



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 150,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนะ

วันที่: พุธที่ 14 มีนาคม 2567

ปีที่: 37

ฉบับที่: 12597

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 62.11 Ad Value: 51,737.63 PRValue (x3): 155,212.89

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Now and Beyond: ไทยกับบทบาท ผู้นำคาร์บอนเครดิต

เมื่อวิกฤติสภาพอากาศกลายเป็นความท้าทายของมนุษยชาติ การพยายามค้นหาวิธีลดผลกระทบจึงเป็นเรื่องด่วนที่สุดท่ามกลางความพยายามนี้ “คาร์บอนเครดิต” ซึ่งเป็นหนึ่งในนวัตกรรมทางการเงินได้เข้ามาแก้ปัญหาหลักด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการสร้างแรงจูงใจทางการเงินผ่านการขายและการซื้อเครดิตเหล่านี้

คาร์บอนเครดิต เป็นหน่วยวัดที่แสดงถึงการลดหรือกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) หรือก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ ออกจากบรรยากาศ โดย 1 คาร์บอนเครดิตจะเท่ากับการลดหรือกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 1 ตัน คาร์บอนเครดิตเป็นเครื่องมือที่ถูกสร้างเพื่อสนับสนุนและกระตุ้นให้บริษัทและประเทศใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

บริษัทหรือกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกินกว่าขีดจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emission Cap) สามารถได้รับสิทธิการซื้อคาร์บอนเครดิตเพื่อมาชดเชยกับการปล่อยคาร์บอนที่เกินขีดจำกัดนั้น ในขณะที่เดียวกันบริษัทหรือกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าขีดจำกัดดังกล่าว ก็สามารถได้รับสิทธิขายคาร์บอนเครดิตในส่วนต่างจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกับขีดจำกัดนั้นได้

วิธีการสร้างมูลค่าและสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านระบบคาร์บอนเครดิต มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ
1) **ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก** ได้แก่ ธุรกิจที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นผู้ที่มีความต้องการซื้อคาร์บอนเครดิตเพื่อชดเชยการปล่อยของตนเอง โครงการลดก๊าซเรือนกระจกที่เป็นผู้ผลิตคาร์บอนเครดิตโดยการลดหรือกักเก็บ CO2 และหน่วยงานกำกับดูแลทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองความถูกต้องของคาร์บอนเครดิต

ไทยกับบทบาทผู้นำคาร์บอนเครดิต

กรุงเทพธุรกิจ Now and Beyond

วิจัย วิทยาเกียรติเลิศ

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (TU-RAC)



2) **กิจกรรมหลัก** ได้แก่ การพัฒนาโครงการต่างๆ เพื่อสร้างและดำเนินการโครงการที่จะช่วยลดหรือ

กักเก็บ CO2 การตรวจสอบและรับรองเพื่อยืนยันว่าโครงการได้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ และการซื้อขายคาร์บอนเครดิตเพื่อจัดการกับการซื้อขายสิทธิในการปล่อย CO2

3) **ทรัพยากรหลัก** ได้แก่ เทคโนโลยีที่ใช้ในการติดตามและตรวจสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและการจัดการโครงการลดก๊าซเรือนกระจก

4) **ช่องทางการจัดจำหน่าย** ได้แก่ แพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อกลางสำหรับการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่สะดวก เป็นระบบ real time โบรกเกอร์และที่ปรึกษาทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในการซื้อขายคาร์บอนเครดิต

5) **โครงสร้างต้นทุน** ได้แก่ ต้นทุนในการพัฒนารวมถึงค่าดำเนินการโครงการต่างๆ ต้นทุนในการตรวจสอบและรับรองความถูกต้องของโครงการ 6) **กระแสรายได้** การขายคาร์บอนเครดิตสร้างรายได้จากการขายสิทธิในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปัจจุบันสังคมโลกกำลังเดินหน้าอย่างเข้มข้น เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ประเทศไทยถือประเทศที่มีศักยภาพประเทศหนึ่งและพยายามผลักดันให้ตนเองเป็นหนึ่งในผู้เล่นหลักในตลาดคาร์บอนเครดิต จะเห็นว่าที่ผ่านมามีการวิจัยและพัฒนาโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง

ตามข้อมูลจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ตลาดคาร์บอนเครดิตโลกมีมูลค่าประมาณ 400 ล้านดอลลาร์ในปี 2563 และคาดว่าจะพุ่งสูงถึง 25,000 ล้านดอลลาร์ในปี 2573 สำหรับประเทศไทยมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ที่ราว 256 ล้านตันต่อปี อยู่ในอันดับที่ 26 ของโลกคิดเป็นเพียง 1% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโลก ส่วนใหญ่เกิดมาจากภาคการผลิตไฟฟ้าถึง 39% (World Resources Institute, 2020)

ความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการพัฒนาโครงการสนับสนุนตลาดคาร์บอนเครดิต สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นต่อการดำเนินการที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ซึ่งนอกจากจะเปิดทางไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนแล้วยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการรวมกันของนวัตกรรมเทคโนโลยี



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 150,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนะ

วันที่: พุธที่ 14 มีนาคม 2567

ปีที่: 37

ฉบับที่: 12597

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 62.11 Ad Value: 51,737.63 PRValue (x3): 155,212.89

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Now and Beyond: ไทยกับบทบาท ผู้นำคาร์บอนเครดิต

สะอาด ความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ และการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะไม่เพียงแต่บรรลุเป้าหมายทางสิ่งแวดล้อม แต่ยังสามารถยกระดับสถานะบนเวทีโลกในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนอีกด้วย

คาร์บอนเครดิตยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเคลื่อนย้ายเงินทุนสู่ท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยเฉพาะชุมชนใกล้พื้นที่ป่าสามารถรับรายได้จากการปกป้องและรักษาธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของชุมชนไม่เพียงช่วยให้พวกเขามีรายได้ผ่านการขายคาร์บอนเครดิตเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และเข้มแข็ง สร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งในแง่ของเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

คาร์บอนเครดิตจึงเป็นตัวอย่างของนวัตกรรมที่สามารถเชื่อมโยงความต้องการทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุปคือ คาร์บอนเครดิตคือนวัตกรรมทางการเงิน ซึ่งเป็นกลไกแห่งอนาคตสู่การพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และประเทศไทยมีความพร้อมที่จะเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนประเทศและชุมชนโลกให้เดินหน้าสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ช่วยสร้างสมดุลของโลกใบนี้ให้ก้าวยิ่งขึ้น ไม่เพียงแค่นี้สำหรับเราแต่สำหรับรุ่นลูกหลานในอนาคต

รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งผลักดันเรื่องนี้เป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติด้วยเช่นกัน



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 150,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนะ

วันที่: พุธที่ 14 มีนาคม 2567

ปีที่: 37

ฉบับที่: 12597

หน้า: 7(กลาง)

Col.Inch: 90.44 Ad Value: 75,336.52 PRValue (x3): 226,009.56

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: ส่งเสริมการมีบุตรด้วย Work-life Balance และ...

ส่งเสริมการมีบุตรด้วย Work-life Balance และ Femtech



กรุงเทพธุรกิจ

บทความพิเศษ

● บทความ ไวกีส์ศักดิ์ (ยาบุฉิตะ)

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



ในฐานะคนหนึ่ง ที่ติดตามเศรษฐกิจพลังผู้หญิง (womenomics) รู้สึกดีใจมากที่วันสตรีสากล

8 มี.ค.2567 ของไทยปีนี้ มีกิจกรรมคึกคักทั้งในโลกออฟไลน์และออนไลน์ จากเดิมมีแค่การเดินขบวนถือป้ายของตัวแทนแรงงานหญิงที่ท้องสนามหลวง เรียกร้องให้เพิ่มวันลาคลอดบ้าง สวัสดิการเลี้ยงดูบุตรบ้างเท่านั้น

แต่ปัจจุบันกระแสการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ (Gender Equality) ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ข้อที่ 5 ขององค์การสหประชาชาติ ได้แพร่สะพัดไปทั่วโลกในหลายวงการและหลายมิติ

