



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจ
และบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ 10 แห่ง

นำเสนอ
สภาองค์กรของผู้บริโภค
(Thailand Consumers Council)

จัดทำโดย
บริษัท ป่าสาละ จำกัด

พฤศจิกายน 2568

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	1
รายงานผลการดำเนินงาน (งวดที่ 3)	9
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ.....	11
1.2 วัตถุประสงค์.....	12
1.3 เป้าหมาย.....	12
1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน.....	12
1.5 รูปแบบการดำเนินงาน.....	15
1.6 แผนการดำเนินการ.....	16
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.1 นิยามการฟอกเขียว.....	17
2.2 การแบ่งกลุ่มพฤติกรรมการฟอกเขียว.....	19
2.2.1 พฤติกรรมฟอกเขียวในรายงานความยั่งยืน.....	19
2.2.2 บาป 7 ประการของการฟอกเขียว (Seven Sins of Greenwashing).....	21
2.2.3 เฉดสีเขียว 6 เฉด (Six shades of green).....	23
2.2.4 การพัฒนากรอบการประเมินพฤติกรรมการฟอกเขียว (Greenwashing Assessment Framework)	25
2.3 นโยบายกำกับดูแลพฤติกรรมฟอกเขียวในต่างประเทศ.....	27
2.3.1 สหรัฐอเมริกา.....	27
2.3.2 สหราชอาณาจักร.....	29
2.3.3 ออสเตรเลีย.....	30
2.3.4 สิงคโปร์.....	31
2.3.5 สหภาพยุโรป.....	32
2.4 นโยบายกำกับดูแลพฤติกรรมฟอกเขียวของประเทศไทย.....	34
2.4.1 การกำกับดูแลในประเด็นสิทธิของผู้บริโภค.....	34
2.4.2 การกำกับดูแลในประเด็นการลงทุน.....	36
2.5 พฤติกรรมการฟอกเขียวของบริษัทพลังงานในต่างประเทศ.....	39

2.5.1	The clean energy claims of BP, Chevron, ExxonMobil and Shell: A mismatch between discourse, actions and investments.....	39
2.5.2	Greenwashing on Google: How Google Profits by Cleaning Big Oil’s Reputation	40
2.5.3	Three Shades of Greenwashing – Greenpeace Netherlands (2022).....	41
2.5.4	The Dirty Dozen – Greenpeace EU.....	43
2.5.5	กลยุทธ์การฟอกเขียวของ 9 บริษัทพลังงาน ในสายตา ClientEarth.....	45
บทที่ 3	การสังเคราะห์พฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย.....	51
3.1	ระเบียบวิธีที่ใช้ในการประเมินพฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย..	51
3.2	ข้อค้นพบของการประเมินพฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย.....	54
3.2.1	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.....	54
3.2.2	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	61
3.2.3	บริษัท กัลฟ์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	69
3.2.4	บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	75
3.2.5	บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)	80
3.2.6	บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	86
3.2.7	บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)	95
3.2.8	บริษัท บี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)	103
3.2.9	บริษัท สตาร์ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)	108
3.2.10	บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)	115
3.3	สรุปประเด็นพฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย.....	122
3.3.1	คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วague เป่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ.....	122
3.3.2	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ.....	125
3.3.3	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ.....	126
3.3.4	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง.....	127

3.3.5	การผลักระบายไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร.....	129
3.3.6	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด.....	130
3.3.7	การใช้ฉลาก/มาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม และความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง.....	131
3.3.8	การสร้างวาทกรรมโจมตีพลังงานหมุนเวียน และสนับสนุนเชื้อเพลิงฟอสซิล.....	131
บทที่ 4	ผลการศึกษา และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	132
4.1	สรุปภาพรวมของการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย.....	132
4.2	ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุน และการคุ้มครองผู้บริโภค.....	133
	บรรณานุกรม.....	140

บทสรุปผู้บริหาร

วิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้น ได้ผลักดันให้เกิดความตระหนักรู้เรื่องความจำเป็นในการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดในวงกว้าง ภาคธุรกิจพลังงานจึงเผชิญแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

ท่ามกลางแรงกดดันดังกล่าว งานวิจัยในต่างประเทศหลายชิ้นได้ชี้ให้เห็นว่า บริษัทพลังงานจำนวนมากมีการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับการประกาศเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือกล่าวอ้างข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเพียงบางส่วนที่ไม่มีนัยสำคัญเพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจว่าบริษัทใส่ใจสิ่งแวดล้อมเกินกว่าความเป็นจริง ทั้งนี้ บริษัทยังลงทุนและขยายกำลังการผลิตในเชื้อเพลิงฟอสซิล หรือมีการใช้ภาพหรือสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความรักษ์โลกหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างที่กล่าวมาเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่เรียกว่า “การฟอกเขียว” (greenwashing) ซึ่งในบริบทของประเทศไทยที่ภาคพลังงานมีส่วนต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากกว่า 2 ใน 3 ของประเทศ การศึกษาพฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานรายใหญ่จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและการส่งเสริมความโปร่งใสในตลาดทุน

การศึกษานี้มุ่งเน้นการรวบรวม สังเคราะห์ และวิเคราะห์ลักษณะการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ด้วยข้อมูลที่เผยแพร่ต่อสาธารณะในช่วง มกราคม 2567 - เมษายน 2568 ครอบคลุมรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน เว็บไซต์บริษัท และสื่อสาธารณะ เพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมของการสื่อสารขององค์กรเหล่านี้

จากการทบทวนวรรณกรรมและสังเคราะห์ข้อมูล พบว่า การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางส่วนเป็นพฤติกรรมที่พบมากที่สุด โดยบริษัททุกแห่งมักนำเสนอข้อมูลเชิงบวก เช่น การลงทุนในพลังงานหมุนเวียนหรือกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) แต่กลับละเว้นการกล่าวถึงบทบาทหลักในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิงฟอสซิล รองลงมาคือ การตั้งเป้าหมายการเปลี่ยนผ่านพลังงานในรายงานของบริษัท โดยที่ไม่มีกลยุทธ์หรือแผนการเปลี่ยนผ่านที่ชัดเจน และไม่กล่าวถึงการลดสัดส่วนการผลิตที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งหลายบริษัทประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์หรือเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน โดยกล่าวถึงการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนแต่กลับไม่กล่าวว่าจะลดการลงทุนเพิ่มในเชื้อเพลิงฟอสซิลแต่อย่างใด อีกทั้ง ไม่มีแผนการดำเนินงาน เส้นทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือการจัดสรรงบประมาณที่สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าวอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ยังพบการใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง โดยบริษัทหลายแห่งอ้างเทคโนโลยีการดักจับ กักเก็บคาร์บอน และนำมาใช้ประโยชน์ (Carbon Capture, Utilization, and Storage: CCUS)¹, โครงการปลูกป่า หรือการซื้อขายคาร์บอนเครดิต² เป็นวิธีบรรลุเป้าหมายการลดคาร์บอน ทั้งที่ไม่ได้ระบุแนวทางการลดการปล่อยจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ และยังพบว่าบริษัททุกแห่งใช้การสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อที่อาจทำให้เข้าใจผิด ด้วยการโฆษณาชวนเชื่อ สีสัน หรือสัตว์ป่าในสื่อของตน ซึ่งอาจสร้างภาพลักษณ์ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ไม่สอดคล้องกับผลกระทบจริงจากธุรกิจ

คณะวิจัยยังค้นพบการดำเนินการที่เป็นการสร้างวาทกรรมเพื่อโจมตีพลังงานหมุนเวียนผ่านสื่อออนไลน์และเว็บไซต์ ซึ่งบริษัทบางแห่งเน้นย้ำข้อจำกัดด้านเสถียรภาพของพลังงานหมุนเวียน พร้อมทั้งสนับสนุนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อความมั่นคงทางพลังงาน การดำเนินการดังกล่าวเป็นการสร้างความชอบธรรมให้กับธุรกิจดั้งเดิมของธุรกิจที่พึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นหลัก และเบี่ยงเบนความเข้าใจต่อความสำคัญของการเปลี่ยนผ่านพลังงาน

การศึกษาชี้ให้เห็นว่า แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและกำกับดูแลตลาดทุน แต่ยังคงขาดแนวปฏิบัติเฉพาะสำหรับการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานสากลในสหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และสหภาพยุโรปที่กำหนดให้คำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับ ช่องว่างนี้ทำให้บริษัทสามารถดำเนินการปกปิดได้โดยไม่มีมาตรการควบคุมที่เพียงพอ

คณะวิจัยนำข้อค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์ข้อมูลมาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคจากพฤติกรรมปกปิดเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานในไทยมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ดังนี้

1) การปรับปรุงมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล

สำหรับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) คณะวิจัยเสนอให้ทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลที่ครอบคลุมในส่วนของการประกาศเป้าหมาย Net Zero จำเป็นต้องเปิดเผยแผนการเปลี่ยนผ่าน (Transition Plan) พร้อมเป้าหมายระยะสั้น กลาง และยาว รวมถึงการเปิดเผยค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Capital Expenditure: CAPEX)³ ระหว่างพลังงานฟอสซิล และพลังงาน

¹ เทคโนโลยีดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิง โดยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ดักจับได้จะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น ใช้เป็นสารกันเสียในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม น้ำอัดลม ใช้ในการผลิตน้ำแข็งแห้ง หรือ ใช้เป็นสารตั้งต้นในการผลิตสารเคมี เป็นต้น (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2568)

² ใบรับรองคาร์บอนเครดิต คือ ใบรับรองว่าองค์กรใดมีโครงการลดหรือกักเก็บก๊าซเรือนกระจก โดยการลดหรือกักเก็บก๊าซ 1 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าจะได้รับใบรับรอง 1 ใบ โดยผู้ที่ซื้อใบรับรองสามารถนำไปรับรองไปชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรตนได้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน

³ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อสินทรัพย์เพื่อใช้ในการดำเนินงานของบริษัท โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ใหม่ ค่าใช้จ่ายเพื่อบำรุงรักษาสินทรัพย์เก่าให้ใช้งานได้ และค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ใหม่เพื่อทดแทนสินทรัพย์เก่า (อดิศรา, 2565)

หมุนเวียน ควบคู่กับการกำหนดมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลการชดเชยคาร์บอนอย่างโปร่งใส และกำหนดให้ข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต้องได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายนอกเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

2) การเสริมสร้างการคุ้มครองผู้บริโภค

สำหรับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) คณะวิจัยแนะนำให้มีการศึกษาและกำหนดแนวปฏิบัติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมการกล่าวอ้างประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการใช้ถ้อยคำคลุมเครือ เช่น “พลังงานสะอาด” หรือ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” หากไม่มีหลักฐานรองรับ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนากระบวนการตรวจสอบก่อนเผยแพร่ (pre-verification) สำหรับคำกล่าวอ้างเสี่ยงสูง

3) การเสริมบทบาทของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังและส่งเสริมความโปร่งใสด้านสิ่งแวดล้อมของภาคพลังงาน

คณะวิจัยเสนอให้สภาองค์กรของผู้บริโภคพัฒนาเป็นกลไกภาคประชาชนในการตรวจสอบและป้องกันการฟอกเขียว ผ่านการผลักดันให้มีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงกฎหมาย เช่น ยื่นข้อเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มนิยาม “การฟอกเขียว” ใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และการออกแนวทางเฉพาะสำหรับคำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคและภาคประชาชนในการตรวจสอบและสื่อสารสาธารณะ ผ่านการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น การสร้างเครือข่ายผู้บริโภคพลังงานสะอาด และการประสานงานกับภาควิชาการและสื่อมวลชนเพื่อสร้างความรู้เท่าทันและเป็นแรงกดดันทางสังคมให้ภาคธุรกิจสื่อสารอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมฟอกเขียวรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่งที่ใหญ่ที่สุดในไทย

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
กฟผ.	- ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด โดยไม่ได้ประกาศว่าจะลดหรือเลิกการก่อสร้างโรงไฟฟ้าฟอสซิลใหม่	ไม่พบข้อมูล	- อ้างถึงการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนเพื่อบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน ซึ่งไม่ได้สัดส่วนกันกับการใช้พลังงานฟอสซิลของ กฟผ. - กล่าวอ้างว่าไฟฟ้าพลังน้ำเป็นพลังงานสีเขียว ซึ่งเป็นการละเลยต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสังคมจากเขื่อน - การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโรงไฟฟ้าพลังงาน	- กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการของเสีย หรือการจัดการมลสารทางอากาศ เป็นต้น แต่เป็นแนวปฏิบัติที่ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดอยู่แล้ว	ไม่พบข้อมูล	- ระบุถึงการชดเชยคาร์บอนจากการปลูกป่า และเทคโนโลยี CCUS เพื่อบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน โดยไม่ได้ให้คำมั่นว่าจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิงฟอสซิลด้วย	ไม่พบข้อมูล	- ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
			ฟอสซิลเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียว					
ปตท.	- ระบุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- สร้างวาทกรรมเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - นำเสนอโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ไม่มีความสำคัญ	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- ระบุถึงการชดเชยคาร์บอนและเทคโนโลยี CCUS เพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่ได้ให้คำมั่นว่าจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิง-ฟอสซิลด้วย	- รมรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	- ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่างๆ ขององค์กร
กัลฟ์	- ระบุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- นำเสนอผลกระทบต่อเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีความสำคัญ โดยไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน - นำเสนอเฉพาะผลกระทบต่อด้านบวกของโครงการ	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่างๆ ขององค์กร

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
			<p>โรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติหรือเพื่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างวาทกรรมเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 					
ราช กรุ๊ป	<ul style="list-style-type: none"> - ระบุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนโดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน 	ไม่พบข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด โดยไม่ได้ประกาศว่าจะลดหรือเลิกการก่อสร้างโรงไฟฟ้าฟอสซิลใหม่ - นำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีนัยสำคัญ และไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักขององค์กร 	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่างๆ ขององค์กร

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
เอ็กโก	- ระบุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- นำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีนัยสำคัญ และไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักขององค์กร	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร
บางจาก	- ระบุเป้าหมาย Net Zero และความเป็นกลางทางคาร์บอน โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดโดยไม่ประกาศว่าจะลดหรือปรับปรุงแผนการกลั่นและผลิตน้ำมัน - นำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีนัยสำคัญ และไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- ระบุถึงการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี CCUS เพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่ได้ให้คำมั่นว่าจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิงฟอสซิลด้วย - มีการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่า โดยไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน	- รณรงค์ให้ประชาชนปรับพฤติกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	- ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
			- นำเสนอการได้รับรางวัล CSR ในขณะที่ธุรกิจหลักของบริษัทยังเป็นเชื้อเพลิง-ฟอสซิล			- ระบุถึงการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนซื้อขายคาร์บอนเครดิตและใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (REC)		
บ้านปู	- ระบุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่ได้เปิดเผยเส้นทางการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวพร้อมกรอบระยะเวลาในแต่ละขั้นที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- นำเสนอข้อมูลการลงทุนในพลังงานสะอาดเพิ่มเติมไม่มีแผนยุติการใช้พลังงาน-ฟอสซิลที่ชัดเจน - นำเสนอโครงการลดการใช้พลังงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแต่ไม่มีแผนยุติการใช้พลังงาน-ฟอสซิล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- ระบุถึงการใช้เทคโนโลยี CCUS เพื่อบรรลุ Net Zero โดยไม่ได้ให้คำมั่นว่าจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิงฟอสซิลด้วย	- สื่อสารถึงบทบาทของชุมชนในการลดคาร์บอนในกิจกรรม CSR ของบริษัท	- อ้างถึงเทคโนโลยีถ่านหินสะอาดโดยไม่อธิบายถึงผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมของโรงไฟฟ้าถ่านหินที่ยังมีอยู่ด้วย - ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
บี.กริม	- ระบุการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- นำเสนอข้อมูลการลงทุนในพลังงานสะอาดเพิ่มเติมไม่มีแผนยุติการใช้พลังงานฟอสซิลที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- ใช้คำศัพท์เทคนิคเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่างๆ ขององค์กร
สตาร์ บิโตรเลียม	- ระบุเป้า Net Zero โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- นำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีความสำคัญและไม่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการหลักขององค์กร - นำเสนอข้อมูลการลงทุนในพลังงานสะอาดเพิ่มเติมไม่มีแผน	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- รมรงค์ให้ประชาชนปรับพฤติกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - รมรงค์ให้องค์กรที่ไม่ใช่ผู้รับผิดชอบโดยตรงมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	- ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในช่องทางต่างๆ ขององค์กร

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
			ยุติการใช้พลังงาน-ฟอสซิลที่ชัดเจน					
ซีเค พาวเวอร์	- ระบุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน	ไม่พบข้อมูล	- นำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีความสำคัญ	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล	- กล่าวอ้างเกินจริงว่าการสนับสนุนการขายใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (REC) ของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะยาว	ไม่พบข้อมูล	- มีการรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทในข่าวประชาสัมพันธ์เป็นค่าความเข้มข้น - กล่าวอ้างว่าบริษัทผลิตไฟฟ้าสะอาด ซึ่งเป็นการละเลยต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของเขื่อนที่เป็นแหล่งพลังงานหลักของบริษัท - ใช้รูปภาพเกินจริงเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรต่อ

รายชื่อบริษัท	การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม	การอ้างความเชี่ยวชาญในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง	การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด
								สิ่งแวดล้อมในช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร

ที่มา: รวบรวมและสรุปผลโดยคณะวิจัย

รายงานผลการดำเนินงาน (งวดที่ 3)

โครงการศึกษาการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ 10 แห่ง

บริษัท ป่าสาละ จำกัด (“ป่าสาละ”, “คณะวิจัย”) ได้รับการว่าจ้างจากสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อจัดทำโครงการศึกษาการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ 10 แห่ง ระยะเวลาโครงการ 180 วัน โดยมีรายละเอียดตามใบสั่งจ้าง เลขที่ TCC.(จ) 030/2568 ลงวันที่ 26 พฤษภาคม 2568

คณะวิจัยได้ดำเนินโครงการแล้วเสร็จตามขอบเขตงานที่กำหนด และได้จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วยบทสรุปผู้บริหาร และผลการศึกษา โดยจัดทำเป็นรายงานรูปเล่มจำนวน 1 เล่ม และเป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (word และ pdf) บรรจุลงในอุปกรณ์บันทึกข้อมูลดิจิทัล จำนวน 1 ชุด ให้กับสภาองค์กรของผู้บริโภคเรียบร้อยแล้ว

การศึกษาเผยให้เห็นรูปแบบฟอกเขียวหลักของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย 10 แห่ง ได้แก่ (1) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะด้านบวก ละเว้นข้อมูลด้านลบที่มาจากกการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิล (2) การตั้งเป้าหมาย Net Zero โดยไม่มีกลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน หรืองบลงทุนที่สอดคล้อง (3) การพึ่งพาเทคโนโลยี CCUS หรือคาร์บอนเครดิตแทนการลดการปล่อยจากกิจกรรมหลัก (4) การใช้ภาพสัญลักษณ์สีเขียวเพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกที่อาจทำให้เข้าใจผิด รวมถึงการสร้างวาทกรรมลดความน่าเชื่อถือของพลังงานหมุนเวียนเพื่อคงความชอบธรรมของฟอสซิล

ขณะเดียวกัน กฎหมายไทยยังไม่มีแนวปฏิบัติเฉพาะเกี่ยวกับการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม โดยขาดกลไกควบคุมเมื่อเทียบกับมาตรฐานสากลที่กำหนดให้ต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับ เปิดช่องให้บริษัทมีพฤติกรรมฟอกเขียวได้ จึงจำเป็นต้องมีข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคและการกำกับดูแลในอนาคต

คณะวิจัยเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณา (1) ก.ล.ต. ยกกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม (2) สคบ. เสริมสร้างการคุ้มครองผู้บริโภคจากคำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม (3) สภาองค์กรของผู้บริโภคเพิ่มบทบาทในการเฝ้าระวังและผลักดันมาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันและลดพฤติกรรมฟอกเขียวในภาคพลังงานของไทย

คณะวิจัยไม่พบปัญหาอุปสรรคในระหว่างการทำงานที่ผ่านมา และสามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดไว้ เนื่องจากการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นการสืบค้นข้อมูลจากเอกสาร เว็บไซต์ ซึ่งไม่ต้องติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกมากนัก นอกจากนี้ ในระหว่างการทำงาน คณะวิจัยและสภาองค์กรของผู้บริโภคมีการประชุมติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง รวมถึงสามารถติดต่อประสานกับผู้รับผิดชอบโครงการได้โดยตรงและใกล้ชิด ทำให้สามารถปรับปรุงการดำเนินงานหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งคณะวิจัยได้นำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากที่ประชุมคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ มาใช้ปรับปรุงเนื้อหาในงานวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และทำให้งานวิจัยมีเนื้อหาที่ครบถ้วน รอบด้านมากขึ้น

คณะวิจัยเห็นว่า การติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิด และการประชุมติดตามความคืบหน้ารายเดือน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น อย่างไรก็ตาม ในอนาคตหากมีโครงการที่ต้องติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น การติดต่อขอสัมภาษณ์ ซึ่งอาจไม่สามารถดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดได้ทั้งหมด และต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนระหว่างการทำงาน คณะวิจัยเสนอว่า สภากง์กรของผู้บริโภค ควรติดตามการดำเนินงานร่วมกับผู้รับจ้างอย่างใกล้ชิด รวมถึงการให้คำปรึกษาแนะนำ เพื่อให้ผู้รับจ้างสามารถปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้

บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ

1.1 ความเป็นมา

สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) เกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 และเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 46 มีฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นผู้แทนผู้บริโภค มีอำนาจในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในทุกด้าน เสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

เป็นที่ทราบกันว่า โลกกำลังเผชิญปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น จนสภาวะโลกร้อน (global warming) เปลี่ยนเป็นสภาวะโลกเดือด (global boiling) จนภาคอุตสาหกรรมจำเป็นต้องเปลี่ยนผ่านการดำเนินธุรกิจอย่างเร่งด่วนเพื่อลดผลกระทบ ทั้งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรเทาภาวะโลกเดือด (carbon mitigation) และการปรับตัวรับมือต่อภาวะโลกเดือด (climate adaptation) จากอุตสาหกรรมทั้งหลายนั้น ภาคพลังงานมีส่วนต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 2 ใน 3 ของประเทศไทย จึงเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องแสดงความรับผิดชอบในการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดอย่างเร่งด่วน ทั้งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจัง การเร่งการลงทุนในพลังงานสะอาด และการประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (net zero goal) ขององค์กรที่สอดคล้องกับข้อตกลงปารีส

จากการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศหลายชิ้น พบว่า บริษัทผู้ผลิตพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลหลายแห่งประกาศเป้าหมายที่จะบรรลุ Net Zero ภายในปี พ.ศ. 2593 และแผนการดำเนินการสู่เป้าหมายดังกล่าว แต่กลับไม่มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงในระดับบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยชิ้นหนึ่งในปี พ.ศ. 2565 พบว่า บริษัท BP และ Shell ให้คำมั่นว่าจะลดการลงทุนขุดเจาะเชื้อเพลิงฟอสซิล แต่กลับเพิ่มพื้นที่ขุดเจาะน้ำมันแห่งใหม่แทน (รพีพัฒน์, 2565)

ด้วยเหตุนี้ การรวบรวม สังเคราะห์ วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลต่อสาธารณะที่ชัดเจนว่า ธุรกิจพลังงานได้ดำเนินการ “ฟอกเขียว (greenwashing)” (การกล่าวอ้างเพื่อสร้างภาพลักษณ์ว่ามีการดำเนินงานในทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม) อย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับความเร่งด่วนของภาวะโลกเดือด จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการรณรงค์เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนักรู้และตื่นตัว อันจะเป็นก้าวสำคัญสู่การขับเคลื่อนนโยบาย กฎ ระเบียบ และ/หรือการฟ้องร้องที่จะสามารถรับมือหรือต่อต้านการฟอกเขียวในอุตสาหกรรมพลังงานได้อย่างเป็นระบบต่อไป

ดังนั้น เพื่อการขับเคลื่อนและผลักดันงานนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามอำนาจในมาตรา 14 (1) (2) (5) และ (8) แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ฝ่ายนโยบายและนวัตกรรมจึงได้จัดทำโครงการศึกษาการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ 10 แห่ง ขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อรวบรวม สังเคราะห์ วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการ “ฟอกเขียว” ของรัฐวิสาหกิจ และบริษัทพลังงาน 10 แห่ง ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อประกอบการจัดทำข้อเสนอนโยบายการส่งเสริมวิถีชีวิตแบบยั่งยืน (sustainable living) ของคณะกรรมการด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม สภาองค์กรของผู้บริโภค

1.3 เป้าหมาย

เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เป็นระบบเกี่ยวกับลักษณะของการฟอกเขียวในรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ของประเทศไทย ซึ่งจะเป็พื้นฐานในการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และส่งเสริมวิถีชีวิตที่ยั่งยืนในระยะยาว

1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน

คณะวิจัยจะรวบรวมข้อมูลของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่ง ที่ใหญ่ที่สุดในไทย ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะในช่วงเดือนมกราคม 2567 - เดือนเมษายน 2568 (16 เดือน) อาทิ ข่าว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน ข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น เพื่อสังเคราะห์ วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเนื้อหาที่ปรากฏของบริษัทเหล่านี้ว่า สุ่มเสี่ยงหรือเข้าข่ายเป็นการฟอกเขียวหรือไม่

ทั้งนี้ คณะวิจัยคัดเลือกรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่ง ที่ใหญ่ที่สุดในไทย โดยพิจารณาจากรัฐวิสาหกิจที่มีบทบาทสูงสุดในระบบการจัดการพลังงานของประเทศ และบริษัทพลังงานที่มีมูลค่าตลาด (market capitalization) สูงสุดในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ณ วันที่ 28 เมษายน 2568 โดยจากเกณฑ์ดังกล่าว องค์กรและบริษัทที่ใหญ่ที่สุด 10 แห่ง มีรายนามดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 รัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่งที่ใหญ่ที่สุดในไทย
(พิจารณาจากมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด)

ลำดับ	บริษัท	ตัวย่อ	เกี่ยวกับ	ประเภท	มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (ล้านบาท)	หมายเหตุ
1	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	EGAT	รัฐวิสาหกิจด้านกิจการพลังงานภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพลังงาน และกระทรวงการคลัง ดำเนินธุรกิจหลักในการผลิต จัดให้ได้มา และจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้แก่การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ผู้ใช้ไฟฟ้าตามกฎหมายกำหนดและประเทศใกล้เคียง	Utility	-	รัฐวิสาหกิจ

ลำดับ	บริษัท	ตัวย่อ	เกี่ยวกับ	ประเภท	มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (ล้านบาท)	หมายเหตุ
			พร้อมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกิจการไฟฟ้าภายใต้กรอบพระราชบัญญัติ กฟผ.			
2	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	PTT	ปตท. ดำเนินการเอง ได้แก่ ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศธุรกิจใหม่ และความยั่งยืน และธุรกิจที่ลงทุนผ่านบริษัทย่อย และ/หรือกิจการที่ดำเนินงานร่วมกัน การร่วมค้าและบริษัทร่วม (กลุ่มบริษัท) ได้แก่ ธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ธุรกิจก๊าซธรรมชาติเหลว ธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่น ธุรกิจน้ำมันและค่าปลีก ธุรกิจไฟฟ้าและสาธารณูปการ และธุรกิจให้บริการ	Resources/ Utility	871,171.39	
3	บริษัท กัลฟ์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	GULF	ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company) โดยมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ คือ พลังงาน โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค และดิจิทัล	Utility	679,762.61	
4	บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	RATCH	ลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่น โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทพัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าที่ใช้เชื้อเพลิงหลักประเภทต่าง ๆ โครงการพลังงานทดแทน ตลอดจนธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการผลิตไฟฟ้าและธุรกิจพลังงานด้านอื่น ๆ	Utility	57,093.75	
5	บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)	EGCO	ประกอบธุรกิจด้านการลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทต่าง ๆ ที่ประกอบธุรกิจ 1) ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าทั้งในฐานะรายใหญ่ (IPP-Independent Power Producer) และรายเล็ก (SPP-Small Power Producer) 2) ธุรกิจการให้บริการด้านเทคนิคการจัดการแก๊สโรงไฟฟ้าและโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ	Utility	53,962.66	
6	บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	BCP	ประกอบธุรกิจโรงกลั่นน้ำมันและการค้าน้ำมัน และธุรกิจการตลาด รวมถึงลงทุนในธุรกิจพลังงานไฟฟ้าสีเขียว ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภาพ ธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติและ พัฒนาธุรกิจใหม่	Resources	48,880.77	

ลำดับ	บริษัท	ตัวย่อ	เกี่ยวกับ	ประเภท	มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (ล้านบาท)	หมายเหตุ
7	บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)	BANPU	บริษัทพลังงานแบบครบวงจร ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจแหล่งพลังงาน (ถ่านหินและก๊าซธรรมชาติ รวมถึงงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจัดหาเชื้อเพลิงและสายส่ง) กลุ่มธุรกิจผลิตพลังงาน (โรงไฟฟ้าจากพลังงานเชื้อเพลิงทั่วไป และจากพลังงานหมุนเวียน) และกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีพลังงาน (ระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบครบวงจร ระบบจัดเก็บพลังงาน และระบบการจัดการเทคโนโลยีพลังงาน)	Resources/ Utility	42,480.15	
8	บริษัท บี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)	BGRIM	ถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักด้านการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ไอ้ น้ำ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ	Utility	29,197.28	
9	บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)	SPRC	โรงกลั่นน้ำมันของบริษัทผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ได้แก่ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วเกรดพิเศษและเกรดธรรมดา น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว น้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยาน และน้ำมันเตา รวมทั้งผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีซึ่งใช้เป็นผลิตภัณฑ์ตั้งต้นในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี	Resources	22,329.90	
10	บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)	CKP	ดำเนินธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company) ที่ประกอบธุรกิจที่ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า โดยมีบริษัท ไฟฟ้า น้ำร้อน 2 จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังน้ำเป็นบริษัทแกน	Utility	22,274.51	

ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้อมูล ณ วันที่ 28 เมษายน 2568)

หมายเหตุ : คณะวิจัยจะพิจารณาเฉพาะบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนกลุ่มบริษัทในเครือ ปตท. เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงสุดของกลุ่ม สำหรับบริษัทจดทะเบียนอื่น ๆ ที่อยู่ในเครือ ปตท. ได้แก่ บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) บริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) จะไม่นำมาพิจารณาในงานวิจัยนี้เป็นกรณีต่างหาก เนื่องจากบริษัทเหล่านี้จำเป็นต้องดำเนินตามนโยบายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในฐานะบริษัทแม่อยู่แล้ว

1.5 รูปแบบการดำเนินงาน

คณะวิจัยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟอกเขียวของบริษัทพลังงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เข้าใจนิยามและรูปแบบของกิจกรรมที่สุ่มเสี่ยงหรือเข้าข่ายเป็นการฟอกเขียวของบริษัทพลังงาน

โดยพิจารณาข้อมูลของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่งที่ใหญ่ที่สุดในไทย ที่ได้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณะ เช่น รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน ข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น รวมถึงข้อมูลจากฐานข้อมูลของบริษัทผู้ให้บริการฐานข้อมูลสื่อ Infoquest เพื่อรวบรวมข้อมูลข่าว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อในช่วงเดือนมกราคม 2567 – เดือนเมษายน 2568 (16 เดือน) เพื่อสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาที่ปรากฏของบริษัทเหล่านี้ว่าเข้าข่ายการฟอกเขียวหรือไม่

คณะวิจัยจะจัดประชุมร่วมกับฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม เพื่อติดตามผลการดำเนินงานร่วมกันอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน

1.6 แผนการดำเนินการ

ภายในระยะเวลา 180 วัน โดยมีแผนดำเนินการ ดังนี้

กิจกรรม	มิ.ย. 68				ก.ค. 68				ส.ค. 68				ก.ย. 68				ต.ค. 68				พ.ย. 68			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
จัดทำแผนเตรียมความพร้อมของการดำเนินงาน																								
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพอกเขียวของบริษัทพลังงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ																								
รวบรวมข้อมูลของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่งที่ใหญ่ที่สุดในไทย																								
สังเคราะห์ วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการพอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน																								
ร่างรายงานผลการศึกษา																								
ปรับปรุงรายงาน																								
รายงานฉบับสมบูรณ์																								

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 นิยามการฟอกเขียว

เพื่อให้เข้าใจแนวคิดและลักษณะของ “การฟอกเขียว” (greenwashing) อย่างเป็นระบบ คณะวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟอกเขียวจากงานวิชาการและแหล่งข้อมูลขององค์กรระหว่างประเทศ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คำว่า “การฟอกเขียว” ถูกกล่าวถึงครั้งแรกโดยนักกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม Jay Westerveld ในปี ค.ศ. 1986 จากการสังเกตนโยบายของโรงแรมที่ส่งเสริมให้แขกผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ โดยอ้างว่าเป็นการประหยัดน้ำเพื่อสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมอื่นใดรองรับอย่างแท้จริง (Watson, 2016) พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียวขององค์กรโดยเจตนา ทั้งที่ไม่ได้มีการดำเนินการที่แท้จริงเพื่อความยั่งยืน แนวคิดนี้ได้ถูกนำไปขยายผลต่อในเชิงวิชาการ จนกลายเป็นประเด็นสำคัญในวงวิจัย และนโยบาย โดยเฉพาะในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ การเงิน และพลังงาน

นิยามของการฟอกเขียวมีจุดร่วมสำคัญ คือ การสื่อสารหรือแสดงออกขององค์กรที่นำไปสู่ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความมุ่งมั่นหรือผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมขององค์กร (Lyon & Montgomery, 2015) การฟอกเขียวมักเกิดขึ้นผ่านการเผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือน (disinformation) หรือข้อมูลที่คลุมเครือและไม่สามารถตรวจสอบได้ (vague and unverified claims) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าความเป็นจริง นอกจากนี้ มีการระบุว่า การฟอกเขียวเป็นพฤติกรรมเชิงกลยุทธ์ เช่น การลงทุนในการสื่อสารภาพลักษณ์มากกว่าการดำเนินการจริง (Delmas & Burbano, 2011) ขณะที่งานวิจัยบางส่วนมองว่าการฟอกเขียวเป็นเครื่องมือเบี่ยงเบนความสนใจจากผลกระทบเชิงลบหรือพฤติกรรมที่ไม่ยั่งยืนขององค์กร (Seele & Gatti, 2017)

การฟอกเขียวเกิดขึ้นในหลายลักษณะ เช่น การใช้คำที่สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีหลักฐานรองรับ เช่น “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (eco-friendly), “คาร์บอนต่ำ” (low carbon), หรือ “รักษ์โลก” (green) หรือ “การเลือกเปิดเผยเฉพาะข้อมูลเชิงบวก” (selective disclosure) การใช้ภาพสัญลักษณ์ หรือฉลากที่ให้ความรู้สึกรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์หรือองค์กรนั้นมีความยั่งยืน ทั้งที่ขาดมาตรฐานหรือข้อพิสูจน์เชิงวิทยาศาสตร์ที่ตรวจสอบได้ (TerraChoice, 2010; Watson, 2016)

ในเชิงโครงสร้างการจำแนกประเภทของการฟอกเขียวอาจแบ่งออกเป็นสองระดับหลัก ได้แก่ การฟอกเขียวในระดับผลิตภัณฑ์หรือบริการ (product-level greenwashing) และการฟอกเขียวในระดับองค์กร (firm-level greenwashing) (Delmas & Burbano, 2011) การฟอกเขียวในระดับผลิตภัณฑ์มักเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาหรือฉลากที่ชวนให้เข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ในระดับองค์กรมักเป็นการสื่อสารภาพรวมของบริษัท เช่น การประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and

Governance: ESG) โดยที่กิจกรรมหลักขององค์กรยังคงไม่เปลี่ยนแปลง หรือไม่มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ดังกล่าว (Nemes, et al., 2022) ทั้งนี้ แม้องค์กรจะไม่ได้มีเจตนาโดยตรงในการหลีกเลี่ยงแต่การสื่อสารที่ไม่ครบถ้วน หรือไม่สะท้อนข้อเท็จจริงทั้งหมดก็อาจส่งผลให้ผู้บริโภค นักลงทุน หรือสาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดได้เช่นกัน (Seele & Gatti, 2017)

ในบริบทของประเทศไทยแนวคิดเรื่องการปกปิดเขียวได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นทั้งในแวดวงวิชาการและการกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะเมื่อประเด็นด้าน ESG กลายเป็นแนวโน้มสำคัญของภาคธุรกิจและตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) นิยามพฤติกรรมการปกปิดเขียวว่าเป็น “การให้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่เกินจริงหรือไม่โปร่งใส” ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล ESG และบั่นทอนความไว้วางใจของนักลงทุนในการประเมินความยั่งยืนของกิจการ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ในขณะที่ภาคประชาสังคม เช่น กรีนพีซ ประเทศไทย นิยามการปกปิดเขียวเป็นกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ในการเบี่ยงเบนความสนใจจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่แท้จริง โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์แทนการปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้าง และยังเป็นอุปสรรคต่อการผลักดันเป้าหมายด้านความเป็นธรรมทางสิ่งแวดล้อม (กรีนพีซ ประเทศไทย, 2565)

กรณีศึกษาหลายชิ้นในต่างประเทศสะท้อนให้เห็นลักษณะของการปกปิดเขียวในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะในภาคพลังงาน ซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมสูงที่สุด บริษัทพลังงานรายใหญ่มักใช้คำ เช่น “การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์” (Net Zero), “คาร์บอนต่ำ” (low carbon), หรือ “การเปลี่ยนผ่านพลังงาน” (energy transition) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะที่ยังคงมีสัดส่วนการลงทุนหลักในเชื้อเพลิงฟอสซิล และมีการดำเนินการด้านพลังงานสะอาดในระดับต่ำ (Cotter, 2023) อีกทั้งยังมีกรณีที่บริษัทบางแห่งตั้งเป้าหมายลดการปล่อยคาร์บอนโดยวัดจาก “ความเข้มข้นของคาร์บอน” (carbon intensity) แทนที่จะเป็นการลดการปล่อยจริงในเชิงปริมาณ (absolute emissions) หรือใช้กลไกการชดเชย (offsets) โดยไม่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดคาร์บอนโดยตรง (Lyon & Montgomery, 2015; Cotter, 2023) ลักษณะเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของการทำความเข้าใจนิยามและพฤติกรรมการปกปิดเขียวอย่างรอบด้าน เพื่อสนับสนุนการออกแบบมาตรการกำกับดูแล การสื่อสาร และการประเมินด้านความยั่งยืนที่โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้

งานวิจัยในประเทศไทยเริ่มมีการศึกษาและตั้งข้อสังเกตต่อพฤติกรรมการปกปิดเขียวของภาคธุรกิจงานวิจัย เรื่อง “การปกปิดเขียวด้วยการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย” โดย วันสนันท์ กันทะวงศ์ (2565) กล่าวว่า การใช้กลไกคาร์บอนเครดิต (carbon credit) โดยไม่มีการลดการปล่อยจริงในเชิงโครงสร้างอาจเข้าข่ายพฤติกรรมการปกปิดเขียว สะท้อนจากการใช้เครื่องมือทางการเงินด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก โดยปราศจากนัยสำคัญต่อการลดก๊าซเรือนกระจกที่แท้จริง ทั้งนี้ ยังชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดของระบบกำกับดูแลในประเทศไทย ซึ่งอาจยังไม่เพียงพอในการควบคุมหรือคัดกรองข้อมูลด้านความยั่งยืนที่ถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดหรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (วันสนันท์, 2565)

2.2 การแบ่งกลุ่มพฤติกรรมกรรมการฟอกเขียว

2.2.1 พฤติกรรมฟอกเขียวในรายงานความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืนเป็นเอกสารที่มีบทบาทสำคัญในการสะท้อนแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยเป็นการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ ซึ่งส่วนใหญ่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การพัฒนาอย่างยั่งยืน การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น (Krantz & Jonker, 2023)

การจัดทำรายงานความยั่งยืนเริ่มขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1970–1990 ท่ามกลางกระแสความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม โดยในระยะแรกยังคงเป็นมาตรการสมัครใจ ต่อมาในปี ค.ศ. 1997 องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI) ได้จัดทำมาตรฐานการรายงานด้านความยั่งยืน เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถวัดและเปิดเผยผลการดำเนินงานด้าน ESG ได้อย่างเป็นระบบ และทำให้ภาคธุรกิจทั่วโลกให้ความสำคัญกับการจัดทำและเผยแพร่รายงานความยั่งยืนมากขึ้น (Climate Impact Partners, 2024)

อย่างไรก็ตาม องค์กรหรือบริษัทบางแห่งอาจใช้รายงานความยั่งยืนเป็นเครื่องมือเพื่อปิดเบือน หรือ “ฟอกเขียว” ประเด็นด้านความยั่งยืนหรือสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาภาพลักษณ์และผลประโยชน์ทางธุรกิจ ทั้งนี้ ศาสตราจารย์ Fontrodona และ Martinez (2025) ได้สรุปลักษณะของพฤติกรรมกรรมการฟอกเขียวที่พบบ่อยในรายงานความยั่งยืนไว้ 8 ลักษณะ ดังนี้ (IESE, 2025)

(1) **การประกาศคำมั่นด้านความยั่งยืนที่เลื่อนลอย:** บริษัทมักให้คำมั่นด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ ขาดการระบุเป้าหมายหรือแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ส่งผลให้ไม่สามารถวัดผลหรือประเมินความก้าวหน้าของนโยบายได้อย่างเป็นรูปธรรม

(2) **การตีความทางสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถตรวจสอบได้:** บริษัทอาจตีความผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมของตนด้วยคำที่แสดงถึงการให้ความสำคัญกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น “ความยั่งยืน” “การปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์” หรือ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยไม่เปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถตรวจสอบหรือประเมินความเป็นไปได้ของเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างโปร่งใสและเข้าถึงได้ง่าย

(3) **การเน้นเฉพาะการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี:** บริษัทส่วนใหญ่นำเสนอกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานทางเลือก การเลือกวัตถุดิบที่ยั่งยืน เป็นต้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืน ขณะเดียวกันก็ละเว้นการกล่าวถึงกิจกรรมหลักที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสูง เช่น การพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิต

(4) **การอ้างมาตรฐานการรับรองด้านความยั่งยืนที่ไม่เข้มงวด:** บริษัทมักอ้างว่าได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติพบว่ามาตรฐานการรับรองบางประเภทมีความเข้มงวดต่ำ และไม่สอดคล้องกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทในบางอุตสาหกรรม

(5) การพึ่งพาการชดเชยคาร์บอนมากเกินไป: บริษัทมักพึ่งพากลยุทธ์ความเป็นกลางทางคาร์บอน (carbon neutrality) ผ่านการชดเชยคาร์บอน (carbon offsetting) แทนการปรับปรุงนโยบาย หรือกระบวนการดำเนินงานภายในเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตั้งแต่ต้นทาง

(6) การเบี่ยงเบนผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมด้วยโครงการการกุศล: บริษัทมักเบี่ยงเบนความสนใจจากผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของกิจกรรมหลักด้วยการประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการปลูกป่า หรือการสนับสนุนการวิจัยด้านพลังงานสะอาด เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืน แม้มาตรการเหล่านั้นจะไม่มีผลเชื่อมโยงโดยตรงกับการลดผลกระทบจากกิจกรรมหลักของบริษัทก็ตาม

(7) การจัดตั้งคณะกรรมการด้านความยั่งยืนที่ไร้อำนาจ: บริษัทอาจแต่งตั้งคณะกรรมการด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืนในระดับนโยบาย อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการดังกล่าวอาจไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ หรือขาดทรัพยากรที่เพียงพอในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบภายในองค์กร ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้จริง

(8) การผลักภาระผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมออกไปภายนอก: บริษัทอาจเลือกใช้กลยุทธ์การจัดซื้อจัดจ้างภายนอก หรือย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีมาตรฐานการควบคุมด้านสิ่งแวดล้อมต่ำ สำหรับกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนที่ดีขึ้นสำหรับกระบวนการผลิตภายในบริษัท

Zero Carbon Analytics (2024) วิเคราะห์พฤติกรรมฟอกเขียวที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืน เพื่อให้ผู้สนใจใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการประเมินว่ารายงานของบริษัทมีแนวโน้มเข้าข่ายการบิดเบือนข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม หรือมี “พฤติกรรมฟอกเขียว” หรือไม่ (Zero Carbon Analytics, 2024) สามารถสรุปได้ดังนี้

(1) การประกาศนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

บริษัทส่วนใหญ่มักประกาศนโยบายและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำได้ง่าย ครอบคลุมการดำเนินงานบางส่วน และขาดตัวชี้วัดที่ชัดเจน ทำให้ยากต่อการประเมินประสิทธิผลอย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างเช่น การรายงานการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทมักรายงานและตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ซึ่งสามารถคำนวณและควบคุมได้ง่าย เนื่องจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมภายในองค์กร ขณะที่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ซึ่งเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท มักถูกละเลยหรือรายงานเพียงบางส่วน อย่างไรก็ตาม การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 มีสัดส่วนเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 90 ของการปล่อยทั้งหมดขององค์กรในหลายอุตสาหกรรม อาทิ อุตสาหกรรมน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ มีสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 สูงถึงร้อยละ 89 และอุตสาหกรรมถ่านหิน มีสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ร้อยละ 65 ดังนั้นการประเมินความน่าเชื่อถือของรายงานด้านความยั่งยืนจึงควรพิจารณาว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลและตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 อย่างครอบคลุมและมีความชัดเจนเพียงใด และเพื่อให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทควรกำหนดเป้าหมาย

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยแยกเป็นระยะสั้น (ภายในปี ค.ศ. 2030) ระยะกลาง (ระหว่างปี ค.ศ. 2026–2035) และระยะยาว (ภายในปี ค.ศ. 2050) เพื่อให้สามารถติดตาม วัดผล และปรับปรุงแนวทางได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การกำหนดเป้าหมายความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจก (GHG intensity target) ควรสะท้อนถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทจริง กล่าวคือ บางบริษัทอาจอ้างว่าความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง แต่หากตรวจสอบดูแล้วอาจเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกำลังการผลิต หรือรายได้ที่เพิ่มขึ้น มิใช่ผลของการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการฟอกเขียวที่ควรตรวจสอบอย่างรอบด้าน ทั้งนี้ หากบริษัทต้องการแสดงความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควรเลือกปีฐาน (baseline year) ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับต่ำ เพราะยิ่งปีฐานมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อย บริษัทก็ยิ่งต้องดำเนินมาตรการที่เข้มงวดมากขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อันสะท้อนถึงระดับความทะเยอทะยานที่แท้จริงในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

(2) การกำหนดแผนการเปลี่ยนผ่านพลังงานที่ไม่ชัดเจน

บริษัทส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่าให้ความสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการลงทุนในโครงการหรือเทคโนโลยีด้านคาร์บอน อาทิ กลไกการชดเชยคาร์บอน เทคโนโลยีการกำจัดคาร์บอนไดออกไซด์ การดักจับและกักเก็บคาร์บอน อย่างไรก็ตาม การลงทุนเหล่านี้มักไม่มีความเชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตหลักของบริษัทที่ยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับสูง เช่น การพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลในห่วงโซ่อุปทาน การดำเนินธุรกิจในภาคพลังงานฟอสซิลอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น อีกทั้งยังไม่มีแผนการเปลี่ยนผ่านพลังงานที่ชัดเจน ซึ่งอาจเข้าข่ายการฟอกเขียวเช่นกัน

(3) ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับพลังงานสะอาด

บริษัทหลายแห่งมีแนวโน้มเบี่ยงเบนความสนใจโดยอ้างว่าพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นพลังงานสะอาด อย่างไรก็ตาม พลังงานบางประเภทที่ถูกกล่าวอ้างยังเป็นที่ยกเถียงว่าจัดเป็นพลังงานสะอาดจริงหรือไม่ เช่น ไฮโดรเจน ซึ่งยังใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในกระบวนการผลิต หรือก๊าซธรรมชาติที่ภาพลักษณ์อาจดูเหมือนว่าเป็นพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากถูกจัดให้เป็นเชื้อเพลิงเปลี่ยนผ่าน (transition fuel) แต่ในความเป็นจริงยังคงจัดอยู่ในกลุ่มเชื้อเพลิงฟอสซิลและมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมาก ดังนั้นการเลือกใช้คำว่าพลังงานสะอาดโดยไม่ชี้แจงแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตอย่างโปร่งใสของบริษัท อาจนำไปสู่ความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้บริโภคและอาจเข้าข่ายการฟอกเขียว

2.2.2 บาบ 7 ประการของการฟอกเขียว (Seven Sins of Greenwashing)

TerraChoice บริษัทที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ภายใต้การดำเนินงานของ Underwriters Laboratories (UL) องค์กรด้านความปลอดภัยและมาตรฐานระดับโลก จัดกลุ่มพฤติกรรมฟอกเขียวออกเป็น 7 หมวด หรือที่เรียกว่า “**บาบ 7 ประการของการฟอกเขียว (Seven Sins of Greenwashing)**” (TerraChoice, 2010) ประกอบด้วย

(1) **บาปแห่งการแลกเปลี่ยนที่ซ่อนเร้น (Sin of the Hidden Trade-off):** การอ้างว่าผลิตภัณฑ์เป็น “สีเขียว” โดยกล่าวถึงคุณสมบัติเพียงไม่กี่อย่างที่ไม่ได้คำนึงถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น การอ้างว่ากระดาษเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพราะกระดาษมีที่มาจากป่าที่มีการเก็บเกี่ยวอย่างยั่งยืน โดยไม่ได้กล่าวถึงกระบวนการผลิตกระดาษที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากมาย อาทิ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การปล่อยน้ำเสีย การใช้พลังงานไม่สะอาด เป็นต้น

(2) **บาปแห่งการไม่มีหลักฐาน (Sin of No Proof):** การกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยข้อมูลสนับสนุนที่เข้าถึงได้ง่ายหรือผ่านการรับรองจากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาที่มีการอ้างว่าในสัดส่วนใหญ่ถูกนำไปรีไซเคิลต่อ โดยไม่มีหลักฐานใด ๆ มารองรับ

(3) **บาปแห่งความกำกวม (Sin of Vagueness):** การกล่าวอ้างที่นิยามไม่ชัดเจนหรือกว้างเกินไป และทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด เช่น คำว่า “เป็นธรรมชาติทั้งหมด (All-Natural)” ที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยความจริงแล้ววัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ยูเรเนียม สารหนู ปรีท ปล่อยสารพิษมากมายซึ่งไม่ได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(4) **บาปแห่งความไม่เกี่ยวข้อง (Sin of Irrelevance):** การกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเป็นความจริงแต่ไม่มีประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การอ้างว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFC-Free) ทั้งที่สารดังกล่าวถูกห้ามใช้และผลิตไปทั่วโลกตั้งแต่ปี 2010 ตามพิธีสารมอนทรีออล (Montreal Protocol)

(5) **บาปแห่งการเปรียบเทียบเพื่อเบี่ยงเบน (Sin of Lesser of Two Evils):** การกล่าวอ้างที่เป็นจริงทั้งหมดหรือเป็นจริงบางส่วนในชนิดของผลิตภัณฑ์นั้น แต่มีความสับสนเสี่ยงที่จะเบี่ยงเบนผู้บริโภคจากผลกระทบทางลบที่สำคัญของประเภทผลิตภัณฑ์นั้น โดยรวม เช่น การอ้างว่าบุหรี่ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งเป็น “บุหรี่ยอร์แกนิก” ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคคิดว่าบุหรี่ยี่ห้อนั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยในความจริงกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสูบโดยทั่วไปส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมากเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

(6) **บาปแห่งการโกหกหรือแอบอ้าง (Sin of Fibbing):** การกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่เป็นความจริง เช่น การอ้างว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผ่านการรับรองมาตรฐานภายในประเทศ หรือระดับสากล โดยไม่เกิดการรับรองขึ้นจริง

(7) **บาปแห่งการบูชาฉลากปลอม (Sin of Worshipping False Labels):** การที่ผลิตภัณฑ์นั้นสร้างความเชื่อมั่นผ่านการรับรองจากบุคคลที่สามโดยที่การรับรองนั้นไม่มีอยู่จริง ไม่ว่าจะปรากฏในรูปแบบรูปภาพ ถ้อยคำ หรือฉลากปลอม เช่น การอ้างว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้รับการรับรองมาตรฐานโดยสำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมอเมริกา โดยมีการติดฉลากซึ่งไม่มีการรับรองจริง

จากการจัดกลุ่มพฤติกรรมการฟอกเขียว และสำรวจผลิตภัณฑ์ครัวเรือนที่วางขายในร้านค้า 3 ประเภท ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านค้าปลีกเฉพาะทาง และร้านค้าขนาดเล็กที่เน้นความยั่งยืน ระหว่างปี 2007 ถึงปี 2010 ในประเทศแคนาดาและสหรัฐอเมริกา พบว่า มีผลิตภัณฑ์กว่าร้อยละ 95 ที่เข้าข่ายบาปอย่างน้อย 1 ประการ ทั้งนี้ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายบาปบางประการมีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่าย

บาปแห่งการไม่มีหลักฐาน (ข้อ 2) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56 ในปี 2009 เป็นร้อยละ 70 ในปี 2010 และผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายบาปแห่งการบุชชาฉลากปลอม (ข้อ 7) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23 ในปี 2009 เป็นร้อยละ 30 ในปี 2010 ขณะที่จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายบาปบางประการมีจำนวนลดลง เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายบาปแห่งการแลกเปลี่ยนที่ซ่อนเร้น (ข้อ 1) ลดลงจากร้อยละ 71 ในปี 2009 เหลือร้อยละ 27 ในปี 2010

งานวิจัยดังกล่าวมีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่เข้าข่ายบาปประการใดเลย มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1 ในปี 2007 เป็นร้อยละ 4.5 ในปี 2010 นอกจากนี้ การทำฉลากที่ดีสามารถช่วยป้องกันและลดปัญหาการฟอกเขียวได้บางส่วน ดังเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากอิงตามเกณฑ์ ISO 14024 กวาร์้อยละ 30 ไม่เข้าข่ายบาปประการใดเลย อย่างไรก็ตาม การแอบอ้างฉลากปลอมก็ยังมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากเช่นกัน ทำให้ยังไม่สามารถจัดการปัญหาได้ทั้งหมด

งานวิจัยดังกล่าวเน้นย้ำถึงการวิเคราะห์และตรวจสอบจากฉลากมากเกินไป ส่งผลให้การฟอกเขียวอาจเกิดขึ้นในรูปแบบอื่นที่ไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงฉลาก ซึ่งตัวฉลากเองก็มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับแนวคิด ทัศนคติ และบริบทขององค์กรที่คิดค้นฉลาก

2.2.3 เจดสีเขียวก่อน 6 เจด (Six shades of green)

Planet Tracker นำเสนอปัญหาการฟอกเขียวของบริษัททั่วโลก (Willis, Bofliou, Manili, Reynolds, & Kozlowski, 2023) โดยจำแนกการฟอกเขียวออกเป็น 6 ประเภท ซึ่งประกอบด้วย

(1) **การเกาะกลุ่มเขียว (Greencrowding):** การที่บริษัทที่ฟอกเขียว เข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือสมาคม สมาพันธ์ หรือองค์กรด้านความยั่งยืนร่วมกับบริษัทอื่น ๆ และหน่วยงานรัฐบาล เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบ การดำเนินการตามนโยบายความยั่งยืนที่อาจเข้าข่ายฟอกเขียว งานวิจัยระบุว่า สมาคม สมาพันธ์ ที่มีบริษัทฟอกเขียวเป็นสมาชิกอยู่ จะบรรลุป้าหมายด้านความยั่งยืนได้ช้าที่สุด ตัวอย่างเช่น บริษัทที่เป็นภาคีในองค์กรพันธมิตรเพื่อยุติขยะพลาสติก (Alliance to End Plastic Waste: AEPW) มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับสภาเคมีอเมริกัน (American Chemistry Council: ACC) โดยร่วมกันล็อบบี้ต่อต้านการจัดตั้งกรอบการเจรจาสำหรับสนธิสัญญามลพิษพลาสติกโลก (Global Plastic Pollution Treaty) และยังคงพบว่า สมาชิกภาคีของ AEPW รีไซเคิลพลาสติกเพียงแค่อ้อยู่ที่ 0.0004 ของพลาสติกที่ผลิตทั้งหมด อีกทั้งยังพบว่าผู้ผลิตพลาสติกใช้ครั้งเดียวที่ใหญ่ที่สุดในสมาพันธ์ 10 แห่ง ไม่ได้จัดการหรือรีไซเคิลร้อยละ 99 ของขยะพลาสติกตัวเอง ซึ่งการรายงานความคืบหน้าของกลุ่มเองยังขาดความโปร่งใสและการรับรอง

(2) **การส่องไฟเขียว (Greenlighting):** การที่บริษัทสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณากิจกรรม การดำเนินงาน หรือผลิตภัณฑ์สีเขียวของบริษัท เพื่อเบี่ยงเบนความสนใจออกจากกิจกรรม การดำเนินงาน หรือผลิตภัณฑ์อื่นของบริษัทที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น ในการประชุมรัฐภาคีของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 26 (COP26) ในปี พ.ศ. 2564 ธนาคาร HSBC (Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited) ประกาศว่าจะบริจาคเงิน 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อสนับสนุนสินเชื่อและลงทุนทั่วโลกเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ รวมถึงปลูกต้นไม้ 2 ล้านต้นเพื่อช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ 1.25 ล้านตัน อย่างไรก็ตาม องค์กรกำกับ-

ดูแลมาตรฐานโฆษณา (Advertising Standards Authority: ASA) ของสหราชอาณาจักร ระบุว่า HSBC สนับสนุนสินเชื่อให้กับธุรกิจที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก และยังมีแผนจะดำเนินการต่อไป เป็นต้น

(3) การบายเบี่ยงเขียว (Greenshifting): การที่บริษัทเบี่ยงเบนความผิดและผลึกความรับผิดชอบไปให้ผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2563 บริษัท Shell เรียกร้องให้ประชาชนเตรียมพร้อมสำหรับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทั้งที่ Shell เป็นบริษัทน้ำมันและก๊าซธรรมชาติรายใหญ่ที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมหาดศาล แต่กลับผลึกความรับผิดชอบดังกล่าวให้กับประชาชน ทั้งนี้ Alexandria Ocasio-Cortez สมาชิกสภาองเกรสสหรัฐฯ แสดงความเห็นว่าการเรียกร้องของบริษัท Shell ดังกล่าว “เป็นความหน้าด้านของบริษัทที่เรียกร้องสิ่งเหล่านี้จากผู้คน” (Willis, Bofilou, Manili, Reynolds, & Kozlowski, 2023)

(4) การติดฉลากเขียว (Greenlabelling): การนิยามว่าบางสิ่งเขียว โดยเมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว กลับพบว่าคำกล่าวอ้างนั้นชี้้นำให้ผู้รับสารเข้าใจผิด โดยคำกล่าวอ้างนั้นอาจมีความคลุมเครือโดยถูกต้องเพียงบางส่วนหรือผิดทั้งหมด ยกตัวอย่างกรณีสายการบิน KLM Royal Dutch Airlines ที่มีการชี้้นำผิด ๆ ว่า ผู้โดยสารนั้นสามารถช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ได้หากซื้อคาร์บอนเครดิตผ่านโปรแกรม CO2ZERO ซึ่งเป็นโปรแกรมชดเชยคาร์บอนโดยสมัครใจของสายการบิน ที่อ้างว่าเปิดให้ผู้โดยสารสามารถชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากเที่ยวบินของตนได้ โดยเงินที่ชำระจะถูกนำไปสนับสนุนโครงการด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น โครงการปลูกป่าหรือพลังงานหมุนเวียน ซึ่งผ่านการรับรองตามมาตรฐานสากล เช่น Gold Standard และ Verified Carbon Standard (VCS) โดยสายการบินอ้างว่าจะไม่หาผลกำไรจากโครงการ และรวมทางเลือกการชดเชยไว้ในขั้นตอนการจองตั๋วเพื่อความสะดวกของผู้โดยสาร ทว่าโปรแกรมชดเชยคาร์บอนโดยทั่วไปไม่ได้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินการของเครื่องบินแต่อย่างใด แต่เป็นการ “ชดเชยด้วยการสนับสนุนโครงการอื่นทดแทน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสายการบินยังมีปริมาณเท่าเดิม และการชดเชยในโครงการอื่นก็ไม่ได้ลดผลกระทบในส่วนนี้ เพียงแต่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผิดน้อยลง และเลือกใช้บริการต่อไป โดยสายการบินเองก็ไม่ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม หรือลงทุนในเทคโนโลยีที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีนัยสำคัญ

(5) การชำระล้างเขียว (Greenrinsing): การที่บริษัทเปลี่ยนเป้าหมายด้าน ESG ก่อนที่จะสำเร็จ หรือมีการตรวจสอบ ตัวอย่างเช่น บริษัท Coca-Cola และ PepsiCo มีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายการรีไซเคิลอยู่บ่อยครั้งก่อนถึงกำหนดเวลา โดยจะเป็นการเลื่อนระยะเวลาเป้าหมายออกไปและเพิ่มปริมาณเป้าหมายที่ตั้งไว้ก่อนหน้าให้เข้มข้นขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารเห็นว่าบริษัทมีความตั้งใจที่จะดำเนินการตามเป้าหมายที่ท้าทายยิ่งขึ้น โดยแท้จริงแล้วบริษัทนั้นไม่สามารถทำได้ตามเป้าหมายเดิม แต่เพียงแค่นั้นเป็นการปรับเป้าหมายเพื่อลดเสียงวิจารณ์และผลกระทบจากการไม่สามารถดำเนินการตามเป้าหมายก่อนหน้านี้ได้ภายในกรอบเวลา บริษัททั้งสองแห่งเองก็มีการรายงานความเสี่ยงว่าจะทำไม่ได้ตามเป้าหมายอยู่ถึง 47 ครั้ง สำหรับ Coca-Cola และ 13 ครั้ง สำหรับ PepsiCo อีกทั้ง Net Zero Tracker พบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

2000 อันดับแรกของโลกมีการบรรจุเป้าหมายความยั่งยืนลงในนโยบายองค์กร แต่ส่วนใหญ่ไม่สามารถปฏิบัติได้จริง โดยมีเพียง 702 บริษัทจาก 2,000 แห่ง ที่ประกาศเป้าหมาย Net Zero และมีเพียงร้อยละ 65 จากจำนวน 702 แห่ง ที่รายงานได้ตามมาตรฐานขั้นต่ำ และมีเพียงครึ่งจาก 700 บริษัทที่มีการประกาศและระบุเป้าหมาย Net Zero ลงในเอกสารกลยุทธ์และการรายงานประจำปี ในขณะที่บริษัทจำนวนที่เหลือเพียงประกาศเป้าหมายหรือความมุ่งมั่นที่จะบรรลุ Net Zero ยิ่งไปกว่านั้นร้อยละ 60 ของบริษัทที่รายงานขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มีการรายงานที่ครอบคลุมขอบเขตที่ 3 เพียงบางส่วนหรือในบางกรณีไม่ครอบคลุมเลย

(6) การปกปิดเขียว (Greenwashing): การที่บริษัทรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไม่ครบถ้วน ไม่โปร่งใส รวมถึงลดทอนข้อมูล เพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจสอบจากนักลงทุน งานวิจัยระบุว่าบริษัทจัดการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่หลายแห่งได้แก้ไขรายงานความยั่งยืนและนโยบายของตนโดยการเปลี่ยนชนิดกองทุนของตน จากชนิดกองทุนตามมาตราที่ 9 กองทุนเขียวเข้ม (dark green fund) ในรายงานของตนเองเป็นประเภทกองทุนตามมาตราที่ 8 กองทุนเขียวอ่อน (light green fund) เพื่อตอบสนองต่อการออกเกณฑ์ใหม่ที่บรรลุได้ยากขึ้นของระเบียบการเปิดเผยข้อมูลการเงินที่ยั่งยืน (Sustainable Finance Disclosure Regulation: SFDR) ที่จะมีการบังคับใช้ในสหภาพยุโรป ในปี พ.ศ. 2566 โดยทาง SFDR จำแนกประเภทกองทุนตามระดับความมุ่งมั่นด้าน ESG ออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย (Worldfavor, n.d.)

- 1) กองทุนที่ไม่รวมปัจจัยด้านความยั่งยืน หรือ กองทุนตามมาตราที่ 6 คือ กองทุนที่ไม่ส่งเสริมด้าน ESG ซึ่งเป็นกองทุนที่ไม่มีข้อกำหนดที่จะต้องเปิดเผยเป้าหมายในด้านดังกล่าว
- 2) กองทุนเขียวอ่อน หรือ กองทุนตามมาตราที่ 8 คือ กองทุนที่ส่งเสริมปัจจัยด้าน ESG แต่ไม่ใช่เป้าหมายหลักของกองทุน โดยเป้าหมายหลักจะเน้นไปที่เป้าหมายทางการเงิน ซึ่งมีข้อกำหนดต้องรายงานว่ากองทุนรวมปัจจัย ESG เข้าไปในกระบวนการลงทุนของตนอย่างไร แต่ไม่ถึงระดับที่ต้องรายงานเป้าหมายความยั่งยืนที่ชัดเจนและเกณฑ์ตัวชี้วัดที่วัดผลได้จริง
- 3) กองทุนเขียวเข้ม หรือ กองทุนตามมาตราที่ 9 คือ กองทุนที่มีวัตถุประสงค์หลักในการลงทุนด้านความยั่งยืนอย่างชัดเจน โดยมีข้อกำหนดต้องรายงานเป้าหมายด้านความยั่งยืน กระบวนการลงทุนที่สอดคล้องกับเป้าหมายอย่างชัดเจนและเกณฑ์ตัวชี้วัดที่วัดผลได้จริง

แม้บริษัทจะอ้างว่าเป็นการตอบโต้ต่อเกณฑ์ของ SFDR ที่เข้มงวดเกินไป แต่ในอีกมุมสามารถตีความได้ว่าการลดระดับกองทุนในรูปแบบนี้เป็นความตั้งใจที่จะหลีกเลี่ยงการตรวจสอบมาตรฐานในมาตราที่ 9 และลดแรงกดดันจากนักลงทุนและภาคประชาสังคม

2.2.4 การพัฒนากรอบการประเมินพฤติกรรมกรฟอกเขียว (Greenwashing Assessment Framework)

ในปี 2021 กลุ่มนักวิจัยจาก Climate Social Science Network (CSSN) ได้พัฒนากรอบการประเมินการฟอกเขียว ซึ่งเป็นความพยายามแรกในการรวบรวมแนวคิด รูปแบบ และคำถามวินิจฉัย (diagnostic questions) จากแหล่งหลากหลายข้อมูลทั้งเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ เพื่อจัดทำเป็น

เครื่องมือที่สามารถใช้งานได้จริงในหลากหลายบริบท ทั้งนี้กรอบดังกล่าวยังเน้นการระบุพฤติกรรมที่อยู่เหนือกรอบกฎหมาย เช่น การโฆษณาโดยสมัครใจ ฉลากสิ่งแวดล้อม และคำมั่นสัญญาเชิงนโยบาย (Hill, et al., 2025)

ต่อมาได้ดำเนินการวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมของกรอบการประเมินดังกล่าวในเชิงประจักษ์ โดยใช้กรณีศึกษา 6 กรณีจากภาคธุรกิจ และมหาวิทยาลัย อาทิ Panasonic, Austrian Airlines, Netflix และ Western University ผลจากการทดสอบได้นำไปสู่การปรับปรุงกรอบการประเมินเดิมให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีพฤติกรรมการพอกเขียวรูปแบบใหม่เกิดขึ้น เช่น การใช้คำกล่าวอ้างการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ โดยไม่เปิดเผยกลไกชดเชย (offset) หรือไม่มีเป้าหมายที่สามารถตรวจสอบได้หรือเรียกว่า “Greenwashing 3.0”

กรอบประเมินฉบับปรับปรุงนี้แบ่งพฤติกรรมพอกเขียวออกเป็น 12 หัวข้อหลัก (themes) พร้อมคำอธิบายและคำถามวินิจฉัยที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งในภาคการค้ากับดูแล ภาคประชาสังคม และงานวิจัยเชิงนโยบาย ดังนี้

(1) **การเปิดเผยข้อมูลอย่างเลือกสรร (Selective Disclosure):** การสื่อสารที่เน้นเพียงด้านบวกขององค์กร โดยหลีกเลี่ยงไม่กล่าวถึงข้อมูลด้านลบ เช่น ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากห่วงโซ่อุปทาน หรือผลกระทบด้านลบจากกิจกรรมหลักขององค์กร ซึ่งอาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิดว่าสถานะขององค์กรนั้นดีในภาพรวม

(2) **คำกล่าวอ้างที่ว่างเปล่าหรือเกินจริง (Empty Claims):** องค์กรบางแห่งอาจตั้งเป้าหมายระยะยาวด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีแผนการดำเนินงานจริง หรือไม่มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น การกล่าวว่าองค์กรจะเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปีใดปีหนึ่ง โดยไม่ระบุวิธีการดำเนินการหรือเป้าหมายระยะสั้นที่ตรวจสอบได้

(3) **คำกล่าวอ้างที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่สำคัญ (Irrelevant):** การนำเสนอข้อมูลที่ไม่ส่งผลต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจริง หรือเป็นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมายขั้นต่ำ เช่น การโฆษณาว่าสินค้ามีระบบนำกลับมาใช้ใหม่ ทั้งที่กฎหมายกำหนดให้ต้องทำอยู่แล้ว

(4) **ข้อมูลเท็จหรือไม่มีหลักฐานยืนยัน (Falsehoods):** การอ้างความยั่งยืนในประเด็นที่ไม่มีนัยสำคัญหรือเป็นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น การโฆษณาว่าสินค้าสามารถรีไซเคิลได้โดยไม่ได้ระบุว่า เป็นข้อบังคับตามกฎหมายอยู่แล้ว

(5) **คำกล่าวอ้างที่ไม่น่าเชื่อถือ (Just Not Credible):** การอ้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมที่มีผลกระทบรุนแรง หรือกล่าวอ้างที่ไม่สอดคล้องกับขนาดของปัญหาที่แก้ไข เช่น บริษัทน้ำมันระบุถึงการลงทุนพลังงานสะอาดโดยไม่เปิดเผยสัดส่วนจริงของธุรกิจที่ยังพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล

(6) **พฤติกรรมขององค์กรที่ขัดแย้งกับคำกล่าวอ้าง (Inconsistent Organizational Practice):** ความไม่สอดคล้องระหว่างคำมั่นด้านสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินงานจริง เช่น การร่วมมือกับคู่ค้าที่ไม่มีมาตรฐานสิ่งแวดล้อม หรือการใช้ใบรับรองที่ขาดการตรวจสอบอย่างโปร่งใส

(7) ฉลากและการรับรองที่น่าเชื่อถือ (Dubious Certifications and Labels): การใช้ฉลากหรือมาตรฐานที่ไม่เข้มงวด ไม่ผ่านการตรวจสอบโดยองค์กรที่น่าเชื่อถือ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำกว่าความเป็นจริง

(8) การบิดเบือนข้อมูลผ่านบทบาทหรืออิทธิพลทางการเมือง (Political Spin): การแสดงจุดยืนสนับสนุนความยั่งยืนในต่อสาธารณะ ขณะที่เบื้องหลังมีการล็อบบี้ต่อต้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การคัดค้านภาษีคาร์บอนหรือกฎหมายควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(9) การสนับสนุนหรือรับรองที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน (Co-opted Endorsement): การได้รับการรับรองจากองค์กรหรือบุคคลที่ไม่มีความเป็นอิสระหรือมีผลประโยชน์ร่วม เช่น การเป็นพันธมิตรกับองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่มีผลประโยชน์ร่วมกับธุรกิจที่มีผลกระทบด้านลบ

(10) การใช้ถ้อยคำคลุมเครือหรือไม่ชัดเจน (Vagueness): การใช้คำทั่วไปที่ไม่มีนิยามชัดเจน เช่น “เขียว” “ยั่งยืน” “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยไม่มีคำจำกัดความหรือหลักฐานประกอบ ทำให้สาธารณะเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลกระทบขององค์กร

(11) การใช้ภาพหรือสัญลักษณ์ที่ทำให้เข้าใจผิด (Misleading Imagery): การใช้ภาพธรรมชาติ สีเขียว หรือสัญลักษณ์เชิงสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความรู้สึกเชิงบวก ทั้งที่ไม่ได้สะท้อนการดำเนินงานจริง หรือใช้เพื่อเบี่ยงเบนจากผลกระทบที่แท้จริงขององค์กร

(12) การใช้ศัพท์เทคนิคหรือภาษาที่ยากเกินความเข้าใจของสาธารณะ (Jargon): การใช้ภาษาทางวิทยาศาสตร์หรือศัพท์เทคนิคซับซ้อนเกินไป จนยากต่อการตรวจสอบหรือทำความเข้าใจ เช่น การอ้างคำว่า “ย่อยสลายได้” (oxo-degradable) โดยไม่ชี้แจงผลกระทบจากไมโครพลาสติก

คณะวิจัยสรุปข้อค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกรูปแบบพฤติกรรมฟอกเขียวในบทที่ 3 ต่อไป โดยรายละเอียดของรูปแบบพฤติกรรมอยู่ในหัวข้อ ระเบียบวิธีที่ใช้ในการประเมินพฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย

2.3 นโยบายกำกับดูแลพฤติกรรมฟอกเขียวในต่างประเทศ

2.3.1 สหรัฐอเมริกา

คณะกรรมการการค้าแห่งรัฐบาลกลาง (Federal Trade Commission) มีอำนาจในการตรวจสอบ และควบคุมไม่ให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า ซึ่งครอบคลุมการโฆษณา หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่อผู้บริโภคที่จะต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ (Federal Trade Commission, 2007)

คณะกรรมการฯ ได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อม (Guides for the Use of Environmental Marketing Claims: Green Guides) เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย ที่อาจมีการกล่าวอ้างถึงคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นถ้อยคำ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย

รูปภาพ ชื่อสินค้า หรือวิธีการอื่นใด โดยการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมครอบคลุมการกล่าวอ้างว่าสินค้า หรือบริการมีส่วนในการสร้างผลกระทบในทางบวก หรือลบ หรือไม่สร้างผลกระทบใด ๆ ต่อสิ่งแวดล้อม โดยคู่มือ Green Guides ได้ให้แนวทางในการปฏิบัติตามลักษณะการกล่าวอ้างที่ต่างกันไปตามผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากส่วนหนึ่งส่วนใดในวงจรชีวิตของสินค้า หรือบริการ ซึ่งถูกจำแนกเป็น 14 ลักษณะ ดังนี้ (Federal Trade Commission, 2012)

- 1) การกล่าวอ้างถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป
- 2) การกล่าวอ้างถึงการชดเชยคาร์บอน (Carbon Offsets)
- 3) การกล่าวอ้างถึงการได้รับการรับรอง
- 4) การกล่าวอ้างถึงความสามารถในการย่อยสลาย (Compostable)
- 5) การกล่าวอ้างถึงความสามารถในการสลายตัว (Degradable)
- 6) การกล่าวอ้างถึงการไม่มีส่วนประกอบบางอย่าง
- 7) การกล่าวอ้างถึงความปลอดภัย
- 8) การกล่าวอ้างถึงความเป็นมิตรต่อชั้นโอโซน
- 9) การกล่าวอ้างถึงความสามารถในการนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recyclable)
- 10) การกล่าวอ้างว่าสินค้ามีส่วนประกอบที่ถูกนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Content)
- 11) การกล่าวอ้างว่าสินค้าสามารถนำกลับมาเติมใหม่ได้ (Refillable)
- 12) การกล่าวอ้างถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน
- 13) การกล่าวอ้างถึงการใช้วัสดุหมุนเวียน (Renewable Materials)
- 14) การกล่าวอ้างถึงการลดการใช้ทรัพยากร (Source Reduction)

การกล่าวอ้างถึงประเด็นทางสิ่งแวดล้อมตามแนวปฏิบัติตามคู่มือ Green Guides จะต้องเป็นความจริง ไม่สร้างความเข้าใจผิด และมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือสนับสนุนอย่างเพียงพอ การกล่าวอ้างที่ไม่เป็นไปตามแนวปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าวอาจเข้าข่ายการหลอกลวงผู้บริโภค ซึ่งคณะกรรมการฯ มีอำนาจในการสอบสวน และออกคำสั่งใด ๆ ตามสมควรเพื่อรักษาสิทธิของผู้บริโภค และความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า เช่น ในปี 2022 คณะกรรมการฯ ได้ฟ้องร้อง Kohl's, Inc. และ Walmart, Inc. ต่อศาลจากการที่บริษัททั้งสองโฆษณาว่าสินค้าจากเรยอน (rayon textile products) ผลิตจากไม้ไผ่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งขัดแย้งกับข้อเท็จจริงว่าในกระบวนการแปรรูปไม้ไผ่เป็นเรยอนต้องใช้สารเคมีที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยศาลมีคำสั่งให้ Kohl's, Inc. และ Walmart, Inc. ยุติการกระทำดังกล่าวและปรับเป็นจำนวนเงิน 2.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ (Federal Trade Commission, 2022)

2.3.2 สหราชอาณาจักร

สำนักงานตลาดและการแข่งขัน (Competition and Markets Authority: CMA) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับการแข่งขันของภาคธุรกิจ และรักษาสิทธิของผู้บริโภค โดย CMA ได้จัดทำคู่มือการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการ (CMA Guidance on Environmental Claims on Goods and Services) ในปี 2021 เพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับภาคธุรกิจ ในกรณีที่มีการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการ เช่น การกล่าวอ้างว่าสินค้า บริการ หรือธุรกิจ มีผลกระทบทางบวกหรือไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อสิ่งแวดล้อม การกล่าวอ้างว่าสินค้าหรือบริการ ทำลายสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าสินค้าหรือบริการเดียวกันที่มีการผลิตก่อนหน้านี้ เป็นต้น ทั้งนี้ คู่มือดังกล่าวระบุว่า การกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจปรากฏทั้งในโฆษณา ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ หรือข้อมูลอื่น ๆ รวมถึงชื่อของสินค้า ต้องเป็นไปตามหลักการดังต่อไปนี้ (Competition and Markets Authority, 2021)

- 1) การกล่าวอ้างต้องถูกต้อง และเป็นความจริง (claims must be truthful and accurate)
- 2) การกล่าวอ้างต้องชัดเจน และไม่กำกวม (claims must be clear and unambiguous)
- 3) การกล่าวอ้างต้องไม่ละเลย หรือปิดบังข้อมูลสำคัญ (claims must not omit or hide important relevant information)
- 4) การเปรียบเทียบต้องเป็นธรรม และมีความหมาย (comparisons must be fair and meaningful)
- 5) การกล่าวอ้างต้องพิจารณาตลอดวงจรชีวิตของสินค้า หรือบริการ (claims must consider the full life cycle of the product or service)
- 6) การกล่าวอ้างต้องมีหลักฐานอ้างอิง (claims must be substantiated)

ทั้งนี้ CMA มีอำนาจฟ้องร้องธุรกิจที่ละเมิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคต่อศาล โดยอาจทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลอื่น ๆ เช่น องค์กรกำกับดูแลมาตรฐานโฆษณา (Advertising Standards Authority: ASA) หรือหน่วยงานมาตรฐานการค้าอื่น ๆ เช่น Trading Standards Services ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังสามารถฟ้องร้องต่อศาลได้โดยตรงหากได้รับการล่งละเมิดจากโฆษณาที่ทำให้เข้าใจผิด (Competition and Markets Authority, 2021)

นอกจากนี้ ASA เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทในการปกป้องผู้บริโภคจากการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมที่ไม่เป็นความจริง โดย ASA มีหน้าที่ในการตรวจสอบ และควบคุมโฆษณาที่เผยแพร่ในสื่อทุกช่องทาง และมีอำนาจในการระงับการเผยแพร่โฆษณาที่เป็นเท็จ เป็นอันตราย หรือไร้ความรับผิดชอบ ซึ่งละเมิดต่อกฎหมายการโฆษณา (Advertising Standards Authority, n.d.)

2.3.3 ออสเตรเลีย

ตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันและการบริโภคปี 2010 (Competition and Consumer Act 2010) คณะกรรมการผู้บริโภคและการแข่งขันแห่งออสเตรเลีย (Australian Competition and Consumer Commission: ACCC) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลการแข่งขันและการค้าที่เป็นธรรม โดยในปี 2023 ACCC ได้จัดทำคู่มือการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมสำหรับธุรกิจ (Making Environmental Claims A Guide For Business) เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้ภาคธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง และไม่สร้างความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค

คู่มือการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมสำหรับธุรกิจ (Australian Competition and Consumer Commission, 2023) นิยามการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อม คือ การกล่าวอ้างให้เข้าใจว่าธุรกิจ สินค้า หรือบริการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- 1) มีความเป็นกลาง หรือมีผลกระทบทางบวกต่อสิ่งแวดล้อม
- 2) มีอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าคู่แข่งอื่น
- 3) มีประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เฉพาะเจาะจง

การกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมข้างต้นอาจปรากฏได้ทั้งบนบรรจุภัณฑ์หรือฉลากของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายที่จุดขาย และสื่อการตลาดหรือโฆษณาต่าง ๆ รวมถึงรายงานหรือเอกสารการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ขององค์กรด้วย ทั้งนี้ ACCC วางหลักการสำหรับธุรกิจเพื่อใช้ในการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อม 8 หลักการ ดังนี้

- 1) การกล่าวอ้างต้องถูกต้อง และเป็นความจริง (Make accurate and truthful claims)
- 2) การกล่าวอ้างต้องมีหลักฐานอ้างอิง (Have evidence to back up your claims)
- 3) ไม่ปิดบังหรือละเว้นข้อมูลสำคัญ (Do not hide or omit important information)
- 4) อธิบายเงื่อนไขหรือคุณสมบัติพิเศษที่ใช้ในการกล่าวอ้าง (Explain any conditions or qualifications on your claims)
- 5) หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างที่กว้าง และไม่มีคุณภาพ (Avoid broad and unqualified claims)
- 6) ใช้ภาษาที่ชัดเจน และง่ายต่อการเข้าใจ (Use clear and easy-to-understand language)
- 7) การใช้ภาพประกอบต้องไม่สร้างความเข้าใจผิด (Visual elements should not give the wrong impression)
- 8) เปิดเผย และตรงไปตรงมาต่อสถานการณ์การเปลี่ยนผ่านทางสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของตน (Be direct and open about your sustainability transition)

ACCC มีอำนาจในการสอบสวน และฟ้องร้องต่อศาลเมื่อพบพฤติกรรมการหลอกลวงผู้บริโภค ซึ่งรวมไปถึงการปกปิด หรือการกล่าวอ้างว่าสินค้าหรือบริการมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ตีความ

หรือเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าความเป็นจริง อันเป็นการละเมิดกฎหมายว่าด้วยการแข่งขัน และการบริโภคปี 2010 ตัวอย่างเช่น ในเดือนมิถุนายน 2025 ACCC ได้ฟ้อง Edgewell Personal Care Australia Pty Ltd (Edgewell) ต่อศาลจากการกล่าวอ้างอันเป็นเท็จ และสร้างความเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดภายใต้เครื่องหมายการค้า “Hawaiian Tropic” และ “Banana Boat” เป็นมิตรต่อปะการัง (reef friendly) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้งสองไม่มีส่วนประกอบจาก oxybenzone หรือ octinoxate ที่เป็นอันตรายต่อปะการัง อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังมีส่วนประกอบจากสารเคมีอื่น ๆ ที่ ACCC เห็นว่าเป็นอันตรายต่อปะการังเช่นกัน การกระทำดังกล่าวจึงเข้าข่ายการพอกเซียวในรูปแบบการกล่าวอ้างโดยปราศจากหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ (Australian Competition and Consumer Commission, 2025)

