

Carbon Footprint อุปสรรคการส่งออกผักผลไม้สดของไทยในยุโรป

สังคมโลกปัจจุบันโดยเฉพาะสหภาพยุโรปตระหนักถึงผลกระทบจากภาวะโลกร้อนและมีความอ่อนไหวต่อประเด็นคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) และถูกนำไปใช้กำหนดเป็นค่ามาตรฐานในหลายอุตสาหกรรมรวมถึงอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งคาร์บอนฟุตพริ้นท์ คือ ปริมาณรวมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ ที่ปล่อยออกมาจากกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ (ตามข้อกำหนด ISO 14040) แหล่งกำเนิดของก๊าซดังกล่าวมาจากกิจกรรมต่างๆ เช่น การเผาผลาญเชื้อเพลิงฟอสซิล การใช้ไฟฟ้า กระบวนการผลิตต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรมหรือเกษตรกรรม ตลอดจนกระบวนการโลจิสติกส์และขนส่งสินค้าไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งทางอากาศซึ่งมีการปล่อยมลพิษจากเครื่องบินเข้าสู่ชั้นโอโซนโดยตรง

โดยปกติแล้วสินค้าส่วนใหญ่บนโลกนี้มักถูกขนส่งทางน้ำหรือทางบกเป็นหลัก เนื่องจากมีต้นทุนค่าขนส่งที่ถูกกว่า แต่มีสินค้าบางประเภทที่จำเป็นต้องขนส่งไปยังจุดหมายปลายทางด้วยระยะเวลาที่สั้นที่สุดเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า เช่น อาหารสด รวมถึงผักผลไม้สด โดยเฉพาะหากขนส่งในระยะทางไกล เช่น จากประเทศไทยไปยุโรป เป็นต้น ซึ่งไม่สามารถใช้ช่องทางการขนส่งอื่นๆ ได้นอกจากทางอากาศ ในมุมหนึ่งทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นมากเนื่องด้วยต้นทุนค่าขนส่ง อีกมุมหนึ่งทำให้สินค้าไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเท่าที่ควร เนื่องจากวิธีการขนส่งก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน จึงนับเป็นความอุปสรรคสำคัญต่อการส่งออกสินค้าที่จำเป็นต้องขนส่งทางอากาศ

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำนักงานฯ

ผู้บริโภคชาวยุโรปมีกระบวนการกลั่นกรองทางความคิดค่อนข้างมากก่อนเลือกซื้อสินค้า โดยจะคำนึงถึงที่มาตลอดจนกระบวนการผลิตว่าจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ในขณะที่ผู้ประกอบการมักช่วงชิงบทบาทการเป็นผู้นำเทรนด์ของตลาดทั้งในมิติด้านการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งและการไม่รีรอให้ผู้บริโภคเป็นผู้จุดประเด็นขึ้นมาต่อต้านก่อน ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออกสินค้าผักผลไม้สดมาจำหน่ายยังสหภาพยุโรปจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ให้มากที่สุด ทั้งนี้ การแข่งขันด้านราคากลับเป็นปัจจัยพิจารณาลำดับที่รองลงมาจากประเด็นสิ่งแวดล้อม ทางออกที่สำคัญ คือการคิดหาวิธีการจัดการตลอดจนนวัตกรรมที่จะช่วยทำให้สามารถขนส่งสินค้าดังกล่าวมาทางอื่นได้โดยไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้า แม้ว่าจะมีความท้าทายในทางเทคนิคและต้องอาศัยการศึกษาวิจัยอย่างจริงจัง แต่ถ้าสามารถทำให้เกิดขึ้นได้จริงก็จะเป็นการสร้างโอกาสที่ยิ่งใหญ่ให้กับสินค้าประเภทผักผลไม้สดของไทย

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเวียนนา จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด