

จับตาทิศทางการปรับตัวของธุรกิจ...จากความตกลงปารีส

โดย คุณขวัญใจ เตชเสนสกุล

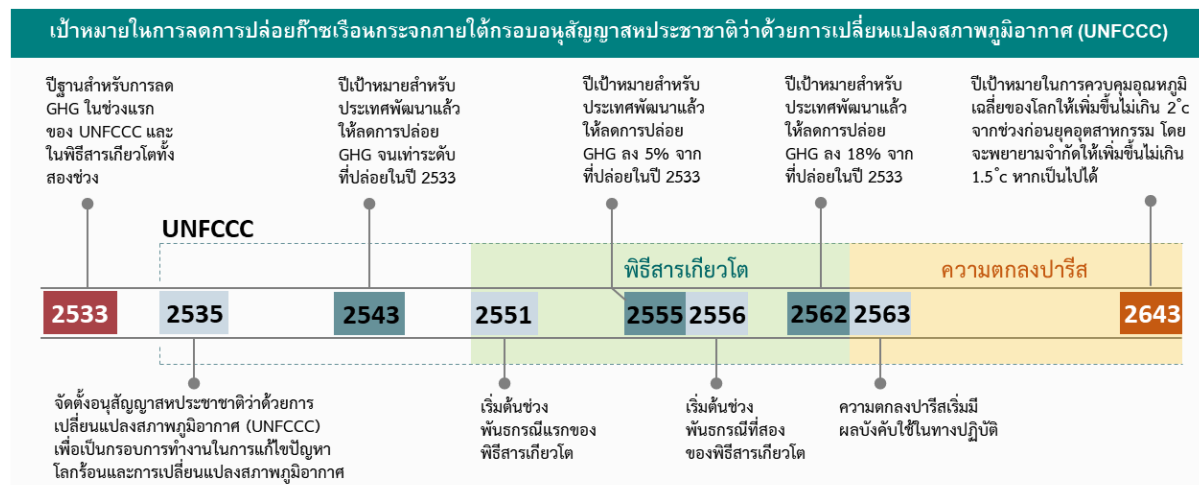
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

ปัจจุบันแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจโลกได้เปลี่ยนจากเดิมที่เคยมุ่งเน้นแต่การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Targeted Economic Growth) เพียงด้านเดียว ไปสู่การมุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจบนฐานความยั่งยืน (Sustainable Growth) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป เพราะตระหนักแล้วว่าผลเสียที่เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ในที่สุดแล้วก็อาจย้อนกลับมาส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ ดังเช่นเรื่องฝุ่น PM 2.5 ที่ประเทศไทยต้องเผชิญในช่วงต้นปี 2562 ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพความเป็นอยู่ของประชาชนแล้ว ยังทำให้ประเทศมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการป้องกันฝุ่น

สำหรับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานของความยั่งยืนนั้น องค์การสหประชาชาติได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งประกอบด้วย 17 เป้าหมาย (Goals) ที่เกี่ยวข้องกับทุกมิติของการพัฒนา อาทิ การขจัดความยากจนในทุกรูปแบบ ความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการดำเนินการเร่งด่วนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas : GHG)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ...พัฒนาการจากอดีตสู่ความตกลงปารีส



ที่มา: รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ EXIM BANK

การรณรงค์ให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้นแต่มีความพยายามมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การจัดทำกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) ในปี 2535 โดยมีเป้าหมายให้ประเทศพัฒนาแล้วลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงมาอยู่ที่ระดับเดียวกับปี 2533 ภายในปี 2543 รวมถึงการจัดทำพิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) เพื่อเร่งรัดให้ประเทศพัฒนาแล้วลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในช่วงปี 2551-2555 ลงร้อยละ 5 ของระดับการปล่อยในปี 2533 และในช่วงปี 2556-2562 ลดลงร้อยละ 18 อย่างไรก็ตาม การกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉพาะกับประเทศพัฒนาแล้ว ยังไม่เพียงพอที่จะควบคุมความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยได้ ดังนั้น ในความตกลงปารีส (Paris Agreement) ซึ่งเป็นกรอบความตกลงล่าสุดของ UNFCCC ประเทศภาคีจึงเร่งผลักดันให้เป็นความตกลงร่วมกันทั้งของประเทศพัฒนาแล้ว

ประเทศกำลังพัฒนา และประเทศด้อยพัฒนา ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยจะมีผลบังคับใช้ในทางปฏิบัติในปี 2563 เพื่อควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก ณ สิ้นศตวรรษที่ 21 หรือปี 2643 ให้เพิ่มขึ้นไม่เกิน 2 องศาเซลเซียสจากช่วงก่อนยุคอุตสาหกรรม (Pre-industrial) โดยจะพยายามจำกัดให้เพิ่มขึ้นไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส หากเป็นไปได้

มาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของแต่ละประเทศ

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรลุความตกลงปารีสกลายเป็นวาระเร่งด่วนขึ้น เมื่อผลการศึกษาของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC) พบว่า ปัจจุบันอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกได้เพิ่มขึ้นถึง 1 องศาเซลเซียสจากระดับก่อนยุคอุตสาหกรรมแล้ว และหากทุกประเทศยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกจะพุ่งสูงกว่า 1.5 องศาเซลเซียสภายในปี 2573

ด้วยเหตุดังกล่าว ทำให้ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา หลายประเทศได้ออกกฎหมายและนโยบายเพื่อลดปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ สหภาพยุโรป (EU) มีนโยบายทยอยลดการใช้ไบโอดีเซลจากน้ำมันปาล์มในภาคการขนส่งภายในปี 2573 เนื่องจาก EU เห็นว่าการผลิตไบโอดีเซลดังกล่าวก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกมากกว่าเชื้อเพลิงฟอสซิลถึง 3 เท่า และยังก่อให้เกิดปัญหาบุกรุกพื้นที่ป่าเขตร้อน ขณะที่สิงคโปร์ ได้ออกมาตรการจัดเก็บภาษีคาร์บอนกับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกิน 25,000 ตันต่อปี ในอัตรา 5 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหนึ่งตัน รวมถึง ไทย ซึ่งได้ปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตรถยนต์ (มีผลบังคับใช้แล้ว) และรถจักรยานยนต์ (จะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2563) ให้เป็นไปตามปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ รวมทั้งห้ามการนำเข้ารถยนต์ใช้แล้วเข้ามาในประเทศ

การปรับตัวของภาคเอกชนในช่วงที่ผ่านมา และแนวโน้มในระยะข้างหน้า

นอกเหนือจากนโยบายของภาครัฐแล้ว การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยความสมัครใจของภาคเอกชนก็มีบทบาทสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน โดยสิ่งที่ภาคเอกชนได้ดำเนินการในระยะเริ่มแรก คือ การวัดปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วย หรือจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร (Carbon Footprint) โดยเริ่มจากกลุ่มธุรกิจห้างค้าปลีกชั้นนำใน EU กำหนดให้สินค้าต่างๆ ที่วางจำหน่ายในห้างค้าปลีกต้องติด “ฉลากบ่งชี้ระดับการปล่อยคาร์บอน” บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความรู้สึกเชิงบวกและเพิ่มยอดขายจำหน่ายสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคที่ตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเป็นกลไกกระตุ้นให้ผู้ผลิตพัฒนาสินค้าที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ต่อมาแนวคิดดังกล่าวได้แพร่ขยายเป็นวงกว้างไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ทั้งในสหรัฐฯ แคนาดา ออสเตรเลีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงประเทศไทย

ในขณะเดียวกัน ห้างค้าปลีกชั้นนำทั่วโลก อาทิ Tesco, Walmart, Target และ Metro AG ต่างก็มีบทบาทสำคัญในการกดดันให้บริษัทผู้ผลิตสินค้าเปิดเผยข้อมูล Carbon Footprint ของซัพพลายเออร์ (Supplier) ในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด เพื่อกระตุ้นให้บริษัทผู้ผลิตสินค้าเหล่านั้นลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk) ของกิจการด้วยการเลือกใช้เฉพาะซัพพลายเออร์ที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ ทั้งนี้ โครงการ Carbon Disclosure Project (CDP) ซึ่งรวบรวมฐานข้อมูลเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและกลยุทธ์ในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัททั่วโลกระบุว่า ปัจจุบันบริษัทและองค์กรจำนวน 115 แห่ง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายประจำปีรวมกันมากกว่า 3.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ได้ร้องขอข้อมูล Carbon Footprint ของบริษัทซัพพลายเออร์รวมกันมากกว่า 11,500 บริษัทจากฐานข้อมูลของตน

นอกเหนือจาก Carbon Footprint แล้ว ระยะเวลาที่มีการนำแนวคิด “การชดเชยคาร์บอน (Carbon Offset)” มาใช้ผ่านเครื่องมือที่เรียกว่าคาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) ซึ่งเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สามารถลดได้จากโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก โดยบริษัทที่ต้องการดูแลสิ่งแวดล้อมแต่ยังไม่สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสามารถเข้าไปซื้อคาร์บอนเครดิตเพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของตนเอง ทั้งนี้ หลายฝ่ายคาดการณ์ว่า ในช่วง 10 ปีแรกของการบังคับใช้ความตกลงปารีส ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ภาคอุตสาหกรรมและสาธารณูปโภคทั่วโลกยังไม่สามารถเปลี่ยนผ่านไปสู่วิถีคาร์บอนต่ำและคาร์บอนเป็นศูนย์ (Zero Carbon) ได้อย่างสมบูรณ์นั้น การทำ Carbon Offset ของภาคธุรกิจจะมุ่งเป้าไปที่ “กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจการขนส่ง” เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับสูง ทั้งนี้ ปัจจุบันผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ได้เริ่มปรับตัวบ้างแล้ว อาทิ **ธุรกิจขนส่งสินค้า** ซึ่งขณะนี้หลายบริษัท เช่น DHL และ FedEx ได้ซื้อคาร์บอนเครดิตเพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งจดหมายและพัสดุบางประเภทโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มจากลูกค้าแล้ว **ธุรกิจ E-commerce** ซึ่งในอดีตถูกมองว่าเป็นธุรกิจที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มาก เนื่องจากช่วยลดการใช้ยานพาหนะของผู้บริโภคในการเดินทางไปซื้อสินค้า แต่ด้วยการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ E-commerce ในปัจจุบัน ทำให้บริษัทต่างๆ ต้องเร่งจัดส่งสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคให้เร็วที่สุด จึงมีแนวโน้มว่าธุรกิจ E-commerce จะเพิ่มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากกว่าการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Commerce) ล่าสุด Etsy บริษัท E-commerce ชื่อดังได้เริ่มทำ Carbon Offset สำหรับสินค้าทุกชิ้นที่จำหน่ายในเว็บไซต์แล้ว ขณะที่อีกหลายบริษัทซึ่งรวมถึง Amazon บริษัท E-commerce ชั้นนำของโลกกำลังถูกกดดันจากพนักงานและกลุ่มผู้ถือหุ้นให้เปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของกิจการ และ **ธุรกิจสายการบิน** ซึ่งองค์การการบินระหว่างประเทศ (ICAO) ได้มีนโยบายให้สายการบินทั่วโลกเข้าร่วมโครงการลดและชดเชยคาร์บอนสำหรับการบินระหว่างประเทศ (CORSIA) แบบสมัครใจในช่วงปี 2564-2569 และจะเป็นมาตรการบังคับกับทุกสายการบินในปี 2570-2578 ขณะที่ปัจจุบันสายการบินหลายแห่ง อาทิ Thai Airways, Cathay Pacific และ Qantas มีบริการทางเลือกให้ผู้โดยสารสามารถทำ Carbon Offset ได้โดยความสมัครใจ ทั้งนี้ ในขั้นตอนการจองตั๋วโดยสาร สายการบินจะคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ถูกปล่อยระหว่างทำการบินตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง แล้วแปลงปริมาณก๊าซที่ปล่อยออกมาเป็นตัวเงินที่ต้องจ่ายเพิ่มขึ้น เมื่อผู้โดยสารเลือกทำ Carbon Offset สายการบินจะนำเงินดังกล่าวไปสนับสนุนโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สายการบินได้คัดเลือกไว้

ในอนาคตอันใกล้ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำ Carbon Offset จะยิ่งทวีความสำคัญต่อภาคธุรกิจมากขึ้นเรื่อยๆ จากการที่หลายประเทศประกาศยกระดับนโยบายสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ “การเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)” หรือการทำให้กิจกรรมของมนุษย์มีผลรวมของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับศูนย์ ดังนั้น การทำ Carbon Offset จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ขององค์กรเท่านั้น แต่จะกลายเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของหลายธุรกิจ ผู้ประกอบการทุกระดับจึงควรติดตามนโยบายดังกล่าวจากบริษัทคู่ค้า บริษัทคู่แข่ง และหน่วยงานกำกับดูแลที่อยู่ในอุตสาหกรรมของตนทั้งในและต่างประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับตัวให้ธุรกิจอยู่รอดอย่างยั่งยืนในยุคที่ประเด็นเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศเป็นวาระเร่งด่วนของคนทั้งโลก

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด