

รายงาน IARD เผย ผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุราชั้น นำเดินหน้ารณรงค์ให้ประชาชนหลายร้อยล้านคนทั่วโลก ตระหนักถึงอันตรายจากการดื่ม



บริษัทผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา 11 แห่ง ที่อยู่เบื้องหลังแบรนด์ดังของโลก ได้เดินหน้าสร้างสรรค์ความร่วมมือรูปแบบใหม่ ๆ ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ผ่านทางข้อตกลง Producers' Commitments

ความสำเร็จ ได้แก่:

- ดำเนินโครงการป้องกันการเมาแล้วขับเฉลี่ย 347 โครงการต่อปีในระหว่างปี 2557-2560
- เข้าถึงผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะกว่า 6 ล้านคนในระหว่างปี 2558-2560 ผ่านทางข้อความรณรงค์ลดการดื่มในกลุ่มเด็กและเยาวชน
- กำหนดให้บริษัทโฆษณาต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ โดยคิดเป็นสัดส่วน 97% ของสัญญาที่ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำร่วมกับบริษัทโฆษณาในปี 2560
- โครงการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบที่ดำเนินการร่วมกับผู้ค้าปลีกท้องถิ่น มีจำนวนเพิ่มขึ้น 66% ในระหว่างปี 2557-2560
- มีการดำเนินโครงการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบร่วมกับผู้ค้าปลีกท้องถิ่น เฉลี่ย 224 โครงการต่อปีในระหว่างปี 2557-2560

(โลโก้: https://mma.prnewswire.com/media/715226/IARD_Logo.jpg)

ในปี 2555 กลุ่มผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุราชั้นนำ ซึ่งเป็นสมาชิกของสหพันธ์นานาชาติเพื่อการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ หรือ International Alliance for Responsible Drinking (IARD) ได้ให้คำมั่นที่จะทำงานร่วมกันเพื่อต่อสู้กับการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย พร้อมทั้งยังได้กำหนดมาตรฐานความรับผิดชอบต่ออุตสาหกรรมในวงกว้างมากขึ้น

รายงานฉบับสมบูรณ์ [<http://www.producerscommitments.org/>] ที่เผยแพร่ในวันนี้ ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความคืบหน้าของการดำเนินพันธกิจดังกล่าวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันยังเป็นการแสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จนั้นเกิดขึ้นได้เมื่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ผนึกกำลังเพื่อรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งรวมถึงการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาที่

ยั่งยืน (SDGs)

เราประสบความสำเร็จอย่างดีเยี่ยมในการทำงานร่วมกันในหมู่สมาชิก ตลอดจนทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ แต่ถึงกระนั้นก็ยังมียังงานอีกมากมายที่เราสามารถทำได้ เราเห็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีในหลายส่วนของโลก ทั้งในเรื่องการดื่มของผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ การดื่มมากเกินไป การดื่มแล้วขับ และเราต้องการที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในทุกส่วนของโลก

Diageo Ivan Menezes ประธานซีอีโอและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ IARD กล่าวว่า “เราภาคภูมิใจที่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม จากงานที่เราได้ทำไปแล้วตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา รวมถึงงานที่เราจะต้องทำต่อไปในอนาคต

หน้าที่ของเราคือการต่อสู้กับการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย เพื่อช่วยปรับปรุงสุขภาพของประชาชนทั่วโลก และลดความเสี่ยงของการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

เราได้วางรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการทำงานในอนาคตผ่านทาง Producers' Commitments แต่ขณะเดียวกัน เราตระหนักดีว่ายังมีงานต้องทำอีกมาก ซึ่งเราไม่สามารถดำเนินการได้โดยลำพัง การจับมือเป็นพันธมิตรกับกลุ่มผู้ค้าปลีก หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานด้านสุขภาพ และองค์กรเอกชน จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานที่คืบหน้าของเรา”

Henry Ashworth ซีอีโอและประธานของ IARD ระบุว่า “Producers' Commitments แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของบรรดาผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกในการเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลง พร้อมเน้นย้ำให้เห็นว่าผู้ผลิตเหล่านี้สามารถสร้างผลกระทบในเชิงบวกได้ ด้วยการทำงานร่วมกับรัฐบาลและองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)

แนวทางการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมทั้งสังคม (Whole-of-Society Approach) ถือเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก และความพยายามร่วมกันของเราสามารถก้าวไปได้ไกลยิ่งขึ้น หากเราเริ่มกำหนดวาระในการพัฒนาวิธีการแก้ปัญหาาร่วมกัน โดยเราสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงร่วมกันได้ ด้วยการลดการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย และการเร่งผลักดันการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย SDGs”

