
จากทะเลสู่กระป๋อง:

การจัดอันดับความยั่งยืน
ของผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในไทย

อะไรอยู่ในกระป๋อง?



สารบัญ

01

บทนำ

06

ข้อมูลผลิตภัณฑ์
ปลาเก๋น่ากระป๋อง

03

หลักเกณฑ์การจัดอันดับ

19

ประเด็นแรงงาน
และสิทธิมนุษยชน
ในอุตสาหกรรมทูน่า

05

การจัดอันดับ
ปลาเก๋น่ากระป๋องในไทย

กิตติกรรมประกาศ

เขียนโดย :

เจมส์ มิเชลล์

กองบรรณาธิการ :

ธรา บัวคำศรี

อัญชลี พิพัฒน์วัฒนากุล

วิริยา กังวาระพงศ์

ภัทรวรรณ จริยางกูร

สมฤดี ปานะสุทร

มาร์ก เดีย

เดวิด ฟรินสกี

โอลิวเวอร์ โนเลส

แคท โดริ

ซาร่า คิง

และอ็องรีแย้ม แอฟริก บาตงบาตา

จัดวางรูปเล่ม:

มาติยา มิลเลอร์

ลิขสิทธิ์ภาพ:

หน้าปก

© Virunan Chiddaycha / Greenpeace

ปกใน (จากซ้ายไปขวา)

© Alex Hofford / Greenpeace

© Greenpeace / Gavin Newman

© Paul Hilton / Greenpeace

© Pat Roque / Greenpeace

© Christian Åslund / Greenpeace

© Greenpeace / Pierre Gleizes

© Greenpeace / Pierre Gleizes

© Alex Hofford / Greenpeace

หน้า 2-18

© Virunan Chiddaycha / Greenpeace

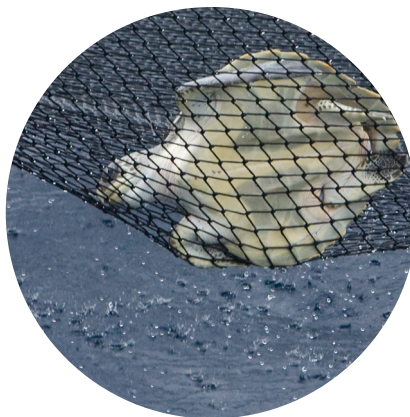
พิมพ์เมื่อ กันยายน 2558

ในแต่ละปี เต่าทะเล 300,000 ตัว
นกทะเลราว 160,000 ตัว
และฉลามหลายล้านตัวต้อง
จบชีวิตลงจากการประมงเบ็ดราว¹



ในมหาสมุทรแปซิฟิก
ตะวันตกตอนกลาง
มีปลาน้ำตาดำโหลงเหลืออยู่
เพียงร้อยละ 16 ²

กระทรวงการต่างประเทศ
สหรัฐอเมริการายงานว่า
มีการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม
ต่อแรงงานบนเรือประมง
ใน 50 ประเทศ รวมถึง
ประเทศไทย ³



ไต่ตรอง
ก่อนเลือกผลิตภัณฑ์
ทูน่ากระป๋อง

01

บทนำ

ปลาทูน่าเป็นหนึ่งในพันธุ์ปลาซึ่งเป็นที่นิยมและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจมากที่สุดในโลก แต่ความต้องการบริโภคในระดับโลกเช่นนี้ตามมาด้วยต้นทุน มหาสมุทรของเรา ยังคงเผชิญกับปัญหาการทำประมงเกินขนาด การประมงแบบทำลายล้าง และการประมงผิดกฎหมาย



การจับสัตว์น้ำพลอยได้ (bycatch) ไม่ว่าจะเป็นฉลาม เต่า และปลาทูน่าวัยอ่อนที่ติดเข้ามาในอวนจากการทำประมงประเภทนี้ และถูกโยนคืนกลับไปในทะเลในสภาพที่ตายแล้วหรือกำลังจะตาย เป็นปัญหาที่ยังคงเกิดขึ้น และรอการเปิดเผยต่อไป การนำสัตว์น้ำที่จับได้จำนวนมากไปทิ้งในทะเลส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเล รวมทั้งความมั่นคงด้านอาหารระดับโลก การประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการควบคุม

(Illegal, Unreported, and Unregulated fishing) ในอุตสาหกรรมทูน่า เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เลวร้ายกว่านั้น การละเมิดสิทธิมนุษยชนร้ายแรง มักเชื่อมโยงกับการทำประมงปลาทูน่าที่ผิดกฎหมาย แต่มันไม่ควรเป็นเช่นนั้น อุตสาหกรรมปลาทูน่าสามารถใช้โอกาสนี้เป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา แทนที่จะเป็นส่วนหนึ่งของปัญหา

ผู้บริโภคชาวไทยมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรปลาก่อนน้ำเพื่อประโยชน์ของคนรุ่นต่อไป

ตลาดผลิตภัณฑปลาก่อนน้ำกระป๋องในประเทศไทยมีมูลค่าถึง 700 ล้านบาท



อุตสาหกรรมกวนขนาดใหญ่หลายแห่งตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบริษักระดับโลกหลายแห่งเหล่านี้อยู่ที่ประเทศไทย กรีนพีซทำการประเมินการดำเนินงานของบริษัทบางแห่งเหล่านี้ในการส่งออกโดยมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งไปยังประเทศต่างๆ ที่มีอัตราการบริโภคปลาก่อนน้ำค่อนข้างสูง (เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร) และให้ข้อมูลผู้บริโภคเกี่ยวกับความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ปลาก่อนน้ำกระป๋องที่มีวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศเหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ประชาชนในภูมิภาคซึ่งเป็นแหล่งประมงปลาก่อนน้ำขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก กลับมีข้อมูลน้อยมากถึงทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในประเทศ

ผู้บริโภคในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรปลาก่อนน้ำเพื่อประโยชน์ของคนในรุ่นต่อไป ตลาดผลิตภัณฑปลาก่อนน้ำกระป๋องในประเทศไทยมีมูลค่า 700 ล้านบาท กรีนพีซทำหน้าที่ให้ข้อมูลกับผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้ผลิตปลาก่อนน้ำกระป๋องแต่ละแบรนด์ที่มีวางจำหน่ายในร้านชำในประเทศ และได้จัดอันดับแบรนด์สินค้าเหล่านี้ โดยใช้หลักเกณฑ์ทั้งในด้านการตรวจสอบย้อนกลับ ความยั่งยืน และความเป็นธรรม การได้มาซึ่งการจัดอันดับที่ดี อุตสาหกรรมกวนควรรับประกันให้มีการตรวจสอบได้ถึงแหล่งที่มาของปลาก่อนน้ำ ตั้งแต่เรือประมงไปจนถึงการวางจำหน่ายในชั้นวางสินค้า เพื่อทำให้มั่นใจว่าปลาก่อนน้ำมาจากแหล่งที่มีประชากรจำนวนมากพอ และมีการทำประมงปลาก่อนน้ำอย่างรับผิดชอบ รวมทั้งมีมาตรฐานที่เข้มแข็งทั้งด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ บริษัทอุตสาหกรรมกวนยังควรใช้ผู้ตรวจสอบที่เป็นบุคคลที่สามและเป็นอิสระที่เข้ามาตรวจสอบการดำเนินงานว่ามีการปฏิบัติตามนโยบายที่ประกาศไว้ตลอด

วงจรการผลิตหรือไม่ หลักเกณฑ์ที่เราใช้ในการจัดอันดับความยั่งยืนประกอบด้วยแนวคิด 3 ประการหลักที่จะปรากฏในรายงาน ดังรายละเอียดด้านล่าง

การตรวจสอบย้อนกลับ: บริษัทอุตสาหกรรมกวนควรสามารถตรวจสอบย้อนกลับไปในห่วงโซ่อุปทานของปลาก่อนน้ำ และทราบอย่างชัดเจนว่ามีการจับมาจากที่ไหนและอย่างไร เพื่อรับประกันว่ามีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ การจัดหาแหล่งวัตถุดิบหรือไม่

ความยั่งยืน: เจตจำนงที่จะวางจำหน่ายปลาก่อนน้ำที่ยั่งยืนและเป็นธรรม โดยมีการกำหนดนโยบาย การจัดหาแหล่งวัตถุดิบอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้ปลาก่อนน้ำสายพันธุ์ที่เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ ปลาก่อนน้ำที่มาจากประมงที่ทำลายล้าง และมาจากบริษัทที่ขาดความรับผิดชอบต่อด้านสังคม มาใช้ในการผลิตสินค้า

ความเป็นธรรม: บริษัทอุตสาหกรรมกวนควรทราบว่าใครเป็นผู้จับปลาก่อนน้ำให้ตน และมีการปฏิบัติอย่างไร ทั้งยังควรมีเจตจำนงที่จะดูแลสวัสดิภาพของแรงงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน และควรทำงานอย่างเต็มที่เพื่อต่อต้านการบังคับใช้แรงงานและการค้ามนุษย์

กรีนพีซได้ส่งแบบสำรวจไปยังผู้ผลิตปลาก่อนน้ำกระป๋องรายใหญ่หลายแห่ง ซึ่งวางจำหน่ายปลาก่อนน้ำกระป๋องในประเทศไทย นอกจากการสำรวจเหล่านี้ กรีนพีซได้ทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติของบริษัทเหล่านี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ผลิตภัณฑ์ปลาก่อนน้ำกระป๋องที่วางจำหน่ายในไทยเป็นอย่างไรบ้าง? สามารถดูได้ที่หน้า 5

หากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของเรา? สามารถดูได้ในหน้าถัดไป

02

หลักเกณฑ์การจัดอันดับ

กรีนพีซส่งแบบสำรวจอย่างละเอียดไปยังผู้ผลิตและจัดจำหน่ายปลากระป๋อง 14 แบรินด์ตามที่ปรากฏในรายงาน และมีการตอบรับที่ดี สองในสามของผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีการตอบแบบสอบถาม สำหรับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่ไม่ส่งแบบสอบถามกลับ ทำให้เกิดปัญหาเนื่องจากเราไม่สามารถให้คะแนนได้ อย่างไรก็ตาม กรีนพีซขอชื่นชมบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องที่เข้าร่วมการสำรวจเพื่อจัดอันดับในครั้งนี้ และเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้มีการปรับปรุงนโยบายในการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อนำไปสู่การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนในปีต่อไป กรีนพีซใช้หลักเกณฑ์ 7 ประการในการจัดอันดับดังต่อไปนี้





01

การตรวจสอบย้อนกลับ

สามารถตรวจสอบย้อนกลับที่มาของปลากุ้งตั้งแต่ในทะเลจนเข้าสู่กระป๋องและการวางจำหน่ายในชั้นวางหรือไม่?

