
After Code Act, What 's Next ?



Thongchai Lertwilairatanapong MD.

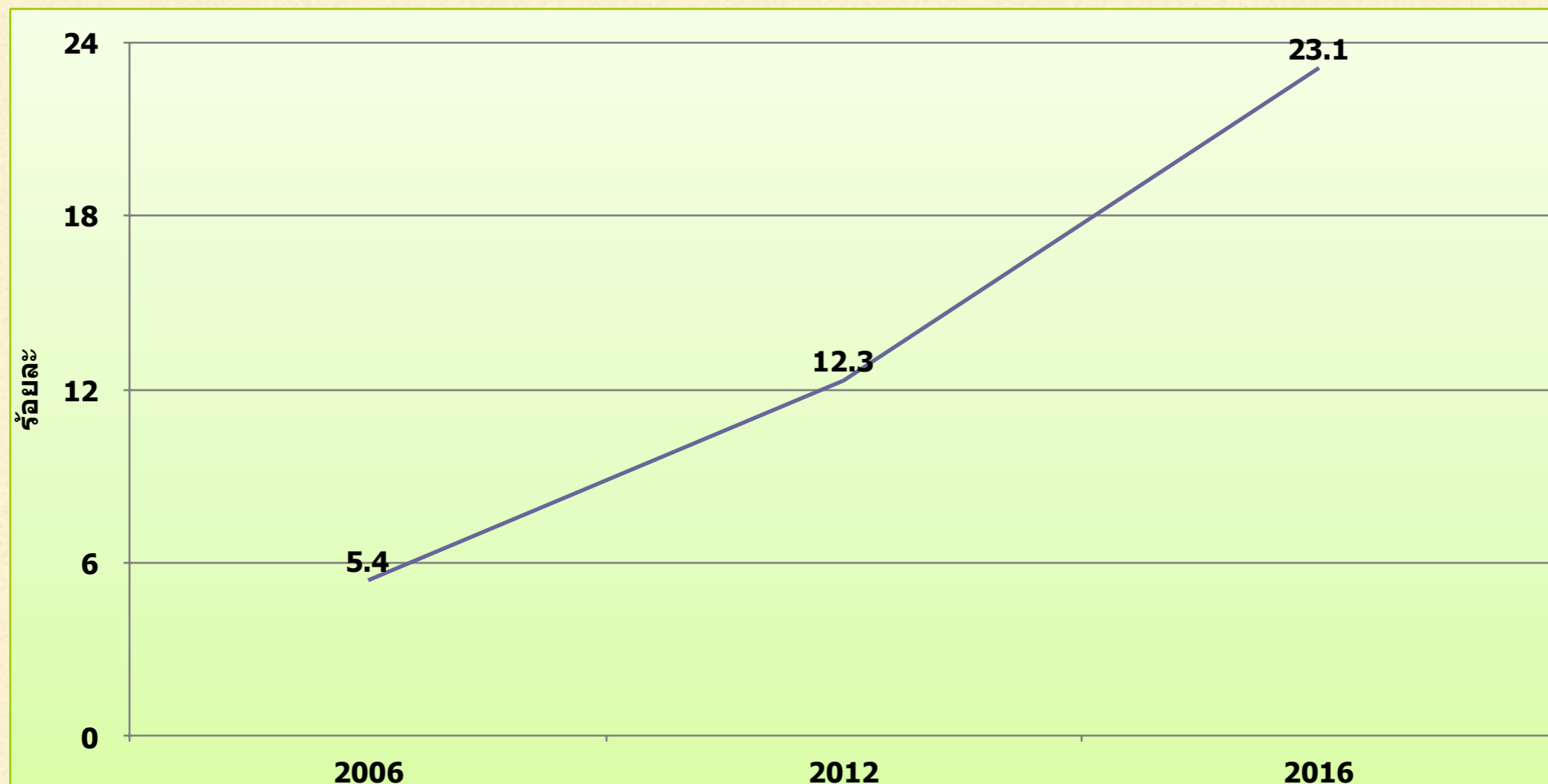
การประชุมวิชาการนมแม่แห่งชาติครั้งที่ 6
รวมพลังสร้างสังคมนมแม่ให้ยั่งยืน 8 พ.ย.2560 โรงแรมมณเฑียร ริเวอร์ไซด์



นมแม่ดีที่สุด ?

แต่.....ทำไม ?.....

อัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียว 6 เดือน



ในด้านมารดานั้น ในหลายบทความวิชาการมีการอ้างถึงว่า มีมารดาเพียงร้อยละ 1-5 มีข้อจำกัดทางร่างกายที่ไม่สามารถให้นมแม่ได้ (หมายเหตุไม่มีตัวเลขชัดเจน เพราะการประเมินความสามารถและความพอเพียงในระดับประชากรทำได้ไม่ง่ายนัก) ส่วนสาเหตุยอดนิยมนมแม่ไม่เพียงพอนั้น องค์การอนามัยโลกรายงานว่าส่วนใหญ่เป็น การรับรู้ (perception) และ เป็นผลจากสภาพจิตใจและการไม่ได้รับการส่งเสริมที่ดี มากกว่าการมีนมไม่เพียงพอจริงๆ เจ็อนทางสภาพจิตใจที่พบบ่อยคือ การขาดความมั่นใจ ภาวะซึมเศร้า และความวิตกกังวล (ที่มา WHO Infant and young child feeding Model chapter for textbooks for medical students and allied health professionals)

กล่าวได้ว่า เด็กทารกเกือบทั้งหมด มี "โอกาส" ที่จะได้รับสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับพวกเขา หากว่าผู้ใหญ่อย่างเรา สามารถปกป้อง ส่งเสริม และ สนับสนุน (protect promote support) ให้เขาได้รับนมแม่อย่างเข้มข้น (ในทางวิชาการมีแนวคิด การได้รับนมแม่แบบเกือบถ้วนหน้า (near-universal breastfeeding) กำหนดให้สถานการณ์เด็กร้อยละ 90 ได้รับ

การทำธุรกิจนมผงในประเทศไทย

ประเด็น	ข้อมูลทางธุรกิจ					
						
ตราสินค้า			 			
ระยะเวลา ดำเนินธุรกิจ ในประเทศไทย	42	57	121	48	21	53
ทุนจดทะเบียน	300	30	880	300	8,500,000	23,000,000
สินทรัพย์รวม (ปีล่าสุด)	6,383,614,643	2,677,639,673	16,333,846,137	3,043,817,141	206,155,230	1,071,094,507

ที่มา: กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, ข้อมูล ณ วันที่ 26 พฤษภาคม 2557

ต้นทุนต่ำ กำไรสูง

เป็นที่ทราบกันดีว่า ผลิตภัณฑ์นมผง มีต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับราคาขายปลีกที่ผู้บริโภคจ่าย เคยมีรายงานว่า ราคาขายปลีกนมผงมีมูลค่าสูงกว่าต้นทุนการผลิตถึงห้าเท่า (*Ritchter J, Holding Corporate Accountable: Corporate Conduct, International Code and Citizen Action, 2001*)

