

ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหญ่ของโลก

ประกาศความก้าวหน้าในการลดอันตรายจากการดื่ม



วอชิงตัน-26 ก.ค.-พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

รายงานความก้าวหน้าของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจำปี 2558 แสดงให้เห็นว่า บริษัทที่ร่วมลงนามต่างมีความก้าวหน้าในการปฏิบัติตามพันธกิจเพื่อลดอันตรายอันเกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ลง 10% ภายในปี 2568 โดยรายงานนี้ถือเป็นรายงานฉบับที่ 3 และเป็นฉบับแรกหลังจากที่ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ (ยูเอ็น) มีมติรับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) เมื่อปีที่แล้ว

(โลโก้: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160524/371287LOGO>)

รายงานดังกล่าวระบุว่า ในปี 2558 มีการดำเนินโครงการให้ความรู้เพื่อป้องกันการดื่มก่อนวัยอันควร 257 โครงการ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 49% และมีประเทศต่างๆร่วมทำโครงการเพิ่มขึ้นจากเดิม 57 ประเทศเป็น 82 ประเทศ โครงการดังกล่าวเข้าถึงผู้ใหญ่ที่มีอิทธิพลทางความคิดเกือบ 30 ล้านคน ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ครู หรือผู้นำชุมชน โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายกำหนดอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีผู้เข้าร่วมโครงการอีกกว่า 192 ล้านคนผ่านการให้ความรู้ ผ่านทางสื่อ และการรณรงค์บนโซเชียลมีเดีย

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดอัตราการดื่มก่อนวัยอันควรผ่านการบังคับใช้กฎหมายกำหนดอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (LPA) โดยบรรดาผู้ผลิตต่างส่งเสริมให้มีการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวผ่านการสร้างความร่วมมือนับล้านครั้งทั้งกับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย และบรรดาผู้ค้าปลีกตลอดปี 2558

“นับเป็นเรื่องดีที่โครงการของเราขยายออกไปในวงกว้าง” คอรัลอส บริโต ซีอีโอของ AB InBev และประธานของ IARD CEO Group กล่าว “เราไม่สามารถประสบความสำเร็จได้โดยลำพัง ความสำเร็จครั้งนี้เป็นผลมาจากการร่วมมือกันของสมาคมอุตสาหกรรม หน่วยงานรัฐ องค์กรเอ็นจีโอ และบรรดาผู้ค้าปลีกมากมาย อย่างไรก็ตาม ความพยายามของเรายังคงห่างไกลจากเป้าหมายอยู่มาก ดังนั้น เราจะพยายามอย่างหนักเพื่อเพิ่มจำนวนพันธมิตรและโครงการต่างๆทั่วโลกต่อไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายลดการใช้แอลกอฮอล์ในทางเป็นอันตราย”

ความสำเร็จของโครงการนี้มีรากฐานมาจากพันธกิจ 5 ประการซึ่งกำหนดโดยเหล่าซีอีโอของบริษัทผลิตเบียร์ ไวน์ และสุราชั้นนำระดับโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อลดอันตรายที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การลดอัตรา

การตีพิมพ์ก่อนวัยอันควร การยกระดับและขยายหลักปฏิบัติทางการตลาด การให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคและนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบ การลดอัตราการผลิตแล้วขับ และการขอความร่วมมือจากผู้ค้าปลีกเพื่อลดการผลิตแบบอันตราย โดยเหล่าซีอีโอเชื่อว่าการร่วมมือกับหลายฝ่าย เช่น หน่วยงานรัฐและองค์กรเพื่อชุมชน ในการลดอันตรายอันเกิดจากการตีพิมพ์ จะส่งผลดีต่อทั้งสังคมและธุรกิจไปพร้อมๆกัน

แอน คิลลิง ซีอีโอของ IARD กล่าวว่า “ผลการดำเนินงานในปีที่ 3 ของโครงการระยะเวลา 5 ปี แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าอย่างชัดเจนของพันธกิจระดับโลกที่เกิดขึ้นเมื่อปี 2555 ทั้งในแง่ของประเทศที่เข้าร่วมโครงการซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และความเป็นไปได้ที่จะได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากรัฐบาลและพันธมิตรรายอื่นๆในระดับชาติ”

ผลสัมฤทธิ์ของพันธกิจ 5 ประการในปี 2558

รายงานความก้าวหน้าฉบับล่าสุดนี้เผยแพร่โดยสหพันธ์นานาชาติเพื่อการตีพิมพ์อย่างมีความรับผิดชอบ (IARD) ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนพันธกิจนี้ โดยมีการอ้างอิงปัจจัยชี้วัดประสิทธิภาพที่พัฒนาขึ้นโดย Accenture Strategy ซึ่งเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านการจัดเก็บข้อมูลประจำปี นอกจากนี้รายงานและข้อมูลประกอบยังผ่านการรับรองจาก KPMG Sustainability ด้วย

การลดอัตราการผลิตก่อนวัยอันควร

การบังคับใช้กฎหมายกำหนดอายุผู้ซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ (LPA) นับเป็นความท้าทายทางสังคมที่จะสามารถบรรลุได้ก็ต่อเมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกัน ทั้งภาครัฐ หน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย และบรรดาผู้ค้าปลีก โดยในปี 2558 บริษัทที่ลงนามในพันธกิจทั้งหมด 12 บริษัทได้รายงานว่า มีผู้สนับสนุนกฎหมาย LPA กว่า 1 ล้านราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีก นอกจากนี้ ทางโครงการยังตระหนักถึงบทบาทของผู้ปกครองและครูที่มีต่อเยาวชน จึงมุ่งให้ความรู้กับผู้ใหญ่เพื่อเป็นตัวช่วยลดการตีพิมพ์ก่อนวัยอันควร โดยผู้ใหญ่ที่มีอิทธิพลทางความคิดซึ่งเข้าร่วมโครงการนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจนเกือบถึง 30 ล้านคนในปี 2558

