

รอยเท้าคาร์บอน - Carbon Footprint

Socio Biz

• ewart ดันตยานนท์

สำหรับธุรกิจที่เจ้าของหรือผู้บริหารมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม และต้องการทำธุรกิจที่ไม่สร้างมลพิษหรือไม่ต้องการให้ธุรกิจมีส่วนในการเพิ่มสภาวะโลกร้อนในรุนแรงมากขึ้น เรื่องของการติดตามรอยเท้าคาร์บอน หรือที่เรียกว่า คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ควรศึกษาทำความเข้าใจ ความจริงแล้ว “รอยเท้าคาร์บอน” ที่ทำนี้ จะหมายถึงการติดตามหรือตรวจวัดดูว่า ธุรกิจ, องค์กร, กิจกรรม, บุคคล หรือแม้กระทั่ง สินค้า และ ผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่ปล่อย “ก๊าซเรือนกระจก” ออกสู่บรรยากาศมากน้อยเพียงใด

กลุ่มก๊าซหรือสารเคมี ที่ได้ชื่อว่าเป็น ก๊าซเรือนกระจก ที่สำคัญ มีอยู่ 6 ตัว ประกอบด้วย ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon dioxide, CO2) ก๊าซมีเทน (Methane, CH4) ก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N2O) สารไฮโดรฟลูออไรด์คาร์บอน (Hydrofluorocarbons, HFCs) สารเปอร์ฟลูออไรด์คาร์บอน (Perfluorocarbons, PFCs) และ สารซัลเฟอร์ เฮกซะฟลูออไรด์ (Sulphur hexafluoride, SF6) แต่เพื่อให้การติดตามการปล่อยก๊าซและสารเคมีเหล่านี้ เป็นไปได้โดยสะดวกขึ้น จึงมีการใช้หน่วยวัดมาตรฐาน โดยให้คำนวณการปล่อยก๊าซต่างๆ เหล่านี้ ให้เทียบเท่ากับการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ CO2 เพียงตัวเดียว

จึงเป็นที่มาของคำว่า “รอยเท้าคาร์บอน” ซึ่งหมายถึงปริมาณ

ก๊าซเรือนกระจกที่เทียบเท่ากับปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่ถูกปล่อยออกสู่บรรยากาศ ไม่ว่าจะโดยความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ในกรณีนี้ คำว่า “คาร์บอน” ก็หมายถึง ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

การติดตามวัดดูว่าธุรกิจใด มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือมี คาร์บอนฟุตพริ้นท์ มากน้อยเท่าใดนั้น มักจะนิยมวัดกัน 2 วิธี คือ วัดดูว่าโดยรวมทั้งหมดในการประกอบการของธุรกิจนั้นมีปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์เท่าใด ส่วนอีกวิธีหนึ่ง คือ การวัดดูว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละตัวของธุรกิจ นับตั้งแต่การใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดทิ้ง ทั้งวงจร มีการปล่อยปริมาณก๊าซเรือนกระจกไปมากน้อยเพียงใด

การวัดค่าหรือที่มักจะเรียกกันว่า การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ นี้ จะมีประโยชน์ทำให้กิจการได้ทราบว่ามีปัจจุบันธุรกิจมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปเท่าใด และธุรกิจจะจัดเตรียมมาตรการใด เพื่อพยายามลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ให้น้อยลง

เปรียบเสมือนกับการมีบรรทัดฐานตั้งต้นไว้ เพื่อการติดตามควบคุม และพัฒนาให้ดีขึ้นนั่นเอง เป็นการแสดงความมุ่งมั่นของธุรกิจที่จะดูแลรักษาโลกและสังคมโดยทั่วไป

ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นตามมาก็คือ การลดการใช้พลังงาน

การพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และการได้ชื่อว่าเป็นองค์กรที่ห่วงใยสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

การประเมินค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ระดับองค์กร จะทำกัน 3 ระดับ ระดับที่ 1 ได้แก่การประเมินค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมหลักของธุรกิจโดยตรง เช่น ก๊าซที่ปล่อยออกมาจากการผลิต กระบวนการผลิต รวมถึงก๊าซที่ปล่อยออกจากรถยนต์พาหนะทุกชนิดที่ธุรกิจเป็นเจ้าของ

ระดับที่ 2 ได้แก่การประเมินค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมทางอ้อมที่ธุรกิจต้องจัดซื้อหรือจัดหาประกอบการดำเนินธุรกิจ เช่น การปล่อยก๊าซจากการผลิตไฟฟ้า พลังงานอื่นๆ เช่น ความร้อน หรือ ไออน้ำ เป็นต้น

ระดับที่ 3 ได้แก่การประเมินค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมอื่นๆ ที่ธุรกิจดำเนินการ เช่น การปล่อยก๊าซจากการเดินทางติดต่อธุรกิจ การเดินทางไปทำงานของพนักงาน หรือ จากขยะ ของเสีย หรือของเหลือทิ้งที่ธุรกิจเป็นผู้สร้างขึ้น

ส่วนการประเมินค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์นั้น หลักการก็คือ การประเมินค่าก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

เริ่มจากการได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบ การผลิต หรือ ประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน ตลอดจนไปถึงการกำจัดซากของผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานแล้ว

รวมไปถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากซัพพลายเออร์ หรือผู้จัดหาและส่งมอบวัตถุดิบ ผู้กระจายสินค้าหรือผู้จำหน่าย และลูกค้า ผู้ใช้งาน หรือ ผู้บริโภค

ถึงแม้ว่า การประเมินค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ในทางปฏิบัติจะมีความซับซ้อนและความเป็นเทคนิคค่อนข้างมาก ธุรกิจอาจต้องใช้บริการของที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ หรือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ มาช่วยในการประเมินค่า แต่การที่ธุรกิจจะเริ่มเพื่อให้มีการติดตาม รอยเท้าคาร์บอน ในการทำธุรกิจของตนเอง แล้ว นอกจากจะทำให้ธุรกิจสามารถลดการใช้พลังงาน ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตโดยตรงแล้ว ยังจะทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น สามารถนำไปใช้ในเชิงการตลาดที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกิดการแยกแยะในการตัดสินใจซื้อให้กับผู้บริโภคที่มีความห่วงใยต่อสภาพแวดล้อม

และยังเป็นการเตรียมตัวสำหรับการแข่งขันทางธุรกิจในอนาคตอีกด้วย เนื่องจากในปัจจุบัน มีประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจหลายประเทศ ได้มีการนำระบบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ มาใช้แล้วเช่น สหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ แคนาดา เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้สินค้านำเข้าจากประเทศไทย บางรายการถูกร้องขอให้มีการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ด้วย

หากผู้ประกอบการไทยยังไม่มีความพร้อมในเรื่องนี้ ก็อาจทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจได้ง่ายๆ