



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

28 มิถุนายน - 1 กรกฎาคม 2562

ข่าวเศรษฐกิจ

เยอรมนีประกาศสงครามกับถุงพลาสติก

บริษัท Aldi มักจะเป็นผู้นำในหลายๆ ด้าน ในครั้งนี้ก็เช่นกัน โดยวางแผนที่จะเรียกเก็บเงินค่าถุงพลาสติกสำหรับใส่ผักผลไม้แบบชั่งน้ำหนักเป็นรายแรกของกลุ่มผู้ประกอบการ Discounter ที่วางแผนจะยกเลิกใช้พลาสติกธรรมดาสำหรับใส่ผักผลไม้ที่ปราศจากบรรจุภัณฑ์ แต่จะใช้พลาสติกที่ทำจากวัสดุชีวภาพที่สามารถปลูกทดแทนได้และจะเรียกเก็บค่าถุงราคาถุงละ 1 ยูโรเซ็นต์ อีกทั้งยังวางแผนที่จะจำหน่ายถุงตะขாயแบบใช้งานซ้ำได้ใน



ช่วงฤดูใบไม้ร่วงอีกด้วย โดยทั้ง Aldi Nord และ Süd หวังว่า บริษัทจะลดปริมาณการใช้พลาสติกลงได้ตามตัวอย่างถุงพลาสติกใส่สินค้า ที่ Aldi ได้เป็นผู้เริ่มเรียกเก็บเงินค่าถุงเมื่อช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้มีการใช้ถุงพลาสติกสำหรับใส่สินค้าลดลงกว่า 2 ใน 3 ส่วนเลยทีเดียว นาง Kristina Bell ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของ Aldi Süd กล่าวว่า “ตัวเลขดังกล่าวเป็นสิ่งยืนยันว่า การเรียกเก็บเงินค่าถุงพลาสติกนั้นช่วยผลักดันให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแนวความคิด ซึ่งแนวความคิดนี้เราจะนำมาใช้กับพลาสติกธรรมดาสำหรับใส่ผักผลไม้ที่ปราศจากบรรจุภัณฑ์และเรียกเก็บเงินในเชิงสัญลักษณ์เพียง 1 เซ็น เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงการใช้ถุงพลาสติกมากยิ่งขึ้น”

อย่างไรก็ตามพลาสติกธรรมดาสำหรับใส่ผักผลไม้ที่ปราศจากบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นเพียงปัญหาปลายทางเท่านั้น เพราะใน Supermarket สินค้าบริโภคส่วนใหญ่ นั้น บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกอยู่แล้ว ซึ่งใน Discounter ก็ไม่ได้แตกต่างกันแต่อย่างใด คู่แข่งจึงออกมาแสดงความเห็นแบบถากถางกับแผนการนี้ของ Aldi ในครั้งนี้ โฆษกของ Edeka กล่าวว่า “การเรียกเก็บเงินพลาสติกธรรมดาสำหรับใส่ผักผลไม้ที่ปราศจากบรรจุภัณฑ์ในร้าน Discounter นั้น แทบจะไม่ได้ทำอะไรให้มันดีขึ้นมาเลย

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้น ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



เพราะมีสินค้าที่ต้องใช้ถุงน้อยมาก และสินค้าส่วนใหญ่ก็บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกอยู่แล้ว” จากการตรวจสอบห้างร้านที่สำคัญ 8 กลุ่มร้านของสมาพันธ์คุ้มครองผู้บริโภคแจ้งให้ทราบว่า ผักและผลไม้กว่า 2 ใน 3 ที่จำหน่ายในร้านค้าเหล่านี้ถูกห่อหุ้มด้วยพลาสติกอยู่แล้ว โดยร้านที่ใช้พลาสติกเป็นสัดส่วนในการห่อหุ้มสินค้าก็คือ ร้านแบบ Discounter จากการตรวจสอบของสมาพันธ์ฯ