การยกระดับและขยายหลักปฏิบัติทางการตลาด

ในปี 2558 วิธีใหม่ในการประเมินการโฆษณาได้ถูกนำมาใช้ เพื่อดูว่าโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เข้าถึงคนกลุ่มใดบ้าง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสารจากผู้ผลิตเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์จะถูกส่งตรงไปยังผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่ตามที่ตั้งใจไว้ โดยจากการวิจัยในประเทศเคนยา ยูกันดา และไนจีเรีย พบว่าโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของบริษัทที่ลงนามในพันธกิจนั้น มีมาตรฐานสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมในแง่ของการเข้าถึงผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่

ทั้งนี้ เกือบครึ่งหนึ่งของประเทศที่บริษัทเหล่านี้เผยแพร่โฆษณา ได้เปิดให้หน่วยงานอิสระเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตรวจสอบโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ด้วย

การให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคและนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบ

การสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดียและสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในทุกภูมิภาคทั่วโลก อย่างเช่นเว็บไซต์

www.responsibledrinking.org ซึ่งเปิดตัวเมื่อเดือนพฤษภาคม 2558 รวมถึงเว็บไซต์อื่นๆที่ได้รับการสนับสนุนจากอุตสาหกรรม และเว็บไซต์ของแต่ละบริษัทเอง ก็เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความถูกต้องครบถ้วน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ไปจนถึงการลดละ เลิก

การลดอัตราการดื่มแล้วขับ

ในปี 2558 IARD ได้จับมือกับบริษัทที่ร่วมลงนาม เพื่อเปิดตัวโครงการนำร่อง 4 โครงการในประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐโดมินิกัน นามิเบีย และแอฟริกาใต้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อแก้ปัญหาการดื่มแล้วขับ ขณะนี้จึงมีประเทศที่เข้าร่วมโครงการนำร่องดังกล่าวรวมทั้งสิ้น 9 ประเทศ

นอกจากนี้ สมาชิก IARD และบรรดาองค์กรอุตสาหกรรมยังได้ร่วมสนับสนุนโครงการต่อต้านการดื่มแล้วขับอีกกว่า 345 โครงการ ครอบคลุม 99 ประเทศใน 7 ภูมิภาค

การขอความร่วมมือจากผู้ค้าปลีกเพื่อลดการดื่มแบบอันตราย

แนวทางการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ซึ่งมีการเผยแพร่เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2558 ณ การประชุม World Retail Congress ที่แอฟริกาใต้ นั้น ได้สร้างมาตรฐานในการส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้วยการเน้นย้ำถึงความสำคัญในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอายุของผู้ซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กฎหมายกำหนด การลดอัตราการดื่มที่มากเกินไปในร้านค้าปลีก การส่งเสริมความปลอดภัยบนท้องถนนผ่านระบบขนส่งทางเลือกที่มีความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมของการค้าปลีกที่มีความปลอดภัย โดยในปี 2558 มีการดำเนินโครงการสนับสนุนการค้าปลีกอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคทั้งสิ้น 251 โครงการใน 75 ประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้นเกือบ 20% จากปีก่อนหน้า

สำหรับบรรณาธิการ

รับชมข้อมูลเพิ่มเติมและอ่านรายงานฉบับเต็มได้ที่ <http://www.producerscommitments.org/>

บริษัท 12 แห่งที่ร่วมลงนามในพันธกิจนี้ประกอบด้วย Anheuser-Busch InBev, Asahi Group Holdings, Bacardi, Beam Suntory, Brown-Forman Corporation, Carlsberg, Diageo, Heineken, Kirin Holdings Company, Molson Coors, Pernod Ricard และ SABMiller

IARD เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่อุทิศตนเพื่อแก้ปัญหาสาธารณสุขโลกอันเกิดจากการดื่มแบบอันตราย ตลอด

จนส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ ในฐานะองค์กรเอ็นจีโอด้านสาธารณสุขระดับโลก เราได้ร่วมมือกับภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชนเพื่อยกระดับภารกิจของเรา ทั้งยังให้การสนับสนุนองค์การสหประชาชาติและ องค์การอนามัยโลกในการดำเนินกลยุทธ์ระดับโลกเพื่อบรรลุเป้าหมายลดการดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตราย ตามกรอบ การติดตามโรคไม่ติดต่อทั่วโลก นั่นคือ “ลดการดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตรายอย่างน้อย 10% ภายในปี 2568” รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อ 3.5 นั่นคือ “การยกระดับการป้องกันการใช้สารในทางที่ผิด รวมถึงการใช้สารเสพติดในทางที่ผิดและการใช้แอลกอฮอล์แบบเป็นอันตราย”

IARD ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทสมาชิกซึ่งเป็นผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา ซึ่งมีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการเป็นส่วน หนึ่งของการแก้ปัญหาการใช้แอลกอฮอล์แบบอันตราย โดยบรรดาผู้ผลิตได้ลงนามในพันธกิจครั้งแรกเมื่อเดือน ตุลาคม 2555 และเห็นพ้องกันในการดำเนินมาตรการต่างๆเป็นเวลา 5 ปี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับและขยาย ความพยายามในการลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแบบที่เป็นอันตราย

ที่มา: International Alliance for Responsible Drinking (IARD)

media@iard.org ; +1-202-556-6970 Washington D.C; +32-471-611-373 Brussels, Belgium