



EU Industry Review

ปีที่ 10 ฉบับที่ 6 ประจำเดือนมิถุนายน 2566

สำนักงานที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ประจำกรุงเวียนนา สาธารณรัฐออสเตรีย



กฎหมายของสหภาพยุโรปกำหนดให้โทรศัพท์และแท็บเล็ตมีความทนทานมากขึ้น
ประหยัดพลังงานมากขึ้น และซ่อมแซมง่ายขึ้น

ความต้องการคลังสินค้าอัตโนมัติพุ่งสูงขึ้น
เนื่องจากปัญหาขาดแคลนแรงงานและความต้องการอีคอมเมิร์ซเพิ่มมากขึ้น

European Single Access Point (ESAP): แพลตฟอร์มการเข้าถึง
ข้อมูลบริษัทในสหภาพยุโรป

ฝรั่งเศสตั้งเป้าหมายที่ทะเยอทะยานในการส่งเสริมปัญญาประดิษฐ์
และเทคโนโลยีสีเขียว

การกระจายธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงและขยายธุรกิจไปสู่ตลาดใหม่

บริษัท Unilever กับแนวทางการจัดการขยะอาหารในห่วงโซ่อุปทาน

สำนักงานที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ประจำกรุงเวียนนา สาธารณรัฐออสเตรีย

Email: thaiind.vienna@gmail.com

Website: <http://thaiindustrialoffice.wordpress.com>

Facebook: <https://www.facebook.com/thaiindustrialVienna>



บทความประจำเดือน

- ✚ กฎใหม่ของสหภาพยุโรปกำหนดให้โทรศัพท์และแท็บเล็ตมีความทนทานมากขึ้น ประหยัดพลังงานมากขึ้น และซ่อมแซมง่ายขึ้น
- ✚ ความต้องการคลังสินค้าอัตโนมัติพุ่งสูงขึ้นเนื่องจากปัญหาขาดแคลนแรงงานและความต้องการอีคอมเมิร์ซเพิ่มมากขึ้น
- ✚ European Single Access Point (ESAP): แพลตฟอร์มการเข้าถึงข้อมูลบริษัทในสหภาพยุโรป
- ✚ ฝรั่งเศสตั้งเป้าหมายที่จะเอาชนะยานในการส่งเสริมปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสีเขียว
- ✚ การกระจายธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงและขยายธุรกิจไปสู่ตลาดใหม่
- ✚ บริษัท Unilever กับแนวทางการจัดการขยะอาหารในห่วงโซ่อุปทาน

EU-Industry Review เป็นพื้นที่เผยแพร่ความรู้ ข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมในสหภาพยุโรปและข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นประโยชน์หรืออาจมีผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมของไทย ทั้งการผลิตและการส่งออก เช่น ภาวะการผลิต นวัตกรรมหรือเทคโนโลยี นโยบาย กฎหมายและกฎระเบียบ มาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน นักลงทุน และผู้สนใจทั่วไป

EU-Industry Review จัดทำในรูปแบบจดหมายข่าวรายเดือนและเผยแพร่ในเว็บไซต์และเฟสบุ๊กของสำนักงานที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ประจำกรุงเวียนนา สาธารณรัฐออสเตรีย



ดร. กนารรณ โกมลวีระเกตุ
อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายอุตสาหกรรม)
ที่ปรึกษาและบรรณาธิการ

สำนักงานที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมในต่างประเทศ ประจำกรุงเวียนนา สาธารณรัฐออสเตรีย

Office of Industrial Affairs

Email: thaiind.vienna@gmail.com

Royal Thai Embassy Vienna

Website: <http://thaiindustrialoffice.wordpress.com>

Cottagegasse 48, 1180 Vienna, Austria

Facebook: <https://www.facebook.com/thaiindustrialVienna>

Tel: +43(1) 478 5205 Fax: +43(1) 478907

1

กฎใหม่ของสหภาพยุโรปกำหนดให้โทรศัพท์และแท็บเล็ตมีความทนทานมากขึ้น ประหยัดพลังงานมากขึ้น และซ่อมแซมง่ายขึ้น

สาระสำคัญ

- EU Ecodesign Regulation ที่ได้รับการรับรองแล้ว กำหนดให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ไร้สาย และแท็บเล็ต มีประสิทธิภาพด้านพลังงานมากขึ้น ทนทานมากขึ้น และง่ายต่อการซ่อมแซมมากขึ้น ส่วนข้อเสนอใหม่ภายใต้ EU Energy Labelling Regulation กำหนดให้อุปกรณ์เหล่านี้ติดฉลากแสดงข้อมูลดังกล่าว เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้ออย่างชาญฉลาดและยั่งยืนมากขึ้น
- นโยบาย Ecodesign และ Energy Labelling ช่วยให้ธุรกิจ ประชาชน และรัฐบาลมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน การเปลี่ยนผ่านไปสู่พลังงานสะอาด สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายประสิทธิภาพพลังงาน ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสหภาพยุโรป

คณะกรรมการการยุโรปกำลังเสนอกฎใหม่เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดและยั่งยืนมากขึ้นเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ไร้สาย และแท็บเล็ต ภายใต้กฎระเบียบว่าด้วยการติดฉลากด้านพลังงานของสหภาพยุโรป (EU Energy Labelling Regulation)

ข้อเสนอใหม่มีขึ้นในวันเดียวกับที่รัฐสภายุโรป (European Parliament) และคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป (The Council of the European Union) ได้อนุมัติมาตรการที่ทำให้อุปกรณ์เหล่านี้มีประสิทธิภาพด้านพลังงานมากขึ้น ทนทานมากขึ้น และง่ายต่อการซ่อมแซมมากขึ้น ซึ่งคณะกรรมการยุโรปได้ยื่นข้อเสนอมาตั้งแต่พฤศจิกายน 2565 ภายใต้กฎระเบียบว่าด้วยการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (EU Ecodesign Regulation)

นโยบาย Ecodesign และ Energy Labelling ช่วยให้ธุรกิจ ประชาชน และรัฐบาลมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน การเปลี่ยนผ่านไปสู่พลังงานสะอาด สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายประสิทธิภาพพลังงานของสหภาพยุโรป ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งเป็นการมอบสิทธิประโยชน์ของ European Green Deal ให้กับผู้บริโภค



โทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตที่ผลิตตามกฎเหล่านี้จะประหยัดพลังงานได้เกือบ 14 เทราวัตต์-ชั่วโมง (terawatt-hour: TWh หรือเท่ากับ 1 ล้าน megawatt-hour: MWh) ในแต่ละปีจนถึงปี พ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) หรือคิดเป็นประมาณหนึ่งในสามของ

การใช้พลังงานหลักของอุปกรณ์เหล่านี้ในปัจจุบัน กฎใหม่จะยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบที่สำคัญ (critical raw materials) และช่วยการรีไซเคิลด้วย

กฎใหม่ที่เสนอภายใต้ Energy Labelling Regulation กำหนดว่าสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่วางจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรปจะต้องแสดงข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้พลังงาน อายุการใช้งานของแบตเตอรี่ การป้องกันฝุ่นและน้ำ และความทนทานต่อการตกหล่นโดยไม่ตั้งใจ และนับเป็นครั้งแรกที่ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรป จะต้องแสดงคะแนนความสามารถในการซ่อมแซมได้ สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคในสหภาพยุโรปตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์เหล่านี้ได้อย่างรอบคอบและยั่งยืนมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน

ผลิตภัณฑ์ใหม่จะใช้ฉลากแสดงประสิทธิภาพการใช้พลังงานของสหภาพยุโรป (EU energy label) สเกล A-G ที่มีอยู่แล้วและเป็นที่ยอมรับกันดี และข้อมูลทะเบียนผลิตภัณฑ์สำหรับฉลากพลังงานในฐานข้อมูล European Product Registry for Energy Label (EPREL)

นอกจากนี้ Ecodesign Regulation ที่เพิ่งได้รับการรับรองนั้น ยังกำหนดข้อกำหนดขั้นต่ำสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ไร้สาย และแท็บเล็ต ที่วางจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรป ดังนี้

- ความทนทานต่อการตกหล่นหรือการขีดข่วนโดยไม่ตั้งใจ การป้องกันฝุ่นและน้ำ และการใช้แบตเตอรี่ที่มีความคงทนพอสมควร โดยแบตเตอรี่ควรทนต่อการชาร์จ (charge) และดิสชาร์จหรือการคายประจุ (discharge) อย่างน้อย 800 รอบ ในขณะที่รักษาความจุเริ่มต้นของแบตเตอรี่ไว้ได้อย่างน้อยร้อยละ 80
- กฎเกี่ยวกับการถอดแยกชิ้นส่วนและการซ่อมแซม รวมถึงภาระหน้าที่ของผู้ผลิตในการจัดหาชิ้นส่วนอะไหล่ที่สำคัญให้แก่ช่างซ่อมภายใน 5-10 วันทำการ เป็นระยะเวลา 7 ปี หลังจากสิ้นสุดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์รุ่นนั้นในตลาดสหภาพยุโรป
- จัดให้มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น อย่างน้อย 5 ปี หลังจากผลิตภัณฑ์นั้นได้วางจำหน่ายในตลาด
- สามารถเข้าถึงช่างซ่อมมืออาชีพได้อย่างไม่เลือกปฏิบัติ สำหรับซอฟต์แวร์ (software) หรือเฟิร์มแวร์ (firmware) ที่จำเป็นสำหรับการเปลี่ยนทดแทน

ขั้นตอนต่อไป กฎสำหรับฉลากแสดงประสิทธิภาพพลังงานจะถูกเสนอเข้าสู่การพิจารณาอย่างละเอียดโดยรัฐสภายุโรปและคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปเป็นเวลา 2 เดือน โดยกฎฯ จะได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการ หากไม่มีการคัดค้านข้อความจากสมาชิกสภานิติบัญญัติ จากนั้นกฎหมาย 2 ฉบับที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์และแท็บเล็ต จะถูกเผยแพร่ใน Official Journal ในวันเดียวกันเพื่อให้มีผลบังคับใช้ที่สอดคล้องกัน หลังจากที่มีผลบังคับใช้แล้ว มีระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน 21 เดือน ก่อนที่ข้อกำหนดจะมีผลบังคับใช้

อ้างอิง

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_23_3315

2

ความต้องการคลังสินค้าอัตโนมัติพุ่งสูงขึ้นเนื่องจากปัญหาขาดแคลนแรงงานและความต้องการอีคอมเมิร์ซเพิ่มมากขึ้น

สาระสำคัญ

- ธุรกิจมากกว่าครึ่งหนึ่งกำลังวางแผนที่จะลงทุนในนวัตกรรมคลังสินค้าเพื่อเอาชนะปัญหาการขาดแคลนแรงงานและความต้องการอีคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้น
- การมีกระบวนการโลจิสติกส์ที่ราบรื่นถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกขององค์กรที่จะนำมาใช้ในการบริหารจัดการเวลาที่ใช้ในการส่งมอบ การจัดการยอตส่งซื้อที่มีปริมาณมาก และการส่งคืนสินค้าออนไลน์ในปริมาณมาก ทั้งนี้ ระบบหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติควรนำมาใช้ในงานที่ใช้เวลานานและต้องใช้แรงงานจำนวนมาก

ปัญหาด้านแรงงานเป็นปัจจัยทำให้ความต้องการคลังสินค้าอัตโนมัติ (warehouse automation) พุ่งสูงขึ้น จากข้อมูลร้อยละ 81 ของธุรกิจในอุตสาหกรรมการผลิต ผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สาม (Third Party Logistics: 3PL) และอุตสาหกรรมค้าปลีก

ตามรายงาน ‘Robotics and Automation Report’ โดย SCALA บริษัทที่ปรึกษาด้านห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระดับโลก พบว่า ธุรกิจมากกว่าครึ่งหนึ่งกำลังวางแผนที่จะลงทุนในนวัตกรรมคลังสินค้าเพื่อเอาชนะปัญหาการขาดแคลนแรงงานและความต้องการอีคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้น

ระบบการหยิบสินค้าแต่ละลังหรือแต่ละรายการอยู่ในอันดับต้น ๆ ของสิ่งที่องค์กรต้องการนำไปใช้ในอนาคต โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59 เห็นว่า สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญ และร้อยละ 19 เห็นว่ามีความสำคัญอย่างมาก นอกจากนี้ ระบบการจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าบนพาเลทอัตโนมัติอย่างเต็มรูปแบบยังได้รับคะแนนสูงอีกด้วย โดยร้อยละ 60 จัดอันดับให้ระบบดังกล่าวมีความสำคัญสำหรับอนาคตในการรับมือกับความต้องการของผู้บริโภคที่สูงขึ้น