ยังแสดงให้เห็นในการตรวจสอบใน Penny และ Aldi ว่า ทั้ง 2 ห้างใช้พลาสติกโดยเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 81 - 74 ในการห่อหุ้มสินค้าบริโภค ในทางตรงข้าม Edeka ใช้เพียงร้อยละ 48 เท่านั้น อีกทั้งในรายงานฉบับนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ผักและผลไม้ที่ไม่ได้อยู่ในบรรจุภัณฑ์นั้นมีราคาสูงกว่าผักผลไม้ที่อยู่ในห่อ ซึ่งราคาก็เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าจำนวนมากเลือกใช้สินค้าที่ถูกบรรจุเรียบร้อยแล้ว นาย Klaus Müller ผู้บริหารสมาพันธ์ฯกล่าววิจารณ์ว่า “เพียงแค่เพิ่มให้มีการใช้งานถุงตาข่ายนั้น ไม่เพียงพอถ้าสินค้าส่วนใหญ่ยังถูกห่อหุ้มด้วยพลาสติกอยู่ดี” โดยกลุ่มผู้ค้าปลีกควรที่จะรับเป็นหน้าที่ที่จะเพิ่มปริมาณสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายให้มากขึ้น และกล่าวต่อว่า “ในหลายประเทศเพื่อนบ้านได้แสดงให้เห็นเป็นตัวอย่างแล้ว โดยกลุ่ม Discounter ควรทำการบ้านให้มากกว่านี้”

โดยในเวลานี้จำนวนขยะที่มาจากบรรจุภัณฑ์นั้นมีจำนวนมหาศาล จากการคำนวณของ สมาคมผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเยอรมนีแสดงให้เห็นว่า เป็นไปได้ที่ร้านค้าปลีกในเยอรมนีสามารถประหยัดบรรจุภัณฑ์ได้มากถึง 93,000 ตันต่อปี แต่ในความเป็นจริงแล้ว แม้แต่สินค้าบริโภคที่เป็น Organic เองก็ยังคงถูกห่อหุ้มด้วยพลาสติกใสอยู่ โดยในกรณีนี้ปัญหาอยู่ที่ระเบียบของสหภาพยุโรป (EU) ที่ระบุไว้ว่า ต้องมีการแจ้งให้ชัดเจนว่าสินค้าใดเป็นสินค้า Organic จึงมีการมองหาวิธีแก้ปัญหาดังกล่าว เช่น ติดสติ๊กเกอร์ตราสัญลักษณ์ หรือการใช้ Natural Branding ผ่านการยิงเลเซอร์เข้าสู่ระดับชั้นสีของพื้นผิวของผักผลไม้จน



- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจกรลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

สามารถสร้างตัวหนังสือขึ้นมาได้คล้ายครั้งกับการสักนั้นเอง โดยบริษัทที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีดังกล่าว ได้แก่บริษัท Bluhm Systeme GmbH ซึ่งเป็น SME จากภูมิภาค Reinland-Pfalz โดยบริษัทผู้ผลิตเครื่องยิงเลเซอร์นี้ร่วมงานกับผู้จำหน่ายสินค้าบริโภคจำนวนมาก โดยในอนาคตบริษัท Netto วางแผนที่จะใช้เทคโนโลยี Natural Branding กับสินค้าต่างๆในร้านสาขาทั่วประเทศโดยจะเริ่มกับแตกกว่าก่อนเพื่อที่จะเลิกใช้พลาสติกใสในการห่อหุ้ม โดย Netto ได้เริ่มใช้งาน Natural Branding ตั้งแต่ปี 2018 เป็นต้นมาโดยในเวลานั้นได้เริ่มกับซิง Organic เป็นอันดับแรก และให้ข้อมูลว่า บริษัทสามารถลดการใช้พลาสติกต่อปีมากถึง 43 ตัวย่อยทีเดียว ซึ่งบริษัท Rewe และ Edeka เองก็ใช้ Natural Branding มาระยะหนึ่งแล้วกับสินค้าที่จำหน่ายในปัจจุบัน โดย Rewe ใช้ Natural Branding กับมันหวานและโอวคาโด โดย Edeka เองก็ใช้งาน Natural Branding กับสินค้าต่างๆมากขึ้นจนสามารถลดการใช้พลาสติกได้ถึง 50 ตันต่อปี

จาก Handelsblatt 28 มิถุนายน 2562

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด