



ผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา ร่วมกันเผยความก้าวหน้าของโครงการลดการดื่มแบบอันตราย

วอชิงตัน--15 ก.ย.--ฟิอาร์ทนิวส์ไวร์/อินโฟเคสท์

รายงานความก้าวหน้าประจำปีตอกย้ำความสำเร็จในการผลักดันกฎหมายกำหนดอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการริเริ่มโครงการให้ความรู้เพื่อป้องกันการดื่มก่อนวัยอันควร

บรรดาซีอีโอของบริษัทผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุราชั้นนำระดับโลก ร่วมเปิดเผยรายงานความก้าวหน้าของโครงการลดการดื่มแบบอันตราย (harmful drinking) โดยผลปรากฏว่าในปีที่ 2 ของโครงการระยะ 5 ปีนั้น พันธกิจเพื่อลดการดื่มแบบอันตรายของกลุ่มผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา (<http://www.producerscommitments.org>) ได้มีความก้าวหน้าในหลายๆด้าน ทั้งการลดพฤติกรรมการดื่มก่อนวัยอันควร การป้องกันการดื่มแล้วขับ ตลอดจนการยกระดับและขยายหลักปฏิบัติทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ

(รูปภาพ: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20150909/265153>)

ความสำเร็จอันโดดเด่นในรายงานนี้คือ ความก้าวหน้าของเหล่าผู้ผลิตในการลดการดื่มก่อนวัยอันควร โดยบริษัทที่ร่วมลงนามได้ริเริ่มโครงการให้ความรู้เพื่อป้องกันการดื่มก่อนวัยอันควรถึง 180 โครงการทั่วโลก ทั้งยังช่วยสนับสนุนการพัฒนานโยบายกำหนดอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวียดนามในปี 2557 ด้วย

“เราเชื่อว่าการแก้ปัญหาการดื่มแบบอันตรายต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนของสังคม ทั้งภาครัฐ ประชาสังคม และภาคเอกชน เราจึงรู้สึกยินดีอย่างยิ่งที่บรรดาซีอีโอของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหญ่ต่างเห็นพ้องกับพันธกิจ 5 ประการในการแก้ปัญหาการดื่มแบบอันตรายภายใต้โครงการระยะ 5 ปี” แอน คีลิ่ง ประธานและซีอีโอของสหพันธ์นานาชาติเพื่อการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ (International Alliance for Responsible Drinking: IARD) ซึ่งรับหน้าที่เป็นเลขาธิการของโครงการ กล่าว “IARD ยินดีต้อนรับบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผู้ค้ารายอื่นๆ ที่ต้องการเข้าร่วมกับเราเพื่อยกระดับความพยายามนี้ และขอเชิญชวนพันธมิตรจากภาครัฐ ประชาสังคม และองค์กรระหว่างประเทศอื่นๆให้อ่านรายงานฉบับนี้ เพื่อดูว่าเราสามารถร่วมมือกันหาทางแก้ปัญหาได้อย่างไรบ้าง”

“บริษัทของเราดำเนินงานในกว่า 100 ประเทศ และเรามุ่งมั่นในการทำประโยชน์อย่างยั่งยืนผ่านความพยายามร่วมกันในทุกๆตลาดที่เราดำเนินงานอยู่” คาร์ลอส บริโต ซีอีโอของ Anheuser-Busch InBev กล่าว

“พันธกิจของเราคือจุดเริ่มต้นที่ดีในการช่วยลดการดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตรายทั่วโลก แต่การที่จะยกระดับผลการดำเนินงานไปอีกขั้นนั้น เราจำเป็นต้องขยายแนวร่วมไปสู่บริษัทผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุราแห่งอื่นๆ รวมไปถึงบรรดาผู้ค้าปลีก ภาครัฐ องค์กรระหว่างประเทศ และคนในชุมชน เรากำลังทำงานอย่างหนักในการประสานความร่วมมือของทุกฝ่าย เพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ทรงพลังยิ่งขึ้นในการลดการดื่มแบบอันตราย”

พันธกิจดังกล่าวถือเป็นโครงการที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมเพื่อแก้ปัญหาการดื่มแบบอันตราย สำหรับรายงานความก้าวหน้าประจำปี 2557 นั้น อ้างอิงจากตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงานหลักๆ ซึ่งได้รับการพัฒนาโดย Accenture Sustainability Services และผ่านการรับรองจาก KPMG Sustainability โดยรายงานประจำปีได้เผยให้เห็นถึงความก้าวหน้าในด้านต่างๆ ดังนี้