2.3.4 สิ่งคโปร์

คณะกรรมการผู้บริโภคและการแข่งขันแห่งสิงคโปร์ (Competition and Consumer Commission of Singapore) ได้จัดทำคู่มือการกล่าวอ้างคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง (Guide on Quality-related Claims) ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการในการหลีกเลี่ยงการปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมในการแข่งขันตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค 2003 เมื่อกล่าวอ้างถึงคุณสมบัติของสินค้าหรือธุรกิจของตน

คู่มือดังกล่าวครอบคลุมการกล่าวอ้างใด ๆ เกี่ยวกับคุณสมบัติ วิธีการใช้ และคุณประโยชน์ของสินค้า ตลอดจนการกล่าวถึงธุรกิจของตนโดยทั่วไป ซึ่งอาจปรากฏอยู่ในหลายรูปแบบทั้งข้อความ รูปภาพ สัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า ใบรับรอง ตรารับรอง หรือโลโก้ ที่เผยแพร่บนฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ทั้งสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย โดยการกล่าวอ้างเหล่านี้ต้องให้ข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง และเพียงพอต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Competition and Consumer Commission of Singapore, 2025) แม้คู่มือดังกล่าวไม่ได้กล่าวถึงแนวทางการป้องกันการพอกเซียวเป็นการเฉพาะ แต่การกล่าวอ้างถึงคุณสมบัติทางสิ่งแวดล้อมใด ๆ ของสินค้าก็ครอบคลุมภายใต้หลักการตามคู่มือนี้เช่นกัน

โดยคู่มือดังกล่าวได้วางหลักการเมื่อมีการกล่าวอ้างถึงคุณสมบัติของสินค้าและบริการ ดังต่อไปนี้

1. การกล่าวอ้างต้องถูกต้องและเป็นความจริง
2. การกล่าวอ้างต้องชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย
3. การกล่าวอ้างต้องมีความหมายไม่ใช่เป็นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือมาตรฐานภาคบังคับ และการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นต้องเป็นธรรม และมีหลักฐานอ้างอิง
4. การกล่าวอ้างต้องมีข้อมูลประกอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อจำกัดและเงื่อนไขของการกล่าวอ้าง
5. การกล่าวอ้างต้องมีหลักฐานสนับสนุน

คู่มือดังกล่าวได้ให้ตัวอย่างการกล่าวอ้างคุณสมบัติทางสิ่งแวดล้อมที่ไม่เป็นไปตามหลักการข้างต้น และเข้าข่ายการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น การอ้างว่าสินค้าผลิตจากวัสดุรีไซเคิล โดยในความเป็นจริงมีเพียงบางส่วนของสินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล การกล่าวอ้างดังกล่าวจึงเป็นการขึ้นนำที่ผิด และลวงละเมิด

ต่อหลักความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย หรือการอ้างว่าผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกดีต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า เนื่องจากเป็นสูตรย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (biodegradable formula) อย่างไรก็ตาม การย่อยสลายได้ทางชีวภาพต้องพึ่งพาเงื่อนไขพิเศษ ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในครัวเรือน ในธรรมชาติ หรือในระบบบำบัดน้ำเสียสาธารณะ การกล่าวอ้างดังกล่าวจึงขาดการให้ข้อมูลบริบทและข้อจำกัด ซึ่งเป็นการละเมิดหลักการการมีข้อมูลประกอบ เป็นต้น

โดยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค 2003 ได้ให้อำนาจแก่คณะกรรมการผู้บริโภคและการแข่งขันแห่งสิงคโปร์ ในการสืบสวนผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่มีมูลเหตุอันเชื่อได้ว่าปฏิบัติทางการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม และฟ้องร้องต่อศาลเพื่อให้ผู้ละเมิดยุติการกระทำดังกล่าว นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังมีหลักปฏิบัติทางการโฆษณา (Singapore Code of Advertising Practice) ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานมาตรฐานการโฆษณาแห่งสิงคโปร์ (Advertising Standards Authority of Singapore) ซึ่งวางหลักการให้การโฆษณาต้องให้ข้อมูลที่ชัดเจน และมีหลักฐานสนับสนุนอย่างเพียงพอ โดยโฆษณาที่ไม่เป็นไปตามหลักการดังกล่าวอาจถูกสั่งให้ปรับแก้ หรือระงับการเผยแพร่ได้ (Competition and Consumer Commission of Singapore, 2025)

2.3.5 สหภาพยุโรป

การโฆษณาหรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทางสิ่งแวดล้อมของสินค้า หรือบริการภายในสหภาพยุโรป ถูกควบคุมโดยเคร่งครัดภายใต้กฎหมายส่งเสริมผู้บริโภคในการเปลี่ยนผ่านสีเขียวผ่านการปรับปรุงการปกป้องจากการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและข้อมูลที่ดีขึ้น (Directive on Empowering Consumers for the Green Transition through Better Protection against Unfair Practices and Better Information) โดยสาระสำคัญของกฎหมายดังกล่าวคือการห้ามการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมเป็นการทั่วไป เช่น การใช้คำว่า “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”, “ธรรมชาติ”, “ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ” (biodegradable), “เป็นกลางต่อภูมิอากาศ” (climate neutral) หรือ “ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม” (eco) เป็นต้น โดยเด็ดขาด เว้นแต่จะมีหลักฐานอ้างอิง รวมไปถึงห้ามการอ้างว่าผลิตภัณฑ์มีผลกระทบที่เป็นกลาง ลดลง หรือเป็นบวกต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการชดเชยการปล่อยก๊าซ (emissions offsetting schemes) นอกจากนี้ การใช้ฉลากความยั่งยืน (sustainability labels) จะถูกควบคุม โดยมีเพียงฉลากที่ได้รับการรับรอง หรือจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐบาลเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ได้ (European Parliament, 2024) โดยภายหลังกฎหมายดังกล่าวถูกประกาศใช้ในเดือนมีนาคม 2024 รัฐสมาชิกยังมีเวลาอีก 24 เดือนในการแก้กฎหมายภายในของแต่ละรัฐให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หลักเกณฑ์ด้านการพิสูจน์ สื่อสาร และตรวจสอบการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมจะถูกกำหนดขึ้นใน Green Claims Directive ซึ่งยังคงอยู่ในระหว่างการพิจารณาของรัฐสภายุโรป

กฎหมายการพิสูจน์และการสื่อสารการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน (Directive on Substantiation and Communication of Explicit Environmental Claims: Green Claims Directive) เป็นกฎหมายที่จัดทำขึ้นเพื่อเติมเต็มหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมตามรายงานของ European Parliamentary Research Service โดย Ragonaud และ Ashton สรุปสาระสำคัญของร่างกฎหมาย

ดังกล่าวว่า บริษัทที่มีการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมโดยชัดเจน (explicit environmental claims) ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังนี้ (European Parliament, 2024)

- ระบุว่า การกล่าวอ้างเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทั้งหมดของบริษัทหรือเพียงบางส่วน
- อ้างอิงหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง และเป็นมาตรฐานสากล
- การกล่าวอ้างพิจารณาจากทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
- ประเมินประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม (environmental performance) โดยพิจารณาจากประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและผลกระทบทั้งหมด
- แสดงให้เห็นว่าการกล่าวอ้างไม่ได้เป็นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมายที่มีอยู่แล้ว
- ให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์หรือบริษัทภายใต้การกล่าวอ้างมีประสิทธิภาพดีกว่าแนวปฏิบัติทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่
- ตรวจสอบว่าความสำเร็จเชิงบวกไม่มีผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้และการหมุนเวียนทรัพยากร การใช้และการปกป้องทรัพยากรน้ำและทะเลอย่างยั่งยืน มลพิษ ความหลากหลายทางชีวภาพ สวัสดิภาพสัตว์ และระบบนิเวศ
- รายงานการชดเชยก๊าซเรือนกระจกอย่างโปร่งใส: แยกการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยระบุว่า การชดเชยดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการลดการปล่อย หรือการจัดการปล่อยก๊าซ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของการชดเชย
- มีข้อมูลปฐมภูมิ (ที่บริษัทวัดหรือรวบรวมโดยตรง)
- มีข้อมูลทุติยภูมิเมื่อไม่มีข้อมูลปฐมภูมิ (อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลปฐมภูมิ เช่น การศึกษาเอกสาร การศึกษาทางวิศวกรรม และสิทธิบัตร)

ก่อนเผยแพร่การกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณะ บริษัทที่มีการกล่าวอ้างต้องได้รับการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบอิสระ (verifier) ว่าการกล่าวอ้างนั้น ๆ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ตามกฎหมายนี้ โดยผู้ตรวจสอบอิสระจะออกหนังสือรับรองความสอดคล้อง (certificate of conformity) แก่การกล่าวอ้างที่ปฏิบัติตามกฎหมายครบถ้วน ซึ่งสามารถใช้ยืนยันความถูกต้องของการกล่าวอ้างนั้น ๆ ได้ทั่วทั้งสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวนี้จะไม่ถูกใช้กับบริษัทขนาดเล็ก (microenterprises) ที่มีพนักงานน้อยกว่า 10 คน และมีรายได้ประจำปีและ/หรือยอดขายรวมประจำปีไม่เกิน 2 ล้านยูโร

ณ ปัจจุบันกฎหมายนี้ยังคงอยู่ในระหว่างการพิจารณาของรัฐสภายุโรป หากกฎหมายดังกล่าวผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภายุโรป และคณะมนตรียุโรป รัฐสมาชิกจะมีเวลา 24 เดือนในการปรับปรุงกฎหมายภายในของตนให้สอดคล้องกับกฎหมายนี้

2.4 นโยบายกำกับดูแลพฤติกรรมฟอกเขียวของประเทศไทย

ในส่วนนี้ของรายงานนำเสนอภาพรวมนโยบายการกำกับดูแลพฤติกรรมฟอกเขียวในประเทศไทย โดยทบทวนกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพฤติกรรมฟอกเขียวของประเทศไทยในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การกำกับดูแลในประเด็นสิทธิของผู้บริโภค และการกำกับดูแลในประเด็นการลงทุน

2.4.1 การกำกับดูแลในประเด็นสิทธิของผู้บริโภค

- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560

รัฐธรรมนูญฯ ได้กล่าวถึงการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยระบุว่าบุคคลย่อมมีสิทธิในการจัดตั้งองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ โดยรัฐจะต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นในด้านข้อมูล ความปลอดภัย ความเป็นธรรม และด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์กับผู้บริโภค (ราชกิจจานุเบกษา, 2560)

- พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. 2499

ประมวลกฎหมายอาญาแห่งราชอาณาจักรไทย ได้มีการกล่าวถึงการคุ้มครองประชาชนจากการฉ้อโกง โดยผู้ใดที่หลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ ปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้ง ซึ่งนำไปสู่การได้ทรัพย์สินจากประชาชน การปลอมแปลงเอกสารที่สร้างความเสียหายให้แก่ประชาชน เช่น ใบหุ้นกู้ หรือ ขายของโดยหลอกลวงประชาชนถึงแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือปริมาณ จะมีโทษจำคุกและโทษปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ โดยมีเจ้าพนักงานที่มีอำนาจในการสืบสวนคดีเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายดังกล่าว (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2560)

- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัตินี้เป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจและบทลงโทษหากมีการฝ่าฝืน กฎหมายนี้รับรองสิทธิของผู้บริโภค 5 ประการ ประกอบด้วย สิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและเพียงพอ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย โดยมีการระบุไว้ในมาตราต่าง ๆ โดยมีการมอบหมายให้มีคณะกรรมการต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ทำหน้าที่ควบคุมการโฆษณาและการนำเสนอที่มุ่งหาประโยชน์ทางธุรกิจ เพื่อป้องกันความเสียหายจากการกล่าวอ้างที่ไม่เป็นความจริง ซึ่งมีการระบุประเภทของข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมหรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวม เช่น ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง และข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ และยังกำหนดให้มีการเปิดเผยรายละเอียดของผู้ประกอบธุรกิจที่สำคัญต่อผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภครับทราบกิจกรรมและผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทโดยรวมก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ อีกทั้งยังมีการคุ้มครอง

ผู้บริโภคนั้นด้านฉลาก โดยระบุให้ฉลากสินค้าต้องใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และต้องระบุข้อมูลสำคัญ

หากมีการฝ่าฝืนคณะกรรมการฯ มีอำนาจในการแก้ไขข้อความหรือวิธีการโฆษณา ห้ามการใช้ข้อความห้ามการโฆษณา บังคับให้จัดทำโฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด การระงับโฆษณาชั่วคราวเพื่อดำเนินการพิสูจน์ความจริง และการยกเลิกฉลาก โดยชนิดของบทลงโทษมีการจำคุกหรือการจ่ายค่าปรับ หรือได้รับโทษทั้งจำคุกและจ่ายค่าปรับ (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2562)

อีกทั้งพระราชบัญญัติดังกล่าวยังมีกฎหมายลำดับรองที่ช่วยกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภคดังนี้

1) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ฯ พ.ศ. 2565 (ประกาศแนวทางโฆษณา 2565)

ประกาศดังกล่าวมีการกำหนดให้การโฆษณาจะต้องตรงกับสินค้าหรือบริการที่ขายจริง อีกทั้งยังกำหนดให้ต้องมีกระบวนการพิสูจน์ความจริงจากเอกสารหลักฐาน หรือข้อมูลยืนยันข้อความโฆษณาที่เป็นการยืนยันข้อเท็จจริง การเปรียบเทียบคุณสมบัติ หรือการอ้างอิงจากรายงานทางวิชาการ สถิติ และการรับรอง โดยมีการกำหนดให้มีระยะเวลาในการพิสูจน์ความจริงอย่างชัดเจน หากไม่สามารถปฏิบัติตามได้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาสามารถดำเนินการลงโทษที่ระบุตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยชนิดของบทลงโทษมีการจำคุกหรือการจ่ายค่าปรับ หรือทั้งจำคุกและจ่ายค่าปรับ (คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา, 2565)

2) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง แนวทางโฆษณาสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ประกาศ สคบ. 2522)

ประกาศดังกล่าวมีการกำหนดให้การโฆษณาจะต้องมีความชัดเจนและไม่ทำให้ผู้บริโภคหลงผิดในสาระสำคัญ หากมีการอ้างถึงผลการทดลอง ให้ระบุผลการทดสอบ ทดลอง สถานที่ทดลอง องค์กรที่ดำเนินการทดลอง และเวลาที่ดำเนินการทดลองให้ชัดเจนในโฆษณา อีกทั้งยังกำหนดให้พิจารณาความเข้าใจของผู้บริโภคเป็นหลักในการตีความข้อความโฆษณา คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินการลงโทษที่ระบุตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยชนิดของบทลงโทษมีการจำคุกหรือการจ่ายค่าปรับ หรือทั้งจำคุกและจ่ายค่าปรับ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2551)

- พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค โดยสร้างกระบวนการพิจารณาคดีที่มีประสิทธิภาพเพื่อยุติข้อพิพาทอย่างเป็นธรรม โดยมีการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาซึ่งระบุว่า คำกล่าวอ้างโฆษณา หรือการกระทำใด ๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าจะได้รับประโยชน์เพิ่มเติม ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา เพื่อให้ขยายความคุ้มครองของกฎหมายนี้ให้ครอบคลุมไม่เพียงแต่สัญญาที่เป็นลายลักษณ์

อักษรเท่านั้นแต่รวมถึงสัญญาปากเปล่าด้วย อีกทั้งยังกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ในการพิสูจน์ข้อเท็จจริงหากมีข้อพิพาทด้านการผลิต การประกอบ การออกแบบ หรือส่วนผสมของสินค้า โดยศาลยุติธรรม และเจ้าพนักงานคดีมีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว หากฝ่าฝืนจะต้องจ่ายค่าปรับตามที่กฎหมายกำหนด (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

จากการทบทวนวรรณกรรมกฎหมายไทยเกี่ยวกับการกำกับดูแลในประเด็นสิทธิของผู้บริโภค คณะวิจัยพบว่ากฎหมายทั้งหมดข้างต้นมีการกำหนดกฎเกณฑ์ในการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทของพฤติกรรมที่คุ้มครอง รวมถึงบทลงโทษอย่างชัดเจน ถึงกระนั้นยังไม่มีตัวกฎหมายที่ครอบคลุมเรื่อง “การฟอกเขียว” อย่างชัดเจน โดยสามารถออกประกาศหรือนิยามเรื่องการฟอกเขียวเฉพาะอย่างชัดเจนในอนาคต หรือปรับปรุงเนื้อหาในกฎหมายข้างต้นให้ครอบคลุมการฟอกเขียวได้ เช่น การกำหนดประเภทและลักษณะข้อความโฆษณา การระงับโฆษณา การแก้ไขข้อความโฆษณา การพิสูจน์ข้อความโฆษณา การกำหนดให้เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญของผู้ประกอบการ รวมถึงการทำสัญญากับผู้บริโภคที่ครอบคลุมไปถึงสัญญาที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร

2.4.2 การกำกับดูแลในประเด็นการลงทุน

ในส่วนนี้จะเน้นถึงกฎหมายและนโยบายไทยที่ใช้ในการพัฒนาตลาดทุนของประเทศไทยให้มีเสถียรภาพและโปร่งใส โดยมีการกำกับดูแลการกระทำที่ไม่เป็นธรรมในการดำเนินการขายหลักทรัพย์มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อคุ้มครองนักลงทุน

- พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

กฎหมายนี้เน้นถึงกฎระเบียบในการดำเนินงานในตลาดหลักทรัพย์ โดยมีการกล่าวถึงการกระทำอันไม่เป็นธรรมในการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งมีการระบุห้ามเผยแพร่หรือรับรองข้อความอันเป็นเท็จที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง บริษัทออกหลักทรัพย์ซึ่งจะมีผลต่อราคาหลักทรัพย์และการตัดสินใจในการลงทุน และยังได้มีการห้ามวิเคราะหหรือคาดการณ์ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับบริษัทออกหลักทรัพย์ที่เปิดเผยต่อประชาชน โดยใช้ข้อมูลอันเป็นเท็จหรือบิดเบือน ซึ่งจะมีผลต่อราคาหลักทรัพย์และการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันกฎหมายหลักทรัพย์ดังกล่าวยังไม่มีการกล่าวถึงประเด็นด้านการฟอกเขียวอย่างชัดเจน ถึงกระนั้นกฎหมายฉบับนี้มีการระบุถึงการห้ามเผยแพร่ ยืนยัน และส่งต่อข้อมูล การคาดการณ์ และการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือบิดเบือน หรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดกับนักลงทุน และประชาชน ซึ่งในส่วนนี้สามารถครอบคลุมถึงการฟอกเขียวได้ในอนาคต หากมีการออกประกาศหรือนิยาม “การฟอกเขียว” เป็นส่วนหนึ่งของแนวปฏิบัติด้านการเปิดเผยข้อมูล ESG ให้บริษัทจดทะเบียนปฏิบัติตามอย่างชัดเจน

ตารางที่ 3 สรุปกฎหมายกำกับดูแลพฤติกรรมกรรมการฟอกเขียวในต่างประเทศ

ประเทศ	หลักเกณฑ์/กฎหมาย	หน่วยงานกำกับดูแล	แนวทางปฏิบัติที่สำคัญในการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อม	การจัดการการฟอกเขียว
สหรัฐอเมริกา	คู่มือการปฏิบัติ/การกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม	หน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> ● การกล่าวอ้างถึงประเด็นทางสิ่งแวดล้อมต้องเป็นความจริง ไม่ใช่คำกำกวม ไม่ปิดบังหรือละเว้นข้อมูลสำคัญ ไม่สร้างความเข้าใจผิด และมีหลักฐานอ้างอิง ● <u>ข้อสังเกต</u> ● ลิงคโพรและออสเตรเลีย ครอบคลุมถึงรวมถึงการใช้ภาพประกอบต้องไม่สร้างความเข้าใจผิด 	<ul style="list-style-type: none"> ● สืบสวน ● พ้องร้องต่อศาลให้เลิกการกระทำ และปรับผู้กระทำผิด
สหราชอาณาจักร				
ลิงคโพร				
ออสเตรเลีย				
สหภาพยุโรป	<ul style="list-style-type: none"> ● กฎหมายส่งเสริมผู้บริโภคและปกป้องจากการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม 	หน่วยงานที่รัฐบาลแต่ละประเทศสมาชิกกำหนด	<ul style="list-style-type: none"> ● ห้ามการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมเป็นการทั่วไป เช่น การใช้คำว่า “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” หรือ “ธรรมชาติ” เป็นต้น เว้นแต่จะมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เป็นที่ยอมรับอ้างอิง 	<ul style="list-style-type: none"> ● ติดตามสถานการณ์สืบสวน และลงโทษผู้กระทำผิด
	<ul style="list-style-type: none"> ● ร่างกฎหมายการพิสูจน์และการสื่อสารการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน 		<ul style="list-style-type: none"> ● ก่อนเผยแพร่การกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณะ บริษัทที่มีการกล่าวอ้างต้องได้รับการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบอิสระ (verifier) ว่าการกล่าวอ้างนั้น ๆ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ตามกฎหมาย 	

ประเทศ	หลักเกณฑ์/กฎหมาย	หน่วยงานกำกับดูแล	แนวทางปฏิบัติที่สำคัญในการกล่าวอ้างทางสิ่งแวดล้อม	การจัดการการปกปิด
ไทย	<ul style="list-style-type: none"> ประกาศแนวทางโฆษณา 2565 	คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา	<ul style="list-style-type: none"> การโฆษณาจะต้องตรงกับสินค้าหรือบริการที่ขายจริง ต้องมีกระบวนการพิสูจน์ความจริงจากเอกสารหลักฐาน หรือข้อมูลยืนยันข้อความโฆษณาที่เป็นการยืนยันข้อเท็จจริง การเปรียบเทียบคุณสมบัติ หรือการอ้างอิงจากรายงานทางวิชาการ สถิติ และการรับรอง โดยมีการกำหนดให้มีระยะเวลาในการพิสูจน์ความจริงอย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีการกล่าวถึงการปกปิดอย่างเจาะจง
	<ul style="list-style-type: none"> ประกาศ สคบ. 2522 	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> การโฆษณาจะต้องมีความชัดเจนและไม่ทำให้ผู้บริโภคหลงผิดในสาระสำคัญ หากมีการอ้างถึงผลการทดลอง ให้ระบุผลการทดสอบ ทดลอง สถานที่ทดลอง องค์กรที่ดำเนินการทดลอง และเวลาที่ดำเนินการทดลองให้ชัดเจนในโฆษณา พิจารณาความเข้าใจของผู้บริโภคเป็นหลักในการตีความข้อความโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีการกล่าวถึงการปกปิดอย่างเจาะจง

ที่มา: รวบรวมและสรุปผลโดยคณะวิจัย

ในประเทศไทย คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจและหน้าที่ในการตรวจสอบและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจากการถูกล่วงละเมิดโดยการให้ข้อมูลอันเป็นเท็จหรือข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนอันจำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยคณะกรรมการดังกล่าวได้วางแนวทางการปฏิบัติในการให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคผ่านประกาศแนวทางโฆษณา 2565 และประกาศสคบ. 2522

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังขาดแนวปฏิบัติในการสื่อสาร หรือการให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคถึงคุณสมบัติทางสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการเป็นการเฉพาะ โดยพิจารณาจากกรณีของสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ และออสเตรเลียที่หน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศเหล่านี้ได้จัดทำคู่มือสำหรับภาคธุรกิจในการปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงการประพาดพิงที่เข้าข่ายการปกปิด โดยอาศัยการขยายความหลักการที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคที่มีบัญญัติไว้ในกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่เดิม ทำให้ภาคธุรกิจสามารถอ้างอิงคู่มือดังกล่าวในการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน และไม่เป็นการปกปิด ในกรณีที่ผู้บริโภค รวมถึงหน่วยงานกำกับดูแลก็สามารถใช้คู่มือดังกล่าวเป็นเครื่องมือเพื่อตรวจสอบการสื่อสาร และการเผยแพร่ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจที่เพื่อนำไปสู่การสืบสวน และลงโทษอย่างเป็นทางการต่อพฤติกรรม การปกปิดได้

ทั้งนี้ ยังมีแนวปฏิบัติที่เข้มงวดยิ่งขึ้นดังในกรณีของสหภาพยุโรปที่ได้ออกกฎหมายเพื่อห้ามการสื่อสารที่อ้างถึงคุณสมบัติทางสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการโดยไม่มีหลักฐานอ้างอิง รวมถึงจัดตั้งกลไกใหม่เพื่อทำหน้าที่พิจารณาและอนุมัติการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติทางสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการ ก่อนการเผยแพร่ต่อสาธารณะ อย่างไรก็ตาม การออกกฎหมายใหม่ดังกล่าวต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินการที่ยาวนานในการร่างและการเตรียมการบังคับใช้

ดังนั้น ประเทศไทยสามารถปรับปรุงกลไกการกำกับดูแลการให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคของภาคธุรกิจ เพื่อป้องกันการปกปิด โดยพิจารณาจากแนวทางในต่างประเทศดังกล่าวไปข้างต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกแนวปฏิบัติสำหรับการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งครอบคลุมถึงสินค้า บริการ และกิจกรรมทางธุรกิจโดยรวมของแต่ละองค์กร รวมไปถึงแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทพลังงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ให้มีความเข้มงวดและโปร่งใสมากขึ้น

2.5 พฤติกรรมการปกปิดของบริษัพลังงานในต่างประเทศ

2.5.1 The clean energy claims of BP, Chevron, ExxonMobil and Shell: A mismatch between discourse, actions and investments

Li, Trencher, & Asuka (2022) ศึกษาพฤติกรรมการปกปิดของบริษัทปิโตรเลียมสี่แห่ง ได้แก่ Chevron, ExxonMobil, BP, และ Shell โดยประเมินจากข้อมูลบริษัทเผยแพร่สาธารณะในช่วงปี 2009 ถึงปี 2020 ผลการศึกษาพบว่า บริษัทเหล่านี้มีการใช้วาทกรรม และให้คำมั่นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง

สภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนผ่านพลังงาน หรือพลังงานสะอาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามไม่ปรากฏว่าบริษัททั้งสี่ดำเนินธุรกิจอย่างสอดคล้องต่อคำมั่น และวาทกรรมที่เผยแพร่ต่อสาธารณะเหล่านั้น

ตัวอย่างเช่น BP ประกาศในปี 2019ว่าจะลดการลงทุนในเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยเพิ่มธุรกิจพลังงานสะอาด อย่างไรก็ตาม BP กลับขยายพื้นที่การสำรวจปิโตรเลียมในปีเดียวกัน และเพิ่มกิจกรรมการสกัดเชื้อเพลิงฟอสซิลในปีต่อมา ซึ่งขัดแย้งกับคำมั่นที่ประกาศต่อสาธารณะ ในทำนองเดียวกัน Shell ประกาศว่าจะลดการสำรวจปิโตรเลียมลงหลังปี 2025 แต่กลับพบการขยายพื้นที่สำรวจปิโตรเลียมของ Shell ในปี 2020 เสมือนว่าบริษัทเร่งรีบขยายกิจกรรมสำรวจให้ทันเส้นตายที่ประกาศ (Li, Trencher, & Asuka, 2022)

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของบริษัททั้งสี่ยังไม่พบแนวโน้มที่ชัดเจนของการเปลี่ยนผ่านไปสู่อุตสาหกรรมพลังงานสะอาด เช่น โดยเปรียบเทียบกับปี 2009 Shell และ Chevron มีปริมาณการผลิตน้ำมันและก๊าซธรรมชาติเพิ่มขึ้น BP และ Shell มีปริมาณสำรองน้ำมันเพิ่มขึ้น และ BP และ Chevron มีปริมาณสำรองก๊าซธรรมชาติเพิ่มขึ้น แม้บริษัททั้งสี่จะมีอัตราส่วนของ CAPEX จากธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิลต่อการลงทุนทั้งหมดที่ลดลงจากปี 2009 แล้วก็ตาม นอกจากนี้ Chevron, ExxonMobil, และ Shell มีอัตราส่วนรายได้จากเชื้อเพลิงฟอสซิลเพิ่มขึ้นหลังปี 2017 ในทางกลับกัน การลงทุนในพลังงานหมุนเวียนของทั้งสี่บริษัทยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก โดยอัตราส่วน CAPEX ของการลงทุนในพลังงานสะอาดจากการลงทุนทั้งหมดตลอดปี 2010 ถึงไตรมาส 3 ของปี 2018 โดย BP อยู่ที่ร้อยละ 2.30, Shell อยู่ที่ร้อยละ 1.33, Chevron อยู่ที่ร้อยละ 0.23 และ ExxonMobil อยู่ที่ร้อยละ 0.22 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทเหล่านี้ไม่ได้ลดความสำคัญของธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิล อีกทั้งยังไม่มี的增加ความสำคัญของธุรกิจพลังงานหมุนเวียนด้วย (Li, Trencher, & Asuka, 2022) จึงสรุปว่าบริษัทพลังงานทั้งสี่แห่งนี้มีพฤติกรรมฟอกเขียวจากการใช้วาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับ “ภูมิอากาศ” “คาร์บอนต่ำ” และ “การเปลี่ยนผ่าน” การให้คำมั่นต่อการลดคาร์บอน และการเพิ่มพลังงานสะอาด โดยปราศจากแผนการเปลี่ยนผ่านที่ชัดเจน

2.5.2 Greenwashing on Google: How Google Profits by Cleaning Big Oil's Reputation

Center for Countering Digital Hate (2022) ศึกษาการใช้บริการโฆษณาบน Google Search ของบริษัทปิโตรเลียมห้าแห่งได้แก่ BP, Shell, ExxonMobil, Chevron, และ Aramco โดยคัดเลือกเฉพาะผลการค้นหาที่มาจากโดเมนในสหรัฐอเมริกา และครอบคลุมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2020 ถึง 31 สิงหาคม 2022

ผลการศึกษาพบว่าบริษัททั้งห้าแห่งซื้อโฆษณาจาก Google เพื่อให้เว็บไซต์ของตนถูกนำเสนอขึ้นมาเป็นลำดับแรกในผลการค้นหา ด้วยงบประมาณรวมกันกว่า 23.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในจำนวนนี้ถูกนำไปใช้เป็นงบโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะฟอกเขียวให้กับบริษัทเป็นมูลค่าถึง 10.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีรูปแบบ คือ การเชื่อมโยงคำสำคัญหรือข้อความในการค้นหาที่สื่อถึงความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เข้ากับเว็บไซต์ของบริษัท เช่น “เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” หรือ “รอยเท้าคาร์บอนต่ำ” (low carbon footprint) เป็นต้น

และประเมินว่าผลการค้นหาภายใต้การโฆษณาของบริษัทเหล่านี้ถูกพบเห็นกว่า 58.6 ล้านครั้งในระยะเวลาสองปี (Center for Countering Digital Hate, 2022)

การกระทำดังกล่าวเข้าข่ายพฤติกรรมฟอกเขียวจากการสร้างความเข้าใจผิดกับผู้ค้นหาบน Google Search ว่ากิจกรรมทางธุรกิจของบริษัททั้งห้ามีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม และหลอกลวงสาธารณชนเกี่ยวกับบทบาทที่แท้จริงของบริษัทที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาจากข้อเท็จจริงว่าบริษัททั้งห้าเป็นหนึ่งในผู้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 14.38 ของการปล่อยก๊าซทั้งหมดนับจากปี 1965 ตามการประเมินของสถาบันความรับผิดชอบต่อภูมิอากาศ (Climate Accountability Institute) (Center for Countering Digital Hate, 2022)

2.5.3 Three Shades of Greenwashing – Greenpeace Netherlands (2022)

Greenpeace Netherlands ได้ติดตาม รวมถึงวิเคราะห์ว่ากิจกรรมและการบิดเบือนข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศ โดยวิเคราะห์เนื้อหาของบริษัทผู้ผลิตเชื้อเพลิงฟอสซิล ผู้ผลิตยานยนต์ และสายการบินรายใหญ่ในสหภาพยุโรปจำนวน 22 แห่ง ที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์ม Facebook, Instagram, TikTok, Twitter และ YouTube ในช่วงฤดูร้อนปี 2022 ทั้งในรูปแบบข้อความและรูปภาพจากเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียแบบออร์แกนิก (เนื้อหาที่ถูกเผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการโปรโมต เช่น โพสต์บทความบนโซเชียลมีเดียโดยไม่ซื้อโฆษณา ลิงก์ข่าวในเพจองค์กรแบบไม่โปรโมต เป็นต้น) จำนวน 2,325 รายการ (Supran, Hickey, Dowling, & Richards, 2022)

ผลการวิจัยพบว่าบริษัทส่วนใหญ่ โดยเฉพาะบริษัทเชื้อเพลิงฟอสซิล นำเสนอเนื้อหาสีเขียว นวัตกรรมสีเขียว เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับบริษัท สวนทางการนำเสนอเนื้อหาการดำเนินธุรกิจตามปกติ ซึ่งมีพื้นที่น้อยกว่าอย่างชัดเจน นอกจากนี้ เนื้อหาที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศหรือภาวะโลกร้อนของบริษัทเหล่านี้มีจำนวนน้อยมาก แม้ว่าจะอยู่ในช่วงที่ยุโรปเผชิญคลื่นความร้อน ภัยแล้ง และไฟป่าอย่างรุนแรง ซึ่งงานวิจัยระบุว่าเป็น “ความเงียบด้านภูมิอากาศ” (climate silence)

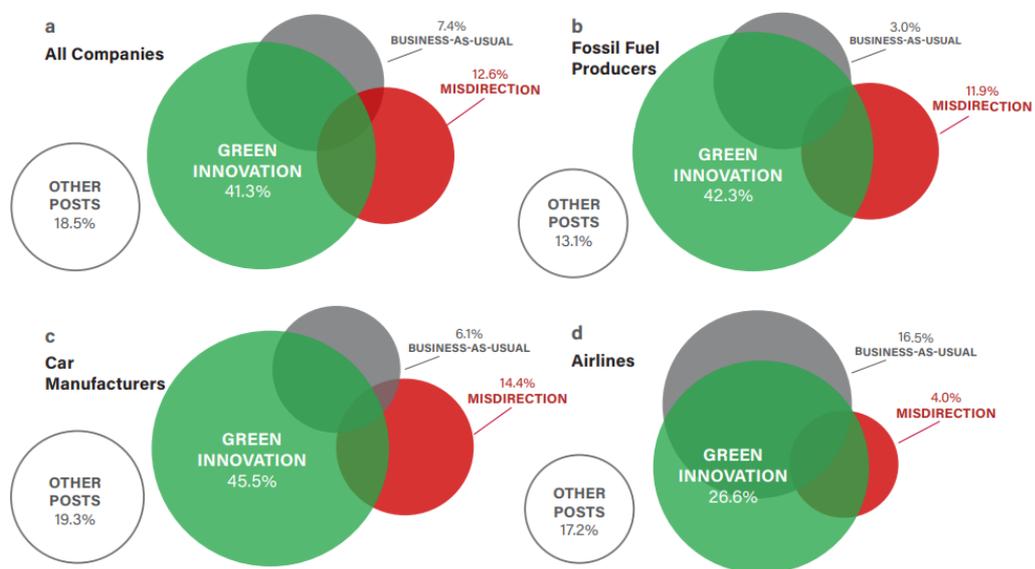
นอกจากนี้ยังพบเนื้อหาบางส่วนจากบริษัทเชื้อเพลิงฟอสซิล ผู้ผลิตยานยนต์ และสายการบินที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ประเด็นสังคม หรือแฟชั่น ซึ่งเป็นการดึงความสนใจของผู้รับสารไปสู่ประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัท เพื่อสร้างความชอบธรรมให้การดำเนินงานของบริษัท ทำให้แบรนด์มีความพิเศษและทันสมัย จัดเป็นการเบี่ยงเบนความสนใจ (misdirection) จากบทบาทและความรับผิดชอบต่อวิกฤตสภาพภูมิอากาศ

เมื่อวิเคราะห์การนำเสนอผ่านทางรูปภาพ พบการฟอกเขียวด้วยภาพธรรมชาติ (nature-rinsing หรือ executional greenwashing) โดยบริษัทเชื้อเพลิงฟอสซิลมีการใช้ภาพที่สื่อถึงธรรมชาติบนโซเชียลมีเดียเพื่อเสริมภาพลักษณ์ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของแบรนด์ อีกทั้งยังมีการใช้ภาพกลุ่มประชากรหลากหลายเพื่อเสริมภาพลักษณ์ (demographic greening and misdirection) โดยพบว่าบริษัทต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ผลิตรถยนต์ ยังมีการใช้ภาพของผู้หญิง ผู้ไม่จำกัดเพศตามกรอบเดิม (non-binary) ผู้ที่ไม่ใช่เชื้อชาติ

คอเคเซียน คนรุ่นใหม่ ผู้เชี่ยวชาญ นักกีฬา รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อสนับสนุนข้อความในเชิงนวัตกรรมสีเขียว และ/หรือ การเบี่ยงเบนประเด็นของตน

Greenpeace Netherlands ได้แบ่งประเภทรูปแบบการสื่อสารของบริษัทต่าง ๆ จากข้อค้นพบที่กล่าวมาข้างต้น โดยจำแนกเป็น 3 รูปแบบหลัก (Supran, Hickey, Dowling, & Richards, 2022) ได้แก่

1. **Green Innovation:** การนำเสนอเทคโนโลยีสะอาดหรือนวัตกรรมสีเขียว ที่สื่อว่าบริษัทใส่ใจประเด็นสิ่งแวดล้อม เป็นรูปแบบการสื่อสารของบริษัทที่พบมากที่สุดสำหรับทุกอุตสาหกรรมที่พิจารณา
2. **Misdirection:** การเบี่ยงเบนความสนใจไปยังประเด็นอื่น เช่น การนำเสนอเรื่องกีฬา แฟชั่นที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับธุรกิจหลัก
3. **Business-as-Usual:** การนำเสนอรายละเอียดการดำเนินงานสำหรับธุรกิจหลัก และผลลัพธ์ใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานดังกล่าว



รูปที่ 1 อัตราส่วนของเนื้อหาตามรูปแบบการสื่อสาร โดย (a) แสดงเนื้อหาทั้งหมดที่พิจารณา (b) ผู้ผลิตเชื้อเพลิงฟอสซิล (c) ผู้ผลิตยานยนต์ และ (d) สายการบิน

จากงานวิจัยดังกล่าวมีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

1. บริษัทเชื้อเพลิงฟอสซิลใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสื่อสารเรื่องนวัตกรรมสีเขียวอย่างเข้มข้น โดยมีสัดส่วนเนื้อหาสูงถึงร้อยละ 72 ของจำนวนเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม บริษัทเหล่านี้กลับลงทุนในเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำเพียงร้อยละ 1.7 ของงบลงทุนระหว่างปี 2010–2018 และร้อยละ 32–38 ในช่วงต้นปี 2022 ซึ่งต่ำกว่าที่บริษัทพยายามสื่อสารออกไปเกือบเท่าตัว นับเป็นตัวอย่างของการฟอกเขียวที่ชัดเจนทั้งในรูปแบบการกล่าวอ้างเกินจริง และการใช้ภาพ

ธรรมชาติเพื่อสร้างภาพสีเขียว ทำให้สาธารณชนเข้าใจผิดว่าองค์กรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าความเป็นจริง

2. บริษัทผู้ผลิตรถยนต์มักจะสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียว่ากำลังมุ่งสู่นวัตกรรมสีเขียว โดยเฉพาะการโฆษณาเครื่องยนต์ไฟฟ้า แต่ในความเป็นจริงยังมีสัดส่วนการขายรถยนต์ไฟฟ้าที่ต่ำมาก โดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 5-6 ของยอดขายรถในยุโรปปี 2021 และมีเพียงบางบริษัทเท่านั้น (เช่น Volkswagen, Mercedes-Benz) ที่เปิดเผยงบลงทุนด้านคาร์บอนต่ำชัดเจน ในขณะที่ร้อยละ 90 ของเนื้อหาในรูปแบบ Business-as-Usual ยังคงพูดถึงรถยนต์เครื่องยนต์สันดาปและภาพโรงงานแบบเดิม นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลที่เผยแพร่บนโซเชียลมีเดียกับพอร์ตโฟลิโอการขายของบริษัท พบว่ามีการสื่อสารเชิงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าความเป็นจริงถึง 3-12 เท่า สะท้อนว่าเนื้อหาส่วนใหญ่เน้นสร้างภาพลักษณ์สีเขียวมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจจริง
3. สายการบินต่าง ๆ ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบนวัตกรรมสีเขียว (green Innovation) (เนื้อหาจะเน้นภาพลักษณ์สีเขียว) และ Business-as-Usual (เนื้อหาสะท้อนธุรกิจเดิม เช่น ภาพเครื่องบิน) ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และมีความทับซ้อนกันของเนื้อหาที่มีทั้งสองรูปแบบการสื่อสารในอัตราส่วนที่มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น อย่างไรก็ตาม สายการบินแทบไม่มีเทคโนโลยีทางเลือกในการลดคาร์บอน จึงพึ่งพาภาพธรรมชาติเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียว ทำให้เข้าข่ายการฟอกเขียวในแนวปฏิบัติ (executional greenwashing) แม้หลายสายการบินจะกล่าวถึงการใช้เชื้อเพลิงการบินที่ยั่งยืน แต่สัดส่วนเชื้อเพลิงการบินที่ยั่งยืนยังคงต่ำมากเมื่อเทียบกับปริมาณเชื้อเพลิงทั้งหมด และประสิทธิภาพในการลดคาร์บอนยังคงเป็นที่ถกเถียง นอกจากนี้ หลายบริษัทได้ใช้ถ้อยคำ เช่น ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (eco-efficient) หรือ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูงสุด (greenest) ในการโฆษณา หรืออ้างว่าตนเป็นสายการบินที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งที่พื้นฐานธุรกิจยังอิงกับเชื้อเพลิงฟอสซิล ทำให้การสื่อสารเหล่านี้อาจสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

