4

# พ.ร.บ. ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

## ชัยชนะเบื้องต้นของแม่และเด็กไทย

"พ.ร.บ. นมผง" บังคับใช้ อะไรต้องมี อะไรเปลี่ยนไป ... หลายคนอาจสงสัยว่า ตั้งแต่วันนี้ เราจะไม่ได้เห็นโฆษณานมผงทางสื่อต่างๆ แล้วใช่หรือไม่ รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคูปอง ส่วนลด รางวัล ตัวอย่างนมผง ภายในห้างสรรพสินค้าก็ไม่สามารถทำได้ใช่หรือไม่?

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) แนะนำให้เด็กทุกคนกินนมแม่อย่างเดียวถึงอายุ 6 เดือน และกินนมแม่ควบคู่กับอาหารตามวัยจนถึงอายุ 2 ปีหรือนานกว่านั้น[1] งานวิจัยและหลักฐานทางวิชาการทั่วโลกต่างยืนยันว่าการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่มีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพของแม่และลูกทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างมหาศาล เนื่องจากในนมแม่มีสารอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตและมีภูมิคุ้มกันโรค เด็กที่ได้กินนมแม่จึงเติบโตสมวัย ได้รับการปกป้องจากการติดเชื้อ โดยเฉพาะโรคท้องร่วงและปอดบวม ซึ่งเป็นโรคที่พบบ่อยและทำให้เด็กเสียชีวิตได้ ในระยะยาวเด็กที่ได้กินนมแม่ยังมีโอกาสเกิดโรคกลุ่ม NCDs เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน น้อยกว่าเด็กที่ไม่ได้กินนมแม่

รวมทั้งงานวิจัยบางชิ้นพบว่าเด็กที่กินนมแม่มีระดับสติปัญญาเฉลี่ยสูงกว่าเด็กที่ไม่ได้กินนมแม่ประมาณ 3 จุด ส่วนประโยชน์ต่อคุณแม่นั้น การให้ลูกกินนมตัวเองจะทำให้แม่ต้องใช้พลังงานเพิ่มขึ้นประมาณ 500 กิโลแคลอรีต่อวัน จึงช่วยให้แม่ลดน้ำหนักได้เร็วและลดโอกาสเกิดโรค NCDs ทั้งโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคมะเร็งรังไข่และมะเร็งเต้านม นอกจากนี้การให้นมลูกยังช่วยให้แม่ฟื้นตัวได้เร็วและลดโอกาสเกิดโรคซึมเศร้าหลังคลอดด้วย เหนือสิ่งอื่นใดในยุคสมัยนี้ การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายครัวเรือนในการซื้อนมผงและอุปกรณ์ ซึ่งคิดเป็นเกือบ 1 ใน 4 ส่วนของรายได้ครอบครัวต่อเดือนเลยทีเดียว[2]

เชื่อหรือไม่ว่า ทั้งที่การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่เป็นเรื่องธรรมชาติและเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ ประเทศไทยกลับอยู่ในกลุ่มประเทศที่เด็กได้กินนมแม่อย่างเดียวถึงอายุ 6 เดือนน้อยที่สุดในเอเชีย คือเพียงร้อยละ 5.4 จากข้อมูลการสำรวจสถานการณ์เด็กและสตรีในประเทศไทย ปี 2548[3] กระทรวงสาธารณสุข และภาคีเครือข่ายต่างๆ ร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุน การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างต่อเนื่องอาทิ โครงการโรงพยาบาลสายสัมพันธ์แม่ลูก โครงการโรงพยาบาลสายใยรักแห่งครอบครัว ที่สร้างความตระหนักและตื่นตัวในการช่วยให้แม่สามารถเริ่มต้นการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเต็มที่ตั้งแต่ในโรงพยาบาล จนส่งผลทำให้อัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียวของเด็กทารกอายุต่ำกว่า 6 เดือน เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12.3 ในปี 2555[4] และเป็นร้อยละ 23 ในปี 2558[5] แต่ก็นับว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เหตุผลที่ทำให้แม่ไทยไม่สามารถเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ได้มีหลายปัจจัย ยกตัวอย่างเช่น แม่ต้องกลับไปทำงานก่อน 6 เดือน แม่ขาดความรู้ความเชื่อมั่นว่าตัวเองมีน้ำนมเพียงพอ และแม่มีความเข้าใจผิดคิดว่านมแม่มีประโยชน์น้อย หรือนมผงมีคุณค่าเทียบเท่านมแม่ เป็นต้น

