

# โครงการศึกษาแนวทางการปรับตัว ของภาคธุรกิจไทย เพื่อเตรียมพร้อม ต่อมาตรการทางการค้าด้านสิ่งแวดล้อม:

## กรณีการลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก



# หลักการและเหตุผล

สิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ ประเทศต่าง ๆ มีการออกนโยบายและมาตรการในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นเพื่อนไมทางการค้ามากขึ้น อาทิ



มาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) ของสหภาพยุโรป



กฎหมายการกีดภาษีคาร์บอนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการแข่งขัน (Clean Competition Act: CCA) ของสหรัฐฯ

แนวโน้มที่ประเทศต่าง ๆ จะมีการกำหนดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น และขยายให้ครอบคลุมสินค้านำเข้าทุกประเภทในอนาคต จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ภาคธุรกิจไทยต้องตระหนักและปรับตัว เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงได้ดำเนินการ “โครงการศึกษาแนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจไทย เพื่อเตรียมพร้อมต่อมาตรการทางการค้าด้านสิ่งแวดล้อม: กรณีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก” เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบาย และให้ความรู้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับมาตรการของประเทศคู่ค้า

## วิธีการศึกษา



# มาตรการและนโยบายของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

แนวโน้มการใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการค้ามีมากขึ้น สถิติจากฐานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมขององค์การการค้าโลก (WTO) พบว่า ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ค.ศ. 2012 - 2021) สมาชิก WTO ที่แจ้งเวียนมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมสูงสุด

5 อันดับแรก  
ได้แก่



สหภาพยุโรป



สหรัฐฯ



บราซิล



แคนาดา



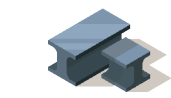
จีน

## ตัวอย่างมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ

สหภาพยุโรป (EU) ออกมาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) โดยผู้นำเข้าสินค้าต้องซื้อใบรับรอง CBAM (CBAM Certificate) เพื่อชำระส่วนต่างระหว่างราคาคาร์บอนในประเทศผู้ผลิตสินค้านำเข้า และราคาคาร์บอนในระบบซื้อขายสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ EU (EU Emission Trading Scheme)



## สินค้า 6 กลุ่ม ภายใต้ CBAM



1. เหล็กและเหล็กกล้า



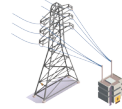
2. อะลูมิเนียม



3. ปุ๋ย



4. ซีเมนต์



5. ไฟฟ้า



6. ไฮโดรเจน



ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม EU จะเริ่มใช้มาตรการ CBAM ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 (ค.ศ. 2023) โดยมีระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 (ค.ศ. 2025) ซึ่งผู้นำเข้าสินค้าต้องรายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสินค้านำเข้า และจะบังคับใช้มาตรการเต็มรูปแบบ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2569 (ค.ศ. 2026) โดยผู้นำเข้าต้องซื้อใบรับรอง CBAM ตามปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

สหรัฐฯ อยู่ระหว่างร่างกฎหมายการเก็บภาษีการปล่อยคาร์บอนหรือก๊าซเรือนกระจก เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการแข่งขัน (Clean Competition Act: CCA) ซึ่งใช้กับสินค้าที่กระบวนการผลิตมีการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ในปริมาณสูง มีอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ



- 1 เชื้อเพลิงฟอสซิล
- 2 ผลิตภัณฑ์จากการกลั่นปิโตรเลียม
- 3 ปิโตรเคมี
- 4 ปุ๋ย
- 5 ไฮโดรเจน
- 6 ซีเมนต์
- 7 เหล็กและเหล็กกล้า
- 8 อะลูมิเนียม
- 9 กระดาษ
- 10 สารอินทรีย์เคมีขั้นพื้นฐาน
- 11 กรดอะดีปิก
- 12 เยื่อกระดาษและกระดาษ
- 13 เอทานอล

กฎหมาย CCA จะเริ่มบังคับใช้ในปี 2567 (ค.ศ. 2024) และภายในปี 2569 (ค.ศ. 2026) จะขยายเพื่อให้ครอบคลุมสินค้าสำเร็จรูปที่มีสินค้าข้างต้นเป็นส่วนประกอบ

# สรุปสาระสำคัญของผลการศึกษา

## ข้อมูลการเก็บแบบสำรวจผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถาม 5,012 คน จากทุกอำเภอทั่วประเทศ  
ในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 พบว่า



1



พฤติกรรมการรักษาสิ่งแวดล้อม  
ในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ คือ  
ใช้ถุงผ้าหรือแก้วน้ำส่วนตัว คัดแยกขยะ  
และประหยัดน้ำ ไฟฟ้า ตามลำดับ