ความสำเร็จที่สำคัญของ Producers' Commitments ได้แก่:

การลดการดื่มของผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

- เข้าถึงผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ 6 ล้านคน ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวระหว่างปี 2558-2560
- เข้าถึงอินฟลูเอนเซอร์ 3 ล้านคน ผ่านทางการมีปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวระหว่างปี 2558-2560
- เข้าถึงประชาชนกว่าห้าร้อยล้านคน (546 ล้านคน) ระหว่างปี 2557-2560 ผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงสื่อและโซเชียลมีเดีย

การลดการดื่มแล้วขับ

- สมาชิกดำเนินโครงการป้องกันการเมาแล้วขับเฉลี่ย 347 โครงการต่อปีในระหว่างปี 2557- 2560
- มีการดำเนินโครงการเมาไม่ขับและโครงการนำร่องใน 76% ของประเทศต่าง ๆ ที่สมาชิกดำเนินการเชิงพาณิชย์ ในปี 2560

ส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณด้านการตลาด

- 97% ของการทำสัญญาระหว่างสมาชิกกับบริษัทโฆษณาในปี 2560 ระบุว่า บริษัทโฆษณาต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณการโฆษณาที่มีความรับผิดชอบ
- จัดตั้งความร่วมมือนอกภาคอุตสาหกรรมในกระบวนการกำกับดูแลตนเอง ใน 53 ประเทศที่มีการดำเนินกิจกรรมเชิงพาณิชย์โดยเฉลี่ย ระหว่างปี 2557-2560

การให้ข้อมูลผู้บริโภคและการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อ

- ในบรรดาสมาชิก 4 ราย พบว่า 85% ของปริมาณผลิตภัณฑ์ในปี 2560 ได้ปรากฏสัญลักษณ์หรือคำเตือนเกี่ยวกับการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย
- ในบรรดาสมาชิก 7 ราย พบว่า 59% ของแบรนด์ผลิตภัณฑ์ในปี 2560 ได้ปรากฏสัญลักษณ์หรือคำเตือนเกี่ยวกับการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย

การทำงานร่วมกับผู้ค้าปลีก

- มีการดำเนินโครงการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้ค้าปลีกท้องถิ่นโดยเฉลี่ย 224 โครงการต่อปี ในระหว่างปี 2557-2560
- โครงการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้ค้าปลีกท้องถิ่น มีจำนวนเพิ่มขึ้น 66% ในระหว่างปี 2557-2560

ตัวอย่างโครงการเด่น ๆ ในรายงาน IARD ได้แก่

การรณรงค์ต่อต้านการขับรถขณะมีเมมาในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

DrinkWise Australia ดำเนินโครงการรณรงค์ป้องกันการขับรถขณะมีเมมา ซึ่งได้รับเงินสนับสนุนจากบรรดาผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในออสเตรเลีย โดยในปี 2560 DrinkWise Australia ได้ร่วมมือกับ Uber ผู้ให้บริการร่วมเดินทาง (ride-sharing) เปิดตัวแคมเปญ “DrinkWise UberZONE” ในระหว่างการแข่งขัน Melbourne Cup Carnival เพื่อรณรงค์ไม่ให้บรรดาแฟน ๆ ที่เข้าชมการแข่งขันที่สนาม ขั้บรถในขณะมีเมมา โดย UberZONE ได้ประชาสัมพันธ์แคมเปญ DrinkWise Australia และเผยแพร่ข้อความต่าง ๆ ของ Uber เกี่ยวกับการเดินทางที่

ปลอดภัยและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ พร้อมให้บริการน้ำดื่มฟรีแก่ผู้เข้าร่วมงานในขณะ
ที่พวกเขาใช้บริการ Uber เพื่อเดินทางกลับบ้าน

นโยบายการทำตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบในกัมพูชา

กลุ่มพันธมิตรผู้ผลิตไวน์และสุราแห่งเอเชียแปซิฟิก หรือ Asia Pacific International Wine and Spirits Alliance (APIWSA) ได้ลงนามใน “จรรยาบรรณการสื่อสารและการทำตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบในประเทศกัมพูชา” (Cambodia Responsible Alcohol Marketing and Communication Code of Conduct) ร่วมกับนายเขี้ยว กัญญาฤทธิ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขของกัมพูชา ในเดือนกุมภาพันธ์ 2560 โดยกำหนดหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการทำตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และนำเสนอชุดมาตรฐานการดำเนินงานที่เป็นหนึ่งเดียวกัน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นานาชาติรายใหญ่ เช่น แอลกอฮอล์เกี่ยวกับความแรงของแอลกอฮอล์ การดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย และไม่ทำการตลาดกับผู้มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

การปรับปรุงการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์จากลมหายใจในนามิเบีย

เราทำงานร่วมกับ Self-Regulating Alcohol Industry Forum (SAIF) เพื่อดำเนินโครงการรณรงค์ต่อต้านการขับขี่ขณะมีเมามา “Driving Under the Influence of Alcohol” ในระหว่างปี 2558-2560 โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยลดการเมาแล้วขับ ผ่านทางการเผยแพร่ข้อความให้ความรู้แก่ประชาชน และด้วยวิธีการตรวจจับและการบังคับใช้กฎหมาย

โดยในระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม 2560 ถึง 31 มกราคม 2561 เจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรได้ตรวจหาระดับแอลกอฮอล์ในผู้ขับขี่ที่กว่า 153,000 คน และพบว่าเพียง 1% ที่มีผลตรวจเป็นบวก ทั้งนี้ การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังของตำรวจได้ช่วยยับยั้งผู้ขับขี่ไม่ให้ขับรถขณะมีเมามา และส่งผลให้อัตราส่วนร้อยละของผู้ขับขี่ทั้งหมดที่ถูกจับกุมในข้อหาเมาแล้วขับนั้น ลดลงจาก 6.8% ในปี 2559 เหลือเพียง 0.5% ในปี 2560

ลัตเวีย: คุณจะขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับลูกหลานของคุณหรือไม่

สมาคมอุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ลัตเวีย หรือ Latvian Alcohol Industry Association (LANA) ได้เปิดตัวโครงการรณรงค์สร้างความตระหนักและดำเนินโครงการตรวจสอบการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (test-purchasing) ให้เด็กและเยาวชน โดยใช้อาสาสมัครที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ในระหว่างปี 2559-2560 ทั้งนี้ LANA ได้ร่วมมือกับสมาคมโรงแรมและร้านอาหารแห่งลัตเวีย (AHRL) สมาคมผู้ค้าลัตเวีย สมาคมผู้ค้าปลีกอาหารลัตเวีย (LPTA) และแพทยสมาคมลัตเวีย เพื่อดำเนินการร่วมกับผู้ค้าปลีกมากกว่า 40 ราย ด้วยการขอให้พนักงานขายลองนึกถึงผลที่จะตามมาจากการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกหลานของพวกเขาเอง และย้ำเตือนให้พวกเขาอย่าลืมขอบุตรประชาชนผู้ที่มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในปี 2560 เครื่องบันทึกเงินสดประมาณ 1,250 เครื่องได้แสดงสื่อรณรงค์ ขณะที่มิโรงแรม คาเฟ่ และร้านอาหารเข้าร่วมโครงการราว 400 ราย นอกจากนี้ แคมเปญดังกล่าวยังได้รับการเผยแพร่ทางทีวี วิทยุ และสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งคาดว่าเข้าถึงประชาชนประมาณ 2 ล้านคน ภายหลังจากรณรงค์ พบว่า 90% ของเด็กชาย และ 65% ของเด็กผู้หญิง ถูกห้ามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะไม่แสดงบัตรประจำตัวประชาชน

บริษัทผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา 11 รายที่ลงนามใน Producers' Commitments เพื่อลดการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตรายนั้น ประกอบด้วย Anheuser-Busch InBev, Asahi Group Holdings, Bacardi, Beam Suntory, Brown-Forman Corporation, Carlsberg, Diageo, HEINEKEN, Kirin Holdings Company, Molson Coors และ Pernod Ricard

พันธกิจของผู้ผลิตตามที่ระบุใน Producers' Commitments ประกอบด้วย

- ลดการดื่มของผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
- ส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักปฏิบัติด้านการตลาด
- ให้ข้อมูลผู้บริโภคและสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบ
- ลดการดื่มแล้วขับ
- ขอความร่วมมือจากผู้ค้าปลีกเพื่อลดการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย

สหพันธ์นานาชาติเพื่อการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ (IARD) เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ที่อุทิศตนเพื่อแก้ปัญหาการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตรายทั่วโลก พร้อมทั้งส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบในหมู่นักดื่ม IARD ได้รับการสนับสนุนโดยบริษัทสมาชิกจากทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการควบคุม ได้แก่ เบียร์ ไวน์ และสุรา โดยมีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหาการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตราย

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเป็นสมาชิกและการดำเนินงานของเรา สามารถดูได้ที่ <http://www.producerscommitments.org>

ที่มา: IARD - International Alliance for Drinking Responsible