มีการตรวจสอบเพื่อรับประกันว่าข้อมูลถูกต้องหรือไม่?



02

ความยั่งยืน

เป็นการพิจารณาทั้งสถานภาพของสายพันธุ์ปลากุ้งที่จับ และวิธีการจับ

จำนวนประชากรของสายพันธุ์ปลากุ้ง

ปลากุ้งเหล่านี้มาจากกลุ่มประชากรปลากุ้งที่จำนวนมากพอ และไม่มี การทำประมงเกินขนาด หรือไม่ได้มีการทำประมงจนเกินกว่าความสามารถที่จะฟื้นตัวหรือไม่?

วิธีการทำประมงที่ใช้

ในการทำประมงปลากุ้งมีการหลีกเลี่ยงการจับสิ่งมีชีวิตชนิดอื่น อย่างเช่น ฉลามและเต่า รวมทั้งปลากุ้งวัยอ่อน ด้วยการใช้อุปกรณ์ทำประมงที่ยั่งยืน เช่น เบ็ดตัวหรือไม้ หรือเป็นวิธีทำประมงแบบไม่เลือกเป้าหมาย อย่างเช่น การประมงเบ็ดราว ในทะเลหลวง การใช้วนล้อมรอบกับเครื่องมือล่อปลา (FADs) หรือไม่?



03

ความถูกต้องตามกฎหมาย

เกี่ยวข้องกับ การประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงาน และขาดการควบคุม (IUU) เป็นการตรวจสอบทางบริษัท รับประกันว่าจะไม่มีการนำปลาที่จับ ด้วยการประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการควบคุมเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของตน นอกจากนั้น ทางบริษัทอนุญาตให้มีการขนถ่ายสินค้ากลางทะเลหรือไม่ (เพราะเสี่ยงที่จะมีการนำอาหารทะเลที่จับอย่างถูกกฎหมายและผิดกฎหมายมาปนกัน รวมทั้งการละเมิดสิทธิมนุษยชน) หรือมีการทำธุรกิจร่วมกับบริษัทที่เคยมีประวัติถูกฟ้องร้องดำเนินคดีเนื่องจากการค้า และการทำประมงหรือไม่?



04

ความเป็นธรรม

เป็นหลักประกันเพื่อคุ้มครองคนงาน และชุมชนในพื้นที่ และประกันให้มีการจ่ายคืนผลกำไรที่เป็นธรรมแก่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทางบริษัททราบหรือไม่ว่าใครเป็นผู้จับปลากุ้งให้ตน และมีการปฏิบัติอย่างไร? มีเจตจำนงที่จะคุ้มครองสวัสดิการของคนงานตลอดห่วงโซ่อุปทานหรือไม่? มีการทำงานอย่างเต็มที่เพื่อยุติการบังคับใช้แรงงาน และการค้ามนุษย์ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลหรือไม่?



05

นโยบายการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ

แสดงถึงเจตจำนงของบริษัทและการปฏิบัติให้เกิดความยั่งยืน ทางบริษัทมีนโยบายที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับความยั่งยืนและความเป็นธรรม โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ เพื่อผลิตปลากุ้งมากระป๋องที่ชัดเจนหรือไม่? ทางบริษัทจัดหาแหล่งวัตถุดิบจากผู้จัดหาที่จับสัตว์น้ำใกล้สูญพันธุ์หรือเสี่ยงจะสูญพันธุ์ หรือจากบริเวณที่ทราบกันว่าการทำประมงเกินขนาดหรือไม่? ทางบริษัทมุ่งทำงานตามเป้าหมายในกรอบเวลาและหลีกเลี่ยงวิธีทำประมงแบบไม่เลือกเป้าหมายหรือทำลายล้างหรือไม่?



06

ความโปร่งใสและข้อมูลสำหรับผู้บริโภค

โปร่งใสและสนับสนุนให้ผู้บริโภคตัดสินใจอย่างมีความรู้หรือไม่ มีการอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในกระป๋องหรือไม่? ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้สะดวกหรือไม่?



07

การขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

แสดงให้เห็นว่าทางบริษัทสนับสนุนหรือลงทุนในการพัฒนาการประมงที่ยั่งยืนและเป็นธรรมมากขึ้นหรือไม่ ทางบริษัทหลีกเลี่ยงการจัดหาแหล่งวัตถุดิบจากบริเวณที่เสนอและประกาศให้เป็นเขตปกป้องระบบนิเวศวิทยาทางทะเลหรือไม่? ทางบริษัทมีบทบาทสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมกุ้ง ลดผลกระทบ และแก้ปัญหาท้าทายที่เกิดขึ้นกับมหาสมุทรของเราหรือไม่?

03

การจัดอันดับ ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องไทย

เป็นการจัดอันดับผลิตภัณฑ์ด้วยคะแนน 1-100 (0-39 = ต่ำกว่ามาตรฐาน, 40-69 = พอใช้, และ 70-100 = ดี)

ใน 14 ผลิตภัณฑ์ที่เราประเมินจากที่มีขายในตลาดในไทย เราพบว่ามี 5 ผลิตภัณฑ์ต่ำกว่ามาตรฐาน และอีก 9 ผลิตภัณฑ์ได้คะแนนพอใช้ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่ได้คะแนนระดับดี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องและอุตสาหกรรมกุน่าต้องทำงานเพิ่มขึ้นอีกมาก

ผลการสำรวจ

อันดับ	ผลิตภัณฑ์/ ผู้ผลิต	คะแนนโดยรวม
1	ทีซีบี / บริษัท ทropicoolแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	พอใช้
2	คิงส์คิทเชน / บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	พอใช้
3	นอตลุส / บริษัท แพทยาฟู๊ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	พอใช้
3	ชีคราวัน / บริษัท แพทยาฟู๊ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	พอใช้
4	ซีเล็ค / บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	พอใช้
4	โอเชียนเวฟ / บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	พอใช้
5	เทลโก้ โลตัส / บริษัท แพทยาฟู๊ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	พอใช้
6	แอโร่ / บริษัท แพทยาฟู๊ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	พอใช้
7	บรุค / บริษัท เซาร์กฮิสต์โอเชียนแพคเกจจิ้งแอนด์แคนนิ่ง จำกัด	พอใช้
8	ท็อบส์ / บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุง
9	อะยัม / บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุง
10	บี๊กซี / บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุง
11	โฮมเพรส มาร์ก / บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	ปรับปรุง
12	โรซ่า / บริษัท โอคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด	ปรับปรุง

04

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ปลาทูน่ากระป๋อง

ตลาดปลาทูน่ากระป๋องในไทยเป็นของบริษัทใหญ่ ๆ เพียงไม่กี่แห่ง ซึ่งจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของตนเอง และเป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทอื่น ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องซึ่งผลิตจากบริษัทเดียวกันอาจได้รับคะแนนแตกต่างกันอย่างไรก็ดี ในบางกรณีผลิตภัณฑ์เหล่านี้อาจได้รับคะแนนแตกต่างกัน เนื่องจากมีมาตรฐานการจัดหาวัตถุดิบแตกต่างกันไป แม้ว่าโดยหลักจะผลิตมาจากบริษัทเดียวกันก็ตาม

จากการสำรวจพบว่า ปลาทูน่ากระป๋องทุกผลิตภัณฑ์ต่างได้รับคะแนนต่ำมากในแง่การให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ โดยส่วนใหญ่บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายปลาทูน่ากระป๋องในประเทศไทยไม่มีการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค แม้กระทั่งการระบุว่าปลาทูน่าสายพันธุ์ไหนที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต และไม่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นความยั่งยืน กรีนพีซคาดหวังว่าในปีต่อ ๆ ไป ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะมีการปรับปรุงในด้านนี้มากขึ้น ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องต่อไปนี้จะจัดอันดับตามอันดับของคะแนนรวม (ดีสุดไปหาแย่สุด)



ไม่ว่าคุณจะเป็นคนทำอาหาร
ผู้บริโภค หรือคนรักมหาสมุทร
คุณควรจะรู้ว่าปลาทูน่า
แต่ละชนิดมีสถานะอย่างไร



ปลาทูน่าพันธุ์ครีบยาว (Albacore Tuna)

Tuna : พบในผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบตั้งแต่ กระป๋อง รมควัน และสด สถานะใกล้ถูกคุกคามเนื่องจากจำนวนประชากรลดลงอย่างรวดเร็ว และบางชนิดมีการประมงเกินขนาด



ปลาทูน่าพันธุ์ตาโต (Bigeye Tuna)

Tuna : นิยมนำมาทำเด็กทูน่า ซูชิ หรือซาซิมิ แต่ปลาทูน่าตาโตขนาดเล็กลำสามารถนำมาทำปลากระป๋อง สถานะอย่างเป็นทางการ คือ เสี่ยง และเพิ่งเข้าภาวะใกล้สูญพันธุ์ ด้วยประชากรที่ลดลงและบางชนิดมีการประมงเกินขนาด



ปลาทูน่าพันธุ์ครีบน้ำเงิน (Bluefin Tuna)

Tuna : เป็นสัญลักษณ์ของปลาทูน่าที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์สูงที่สุด ปลาทูน่าสายพันธุ์นี้มีสามชนิด แอตแลนติก แปซิฟิก และเซาเทอร์น พบได้ในร้านอาหารญี่ปุ่นระดับหรูที่นำมาทำซาซิมิหรือซูชิ ปัจจุบันอยู่ในภาวะใกล้สูญพันธุ์ หากแนวโน้มของสถานการณ์ยังเหมือนเดิม ปลาทูน่าสายพันธุ์นี้อาจต้องเผชิญกับการสูญพันธุ์เชิงพาณิชย์ในเขตแปซิฟิก