นาย John Perry กรรมการผู้จัดการ บริษัท SCALA กล่าวว่า “การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะทั่วทั้งอุตสาหกรรมยังไม่สิ้นสุด จึงไม่น่าแปลกใจว่าความกังวลเรื่องการจัดหาแรงงานจะอยู่ในอันดับต้น ๆ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานอย่างต่อเนื่องกำลังทวีความรุนแรงขึ้นจากยอดขายอีคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้น โดยคาดว่าจะยอดขายจะสูงขึ้นถึง 7.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2568”



Credit: SCALA

“หากผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก และ 3PL ต้องรับมือกับความต้องการอีคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้น การนำระบบอัตโนมัติมาใช้จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน”

ไม่ว่าคุณจะเป็นผู้ค้าปลีกที่พยายามแข่งขันกับระยะเวลาที่ใช้ในการส่งมอบ การจัดการกับยอดสั่งซื้อสูงสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดการกับการส่งคืนสินค้าออนไลน์ในปริมาณมาก การมีกระบวนการโลจิสติกส์ที่ราบรื่นถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกขององค์กร

“นี่หมายถึงการจัดการพึ่งพาแรงงานมนุษย์ในคลังสินค้าออกไปบางส่วน ระบบหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติควรนำมาใช้ในงานที่ใช้เวลานานและต้องใช้แรงงานจำนวนมาก เช่น การหยิบสินค้าและการเคลื่อนย้ายสินค้าในบริเวณคลังสินค้า”

อ้างอิง

<https://industryeurope.com/sectors/technology-innovation/the-need-for-warehouse-automation-skyrockets-as-staffing-iss>

3

European Single Access Point (ESAP): แพลตฟอร์มการเข้าถึงข้อมูลบริษัทในสหภาพยุโรป

สาระสำคัญ

- ESAP เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเข้าถึงข้อมูลกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัททั่วทั้งสหภาพยุโรปที่เกี่ยวข้องกับตลาดทุน บริการทางการเงิน หรือการเงินที่ยั่งยืน
- การเข้าถึงข้อมูลเป็นแบบศูนย์รวมและเป็นดิจิทัล เป็นมิตรต่อผู้ใช้ และไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการกระบวนกรตัดสินใจสำหรับนักลงทุนทั่วไป และนักลงทุนรายย่อย

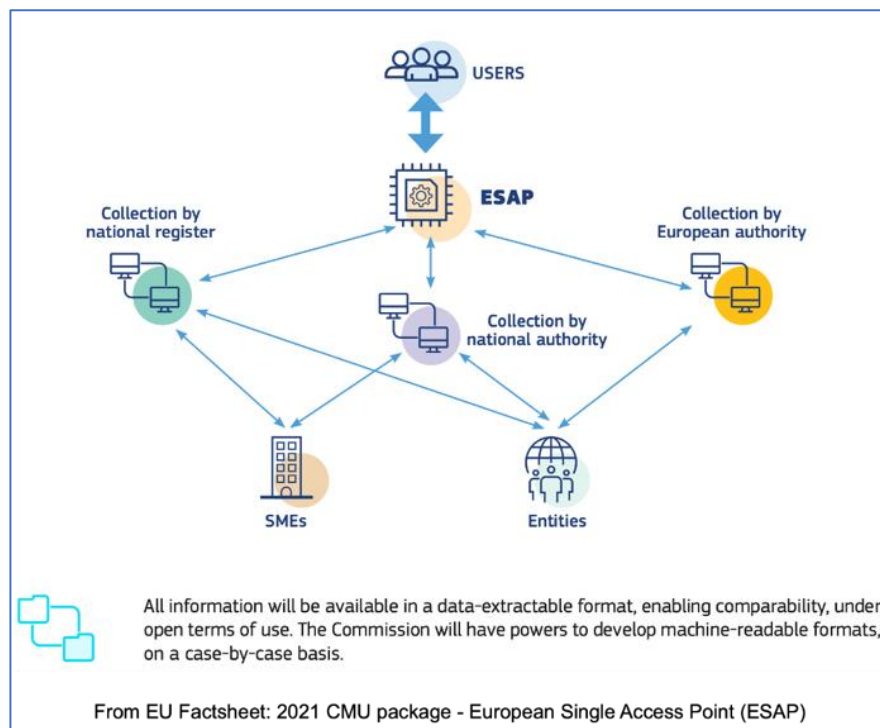
รัฐสภายุโรป (European Parliament) และคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป (The Council of the European Union) บรรลุข้อตกลงทางการเมืองในการสร้างการเข้าถึงข้อมูลทางการเงินสาธารณะและความยั่งยืนเกี่ยวกับบริษัทในสหภาพยุโรปเพียงจุดเดียว เรียกว่า European Single Access Point (ESAP)

Elisabeth Svantesson รัฐมนตรีกระทรวงการคลังของสวีเดน ในฐานะประธานสหภาพยุโรป กล่าวว่าข้อตกลงเกี่ยวกับ European Single Access Point ถือเป็นข่าวดีสำหรับธุรกิจยุโรปและนักลงทุนทั่วโลก “เรากำลังจะสร้างแพลตฟอร์มที่จะช่วยให้การค้นหาและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์การลงทุน (Investment products) และบริษัทต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่มีความยั่งยืนและมีอนาคตการเงินที่สดใส ทำได้ง่ายขึ้น สิ่งนี้จะช่วยให้ธุรกิจยุโรปมีความน่าดึงดูดใจสำหรับนักลงทุนมากยิ่งขึ้น”

การเข้าถึงข้อมูลทางการเงินและความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องได้รับการเปิดเผยแก่สาธารณชนโดยบริษัท รวมถึงบริษัทขนาดเล็กในยุโรป เป็นการเข้าถึงแบบศูนย์รวมและเป็นดิจิทัล เป็นมิตรต่อผู้ใช้ และไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการกระบวนการตัดสินใจสำหรับนักลงทุนทั่วไปและนักลงทุนรายย่อย

