

เตรียมพร้อมธุรกิจอย่างไรเพื่อเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

ความพยายามในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนเป็นหนึ่งในวาระสำคัญของโลก สังเกตได้จากการที่รัฐบาลของประเทศต่างๆ ตลอดจนภาคธุรกิจต่างพยายามหาทางลดการปล่อยคาร์บอน ซึ่งกระแสดังกล่าวได้ขยายวงกว้างไปในหลายภาคส่วน หนึ่งในนั้นคือกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากประเทศที่เป็นคู่ค้าหลักอย่าง EU และสหรัฐฯ แสดงความสนใจที่จะนำมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมมาเชื่อมโยงกับการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรเริ่มศึกษาและทำความเข้าใจมาตรการที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกระแสสิ่งแวดล้อมจะเป็นทั้งตัวขับเคลื่อนภาคธุรกิจ และเป็นปัจจัยเสี่ยงที่จะเพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศในระยะข้างหน้า โดยขั้นตอนการเตรียมธุรกิจเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ตลอดจนมาตรการคาร์บอนที่ต้องเตรียมรับมือในอนาคต มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

ขั้นตอนเตรียมความพร้อมสู่การเป็นธุรกิจคาร์บอนต่ำ

① ประเมินการปล่อยคาร์บอนด้วยการจัดทำ Carbon Footprint

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรู้ว่าธุรกิจของตนมีการปล่อยคาร์บอนเป็นปริมาณเท่าไรหรือที่เรียกว่าการทำ Carbon Footprint ซึ่งมีทั้งการทำ **Carbon Footprint ของผลิตภัณฑ์** หมายถึงปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์ แต่ละหน่วยตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน โดยคำนวณออกมาในรูปของตันคาร์บอนไดออกไซด์ และ **Carbon Footprint ขององค์กร** หมายถึงปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น การเผาไหม้ของเชื้อเพลิง การใช้ไฟฟ้า การจัดการของเสีย และการขนส่ง โดยวัดออกมาในรูปตันคาร์บอนไดออกไซด์เช่นเดียวกัน สำหรับประโยชน์ของการทำ Carbon Footprint นอกจากจะทำให้ทราบถึงปริมาณการปล่อยคาร์บอนของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรเพื่อนำไปใช้กำหนดเป้าหมายการลดคาร์บอนในอนาคต ประเทศผู้นำเข้าสินค้าบางประเทศ อาทิ EU และสหราชอาณาจักร ยังบังคับให้สินค้านำเข้าบางรายการต้องมีการติดฉลาก Carbon Footprint อีกด้วย

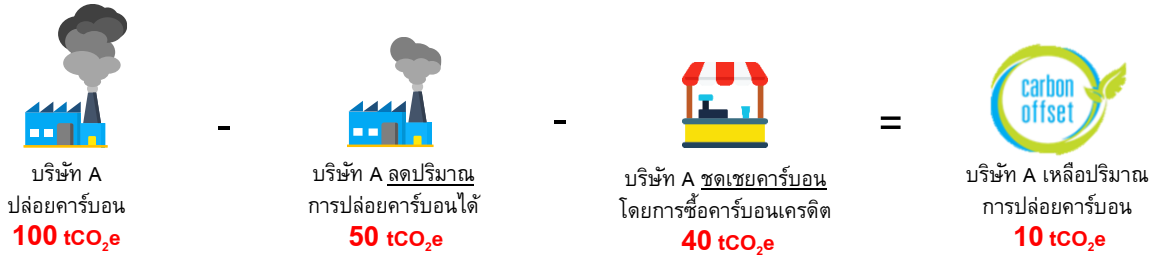
② ดำเนินการลดการปล่อยคาร์บอน

เมื่อทราบปริมาณการปล่อยคาร์บอนจากการดำเนินงานของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้ประกอบการจะต้องหาทางลดการปล่อยคาร์บอนภายในกระบวนการผลิตสินค้าหรือกระบวนการทำงานขององค์กร อาทิ การเปลี่ยนไปใช้พลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้นด้วยการติดตั้งแผงโซลาร์บนหลังคา การประหยัดพลังงานในกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีการปล่อยคาร์บอนต่ำ และการเปลี่ยนไปใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในกระบวนการขนส่ง เป็นต้น