ผู้คนเริ่มตระหนักแล้วว่า ภัยแล้งสำคัญของการแก้ปัญหาสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (super-aged society) (สัดส่วน

ผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 21 ของประชากรรวม) ซึ่งจะเป็นสิ่งท้าทายประเทศไทยในอีก 8 ปีข้างหน้า นั่นอยู่ที่ “ผู้หญิง” ไม่ได้ อยู่ที่ “ผู้สูงอายุ”

เพราะผู้หญิงเป็นทั้งแรงงานและมารดา ผู้ให้กำเนิดบุตรซึ่งจะเป็นแรงงานของชาติในอนาคต จะทำอย่างไรให้ผู้หญิงมีความสุขทั้งกายและใจ เพราะผู้หญิงมักถูกคาดหวังว่าต้องทำงานในบ้าน (งานบ้าน ดูแลบุตร ดูแลผู้สูงอายุ) และทำงานนอกบ้าน (หารายได้เสริมกับสามี รายได้ให้บุตร การบางคนเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือแม่เลี้ยงเดี่ยว) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตั้งแต่ต้นปี 2567 สถิติที่สร้างความตื่นตระหนกให้กับสังคมไทยทยอยประกาศออกมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นอัตราการเกิดน้อย กว่าอัตราการตาย อัตราการเกิดลดต่ำสุดในรอบ 70 ปี ทำให้รัฐบาลตื่นตัวประกาศ

“ส่งเสริมการมีบุตร” เป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งแบ่งเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ “มาตรการทางเศรษฐกิจ” หรือการให้เงินอุดหนุน เพื่อแบ่งเบาภาระครัวเรือน

เช่น เงินช่วยค่าดูแลครรภ์และคลอดบุตร ที่สถานพยาบาล ของขวัญเด็กหลังคลอด (เช่น รถเข็นเด็ก ชุดอาบน้ำเด็ก เสื้อผ้า

ผ้าอ้อม ฯลฯ) เงินช่วยเหลือเลี้ยงดูบุตรรายเดือน เงินลดหย่อนภาษีเงินได้รายปีสำหรับ ผู้ที่มีบุตรมากกว่า 2-3 คน เงินช่วยค่าดูแลผู้สูงอายุ เงินช่วยค่าทำเด็กหลอดแก้ว สำหรับผู้มีบุตรยาก ซึ่งเป็นรายจ่ายมหาศาลของภาครัฐ

ขณะที่ในไทยเคยมีข้อเสนอให้เก็บภาษีคนโสด ใครโสดต้องเสียภาษีเพิ่ม เพื่อชดเชยกับที่ไม่ได้ร่วมพัฒนาคนรุ่นต่อไป (next generation) แต่โดนรถทัวร์คนโสดมาจอดถล่มไปเสียก่อน

แบบที่สองคือ “มาตรการทางสังคม” หรือการช่วยเหลือการเลี้ยงดูบุตร ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากนายจ้างอย่างจริงจัง เช่น ชั่วโมงการทำงานที่ยืดหยุ่น (ได้แก่เวลา การเข้า-ออกงาน เพื่อมีเวลาไปรับส่งลูก ลดชั่วโมงการทำงานนอกเวลา (OT) ลดวันทำงาน) มาตรการลาคลอดโดยรับค่าจ้าง



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 150,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนะ

วันที่: พุธที่ 14 มีนาคม 2567

ปีที่: 37

ฉบับที่: 12597

หน้า: 7(กลาง)

Col.Inch: 90.44 Ad Value: 75,336.52 PRValue (x3): 226,009.56

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: ส่งเสริมการมีบุตรด้วย Work-life Balance และ...