ปลาทูน่าพันธุ์ก๊องแถบ (skipjack)

พบได้ในทูน่ากระป๋องและอาหารแมว ส่วนใหญ่ติดฉลาก “light tuna” ซึ่งสายพันธุ์นี้ยังไม่มีการทำประมงในอัตราเกินขนาด แต่หากยังดำเนินการประมงในอัตราขนาดนี้ต่อไปก็อาจจะเกินขนาดก็ได้ บางครั้งสายพันธุ์ตาโตและครีบน้ำเงินก็ถูกจับรวมไปกับพันธุ์ก๊องแถบและถูกรวมอยู่ในทูน่ากระป๋องเดียวกัน



ปลาทูน่าพันธุ์ครีบน้ำเหลือง (yellowfin)

Tuna : ส่วนใหญ่นิยมนำมาทำสเต็กทูน่า ซาซิมิหรือซูชิ แต่ก็พบในทูน่ากระป๋อง สถานะปัจจุบัน ใกล้ภาวะถูกคุกคาม ด้วยจำนวนประชากรทั้งหมดลดลงและบางชนิดมีการประมงเกินขนาด

No.1

ที่ซีบี

ข้อมูลพื้นฐาน

บริษัท ทรอปีคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีสินค้าหลักเป็นปลาทูน่ากระป๋องร้อยละ 70 ของวัตถุดิบนำเข้ามาจากต่างประเทศ และร้อยละ 96 ของลูกค้าเป็นลูกค้าในต่างประเทศ (ส่วนใหญ่ในสหรัฐฯ แคนาดา และออสเตรเลีย)⁴ อย่างไรก็ตาม บริษัทนี้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตลาดในประเทศด้วย

ความเห็น

TCB ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการสำรวจครั้งนี้และมีศักยภาพที่จะปรับปรุงอย่างรวดเร็ว ทั้งยังเป็นผู้นำในการจัดอันดับผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องที่มีวางจำหน่ายในตลาดของไทย และสมควรได้รับคำชื่นชมสำหรับความสำเร็จครั้งนี้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่า TCB จะมีอันดับเหนือกว่าคู่แข่ง แต่ก็ยังไม่ถึงขั้นที่เรียกได้ว่า “ดี” และยังมีสิ่งที่ต้องทำอีกมาก อันที่จริง TCB จำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าที่ยั่งยืนในประเทศอื่นๆ (อย่างเช่น ออสเตรเลีย) ทางบริษัทจึงควรใช้ประสบการณ์การทำงานในประเทศอื่น เพื่อพัฒนาสินค้าเพื่อจำหน่ายในไทยเช่นกัน TCB จำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าครีบน้ำเงินและปลาทูน่า Tonggol (ปลาทูน่าพันธุ์ตองโก) ทั้งสองสายพันธุ์นี้อยู่ในกลุ่มปลาทูน่าที่ไม่ได้มีจำนวนประชากรมากนัก

จุดแข็ง

TCB ได้คะแนนสูงสุดในแง่การตรวจสอบย้อนกลับ ความถูกต้องตามกฎหมาย และนโยบายการจัดการแหล่งวัตถุดิบ ทางบริษัทให้ข้อมูลอย่างหนักแน่นเพื่อสนับสนุนข้ออ้างว่าปลาทูน่าเหล่านี้มีที่มาอย่างไร กรีนพีซสนับสนุนให้ TCB ทำงานที่ดีเช่นนี้ต่อไป และยังคงสอดส่องดูแลห่วงโซ่อุปทานของตน TCB ไม่ได้ใช้วัตถุดิบที่มาจากเรือประมงที่ถูกทางการขึ้นบัญชีดำ ทั้งไม่มีการขนถ่ายปลาทูน่ากลางทะเล และปฏิเสธจะทำธุรกิจร่วม



กับบริษัทที่เคยถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในข้อหาทำการประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการควบคุม สามารถตรวจสอบนโยบายโดยละเอียดด้านอาหารทะเลยั่งยืนจากเว็บไซต์ของบริษัทที่เปิดให้ทุกคนทั่วไปดู ถือว่าเป็นข้อมูลที่สินค้าแบรนด์อื่นมักไม่เปิดเผย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

TCB ยังคงมีปัญหาในแง่ความยั่งยืนและการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางบริษัทใช้วัตถุดิบปลาทูน่าครีบน้ำเงินและปลาทูน่า Tonggol (ซึ่งเป็นสองสายพันธุ์ที่มีปัญหาเรื่องจำนวนประชากรโดยรวม) และเป็นปลาที่ถูกจับมาด้วยวิธีการทำประมงที่ไม่ยั่งยืน (เช่น การใช้วนล้อม) อันเป็นเหตุให้จับปลาที่ไม่ใช่เป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ทางบริษัทควรพิจารณาเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบที่เป็นปลาทูน่าทองแถบในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นปลาที่จับด้วยวิธีการทำประมงที่ยั่งยืนมากขึ้น เช่น วิธีการจับปลาทูน่าโดยไม่ใช้วนล้อมกับเครื่องมือปล่อยปลา (FAD free) ทางบริษัทจำเป็นต้องดำเนินการมากขึ้นและใช้โอกาสนี้เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมดังกล่าว

สรุป

การเปิดกว้างและความยึดมั่นต่อการตรวจสอบย้อนกลับภายในของ TCB เป็นเหตุให้บริษัทมีพื้นฐานเข้มแข็งที่จะสามารถปรับปรุงในแง่การจัดหาวัตถุดิบจากสายพันธุ์ปลาที่มีจำนวนมากกว่า (เช่น ปลาทูน่าทองแถบ) และใช้วิธีการทำประมงที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เนื่องจากทางบริษัทให้ความใส่ใจในห่วงโซ่อุปทาน ทางบริษัทจึงน่าจะสามารถปรับปรุงในอนาคตได้อย่างรวดเร็วและมีความแน่นอนมากกว่าคู่แข่งอื่น ๆ แม้ว่า TCB จะนำหน้าบริษัทอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งในตลาดในประเทศของไทย แต่ทางบริษัทคงต้องทำงานอีกมากเพื่อให้ได้คะแนนดีขึ้น

No.2

คิงส์คิทเชน

ข้อมูลพื้นฐาน

คิงส์คิทเชนจัดจำหน่ายและผลิตโดยบริษัทพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูกของบริษัทพรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) PCI ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าสำเร็จรูป ทั้งแบบซองและกระป๋อง ผลิตที่ปลาทูน่าส่วนใหญ่ส่งออก ไปต่างประเทศในเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง สำหรับตลาด ในประเทศ ทางบริษัทขายปลาทูน่าคิริเบรลในน้ำมันเมล็ดทานตะวัน⁵

ความเห็น

คิงส์คิทเชนเข้าร่วมในการสำรวจปีนี้เป็นผลิตภัณฑ์ปลาทูน่า ผลิตที่เดียวที่ขายในไทยและมีการระบุสายพันธุ์ปลา (ปลาทูน่า คิริเบรล) ในป้ายฉลากบนบรรจุภัณฑ์ กรีนพีซเชื่อว่าการ ปฏิบัติเช่นนี้ควรถือเป็นหลักเกณฑ์ขั้นต่ำสำหรับผลิตภัณฑ์ ปลาทูน่ากระป๋องอื่น ๆ แต่ก็ขอชื่นชมคิงส์คิทเชนสำหรับความ พยายามเช่นนี้ ที่สำคัญครึ่งหนึ่งของปลาทูน่าคิริเบรล ที่บริษัทใช้ (ซึ่งจัดอยู่ในประเภท “เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์” (“near threatened”) ในบัญชีแดงของInternational Union for Conservation of Nature and Natural Resources หรือ IUCN) อย่างน้อยเป็นปลาทูน่าที่จับมาด้วยวิธีการจับแบบเบ็ดตก ซึ่งมีความยั่งยืนมากกว่า

จุดแข็ง

ความถูกต้องตามกฎหมาย นโยบายการจัดการแหล่งวัตถุดิบ คิงส์คิทเชนอ้างว่าไม่ได้จัดหาวัตถุดิบจากเรือประมงที่ถูก ทางทหารขึ้นบัญชีดำ ไม่เกี่ยวข้องกับการประมงที่มีการขนถ่าย ปลากลางทะเล และไม่จัดหาวัตถุดิบจากบริษัทที่เคยถูกฟ้อง ร้องดำเนินคดีในข้อหาทำการประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการ รายงานและขาดการควบคุม (IUU) แต่ไม่สามารถให้ออกสาร ยืนยันข้ออ้างเหล่านี้ได้ ทางบริษัทไม่มีการเปิดเผยนโยบาย การจัดหาแหล่งวัตถุดิบต่อสาธารณะ แม้บริษัทอ้างว่าจะมีการ



อธิบายในนโยบายว่ามีการป้องกันการจับปลาทูน่าบางสายพันธุ์ คู่ครองแหล่งสงวนพันธุ์สัตว์น้ำทางทะเล ห้ามการล่าครีบอลาม และกำหนดให้มียกเว้นการจับสัตว์น้ำที่จับได้ทุกตัว อย่างเคร่งครัด (catch retention policy)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

ประการแรกสุด คิงส์คิทเชนต้องแสดงความโปร่งใสต่อ สาธารณะมากขึ้น สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดสองประการได้แก่ ความเป็นธรรมและการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในแง่ ความเป็นธรรมคิงส์คิทเชนไม่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติ ต่อลูกเรือในเรือประมงที่จับปลาทูน่าให้กับบริษัท ทั้งไม่ได้ตอบ คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อคนงานในโรงงานบรรจุกระป๋อง หรือสัดส่วนการจ้างงานคนในท้องถิ่นเมื่อเปรียบเทียบกับ สัดส่วนการถือครองหุ้นของคนต่างชาติ ทางบริษัทควรแสดง ความเป็นผู้นำที่เข้มแข็งมากขึ้นในด้านนี้ และมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดกับกิจกรรมที่สนับสนุนการอนุรักษ์ปลาทูน่าทั่วโลก

