สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำสหภาพยุโรป ฉบับที่ 36/2563

ข่าวสารด้านการเกษตรสหภาพยุโรป

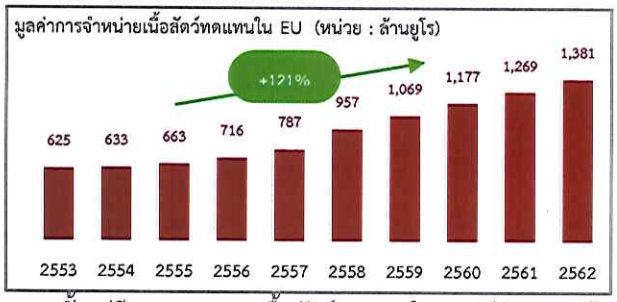
สถานการณ์ | กฎระเบียบ | แนวโน้มในตลาดอาหารและสินค้าเกษตรยุโรป

ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนจากพืชในสหภาพยุโรป

ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนจากพืชในสหภาพยุโรป

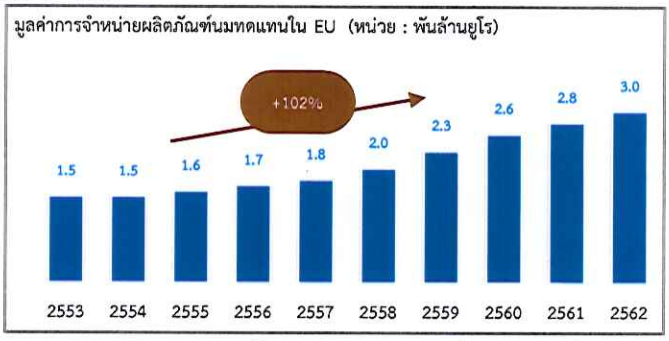
จากรายงาน *"Plant-based meat and dairy alternative in the EU"* โดยบริษัท ING Research ซึ่งได้ทำการศึกษาตลาดเนื้อสัตว์ทดแทนและผลิตภัณฑ์นมทดแทนในสหภาพยุโรป (EU) พบว่า

- <u>ตลาดเนื้อสัตว์ทดแทน (meat substitutes)</u> ในปี 2562 EU มียอดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวรวม 1.4 พันล้านยูโร หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับมูลค่าจำหน่ายเนื้อสัตว์ทั่วไป และมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10/ปี ในช่วงระหว่างปี 2553 - 2562



ตั้งแต่ปี 2556 ตลาดเนื้อสัตว์ทดแทนใน EU มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลมาจากกระแสผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก และมีความต้องการที่จะลองอาหารใหม่ที่ใช้เนื้อสัตว์ทดแทน อาทิ สเต็ก แฮมเบอร์เกอร์ หรือไส้กรอกที่ใช้โปรตีนจากพืช โดยในปี 2562 สหราชอาณาจักร (UK) เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในสหภาพยุโรป ซึ่งมียอดการจำหน่ายอาหารที่ใช้เนื้อสัตว์ทดแทน ประมาณ 440 ล้านยูโร รองลงมา คือ เยอรมนี อิตาลี เนเธอร์แลนด์ และฝรั่งเศส ซึ่งมียอดจำหน่ายเกินกว่า 100 ล้านยูโร/ประเทศ ในขณะที่กลุ่มนอร์ดิก (นอร์เวย์ สวีเดน ไอซ์แลนด์ ฟินแลนด์ และเดนมาร์ก) กลุ่มประเทศเบเนลักซ์ (เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และลักเซมเบิร์ก) และสหราชอาณาจักรมีอัตราการบริโภคเนื้อสัตว์ทดแทนต่อคนสูงสุดในสหภาพยุโรป

- <u>ตลาดผลิตภัณฑ์นมทดแทน (dairy alternatives)</u> ในปี 2562 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมใน EU มีมูลค่ารวม 115 พันล้านยูโร ส่วนผลิตภัณฑ์นมทดแทนที่ใช้โปรตีนจากพืชมียอดจำหน่ายประมาณ 3 พันล้านยูโร หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับมูลค่าจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมทั้งหมด และมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8/ปี ในช่วงระหว่างปี 2553 - 2562