การลาสิกขาไปพบแพทย์ ไปธุระเพื่อบุตรหรือผู้สูงอายุที่บ้าน

การลาคลอดโดยได้รับค่าจ้างของสามีหรือสมาชิกอื่นในครอบครัว การกลับมาทำงานหลังจากลาคลอด (career break) ที่ไม่กระทบต่อการประเมินผลการปฏิบัติงาน และโอกาสก้าวหน้าในงาน การจัดให้มีสถานรับเลี้ยงเด็กและพี่เลี้ยงเด็กที่ได้มาตรฐานและเพียงพอ ไม่ใช่ต้องฝากเลี้ยงนอกระบบที่มีชาวเด็กถูกพี่เลี้ยงรังแกจนเสียชีวิต ซึ่งล้วนเป็นมาตรการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน (work-life balance) ที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ หรือ HR ขององค์การแทบทั้งสิ้น

**ประเทศสังคม
สูงวัยระดับสุดยอด
ก่อนหน้าได้
ลองผิดลองถูก
กันมาแล้ว
พบว่ามาตรการ
ทางเศรษฐกิจหรือ**



การให้เงินนั้นได้ผลน้อยมาก ตัวอย่างไม่ว่าสิงคโปร์ ญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ รัฐบาลทุ่มเงินกันสุดตัว แต่ก็ไม่สามารถจูงใจให้ผู้หญิงยอมแต่งงานและมีบุตรได้ ผู้หญิงในประเทศเหล่านั้นต้องเจียบ เพราะเงินไม่ทำให้พวกเขามีความสุข ตรงกันข้ามมาตรการทางสังคมที่เอื้อต่อการสร้างสมดุลชีวิตกับการทำงานกลับได้ผลมากกว่า

ตัวอย่างประเทศแถบยุโรปมีการรณรงค์ให้ลดวันทำงานเหลือเพียง 4 วันต่อสัปดาห์ การปิดห้างร้านเร็วขึ้นในปลายของวันศุกร์ เพื่อให้ทุกคนรีบกลับบ้าน การสนับสนุนสามีให้ช่วยเลี้ยงดูบุตร กล่าวคือ ต้องการวันเวลาทำงานและสถานที่ทำงานที่ยืดหยุ่น และระบบที่มีผู้อื่นช่วยดูแลบุตรอย่างมีคุณภาพไปพร้อมๆ กัน ซึ่งเป็นหน้าที่ของ

นายจ้างด้วย ไม่ใช่เพียงแต่ภาครัฐ ทั้งนี้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดสตาร์ทอัพกลุ่ม Femtech หรือใช้เทคโนโลยีแก้ปัญหของผู้หญิงในการทำงาน เพราะผู้หญิงต้องทำงานไปด้วยดูแลสุขภาพไปด้วย อาทิ คมก่าเน็ต มีประจำเดือน ตั้งครรภ์ ภาวะวัยทอง โรคภัยอย่างมะเร็ง เป็นต้น และต้องทำงานไปด้วยดูแลบุตรและผู้สูงอายุไปด้วย

อาทิ หาสถานรับเลี้ยงเด็กและสถานดูแลผู้สูงอายุ หาพี่เลี้ยงเด็กและผู้ดูแลผู้สูงอายุ หากคนช่วยพาไปโรงพยาบาล คนช่วยรับยาและอาหารเสริม บริการรับเจาะเลือด ผู้ป่วยติดเตียงที่บ้าน เป็นต้น **มูลค่าตลาดของ femtech มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ยังคงติดปัญหาระดมทุนเพราะนักลงทุน venture**

capital ส่วนใหญ่เป็นผู้ชายที่ยังขาดความเข้าใจปัญหาของผู้หญิง

ดังนั้น การส่งเสริมการมีบุตรไม่ควรคาดหวังสูงกับมาตรการให้เงินช่วยเหลือ แต่ควรสะท้อนบอกนายจ้างให้ตระหนักถึงบทบาทในเรื่องนี้ อัตราการเกิดของไทยจะพลิกกลับมาเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ อยู่ที่ว่าเมื่อไหร่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ HR ของภาคเอกชนจะลุกขึ้นมากดดันประเด็นสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานของผู้หญิงกันอย่างจริงจัง รวมทั้งจะใช้เทคโนโลยีพัฒนาธุรกิจ femtech ช่วยให้ผู้หญิงทำงานได้ราบรื่นอย่างไร

ดูข้อมูลเพิ่มเติมในหนังสือ "ส่องผ่านเพดานแก้ว : ผู้บริหารหญิงกับความไม่เท่าเทียมทางเพศ"