สรุป

แม้ว่าคิงส์คิทเชนควรได้รับเครดิตในแง่การให้ข้อมูลบนบรรจุ ภัณฑ์ แต่ยังไม่ถือว่าความโปร่งใสเป็นจุดแข็งของบริษัท ทาง บริษัทควรเปิดเผยต่อสาธารณะมากขึ้นเกี่ยวกับนโยบายการ จัดหาแหล่งวัตถุดิบ แต่ในส่วนที่น่าชื่นชมคือ การเลือกใช้ วัตถุดิบที่มาจากเรือประมงที่ใช้เบ็ดตก อย่างไรก็ตาม คิงส์คิทเชนควรพิจารณาจัดหาวัตถุดิบซึ่งมาจากสายพันธุ์ปลา ที่มีความเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์น้อยกว่านี้ และเพิ่มสัดส่วนการ จัดซื้อปลาทูน่าที่มาจากเรือประมงแบบเบ็ดตกมากขึ้น ทางบริษัท ยังมีช่องว่างอย่างมากในแง่ความเป็นธรรม และมีความเสี่ยง ในแง่การปฏิบัติมิชอบด้านแรงงาน สืบเนื่องจากแบบแผนการ ปฏิบัติมิชอบอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมอาหารทะเลระดับโลก คิงส์คิทเชนควรเร่งดำเนินการเพื่อรับประกันว่าจะไม่มีส่วน สนับสนุนให้เกิดปัญหานี้มากขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของตน

No.3



นอติลุส และ ซีคราวัน

ข้อมูลพื้นฐาน

บริษัทนอติลุสฟู๊ด (ประเทศไทย) จำกัดเป็นบริษัทในเครือของบริษัทพญาฟู๊ด อินดัสตรี จำกัด ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2548 นอกจากมีการดำเนินงานหลักในประเทศไทย นอติลุสยังมีศูนย์การตลาดและจำหน่ายอีกแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ที่กรุงโอจิมินห์ซิตี้ ประเทศเวียดนาม บริษัทนอติลุสฟู๊ด (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายอาหารทะเลกระป๋องโดยใช้แบรนด์ “นอติลุส” “นอติลุส โลว์” “ซีคราวัน” “ลิลลี่” และ “มงกุฎทะเล”⁶ ผลิตภัณฑ์นอติลุสมีความหลากหลายทั้งสเปกปลาทูน่า ปลาทูน่าก้อน และแซนด์วิชปลาทูน่า⁷ ทั้งยังเป็นบริษัทผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องใหญ่สุดเป็นอันดับสองของไทย และยังเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าให้กับแบรนด์อื่น ๆ ที่ส่งตามซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย

ความเห็น

นอติลุสเข้าร่วมการสำรวจในปีนี้ และแจ้งให้กรีนพีซทราบว่าวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นปลาทูน่าก้อนแช่แข็ง โดยมีบางส่วนเป็นปลาทูน่าครีบน้ำเค็มและปลาทูน่าตาโต กรีนพีซเรียกร้องให้นอติลุสยุติการใช้ปลาทูน่าตาโตโดยทันที และให้เริ่มการเลือกใช้ปลาทูน่าครีบน้ำเค็มเช่นกัน ปลาทูน่าก้อนแช่แข็งส่วนใหญ่ที่ใช้มาจากการจับด้วยเรืออวนล้อม และในบางกรณีใช้วัตถุดิบที่เป็นปลาทูน่าที่จับโดยไม่ใช้อวนล้อมกับเครื่องมือปล่อยปลา (FAD-free tuna) แต่เรสสนับสนุนให้ทางบริษัทเปลี่ยนการจัดหาวัตถุดิบซึ่งมาจากวิธีการทำประมงที่มีความยั่งยืนมากขึ้นเท่านั้น

จุดแข็ง

นอติลุสไม่มีจุดแข็งเป็นพิเศษในด้านใด แต่มีภาพรวมการดำเนินงานในระดับปานกลางทั้งในแง่ของการตรวจสอบย้อนกลับ ความยั่งยืน และความถูกต้องตามกฎหมายโดยรวม ทางบริษัทสามารถปรับปรุงการดำเนินงานในด้านการตรวจสอบย้อนกลับโดยการจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบที่เป็นบุคคลที่สามและเป็นอิสระอย่างแท้จริง เนื่องจากการตรวจสอบของรัฐบาลไทยเพียง

อย่างเดียวไม่เพียงพอ ในแง่ความยั่งยืน การเลือกใช้ปลาทูน่าตาโต (ซึ่งจัดอยู่ในประเภท “ใกล้การสูญพันธุ์” “vulnerable” ในบัญชีแดง International Union for Conservation of Nature and Natural Resources หรือ IUCN) และเลือกใช้การทำการประมงที่ยั่งยืนมากขึ้นเพื่อจับปลาทูน่าก้อนแช่แข็ง ย่อมจะช่วยให้ปรับปรุงการดำเนินงานให้ดีขึ้นอย่างมาก สุดท้าย กรีนพีซให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้วิธีขนถ่ายปลากลางทะเล โดยทางบริษัทให้ข้อมูลยืนยันว่ามีการว่าจ้างผู้สังเกตการณ์คอยเฝ้าดูกรณีที่มีการขนถ่ายปลากลางทะเล แต่กรีนพีซเรียกร้องว่าควรจัดทำนโยบายที่มีผู้สังเกตการณ์ที่เป็นอิสระที่คอยติดตามดูแลในทุกขั้นตอนและเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะหรือทำให้ดีกว่านั้น ให้มีการยุติการใช้วิธีขนถ่ายปลากลางทะเลโดยสิ้นเชิงเนื่องจากจะเป็นหลักประกันที่ดีขึ้นว่ามีการใช้วัตถุดิบถูกกฎหมายและช่วยคุ้มครองแรงงานในทะเล

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

สำหรับนอติลุส ความเป็นธรรมและนโยบายการจัดการหาแหล่งวัตถุดิบเป็นสองด้านที่ยังบกพร่อง บริษัทควรให้ความใส่ใจอย่างจริงจังมากขึ้นกับประเด็นสิทธิมนุษยชนและแรงงาน เพื่อหลีกเลี่ยงการสนับสนุนให้เกิดปัญหานี้อย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมประมงโดยไม่ตั้งใจ แม้ว่าทางบริษัทเปิดเผยข้อมูลนโยบายภายในกับกรีนพีซ แต่เราต้องการให้ทางบริษัทพัฒนามาตรฐานที่เข้มแข็งมากขึ้น และให้นำข้อมูลนโยบายเหล่านี้ไปเผยแพร่ต่อสาธารณะด้วยเช่นกัน

สรุป

นอติลุสจำเป็นต้องปฏิรูปในหลายด้านเพื่อให้สามารถแข่งขันในแง่ความยั่งยืนที่ดีขึ้นได้ แต่ในแง่ดีก็คือ ทางบริษัทได้มีการกำหนดมาตรการบางอย่างอยู่แล้ว เมื่อคำนึงถึงขนาดของบริษัท เชื่อว่าจะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอันเป็นประโยชน์ต่อมหาสมุทรของเราได้

No.4



ซีเล็ค และ โอเชียนเวฟ

ข้อมูลพื้นฐาน

บริษัท ไทยยูเนียน โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) (TUF) เป็นบริษัทปลาน้ำกระป๋องรายใหญ่ที่สุดในโลก โดยปลาน้ำกระป๋องซีเล็คมีส่วนการจำหน่ายถึงร้อยละ 43 ของตลาดปลาน้ำกระป๋องในประเทศมูลค่า 700 ล้านบาท ทางบริษัทมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการตลาดถึงร้อยละ 50-60 ในอนาคตอันใกล้ แม้ทางบริษัทส่งออกสินค้าเป็นหลัก แต่ก็ใช้เงินทุนถึง 100-150 ล้านบาท เฉพาะในปี 2558 เพื่อกระตุ้นให้คนไทยบริโภคปลาน้ำกระป๋องมากขึ้น โดยทางบริษัทมีเป้าหมายเพิ่ม “สัดส่วนการบริโภคปลาน้ำกระป๋อง” ให้ได้ถึงร้อยละ 50 เหมือนตลาดอื่น ๆ ในโลก เช่น ในสหรัฐฯ เนื่องจากในปัจจุบัน มีเพียงร้อยละ 10 ของผู้บริโภคไทยที่ซื้อปลาน้ำกระป๋องมาบริโภค เนื่องจากคนไทยนิยมอาหารทะเลสดมากกว่าแบบที่เป็นกระป๋อง ส่วนหนึ่งของความพยายามจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาน้ำกระป๋องมากขึ้นในไทย ทาง TUF จึงได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ซีเล็ค โดยมีเป้าหมายเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ปลาน้ำกระป๋องแบรนด์ซีเล็คให้ได้สองเท่าภายในสามปีข้างหน้า และในช่วงห้าปีข้างหน้า ผลิตภัณฑ์ซีเล็คยังอาจวางจำหน่ายในตลาดใหม่ ๆ อย่างเช่นในอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์

ความเห็น

TUF เข้าร่วมการสำรวจในครั้งนี้ และให้เอกสารเพิ่มเติมเมื่อมีการร้องขอ TUF มีข้ออ้างหลายประการเกี่ยวกับจุดแข็งของนโยบายด้านปลาน้ำกระป๋องของตน แต่เราไม่สามารถตรวจสอบยืนยันคำกล่าวอ้างเหล่านี้ได้ เนื่องจากเป็นนโยบายภายในและทางบริษัทไม่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายเหล่านี้ให้สาธารณะ ในทำนองเดียวกัน ทางบริษัทไม่ได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจนเพื่อต่อต้านการขนถ่ายปลากลางทะเล แม้ว่า TUF เกี่ยวข้องกับวิธีการประมงหลายประเภททางบริษัทได้พยายามแยกแยะที่มาของวัตถุดิบเหล่านี้ (ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ปลาน้ำกระป๋องซีเล็คและอื่นๆ สามารถจำหน่ายสินค้าที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอย่างชัดเจน)

จุดแข็ง

ซีเล็คได้รับการชื่นชมที่เลือกใช้ปลาน้ำกระป๋องแบบเพียงอย่างเดียว ซึ่งถือว่าเป็นสายพันธุ์ปลาที่ยังมีปริมาณอุดมสมบูรณ์มากที่สุดเมื่อ

