**สิงคโปร์เริ่มใช้ฉลากโภชนาการ Nutri-Grade ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำตาลสูง**

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยังคงเป็นสินค้าที่เติบโตได้ดีในตลาดสิงคโปร์ แม้รัฐบาลสิงคโปร์จะประกาศนโยบายควบคุมปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มเมื่อปี 2562 โดยกำหนดเป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติเพื่อต่อต้านโรคเบาหวาน (War on Diabetes) ซึ่งเป็นโรคเรื้อรังที่จะส่งผลเสียอย่างมากต่อเศรษฐกิจของสิงคโปร์ที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุขั้นสูงสุด หากไม่เร่งควบคุมสินค้าน้ำตาลสูง แนวโน้มของผู้ป่วยโรคเบาหวานในสิงคโปร์อาจสูงถึง 1 ล้านคนภายในปี 2593 ทั้งนี้ คนสิงคโปร์บริโภคน้ำตาลต่อวันเฉลี่ยถึง 60 กรัมต่อคน โดยส่วนใหญ่เป็นผลจากการบริโภคน้ำตาลในเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเครื่องดื่มบรรจุแบบพร้อมดื่ม (pre-packed)

สิงคโปร์จัดกลุ่มของเครื่องดื่มตามปริมาณน้ำตาลและบังคับใช้ฉลากโภชนาการ Nutri-Grade System

เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2565 รัฐบาลสิงคโปร์ได้เพิ่มมาตรการคุมเข้มเรื่องการลดความหวานของสินค้าเครื่องดื่ม
ในสิงคโปร์ โดยเครื่องดื่มบรรจุแบบพร้อมดื่มทุกประเภท เช่น น้ำผลไม้ น้ำอัดลม นม โยเกิร์ตพร้อมดื่ม กาแฟและชาชงพร้อมดื่ม ที่จำหน่ายในสิงคโปร์จะต้องถูกจัดกลุ่มตามปริมาณน้ำตาลต่อเครื่องดื่มปริมาตร 100 มิลลิลิตร แบ่งเป็น 4 ระดับ (Nutri-Grade) แต่ละระดับกำกับด้วยรหัสสีเริ่มจาก (1) เกรด A สีเขียวแก่ คือไม่มีน้ำตาลหรือมีน้ำตาลน้อยมาก (2) เกรด B สีเขียวอ่อน มีน้ำตาลน้อยรองลงมา (3) เกรด C สีส้ม มีน้ำตาลค่อนข้างมาก และ (4) เกรด D สีแดง มีน้ำตาลมากที่สุดและไม่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากที่สุด นอกจากนี้ การจัดกลุ่มจะพิจารณาปริมาณไขมันอิ่มตัวควบคู่กับปริมาณน้ำตาลด้วย หากมีไขมันอิ่มตัวสูงก็จะทำให้เกรดของเครื่องดื่มยิ่งต่ำลงไปอีก

ทั้งนี้ สินค้าเครื่องดื่มในเกรด C และ D ต้องติดฉลาก Nutri-Grade ที่ด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเตือนผู้บริโภคให้ทราบว่า "มีน้ำตาลในปริมาณสูง” นอกจากนี้เครื่องดื่มเกรด D จะถูก "ห้ามโฆษณา” ในสื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ยกเว้นการโฆษณา ณ จุดขาย เช่น ป้ายบนชั้นขายสินค้าในซุปเปอร์มาร์เก็ต โดยจะต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นสินค้าเกรด D ในทางโภชนาการ ทั้งนี้ สิงคโปร์จะบังคับใช้มาตรการนี้กับเครื่องดื่มแบบชงสดหน้าร้านภายในสิ้นปี 2566 โดยต้องระบุเกรดเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลและไขมันอิ่มตัวสูงทั้งหมดในรายการอาหาร และห้ามโฆษณาเช่นกัน ซึ่งรวมถึงชานมไข่มุกที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสิงคโปร์ ในทางตรงกันข้าม สินค้าเกรด A และ B สามารถขอใช้ตราสัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ หรือ Healthier Choice Symbol (HCS) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของสินค้าเพื่อสุขภาพ เช่น น้ำตาลน้อย จากคณะกรรมการส่งเสริมคุณภาพ (Health Promotion Board: HPB) ได้

ความเคลื่อนไหวของธุรกิจเครื่องดื่ม การเติบโตและแนวโน้มของตลาดเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพในสิงคโปร์

แหล่งข่าวท้องถิ่นรายงานว่า ผู้ประกอบการเครื่องดื่มหลายรายได้ปรับเปลี่ยนสูตรก่อนหน้าที่มาตรการ Nutri-Grade จะมีผลบังคับใช้มาระยะหนึ่งแล้ว เช่น Yeo’s ผู้ผลิตเครื่องดื่มรายใหญ่ของสิงคโปร์ ได้ปรับปรุงสูตรเครื่องดื่มทั้งหมด โดยตั้งแต่ปี 2566 เครื่องดื่มของ Yeo’s ในตลาดจะเป็นเครื่องดื่มเกรด A และ B ทั้งหมด ในขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ เช่น Haus Brew ของสิงคโปร์ และ Pokka จากญี่ปุ่น ก็ได้มีการปรับปรุงสูตรเครื่องดื่มให้สอดคล้องกับมาตรากร Nutri-Grade และตอบโจทย์ของผู้บริโภคที่รักสุขภาพเพื่อเพิ่มยอดขายเช่นเดียวกัน

.