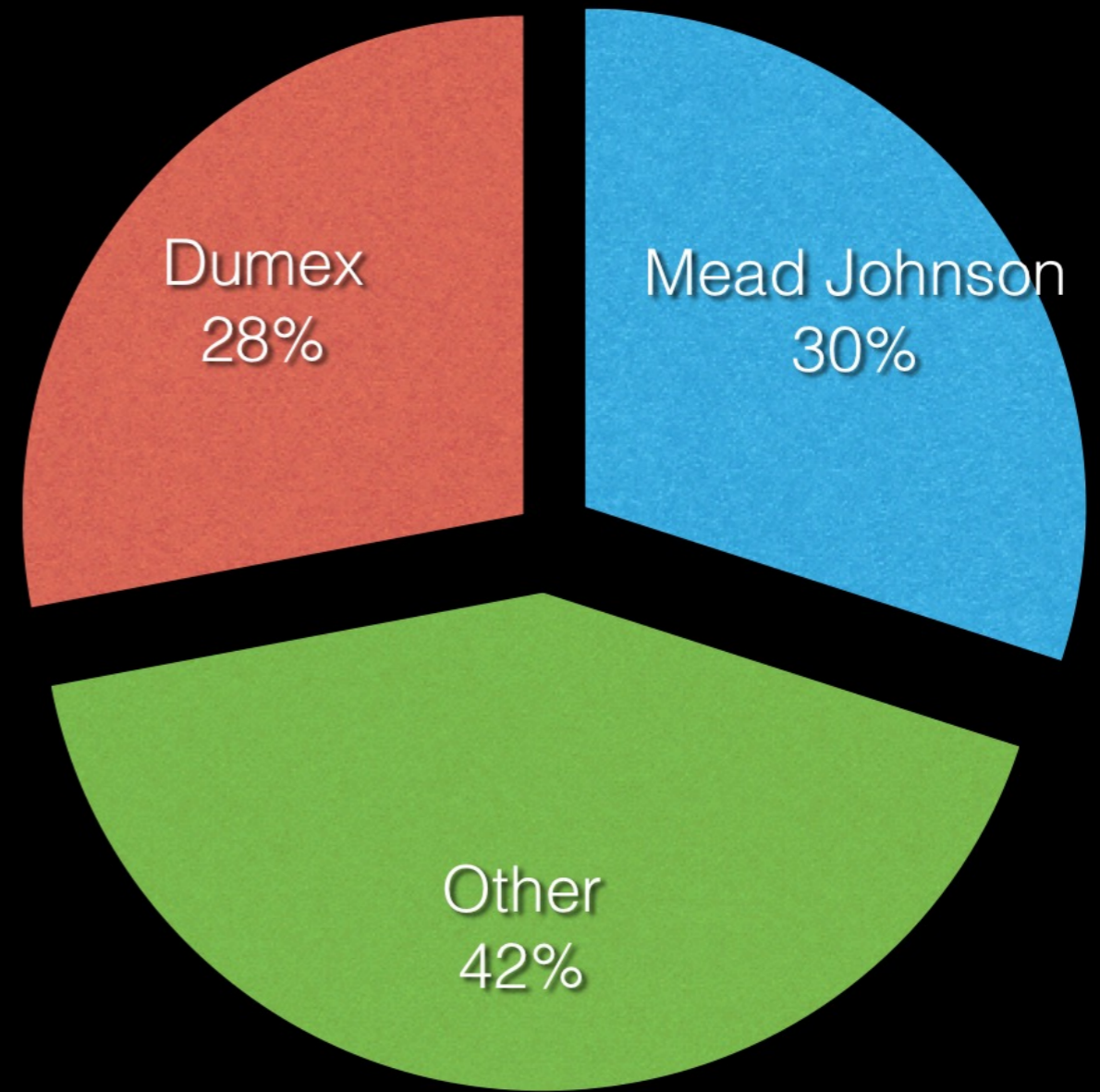
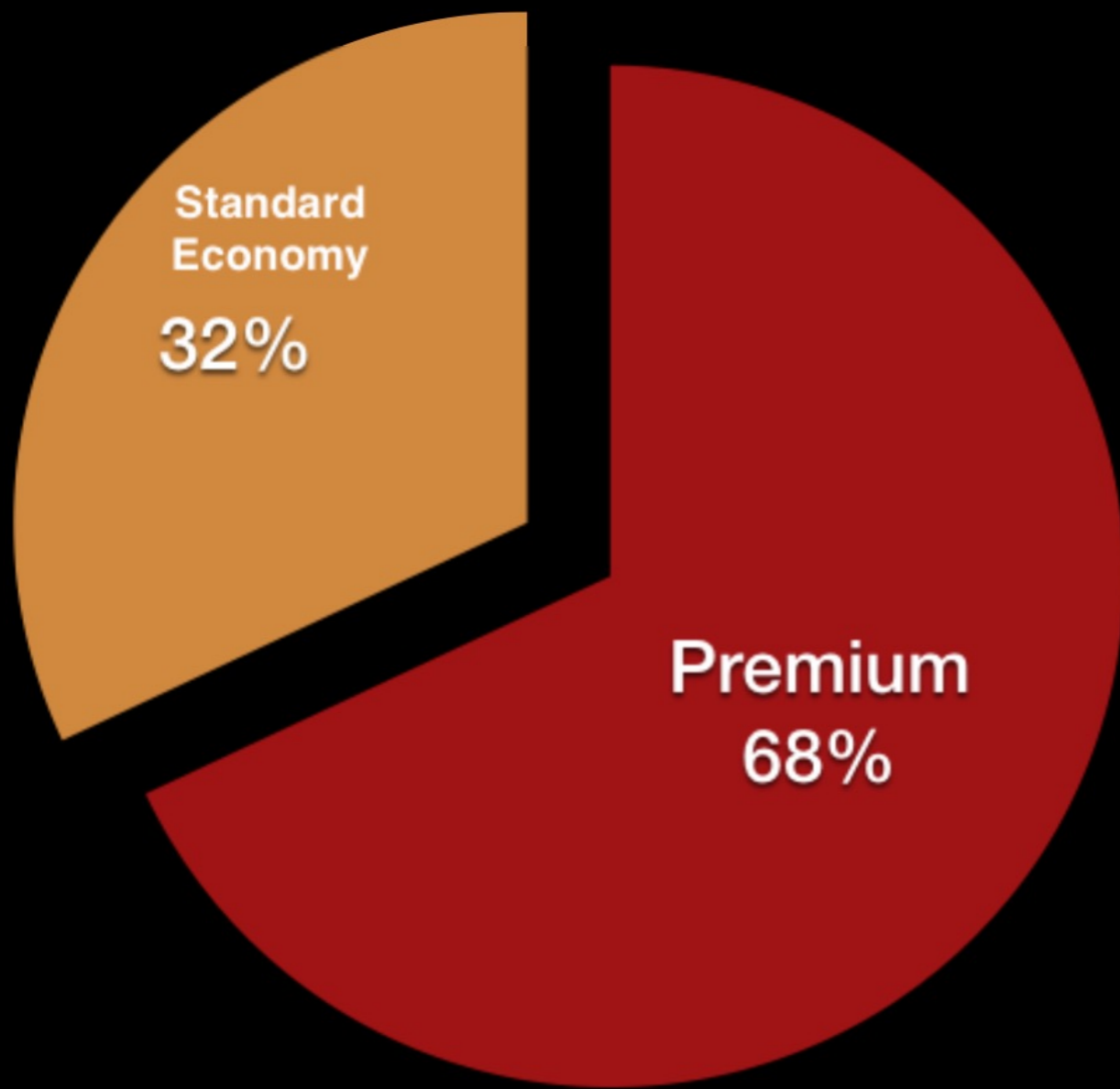
สื่อในประเทศจีนรายงานโดยอ้างผลการวิจัยของบริษัท CMRG และ Mintel ว่าผลิตภัณฑ์นมผงนำเข้ามีสัดส่วนกำไรมหภาค (gross profit) ถึงร้อยละ 60 ถึง 70 ของราคาผลิตภัณฑ์ โดยมีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 30 ถึง 40 ของราคา และอีกร้อยละ 50 ถูกใช้ไปสำหรับการทำการตลาดและการขนส่ง ส่งผลให้มีกำไรสุทธิ (net profit) ที่ร้อยละ 10-20 ของราคาผลิตภัณฑ์ (*Robertson B, South China Morning Post, 9 Sep 2013*) หรือ