เปรียบเทียบกับสายพันธุ์ปลาน้ำกระป๋องอื่น ๆ ที่มีการจับทั่วไป แม้ว่าซีเล็คและ TUF ควรได้รับเครดิตจากการจัดหาวัตถุดิบจากการประมงแบบเบ็ดเตล็ด ซึ่งมีในสัดส่วนที่น้อยมาก แต่การที่เป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศย่อมต้องมีความรับผิดชอบมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามซีเล็คเป็นผลิตภัณฑ์ปลาน้ำกระป๋องที่เป็นผู้ครองตลาดในประเทศ เราพบว่าประมาณสามในสี่ของผลิตภัณฑ์ปลาน้ำกระป๋องซีเล็คและโอเชียนเวฟใช้วัตถุดิบที่มาจากวิธีการประมงที่ยั่งยืน หรือที่เรียกว่าการจับโดยใช้ฉวนล้อมร่วมกับเครื่องมือล่อปลา (FAD) TUF เป็นสมาชิกที่มีบทบาทมากของทั้ง International Pole & Line Foundation และ International Seafood Sustainability Foundation ทางบริษัทจึงควรใช้เวทีเหล่านี้เพื่อผลักดันมาตรการอนุรักษ์ปลาน้ำกระป๋องให้มากขึ้น

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

บริษัท ไทยยูเนียน โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) (TUF) และผลิตภัณฑ์อย่างซีเล็คและโอเชียนเวฟมีปัญหามากกว่าบริษัทอื่นในแง่ความถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญยิ่ง ในช่วงสองปีที่ผ่านมา หนึ่งในบริษัทประมงที่จัดส่งวัตถุดิบให้บริษัทอย่าง Albacora S.A. ถูกตรวจพบว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมงปลาน้ำกระป๋องผิดกฎหมาย (เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกับบริษัทนี้) TUF ยังคงจัดซื้อสินค้าจากบริษัทดังกล่าว TUF ยังมีปัญหาเนื่องจากถูกกล่าวหาว่ามีการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรมในการผลิตกุ้ง ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับระดับการกำกับดูแลของบริษัทต่อภาคการผลิตปลาน้ำกระป๋องของตน ถึงแม้ว่า TUF ให้ข้อมูลในการสำรวจ แกล้งต่อสื่อมวลชนและให้สัมภาษณ์ว่าไม่ได้เกี่ยวข้องกับการขนถ่ายปลากลางทะเลแล้ว และมีการขนถ่ายเฉพาะที่ทำเรืออย่างไรก็ดี ทางบริษัทคงยังต้องเพิ่มการทำงานในด้านนี้อีกมากเพื่อให้สาธารณชนมั่นใจอย่างเต็มที่ในประเด็นนี้

สรุป

ซีเล็คเป็นผลิตภัณฑ์ปลาน้ำกระป๋องรายใหญ่ในตลาดไทย TUF ยังมีแผนลงทุนจำนวนมหาศาลเพื่อกระตุ้นให้คนไทยซื้อปลาน้ำกระป๋องมาบริโภคมากขึ้น เราจึงมีความหวังอย่างจริงจังว่า TUF จะแก้ไขข้อบกพร่องเหล่านี้เพื่อให้บริษัทเติบโตในลักษณะที่มีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและมีความเป็นธรรมมากขึ้น

No.5

เทสโก้ โลตัส

ข้อมูลพื้นฐาน

เทสโก้ โลตัสเป็นกิจการร่วมระหว่างเทสโก้เพอร์มาร์เก็ตจากสหราชอาณาจักร และเครือเจริญโภคภัณฑ์ในไทย บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทขนาดใหญ่ที่สุดในไทย (เป็นเจ้าของร้าน 7-Elevens ในไทย) และมีเจ้าของเป็นคนรวยสุดของไทยเช่นกัน¹⁰ โซครายที่ห่วงโซ่อุปทานของซีพีเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรมในเรื่องอวนลาก เทสโก้ โลตัสมีสาขา 1,800 แห่งในไทย และมีลูกค้ากว่า 12 ล้านคนต่อสัปดาห์¹¹ ผลิตภัณท์ปลากระป๋องเทสโก้ โลตัสผลิตโดย บริษัทพญาพิสดาร จำกัด ซึ่งใช้วัตถุดิบที่มาจากบริษัทอื่นและไม่เป็นที่เปิดเผยกับกรีนพีซ ทางบริษัทจำหน่ายทั้งปลากระป๋องแบบก้อนและแบบชิ้น¹²

ความเห็น

เทสโก้ โลตัสเข้าร่วมในการสำรวจ และกรีนพีซขอชื่นชมบริษัทที่ยอมให้ข้อมูลและเอกสารเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถประเมินการดำเนินงานของบริษัทได้ดีขึ้น แม้ว่าทางบริษัทอยู่ในเกณฑ์พอใช้ แต่ก็ยังมุ่งปฏิรูปห่วงโซ่อุปทาน ทำให้มีโอกาที่จะพัฒนาอย่างเข้มแข็งในแง่ความยั่งยืน ทางบริษัทใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่เป็นปลากระป๋องแบบก้อน แต่โซครายที่มีการใช้วัตถุดิบบางส่วนที่เป็นปลากระป๋องแบบชิ้นและปลากระป๋องแบบชิ้น ซึ่งเป็นสายพันธุ์ ที่จัดอยู่ในประเภท “เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์” และ “ใกล้ต่อการสูญพันธุ์” ตามลำดับในบัญชีแดงของ International Union for Conservation of Nature and Natural Resources หรือ IUCN

จุดแข็ง

การตรวจสอบย้อนกลับและความถูกต้องตามกฎหมาย
เทสโก้ โลตัสมีความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน



ของตน และมีผลงานดีกว่าบริษัทอื่นๆ ในแง่นี้ ดังที่กล่าวข้างต้น จุดแข็งในประเด็นนี้ปูทางให้มีการปฏิรูปที่ตรวจสอบได้ในอนาคตเพื่อการจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืนมากขึ้น ทางบริษัทยังมีมาตรฐานที่เข้มแข็งเพื่อรับประกันว่าจะไม่มีการจัดซื้อวัตถุดิบที่ผิดกฎหมาย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคและการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าทางบริษัทมีข้อมูลเป็นอย่างดีเกี่ยวกับวัตถุดิบที่จัดซื้อ แต่กลับไม่มีการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบอย่างชัดเจน ในทำนองเดียวกัน แม้ว่าบริษัทมีความโปร่งใสมากในการสำรวจในปีที่แล้ว แต่ทางบริษัทต้องพยายามทำให้เกิดความโปร่งใสกับลูกค้าของตนมากขึ้น พร้อมไปกับการคุ้มครองข้อมูลที่เป็นความลับทางธุรกิจ เทสโก้ โลตัสต้องมีส่วนร่วมมากขึ้นในการเป็นผู้นำแนวปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนและการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาคการผลิตนี้ นอกจากการส่งเสริมมาตรการคุ้มครองการทำประมงในน่านน้ำสากลบางแห่ง ทางบริษัทยังควรให้ความใส่ใจต่อการปฏิรูปห่วงโซ่อุปทานภายใน โดยยุติการจัดซื้อปลากระป๋องแบบชิ้น และเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบที่เป็นปลากระป๋องแบบก้อนที่มาจากแหล่งจับแบบเบ็ดตกมากขึ้น

สรุป

ถ้าบริษัทสามารถ (1) จัดหาวัตถุดิบที่เป็นปลากระป๋องที่มีความยั่งยืนมากขึ้นสำหรับตลาดในไทย (2) ส่งเสริมอย่างจริงจังให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องที่ยั่งยืนในร้านของตน และ (3) ให้ข้อมูลผู้บริโภคมมากขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความยั่งยืนมากขึ้นของตน เชื่อว่าทางบริษัทจะสามารถยกระดับไปสู่อันดับต้น ๆ ได้ไม่ยาก

No.6

แอโร

ข้อมูลพื้นฐาน

แอโรเป็นสินค้าแบรนด์ที่มีวางจำหน่ายเฉพาะในแอโรโครซูเปอร์มาร์เก็ตระบบสมาชิกแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Cash & Carry) บริษัท สยามแอโร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจรูปแบบสมาชิกเป็นหลัก จัดทะเบียนในชื่อ “แอโรโคร” ทั่วประเทศไทย จนถึงปลายปี 2556 แอโรโครมีสาขา 64 แห่งและมีร้านสยามโพธิ์ร่มไทร 5 แห่งที่ดำเนินการทั่วประเทศไทย¹³

ความเห็น

แอโรโครเข้าร่วมการสำรวจในปีนี้โดยใช้ผลิตภัณฑ์ปลาทูนน่ากระป๋องที่จำหน่ายเฉพาะในร้านคือ แอโร อย่างไรก็ดี ยังมีช่องว่างด้านข้อมูลอีกมากทำให้การประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปด้วยความยากลำบาก เนื่องจากทางบริษัทไม่ได้ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีการสอบถามไป ทางบริษัทอ้างว่ามีนโยบายภายใน แต่เราไม่เคยได้รับเอกสารดังกล่าว ทางบริษัทผู้ค้าปลีกได้ส่งข้อมูลมาตรฐานบางส่วนให้เรา ซึ่งเป็นมาตรฐานที่บริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบแห่งหนึ่งต้องปฏิบัติตาม ปลาทูนน่ากระป๋องของบริษัทผลิตจากปลาทูนน่าทองแถบ ปลาทูนน่าครีบล้าง และปลาทูนน่า Tonggol ปนกัน เนื่องจากปริมาณที่เหลืออยู่น้อยของปลาทูนน่าครีบล้างและปลาทูนน่า Tonggol ทางบริษัทจึงควรเลือกใช้เฉพาะปลาทูนน่าทองแถบ เนื่องจากแอโรโครเป็นบริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่ จึงมีโอกาสมากที่จะจัดหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำมาจากการทำประมงที่ยั่งยืน และสามารถแจ้งข้อมูลนี้ให้ลูกค้าได้ทราบ เราคงต้องเฝ้าดูว่าทางบริษัทจะใช้ประโยชน์จากโอกาสนี้อย่างไร

จุดแข็ง

แม้ว่าแอโรโครไม่ได้มีจุดเด่นในด้านใดเลยในการสำรวจ แต่ก็มีความโดดเด่นข้างสูงในด้านการตรวจสอบย้อนกลับและความถูกต้องตามกฎหมายแม้จะมีจุดที่ต้องระวังบ้าง คะแนนด้านการ