**- การเข้าถึงประชากรทั่วโลกมากขึ้นด้วยแนวทางใหม่ๆ
ผ่านการใช้เครื่องมือและการให้ความรู้เพื่อลดการดื่มแบบอันตราย**

โดยโครงการให้ความรู้อันเป็นผลพวงจากการทำงานร่วมกันของบริษัทที่ร่วมลงนามกับองค์กรเอ็นจีโอ หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงภาคส่วนอื่นๆนั้น ได้เข้าถึงเยาวชนที่อายุยังไม่ถึงเกณฑ์ดื่มมากกว่า 2.58 ล้านคนโดยตรง ทั้งยังเข้าถึงผู้ใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนได้มากขึ้น จากราว 500,000 คน สู่ 3.26 ล้านคน โดยหนึ่งในเครื่องมือใหม่ๆที่นำมาใช้คือ การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อผู้บริโภค <http://www.responsibledrinking.org> ซึ่งนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายเกี่ยวกับการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ

- การขยายผลทั่วโลกผ่านการรณรงค์ป้องกันการดื่มแล้วขับ โดยบรรดาผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา ได้ริเริ่มโครงการรณรงค์ป้องกันการดื่มแล้วขับ 375 โครงการใน 146 ประเทศ ผ่านการดำเนินงานของแต่ละบริษัทและการทำงานร่วมกัน โดยบรรดาผู้ผลิตได้ร่วมมือกับ IARD เปิดตัวโครงการนำร่องที่ประสบความสำเร็จ โดยมีเป้าหมายในการลดการดื่มแล้วขับในจีน โคลอมเบีย เม็กซิโก ไนจีเรีย รัสเซีย และเวียดนาม โครงการในแต่ละประเทศเกิดขึ้นภายใต้ความร่วมมือกับภาครัฐ องค์กรประชาสังคม และองค์กรเอ็นจีโอ โดยมุ่งเพิ่มความตระหนักรู้ของประชาชน สร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งยิ่งขึ้นกับหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย และพุ่งเป้าไปยังกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงในการดื่มแล้วขับ

- การกำหนดแนวทางทำการตลาดดิจิทัล เมื่อเดือนกันยายน 2557 ซึ่งถือเป็นคู่มือฉบับแรกสำหรับผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อกำหนดทิศทางการทำการตลาดออนไลน์และการใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างมาตรฐานระดับสูงเดียวกันในการทำกิจกรรมการตลาด เช่น การปฏิบัติตามกฎ 70/30 ที่กำหนดให้การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล ควรมีสัดส่วนผู้รับชมที่เป็นผู้ใหญ่ไม่ต่ำกว่า 70%

- การเผยแพร่งานให้ความรู้เรื่องแอลกอฮอล์ เมื่อเดือนตุลาคม 2557 ซึ่งจัดทำขึ้นตามคำแนะนำของคณะผู้เชี่ยวชาญ โดยอ้างอิงจากหลักปฏิบัติที่ดีที่สุดจากทั่วโลก โดยแนวทางดังกล่าวสนับสนุนการพัฒนาโครงการให้ความรู้เรื่องแอลกอฮอล์อย่างเป็นขั้นเป็นตอน โดยใช้สื่ออินเตอร์แอคทีฟที่มีความครอบคลุมและเข้าใจง่าย พร้อมกับยกตัวอย่างโครงการที่ดีซึ่งสามารถนำไปใช้หรือนำไปประยุกต์ให้เข้ากับกลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันได้

นอกจากนี้ รายงานความก้าวหน้ายังได้แจกแจงงานอื่นๆที่ต้องทำภายในระยะเวลา 5 ปีของโครงการ ได้แก่ การขยายโครงการรณรงค์ป้องกันการดื่มแล้วขับสู่ประเทศอื่นๆ การสานต่องานในกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ยังไม่มีกฎหมายกำหนดอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการรุกสร้างความร่วมมือกับผู้ค้าปลีกรายใหญ่ทั่วโลก เพื่อกำหนดบทบาทที่เหมาะสมที่สุดในการสนับสนุนเป้าหมายการลดการดื่มแบบอันตราย ทั้งนี้ ใน 66 ประเทศจาก 117 ประเทศที่บริษัทผู้ร่วมลงนามดำเนินธุรกิจอยู่นั้น พบว่ามีบริษัทผู้ร่วมลงนามอย่างน้อย 1 แห่งที่กำลังเดินหน้าโครงการสร้างความร่วมมือกับผู้ค้าปลีกเพื่อลดการดื่มแบบอันตราย