③ การชดเชยคาร์บอน

สำหรับธุรกิจที่ไม่สามารถลดการปล่อยคาร์บอนได้ทั้งหมด ลำดับถัดมาคือการชดเชยคาร์บอนด้วยการซื้อคาร์บอนเครดิต โดยในกรณีที่สามารถชดเชยคาร์บอนได้บางส่วนและยังคงเหลือปริมาณการปล่อยคาร์บอนอยู่ส่วนหนึ่ง เรียกว่า **“Carbon Offset”** ส่วนกรณีที่สามารถชดเชยได้ทั้งหมด เรียกว่า **“Carbon Neutral”**

การชดเชยคาร์บอนบางส่วน (Carbon Offset)



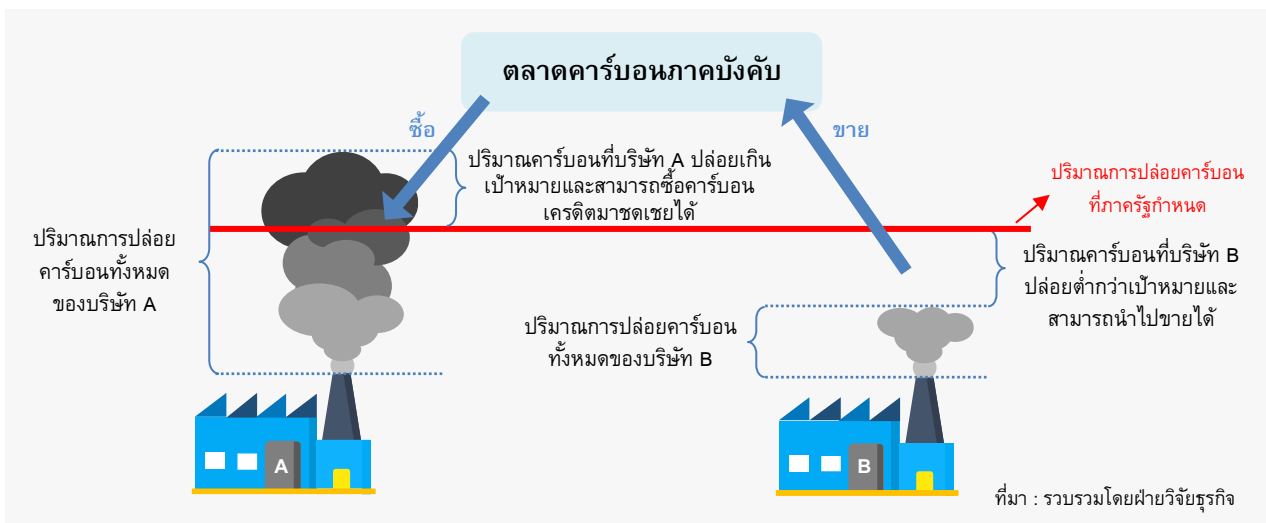
การชดเชยคาร์บอนทั้งหมด (Carbon Neutral)



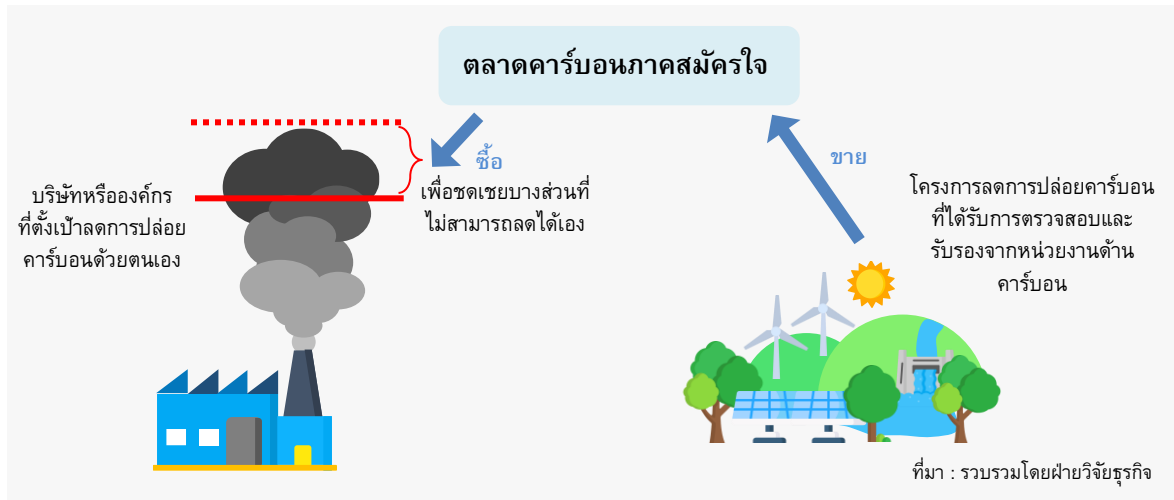
ทำความรู้จักตลาดคาร์บอน ... กลไกสำคัญในการชดเชยคาร์บอน

ตลาดคาร์บอนเป็นตลาดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการซื้อขายสิทธิ์ในการปล่อยคาร์บอน หรือคาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) หรือในบางกรณีเรียกว่าใบอนุญาต (Allowance) โดยเปิดโอกาสให้องค์กรที่ไม่สามารถลดการปล่อยคาร์บอนได้ตามเป้าหมาย สามารถซื้อคาร์บอนเครดิตจากผู้พัฒนาโครงการลดคาร์บอน หรือจากองค์กรอื่นๆ ที่ปล่อยคาร์บอนต่ำกว่าเป้าหมาย และนำสิทธิ์การปล่อยส่วนที่เหลือมาขายในตลาด เพื่อนำมาชดเชยปริมาณการปล่อยคาร์บอนที่ผู้ซื้อไม่สามารถลดได้ ทั้งนี้ ปัจจุบันตลาดคาร์บอนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. **ตลาดคาร์บอนภาคบังคับ (Mandatory Carbon Market)** ซึ่งเป็นตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่จัดตั้งขึ้นในประเทศที่ภาครัฐมีการกำหนดปริมาณคาร์บอนที่ภาคธุรกิจสามารถปล่อยได้ โดยเปิดโอกาสให้มีการชดเชยคาร์บอนด้วยการซื้อขายคาร์บอนเครดิตผ่านตลาดดังกล่าว หรือที่เรียกว่าหลักการ Cap-and-Trade ตัวอย่างของตลาดประเภทนี้มีก้อยู่ในประเทศที่มีมาตรการด้านคาร์บอนชัดเจนแล้ว อาทิ ตลาด European Union Emission Trading Scheme (EU-ETS) ของ EU เป็นต้น



2. ตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ (Voluntary Carbon Market) เป็นตลาดที่ภาครัฐไม่ได้กำหนดปริมาณการปล่อยคาร์บอนที่สามารถปล่อยได้ แต่เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจ และองค์กรต่างๆ ในการที่จะลดคาร์บอน โดยฝั่งผู้ซื้อคาร์บอนเครดิตส่วนใหญ่เป็นบริษัทหรือองค์กรที่มีการตั้งเป้าลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนที่ชัดเจน ขณะที่ฝั่งผู้ขายคาร์บอนเครดิตส่วนใหญ่มาจากการพัฒนาโครงการลดการปล่อยคาร์บอนที่พิสูจน์ได้ว่าช่วยลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนได้จริง อาทิ โครงการพลังงานหมุนเวียนที่ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนที่เกิดขึ้นจากภาคพลังงาน



