

ถอดบทเรียนแดนปลาดิบ ตัดผลากลดก๊าซเรือนกระจกในสินค้าเกษตร

กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries: MAFF) ประเทศญี่ปุ่น ได้ออกยุทธศาสตร์ระบบอาหารยั่งยืน (Strategy for Sustainable Food Systems) หรือ “ยุทธศาสตร์ MIDORI” (MIDORI ภาษาญี่ปุ่น แปลว่า สีเขียว) เมื่อช่วงเดือนพฤษภาคม 2564 โดยเป็นยุทธศาสตร์ระยะกลาง - ยาว เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตอาหารทุกขั้นตอน และส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความยั่งยืน เป็นหนึ่งในเป้าหมายของยุทธศาสตร์ MIDORI โดย MAFF ได้ดำเนินโครงการนำร่องตัดผลากลดก๊าซเรือนกระจกในสินค้าเกษตรกลุ่มผักและผลไม้สด เพื่อสื่อสารความพยายามลดก๊าซเรือนกระจกของเกษตรกรไปถึงผู้บริโภคในร้านค้าทั่วประเทศ จำนวน 271 แห่ง (ข้อมูล ณ กันยายน 2566) ครอบคลุมสินค้าผักและผลไม้สด จำนวน 23 รายการ ได้แก่ ข้าว มะเขือเทศ มะเขือเทศเชอร์รี่ แดงกวาง มะเขือยาว ผักโขม ต้นหอม หัวหอม ผักกาดขาวปลี กะหล่ำปลี ผักกาดหอม หัวไชเท้า แครอท หน่อไม้ฝรั่ง แอปเปิ้ล ส้มแมนดาริน องุ่น ลูกแพร์ญี่ปุ่น ลูกพีช สตรอเบอร์รี่ มันฝรั่ง มันเทศ และชา

ผลากลดก๊าซเรือนกระจก จะแสดงสัญลักษณ์เป็นรูปดาว จำนวน 3 ดวง หากสามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ร้อยละ 5 จะได้ 1 ดาว ลดลงได้ร้อยละ 10 จะได้ 2 ดาว และลดลงได้ร้อยละ 20 หรือมากกว่า จะได้ 3 ดาว ผลากดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคมองเห็นภาพการลดก๊าซเรือนกระจกของสินค้าเกษตร เพื่อสื่อสารความพยายามของเกษตรกรผู้ผลิตในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบบเข้าใจง่าย รวมทั้งเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเกษตรกรสามารถศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการคำนวณอัตราการลดก๊าซเรือนกระจกได้จากเว็บไซต์ของ MAFF ซึ่งมีสูตรคำนวณอัตราการลดก๊าซเรือนกระจก ดังนี้



ตัวอย่างผลากลดก๊าซเรือนกระจก สำหรับสินค้าเกษตรของญี่ปุ่น

$$\text{อัตราการลดก๊าซเรือนกระจก (\%)} = 1 - \frac{\text{การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของเกษตรกรในการเพาะปลูก}}{\text{การปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาตรฐานจากการเพาะปลูกแบบธรรมดาในภูมิภาค}}$$

หมายเหตุ: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของเกษตรกร หมายถึง ส่วนต่างของการปล่อย (Emission) กับการดูดซับ (Absorption) หรือ (Emission - Absorption)

นอกจากนี้ MAFF อยู่ระหว่างการสำรวจผู้บริโภคเพื่อประเมินการตอบรับต่อผลากลดก๊าซเรือนกระจก และกำลังเตรียมการคำนวณอัตราการลดก๊าซเรือนกระจกในสินค้าโคเนื้อ โคนม และสุกร เพื่อขยายให้ครอบคลุมกลุ่มสินค้าปศุสัตว์ โดยจะสรุปแนวทางการปฏิบัติและจะนำระบบการติดผลากลดก๊าซเรือนกระจกในสินค้าเกษตรไปใช้อย่างเป็นทางการในช่วงเดือนเมษายน 2567

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการปฏิบัติของโครงการนำร่องติดผลากลดก๊าซเรือนกระจกในสินค้าเกษตรกลุ่มผักและผลไม้สดของญี่ปุ่น พบว่า มีจุดเด่นที่น่าสนใจ ดังนี้