ผลิตภัณฑ์นมทดแทนที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ นมถั่วเหลือง ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับยอดการจำหน่ายนมทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2555 สหภาพยุโรปมีการนำพืชชนิดอื่น ๆ มาผลิตเป็นเครื่องดื่มหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ อัลมอน ข้าวโอ๊ต ข้าวโพด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์นมทดแทนประเภทอื่น ๆ ที่ใช้โปรตีนจากพืช อาทิ เนยแข็ง โยเกิร์ต และไอศครีม มีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดในระบบต่ำ เนื่องจากขั้นตอนการแปรรูปมีความซับซ้อน อีกทั้งรสชาติ เนื้อสัมผัสหรือคุณลักษณะบางอย่างยากที่จะเลียนแบบให้เหมือนกับผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากนมได้ ทั้งนี้ ฝรั่งเศสและสเปนเป็นตลาดผลิตภัณฑ์นมทดแทนที่ใหญ่ที่สุดใน EU หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมทั้งหมด ตลาดที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ เบลเยียม (ร้อยละ 14) โปรตุเกส (ร้อยละ 12) และเนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 12) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของตลาดอาหารโปรตีนจากพืช

1. จิตสำนึกด้านจริยธรรมและสุขภาพ

ผู้บริโภคยุโรปให้ความสำคัญต่อสุขภาพและการผลิตอาหารอย่างยั่งยืน ทำให้ตลาดอาหารโปรตีนจากพืชไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้บริโภควีแกน (vegan) หรือมังสวิรัติ (vegentarian) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์นม และหันไปบริโภคโปรตีนจากพืชเพิ่มขึ้น หรือที่เรียกว่า "มังสวิรัติแบบยืดหยุ่น (Flexitarian)"

2. ความหลากหลายของรสชาติและส่วนประกอบ

ตลาดอาหารโปรตีนจากพืชเติบโตกว่า 2 เท่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ผลิตพยายามพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มจากพืชใหม่ ๆ ที่ให้คุณค่าทางโภชนาการและโปรตีนสูงขึ้น อาทิ เครื่องดื่มจากข้าว ข้าวโอ๊ต มะพร้าว เนื้อสัตว์เทียมทำจากถั่วหมัก (tempeh) ถั่ว (pea) หรือโปรตีนจากข้าวสาลี (seitan) เพื่อให้มีสินค้าออกสู่ตลาดอย่างหลากหลาย เพิ่มความน่าสนใจ และมีประโยชน์ต่อสุขภาพยิ่งขึ้น

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

นวัตกรรมได้ส่งเสริมให้มีผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจากพืชออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นทั้งในรูปแบบแช่เย็น แช่แข็ง หรือเก็บได้ในอุณหภูมิห้อง รวมทั้งยังสามารถพัฒนารสชาติ และปรับปรุงสูตรอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

4. สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของเอกชน (private label)

ซุปเปอร์มาร์เก็ตเล็งเห็นโอกาสการเติบโตของตลาด จึงเพิ่มพื้นที่วางจำหน่ายอาหารโปรตีนจากพืช และพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของเอกชน อาทิ ห้าง Tesco จำหน่ายอาหารปลอดเนื้อสัตว์ภายใต้ชื่อ Wicked Kitchen

5. บริษัทผู้ผลิตอาหารข้ามชาติ

บริษัทผู้ผลิตอาหารข้ามชาติรายใหญ่ได้เพิ่มไลน์ผลิตอาหารที่ใช้โปรตีนจากพืช หรือใช้วิธีควบรวมกิจการกับบริษัทอื่น ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตอาหารโปรตีนจากพืช เพื่อรองรับความต้องการของตลาด อาทิ บริษัท Nestlé พัฒนาเบอร์เกอร์เนื้อเทียมที่ทำจากถั่วเหลืองภายใต้ชื่อ Garden Gourmet Incredible Burger หรือบริษัท Unilever ร่วมกับ The Vegetarian Butcher ซึ่งเป็นบริษัทผลิตเนื้อเทียมรายใหญ่ ได้ผลิตและจำหน่ายอาหารทดแทนเนื้อสัตว์

6. กลยุทธ์การค้าแบบส่งตรงถึงมือผู้บริโภค (Direct to consumer)

ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ (startup) ใช้กลยุทธ์แบบ D2C โดยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ปรับรูปแบบการตลาดหรือสินค้าให้มีความเหมาะสมกับลูกค้าเฉพาะราย และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงผ่านการจำหน่ายออนไลน์ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น มีต้นทุนลดลง และกำไรสูงขึ้น อาทิ บริษัท Allplants ใน UK ที่จำหน่ายอาหารมังสวิรัติแบบส่งตรงถึงบ้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของตลาด

- **ราคา :** ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจากพืชมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ใช้เนื้อสัตว์หรือนม อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จำนวนผู้ประกอบการ และการควบรวมกิจการจะทำให้มีสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดมากยิ่งขึ้นและมีต้นทุนต่ำลง ทำให้ราคาอาหารโปรตีนจากพืชสามารถแข่งขันได้กับราคาอาหารทั่วไป ซึ่งอาจต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี

- **รสชาติและประโยชน์ที่ได้รับ :** ผู้บริโภคจำนวนมากยังไม่มั่นใจในรสชาติ เนื้อสัมผัส หรือคุณค่าทางโภชนาการจากอาหารโปรตีนจากพืช อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารจะช่วยพัฒนาคุณสมบัติของโปรตีนจากพืชให้ดียิ่งขึ้น อาทิ มีความยืดหยุ่น มีเนื้อเยื่อและความชุ่มชื้นเสมือนเนื้อสัตว์ อีกทั้งการแปรรูป การปรุงแต่งรส สีหรือกลิ่น และการเติมวิตามินจะช่วยให้อาหารโปรตีนจากพืชสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

- **ความพร้อมในการจำหน่ายสินค้า :** การขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภควีแกน มังสวิรัติ และ flexitarian จะทำให้ผู้ผลิตพัฒนาอาหารโปรตีนจากพืชใหม่ ๆ ที่มีรูปแบบหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพิ่มการลงทุน และขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า ซึ่งจะทำให้ของอาหารโปรตีนจากพืชสามารถหาซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้นในอนาคต

กฎระเบียบและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบัน EU ยังไม่มีกฎระเบียบควบคุมอาหารวีแกน มังสวิรัติ หรืออาหารโปรตีนจากพืชโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม กฎระเบียบการให้ข้อมูลอาหารแก่ผู้บริโภค (Food Information to Consumer) ได้กำหนดให้อาหารที่ใช้ไขมันจากพืช ห้ามใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเป็นอาหารที่ทำจากนมหรือผลิตภัณฑ์นม อาทิ คำว่านม ครีม เนยแข็ง เนยหรือโยเกิร์ต โดยให้หลีกเลี่ยงไปใช้ถ้อยคำอื่น ๆ แทน อาทิ เครื่องดื่มถั่วเหลือง (soya drink) เครื่องดื่มข้าว (rice drink)

เมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2563 รัฐสภายุโรปได้ลงความเห็นต่อชื่อผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนจากพืช ได้แก่

- อนุญาตให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้เนื้อสัตว์ทดแทนที่ทำมาจากพืชสามารถใช้ชื่อ 'แฮมเบอร์เกอร์' และ 'ไส้กรอกหรือสเต็ก' ได้ อาทิ veggie burger, soya sausage และ vegan steak

- ห้ามผลิตภัณฑ์นมทดแทนใช้ชื่อที่แสดงว่าเป็นสินค้าเลียนแบบหรือทำให้เหมือนผลิตภัณฑ์นม อาทิ ห้ามใช้คำว่า yoghurt style, alternative to cheese และ butter substitute

ปัจจุบันมีการใช้มาตรฐานภาคเอกชน เพื่อรับรองมาตรฐานของอาหารวีแกนและมังสวิรัติ โดยเป็นมาตรฐานสมัครใจ ซึ่งผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าจะขอรับรองและใช้เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ โดยตัวอย่างมาตรฐานที่เป็นที่รู้จักใน EU ได้แก่ มาตรฐานสหภาพมังสวิรัติแห่งสหภาพยุโรป (European Vegetarain Union) สมาคมมังสวิรัติแห่งสหราชอาณาจักร (The Vegetarian Society of the United Kingdom) และสมาคมวีแกนแห่งสหราชอาณาจักร (The Vegan Society) นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานและตราเครื่องหมายรับรองของร้านค้าปลีกรายใหญ่ใน UK อาทิ ห้าง Tesco, Waitrose และ Saintbury's

แนวโน้มและโอกาสของอาหารโปรตีนจากพืชในตลาด EU

EU (รวมทั้ง UK) เป็นตลาดผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชที่ใหญ่ที่สุด หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับมูลค่าการจำหน่ายทั่วโลก ในอนาคตตลาดดังกล่าวมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากนโยบายส่งเสริมการผลิตและการบริโภคโปรตีนจากพืชของ EU ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานผ่านนโยบายเกษตรร่วม การสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม หรือโครงการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้และทราบถึงประโยชน์จากการบริโภคโปรตีนจากพืช

บริษัท ING Research คาดการณ์ว่า **"ตลาดเนื้อสัตว์ทดแทนและผลิตภัณฑ์นมทดแทนใน EU มีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10/ปี และคาดว่าจะมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ 7.5 พันล้านยูโร (277,500 ล้านบาท) ภายในปี 2568"** โดยแบ่งเป็น

- **ตลาดเนื้อสัตว์ทดแทน** 2.5 พันล้านยูโร (92,500 ล้านบาท) หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.3 เมื่อเทียบกับมูลค่าจำหน่ายเนื้อสัตว์รวมทั้งหมด

- **ตลาดผลิตภัณฑ์นมทดแทน** 5 พันล้านยูโร (185,000 ล้านบาท) หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับมูลค่าจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมรวมทั้งหมด

ในอนาคตตลาดอาหารโปรตีนจากพืชใน EU จะให้ความสำคัญกับการพัฒนารสชาติ เนื้อสัมผัส คุณค่าทางโภชนาการ เน้นความเป็นธรรมชาติและผ่านการปรุงแต่งหรือแปรรูปให้น้อยที่สุด รวมทั้งอาหารที่มาจากกระบวนการผลิตอย่างยั่งยืน ในขณะที่อุตสาหกรรมอาหารจะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาโปรตีนจากพืชให้มีคุณสมบัติดีขึ้น เพิ่มทางเลือกของอาหารจากพืช และนำโปรตีนแหล่งใหม่ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น

"ผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้โปรตีนจากพืชถือเป็นกลุ่มสินค้าที่น่าสนใจ และมีความเป็นไปได้ในการขยายตัวในตลาดสหภาพยุโรป ซึ่งส่งผลมาจากความต้องการของผู้บริโภค และนโยบายหลักของ EU ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน ดังนั้น ภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทยอาจพิจารณาสนับสนุนการผลิตอาหารโปรตีนจากพืช เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งในการปรับตัว เพื่อขยายช่องทางการส่งออกอาหารโปรตีนจากพืชไปยังตลาด EU รวมทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยด้านการตลาดนำการผลิต"

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำสหภาพยุโรป ฉบับที่ 37/2563

ข่าวสารด้านการเกษตรสหภาพยุโรป

สถานการณ์ | กฎระเบียบ | แนวโน้มในตลาดอาหารและสินค้าเกษตรยุโรป

กฎระเบียบและเงื่อนไขในการส่งออกผัก/ผลไม้แปรรูปไปยังสหภาพยุโรป

ไทยส่งออกผักและผลไม้แปรรูปไปยังสหภาพยุโรปประมาณ 8 พันล้านบาท/ปี แบ่งเป็น

- **ผลไม้แปรรูปและน้ำผลไม้** (ร้อยละ 85) อาทิ สับปะรดกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง น้ำสับปะรด และน้ำผักหรือน้ำผลไม้
- **ผักแปรรูป** (ร้อยละ 15) อาทิ ข้าวโพดหวานปรุงแต่ง หน่อไม้ดองขิงดอง ผักรวม และข้าวโพดและถั่วลันเตาปรุงแต่ง

นอกจากการแปรรูปผักและผลไม้จะเป็นการแก้ไขปัญหาราคาตกต่ำ ลดผลผลิตเน่าเสียในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และรักษา/ยืดระยะเวลาการวางจำหน่ายสินค้าได้ยาวนานขึ้นแล้ว ยังเป็นการตอบโจทย์และสอดคล้องกับวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีเวลาจำกัด ทำให้ผักและผลไม้แปรรูปเป็นที่นิยมในตลาดสหภาพยุโรปมากขึ้น

การส่งออกผักและผลไม้แปรรูปไปสหภาพยุโรปต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้

1. <u>ข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติตาม</u>

1.1 กฎหมายอาหารทั่วไป (General food law) หรือ Regulation (EC) No 178/2002 เพื่อรับรองความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร โดยอาหารจะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอนตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งครอบคลุมอาหารที่นำเข้าจากประเทศที่สาม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาหารต้องได้รับการรับรอง/มีการปรับใช้ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP)

1.2 การควบคุมการปนเปื้อน การปนเปื้อนเป็นการตรวจพบสารที่ไม่ได้ตั้งใจใช้ในอาหาร และเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค โดยการปนเปื้อนอาจเกิดขึ้นในกระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง หรือจากสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การปนเปื้อนที่พบบ่อยในผักและผลไม้แปรรูป ได้แก่

- **สารพิษจากเชื้อรา** อาทิ aflatoxins, ochratoxin A และ patulin โดยส่วนใหญ่เป็นการตรวจพบ aflatoxins ในถั่วหรือลูกฟิกอบแห้ง orchratoxin A ในผลไม้อบแห้ง และ patulin ในผักและผลไม้ที่มีเชื้อรา การควบคุมการปนเปื้อนสารพิษจากเชื้อราต้องอาศัยแนวทางปฏิบัติที่ดีภายหลังการเก็บเกี่ยว อาทิ การอบแห้ง การเก็บรักษา/ขนส่งในสภาพความชื้นและอุณหภูมิที่เหมาะสม รวมทั้งการตรวจจับและขจัดการปนเปื้อนจากเชื้อราให้ทันเวลา
- **สารโลหะหนัก** เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ อาทิ โรงงานอุตสาหกรรม ท่อไอเสียรถยนต์ หรือการปนเปื้อนในกระบวนการแปรรูปและเก็บรักษาอาหาร โดยสารโลหะหนักที่พบบ่อยในผักและผลไม้แปรรูป ได้แก่ ตะกั่ว ปรอท แคดเมียม และดีบุก ซึ่งเป็นการปนเปื้อนจากวัตถุดิบที่ใช้หรือจากภาชนะบรรจุ (กระป๋อง/ขวดแก้ว) นอกจากนี้ การลดความเสี่ยงของการปนเปื้อนจากสารโลหะหนักต้องอาศัยการควบคุมในห่วงโซ่อุปทาน โดยจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่ยึดแนวทางปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี รวมทั้งการสุ่มตัวอย่าง และตรวจวิเคราะห์การปนเปื้อนในอาหารอย่างสม่ำเสมอ

• **การปนเปื้อนประเภทอื่น ๆ** อาทิ วัสดุแปลกปลอม การฉายรังสี สารไนเตรท สาร Polycyclic aromatic hydrocarbons (PAH) และสาร Glycidyl esters (GE) ซึ่งการปนเปื้อนดังกล่าวสามารถหลีกเลี่ยงได้โดยการติดตั้งเครื่องตรวจจับโลหะหรือวัสดุแปลกปลอมในโรงงานแปรรูป รวมทั้งยึดหลัก Codex Alimentarius Code of Practice ว่าด้วย แนวทางปฏิบัติที่ดีในการลดสาร PAH และสาร GE ในอาหารที่ใช้น้ำมันพืชสกัด

1.3 การควบคุมเชื้อจุลินทรีย์ อาทิ เชื้อ Salmonella เชื้อ Listeria เชื้อ Escherichia Coli หรือเชื้อไวรัสอื่น ๆ ซึ่งมักเกิดจากน้ำที่ใช้ในการเพาะปลูก ทำความสะอาด หรือใช้ในโรงงาน รวมถึงการปนเปื้อนจากมือหรือพาหนะขนส่ง ซึ่งการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์สามารถควบคุมได้โดยปรับใช้วิธีปฏิบัติด้านสุขลักษณะ (Code of Hygienic Practice)

1.4 การควบคุมสารปราบศัตรูพืช สหภาพยุโรปได้กำหนดค่าสารตกค้างสูงสุด (MRLs) ของสารปราบศัตรูพืชประเภทต่าง ๆ ในอาหาร โดยสินค้าที่พบว่าใช้สารปราบศัตรูพืชที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือมีค่าตกค้างเกินกว่าที่กำหนดจะถูกปฏิเสธการนำเข้า ซึ่งแนวทางลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนของสารปราบศัตรูพืช ได้แก่ การจัดการศัตรูพืชแบบผสมผสาน (IPM) และการใช้สารปราบศัตรูพืชอย่างยั่งยืน เป็นต้น