รายงานว่า ผลิตภัณฑ์อาหารทารกพร้อมรับประทานยี่ห้อ S มีสัดส่วนกำไรมหภาคถึงร้อยละ 82 ของราคาขายปลีก โดยมีต้นทุนที่จ่ายให้เกษตรกรผู้เลี้ยงวัวคิดเป็นร้อยละ 8 หรือร้อยละ 44 ของต้นทุนการผลิต (*Baby Milk Action, August 2012*) ซึ่ง

ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาวิจัยผลิตภัณฑ์ก็ไม่ได้มีสัดส่วนสูง
นัก (เช่นบริษัท *Mead Johnson Nutrition* ใช้งบประมาณการวิจัยและ
พัฒนาเพียงร้อยละ 2.6 จากรายได้ยอดขายผลิตภัณฑ์ โดยผู้เขียนคำนวณ
จากรายงานประจำปี 2015)

นมผงแพงจึงไม่ใช่แพงเพราะนม แต่แพงเพราะผลกำไรและ
งบประมาณในการทำการตลาด

มูลค่าตลาดนมผง 25,000 ล้านบาท



ที่มา: www.gotomanager.com

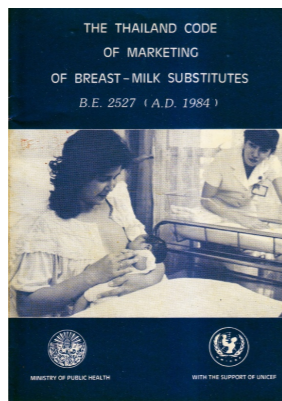
**“ขอทวงคืน โอกาสของเด็กไทย
ที่จะได้รับการเลี้ยงดูด้วยนมแม่
โดยไม่มีอิทธิพลใดๆ มากกระทบ
ทั้งทางตรงและทางอ้อม”**

เส้นทางการขับเคลื่อนพระราชบัญญัติ

ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

2524

- WHA รับรองหลักเกณฑ์ CODE เป็นมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับประเทศสมาชิก



2527

- ประเทศไทยมีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับ CODE

2538

- ประเทศไทยปรับปรุงหลักเกณฑ์เป็นฉบับที่ 2



2551

- หลักเกณฑ์ได้รับการปรับปรุงและยกระดับเป็นประกาศกระทรวงสาธารณสุข แต่ไม่มีบทลงโทษ



เส้นทางการขับเคลื่อนพระราชบัญญัติ
ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

2553

- WHA มีมติให้ทุกประเทศ
ผลักัดัน
CODE เป็น
กฎหมาย

2553

- ที่ประชุม
สมัชชาสุขภาพ
แห่งชาติมีมติให้
ประเทศไทย
ผลักัดัน CODE
เป็นกฎหมาย

2554

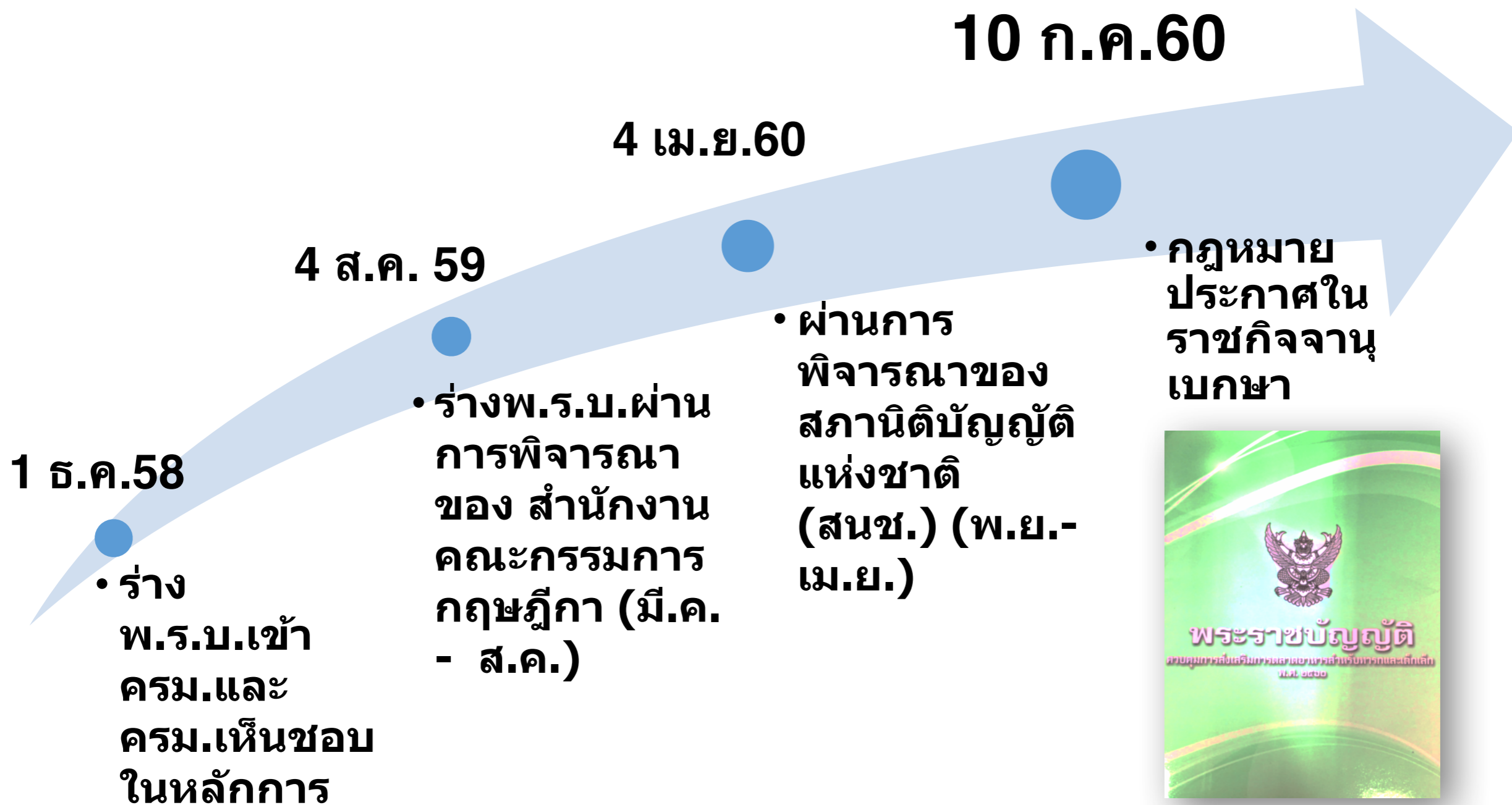
- มติกรม. ให้
กระทรวง
สธ.เป็นเจ้า
ภาพผลักัดัน
กฎหมาย
CODE