- การเตรียมความพร้อมภาคเกษตรเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เริ่มจากกลุ่มสินค้าผักและผลไม้สด โดยให้เกษตรกรที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการเพาะปลูกในรอบ 1 ปี (เช่น พื้นที่เพาะปลูก ปริมาณผลผลิต ปริมาณการใช้ปุ๋ย/ยาฆ่าแมลง (ทั้งเคมีและชีวภาพ) การใช้เชื้อเพลิงและไฟฟ้า) สมัครเข้าร่วมโครงการเพื่อคำนวณอัตราการลดก๊าซเรือนกระจก เนื่องจากภาคเกษตรมีทั้งการปล่อยและการดูดซับก๊าซเรือนกระจก หากลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาพรวมทั้งประเทศ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเกษตรกรรายย่อยให้ดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเป็นมาตรการทางการค้าในอนาคต และเป็นการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสนใจบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น

- การมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มร้านค้าและผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตอาหารที่ยั่งยืน โครงการดังกล่าวไม่ได้เน้นกลุ่มเกษตรกรและผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงภาคการค้าและการบริโภค ซึ่งจะทำให้บรรลุเป้าหมายการส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความยั่งยืน เนื่องจากมีตลาดรองรับสินค้า ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการมีทั้งร้านค้าปลีกและร้านอาหาร โดยจะทดลองจำหน่ายสินค้าที่มีการแสดงฉลาก พร้อมแจ้งรายละเอียดวิธีการลดก๊าซเรือนกระจก (อาทิ ลดการใช้ปุ๋ยเคมี) ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างความตระหนักต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น
- การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย เพื่อสร้างความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย อาทิ *กลุ่มเกษตรกร* “หากมีข้อมูลเพาะปลูกในรอบ 1 ปี ทำไหมไม่ลองคำนวณอัตราการลดก๊าซเรือนกระจกเพื่อแสดงให้เห็นความพยายามในการลดก๊าซเรือนกระจกล่ะ?” *กลุ่มร้านค้า* “กำลังมองหาร้านค้าที่จะมีส่วนร่วมในการสาธิตการขายสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแบบมองเห็นได้!” *กลุ่มผู้บริโภค* “ทำไหมไม่ลองเลือกซื้อผักและผลไม้ติดดาว แล้วลองปรุงอาหารที่ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกดูล่ะ?” รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในการเพาะปลูกให้กับกลุ่มเกษตรกรไปพร้อมกันด้วย

จะเห็นได้ว่า ต่างประเทศเริ่มดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจกในกลุ่มสินค้าเกษตรควบคู่ไปกับการสร้างตลาดและสร้างความตระหนักต่อกลุ่มผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจให้แก่เกษตรกรในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีตลาดรองรับที่แน่นอนสำหรับประเทศไทย ควรเร่งส่งเสริมภาคเกษตร โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยให้มีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ควบคู่ไปกับการสร้างตลาดที่ส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยอาจเริ่มจากการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ (เกษตรกรและร้านค้าขายสินค้าได้ ผู้บริโภคได้ บริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยและมีส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก)

นอกจากนี้ เนื่องจากไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญของโลก เกษตรกรและผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเกษตรส่งออกสำคัญ เช่น ข้าว มันสำปะหลัง สินค้าปศุสัตว์ ผลไม้และผัก ควรปรับปรุงการเพาะปลูกและกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยควรเริ่มเก็บข้อมูลการเพาะปลูกเพื่อคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและขอรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับตลาดคู่ค้าที่ให้ความสำคัญและมีความต้องการสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



การแสดงผลการลดก๊าซเรือนกระจกสำหรับสินค้าเกษตรในร้านค้าของญี่ปุ่น

แหล่งที่มาของข้อมูล

<https://www.fas.usda.gov/data/japan-maff-publishes-2021-status-japan-green-food-system-strategy-targets>

https://www.maff.go.jp/j/press/kanbo/b_kankyo/230613.html

https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/being_sustainable/mieruka/mieruka.html