ตรวจสอบย้อนกลับน่าจะสูงกว่านี้ได้ หากสามารถจำแนกและแสดงหลักฐานจากหน่วยงานตรวจสอบที่เป็นบุคคลที่สาม และเปิดเผยข้อมูลความถี่ของการตรวจสอบ ในแง่ความถูกต้องตามกฎหมาย ทางบริษัทกำหนดมาตรฐานหลายประการเพื่อป้องกันและลดการใช้ผลิตภัณฑ์จากการประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการควบคุม ไม่ให้เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของตน รวมทั้งอ้างว่าไม่มีการขนถ่ายสินค้ากลางทะเล อย่างไรก็ตาม เราไม่สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้ออ้างเหล่านี้ได้ เนื่องจากทางบริษัทไม่ได้มอบนโยบายด้านอาหารทะเลที่ยั่งยืนหรือเอกสารอื่นใดให้กับเรา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

การให้คำตอบที่แตกต่างกันอย่างมากสำหรับคำถามในสองด้านทั้งในแง่สัดส่วนของวัตถุดิบที่ถือว่าเป็นปลาทูนน่าที่จับโดยไม่ใช้อวนล้อมกับเครื่องมือล่อปลา เมื่อไม่มีข้อมูลในด้านนี้ เราจึงมีสมมติฐานว่าแอโรโครใช้วัตถุดิบจำนวนหนึ่งจากแหล่งวัตถุดิบซึ่งเป็นปลาทูนน่าที่จับโดยไม่ใช้อวนล้อมกับเครื่องมือล่อปลา หนึ่งในบริษัทที่จัดส่งวัตถุดิบมีประวัติการส่งวัตถุดิบลักษณะดังกล่าวอยู่แล้ว ทางบริษัทยังได้รับคะแนนต่ำมากในแง่การให้ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค และไม่ได้มีส่วนร่วมในการเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม การให้ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคเพียงน้อยนิดเป็นปัญหาอย่างมาก เมื่อพิจารณาว่าทางบริษัทเป็นเจ้าของร้านค้าปลีกด้วย

สรุป

คงจะดีกว่านี้หากเราได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้นและได้รับหลักฐานเพิ่มเติมจากผู้ค้าปลีกรายนี้ ทางบริษัทยังคงต้องปรับปรุงอีกหลายด้าน โดยเฉพาะในแง่การเปิดเผยนโยบายปลาทูนน่าที่ยั่งยืนต่อสาธารณะ และการบังคับใช้นโยบายนี้ ถ้าบริษัทแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบที่ยังเป็นปัญหาอยู่ เชื่อว่าแอโรโครจะมีคะแนนเพิ่มขึ้นได้ไม่ยากในการสำรวจปีหน้า

No.7

บุรูก



ข้อมูลพื้นฐาน

ปลากูน่าแบรนด์บุรูกผลิตโดยบริษัท SEAPAC (Southeast Asian Packaging and Canning Ltd.) SEAPAC เป็นโรงงานปลากูน่ากระป๋องแห่งแรกในไทย เดิมใช้ชื่อว่าบริษัท SAFCOL (THAILAND), LTD มีโรงงานหลักสองแห่งและผลิตผลิตภัณฑ์ปลากูน่าหลายแบบเพื่อขายปลีก และมีตลาดขายวัตถุดิบทั่วโลก¹⁴

ความเห็น

บุรูกเข้าร่วมการสำรวจ แม้จะไม่ได้ตอบคำถามที่มีการสอบถามเพิ่มเติม บุรูกใช้วัตถุดิบที่มาจากวิธีการทำประมงที่หลากหลาย ตั้งแต่การจับแบบเบ็ดตก กรณีปลากูน่าทองแถบ (ดี) ไปจนถึงการใช้ฉวนล่อมเพื่อจับปลากูน่าครีบน้ำเงิน (ไม่ดี) ทางบริษัทไม่ได้แจ้งว่ามีหน่วยงานตรวจสอบที่เป็นบุคคลที่สาม ทำให้เกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับความถี่ของการตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน เหตุที่บุรูกมีการจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืนในบางส่วน เป็นเหตุให้ทางบริษัทได้รับคะแนนในระดับ “พอใช้” และรอดจากการจัดอันดับว่าต่ำกว่ามาตรฐานมาหลายครั้ง

จุดแข็ง

ความยั่งยืนและความถูกต้องตามกฎหมาย การจับแบบเบ็ดตก รวมทั้งการใช้ฉวนล่อมกับเครื่องมือสอลปลาในบางส่วน ทำให้บริษัทได้รับคะแนนที่น่าพึงพอใจในแง่ความยั่งยืน (แม้ว่าการเลือกใช้ปลากูน่าครีบน้ำเงินและปลากูน่า Tonggol ยังถือว่าเป็นปัญหา เนื่องจากมีปริมาณน้อย) ในทำนองเดียวกัน ดูเหมือนว่าทางบริษัทใช้มาตรการหลีกเลี่ยงการจัดหาวัตถุดิบจากการประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการควบคุม แม้จะไม่ชัดเจนว่าทำได้อย่างไร บุรูกอ้างว่าไม่มีการขนถ่ายสินค้ากลางทะเล แต่เราจำเป็นต้องได้เห็นหลักฐานและนโยบายที่ประกาศต่อสาธารณะอย่างชัดเจน

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

ทางบริษัทไม่เอ่ยถึงแม้แต่ว่ามีนโยบายการจัดการแหล่งวัตถุดิบหรือไม่ เนื่องจากไม่มีข้อมูลจากภายนอก เราจึงมีสมมติฐานว่าทางบริษัทไม่มีนโยบายดังกล่าว และควรจัดทำนโยบาย เช่นนั้นโดยเร่งด่วน ทางบริษัทสามารถใช้โอกาสนี้เพื่อสนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบที่ดี (แทนที่จะทำเพราะบังเอิญ) และบริหารจัดการจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืน รวมทั้งจัดทำมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการทำประมงปลากูน่าในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นห้ามการล่าครีบน้ำเงินเพื่อการคุ้มครองแหล่งสงวนพันธุ์สัตว์น้ำในทะเล เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ปลากูน่ากระป๋องรายอื่นๆ ที่สำรวจในรายงานนี้ ทางบริษัทยังต้องทำงานอีกมากเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้บริโภค และหาทางเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในภาคการผลิตนี้

สรุป

ถ้าบุรูกสามารถสื่อสารได้ดีขึ้นกับลูกค้าในแง่ข้อมูลการจัดหาวัตถุดิบและการตรวจสอบย้อนกลับ โปร่งใสมากขึ้นเกี่ยวกับกระบวนการตรวจสอบของหน่วยงานที่เป็นบุคคลที่สาม และจัดทำนโยบายอาหารทะเลที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มสัดส่วนวัตถุดิบที่เป็นอาหารทะเลที่ยั่งยืนมากขึ้น ทางบริษัทย่อมสามารถก้าวขึ้นไปท้าทายกับบริษัทอื่นที่อยู่ในระดับบนของรายงานนี้ได้

No.8

ทือปส์

ข้อมูลพื้นฐาน

บริษัทเซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด (CFR) เป็นเครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่สุดของไทย เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2539 เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทลมีการปรับรูปแบบของร้านค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าในกลุ่มต่างๆ หนึ่งในแบรนด์สินค้าสำคัญของร้านคือ ทือปส์¹⁵ ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องทือปส์ผลิตโดยบริษัทไทยยูเนียนให้กับบริษัทเซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัดเป็นการเฉพาะ รวมทั้งส่งเด็กกุน่าทือปส์¹⁶ และแซนด์วิชกุน่าทือปส์¹⁷

ความเห็น

ทือปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตพร้อมจะเข้าร่วมการสำรวจในปีนี้ และกรีนพีซถือว่า การประเมินบริษัทในปีนี้เป็นข้อมูลพื้นฐาน โดยคาดว่าจะมีการปรับปรุงการดำเนินงานในปีหน้า ทือปส์ได้รับคะแนนต่ำกว่ามาตรฐานด้วยเหตุผลหลายประการ แต่ก็ยังมีความหวังอยู่บ้าง คงเป็นเพราะทางซูเปอร์มาร์เก็ตดูเหมือนจะมีความมั่นใจในการควบคุมดูแลห่วงโซ่อุปทานและการตรวจสอบย้อนกลับ ซึ่งหากขาดการดูแลทั้งสองด้าน การปฏิรูปที่แท้จริงคงไม่อาจเกิดขึ้นได้ แต่เนื่องจากมีการควบคุมทั้งสองด้าน การปฏิรูปย่อมง่ายขึ้น ทือปส์ใช้วัตถุดิบอย่างปลาทูน่า Tonggol ที่จับโดยใช้วนล่อมหรือเครื่องมือล่อปลา ซึ่งมาจากบริษัทไทยยูเนียน โพรเซสโปรดักส์ จำกัด (มหาชน) (TUF) กรีนพีซเสนอให้ทางบริษัทจัดหาวัตถุดิบซึ่งเป็นปลาทูน่าสายพันธุ์อื่นที่มีปริมาณยังยีนกว่านี้ (เช่น ปลาทูน่าทองแดง) และให้ยุติการจัดซื้อปลาทูน่าที่จับโดยใช้วนล่อมกับเครื่องมือล่อปลาโดยทันที ในฐานะผู้ค้าปลีกที่เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตทางบริษัทมีโอกาสมากขึ้นที่จะส่งเสริมผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องที่ยั่งยืนให้กับลูกค้า

จุดแข็ง

การตรวจสอบย้อนกลับและความถูกต้องตามกฎหมายโดยทั่วไป ทือปส์สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของปลาทูน่าได้ และพึงพาการตรวจสอบจากบุคคลที่สามทั้งการตรวจสอบภายในและภายนอก เพื่อดูแลการจัดหาวัตถุดิบ ทั้งยังมีมาตรการหลีกเลี่ยงการจัดหาวัตถุดิบจากการประมงผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการ



ควบคุม กรีนพีซกระตุ้นให้ทือปส์ทบทวนนโยบายการขนถ่ายสินค้ากลางทะเล ซึ่งเป็นการปฏิบัติที่ผิดกฎหมายและมักเสี่ยงจะนำไปสู่การฟอกและการปะปนของวัตถุดิบผิดกฎหมายรวมทั้งเอื้อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้ง่ายขึ้น แม้ว่าทือปส์จะอ้างว่าไม่ได้จัดซื้อวัตถุดิบจากเรือที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติเช่นนั้น แต่กรีนพีซกระตุ้นให้ทางบริษัทตรวจสอบว่าเป็นเช่นนั้นจริงหรือไม่

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

ความยั่งยืนและนโยบายการจัดการแหล่งวัตถุดิบของอาหารทะเลเป็นสิ่งที่จะต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ดังที่กล่าวถึงข้างต้น ทือปส์ควรแก้ปัญหาที่ใช้ปลาทูน่าสายพันธุ์ที่มีปริมาณน้อยและเป็นปลาที่จับได้ด้วยวิธีการที่ทำให้เกิดความเปลาประโยชน์อย่างการจับปลาแบบเหวรวม ทั้งนี้โดยการเลือกที่จะขายปลาทูน่าสายพันธุ์อื่น ซึ่งมีประชากรปลามากกว่า และเป็นการจับปลาทูน่าในสภาพที่มีการคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การจับแบบเบ็ดตัววัด หรือการจับโดยไม่ใช้วนล่อมกับเครื่องมือล่อปลา (FAD-free) นโยบายการจัดการแหล่งวัตถุดิบของทือปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นข้อมูลภายใน และไม่มีการประกาศเจตจำนงหรือมาตรฐานอย่างชัดเจนทางบริษัทจึงควรใช้เวลาที่เหลือในปี 2558 เพื่อจัดทำนโยบายการจัดการแหล่งวัตถุดิบที่เข้มแข็งและมีการแจ้งให้สาธารณชนทราบโดยประกอบด้วยมาตรการคุ้มครองเพื่อแก้ปัญหาการตรวจสอบย้อนกลับ ความยั่งยืน และความเป็นธรรม

สรุป

ทือปส์มีพื้นฐานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ แต่ยังคงตรวจสอบและพึงพาคำวินิจฉัยของหน่วยงานอิสระกรณีที่มีการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดซื้อปลาทูน่าเข้าร้าน การเลือกจัดซื้อวัตถุดิบจากบริษัทที่มีชื่อเสียงยังไม่เพียงพอที่จะประกันว่ามีการคุ้มครองมหาสมุทร ทางบริษัทควรใช้อำนาจซื้อในฐานะเป็นเครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตระดับโลก เพื่อคัดเลือกลูกค้าที่มีความยั่งยืนมากขึ้น และแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ของตนมีความยั่งยืนมากกว่าของคู่แข่ง

No.9

อะยัม

ข้อมูลพื้นฐาน

อะยัมเป็นแบรนด์สินค้าที่วางจำหน่ายในไทย มาเลเซีย สิงคโปร์
ฮ่องกง จีน ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย¹⁸ ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง
ประกอบด้วยทั้งปลาทูน่าแบบก้อนและเซนต์วิช¹⁹ ผลิตภัณฑ์อะยัม
ผลิตโดยบริษัทไทยยูเนียน โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)
(TUF)

ความเห็น

อะยัมไม่ได้เข้าร่วมการสำรวจในปีนี้ กรีนพีซจึงไม่สามารถประเมิน
การดำเนินงานของบริษัทได้อย่างสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม อะยัมมี
การเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์มากกว่าบริษัทอื่นๆ ทำให้เราให้เครดิต
เรื่องนี้กับบริษัท อะยัมใช้วัตถุดิบเฉพาะที่เป็นปลาทูน่าทองแถบ
ปลาทูน่า Tonggol และปลาทูน่าสายพันธุ์โบนิโต ซึ่งถือว่าไม่เสี่ยง
ต่อการสูญพันธุ์²⁰ โซครายที่บริษัทไม่ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าปลาทูน่า
เหล่านี้จับมาจากแหล่งใด และใช้วิธีการทำประมงแบบใด

จุดแข็ง

อะยัมทำคะแนนได้ดีเลยในทุกด้านของการสำรวจ อย่างไรก็ตาม
ต้องให้เครดิตว่าเป็นสินค้าแบรนด์เดียวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
สายพันธุ์ปลาทูน่าในเว็บไซต์ (ถึงสักทึเช่นใส่ข้อมูลนี้ไว้บนฉลาก
ผลิตภัณฑ์) ทั้งยังเลือกใช้ปลาทูน่าสายพันธุ์ที่ดูเหมือนมีปริมาณ
ที่ปลอดภัย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

การตรวจสอบย้อนกลับและความเป็นธรรม ดูเหมือนต้องม
การปรับปรุงในทุกด้าน แม้จะเลือกใช้ปลาทูน่าสายพันธุ์ที่ไม่
เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ ถึงอย่างนั้นก็ควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ
วิธีการทำประมงและสารพัดให้เห็นว่ามีการตรวจสอบย้อนกลับ
วัตถุดิบตั้งแต่ต้นเรือไปจนถึงบนชั้นวางสินค้าอย่างไร ทางบริษัท
ยังไม่แสดงให้เห็นว่า มีการประกันว่ามีการจัดหาวัตถุดิบที่ไม่ได้
เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติมิชอบต่อคนงานหรือลูกเรือเลย

สรุป

แม้จะน่าสนใจที่ทางบริษัทให้ข้อมูลบางส่วนในอินเทอร์เน็ตเกี่ยว
กับสายพันธุ์ปลาทูน่าที่วางจำหน่าย แต่ก็ยังต้องทำงานอีกมาก
ในด้านการตรวจสอบย้อนกลับ ความยั่งยืน และความเป็นธรรม
เราหวังว่าอะยัมจะเข้าร่วมมากขึ้นในกระบวนการแลกเปลี่ยน
ข้อมูลในปีหน้า และอาจจะสอบผ่านจากเกณฑ์ที่ต่ำกว่า
มาตรฐานได้



No.10

บิกซี



ข้อมูลพื้นฐาน

บิกซีเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าทั่วไปมีสำนักงานที่กรุงเทพฯ ถือว่าเป็นเครือข่ายห้างสรรพสินค้าชั้นนำของไทย อยู่ใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท Groupe Casino ในปี 2553 ทางบริษัทยังได้ซื้อกิจการเครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตของคาร์ฟูในไทยด้วย²¹

ความเห็น

บิกซีไม่ได้เข้าร่วมการสำรวจในปีนี กรีนพีซจึงไม่สามารถประเมินบริษัทได้อย่างเต็มที่ โชคร้ายที่ทางบริษัทไม่ได้ให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตต่อสาธารณะเกี่ยวกับการจัดหาปลาทูน่าเป็นวัตถุดิบเลย จากข้อมูลที่ตั้งอยู่บนจลาจลปลาทูน่าระบุว่า บริษัท ไทยยูเนียน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) (TUF) เป็นผู้จัดหาปลาทูน่าเพื่อเป็นวัตถุดิบ อย่างไรก็ดี ไม่เป็นที่ชัดเจนว่าทางบริษัทเป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบรายเดียวหรือไม่ แม้ว่า TUF จะเป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบรายเดียวก็ไม่เป็นที่ชัดเจนว่าวัตถุดิบที่นำมาทำปลาทูน่ามาจากแหล่งประมงใดของ TUF บิกซีจะต้องจัดทำนโยบายอาหารทะเลที่ยั่งยืน มีการสื่อสารข้อมูลกับสาธารณะ และมีกระบวนการตรวจสอบภายในเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับนโยบายของตน โดยใช้ประโยชน์จากหน่วยงานตรวจสอบที่เป็นบุคคลที่สามและเป็นอิสระ ประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลเพิ่มเติมว่าปลาทูน่ามาจากแหล่งใด เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายเฉพาะในห้าง บิกซีจึงมีโอกาที่จะใส่ใจกับความยั่งยืนของปลาทูน่าอย่างจริงจัง และช่วยให้ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนเหล่านี้

No.11



โฮมเฟรช มาร์ท

ข้อมูลพื้นฐาน

Home Fresh Mart และ Gourmet Market เป็นร้านค้าปลีกในเครือเดอะมอลล์ (คู่แข่งกับกลุ่มเซ็นทรัล) และตั้งอยู่ในห้างสยามพารากอนและเอ็มโพเรียม ซูเปอร์มาร์เก็ตเหล่านี้เป็นคู่แข่งโดยตรงกับท็อปส์และวิลล่า และมีเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนไทยระดับบนและคนต่างชาติในไทย²²

ความเห็น

ทางบริษัทไม่ได้เข้าร่วมการสำรวจในปีนี้ และไม่ได้ตอบข้อมูลเมื่อมีการชักถาม กรีนพีซจึงไม่สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ในเว็บไซต์ก็ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการจัดหาปลาทูน่าเป็นวัตถุดิบ แต่บนกระป๋องมีข้อมูลมากพอที่ระบุว่าบริษัทไทยยูเนียน โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) (TUF) เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตปลาทูน่า อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่คนที่ชัดเจนว่ามีผู้จัดส่งวัตถุดิบรายอื่นหรือไม่ แม้ TUF จะเป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบรายเดียว ก็ไม่ใช่คนที่ชัดเจนว่ามีสัดส่วนวัตถุดิบที่เป็นปลาทูน่ามากน้อยเพียงใดที่เป็นของ TUF โฮมเฟรชมาร์ทต้องจัดทำนโยบายอาหารทะเลที่ยั่งยืน มีการแจ้งข้อมูลนี้ต่อสาธารณะ และตรวจสอบว่ากระบวนการภายในดำเนินไปเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับนโยบายที่ให้มีการตรวจสอบอย่างเป็นอิสระและจากบุคคลที่สาม ประชาชนควรทราบข้อมูลเพิ่มเติมว่าปลาทูน่าเหล่านี้มาจากแหล่งใด

Gourmet Market (และสาขาอื่นๆในเครือเดอะมอลล์) สามารถนำแบรนด์โฮมเฟรชมาร์ทเข้ามามีส่วนร่วมในประเด็นความยั่งยืนของปลาทูน่าและชี้แจงความคืบหน้าให้แก่ลูกค้า

No.12

โรซ่า



ข้อมูลพื้นฐาน

ปลากระป๋องแบรนด์โรซ่าผลิตโดยบริษัทไอคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด โรงงานผลิตแห่งแรกของบริษัทไอคิวตั้งอยู่ที่อำเภอบางบ่อ สมุทรปราการ ในปี 2539 บริษัทไอคิวจดลิขสิทธิ์แบรนด์ “โรซ่า” ทำให้ทางบริษัทสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดซอสปรุงรสของไทย และทางบริษัทมีสินค้าจำหน่ายในตลาดดังกล่าว รวมทั้งตลาดปลากระป๋อง²³

ความเห็น

โรซ่าไม่ได้เข้าร่วมการสำรวจในปีนี้ และแทบไม่มีข้อมูลใดๆ ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้แม้เพียงน้อยนิดว่าปลาที่อยู่ในกระป๋องเป็นปลานชนิดใด มาจากที่ไหน และมีการจับแบบยั่งยืนหรือไม่ ทางบริษัทต้องจัดทำนโยบายอาหารทะเลที่ยั่งยืน สื่อสารข้อมูลให้ประชาชนทราบ และตรวจสอบว่ากระบวนการภายในดำเนินไปเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับนโยบายของผู้ตรวจสอบบัญชีที่เป็นอิสระและเป็นบุคคลที่สาม สาธารณชนจำเป็นต้องทราบข้อมูลมากขึ้นว่าปลาก่อนหน้านี้มาจากที่ใด กรีนพีซไม่สามารถประเมินแบรนด์สินค้าได้อย่างรอบด้าน เนื่องจากไม่มีการให้ข้อมูลที่สมบูรณ์

05

ประเด็นแรงงานและสิทธิมนุษยชน ในอุตสาหกรรมปลาทูน่า

รายงานหลายฉบับเมื่อเร็ว ๆ นี้กล่าวหาว่าประเทศไทยเกี่ยวข้องกับการทำประมง
ผิดกฎหมายและการปฏิบัติมีขอบด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานอาหารทะเล

ข้อมูลเหล่านี้ส่งผลให้รัฐบาลสหรัฐฯ จัดให้ไทยอยู่ใน
 tiers 3 ส่วนสหภาพยุโรปให้ใบเหลืองกับไทย จากการ
ที่ไทยไม่มีมาตรการเพียงพอในการแก้ไขการทำประมง
ผิดกฎหมาย ไม่มีการรายงานและขาดการควบคุม
(IUU Fishing) มาตรการทั้งสองอย่างคุกคามความ
สัมพันธ์ทางการค้าทั้งในภาคอาหารทะเลและภาคส่วน
อื่นๆ ของไทย เป็นเหตุให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบตลาด
และอุตสาหกรรมอาหารทะเล อุตสาหกรรมทูน่าจัดทำ
มาตรฐานด้านแรงงานและการตรวจสอบย้อนกลับที่
เข้มแข็งมากขึ้น โดยมีการพัฒนานโยบายการจัดหา
วัตถุดิบและประกาศต่อสาธารณะ รวมทั้งนำมาปฏิบัติจริง

โดยในขั้นต่ำสุด ปลาทูน่าควรจะมี :

- จัดหาจากแหล่งประมงที่มีความยั่งยืนและ
รับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น
- สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้อย่างเต็มที่จาก
เรือถึงชั้นวางสินค้า รวมทั้งอาหารที่ใช้ส่วเหยื่อ
การตรวจสอบเป็นประจำสำหรับทุกขั้นตอนของ
ห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งการตรวจสอบโดยไม่แจ้ง
ล่วงหน้า ควรเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายดังกล่าว
- ต้องไม่มาจากเรือประมงหรือบริษัทที่ถูกขึ้นบัญชีดำ
เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการประมงผิดกฎหมาย ไม่มี
การรายงานและขาดการควบคุม กรีนพีซเป็นผู้ดูแล
บัญชีดำดังกล่าว และมีข้อเสนอแนะว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับ

ระบบตลาดควรพิจารณาเครื่องมือขั้นนี้ ก่อนจะ
ตัดสินใจจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตรายใด

- ต้องไม่มาจากเรือประมงที่มีการขนถ่ายสินค้ากลางทะเล
- ต้องไม่มาจากบริษัทที่ถูกลงโทษเนื่องจากปฏิบัติ
ผิดกฎหมายในแง่ของการประมงและการค้าปลา
- ต้องไม่มาจากบริษัทใด ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ
ละเมิดกฎหมายแรงงาน การละเมิดสิทธิมนุษยชนและ
การค้ำมนุษย์
- ต้องมาจากเฉพาะเรือ บริษัท โรงงานทำปลากระป๋อง
และโรงงานผลิต ซึ่งดำเนินงานอย่างสอดคล้อง
กับมาตรฐานองค์การแรงงานโลก และสะท้อนถึง
อนุสัญญาหลักขององค์การแรงงานโลก อนุสัญญา
ฉบับที่ 188 ว่าด้วยงานในภาคการประมง (2550)
(ILO Work in Fishing Convention 2007
(No. 188)) และอนุสัญญาแรงงานทางทะเล
(ILO Maritime Labor Convention)

สุดท้ายนี้ แนวทางที่ดีที่สุดที่ช่วยให้บริษัทสามารถ
รับประกันให้มีการปฏิบัติตามมาตรการเหล่านี้อย่าง
เต็มที่ ได้แก่ การกำหนดให้มีหน่วยงานตรวจสอบซึ่ง
เป็นบุคคลที่สามและเป็นอิสระ เพื่อค้นหาช่องว่างใดๆ
ที่ยังเหลืออยู่

อ้างอิง

1. Lewison, R., Freeman, S. and Crowder, L. 2003. Global Overview of Incidental Capture of Marine Turtles in Longline Fisheries. In Proceedings of the International Technical Expert Workshop on Marine Turtle Bycatch in Longline Fisheries. Seattle, Washington, USA. February 2003.
Anderson, O. R. J. et al. 2011. Global seabird bycatch in longline fisheries. *Endangered Species Research*, Vol. 14: 91–106, 2011
98 Field, M. 2013. Taiwanese fishing boats a threat to killer sharks. *Stuff.co.nz*, 13 January 2013. <http://www.stuff.co.nz/environment/8171830/Taiwanese-fishing-boats-a-threat-to-killer-sharks> and Turagabeci, I. 2013. Sharks a target fisheries. *The Fiji Times Online*, 24 June 2014. <http://www.fijitimes.com/story.aspx?id=23776299>
2. Harley S, Davies N, Hampton J, McKechnie S (2014). Stock assessment of bigeye tuna in the western and central Pacific Ocean. Scientific Committee Tenth Regular Session, 6–14 August 2014, Majuro, Republic of the Marshall Islands, Western & Central Pacific Fisheries Commission (WCPFC). WCPFC-----SC10-----2014/SA-WP-01. <https://wcpfc.int/node/18975>
3. United States Department of State. Trafficking in Persons Report 2015. <http://www.state.gov/j/tip/rls/tiprpt/2015/index.htm>
4. TCB Website http://www.tropical.co.th/us_1_profile.html
5. Premier Marketing Website <http://www.premier-marketing.co.th/en/about.php>
6. Nautilus Website <http://www.nautilus.co.th/index.php/home/about>
7. Nautilus Website http://www.nautilus.co.th/index.php/product/Classic_Tuna
8. Pitsinee Jitpleecheep. 8 April 2015. Eat more Canned tuna TUF unit urges Thais. *Bangkok Post*.
<http://www.bangkokpost.com/business/news/521455/eat-more-canned-tuna-tuf-unit-urges-thais>
9. Thai Union Website <http://tuf.listedcompany.com/newsroom/20150516-tuf-thenation02.pdf>
10. Peter Torjesen. 6 June 2015. Bangkok Expat Guide. Part One. Food.
<https://peterorjesen.wordpress.com/2015/06/06/bangkok-expat-guide-part-one-food/>
11. Tesco Lotus Website <http://www.tescolotus.com/en/history>
12. Tesco Lotus Website <http://shoponline.tescolotus.com/en-GB/Product/BrowseProducts?taxonomyId=Cat00001390>
13. Siam Makro Website http://www.siammakro.co.th/en/corporate_mess.php
14. Kingfisher Website http://www.kingfisher.co.th/flash/about/subsidiary/01_seapac.htm
15. Tops Website <http://www.tops.co.th/en/AboutCentralFoodRetail.html>
16. Tops Website <http://topsshoponline.tops.co.th/en/p/Tops-Tuna-Steak-in-Sunflower-Oil-185g>
17. Tops Website <http://topsshoponline.tops.co.th/en/p/Tops-Sandwich-Tuna-in-Oil-185g>
18. Ayam Website <http://www.ayambrand.net/>
19. Ayam Brand Website <http://www.ayambrand.net/eng/tuna-range.html>
20. Ayam Brand Website <http://www.ayambrand.net/eng/tuna-certifications.html>
21. Big C. http://www.revolvy.com/main/index.php?s=Big%20C&item_id=211452
22. Peter Torjesen. 6 June 2015. Bangkok Expat Guide. Part One. Food.
<https://peterorjesen.wordpress.com/2015/06/06/bangkok-expat-guide-part-one-food/>
23. Hi-Q Website http://www.hiqfood.com/about_main1.asp

กรีนพีซ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ประเทศฟิลิปปินส์

ห้อง 201 อาคาร JGS
เลขที่ 30 ถนน Scout Tuazon
1103 เมืองเกซอน
โทรศัพท์: +63-2-3321807
โทรสาร: +63-2-332-1806
อีเมล: info.ph@greenpeace.org

ประเทศอินโดนีเซีย

ชั้น 5 อาคาร Mega Plaza
Jl. SR. Rasuna Said Kav, C3.
คูบีกัน จาการ์ตา 12920
โทรศัพท์: +62-21-5212552
โทรสาร: +62-21-5212553
อีเมล: info.id@greenpeace.org

ประเทศไทย

1371 อาคารแคปปิตอล ชั้น G
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์: 02 357 1921
โทรสาร: 02 357 1929
อีเมล: info.th@greenpeace.org

www.greenpeace.or.th

GREENPEACE