2557

กรมอนามัยจัด
ประชาพิจารณ์
รับฟังความคิด
เห็นต่อร่าง
กฎหมาย

เส้นทางการขับเคลื่อนพระราชบัญญัติ

ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560



พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก

พ.ศ. 2560

52 มาตรา	รายละเอียด
มาตรา 1-4	บททั่วไป คำนิยาม รmw สธ. รักษาการตาม พรบ.
มาตรา 5-13	คณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก คสตท.
มาตรา 14-24	การควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก
มาตรา 25-29	การควบคุมการส่งเสริมการตลาดเสริมสำหรับทารก
มาตรา 30-33	พนักงานเจ้าหน้าที่
มาตรา 34-49	บทกำหนดโทษ
มาตรา 50-52	บทเฉพาะกาล

คณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก

กรรมการโดยตำแหน่ง 8 คน

- อธิบดีกรมกิจการเด็กและเยาวชน
- อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- อธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น
- เลขาธิการ สคบ.
- เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา
- เลขาธิการ กสทช.
- เลขาธิการคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ
- ปลัดกรุงเทพมหานคร

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน จากองค์กรวิชาชีพ

- สภาการพยาบาล
- สภาการสาธารณสุขชุมชน
- สภาเภสัชกรรม
- ราชวิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย
- ราชวิทยาลัย สูตินรีแพทย์แห่งประเทศไทย

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน จากภาคประชาสังคม

- ผู้แทนองค์กรเอกชนที่มีวัตถุประสงค์ไม่แสวงหากำไรและดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับ
 - ด้านสุขภาพแม่และเด็ก
 - ด้านสิทธิเด็ก
 - ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ผู้เชี่ยวชาญอิสระที่มีประสบการณ์
 - ด้านการสื่อสารการตลาด
 - ด้านกฎหมาย

รายละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

การควบคุม	อาหารสำหรับทารก	อาหารสำหรับเด็กเล็ก	อาหารเสริมทารก
ห้ามโฆษณา	X	โฆษณาได้แต่ห้าม เชื่อมโยงทารก	X
ฉลากต้องแตกต่างจาก อาหารอื่น	X	X	X
ห้ามติดต่อหญิงตั้งครรภ์ แม่และครอบครัว	ครอบครัวที่มีทารกและเด็กเล็ก		ครอบครัวที่มี ทารกอายุต่ำกว่า 6 เดือน
ห้ามส่งเสริมการตลาด (แจกตัวอย่าง ลด แลก แถม)	X	X	ห้ามเฉพาะในโรง พยาบาล

รายละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

การควบคุม	อาหารสำหรับทารก	อาหารสำหรับเด็กเล็ก	อาหารเสริมทารก
ห้ามให้ของขวัญ สิ่งจูงใจ แก่บุคลากร ยกเว้น ธรรมเนียมจรรยา	X	X	X
ห้ามให้สิ่งของที่มิดรา สัญลักษณ์นมแก่สถาน บริการสาธารณสุข	X	X	X
ห้ามจัดประชุม สัมมนาให้ แก่หญิงตั้งครรภ์ แม่และ บุคลากรสาธารณสุข	X	(ยกเว้นให้ทุนแก่สถาบัน ราชวิทยาลัยเป็นคนจัด)	

รายละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

การควบคุม	อาหารสำหรับทารก	อาหารสำหรับเด็กเล็ก	อาหารเสริมทารก
บริษัท ให้ข้อมูลบุคลากร ได้แต่ต้องมีหลักฐาน วิทยาศาสตร์	X	X	X
ห้ามบริษัทสาธิตการใช้ ผลิตภัณฑ์ไม่ว่าที่ใดๆ	X	X	X
ห้ามบริจาคอาหารทารก ให้แก่สถานบริการ สาธารณสุข ยกเว้นนม สำหรับเด็กป่วย หรือกรณี จำเป็นตามที่รมว.กำหนด	X	X	X



พระราชบัญญัติ

ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก

พ.ศ. ๒๕๖๐

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร

ให้ไว้ ณ วันที่ ๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

เป็นปีที่ ๒ ในรัชกาลปัจจุบัน

บัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาด

กำหนดหกสิบวันนับแต่วันประกาศ

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“ทารก” หมายความว่า เด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุสิบสองเดือน

“เด็กเล็ก” หมายความว่า เด็กอายุเกินสิบสองเดือนจนถึงสามปี

“อาหารสำหรับทารก” หมายความว่า

(๑) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีส่วนประกอบของสารอาหารที่เหมาะสม และเพียงพอที่จะใช้เลี้ยงทารกตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร

(๒) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้เลี้ยงทารกได้

“อาหารสำหรับเด็กเล็ก” หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็กและเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

“อาหารเสริมสำหรับทารก” หมายความว่า อาหารที่ใช้เสริมคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความคุ้นเคยในการบริโภคอาหารให้แก่ทารกที่มีอายุตั้งแต่หกเดือนขึ้นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร

“ผู้ผลิต” หมายความว่า ผู้ทำ ผสม บรรจุ แต่ง แบ่งบรรจุ รวมบรรจุ หรือเปลี่ยนภาชนะบรรจุ

“ผู้นำเข้า” หมายความว่า ผู้นำหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร

“ผู้จำหน่าย” หมายความว่า ผู้ขาย จำหน่าย แจก แลกเปลี่ยน ให้ หรือมีไว้เพื่อจำหน่าย ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

“ฉลาก” หมายความว่า ฉลากตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น หรือทราบข้อความ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

“ข้อความ” หมายความว่า รวมถึง การกระทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร รูป รอยประดิษฐ์ ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“ส่งเสริมการตลาด” หมายความว่า การกระทำใด ๆ ที่มีมุ่งหมายเพื่อการจำหน่าย สร้างภาพลักษณ์ หรือประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้มีการใช้อาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

หมวด ๒
การควบคุมการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ ๑
อาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก

มาตรา ๑๔ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก

ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะ
เชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก

มาตรา ๒๓ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน บริจาคอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กให้แก่หน่วยบริการ สาธารณสุขหรือบุคลากรด้านสาธารณสุข

ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับการบริจาคอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กที่มี วัตถุประสงค์พิเศษเพื่อใช้สำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรคหรือผู้ที่มีความผิดปกติของร่างกาย และการบริจาค ในกรณีจำเป็นตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการบริจาคตามวรรคสองให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศ กำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

กรอบการดำเนินการตามกฎหมาย

กรอบการดำเนินการตามกฎหมาย



ประกาศ
ในราชกิจจานุเบกษา

วันที่ 10 ก.ค. 60



มีผลบังคับใช้
เมื่อ 60 วัน
หลังประกาศ

8 ก.ย. 60



สรรหากรรมการ
ผู้ทรงคุณวุฒิ
ภายใน 90 วัน
หลังบังคับใช้

7 ธ.ค 60



จัดทำประกาศ
กระทรวง
เพื่อประกอบ
การบังคับใช้
ภายใน 180 วัน

มี.ค. 61



ประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ต้องออกเพิ่มเติม (ในส่วนวิชาการ)

๑. หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและรายละเอียดการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก
๒. ช่องทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก
๓. หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้ประกอบการให้ข้อมูลแก่บุคลากรสาธารณสุข
๔. หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการรับทรัพย์สินตามธรรมเนียมจรรยาของบุคลากรสาธารณสุข
๕. หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการสนับสนุนการจัดประชุม อบรมหรือสัมมนาด้านวิชาการ
๖. หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการบริจาคอาหารสำหรับทารก

องค์ประกอบพนักงานเจ้าหน้าที่

๑. ข้าราชการในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข (ผู้บริหารระดับสูง)
๒. ข้าราชการในสังกัดกรมอามัย
๓. ข้าราชการในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
๔. ข้าราชการในสังกัดกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
๕. ข้าราชการในสังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค
(สสจ., สสอ., รพศ., รพช., รพ.สต.)
๖. ข้าราชการในสังกัดกรุงเทพมหานคร

แนวทางการรวบรวมรายงานและดำเนินคดี



ช่องทางการติดต่อกับกรมอนามัยส่วนกลาง

เบอร์โทรศัพท์ 02-590-4437

Email : milkcode.doh@gmail.com

Facebook and website: กรมอนามัย

ช่องทางในอนาคต : [Webpage พ.ร.บ. นมผง](#)

[Mobile Application](#)