ด้วยการเพิ่มการหมุนเวียนของข้อมูลข้ามพรมแดนและเพิ่มการใช้ข้อมูลดังกล่าวแบบดิจิทัล ESAP จะส่งเสริมการบูรณาการบริการทางการเงินและตลาดทุนภายในสหภาพยุโรปและช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ สหภาพตลาดทุน (Capital Markets Union)

ESAP ไม่ได้กำหนดข้อกำหนดในการรายงานข้อมูลเพิ่มเติมใด ๆ เกี่ยวกับบริษัทในยุโรป เนื่องจาก ESAP จะให้การเข้าถึงข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนแล้วตามข้อกำหนด (directives) และกฎระเบียบ (regulation) ของยุโรปที่เกี่ยวข้อง ในระยะแรกจะเผยแพร่ข้อมูลด้านความยั่งยืนบน ESAP เพื่อสนับสนุน วัตถุประสงค์ของ European Green Deal



ภายใต้ข้อตกลงชั่วคราว คาดว่าแพลตฟอร์ม ESAP จะพร้อมใช้งานได้ตั้งแต่ฤดูร้อนปี พ.ศ. 2570 เป็นต้นไป และจะค่อย ๆ ดำเนินการต่อไปเพื่อให้สามารถนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเริ่มดำเนินการนี้เพื่อให้มั่นใจว่าข้อกำหนดและกฎระเบียบของยุโรปจะอยู่ภายในระยะเวลาสี่ปีของ ESAP ตามลำดับความสำคัญ และเพื่อให้มั่นใจว่ามีเวลาเพียงพอที่จะกำหนดและดำเนินการทางเทคนิคที่จำเป็นของ โครงการ ในระหว่างนี้จะมีการประเมินการทำงานของ ESAP อย่างสม่ำเสมอและข้อทบทวนที่จะรับประกันถึงความเพียงพอของแพลตฟอร์มในการรองรับความต้องการของผู้ใช้งานและประสิทธิภาพทางเทคนิค

ในระยะเริ่มต้น (ระยะที่ 1) สมาชิกสภานิติบัญญัติร่วมของยุโรป (co-legislators) เห็นพ้องกันว่าขอบเขตของ ESAP ควรรวมถึงข้อมูลตามกฎระเบียบว่าด้วยการยืมหุ้นมาขายเพื่อลงทุนในทิศทางข้าง

(short selling) (EU) No. 236/2012 กฎระเบียบว่าด้วยหนังสือชี้ชวนเสนอขายหน่วยลงทุน (prospectus) (EU) No. 2017/1129 และข้อกำหนดว่าด้วยความโปร่งใส 2004/109EC

หกเดือนหลังจาก ESAP ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะ (48 เดือนหลังจากมีผลบังคับใช้) ระยะที่ 2 จะเริ่มต้นขึ้น ขอบเขตระยะที่ 2 จะค่อนข้างกว้างและรวมถึงข้อมูลตามกฎระเบียบว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนในภาคบริการทางการเงิน (Sustainability-related disclosures in the financial services sector: SFDR) กฎระเบียบว่าด้วยสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating Agency: CRA) และกฎระเบียบว่าด้วยเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmark)

ในช่วงที่ 3 และระยะสุดท้าย ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอันเนื่องมาจากกฎหมายเพิ่มเติมประมาณ 20 ฉบับ จะถูกเพิ่มเติมลงในขอบเขต รวมถึงกฎระเบียบว่าด้วยเงินลงทุน (Capital Requirements Regulation: CRR) กฎระเบียบว่าด้วยตลาดการให้บริการทางการเงิน (Markets in Financial Instruments Regulation: MiFIR) และกฎระเบียบว่าด้วยตราสารหนี้สีเขียวของสหภาพยุโรป (EU green bonds regulation: EUGBR)

ข้อตกลงดังกล่าวยังคงเป็นข้อตกลงชั่วคราว เนื่องจากต้องได้รับการรับรองจากรัฐสภายุโรปและคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปก่อนที่จะนำมาใช้อย่างเป็นทางการ

อ้างอิง

<https://www.eubusiness.com/news-eu/single-access-point.23pv>

4

ฝรั่งเศสตั้งเป้าหมายที่ทะเยอทะยานในการส่งเสริมปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสีเขียว

สาระสำคัญ

- ฝรั่งเศสประกาศจะเพิ่มการลงทุนให้มากขึ้นในปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence: AI) และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเทคโนโลยีสีเขียว (Green technologies) เพื่อตอบโต้การครอบงำของจีนและสหรัฐอเมริกา
- รัฐบาลฝรั่งเศสมีแผนที่จะระดมเงินทุนและการอุดหนุนจากภาครัฐ รวมถึงการดึงเอาบุคคลที่มีความสามารถเข้าสู่ประเทศ การเพิ่มขีดความสามารถด้านปัญญาประดิษฐ์และพัฒนาเทคโนโลยีสีเขียว

ในงาน Viva Technology ซึ่งเป็นงานธุรกิจประจำปีที่จัดแสดงนวัตกรรมเทคโนโลยีของฝรั่งเศสของยุโรป และของโลก ประธานาธิบดี Emmanuel Macron กล่าวว่า ได้วางแผนระดมเงินทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ และประกาศว่ามีเงินทุนก้อนใหม่มูลค่ากว่า 7 พันล้านยูโรสำหรับเทคโนโลยีชั้นนำของฝรั่งเศส



ความเห็นของประธานาธิบดี Marcon มีขึ้นในวันเดียวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI Act) ซึ่งเป็นความคิดริเริ่มที่สำคัญของสหภาพยุโรปได้เข้าสู่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการทางกฎหมายซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ที่จะควบคุมไม่ให้เทคโนโลยีดังกล่าวก่อให้เกิดอันตรายในการนำมาใช้งาน

ปัญญาประดิษฐ์

Macron กล่าวว่า เงินทุนสภาพคล่อง (liquid capital) ของเอกชนในยุโรปมีไม่เพียงพอที่จะจัดสรรให้กับเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยตั้งข้อสังเกตว่า ชาวฝรั่งเศสชอบที่ลงทุนเงินออมของพวกเขาในการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ ทำให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีอำนาจทางการเงินน้อยลงสำหรับการลงทุนที่มีความเสี่ยง

