

ข่าวสารด้านการเกษตรสหภาพยุโรป

สถานการณ์ | กฎระเบียบ | แนวโน้มในตลาดอาหารและสินค้าเกษตรยุโรป

ข้อกำหนดจรรยาบรรณสหภาพยุโรปว่าด้วยการดำเนินธุรกิจอาหาร และแนวทางปฏิบัติด้านการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ



คณะกรรมการการยุโรปประกาศใช้ “ข้อกำหนดจรรยาบรรณสหภาพยุโรป ว่าด้วยการดำเนินธุรกิจอาหารและแนวทางปฏิบัติด้านการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ หรือ EU code of Conduct on Responsible Food Business and Marketing Practices” ตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม 2564 ที่ผ่านมา

ปัจจุบันมีตัวแทนจากฝ่ายผู้ผลิต ผู้ประกอบการอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และสมาคมที่เกี่ยวข้องร่วมลงนามให้คำมั่นสัญญาว่าจะยึดถือหลักจรรยาบรรณดังกล่าวรวม 65 รายชื่อ ได้แก่ ผู้ผลิตอาหาร-เครื่องดื่มในยุโรป 26 บริษัท ธุรกิจค้าปลีก 14 กิจการ สมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 24 สมาคมและธุรกิจให้บริการอาหาร 1 ราย เช่น บริษัท Danone, Nestlé, PepsiCo, Unilever, Ferraro, กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรในยุโรป COPA COGECA, สมาคมพืชผักสดของสหภาพยุโรป Freshfel, ซูเปอร์มาร์เก็ต Delhaize, Carrefour, Colruyt Group, ธุรกิจให้บริการอาหาร sodexo **วัตถุประสงค์ของ EU Code of Conduct**

EU Code of Conduct เป็นแนวทางการดำเนินการร่วมกันเพื่อเปลี่ยนไปสู่ระบบอาหารที่ยั่งยืน (sustainable food systems) โดยมุ่งเชิญชวนธุรกิจทุกขนาดที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การค้า การแปรรูป การประชาสัมพันธ์ การกระจายและให้บริการอาหาร ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ในระบบอาหาร ให้เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้นั้นคือ “ระบบอาหารยุโรป ที่ยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ” ซึ่งนอกจากสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ Farm to Fork และ EU Green Deal ยังสนับสนุนแผนการต่อสู้มะเร็งของยุโรป (Europe’s Beating Cancer Plan) เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร สหประชาชาติ (UN SDGs) และข้อตกลงปารีส (Paris Agreement)

จุดมุ่งหมาย และเป้าหมายของ EU Code of Conduct

(1) สนับสนุนการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ สมดุลและยั่งยืน

เป้าหมาย : มุ่งพัฒนารูปแบบการบริโภคอาหารที่ดีขึ้น สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารที่ดีต่อสุขภาพและยั่งยืนได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาทุโภชนาการ โรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่สัมพันธ์กับการบริโภคอาหาร และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แนวทางปฏิบัติเพื่อสนับสนุนการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ สมดุล และยั่งยืน เช่น ส่งเสริมการรับประทานผักผลไม้เพิ่มขึ้น จัดหาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืน พัฒนาการประกอบในอาหารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการเพิ่มขึ้น ปริมาณของอาหารให้เหมาะสม ให้ข้อมูลที่โปร่งใสแก่ผู้บริโภค การโฆษณาอย่างมีความรับผิดชอบ

(2) หลีกเลี่ยง ลดการสูญเสียและลดขยะอาหาร

เป้าหมาย : ลดปริมาณขยะอาหารลงร้อยละ 50 ในระดับร้านค้าปลีกและผู้บริโภคภายในปี 2573 ลดการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิตและตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร

แนวทางปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงและลดขยะอาหาร เช่น พัฒนาการจัดการอาหารในครัวเรือนให้ดีขึ้น (อาทิ ซื้อในปริมาณที่เหมาะสม สร้างความตระหนักแก่ผู้บริโภคในการหลีกเลี่ยง/ลดการสร้างขยะอาหาร ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค) ลดการสูญเสีย/ลดขยะอาหารให้เหลือน้อยที่สุด (อาทิ ส่งเสริมใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า จัดสรรอาหารส่วนเกินไปยังกลุ่มผู้ต้องการ หลีกเลี่ยงการสร้างขยะและสารที่เป็นอันตราย นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจชีวภาพมาใช้ เสริมสร้างความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดการสูญเสียและการทิ้งอาหารโดยไม่จำเป็น)

(3) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงเหลือศูนย์ภายในปี 2593

เป้าหมาย : ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมอาหารเข้ามามีส่วนร่วมในเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 55 ภายในปี 2573 และลดเหลือศูนย์ภายในปี 2593 ตามที่กฎหมายสภาพภูมิอากาศและ EU Green Deal ตั้งไว้

แนวทางปฏิบัติเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกจากอุตสาหกรรมอาหาร เช่น ลดการใช้พลังงาน การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน พัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ ยึดหลักเศรษฐกิจชีวภาพหมุนเวียนที่ยั่งยืน

(4) การหมุนเวียนและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย : ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร-เครื่องดื่มที่ยั่งยืน

แนวทางปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการหมุนเวียนและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและน้ำ พัฒนาประสิทธิภาพวัสดุที่นำมาผลิตบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงการนำกลับมาใช้ใหม่ (re-use) และบรรจุซ้ำ (re-fill) เพิ่มสัดส่วนวัสดุรีไซเคิลในบรรจุภัณฑ์อาหาร เพิ่มการจัดเก็บขยะบรรจุภัณฑ์ สนับสนุนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ผู้บริโภคลดขยะบรรจุภัณฑ์และรู้วิธีกำจัดที่ถูกต้อง

(5) การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและครอบคลุม การจ้างงานและมิงานที่ดีสำหรับทุกคน

เป้าหมาย : เสริมสร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานภายในปี 2573 สนับสนุนงานที่มีคุณภาพ เสริมสร้างทักษะในการทำงาน และมีสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย

แนวทางปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และมีการจ้างงานที่ดี เช่น ขับเคลื่อนแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืน สนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมเกี่ยวกับอาหารยั่งยืน สนับสนุนการลงทุนที่เสริมคุณค่าความยั่งยืนระยะยาว จัดฝึกอบรม พัฒนาหรือปรับปรุงทักษะของแรงงาน สร้างความปลอดภัย เพิ่มความหลากหลายเท่าเทียมในที่ทำงาน

(6) ส่งเสริมความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานผ่านความร่วมมือ

เป้าหมาย : เสริมสร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการแข่งขันตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารภายในปี 2573 สนับสนุนการผลิตอย่างยั่งยืน และส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์

แนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เช่น เพิ่มความแข็งแกร่งของความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน กระตุ้นการผลิตอย่างยั่งยืน คำนึงถึงสภาพภูมิอากาศ ความหลากหลายชีวภาพ การหมุนเวียนและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ สวัสดิภาพสัตว์ สุขภาพคนและสัตว์ การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ใช้สารปราบศัตรูพืชและปุ๋ยอย่างยั่งยืน

(7) การจัดหาวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : ห่วงโซ่อุปทานสินค้าจะต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำลายป่า ไม่ทำให้ป่าเสื่อมโทรม ไม่ทำลายแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของพืชและสัตว์ การอนุรักษ์และปกป้องระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม

แนวทางปฏิบัติเพื่อการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน เช่น สนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบจากภายในและภายนอกยุโรปอย่างยั่งยืน รับรองความยั่งยืนของอาหารโดยใช้ข้อมูลวิทยาศาสตร์ มีส่วนร่วมในแนวทางหรือกลยุทธ์เพื่ออนุรักษ์แหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของพืช/สัตว์ เพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพและลดผลกระทบต่ออากาศ น้ำ ดินและป่าไม้ สนับสนุนห่วงโซ่อุปทานอาหารที่ไม่ทำลายป่า การใช้ที่ดินอย่างยั่งยืน ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมสภาพการทำงานที่เหมาะสม มีสุขอนามัยและความปลอดภัยในอาชีพ

หลักจรรยาบรรณว่าด้วยการดำเนินธุรกิจอาหารและแนวทางปฏิบัติด้านการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ (EU Code of Conduct) เป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติการภายใต้กลยุทธ์ Farm to Fork มีจุดมุ่งหมายและเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง วัตถุประสงค์ ทำได้จริงและมีกรอบเวลา เพื่อเป็นแนวทางให้ภาคเอกชนนำไปปรับใช้ด้วยความสมัครใจ (voluntary basis) ซึ่งจะช่วยส่งเสริมทางเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารของยุโรปตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำให้มีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ

สำหรับภาคธุรกิจและสมาคมที่ร่วมลงนามใน EU Code of Conduct มีหน้าที่ต้องจัดทำสรุปรายงานความยั่งยืน (sustainability report) เป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดเผยความคืบหน้าในการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และโปร่งใส ในอนาคตสหภาพยุโรปมุ่งหวังให้มีบริษัทและองค์กรที่เกี่ยวข้องนำแนวทางภายใต้ EU Code of Conduct ไปปฏิบัติมากขึ้น รวมทั้งจะนำเสนอหลักจรรยาบรรณฯ นี้ต่อที่ประชุมสุดยอดผู้นำระบบอาหารโลก (UN Food Systems Summit 2021) ที่จะจัดขึ้นในเดือนกันยายน 2564 เพื่อผลักดันไปสู่การปฏิรูประบบอาหารโลก

นัยยะต่อประเทศไทย

การผลิตอาหาร-สินค้าเกษตรที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เป็นกระแสหลักของตลาดสหภาพยุโรปในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะภายหลังการประกาศ แผนปฏิรูปเศรษฐกิจ European Green Deal เมื่อเดือนธันวาคม 2562 ซึ่งนอกจากมีเป้าหมาย มุ่งให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสหภาพยุโรปลดลงเหลือศูนย์ภายในปี 2593 แล้ว ยังตั้งเป้าหมายส่งเสริมให้ประชากรยุโรปมีคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีขึ้น ผ่านการนำเสนอ อาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพในราคาที่เหมาะสม ปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นทั้งทาง อากาศ น้ำและดิน ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมการใช้ พลังงานสะอาด ยึดหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจชีวภาพเพื่อให้การใช้ทรัพยากรคุ้มค่าและเกิด ประโยชน์สูงสุด

EU Code of Conduct เป็นสัญญาฉบับหนึ่งที่ผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีก บริษัท เอกชนขนาดใหญ่และสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวนมากในสหภาพยุโรปให้ความ ร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบอาหารที่ยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลให้รูปแบบการผลิต การค้า การขนส่ง การโฆษณา ตลอดจนการบริโภคอาหารเปลี่ยนไป เช่น โรงงานอาหาร อาจเรียกร้องให้วัตถุดิบต้องมาจากแหล่งที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน ไม่มีส่วนร่วม บุกรุกหรือทำลายป่า การปรับปรุงสูตรอาหารโดยลดน้ำตาล เกลือหรือไขมันเพื่อให้ดีต่อ สุขภาพมากขึ้น ใช้โปรตีนจากพืชที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเนื้อสัตว์ การผลิตอาหารที่ใช้น้ำและพลังงานน้อยลง ใช้บรรจุภัณฑ์อาหาร ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรีไซเคิลได้ ลดขยะอาหาร ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก ส่วนผู้บริโภคอาจเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากระดับ การปล่อยก๊าซคาร์บอน (carbon footprint) ฉลากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (eco-label) และฉลากโภชนาการ (nutri-score) ฯลฯ

ดังนั้น ผู้ประกอบส่งออกอาหาร-สินค้าเกษตรไทยไปตลาดสหภาพยุโรปมีโอกาสเผชิญอุปสรรคการค้าจากมาตรฐานความยั่งยืนภาคเอกชน ที่เพิ่มมากขึ้น จึงต้องเตรียมพร้อมปรับตัว โดยการผลิตไม่เพียงคำนึงต้นทุน คุณภาพ ความปลอดภัยอาหารหรือสอดคล้องกับกฎระเบียบเท่านั้น แต่ผู้นำเข้าและผู้บริโภคในยุโรปอาจเรียกร้องให้กระบวนการผลิตอาหาร-สินค้าเกษตรต้องใส่ใจในเรื่องสุขภาพ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สภาพภูมิอากาศ และความหลากหลายทางชีวภาพ คำนึงถึงรายได้เกษตรกร คุณภาพชีวิตแรงงาน ตลอดจนการส่งเสริม สวัสดิภาพสัตว์ หรือ อีกนัยหนึ่ง คือ ผู้ประกอบการไทยต้องยึดหลักแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ มีจรรยาบรรณ มีความเสมอภาคและเป็นธรรมต่อ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท รวมทั้งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม



เอกสารอ้างอิง :

- EC Press release เรื่อง “Farm to Fork Strategy : 65 companies and associations sign the EU code of Conduct on Responsible Food Business and Marketing Practices” วันที่ 5 กรกฎาคม 2563 จากเว็บไซต์ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3385
- “EU code of Conduct on Responsible Food Business and Marketing Practices : A common aspirational path towards sustainable food systems” จากเว็บไซต์ https://ec.europa.eu/food/system/files/2021-06/f2f_sfpd_coc_final_en.pdf