1.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ กฎระเบียบ Regulation (EU) No 1333/2008 ว่าด้วย วัตถุเจือปนอาหาร (สารกันเสีย สารสี สารเพิ่มความหนืด และสารให้ความหวาน) กำหนดใช้อาหารที่จำหน่ายในสหภาพยุโรปต้องใช้วัตถุเจือปนอาหารที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และไม่เกินจากระดับที่กำหนดไว้ โดยวัตถุเจือปนอาหารที่พบบ่อยในผักและผลไม้แปรรูป ได้แก่ สาร suphite ในผลไม้อบแห้ง สาร benzoic acid ในผักดอง สารสีที่ไม่ได้แจ้งไว้หรือในปริมาณสูงเกินกว่าที่กำหนด เป็นต้น

1.6 บรรจุภัณฑ์ สหภาพยุโรปกำหนดให้บรรจุภัณฑ์อาหารที่ใช้ต้องปลอดภัยต่อสุขภาพผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม มีน้ำหนักและปริมาตรตรงตามที่แสดงไว้บนฉลาก โดยบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากไม้ต้องผ่านการควบคุมด้านสุขอนามัย และบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับอาหารจะต้องไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ รวมทั้งไม่เปลี่ยนแปลงองค์ประกอบหรือคุณภาพอาหาร

ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นไป สหภาพยุโรปจะยกเลิกการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (single-use plastic) รวมถึงพลาสติกแตกสลายได้ชนิดอ็อกโซ (oxo-degradable) และพลาสติกโพลิสไตรีน (polystyrene) ที่ใช้ผลิตแก้ว จาน มีด ช้อน และส้อมพลาสติก โดยภายในปี 2572 ประเทศสมาชิกฯ จะต้องนำขวดพลาสติกอย่างน้อยร้อยละ 90 กลับมารีไซเคิลใหม่ และภายในปี 2573 ขวดพลาสติกที่ใช้ในสหภาพยุโรปจะต้องผลิตจากวัสดุรีไซเคิลอย่างน้อยร้อยละ 30 ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม

1.6 การแสดงข้อมูลบนฉลาก ครอบคลุมการแสดงข้อมูลค่าพลังงาน ปริมาณไขมัน ไขมันอิ่มตัว คาร์โบไฮเดรต โปรตีน น้ำตาล เกลือ และสารก่อภูมิแพ้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบ โดยตัวอักษรที่ใช้ต้องมีขนาดอย่างน้อย 1.2 มิลลิเมตรขึ้นไป ในอนาคตสหภาพยุโรปอาจขยายการบังคับใช้ให้ผู้ผลิตระบุประเทศแหล่งกำเนิด (country of origin) ของส่วนประกอบของอาหารแปรรูปที่มีผักและผลไม้มากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป อาทิ มะเขือเทศจากสเปนที่ใช้ในการผลิตซอสมะเขือเทศ

2. เงื่อนไขอื่น ๆ ของผู้ประกอบการนำเข้าในสหภาพยุโรป

2.1 ความปลอดภัยอาหาร ผู้ประกอบการนำเข้าในสหภาพยุโรปมีความประสงค์ให้โรงงานแปรรูปและผู้จัดจำหน่ายสินค้าต้องผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยที่เป็นที่ยอมรับระดับสากล อาทิ มาตรฐาน GFSI, IFS, BRCGS, FSSC 22000 โดยแต่ละประเทศสมาชิกฯ อาจมีการกำหนดด้านการรับรองมาตรฐานที่แตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับว่ามาตรฐานใดจะเป็นที่ยอมรับในตลาดนั้น ๆ มากกว่า นอกจากนี้ อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ยังมีระบบรับรองมาตรฐาน SGF ที่พัฒนาขึ้นโดยสมาคมน้ำผลไม้ของเยอรมนี ซึ่งนอกจากจะมุ่งเน้นความปลอดภัยแล้ว ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพและการแข่งขันที่เป็นธรรม

2.2 การควบคุมคุณภาพ เอกสารรับรองการควบคุมคุณภาพจากห้องปฏิบัติการมีความสำคัญไม่น้อยกว่าความปลอดภัยอาหาร โดยห้องปฏิบัติการจะตรวจหาสารปราบศัตรูพืชหรือสารที่ไม่ได้รับอนุญาตให้เติมลงในผักและผลไม้แปรรูป