2



มากกว่าครึ่งของผู้ตอบแบบ  
สอบถามเคยได้ยินหรือเคยเห็นสัญลักษณ์  
หรือฉลากสินค้าสิ่งแวดล้อม และหาก  
พิจารณารายได้ต่อเดือน จะเป็นผู้ที่มี  
รายได้ 40,001 - 50,000 บาท และ  
100,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด

3



ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ  
81.64 สนใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาอายุ  
ต่ำกว่า 20 ปี และหากพิจารณารายได้  
ต่อเดือน จะเป็นผู้มีรายได้ 100,000 บาท  
ขึ้นไป มากที่สุด

4



เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ส่วนใหญ่สนใจจะซื้อสินค้าที่เป็นมิตร  
ต่อสิ่งแวดล้อม คือต้องการอนุรักษ์  
สิ่งแวดล้อมและลดโลกร้อนต้องการ  
สนับสนุนผู้ประกอบการ หรือผู้ผลิต  
สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ  
ต้องการทดลองสินค้าใหม่ ๆ ตามลำดับ

5



เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ส่วนใหญ่ไม่สนใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตร  
ต่อสิ่งแวดล้อม คือ ราคาแพง สถานที่  
จำหน่ายน้อย และขาดการประชาสัมพันธ์

## ข้อมูลจากการสัมภาษณ์



ผู้ประกอบการเริ่มสนใจและตระหนักต่อประเด็น  
ด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และพร้อมจะปรับเปลี่ยนกระบวนการ  
ผลิตเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผู้ประกอบการรายใหญ่  
มีความพร้อมทั้งด้านนโยบายและเงินทุนในการจ้างที่ปรึกษา  
ให้คำแนะนำด้านการขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์



ขณะที่ผู้ประกอบการรายย่อย พบปัญหาด้านเงินทุน  
ทั้งค่าใช้จ่ายเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต และค่าใช้จ่าย  
เพื่อขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ นอกจากนี้ ยังขาดความรู้และ  
ความเข้าใจเกี่ยวกับก๊าซเรือนกระจก และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม  
รวมทั้งผู้บริโภคยังเลือกที่จะบริโภคสินค้าทั่วไป ซึ่งราคาถูกกว่า  
สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

# ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจไทย

## ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการและภาคธุรกิจ

1

เก็บรวบรวมข้อมูลกิจกรรมการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่ของบริษัท เริ่มจากข้อมูลเบื้องต้น อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาว่าขั้นตอนใดของการดำเนินการที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาก ซึ่งจะนำไปสู่การบริหารจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ตรงจุด

2

ประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร หรือของผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตของสินค้าที่ถูกกำหนดภายใต้มาตรการ CBAM ที่จะมียกบังคับใช้ในเดือนตุลาคม 2566 ซึ่งผู้ประกอบการสามารถดำเนินการเองหรือจ้างที่ปรึกษา

3

ศึกษาหาความรู้หรือเข้าร่วมอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร และนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานขององค์กร

4

เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐที่ให้ความช่วยเหลืออุดหนุนค่าใช้จ่าย หรือให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ประกอบการเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน

5

ตั้งเป้าหมายและแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน อาจเริ่มจากนำกฎระเบียบหรือมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐมากำหนดกรอบและแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท จัดทำรายงานและตรวจสอบติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับพนักงานทุกคนในบริษัทเกี่ยวกับเป้าหมายและแผนงานด้านสิ่งแวดล้อม

6

ปรับปรุงการดำเนินงานหรือกระบวนการผลิต โดยการลงทุนในนวัตกรรมและเทคโนโลยีสะอาดที่สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งปัจจุบันราคามีแนวโน้มลดลง และมีความคุ้มค่าในระยะยาว

7

พัฒนากำลังคนให้มีทักษะฝีมือ รองรับการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานหรือการผลิตที่ตั้งเป้าสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มศักยภาพการทำงานให้สอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

8

ใช้ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นจุดขายสินค้าหรือบริการ เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และพร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการขยายและเพิ่มฐานลูกค้า

9

ผู้ประกอบการที่ต้องการขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ อาจขอรับรองในผลิตภัณฑ์ที่ยาวติดก่อนแล้วค่อยขยายไปในผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากใช้ชุดข้อมูลที่คล้ายกัน จะช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายการประเมินได้

10

ติดตามสถานการณ์การกำหนดนโยบายหรือมาตรการทั้งภายในและต่างประเทศ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้า เพื่อสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายหรือมาตรการเหล่านั้นได้อย่างทันก่วงที

# ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

## ด้านการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานภาครัฐ

1

กำหนดนโยบายหรือมาตรการส่งเสริมให้ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถเพิ่มศักยภาพมากขึ้น

โดยการ



2

บูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ



- เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการส่งเสริมสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ
- บูรณาการด้านการให้บริการและฐานข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้สะดวก

3

ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการขับเคลื่อนให้เกิดการปรับตัวของภาคธุรกิจ

