

การกำกับดูแลสื่อและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่หก

ได้พิจารณารายงานเรื่อง การกำกับดูแลสื่อและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์^๑

หวังใย ว่าเด็ก เยาวชน และสตรี เป็นเป้าหมายทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งอาศัยการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มจำนวนนักดื่มและนักสูบบุหรี่ใหม่ ด้วยการสร้างค่านิยมว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องทันสมัย ทั้งที่เป็นการบริโภคสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

กังวล ว่าวิธีการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อมวลชน สื่อชุมชน สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อกลางแจ้ง สื่อ ณ จุดขาย สื่อเฉพาะกิจ รวมถึงสื่อออนไลน์และการอำนวยความสะดวกความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการบริจาคสิ่งของหรือให้ทุนสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ถือเป็นการดำเนินการเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง หากเป็นเพียงการใช้กลยุทธ์ผู้อุปถัมภ์เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้าและชื่อองค์กรของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างพันธมิตรกับผู้กำหนดนโยบายมิให้กำหนดมาตรการควบคุมที่เข้มงวด และเพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ

ตระหนัก ว่ากลไกและการกำกับดูแลการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอ ทั้งด้านกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ การเฝ้าระวัง การร้องเรียน การดำเนินคดี การรู้เท่าทันสื่อในการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ รวมทั้งสื่ออื่น ๆ ทั้งในระดับหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลสื่อและการสื่อสาร องค์กรวิชาชีพสื่อ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาด ผู้ประกอบการสื่อ ฯลฯ เพื่อให้มีการกำหนดกรอบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติในการดำเนินการใช้สื่อและการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไม่ละเมิดกฎหมาย มีจริยธรรม และเป็นไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

จึงมีมติดังต่อไปนี้

๑. ขอให้องค์กรวิชาชีพสื่อ องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาด^๒ และผู้ประกอบการสื่อทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จัดทำข้อบังคับจริยธรรม แนวทางปฏิบัติของแต่ละกลุ่มองค์กร เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลตนเองในการผลิตสื่อ และการสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่ม

^๑ เอกสารสมัชชาสุขภาพ ๖ / หลัก ๕

^๒ เอกสารสมัชชาสุขภาพ ๖ / หลัก ๕ / ผนวก ๒

แอลกอฮอล์อย่างเคร่งครัด มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ เนื้อหาสาระในข้อบังคับจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติจะต้องครอบคลุมสาระสำคัญตามกฎหมายที่บังคับใช้ และสามารถพัฒนาต่อยอดอย่างเท่าทันกลยุทธ์การโฆษณาและการสื่อสารการตลาดที่อาศัยช่องว่างทางกฎหมาย พร้อมกำหนดบทลงโทษทางสังคมหรืออื่น ๆ หากพบว่ามีกรณีฝ่าฝืน

๒. ขอให้กระทรวงสาธารณสุขและสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) เป็นหน่วยงานหลัก ร่วมกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และกรมประชาสัมพันธ์ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี องค์กรวิชาชีพสื่อ องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาด ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สมาพันธ์เครือข่ายแห่งชาติเพื่อสังคมไทยปลอดบุหรี่ (สคสบ.) และสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จัดทำเกณฑ์และกลไกการกำกับดูแลอย่างเท่าทันกลยุทธ์การโฆษณาและการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งกำหนดกลไกการกำกับดูแลร่วม ควบคู่กับการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ^๖ เพื่อให้การกำกับดูแลการสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพ เอื้อต่อการสื่อสารการสร้างสรรคผลงานสื่อและจรรโลงสังคม สามารถคุ้มครองประชาชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนอย่างเข้มแข็ง ทั้งนี้ จะต้องครอบคลุมสาระสำคัญในกฎหมายที่บังคับใช้ และสามารถพัฒนาต่อยอดอย่างเท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่อาศัยช่องว่างทางกฎหมาย พร้อมกำหนดบทลงโทษทางสังคมหรืออื่น ๆ หากพบว่ามีกรณีฝ่าฝืน

๓. ขอให้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นหน่วยงานหลัก ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) กรมประชาสัมพันธ์ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) สมาพันธ์เครือข่ายแห่งชาติเพื่อสังคมไทยปลอดบุหรี่ (สคสบ.) องค์กรศาสนา ภาคประชาสังคมและองค์กรพัฒนาเอกชน พัฒนางค์ความรู้ ตลอดจนหลักสูตรและกิจกรรม เพื่อพัฒนาการเรียนรู้เท่าทันสื่อและทักษะการเฝ้าระวังการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพภาคประชาสังคมและองค์กรพัฒนาเอกชนในการกำหนดยุทธศาสตร์การสื่อสารทางสังคมและการผลิตสื่อ เพื่อตอบโต้และรู้เท่าทันกลยุทธ์ทางสื่อและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๔. ขอให้กระทรวงสาธารณสุข และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) เป็นหน่วยงานหลัก ร่วมกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงพาณิชย์ เป็นคณะกรรมการระดับชาติเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การเฝ้าระวังสื่อและการสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งกำหนดกลไกการรับและการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ทั้งนี้ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวให้ดำเนินการโดยองค์กรวิชาชีพ^๖ สถาบันวิชาการ องค์กรศาสนา ภาคประชาสังคม และองค์กรพัฒนาเอกชน ในขณะที่ในส่วนภูมิภาคให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัดเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายควบคุมการบริโภคยาสูบในระดับจังหวัดในการนำยุทธศาสตร์ระดับชาติไปดำเนินการให้เกิดปฏิบัติอย่างเข้มแข็งในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ

๕. ขอให้กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลสื่อและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เร่งรัดการดำเนินคดีอย่างเคร่งครัด และพิจารณาแก้ไขปรับปรุงกฎหมายควบคุมยาสูบ กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้มีความเข้มงวดมากขึ้น

๖. ขอให้เลขาธิการคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติรายงานความก้าวหน้าต่อสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๘