2.3 สารปราบศัตรูพืช (เพิ่มเติม) แม้สหภาพยุโรปได้กำหนดค่าตกค้างสูงสุดของสารปราบศัตรูพืชประเภทต่าง ๆ ไว้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการนำเข้าหรือซุปเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ในสหภาพยุโรปได้มีการกำหนดมาตรฐานสารตกค้างจากสารปราบศัตรูพืชในระดับที่มีความเข้มงวดมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผักและผลไม้บดที่ใช้เป็นอาหารทารก ซึ่งผู้ผลิตที่สามารถลดสารปราบศัตรูพืชให้เหลือน้อยที่สุดหรือปลอดสารปราบศัตรูพืช (free-from pesticide residue) จะมีโอกาสจำหน่ายสินค้าในตลาดสหภาพยุโรปได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

2.4 ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ภาคอุตสาหกรรมผักและผลไม้แปรรูปในสหภาพยุโรปให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และจริยธรรมอย่างมาก โดยได้มีการผลักดันการรับรองมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิ SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) ETI (Ethical Trading Initiative) และ BSCI (Business Social Compliance Initiative code of conduct)

3. <u>เงื่อนไขพิเศษสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม</u>

3.1 มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผักและผลไม้แปรรูปที่จำหน่ายภายใต้เครื่องหมายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรปต้องผ่านการตรวจสอบทุกขั้นตอน ครอบคลุมตั้งแต่สถานที่เพาะปลูกไปจนถึงโรงงานแปรรูป เพื่อรับรองความสอดคล้องกับกฎระเบียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป

3.2 มาตรฐานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ มาตรฐาน Fair Trade ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับองค์กรผู้ผลิตผักและผลไม้แปรรูปขนาดเล็ก มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องเกษตรกรและแรงงานให้มีสภาพการทำงานที่ดีและได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม รวมทั้งได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม ในขณะที่มาตรฐาน Rainforest Alliance มุ่งปกป้องสิ่งแวดล้อม สังคม และสนับสนุนการทำเกษตรอย่างยั่งยืน

3.3 มาตรฐานด้านกลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic certification) อาทิ มาตรฐานฮาลาลสำหรับอาหารที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนา หรือมาตรฐานโคเชอร์สำหรับอาหารชาวยิว

3. การควบคุมที่ด่านนำเข้า

ผักและผลไม้แปรรูปที่นำเข้ามายังสหภาพยุโรปจะต้องถูกตรวจสอบควบคุม ณ ด่านนำเข้า เพื่อรับรองการปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่สินค้านำเข้าถูกตรวจพบปัญหา สหภาพยุโรปจะเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบควบคุมสินค้านั้น ๆ จากบริษัทผู้ส่งออกที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น (imposed /intensified check) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการส่งออก/การค้า และความน่าเชื่อถือของประเทศผู้ส่งออก ดังนั้น บริษัทผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบและรับรองว่าผักและผลไม้แปรรูปที่ส่งออกมีความปลอดภัยและเป็นตามข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้า

นอกจากการตรวจสอบควบคุม ณ ด่านนำเข้า เจ้าหน้าของประเทศสมาชิกฯ ยังสามารถทำการตรวจสอบสินค้าที่มีการวางจำหน่ายในตลาดได้ตลอดเวลา ในกรณีที่พบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามข้อกำหนดฯ สินค้าดังกล่าวจะถูกนำออกจากตลาดทันที

ไม่ว่าจะเป็นการตรวจพบปัญหา ณ ด่านนำเข้า หรือในท้องตลาดประเทศสมาชิกฯ ที่เกี่ยวข้องจะรายข้อมูลผ่านระบบแจ้งเตือนความปลอดภัยอาหารและอาหารสัตว์ (RASFF) เพื่อให้ประเทศสมาชิกฯ อื่น ๆ ดำเนินมาตรการที่เหมาะสมต่อไป

ในภาพรวมการส่งออกผักและผลไม้แปรรูปไปยังสหภาพยุโรปควรพิจารณาถึงความสำคัญของความปลอดภัยอาหารและคุณภาพอย่างเข้มงวด รวมทั้งความยั่งยืน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรม ประโยชน์ต่อสุขภาพ และความสะดวกสบายของผู้บริโภค ซึ่งเป็นความต้องการหลักของตลาดในสหภาพยุโรป ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยอาจพัฒนาระบบการผลิตตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ที่มีความยั่งยืนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างความโปร่งใส และความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ การพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย และเสริมคุณค่าทางโภชนาการจะทำให้สินค้าได้รับความสนใจมากขึ้น