ภาครัฐ

ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการปรับตัวของภาคธุรกิจ



ภาคเอกชน

ควรขับเคลื่อนด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Transfer) และแรงจูงใจทางการเงิน (Financial Incentive)



4

ผลักดันการเปิดเสรี เพิ่มการแข่งขันในภาคพลังงาน (Deregulate)

การซื้อขายไฟฟ้าในประเทศ ให้ผู้ผลิตสามารถผลิตไฟฟ้าใช้และขายได้ ให้ภาคเอกชนมีทางเลือกในการเข้าถึงพลังงานประเภทต่าง ๆ รวมถึงสามารถนำไปหักลบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ได้

5

### พัฒนาแรงงานเพื่อยกระดับ



เพิ่มศักยภาพแรงงาน  
ที่มีให้ดีกว่าเดิม (Upskill)



สร้างทักษะที่จำเป็น  
ต่อการทำงานขึ้นมาใหม่ (Reskill)

พัฒนาศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมสีเขียว  
ให้กับแรงงานในภาคอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง

6

### ผลักดันและบรรจุนโยบายด้านการปกป้องคุ้มครอง สิ่งแวดล้อม และการลดก๊าซเรือนกระจก ไว้ในหลักสูตรการเรียน การสอนของสถานศึกษา



เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตั้งแต่เด็ก

### ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ  
ปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงาน  
หรือการผลิต ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม  
สมัยใหม่ (Green Technology) ผ่านการลงทุน  
การให้เงินอุดหนุน หรือให้แรงจูงใจด้านภาษี

2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประเมิน  
การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์  
ของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่

เพื่อช่วยลดต้นทุนการประเมินการปล่อย  
ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการตรวจ  
ประเมินที่ซ้ำซ้อน

3. ช่วยเหลือสนับสนุนผู้ประกอบการ  
ในการประเมินและขอรับรองคาร์บอน  
ฟุตพริ้นท์

โดยให้ที่ปรึกษาหรือผู้ที่มีประสบการณ์  
เป็นพี่เลี้ยง จัดอบรมให้ความรู้ และให้  
ความช่วยเหลือด้านวิชาการ

4. ให้สิทธิพิเศษหรือให้แต้มต่อ

สำหรับผู้ประกอบการ ที่ผลิตสินค้าหรือ  
บริการที่ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์  
หรือมาตรฐานอื่น ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม  
ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

5. เร่งรัดการผลักดันคาร์บอนเครดิต  
เป็นหลักประกันทางธุรกิจ

เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุน  
ให้กับผู้ประกอบการ

6. ผลักดันการใช้พลังงานสะอาด

โดยอาจใช้มาตรการภาษีเป็น  
แรงจูงใจ



## ด้านการส่งเสริมการตลาด

### 1. จัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค ภาวะนิยม และมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้า ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าไทย ให้เป็นปัจจุบันและมีความสม่ำเสมอ

### 2. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

รวมถึงเครื่องมือหรือกลไกที่ไทยใช้ในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ต่างชาติเข้าใจและยอมรับสินค้าไทย รวมทั้งประชาสัมพันธ์ฉลากสิ่งแวดล้อมของไทยให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งจะสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการขอรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

### 3. ผลักดันและส่งเสริมให้ฉลากคาร์บอนและฉลากสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

โดยให้แรงจูงใจกับผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการเห็นถึงความคุ้มค่าในการผลิตให้ได้รับการรับรอง

### 4. ขอความร่วมมือผู้ประกอบการค้าปลีก - ค้าส่ง ห้างร้านท้องถิ่น หรือร้านค้าในสถานบริการน้ำมัน

จัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในร้าน

### 5. กำหนดมาตรการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน

สำหรับการส่งเสริมภายในประเทศและการส่งเสริมการส่งออก เนื่องจากต้นทุนในการขอการรับรองของผลิตภัณฑ์ไม่เท่ากัน

### 6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ

สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ผ่านเวทีความร่วมมือทางการค้าที่มีอยู่ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในประเทศด้วยกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูล

### 7. จัดอบรมพัฒนาด้านการตลาดและการทำธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ

รวมถึงอบรมสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าภายใต้ภาวะนิยมและมาตรการทางการค้าต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าและการส่งออกของไทย

### 8. ผลักดันให้การซื้อขายคาร์บอนเครดิต เป็นประเด็นหนึ่งในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

คาร์บอนเครดิตถือเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ ปัจจุบันไทยมีการขายคาร์บอนเครดิตให้กับสวีตเซอร์แลนด์แล้วในลักษณะการขายแบบรัฐต่อรัฐ (G2G)

รับข้อมูล ข่าวสาร บทวิเคราะห์ ง่ายๆ แคสแกน QR Code

 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
 @TPSO.Tradeinsights  
 [www.tpsa.moc.go.th](http://www.tpsa.moc.go.th)



Facebook



LINE



Website