แผนการดำเนินงานขับเคลื่อน
พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาด
อาหารสำหรับเด็กและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

ปี 2560 – 2561

การดำเนินงานในปีงบประมาณ 2560	ระยะเวลาดำเนินการ
▶ ลงพระปรมาภิไธย และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2560 (พระราชบัญญัติให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 60 วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป มีผลใช้บังคับวันที่ 8 กันยายน 2560)	เดือนกรกฎาคม 2560
▶ จัดประชุมคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก และเด็กเล็ก (คสทท.) ครั้งที่ 1/2560 (กรรมการโดยตำแหน่ง) เพื่อพิจารณาการสรรหากรรมการผู้ทรงคุณวุฒิและ การแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่	เดือนกันยายน 2560
▶ สรรหาและแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	เดือนตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2560
▶ ประชุม คสทท. ครั้งที่ 1/2561 พิจารณาร่างประกาศกระทรวงประกอบพระราชบัญญัติฯ	เดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม 2560

การดำเนินงานในปีงบประมาณ 2560	ระยะเวลาดำเนินการ
▶ การจัดประชาพิจารณ์รับฟังความคิดเห็นต่อร่างประกาศกระทรวง	เดือนธันวาคม 2560
▶ การประชุม คสทท. ครั้งที่ 2/2561 พิจารณาร่างประกาศหลังประชาพิจารณ์ และดำเนินการเสนอ รมว.สธ.ลงนาม	เดือนมีนาคม 2561
▶ กรรมการ คสทท. จัดทำคู่มือแนวทางการเฝ้าระวังตามพระราชบัญญัติ และแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ พร้อมทั้งเผยแพร่	เดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561
▶ กรมอนามัยจัดประชุมเพื่อชี้แจงสาระสำคัญ กำหนดพนักงานเจ้าหน้าที่ และชี้แจงระบบเฝ้าระวังและการบังคับใช้กฎหมาย ให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	เดือนมกราคม ถึงเดือนกันยายน 2561

กรมอนามัยและกระทรวงสาธารณสุข

- การบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด
 - ประสานความร่วมมือ กับราชวิทยาลัยฯ โรงเรียนแพทย์ พยาบาล นักวิชาการ สาธารณสุข ในการสนับสนุน ส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในหลักสูตร
 - การบูรณาการนโยบายการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ กับกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง : BFHI, มุมนมแม่ในสถานที่ทำงาน, ชุมชน, การลาคลอด 6 เดือน, มาตรการทางภาษีที่สนับสนุน.
 - การพัฒนาเด็กปฐมวัย คือการสร้างชาติ เป็นภารกิจของทุกคนทั้งภาค ราชการและเอกชน การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเด็กปฐมวัย
-

แพทย์และบุคลากรสาธารณสุข

- โดยเฉพาะสูตินรีแพทย์ กุมารแพทย์ พยาบาลห้องคลอด หลังคลอด คลินิกเด็กดี และเจ้าหน้าที่ใน รพ.สต.
 - สนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างจริงจัง
 - ใ้เฝ้าระวังการปฏิบัติตามกฎหมาย อย่างเคร่งครัด
 - ดำเนินการ โรงพยาบาลสายสัมพันธ์แม่ลูก or BFHI มีสนมแม่ในโรงพยาบาล ตำบลนมแม่ อสม. นมแม่ มุมนมแม่ในที่ทำงานทุกแห่ง
 - Kangaroo Mother Care (KMC) in premature babies
 - เป้าหมาย EBF 50 % ในปีนี้
-

ชุมชนและประชาชน

- ควรมีข้อมูลความรู้ literacy ในเรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่
 - การพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ผ่าน คกก. พัฒนาคุณภาพชีวิตระดับอำเภอ(พชอ.) : การสนับสนุนในชุมชน สถานที่ทำงานทุกแห่ง ตำบลนมแม่
 - ยกย่อง ให้เกียรติหญิงตั้งครรภ์ ดูแลเด็กทุกคนถือเป็นลูกหลานของชุมชน ที่ต้องช่วยกันดูแล
 - การสร้างสังคมแห่งการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างยั่งยืน
-

“ขอทวงคืน โอกาสของเด็กไทย
ที่จะได้รับการเลี้ยงดูด้วย “นมแม่”
โดยไม่มีอิทธิพลใดๆ มากกระทบ
ทั้งทางตรงและทางอ้อม”



ขอบคุณในความห่วงใย
เด็กไทย

Thank you for your attentions