บรรดาผู้ผลิตลงนามในพันธกิจครั้งแรกเมื่อเดือนตุลาคม 2555 โดยเห็นพ้องกันในการดำเนินมาตรการต่างๆเป็นเวลา 5 ปี (เริ่มตั้งแต่ปี 2556) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับและขยายความพยายามในการลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแบบที่เป็นอันตราย โดยพันธกิจ 5 ประการประกอบด้วย

- ลดการดื่มก่อนวัยอันควร
- ยกระดับและขยายหลักปฏิบัติทางการตลาด
- ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคและนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบ
- ลดการดื่มแล้วขับ

- ขอความร่วมมือจากบรรดาผู้ค้าปลีกเพื่อลดการดื่มแบบอันตราย

ขณะเดียวกัน IARD และบรรดาบริษัทผู้ผลิต ยังให้การสนับสนุนกลยุทธ์ระดับโลกขององค์การอนามัยโลก (WHO) ในการลดการใช้แอลกอฮอล์ในรูปแบบที่เป็นอันตราย พร้อมกับตอบรับบทบาทเชิงบวกที่ WHO กำหนดให้แก่บรรดาผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ทำการตลาด และผู้ขายเบียร์ ไวน์ และสุรา

รับชมเหล่าฮีโร่ที่อุทิศตนเพื่อความสำเร็จต่างๆได้ที่ <http://tinyurl.com/CommitmentAchievements>

สำหรับบรรณาธิการ

IARD คืออะไร

IARD เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร และอุทิศตนเพื่อแก้ปัญหาทั่วโลกอันเกิดจากการดื่มแบบอันตราย ตลอดจนส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อ (NCD) 3 โรคหลัก การลดการดื่มแบบอันตรายจึงมีความสำคัญลำดับต้นๆสำหรับรัฐบาลทั่วโลก ดังที่ระบุไว้ในแผนปฏิบัติการระดับโลกของ WHO ว่าด้วยโรคไม่ติดต่อ รวมถึงประกาศทางการเมืองขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยการป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อ นอกจากนี้ IARD ยังสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์ระดับโลกของ WHO ในการลดการใช้แอลกอฮอล์ในรูปแบบที่เป็นอันตราย รวมทั้งส่งเสริมบทบาทเชิงสร้างสรรค์ที่ชาติสมาชิกของ WHO กำหนดให้แก่บรรดาผู้ผลิตด้วย

ในฐานะองค์กรเอ็นจีโอด้านสาธารณสุขระดับโลก เราได้ร่วมมือกับภาครัฐ ประชาสังคม และภาคเอกชน เพื่อยกระดับภารกิจของเราในการมีส่วนร่วมลดการดื่มแบบอันตรายและส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบทั่วโลก IARD สนับสนุนการดำเนินตามเป้าหมายที่กำหนดโดยรัฐบาลทั่วโลก ในการ “ลดการดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตรายอย่างน้อย 10% ภายในปี 2568” ทั้งนี้ IARD ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทสมาชิกจากทุกภาคส่วนของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งผู้ผลิตเบียร์ ไวน์ และสุรา ซึ่งมีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหาการใช้แอลกอฮอล์แบบอันตราย

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

ที่อยู่: 1225 19th Street NW, Suite 500, Washington, D.C. 20036 USA

เว็บไซต์: <http://www.iard.org>

ต้องการสอบถามเกี่ยวกับ IARD กรุณาติดต่อ
อีซาเบลลา พลาตัน
รองประธานอาวุโสฝ่ายกลยุทธ์และการสื่อสาร
อีเมล: IPlaton@IARD.org

แหล่งข่าว: International Alliance for Responsible Drinking (IARD)

ติดต่อ

IARD

โทร. +1-202-986-1159

แฟกซ์: +1-202-986-2080, +32-471-611-373 (ยุโรป) / +1-202-556-6970 (สหรัฐอเมริกา)