ตลาดคาร์บอนเครดิตของไทย

ปัจจุบันตลาดคาร์บอนของไทยเป็นตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ โดยมีองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. เป็นผู้กำหนดหลักเกณฑ์และขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การพัฒนาโครงการลดคาร์บอนไปจนถึงการรับรองปริมาณคาร์บอน โดยผู้ที่ต้องการซื้อคาร์บอนเครดิตต้องทำการเปิดบัญชีเพื่อสมัครเข้าร่วมโครงการชดเชยคาร์บอนกับ อบก. หลังจากนั้นจะต้องคำนวณปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกมาในแต่ละปีสำหรับองค์กร หรือในระหว่างการผลิต การใช้งาน และการจำหน่าย ตามมาตรฐานที่ อบก. กำหนด ถัดมาจึงเริ่มดำเนินการลดคาร์บอนด้วยตนเอง และหากมีปริมาณคาร์บอนที่ยังไม่สามารถลดได้ ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถขอชดเชยส่วนดังกล่าวจากการซื้อคาร์บอนเครดิตในตลาดคาร์บอน โดยผู้เข้าร่วมโครงการต้องให้ผู้ทวนสอบอิสระทำการทวนสอบการดำเนินงานเพื่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ก่อนที่จะส่งผลการทวนสอบให้กับ อบก. เพื่อออกไปรับรองการชดเชยคาร์บอน

ขั้นตอนการขอชดเชยคาร์บอนกับ อบก.



การเตรียมพร้อมรับมือมาตรการคาร์บอน

ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องเตรียมรับมือกับมาตรการด้านคาร์บอนที่จะบังคับใช้ในอนาคต ซึ่งสามารถแบ่งเป็น

- **มาตรการจากประเทศคู่ค้า** โดยล่าสุดมาตรการที่กำลังเป็นที่จับตามอง คือ กลไกการปรับคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism : CBAM) ของ EU ที่เตรียมใช้ในปี 2566 โดยกำหนดให้ผู้ที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่ายใน EU จะต้องจัดทำรายงานประจำปีที่แสดงรายละเอียดจำนวนสินค้าที่นำเข้าและปริมาณ

การปล่อยคาร์บอนของสินค้าดังกล่าวในช่วงปีที่ผ่านมา และจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมคาร์บอนด้วยการซื้อ CBAM Certificates เพื่อเป็นการปรับคาร์บอนของสินค้าดังกล่าว โดยราคาของ Certificates จะเชื่อมโยงกับราคาคาร์บอนในตลาด EU-ETS อย่างไรก็ตาม ในระยะแรก EU จะใช้มาตรการดังกล่าวกับสินค้าที่ปล่อยคาร์บอนสูง ได้แก่ เหล็ก อะลูมิเนียม ปูน ซีเมนต์ และพลังงานไฟฟ้า โดยยังให้มีระยะเปลี่ยนผ่าน (Transitional Period) ในช่วงปี 2566-2568 ก่อนจะเริ่มบังคับใช้มาตรการ CBAM อย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี 2569

- **มาตรการจากบริษัทผู้ค้า** สำหรับผู้ประกอบการที่มีลูกค้าซึ่งกำหนดเป้าหมายลดคาร์บอนของตนเอง อาทิ กรณีบริษัท โตโยต้าประกาศตั้งเป้าเป็น Carbon Neutral ภายในปี 2578 ทำให้โตโยต้าจะต้องหาวิธีการลดการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต ซึ่งรวมถึงการเลือกซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนยานยนต์จาก Suppliers ที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็น Suppliers ของโตโยต้าก็ต้องดำเนินมาตรการลดคาร์บอนเช่นกันในอนาคต

การปรับตัวตามบริบทโลกที่มุ่งสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำถือเป็นความท้าทายครั้งสำคัญของธุรกิจไทย โดยผู้ประกอบการควรเตรียมพร้อมรับมือกับมาตรฐานใหม่ของโลกการค้า ตั้งแต่ศึกษาทำความเข้าใจระบบซื้อขายในตลาดคาร์บอนทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อนำมาคำนวณการปล่อยคาร์บอน ไปจนถึงการนำปริมาณคาร์บอนที่ลดได้ไปขายเป็นคาร์บอนเครดิตเพื่อสร้างรายได้ และแสดงในรายงานความยั่งยืนขององค์กรเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนต่อไป