ด้วยเหตุนี้ Macron จึงได้ประกาศว่ามีเงินสดจำนวนหนึ่งสำหรับการลงทุนด้านปัญญาประดิษฐ์ และการเพิ่มขีดความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ในฝรั่งเศส เงินจำนวนนี้ประกอบด้วย เงินแพ็คเกจมูลค่า 500 ล้านยูโร เพื่อสร้างกลุ่มปัญญาประดิษฐ์ (AI clusters) ให้ได้ 5 - 10 กลุ่ม เงินจำนวน 40 ล้านยูโรสำหรับดึงดูดการลงทุนใน เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่มีความสามารถในการสร้างข้อมูลใหม่จากชุดข้อมูลที่มีอยู่ (Generative AI) และเงินอุดหนุนจากภาครัฐสองรายการเป็นเงิน 50 ล้านยูโร และ 500 ล้านยูโร เพื่อนำมาใช้ในการเร่งขีดความสามารถของเครื่องประมวลผลข้อมูลที่มีความสามารถในการประมวลผลสูงมาก (supercomputer)

Macron ยังได้นำเสนอโครงการ 'Tibi 2' ซึ่งกลุ่มผู้ลงทุนสถาบัน (institutional investors) ที่บริหารจัดการเงินออมของชาวฝรั่งเศสจำนวน 5,000 พันล้านยูโร ได้ให้คำมั่นว่าจะส่งเงินจำนวน 7 พันล้านยูโรกลับสู่ระบบเศรษฐกิจที่แท้จริง นอกจากนี้ Macron หวังที่จะสร้างให้เกิดการลงทุนที่เป็นรูปธรรมที่มีมูลค่า 35 - 40 พันล้านยูโร โดยใช้ประโยชน์จาก leverage effect (ลักษณะการเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันด้านลบจะทำให้เกิดความแปรปรวนของราคาสินทรัพย์ทางการเงินมากกว่าการเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันด้านบวก) ของเงินจำนวนนี้ในกองทุนรวม (investment fund)

พระราชบัญญัติว่าด้วยปัญญาประดิษฐ์

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ AI Act ของสหภาพยุโรปได้เข้าสู่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการทางกฎหมาย ซึ่งก่อนหน้านี้ Jean-Noël Barrot รัฐมนตรีเศรษฐกิจดิจิทัล ได้ออกมาแสดงความเห็นว่าการเปรียบเทียบที่เข้มงวดเกินไปอาจเป็นอุปสรรคต่อนวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์



Credit: Wallpaper Flare

Macron ได้ย้ำจุดยืนนี้โดยอ้างถึง AI Act ที่กำลังถกเถียงกันในปัจจุบัน โดยระบุว่า เขาชอบกฎเกณฑ์ปกป้องคุณค่าของเรา” ซึ่งเขาได้ให้คำจำกัดความว่า ห้าม “การเหยียดเชื้อชาติหรืออคติต่อต้านชาวยิว”

Arthur Mensch ผู้ก่อตั้ง Mistral AI ซึ่งระดมทุนได้ 105 ล้านยูโร ได้สะท้อนความกังวลของ Macron เกี่ยวกับ AI Act “ตามความเป็นจริงแล้ว กฎระเบียบมีความเสี่ยงสูงที่จะขัดขวางนวัตกรรม”

การเพิ่มสัดส่วนของภาคอุตสาหกรรมในระบบเศรษฐกิจ (Re-industrialisation)

Macron ได้อธิบายในสิ่งที่เขาพูดว่าเป็นบริบทระดับโลกของลัทธิกีดกันทางการค้า (protectionism) ซึ่งขัดขวางการแข่งขันในระดับโลก แท้จริงแล้วเงินถูกกล่าวหาว่าได้ให้เงินอุดหนุนอุตสาหกรรมสีเขียวอย่างมาก ในขณะที่สหรัฐอเมริกาผ่านมาตรการอุดหนุนและการลดหย่อนภาษีจำนวนมากในปีที่แล้ว หรือที่รู้จักกันในชื่อ “พระราชบัญญัติว่าด้วยการลดเงินเฟ้อ” (Inflation Reduction Act: IRA)

รายงานของคณะกรรมการยุโรปที่ตีพิมพ์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ระบุว่าเงินได้ระดมเงินทุน 260 พันล้านยูโรสำหรับอุตสาหกรรมสีเขียว ในขณะที่สหรัฐอเมริการะดมเงิน 330 พันล้านยูโรสำหรับอุตสาหกรรมสีเขียว นอกจากนี้ ประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่หลายแห่งของโลกยังให้เงินสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการเปลี่ยนผ่านสีเขียว (Green transformation) โดยมีรายงานว่าญี่ปุ่นได้ระดมทุนได้สูงถึง 140 พันล้านยูโร

ในแง่ของเงินอุดหนุน Marcon กล่าวว่า “สหราชอาณาจักรทำได้ดีกว่าฝรั่งเศสเล็กน้อย” ซึ่งแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าทั้งฝรั่งเศสและสหภาพยุโรปโดยรวมล้าหลังกว่าจีนและสหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้ Macron ได้กล่าวถึง การลงทุนและเงินช่วยเหลือของรัฐบาลในโครงการ “France 2030” ซึ่งมีมูลค่า 54 พันล้านยูโร โดยได้มีการใช้เงินจำนวน 18 พันล้านยูโรแล้วในโครงการกว่า 2,800 โครงการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่ออธิปไตยของประเทศ และ ‘กลยุทธ์ความเป็นอิสระ’ (autonomy strategy)

บุคคลที่มีความสามารถและการไม่แบ่งแยก

สุดท้ายนี้ Macron ยินกรานที่จะแสวงหาผู้ที่มีความสามารถ (talents) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่ก็ได้ประกาศข้อมูลสำคัญใด ๆ ออกมา สิ่งนี้นำมาซึ่งความผิดหวังสำหรับหลายคน รวมถึง Caroline Ramade ผู้ก่อตั้งและซีโอโอของ 50inTech ซึ่งเป็นสตาร์ทอัพที่พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อช่วยให้บริษัทต่าง ๆ จัดหาแรงงานสตรีที่มีความสามารถในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี โดยเธอคาดหวังว่าจะได้ยื่นแผนการใหม่ ๆ ที่จะต่อสู้กับความไม่สมดุลทางเพศในด้านเทคโนโลยี นอกจากนี้ Caroline ได้เตือนถึงความเสี่ยงสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัส AI ที่ครอบงำโดยบุรุษเพศและการพึ่งพาชุดข้อมูลที่มีอคติ

อ้างอิง

<https://www.euractiv.com/section/industrial-strategy/news/macron-sets-out-frances-ambition-to-boost-ai-green-tech>

5

การกระจายธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงและขยายธุรกิจไปสู่ตลาดใหม่

สาระสำคัญ

- ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้นและแนวโน้มของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การขยายธุรกิจสู่ตลาดใหม่ผ่านการกระจายธุรกิจจะเป็นวิธีที่ช่วยลดความเสี่ยงและเข้าถึงแหล่งรายได้ใหม่
- ขั้นตอนสำคัญในการกระจายธุรกิจ ได้แก่ เหตุผลและความจำเป็น การประเมินความพร้อมของธุรกิจ การเลือกใช้กลยุทธ์การกระจายธุรกิจที่เหมาะสม การบ่งชี้ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ การวิจัยตลาด และการปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณสำหรับตลาดใหม่

ในโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การกระจายธุรกิจ (Diversification) เป็นมากกว่าคำศัพท์ทั่วไป แต่เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการเติบโตและความมั่นคงที่ยั่งยืน

ในขณะที่การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้นและแนวโน้มของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การขยายธุรกิจสู่ตลาดใหม่ผ่านการกระจายธุรกิจจะเป็นวิธีที่ช่วยลดความเสี่ยงและเข้าถึงแหล่งรายได้ใหม่ ๆ

บทความนี้จะแนะนำเกี่ยวกับสาเหตุและวิธีในการกระจายธุรกิจ ช่วยในการประเมินความพร้อมสำหรับกิจการ สำรวจกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน บ่งชี้ตลาดใหม่ และปรับการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการวางแผนและการดำเนินการอย่างรอบคอบ การกระจายธุรกิจสามารถปลดล็อกโอกาสในการเติบโตที่น่าตื่นตาตื่นใจสำหรับธุรกิจของคุณ

ทำไมธุรกิจของคุณจึงควรพิจารณาการกระจายธุรกิจ

ในภูมิทัศน์ทางธุรกิจ (business landscape) ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การกระจายธุรกิจเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อรักษาความยืดหยุ่นและความเชื่อมโยง การขยายสู่ตลาดหรือภาคส่วนใหม่ ๆ ไม่เพียงแต่ขยายฐานลูกค้าของคุณเท่านั้นแต่ยังเป็นการกระจายความเสี่ยงธุรกิจของคุณด้วย นั่นหมายความว่าแม้ว่าธุรกิจของคุณประสบกับปัญหาด้านใดด้านหนึ่ง แต่ก็ยังมีด้านอื่น ๆ ที่สามารถชดเชยกันได้ การกระจายธุรกิจยังช่วยในการเพิ่มชื่อเสียงของแบรนด์ เนื่องจากการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวและความทะเยอทะยานในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ยิ่งไปกว่านั้นการขยายธุรกิจออกไปด้านอื่นทำให้คุณสามารถจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง (cross sell) หรือทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้น (up sell) เพิ่มรายได้และผลกำไรให้



สูงขึ้น แท้จริงแล้วการกระจายธุรกิจเป็นการเคลื่อนไหวเชิงกลยุทธ์เพื่อปกป้องธุรกิจของคุณจากแรงแม้ที่คาดเดาไม่ได้ของตลาด

การประเมินความพร้อมของธุรกิจของคุณในการกระจายธุรกิจ

ก่อนที่จะดำเนินไปสู่การกระจายธุรกิจ การประเมินความพร้อมของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะความพร้อมในทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็น ทั้งด้านการเงิน บุคลากร และการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับการขยายธุรกิจ ซึ่งควรพิจารณาถึงตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจปัจจุบัน ความมั่นคงทางการเงิน และความสามารถของทีมงาน รวมทั้งต้องมีพื้นฐานที่ดีเพื่อสามารถจัดการกับความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นที่เกิดจากการกระจายธุรกิจได้ จากนั้นประเมินความเข้าใจของคุณเกี่ยวกับตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า (เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และอื่น ๆ) คู่แข่ง และกฎระเบียบของท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดและอาจจำเป็นต้องได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ สุดท้ายต้องดูความเต็มใจของทีมงานที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเข้ากับความท้าทายใหม่ ๆ การกระจายธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการทำงานร่วมกันและทีมงานที่มีความยืดหยุ่นซึ่งพร้อมที่จะเริ่มต้นการเดินทางที่น่าตื่นเต้นนี้ไปสู่การเติบโตของธุรกิจด้วยกัน

กลยุทธ์ในการกระจายธุรกิจ

การทำความเข้าใจกับกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกระจายธุรกิจมีความสำคัญสำหรับการเตรียมพร้อมก่อนเริ่มดำเนินการ โดยทั่วไปแล้วกลยุทธ์เหล่านี้จัดอยู่ในการกระจายธุรกิจทั้งที่มีความเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกัน การกระจายธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน คือ การขยายธุรกิจไปสู่ตลาดหรืออุตสาหกรรมใหม่ที่มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้ว แนวทางนี้มักใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ทักษะ หรือ



ฐานลูกค้าที่มีร่วมกัน นำไปสู่การทำงานร่วมกันและความคุ้มค่าด้านต้นทุน ในทางกลับกันการกระจายธุรกิจที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกันจะเป็นการลงทุนในอุตสาหกรรมที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง กลยุทธ์นี้อาจมีความเสี่ยงมากกว่าแต่มีการกระจายความเสี่ยงในระดับที่สูงกว่า ซึ่งจำเป็นต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการที่แข็งแกร่ง เนื่องจากในธุรกิจแต่ละภาคส่วนอาจดำเนินการอย่างเป็นอิสระต่อกัน การเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับทรัพยากรระดับขีดความสามารถ และเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยควรระลึกเสมอว่าการกระจายธุรกิจไม่ใช่เป็นกระบวนการเดียวที่เหมาะสมกับทุกคน แต่ควรได้รับการปรับแต่งให้เหมาะกับบริบททางธุรกิจเฉพาะของคุณ

บ่งชี้ตลาดใหม่สำหรับธุรกิจ

การค้นหาลตลาดใหม่เป็นขั้นตอนสำคัญในการเดินทางเข้าสู่เส้นทางการกระจายธุรกิจ เริ่มต้นด้วยการบ่งชี้พื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพที่สอดคล้องกับข้อเสนอทางธุรกิจของคุณ ข้อมูลต่าง ๆ ที่จะช่วยประกอบในการตัดสินใจ ได้แก่ การศึกษาวิจัยเชิงประชากรศาสตร์ในเชิงลึก แนวโน้มของตลาด และความ

พึงพอใจเชิงวัฒนธรรม การทำความเข้าใจกับตลาดที่มีศักยภาพยังต้องอาศัยการพิจารณาอย่างละเอียดในมิติด้านการขนส่ง ได้แก่ กฎหมายท้องถิ่น การเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตของการนำเข้า-ส่งออก และระบบชำระเงิน

การอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศให้ราบรื่นและมีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญของระบบเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ตัวอย่างเช่น บัญชีเงินหลายสกุลเงินของสหราชอาณาจักร จะช่วยให้ธุรกิจ



ของคุณสามารถรับและชำระเงินในสกุลเงินต่าง ๆ ได้ โดยไม่มีความยุ่งยากในการแปลงสกุลเงินทุกครั้งที่ทำธุรกรรม บริษัทอย่างเช่น Silverbird กำลังบุกเบิกในด้านนี้ โดยนำเสนอแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ไร้รอยต่อสำหรับธุรกิจในการชำระเงินระหว่างประเทศ บริการเหล่านี้อาจเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับธุรกิจของคุณ เมื่อขยายสู่ตลาดที่มีสกุลเงินท้องถิ่นที่แตกต่างจากเงิน

สกุลหลักของคุณ ในขณะที่คุณบ่งชี้ตลาดใหม่ โปรดระลึกเสมอว่าโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงการดำเนินงานและส่งเสริมการเติบโต

การวิจัยตลาด: กุญแจสู่การกระจายธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

การวิจัยตลาดที่แข็งแกร่งเป็นรากฐานสำคัญของการกระจายธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยช่วยให้คุณได้รับทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่ง และพลวัตของตลาดในตลาดใหม่ที่มีศักยภาพของคุณ เริ่มต้นด้วยการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อ ความชื่นชอบ และความต้องการของกลุ่มประชากรเป้าหมาย ว่าตรงหรือสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณหรือไม่ นอกจากนี้ ยังควรพิจารณาภูมิทัศน์ทางการแข่งขัน (competitive landscape) เพื่อดูว่าใครคือคู่แข่งที่มีศักยภาพ และพวกเขาเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการอะไรให้กับลูกค้า จากนั้นให้สำรวจแนวโน้มของตลาดในวงกว้างและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โอกาสและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้น โปรดระลึกเสมอว่าการเข้าใจตลาดที่มีศักยภาพของคุณจากภายในสู่ภายนอกสามารถลดความเสี่ยงของการกระจายธุรกิจได้ ดังนั้น ให้พิจารณาการลงทุนในเครื่องมือหรือบริษัทที่ศึกษาวิจัยการตลาดระดับมืออาชีพที่สามารถให้ข้อมูลการตลาดที่ครอบคลุม ถูกต้อง และทันสมัยแก่คุณได้

การปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณสำหรับตลาดที่หลากหลาย

เมื่อคุณเลือกตลาดใหม่และรวบรวมข้อมูลเชิงลึกได้แล้ว ก็ถึงเวลาที่จะปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณให้เข้ากับภูมิทัศน์ใหม่นี้ เตรียมพร้อมที่จะปรับแต่งข้อเสนอของคุณเพื่อให้ตรงกับรสนิยม ความต้องการ และกฎระเบียบในท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่กระทบต่อค่านิยมหลัก (core values) ขององค์กร หรือมาตรฐานด้านคุณภาพ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจอาหารจำเป็นต้องปรับแต่งสูตรอาหารสำหรับตลาดต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบด้านอาหารของคนในท้องถิ่น หรือประเทศเทคโนโลยีอาจจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนซอฟต์แวร์เพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ให้พิจารณาว่าคุณจะสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณอย่างไร การจัดทำสื่อทางการตลาดให้เข้ากับท้องถิ่น เช่น การแปลเนื้อหาเป็นภาษาท้องถิ่น หรือการสะท้อนถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม สามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับฐานลูกค้าใหม่ได้

อ้างอิง

<https://industryeurope.com/sectors/politics-economics/diving-into-diversification-expanding-your-business-into-new>

6

บริษัท Unilever กับแนวทางการจัดการขยะอาหารในห่วงโซ่อุปทาน

สาระสำคัญ

- หนึ่งในสามของอาหารทั้งหมดที่ผลิตได้ทั่วโลกได้สูญหายไปหรือกลายเป็นขยะอย่างไร้ประโยชน์ตั้งแต่ฟาร์มการผลิตถึงโต๊ะอาหาร ดังนั้น การจัดการกับขยะอาหารแบบองค์รวมจึงเป็นโอกาสหนึ่งในการจัดการกับความไม่มั่นคงทางอาหาร การปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ และลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- กุญแจสำคัญในการลดขยะอาหารที่ประสบความสำเร็จของบริษัท Unilever คือ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและกรอบแนวคิดที่ขับเคลื่อนโดยผู้นำ การมีเป้าหมายที่ชัดเจน การฝึกอบรมทีมงาน การติดตามข้อมูลขยะอาหารที่เกิดขึ้นในทันทีแบบดิจิทัล การปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยม ‘Zero Foods Waste’ ให้กับพนักงาน รวมถึงใช้แนวทางการตรวจวัดปริมาณและการรายงานผลที่สอดคล้องกับแนวทางของสหภาพยุโรป

การสูญเสียอาหารและขยะอาหารจัดว่าเป็นวิกฤตระดับโลก โดยหนึ่งในสามของอาหารทั้งหมดที่ผลิตได้ทั่วโลกได้สูญหายไปหรือกลายเป็นขยะอย่างไร้ประโยชน์ตั้งแต่ฟาร์มการผลิตถึงโต๊ะอาหาร การจัดการกับขยะอาหาร (food waste) จึงเป็นโอกาสหนึ่งในการจัดการกับความไม่มั่นคงทางอาหาร การปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ และลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยต้องเป็นแนวทางการจัดการแบบองค์รวม

ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท Unilever ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ #FoodFuture กล่าวว่า บริษัท Unilever ในฐานะหนึ่งในผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ที่สุดของโลก เราต้องการปกป้องและถนอมอาหารสำหรับทุกคนในห่วงโซ่คุณค่าของเรา โดยเริ่มต้นจากการดำเนินงานของเราเอง นอกจากนี้ ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมายระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและการจัดการกับขยะอาหารในห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

กรอบแนวคิดแห่งชัยชนะเริ่มต้นที่โรงงาน

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและกรอบแนวคิดที่ขับเคลื่อนโดยผู้นำเป็นกุญแจสำคัญในการลดขยะอาหารที่ประสบความสำเร็จในโรงงานของบริษัท Unilever หลายแห่ง เมื่อผสานรวมเข้ากับการมีเป้าหมายที่ชัดเจน การฝึกอบรมทีมงาน รวมถึงการแปลงผลลัพธ์เป็นดิจิทัลเพื่อให้สามารถติดตามขยะอาหารที่เกิดขึ้นในทันที มักช่วยให้ไม่เพียงแต่มีขยะอาหารน้อยลงเท่านั้น แต่ในหลายกรณียังพบว่ายังมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอีกด้วย



พนักงานของเราในโรงงานที่ฝรั่งเศสที่เมือง Chevigny ใช้แพลตฟอร์มในการติดตามการเกิดขยะอาหารขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถมองเห็นพื้นที่ที่เกิดขยะอาหารมากที่สุด โดยมีการระบุลำดับชั้นของการสูญเสีย (loss stratification) และมาตรการตอบโต้ ในขณะเดียวกันโรงงานก็ต้องทำให้แน่ใจว่าพนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะลดของเสีย พร้อมกับปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยม ‘Zero Foods Waste’ พนักงานได้รับความรู้เกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการเงินจากขยะอาหารที่เกิดขึ้น ดังนั้น พวกเขาจึงมีแรงจูงใจที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในแต่ละวัน ส่งผลให้ในปี 2565 โรงงานสามารถลดขยะอาหารลงได้ร้อยละ 15

ส่วนทีมงานที่โรงงาน Heilbronn ในเยอรมนี ซึ่งเป็นสถานที่ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ Knorr จำนวนมาก ก็ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาเครื่องจักรต้นแบบในการนำกลับคืนผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดทิ้ง ซึ่งสามารถช่วยลดขยะอาหารได้อย่างมาก เครื่องจักรต้นแบบที่สร้างขึ้นนี้เป็นวิธีที่สร้างสรรค์และไม่เคยมีมาก่อน และพบว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากจนขณะนี้ได้ถูกนำไปผลิตโดยผู้ผลิตเครื่องจักรมืออาชีพแล้ว และจะถูกนำไปใช้ในโรงงานการผลิตต่อไป

ร่วมมือกันเพื่อโลกที่ปราศจากขยะอาหาร

ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญสำหรับโครงการลดขยะอาหารของโรงงาน เราได้ปฏิบัติตามแนวทาง Target-Measure-Act จาก *Champions 12.3* เพื่อให้มั่นใจว่าเรากำลังตรวจวัดปริมาณและการจัดการขยะ



อาหารอย่างมีความหมาย รายละเอียดใน *Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard* เป็นแนวทางในการจัดทำบัญชีรายการและการรายงานเกี่ยวกับปริมาณอาหารที่สูญเสียหรือ สูญเปล่าในกระบวนการผลิตของ Unilever

แต่เมื่อพูดถึงเรื่องขยะอาหาร เรามองว่าความร่วมมือในฐานะผู้นำคนใหม่ และเรากำลังเปิดรับความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ สำหรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่ง

รวมถึง ซัพพลายเออร์ ผู้ค้าปลีก เพื่อนร่วมงานของเรา และหน่วยงานภาครัฐ เราสนับสนุนให้ภาครัฐและเอกชนได้ใช้แนวทาง Target-Measure-Act เพื่อเร่งความพยายามในการลดขยะอาหารลงครึ่งหนึ่ง ดังนี้

- การมีเป้าหมายลดการสูญเสียและสูญเสียเปล่านั้นของอาหารที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 12.3
- การพัฒนาแนวทางการตรวจวัดปริมาณและการรายงานผลที่สอดคล้องกับแนวทางของสหภาพยุโรป
- การใช้กลยุทธ์เพื่อจัดการกับขยะอาหารตั้งแต่ฟาร์มการผลิตจนถึงโต๊ะอาหาร (farm to fork) ซึ่งรวมถึงแนวทางและเครื่องมือในการฝึกอบรมของสหภาพยุโรป เพื่อให้มั่นใจว่ามีการแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด และกองทุน R&I จะสนับสนุนและส่งเสริมความหมุนเวียนและการรณรงค์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อจัดการกับขยะอาหารในครัวเรือน

หมายเหตุ

Champions 12.3 คือ การรวมกลุ่มของผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ องค์กรระหว่างประเทศ สถาบันวิจัย กลุ่มเกษตรกร และภาคประชาสังคม ที่อุทิศตนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจที่ทะเยอทะยาน ขับเคลื่อนการดำเนินการ และเร่งความคืบหน้าไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 12.3 ภายในปี ค.ศ. 2030

Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard

[https://www.wbcsd.org/Programs/Food-and-Nature/Food-Land-Use/Scaling-Positive-Agriculture/Resources/Food-Loss-and-Waste-Accounting-and-Reporting-Standard#:~:text=The%20Food%20Loss%20and%20Waste,and%20waste%E2%80%9D%20\(FLW\)](https://www.wbcsd.org/Programs/Food-and-Nature/Food-Land-Use/Scaling-Positive-Agriculture/Resources/Food-Loss-and-Waste-Accounting-and-Reporting-Standard#:~:text=The%20Food%20Loss%20and%20Waste,and%20waste%E2%80%9D%20(FLW))

อ้างอิง

<https://www.fooddrinkeurope.eu/tackling-food-waste>