ข้อมูลงานวิจัยพบว่า อิทธิพลของการส่งเสริมการตลาดผ่านการโฆษณาของบริษัทนมผสมนั้นมีผลต่อการตัดสินใจของแม่และครอบครัวในการเลือกใช้อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กทดแทนนมแม่ และอาจมีความสัมพันธ์กับการที่แม่เชื่อว่าน้ำนมแม่มีสารอาหารไม่เพียงพอ หรือเชื่อว่านมผสมดีเทียบเท่ากับนมแม่[6] ไม่ใช่แค่ประเทศไทยแต่นานาประเทศทั่วโลกต่างประสบกับปัญหานี้เช่นกัน และนับวันการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดของนมผงจะเพิ่มความเข้มข้นและเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปในทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้น ประเทศไทยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวางมาตรการและกลยุทธ์เพื่อให้เด็กไม่ได้รับผลทางลบจากอิทธิพลการโฆษณาและส่งเสริมการตลาดของนมผสมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งที่ผ่านมาหน่วยงานของภาครัฐได้พยายามขอความร่วมมือจากภาคธุรกิจในการทำโฆษณาและส่งเสริมการตลาดตามแนวทางที่กำหนด แต่เนื่องจากไม่มีบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน ทำให้การโฆษณาและส่งเสริมการตลาดของนมผงรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นเครื่องมือที่น่าจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดในขณะนี้ ก็คือการออกกฎหมายเพื่อควบคุมแนวทางการโฆษณาและส่งเสริมการตลาดนั่นเอง

## 36 ปี กว่าประเทศไทยจะมี พ.ร.บ. นมผง

การผลักดัน **“พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560”** หรือเรียกสั้นๆ ว่า พ.ร.บ. นมผงของประเทศไทย เริ่มต้นในปี 2524 นับตั้งแต่ประเทศไทยรับมติขององค์การอนามัยโลกเรื่องหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทดแทนนมแม่ International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes ซึ่งต่อไปจะเรียกง่ายๆ ว่า Milk Code ในเวทีการประชุมสมัชชาอนามัยโลก ครั้งที่ 34 WHA 34.22 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2524 จากนั้นประเทศไทยได้ผลักดันให้เกิดการประกาศใช้ Code ในประเทศเริ่มตั้งแต่ปี 2527 โดยประกาศเป็นหลักเกณฑ์ขอความร่วมมือภาคธุรกิจแบบสมัครใจ ต่อมาในปี 2538 มีการปรับปรุงเนื้อหาสาระของหลักเกณฑ์ฯ ในเชิงปฏิบัติแต่การประกาศใช้หลักเกณฑ์ดังกล่าวยังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากไม่มีบทลงโทษ กลุ่มอุตสาหกรรมนมผสมยังคงทำการส่งเสริมการตลาดที่ละเมิดหลักเกณฑ์ และรุกหนักขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเข้าถึงแม่หญิงตั้งครรภ์ และบุคลากรสาธารณสุข ปัญหาการส่งเสริมการตลาดที่ขาดจริยธรรม และการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการรับรู้ของแม่และครอบครัวที่ไม่เหมาะสมในวงกว้าง เกิดเป็นมายาคติว่านมผสมดีเทียบเท่าหรือดีกว่านมแม่ มายาคติดังกล่าวเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้อัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียวตั้งแต่แรกเกิดถึง 6 เดือนของไทยอยู่ที่ร้อยละ 5.4 ในปี 2548 ซึ่งถือว่าต่ำสุดในภูมิภาคเอเชีย

ภาพ : www.freepik.com

ในปี 2551 ประเทศไทยโดยกระทรวงสาธารณสุขได้ผลักดันให้เกิดการควบคุมการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กที่จริงจังขึ้น โดยการออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข “หลักเกณฑ์ว่าด้วยการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. 2551” แต่เนื่องจากประกาศกระทรวงฉบับนี้ยังคงเป็นมาตรการสมัครใจที่ไม่มีบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน จึงพบว่า ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจำนวนมากยังคงทำการส่งเสริมการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็กอย่างไม่เหมาะสม

ต่อมาในปี 2553 ที่ประชุมสมัชชาอนามัยโลก WHA 63.23 มีมติให้ทุกประเทศผลักดันมาตรการการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กตามหลักการของ The International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes ให้เป็นกฎหมาย กรมอนามัย มูลนิธิศูนย์นมแม่แห่งประเทศไทยและเครือข่ายจึงขับเคลื่อนโดยการนำมติดังกล่าวเข้าสู่เวทีสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ซึ่งที่ประชุมได้มีมติในปี 2553 ให้เสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อเห็นชอบให้กระทรวงสาธารณสุขผลักดันร่างกฎหมายเพื่อควบคุมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อเมษายน 2554 ได้มีมติรับรองตามมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ มอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุขมีหน้าที่ดำเนินการผลักดันกฎหมายดังกล่าวให้สำเร็จ

กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมอนามัยร่วมกับมูลนิธิศูนย์นมแม่แห่งประเทศไทย คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ องค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจึงร่วมกันพัฒนาร่างพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ไม่ได้รับการบรรจุเข้าเป็นร่างกฎหมายของกระทรวงสาธารณสุข จนกระทั่งในปี 2557 ศ.นพ. รัชตะ รัชตะนาวิน เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข จึงได้บรรจุเรื่องนี้เป็นนโยบายของกระทรวงฯ ผลักดันให้เป็นกฎหมายสำคัญลำดับต้นๆ และได้รับการสานต่อในการผลักดันร่างกฎหมายเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรีในสมัย ศ.คลินิกเกียรติคุณ นพ.ปิยะสกล สกลสัตยาทร เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

ภาพ : https://today.line.me

จน พ.ร.บ. นมผงได้รับความเห็นชอบในหลักการจากคณะรัฐมนตรี ในสมัยนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558

แม้ว่าการผลักดันร่างกฎหมายดังกล่าวเป็นไปอย่างยากลำบากท่ามกลางการคัดค้านต่อต้านจากธุรกิจนมผง โดยประเด็นที่มีการโต้เถียงและคัดค้านกันมากที่สุดคือขอบเขตการควบคุมของกฎหมายฉบับนี้ ว่าจะควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับใครบ้าง จะรวมตั้งแต่ทารกจนถึงเด็กเล็ก คือ 3 ปี หรือจะควบคุมเฉพาะอาหารสำหรับทารกเพียงแค่อายุ 1 ปี แต่ท้ายที่สุด สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้หาทางออกเป็นทางสายกลางสำหรับกฎหมายฉบับนี้ และพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 จึงได้รับความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวันที่ 4 เมษายน 2560 และได้รับการประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 134 ตอนที่ 72 ก เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2560[7] และมีผลใช้บังคับภายใน 60 วัน ตรงกับวันที่ 8 กันยายน 2560 ถือเป็นความสำเร็จในรอบ 36 ปี ที่ประเทศไทยรอคอยการปกป้องเด็กให้ได้กินนมแม่อย่างเต็มที่

## พ.ร.บ. นมผง มีเนื้อหาสาระอย่างไร

**กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ** คือ เพื่อควบคุมการส่งเสริมการตลาดของอาหารทารกและเด็กเล็กให้เป็นไปอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับมาตรฐานสากลที่กำหนดโดยองค์การอนามัยโลก และเพื่อปกป้องสิทธิและสุขภาพของทารกและเด็กเล็กให้ได้รับอาหารที่ดีที่สุด และสร้างความมั่นใจว่าหากมีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์อาหารทารกและเด็กเล็ก แม่และครอบครัวจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

ภาพ : https://news.thaipbs.or.th/infographic/102#&gid=1&pid=1

**ผลิตภัณฑ์ 3 ประเภทที่ถูกควบคุมภายใต้ พ.ร.บ. นี้**

1. อาหารสำหรับทารก อายุ แรกเกิดถึง 12 เดือน (นมผสมสำหรับทารก)
2. อาหารเสริมสำหรับทารก (อาหารเสริมที่ระบุให้ใช้ในเด็กอายุตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป)
3. อาหารสำหรับเด็กเล็ก อายุ 1-3 ปี ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

**จุดเน้นของกฎหมาย :** มุ่งเน้นการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กผ่านการลด แลก แจก แถม และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการอื่น รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการ และการให้ข้อมูลอาหาร

ภาพ : http://chefspantry.com.au/product/skim-milk-powder-tatura-25kg

## คำถามคาใจที่คนมักสงสัยเกี่ยวกับ พ.ร.บ. นมผง

**ถ้าห้ามการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดมากขนาดนี้ แม่และครอบครัวจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนมผงได้อย่างไร ปิดกั้นการได้รับข้อมูลมากไปหรือไม่**

**ตอบ** ทุกวันนี้ข้อมูลจากการโฆษณาได้ให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับเด็กที่ต้องกินนมผงหรือไม่ เช่น ควรเลือกนมผงที่เหมาะกับลูกอย่างไร ต้องเก็บนมผงอย่างไรให้สะอาดและปลอดภัยจากเชื้อโรค ต้องชงนมอย่างไร ใช้น้ำอุณหภูมิเท่าไร นมที่ชงแล้วจะนำมาใช้ต่อได้หรือไม่ อุปกรณ์ที่ใช้เก็บและชงนมผสมจำเป็นต้องทำความสะอาดอย่างไร ตามเจตนารมย์ของกฎหมาย แม่และครอบครัวควรจะได้รับข้อมูลที่จำเป็นและถูกต้อง ซึ่งที่ผ่านมาการโฆษณาและส่งเสริมการตลาดไม่ได้ให้ข้อมูลเหล่านี้ แต่เป็นการให้ข้อมูลเพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้า ผ่านการออกแบบสื่อให้จดจำสารอาหารและคุณประโยชน์จากการใช้นมผสมเหล่านั้น กฎหมายฉบับนี้จึงควบคุมไม่ให้การโฆษณาและส่งเสริมการตลาดจูงใจให้เกิดความเชื่อว่านมผสมนั้นน่าใช้และดีกว่านมแม่ อีกทั้งต้องการ

ให้แม่และครอบครัวได้รับข้อมูลจากบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข แทนการได้รับข้อมูลจากบริษัทนมผงเพราะบุคลากรทางการแพทย์มีความรู้และตัดสินใจได้ว่า ข้อมูลใดแม่และครอบครัวจำเป็นต้องรู้ และไม่มีผลประโยชน์แอบแฝงในการให้ข้อมูลต่างๆ

**แม่และครอบครัวที่จำเป็นต้องใช้นมผงมีจำนวนมาก จะหาซื้อนมผงได้ยากกว่าเดิมหรือไม่**

**ตอบ** กฎหมายไม่ได้ห้ามการขายนมผง ไม่จำกัดสถานที่และผู้ขาย เด็กที่จำเป็นต้องใช้นมผงจริงๆ สามารถหาซื้อได้ตามปกติ ใช้ได้ตามปกติ ที่สำคัญกฎหมายไม่ได้บังคับว่าเด็กทุกคนต้องกินนมแม่ถึง 3 ปี แต่เน้นปกป้องแม่และครอบครัวให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องปราศจากอิทธิพลของการโฆษณาส่งเสริมการตลาด จนทำให้เด็กเสียโอกาสที่จะได้กินนมแม่

**การให้ข้อมูลเกี่ยวกับนมผงของบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ จะถือเป็นการโฆษณาส่งเสริมการตลาดหรือไม่**

**ตอบ** การให้ข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลที่เป็นจริงของบุคลากรทางการแพทย์ ไม่ถือว่าเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอยู่แล้ว จึงสามารถให้ข้อมูลความรู้ได้เช่นเดิม ไม่ได้ห้าม และถือเป็นหน้าที่ที่บุคลากรทางการแพทย์ต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในกรณีเด็กที่จำเป็นต้องให้นมผงแทนนมแม่ยังทำได้ตามปกติ แต่ต้องไม่ใช่การโฆษณา โน้มน้าวชักจูงให้ซื้อ หรือแนะนำยี่ห้อนม

> **“นี่ (พ.ร.บ. นมผง) คือชัยชนะที่ยิ่งใหญ่ของพ่อแม่ บุคลากรทางการสาธารสุข และสังคมโดยรวม ที่ได้ต่อสู้มายาวนานหลายสิบปี เพื่อปกป้องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในประเทศ ถือเป็นวิธีที่สำคัญที่สุดวิธีหนึ่งในการช่วยให้เด็กมีสุขภาพแข็งแรง”**
>
> • มร. โธมัส ดาริน
> ผู้แทนองค์การยูนิเซฟประเทศไทย

## บทส่งท้าย

ประเทศไทยนับว่าดำเนินการล่าช้าในการใช้เครื่องมือทางกฎหมายในการปกป้องคุ้มครองไม่ให้เด็กไทยเสียโอกาสที่จะได้กินนมแม่ ดังนั้นในวันนี้เมื่อการผลักดันกฎหมายสำเร็จแล้ว จึงเป็นหน้าที่ของกระทรวงสาธารณสุขในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่ต้องวางแนวทางการขับเคลื่อนและบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ และเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาคประชาสังคมและประชาชนทุกคน ที่จะต้องช่วยจับตามองและสอดส่องดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิทักษ์สิทธิของเด็กทุกคนให้ได้กินนมแม่อย่างเต็มที่ ปราศจากการแทรกแซงของการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กที่ไร้จริยธรรม

ขณะนี้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กคณะหนึ่งตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีปลัดกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธาน และมีอธิบดีกรมอนามัยเป็นเลขานุการ โดยคณะกรรมการชุดนี้จะเป็นผู้วางแผนยุทธศาสตร์ มาตรการ และแนวทางในการบังคับใช้และขับเคลื่อนกลไกต่างๆ เพื่อให้กฎหมายฉบับนี้มีการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกรมอนามัยจะทำหน้าที่เป็นเลขานุการในการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ อย่างไรก็ตามการที่ประเทศไทยมี พ.ร.บ. นมผง อาจยังไม่สามารถปิดช่องว่างต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของแม่ไทยให้ได้ตามเป้าหมาย ทุกภาคส่วนคงต้องร่วมมือกันผลักดันนโยบายสาธารณะอื่นๆ การพัฒนาระบบบริการสุขภาพที่เข้าถึงได้ง่ายและตอบโจทย์ของแม่ที่ต้องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ รวมทั้งการสร้างทัศนคติและค่านิยมที่ถูกต้องต่อการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในระยะยาวด้วย เพื่อให้เด็กทุกคนไม่เสียโอกาสที่จะได้เริ่มต้นชีวิตด้วยสิ่งที่ดีที่สุดและเป็นสิ่งที่เด็กทุกคนควรได้รับตามธรรมชาตินั่นคือการได้กินนมแม่ของตัวเอง

ภาพ : www.netmums.com/baby/baby-formula-guide