อย่างไรก็ตาม ตลาดสิงคโปร์ยังพบเครื่องดื่มเกรด D จำนวนมาก ซึ่งรวมถึงน้ำผลไม้ผสมวุ้นมะพร้าวของไทยยี่ห้อ Mogu Mogu ที่อาจต้องเร่งปรับตัวหรือเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อไม่ให้เสียโอกาสจากการประกาศใช้มาตรการใหม่ ซึ่งจากมุมมองของผู้ผลิตหลายราย การปรับปรุงสูตรสินค้าเป็นสิ่งที่ซับซ้อน ใช้ทุนสูง และใช้เวลานาน การปรับสูตรส่วนใหญ่ไม่ใช่เพียงการลดปริมาณน้ำตาล แต่ต้องปรับสัดส่วนใหม่ทั้งหมด อาทิ การผสมน้ำผลไม้ที่มีน้ำตาลสูงกับน้ำผลไม้ที่มีน้ำตาลต่ำกว่าและเสริมน้ำจากผักเข้าไปด้วย ทั้งนี้ ในช่วงแรกของการบังคับใช้มาตรการใหม่นี้ ผู้ประกอบการหลายรายอาจยังไม่พร้อมและอยู่ระหว่างการจัดเตรียมฉลาก Nutri-Grade เพื่อให้สามารถวางขายในสิงคโปร์ได้ต่อไป โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นทั้งค่าดำเนินการ ค่าฉลากและค่าแรงในการติดฉลาก Nutri-Grade และอาจเพิ่มต้นทุนการทำฉลากสินค้าที่มาวางขายในสิงคโปร์เป็นการเฉพาะหน่วยงาน HPB ของสิงคโปร์ตั้งเป้าหมายว่ามาตรการใหม่นี้จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนยิ่งขึ้นก่อนเลือกซื้อสินค้าเครื่องดิ่ม และลดอิทธิพลของสื่อโฆษณาที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทั้งยังช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูงพิจารณาปรับสูตรให้ดีกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงช่วยขยายตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในสิงคโปร์อีกด้วย โดยตั้งแต่ที่ HPB เริ่มจัดทำโครงการลดน้ำตาลในเครื่องดื่มเมื่อปี 2562 ผู้ประกอบการก็ได้ปรับสูตรเครื่องดื่มโดยคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภคมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยค่ากลางของปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มที่วางจำหน่ายในสิงคโปร์ลดลงจาก 7.1% เมื่อปี 2560 เป็น 4.7% ในปี 2564 และยอดขายของเครื่องดื่มบรรจุแบบพร้อมดื่มเกรด C และ D ลดลงจาก 63% เมื่อปี 2560 เป็น 40% ในปี 2564 ขณะเดียวกัน เครื่องดื่มเกรด A และ B เป็นที่นิยมยิ่งขึ้น โดยเพิ่มจาก 37% เมื่อปี 2560 เป็น 60% ในปี 2564

**ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ** การจัดกลุ่มเครื่องดื่มและการบังคับใช้ฉลากโภชนาการ Nutri-Grade ของสิงคโปร์ เป็นตัวอย่างของการใช้ข้อบังคับปฏิบัติที่ไม่ใช่ทางการเงิน สำหรับประเทศไทย กรมสรรพสามิตได้จัดภาษีความหวานจากผู้ประกอบการตั้งแต่ปี 2560 โดยแบ่งเป็นขั้นบันได 4 ขั้น และจะดำเนินการปรับขึ้นภาษีระยะที่ 3 ในวันที่ 1 เมษายน 2566 นี้ ซึ่งที่ผ่านมา ผู้ประกอบการในประเทศไทยก็มีแนวโน้มปรับลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มให้น้อยลง เช่น น้ำอัดลมบางยี่ห้อได้ปรับลดน้ำตาลจาก 14 กรัมต่อลิตร เหลือ 12 กรัมต่อลิตร เพื่อให้เสียภาษีต่ำลง และเมื่อปี 2563 จำนวนเครื่องดื่มในไทยที่ได้ปรับลดปริมาณน้ำตาลลงมีประมาณ 200-300 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนว่ามาตรการควบคุมน้ำตาลโดยใช้มาตรการทางภาษีของไทยก็มีประสิทธิผลเช่นกันศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในสิงคโปร์เห็นว่า โดยที่ไทยและสิงคโปร์มีแนวโน้มก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ มีภาระงบประมาณค่ารักษาพยาบาลสูงขึ้น และให้ความสำคัญกับนโยบายสร้างเสริมสุขภาวะ ป้องกันก่อนรักษามากขึ้น แนวโน้มตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจึงใกล้เคียงกัน คือ ตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการด้านเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของไทยจะได้ประโยชน์จากการศึกษามาตรการใหม่ ๆ ของสิงคโปร์ เพื่อสามารถผลิตสินค้าเครื่องดื่มน้ำตาลน้อยที่สามารถจำหน่ายและเป็นที่นิยมได้ทั้งในไทยและสิงคโปร์ โดยสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของหน่วยงาน HPB: https://hpb.gov.sg/healthy-living/food-beverage/nutri-grade เพื่อเป็นข้อมูลประกอบต่อไป

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์