2.5.4 The Dirty Dozen – Greenpeace EU

Greenpeace EU ได้วิเคราะห์กิจกรรมและงบการเงินของบริษัทน้ำมันขนาดใหญ่ในยุโรปจำนวน 12 บริษัท ได้แก่ Shell, TotalEnergies, BP, Equinor, Eni, Repsol, OMV, PKN Orlen, MOL Group, Wintershall Dea, Petrol Group และ Ina Croatia (Bukold, 2023) จากผลการวิเคราะห์พบว่า ในปี 2022 บริษัทเหล่านี้มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 70 และกำไรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 75 อย่างไรก็ตาม การลงทุนของบริษัทเหล่านี้ถึงร้อยละ 92.7 ยังคงมุ่งสู่การขยายกิจกรรมด้านน้ำมันและก๊าซ ขณะที่การลงทุนด้านพลังงานที่ยั่งยืนหรือโซลูชันคาร์บอนต่ำ (low-carbon solutions) มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 7.3 เท่านั้น อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยอัตราส่วนการผลิตไฟฟ้าของทั้ง 12 บริษัท พบว่าอัตราส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนมีเพียงร้อยละ 0.3 เท่านั้น

ถึงแม้ว่าบริษัทต่าง ๆ มีการกล่าวถึงเทคโนโลยีเชื้อเพลิงชีวภาพขั้นสูง ไฮโดรเจนสีเขียว หรือก๊าซสะอาดอื่น ๆ แต่ในทางปฏิบัติแล้วสิ่งเหล่านี้มักจะถูกโยกให้เป็นหน้าที่ของอุตสาหกรรมอื่น ๆ โดยบริษัทน้ำมันจะเน้นการกล่าวถึงเป้าหมายการขายมากกว่าเป้าหมายการผลิตหรือลงทุนอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม อีกทั้งตัวเลือกทางเทคโนโลยีทั้งหมดยังมีจุดประสงค์เพื่อรองรับการขายรูปแบบธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิลของตนเองเป็นหลัก นอกจากนี้บริษัทส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นพึ่งพาเทคโนโลยีซึ่งประสิทธิภาพยังไม่ชัดเจน หรือผลลัพธ์ของเทคโนโลยียังเป็นที่ยกเถียงกันในปัจจุบัน เช่น การดักจับและกักเก็บคาร์บอน (Carbon Capture and Storage: CCS)⁴ หรือการชดเชยคาร์บอนมากกว่าการลดการปล่อยจริง ทำให้การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีนัยสำคัญเป็นไปได้ยาก และยิ่งพบว่าบางบริษัทมีการเปลี่ยนแนวทางไปสู่ธุรกิจปิโตรเคมีแทนการลดเชื้อเพลิง

บริษัทส่วนใหญ่ยังไม่มีการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศที่โปร่งใส แม้จะมีการกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero ในปี 2050 แต่เมื่อพิจารณาเชิงลึกจะพบว่าแทบไม่มีบริษัทใดที่มีแผนการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าวอย่างจริงจัง หลายบริษัทลดระดับความทะเยอทะยานลง โดยมุ่งเน้นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงานของตนเอง (ขอบเขต 1 และ 2) และใช้เทคโนโลยีดูดซับและกักเก็บคาร์บอน หรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในขณะที่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขายน้ำมันและก๊าซ (Scope 3) มักจะถูกกลบเกลื่อนหรือนิยามใหม่ โดยหันไปมุ่งลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซต่อหน่วยการผลิต (emission intensity) เช่น ต่อบาร์เรลน้ำมัน หรือต่อลูกบาศก์เมตรของก๊าซธรรมชาติ แทนที่จะลดปริมาณการปล่อยจริง นอกจากนี้ยังพบการเลื่อนเป้าหมายที่จะพยายามลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกไปหลังปี 2030 เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่ยังคงมีแผนคงระดับหรือเพิ่มกำลังการผลิตน้ำมันและก๊าซต่อไป

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เกิดช่องว่างที่กว้างขึ้นเรื่อย ๆ ระหว่างคำกล่าวอ้างหรือการประชาสัมพันธ์ของบริษัท กับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งช่องว่างนี้มักจะถูกกลบด้วยการฟอกเขียว (greenwashing) หลากหลายรูปแบบ เช่น การนิยามคำและตัวเลข หรือการนำเสนอผลลัพธ์ที่ทำให้เข้าใจผิด การซ่อนข้อมูลที่สำคัญไว้ในเชิงอรรถ เป็นต้น นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการใช้อำนาจล็อบบี้ทางการเมืองเพื่อขัดขวางหรือลดทอนนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศ อีกทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่ส่วนใหญ่ ยังไม่แสดงความสนใจต่อการเปลี่ยนผ่านพลังงาน เนื่องจากยังคงมองบริษัทน้ำมันเป็นแหล่งทำกำไรและปันผลระยะยาวในพอร์ตการลงทุนของตน เมื่อพิจารณาโดยรวมจึงยากที่จะคาดหวังให้บริษัทน้ำมันรายใหญ่ (International Oil Companies: IOCs) กลายเป็นผู้นำหรือแม้แต่ผู้มีบทบาทเชิงบวกในกระบวนการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นที่การลดขนาดอุตสาหกรรมน้ำมันทั้งในทางเศรษฐกิจและการเมืองอย่างเร่งด่วน และเหนือสิ่งอื่นใดคือการลดความต้องการใช้น้ำมันและก๊าซโดยรวดเร็วและจริงจัง

⁴ เทคโนโลยีดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตไฟฟ้า หรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ แล้วนำไปกักเก็บไว้ในโพรงใต้ดินเพื่อป้องกันไม่ให้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถูกปลดปล่อยสู่ชั้นบรรยากาศ (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2568)

2.5.5 กลยุทธ์การฟอกเขียวของ 9 บริษัทพลังงาน ในสายตา ClientEarth

ClientEarth ได้รวบรวมข้อมูลพฤติกรรมฟอกเขียวของบริษัทพลังงานขนาดใหญ่ 9 แห่ง ได้แก่ Saudi Aramco, Chevron, Drax, ExxonMobil, Equinor, INEOS, RWE, Shell และ TotalEnergies (ClientEarth, 2021) สรุปได้ 6 ประเด็นดังนี้

1. สร้างภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ฟอกเขียวที่พบได้บ่อย คือ การสื่อสารที่เน้นภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำเสนอ กิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ เช่น โครงการปลูกป่า หรือการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน ซึ่งมีสัดส่วนที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับขนาดของธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทพลังงานขนาดใหญ่มักประกาศ จุดยืนสนับสนุนความยั่งยืนและตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ แต่ในทางปฏิบัติพบว่าบริษัท เหล่านี้ยังคงลงทุนในโครงการเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างต่อเนื่อง อาทิ การขยายกำลังการผลิตน้ำมันและ ก๊าซ การเปิดเหมืองถ่านหินใหม่ หรือการจัดสรรงบประมาณส่วนใหญ่ให้กับธุรกิจฟอสซิล

ตัวอย่างเช่น Saudi Aramco เข้าร่วมโครงการความร่วมมือด้านสภาพภูมิอากาศ โดยบริษัทมีการปลูก ป่าชายเลนกว่า 5.3 ล้านต้น ซึ่งอ้างว่าสามารถดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้ราว 130,000 ตันต่อปี อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.008 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 3 ของบริษัทในปี 2019 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับผลกระทบที่แท้จริงจาก ธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิล นอกจากนี้ บริษัทยังขยายกำลังการผลิตน้ำมันดิบจากวันละ 12 ล้านบาร์เรลเป็น 13 ล้านบาร์เรลต่อวัน ซึ่งสวนทางกับเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศ (ClientEarth, 2021)

Equinor ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทจากเดิมคือ Statoil เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เป็น “บริษัทพลังงานที่ หลากหลาย” และประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงลงทุน ในน้ำมันและก๊าซในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 95 ของโครงสร้างพลังงานและตั้งเป้าเพิ่มการผลิตเชื้อเพลิงฟอสซิล จนถึงปี 2026 ขณะที่การลงทุนในพลังงานหมุนเวียนยังอยู่ในระดับต่ำมาก โดยมีเป้าหมายการผลิตเพียง 4–6 กิกะวัตต์ภายในปี 2026 ซึ่งสะท้อนว่า “พลังงานสะอาด” ยังไม่ใช่ธุรกิจหลักของบริษัทอย่างแท้จริง (ClientEarth, 2021)

RWE ประกาศเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ขณะเดียวกัน บริษัทยังเดินหน้า โครงการเหมืองถ่านหินลิกไนต์ในประเทศเยอรมนี และยังไม่กำหนดกรอบเวลาในการยุติการใช้ถ่านหินที่ชัดเจน ก่อนปี 2030 (ClientEarth, 2021)

2. การกล่าวอ้างถึงเทคโนโลยีช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

นอกจากนี้ บริษัทพลังงานมักกล่าวอ้างถึงเทคโนโลยีหรือแนวทางที่ยังไม่มีการพิสูจน์ความสามารถใน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพในระดับอุตสาหกรรม ทั้งในเชิงเทคนิค เศรษฐศาสตร์ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การดักจับและกักเก็บคาร์บอน การใช้เชื้อเพลิงสังเคราะห์ เป็นต้น การกล่าวอ้างถึง

เทคโนโลยีหรือแนวทางเหล่านี้ถือเป็นการฟอกเขียวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ว่าบริษัทมีความพร้อมต่อการมุ่งสู่เป้าหมายคาร์บอนเป็นศูนย์

ตัวอย่างเช่น Drax ดำเนินธุรกิจโรงไฟฟ้าชีวมวลขนาดใหญ่ในสหราชอาณาจักร บริษัทกำหนดเป้าหมาย “การปล่อยคาร์บอนเป็นลบ” (negative emissions) ผ่านการใช้เทคโนโลยีการดักจับคาร์บอนจากชีวมวล (Bioenergy with Carbon Capture and Storage: BECCS) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเทคโนโลยี BECCS ยังไม่มีการใช้งานจริงในระดับอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และมีข้อกังวลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดไม้ในระดับใหญ่เพื่อผลิตชีวมวลและประสิทธิภาพในการดักจับคาร์บอนที่ต่ำกว่าค่ากล่าวอ้าง เป็นต้น นอกจากนี้ การคำนวณรอยเท้าคาร์บอนของบริษัทยังละเลยการปล่อยคาร์บอนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งไม้จากทวีปอเมริกาเหนือและการเผาไหม้ชีวมวล ซึ่งทำให้การกล่าวอ้างเรื่องการปล่อยคาร์บอนเป็นลบขาดความน่าเชื่อถือและเข้าข่ายฟอกเขียว (ClientEarth, 2021)

กรณี TotalEnergies ระบุว่าบริษัทจะบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2050 โดยอาศัย “เทคโนโลยี CCS” และ “แนวทางอิงธรรมชาติ” (nature-based solutions) เช่น การปลูกป่า เพื่อดูดซับคาร์บอน อย่างไรก็ตาม ClientEarth ระบุว่าบริษัทไม่ได้มีแผนลดการผลิตเชื้อเพลิงฟอสซิลลงอย่างชัดเจน อีกทั้งยังจัดสรรงบประมาณกว่าร้อยละ 80 เพื่อผลิตน้ำมันและก๊าซ ขณะที่งบประมาณด้านพลังงานหมุนเวียนอยู่ในระดับต่ำ และไม่มี ความชัดเจนว่าการใช้เทคโนโลยี CCS และการปลูกป่าจะสามารถชดเชยปริมาณการปล่อยคาร์บอนจากกิจกรรมหลักของบริษัทได้มากนักน้อยเพียงใด (ClientEarth, 2021)

3. เลือกเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมเพียงบางส่วน

อีกหนึ่งพฤติกรรมที่เข้าข่ายการฟอกเขียวของบริษัทพลังงาน คือ การไม่เปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ซึ่งครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เช่น การเผาไหม้ น้ำมันโดยผู้บริโภค การปล่อยคาร์บอนจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เป็นต้น แม้ว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 จะเป็นแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ใหญ่ที่สุดในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมพลังงาน แต่บริษัทพลังงานกลับไม่เปิดเผยหรือนำมารวมในเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ไม่สามารถประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทได้อย่างครบถ้วน

ตัวอย่างเช่น INEOS ดำเนินธุรกิจด้านเคมีภัณฑ์และพลาสติก แต่ไม่ได้เปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้งานและการกำจัดผลิตภัณฑ์เคมีและพลาสติก การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนนี้ทำให้ไม่สามารถประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างโปร่งใส และเปิดช่องให้บริษัทอ้างถึง “ความยั่งยืน” โดยไม่ต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงในระยะยาว หรือบริษัท TotalEnergies ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2050 แต่ไม่นำการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ซึ่งเกิดจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีและโรงไฟฟ้าก๊าซมารวมไว้ในเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท ซึ่งถือเป็นการละเลยแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่

ใหญ่ที่สุดของบริษัท การกำหนดเป้าหมายที่ไม่ครอบคลุมจึงเป็นการสร้างภาพความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่ครบถ้วน และบ่งชี้ว่าบริษัทไม่ได้มีแผนลดคาร์บอนอย่างจริงจัง (ClientEarth, 2021)

4. การใช้คำหรือภาษาคลุมเครือ

การใช้ภาษาที่คลุมเครือ ซึ่งปรากฏในเอกสารประชาสัมพันธ์ รายงานความยั่งยืน หรือการโฆษณาของบริษัท อาทิ การไม่ให้คำจำกัดความที่ชัดเจน การขาดข้อมูลสนับสนุนว่าบริษัทดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างไร เป็นต้น เป็นเครื่องมือที่บริษัทใช้ในการพอกพูน ตัวอย่างคำที่มักพบบ่อย ได้แก่ “พลังงานสะอาด” “ความเป็นกลางทางคาร์บอน” “ความยั่งยืน” “การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์” ซึ่งหากไม่มีบริบทหรือรายละเอียดที่ชัดเจนก็อาจสร้างความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภคและนักลงทุนได้ การใช้ถ้อยคำเหล่านี้โดยไม่มีคำอธิบายที่ตรวจสอบได้เพื่อปกปิดความล้มเหลวในการเปลี่ยนแปลงเชิงลึกและสร้างความรู้สึกว่าบริษัทกำลังดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ทั้งที่ข้อเท็จจริงอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้น

ตัวอย่างเช่น Shell ใช้คำว่า “ขับเคลื่อนความก้าวหน้า” (powering progress) และ “อนาคตพลังงานที่สะอาดขึ้น” (cleaner energy future) อย่างแพร่หลายในกิจกรรมการตลาดและรายงานประจำปี แต่ไม่ได้ให้คำจำกัดความที่ชัดเจนว่า “พลังงานที่สะอาดขึ้น” หมายถึงอะไร เช่น ไม่ได้ระบุว่าสัดส่วนของพลังงานหมุนเวียนเมื่อเทียบกับฟอสซิลเป็นเท่าใด หรือไม่ได้ชี้แจงว่ามีการลดการปล่อยคาร์บอนต่อหน่วยพลังงานอย่างไร นอกจากนี้ บริษัทไม่ได้ระบุเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ใช้ประเมินว่าพลังงานของตน “สะอาด” เพียงใด เช่น ไม่อธิบายว่าพลังงานจากก๊าซธรรมชาติ (ซึ่งยังเป็นฟอสซิล) จัดเป็น “สะอาดขึ้น” เพราะเหตุใด และลดการปล่อยคาร์บอนจากถ่านหินได้มากเท่าใด เป็นต้น การใช้ภาษาคลุมเครือเหล่านี้อาจทำให้ประชาชนเข้าใจว่าบริษัทกำลังขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานอย่างจริงจัง ทั้งที่ในความเป็นจริง ปี 2023 บริษัทได้ลดการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนลง และขยายโครงการสำรวจ น้ำมันและก๊าซธรรมชาติในแหล่งใหม่เพิ่มเติม (ClientEarth, 2021)

RWE เป็นบริษัทพลังงานของประเทศเยอรมนีที่สื่อสารว่ากำลัง “เปลี่ยนผ่านสู่พลังงานหมุนเวียน” และระบุว่าก๊าซธรรมชาติสามารถทำหน้าที่เป็น “เชื้อเพลิงสะพาน” (bridge fuel) ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากถ่านหินสู่พลังงานสะอาด อย่างไรก็ตาม การระบุให้ก๊าซธรรมชาติเป็นพลังงานที่ “สะอาดกว่า” นี้ ขัดแย้งกับข้อค้นพบทางวิทยาศาสตร์ที่ระบุว่า ก๊าซธรรมชาติยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวนมาก โดยเฉพาะมีเทน ซึ่งมีศักยภาพในการทำให้โลกร้อนสูงกว่าก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การลงทุนอย่างต่อเนื่องของบริษัทในโรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติและโครงสร้างพื้นฐานด้านก๊าซจึงทำให้บริษัทถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าพอกพูน (ClientEarth, 2021)

5. ใช้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อชี้ให้เห็นความก้าวหน้า

การเลือกใช้วิธีเปรียบเทียบข้อมูลถึงความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งที่ข้อเท็จจริงไม่ได้สะท้อนความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง เช่น การใช้ปีฐานที่มีสถานการณ์ผิดปกติอย่างช่วงการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นปีที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจลดลงอย่างรุนแรง อาจทำให้เข้าใจได้ว่าบริษัทมีความก้าวหน้าในการเปลี่ยนผ่านพลังงาน ทั้งที่ในเชิงโครงสร้างอาจไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้นเลย

ตัวอย่างเช่น ExxonMobil ระบุว่าบริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมบางประเภทลงได้ในช่วงปี 2020 ถึง 2021 ซึ่งอาจดูเป็นสัญญาณของความก้าวหน้า อย่างไรก็ตาม เมื่อตรวจสอบรายละเอียดในรายงานของ ClientEarth พบว่าการลดลงดังกล่าว เกิดจากภาวะการผลิตที่ลดลงในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งทำให้กิจกรรมหลายประเภทชะลอตัวลงเป็นการชั่วคราว ไม่ใช่ผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพ หรือการเปลี่ยนผ่านเชิงนโยบายและเทคโนโลยีของบริษัท การใช้ค่าฐานปี 2020 จึงทำให้เห็นภาพว่ามีความเปลี่ยนแปลงมาก ทั้งที่ในความเป็นจริงไม่ได้เกิดจากการปรับปรุงเชิงระบบ (ClientEarth, 2021)

6. การประกาศสนับสนุนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมสากล

การประกาศสนับสนุนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ความตกลงปารีส (Paris Agreement) และการลดการปล่อยคาร์บอน แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่าบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องกับล๊อบบี้โดยต่อต้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมหรือสนับสนุนองค์กรที่ขัดขวางการดำเนินการตามเป้าหมายด้านภูมิอากาศ เช่น การคัดค้านกฎหมายจำกัดการปล่อยคาร์บอนหรือกฎระเบียบด้านพลังงานหมุนเวียน บริษัทมักจะสื่อสารว่าให้การสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านพลังงาน แต่ในเบื้องหลังกลับดำเนินการเพื่อชะลอหรือบ่อนทำลายนโยบายที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

ตัวอย่างเช่น Chevron และ ExxonMobil มีประวัติสนับสนุน American Petroleum Institute (API) ซึ่งเป็นสมาคมอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการคัดค้านมาตรการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในสหรัฐอเมริกา เช่น การต่อต้านกฎหมายจำกัดการปล่อยก๊าซมีเทน กฎระเบียบด้านเชื้อเพลิงสะอาด แต่ในช่องทางการสื่อสารของบริษัททั้งสองบริษัทประกาศสนับสนุนความตกลงปารีสและยอมรับว่าการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานเป็นสิ่งจำเป็น แต่การสนับสนุนองค์กรที่มีท่าทีขัดแย้งกับเป้าหมายเหล่านี้สะท้อนความไม่สอดคล้องระหว่างคำพูดกับการกระทำของบริษัท (ClientEarth, 2021)

TotalEnergies เผชิญการฟ้องร้องหลายคดีในประเทศฝรั่งเศสจากทั้งองค์กร NGO และรัฐบาลท้องถิ่น เนื่องจากเพิกเฉยต่อผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศและไม่เปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการน้ำมันในประเทศยูกันดาและประเทศแทนซาเนีย นอกจากนี้ ยังเคยถูกตัดสินให้รับผิดชอบจากการเกิดน้ำมันรั่วในอ่าวบิสเคย์ในปี 1999 ซึ่งถือเป็นหนึ่งในภัยพิบัติทางสิ่งแวดล้อมที่ร้ายแรงที่สุดของประเทศฝรั่งเศส แต่ในปี 2021 บริษัทได้ลาออกจาก API โดยให้เหตุผลว่าไม่เห็นด้วยกับจุดยืนของ API ที่คัดค้านความตกลงปารีส แต่ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน บริษัทกลับใช้การล๊อบบี้เพื่อสนับสนุนให้เชื้อเพลิงฟอสซิล (โดยเฉพาะก๊าซธรรมชาติ) ถูกจัดให้เป็น "กิจกรรมที่ยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม" ในกฎหมาย EU Taxonomy ด้านการเงินสีเขียว การกระทำที่ย้อนแย้งนี้สะท้อนว่าบริษัทอาจใช้การแสดงท่าทีด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันจากผู้ลงทุน ขณะเดียวกันยังคงดำเนินกลยุทธ์สนับสนุนธุรกิจฟอสซิลในเชิงโครงสร้างต่อไป (ClientEarth, 2021)

ตารางที่ 4 ข้อค้นพบจากการทบทวนงานวิจัยพฤติกรรมการฟอกเขียวในต่างประเทศ

ประเด็นข้อค้นพบ	รายละเอียด
1. การลงทุนยังเน้นฟอสซิลเป็นหลัก	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทน้ำมันและพลังงานส่วนใหญ่ยังจัดสรรงบลงทุนกว่าร้อยละ 90 ไปที่ธุรกิจน้ำมันและก๊าซ ขณะที่สัดส่วนพลังงานหมุนเวียนหรือนวัตกรรมคาร์บอนต่ำยังอยู่ในระดับต่ำมาก (เฉลี่ยเพียงร้อยละ 1-7 ของ CAPEX) - ข้อค้นพบชี้ว่า บริษัทพลังงานสื่อสารเรื่องการเปลี่ยนผ่านพลังงานแต่โครงสร้างการลงทุนจริงไม่ได้เปลี่ยนแปลง
2. ช่องว่างระหว่างคำพูดกับการกระทำ	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทประกาศเป้าหมาย Net Zero และอ้างความมุ่งมั่นด้านสิ่งแวดล้อมแต่การดำเนินงานจริงกลับสวนทาง เช่น การขยายสำรวจ หรือการเพิ่มกำลังผลิตฟอสซิล - งานวิจัยหลายชิ้นพบการใช้วาทกรรมเพื่อสร้างภาพ แต่ไม่มีหลักฐานของการปรับตัวเชิงโครงสร้าง
3. การอ้างเทคโนโลยีที่ยังไม่มีข้อพิสูจน์ผลลัพธ์	<ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยี CCS, BECCS หรือเชื้อเพลิงทางเลือก (biofuel, hydrogen) ถูกนำมาใช้เป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยบรรลุเป้าหมาย Net Zero ขององค์กร - แต่เทคโนโลยีเหล่านี้ยังมีข้อจำกัดทางเทคนิค และยังไม่พร้อมใช้จริงในระดับอุตสาหกรรม
4. เลือกตัวชี้วัดที่ไม่สะท้อนผลการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทพลังงานบางแห่งเลือกใช้ตัวชี้วัดรูปแบบความเข้มข้นการปล่อยก๊าซฯ แทนการตั้งเป้าหมายเชิงปริมาณ ที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าสามารถลดการปล่อยก๊าซฯ ได้ตามเป้าที่ตั้งไว้
5. การใช้ถ้อยคำคลุมเครือและการสร้างภาพสีเขียว	<ul style="list-style-type: none"> - งานวิจัยหลายชิ้นพบการใช้ถ้อยคำที่สื่อถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมด้านบวก เช่น พลังงานสะอาด คาร์บอนต่ำ โดยไม่ระบุเกณฑ์การวัดผลหรือหลักฐานประกอบที่ชัดเจน - บริษัทจำนวนมากใช้โฆษณาออนไลน์ (Google Ads) และโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่สื่อที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวก - พบการใช้ภาพธรรมชาติ บุคคลที่หลากหลาย และประเด็นกีฬาหรือแฟชั่นเพื่อเบี่ยงเบนความสนใจจากธุรกิจฟอสซิล
6. การใช้อำนาจทางการเมืองและการล็อบบี้	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทพลังงานบางส่วนประกาศสนับสนุนความตกลงปารีสและเป้าหมายสิ่งแวดล้อมระดับนานาชาติ แต่กลับสนับสนุนองค์กรที่ต่อต้านกฎหมายควบคุมคาร์บอน หรือผลักดันให้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงที่ยั่งยืน

ประเด็นข้อค้นพบ	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อค้นพบข้างต้นบ่งชี้ว่า การให้ค้ำประกันด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทพลังงานที่พึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นหลักยังขาดความน่าเชื่อถือ และสะท้อนการปกป้องธุรกิจฟอสซิลในเชิงโครงสร้าง

ที่มา: รวบรวมและสรุปผลโดยคณะวิจัย

บทที่ 3 การสังเคราะห์พฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย

3.1 ระเบียบวิธีที่ใช้ในการประเมินพฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย

คณะวิจัยสังเคราะห์ระเบียบวิธีวิจัยจากผลการทบทวนวรรณกรรมที่นำเสนอในบทที่ 2 สามารถจัดกลุ่มพฤติกรรมฟอกเขียวได้ 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ

กลุ่มพฤติกรรมฟอกเขียวประเภทนี้มีลักษณะการกล่าวอ้างเพื่อสะท้อนการสร้างภาพลักษณ์เขียว โดยไม่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างหรือการดำเนินการจริง (symbolic action) ซึ่งหมายถึงการใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่มีลักษณะทั่วไป กำกวม หรือไม่สามารถตรวจสอบได้ อาจทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจว่าองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ในความเป็นจริงไม่สามารถประเมินได้ว่าได้ดำเนินการจริงหรือไม่ โดยบริษัทหรือองค์กรพยายามสื่อสารว่ามีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ได้ให้รายละเอียดหรือหลักฐานที่ชัดเจน ครอบคลุมพฤติกรรมฟอกเขียวประเภทนี้ เช่น อ้างว่า “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยไม่มีข้อมูลหรือเกณฑ์รองรับ

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการตั้งเป้าหมายหรือมีนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือหรือไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน เช่น ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ แต่ไม่มีรายละเอียดของแผนปฏิบัติที่ชัดเจน รวมถึงไม่มีการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง หรือเลื่อนเป้าหมายไปเรื่อย ๆ ไปจนถึงการเปลี่ยนวิธีประเมินผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายง่ายขึ้น โดยเป้าหมายหรือนโยบายดังกล่าวปรากฏในรายงานเว็บไซต์ หรือเอกสารของบริษัท ซึ่งบริษัทสามารถนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ได้โดยปราศจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการนำเสนอ

2. การหลอกลวง

กลุ่มพฤติกรรมฟอกเขียวประเภทนี้สะท้อนถึง “การบิดเบือน” (disinformation) ที่อาจทำให้ผู้บริโภค นักลงทุน หรือผู้กำหนดนโยบายเข้าใจผิดเกี่ยวกับความจริงของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมีลักษณะพฤติกรรมในการสื่อสารข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือทำให้เข้าใจผิด โดยใช้วิธีการอ้างอิงฉลากหรือมาตรฐานที่ไม่มีอยู่จริง หรืออ้างมาตรฐานการรับรองด้านความยั่งยืนที่ไม่เข้มงวดและ ไม่สอดคล้องกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทในบางอุตสาหกรรม

3. การเบี่ยงประเด็น

สร้างภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะที่หลีกเลี่ยงไม่เปิดเผยข้อมูลเชิงลบที่มีนัยสำคัญต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การกระทำในลักษณะนี้มักถูกใช้เพื่อสร้างความเข้าใจว่าองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ในทางปฏิบัติยังคงมีการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง โดยแบ่งเป็นพฤติกรรมฟอกเขียว 6 รูปแบบ

- 1) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม หมายถึง การรายงานหรือสื่อสารเฉพาะข้อมูลด้านบวกขององค์กร เช่น การใช้พลังงานหมุนเวียนในบางหน่วยงาน หรือโครงการ

CSR ขนาดเล็ก ขณะที่ละเว้นไม่กล่าวถึงผลกระทบหลักที่มีขนาดใหญ่กว่า เช่น การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตไฟฟ้าหรือการลงทุนในเชื้อเพลิงฟอสซิล การเลือกเปิดเผยข้อมูล เช่นนี้ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจผิดว่าองค์กรมีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่าความเป็นจริง เช่น บริษัทพลังงานรายงานเฉพาะสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนในสำนักงานใหญ่ แต่ไม่เปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโรงไฟฟ้าถ่านหินที่เป็นธุรกิจหลัก

- 2) **การอ้างความเชี่ยวชาญในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ** เป็นการหยิบยกประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับผลกระทบหลักด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร หรือเป็นเรื่องที่กฎหมายบังคับใช้ อยู่แล้วมาสื่อสารในเชิงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืน เช่น การโฆษณาว่าผลิตภัณฑ์ปลอดสารที่กฎหมายห้ามใช้อยู่แล้ว การกระทำนี้จึงไม่ได้แสดงถึงความพยายามจริงขององค์กรในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่เป็นเพียงการใช้ข้อเท็จจริงเล็กน้อยมาขยายผลเกินจริง
- 3) **ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง** หมายถึง ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างสิ่งที่องค์กรประกาศ เช่น การประกาศเป้าหมายหรือพันธะสัญญาเชิงสิ่งแวดล้อม เปรียบเทียบกับสิ่งที่องค์กรปฏิบัติจริงทั้งในเบื้องหน้าและเบื้องหลัง ตัวอย่างเช่น บริษัทประกาศสนับสนุนข้อตกลงปารีสแต่มีส่วนร่วมในกลุ่มธุรกิจที่ล้าสมัยต่อต้านนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศ พฤติกรรมเช่นนี้แสดงถึงความไม่สอดคล้อง (misalignment) ระหว่างคำพูดกับการกระทำ
- 4) **การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง** หมายถึง การนำเทคโนโลยีใหม่ หรือมาตรการชดเชยคาร์บอน (carbon offset) มาใช้เป็นข้ออ้างในการสร้างภาพว่าองค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายสิ่งแวดล้อมได้ โดยไม่มุ่งเน้นการลดการปล่อยที่แหล่งกำเนิดจริง การกระทำเช่นนี้อาจสร้างความเข้าใจผิดว่าการชดเชยคาร์บอน หรือการอ้างถึงการใช้เทคโนโลยีที่ยังไม่พร้อมใช้ในเชิงพาณิชย์สามารถทดแทนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งปล่อยหลักขององค์กร
- 5) **การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร** หมายถึง การสื่อสารหรือออกแบบโครงการที่โยนความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมไปให้กับผู้บริโภค คู่ค้า หรือบุคคลภายนอกองค์กร ขณะที่องค์กรเองไม่ได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจหรือกระบวนการผลิตที่เป็นปัญหา การผลักภาระเช่นนี้ทำให้องค์กรสามารถสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่ต้องลงทุนหรือลดผลกระทบในห่วงโซ่คุณค่าหลักของตน
- 6) **การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด** หมายถึง การใช้คำศัพท์ทางเทคนิคที่ซับซ้อน หรือการใช้สัญลักษณ์ สี และภาพเชิงสื่อความหมาย เช่น สีเขียว ใบไม้ ป่าไม้ เพื่อสร้างความรู้สึกเชิงบวกต่อผู้บริโภค โดยไม่ได้มีมาตรการ

สิ่งแวดลอมจริงรองรับ การใช้ถ้อยคำหรือภาพลักษณ์ในลักษณะนี้จึงเป็นการชี้แนะให้เข้าใจผิด (misleading communication) เกี่ยวกับความเชื่อของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ตารางที่ 5 การสรุปการจำแนกพฤติกรรมการพอกเซียว

หมวดพฤติกรรม	รูปแบบพฤติกรรมที่เข้าข่าย
การกล่าวอ้างที่คลุมเครือ	คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วague เปล่า หรือไร้หลักฐาน หรือการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือหรือไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน
การหลอกลวง	การใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม
การเบี่ยงประเด็น	การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ
	การอ้างความเชื่อในบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ
	ความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง
	การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง
	การผลักภาระไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร
	การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

ที่มา: สรุปผลโดยคณะวิจัย (2025)

3.2 ข้อค้นพบของการประเมินพฤติกรรมการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย

3.2.1 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

กฟผ. เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของกระทรวงพลังงาน และกระทรวงการคลัง โดยประกอบธุรกิจผลิต จัดให้ได้มา และจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้แก่การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ผู้ใช้ไฟฟ้าอื่นตามกฎหมายกำหนด และประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับกิจการไฟฟ้าอื่น ๆ เช่น ธุรกิจวิศวกรรมและก่อสร้างโรงไฟฟ้าและระบบส่ง ธุรกิจเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้า ธุรกิจโซลูชันพลังงานไฟฟ้า และธุรกิจโซลูชันยานยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ กฟผ. ยังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัทพลังงานซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (ถือหุ้นร้อยละ 45) และบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) (ถือหุ้นร้อยละ 25.41) (กฟผ., 2568)

ข้อมูล ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2568 กฟผ. มีกำลังการผลิตตามสัญญา 16,235.02 เมกะวัตต์ แบ่งเป็นพลังความร้อนรวมร้อยละ 51.74 พลังความร้อนร้อยละ 22.71 พลังงานหมุนเวียน (พลังน้ำ, พลังงานแสงอาทิตย์, พลังงานลม, และพลังความร้อนใต้พิภพ) ร้อยละ 19.36 และอื่น ๆ ร้อยละ 6.19 นอกจากนี้ กฟผ. ซื้อไฟฟ้าจากผู้ผลิตเอกชนภายในประเทศ 28,765.88 เมกะวัตต์ และซื้อจากต่างประเทศ 6,234.9 เมกะวัตต์ (กฟผ., 2568) โดยในปี 2567 กฟผ. มีรายได้รวม 719,648 ล้านบาท จำแนกเป็นรายได้จากการขายไฟฟ้า ร้อยละ 96.07 รายได้จากการขายสินค้าและบริการอื่นร้อยละ 3.76 และรายได้จากสัญญาเช่าการเงินร้อยละ 0.17 ทั้งนี้ กฟผ. มีต้นทุนจากการซื้อไฟฟ้าจากผู้ผลิตเอกชนและประเทศเพื่อนบ้าน 245,902 ล้านบาท (กฟผ., 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กฟผ. กำหนดเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศขององค์กรโดยลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพลังงานไฟฟ้าสุทธิที่ผลิตได้ร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2564) และบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2593 โดยมีมาตรการหลักเพื่อบรรลุเป้าหมายดังนี้

1. การจัดการตั้งแต่ต้นกำเนิด (Sources Transformation) โดยมุ่งเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในการผลิตไฟฟ้า รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกและโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล และการพยากรณ์เพื่อสนับสนุนการขยายกำลังการผลิตพลังงานหมุนเวียน การพัฒนาระบบส่งให้มีความทันสมัย (Grid Modernization) เพื่อสร้างความยืดหยุ่นให้กับระบบไฟฟ้า และการใช้เทคโนโลยีกักเก็บพลังงาน
2. การดูดซับเก็บกักคาร์บอน (Sink Co-creation) โดยศึกษาการใช้เทคโนโลยี CCUS
3. กลไกการสนับสนุนโครงการชดเชยและหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Support Measures Mechanism) โดยส่งเสริมการลดการใช้ไฟฟ้าของประชาชนผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า เบอร์ 5 และการพัฒนา EV Business Solutions โดยเชื่อมโยง

ระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ไฟฟ้าทั้งหมดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เป็นต้น (กฟผ., 2568)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ กฟผ. รวม 126.33 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ (tCO₂e) (ขอบเขตที่ 1, 2, และ 3) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.24 จากปีฐาน เนื่องจากมีการเพิ่มข้อมูลกิจกรรมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในขอบเขตที่ 3 ในส่วนของการประเมินความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพลังงานไฟฟ้าสุทธิที่ผลิตได้ (Greenhouse Gas Emission Intensity of Electricity Production)

ปริมาณการปล่อยก๊าซขอบเขตที่ 1 อยู่ที่ 34.88 ล้าน tCO₂e และขอบเขตที่ 2 (การใช้ไฟฟ้าจากภายนอก) ปริมาณ 9.60 พัน tCO₂e โดยขอบเขตที่ 3 ที่คิดเป็นสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สูงที่สุดของ กฟผ. อยู่ที่ 91.45 ล้าน tCO₂e

ตารางที่ 6 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ กฟผ.

ขอบเขตการปล่อยก๊าซ เรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO ₂ e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	33,174,230.37	34,677,066.59	34,875,864.13
ขอบเขตที่ 2	14,052.07	14,264.84	9,595.74
ขอบเขตที่ 3	64,795,474.27	84,214,776.30	91,448,577.22
รวม	97,983,756.71	118,906,107.73	126,334,019.09

ที่มา: (กฟผ., 2567) และ (กฟผ., 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมที่พึงประสงค์

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วague เปลา หรือไร้หลักฐาน ซึ่งรวมถึงการตั้งเป้าหมาย/นโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือหรือไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน

- การตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด โดยไม่ได้ประกาศว่าจะลด หรือเลิกการก่อสร้างโรงไฟฟ้าฟอสซิลใหม่

กฟผ. กำหนดมาตรการเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกโดยการจัดการตั้งแต่ต้นกำเนิดซึ่งมีรายละเอียดตามรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2567 ดังต่อไปนี้ “การจัดการตั้งแต่ต้นกำเนิด (Sources Transformation) กฟผ. มุ่งเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนและพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกเพื่อรองรับพลังงานหมุนเวียน เพื่อพึ่งพาตนเองโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศและลดการนำเข้าเชื้อเพลิงราคาสูง โดยมีโครงการหลักคือ โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทุ่นลอยน้ำร่วมกับโรงไฟฟ้าพลังน้ำของ กฟผ.” (กฟผ., 2568) อย่างไรก็ตาม ในฐานะรัฐวิสาหกิจที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายและแผนงานซึ่งกำหนดโดยรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย พ.ศ.

2561–2580 ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 (PDP 2018 Revision 1) ซึ่งกำหนดให้ กฟผ. ยังคงมีกำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานความร้อน ถ่านหิน และดีเซล ณ ปี พ.ศ. 2580 รวมกันกว่า 11,730 เมกะวัตต์ ขณะที่กำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนของ กฟผ. จะอยู่ที่ 2,966 เมกะวัตต์ (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2563) ดังนั้น กลยุทธ์การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยการจัดการตั้งแต่ต้นกำเนิดโดยเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนข้างต้นจึงมีความคลุมเครือ เนื่องจากไม่ได้ให้ข้อมูลว่า กฟผ. มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนเป็นเท่าใด และแตกต่างไปจากเป้าหมายตาม PDP 2018 Revision 1 หรือไม่ อีกทั้งยังไม่ได้ให้ข้อมูลด้วยว่า กฟผ. จะมีเป้าหมายลดกำลังการผลิตไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิลด้วยหรือไม่ และเป้าหมายดังกล่าวจะประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใดภายใต้ข้อจำกัดจากนโยบายที่กำหนดโดยรัฐบาล

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- การให้ข้อมูลการขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน หรือการใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อเบี่ยงเบนกิจกรรมหลักของบริษัท

กฟผ. สื่อสารโดยการให้ข้อมูลการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทุ่นลอยน้ำ แม้โครงการเหล่านี้จะถือได้ว่าเป็นความก้าวหน้าในการเปลี่ยนผ่านไปสู่พลังงานสะอาด แต่โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานสะอาดเหล่านี้ ยังมีสัดส่วนที่เล็กเมื่อเปรียบเทียบกับเชื้อเพลิงฟอสซิลอันเป็นแหล่งพลังงานหลักของ กฟผ. ทั้งนี้ กฟผ. ยังไม่ได้ให้ข้อมูลด้วยว่าจะมีนโยบายต่อการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลต่อไปอย่างไร เช่น การรายงานของเว็บไซต์ไทยรัฐ วันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2567 ดังนี้ “กฟผ. ตระหนักถึงภารกิจการเป็นแกนนำในการผลิตไฟฟ้า เพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงานให้กับประเทศ และต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์การผลิตไฟฟ้าของโลก เช่นเดียวกับการผลิตพลังงานสีเขียวตามเทรนด์ของโลก โดย กฟผ. มีแผนพัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทุ่นลอยน้ำ ร่วมกับโรงไฟฟ้าพลังน้ำ (Hydro-floating Solar Hybrid) ซึ่งเป็นต้นแบบของโรงไฟฟ้าพลังงานสะอาดแบบผสมผสานระหว่างพลังงานแสงอาทิตย์ทำงานร่วมกับโรงไฟฟ้าพลังน้ำของ กฟผ. ที่มีอยู่เดิม ทำให้สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดได้อย่างต่อเนื่องยาวนานขึ้น และมีต้นทุนการผลิตไฟฟ้าต่ำลง” (ไทยรัฐ, 2567)

หรือการให้ข้อมูลของ กฟผ. บนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2567 ดังต่อไปนี้ “โรงไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ลอยน้ำไฮบริดเขื่อนอุบลรัตน์ เป็นโรงไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ลอยน้ำไฮบริดแห่งที่ 2 ของ กฟผ. ซึ่งดำเนินการตามแผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทยปี 2561-2580 ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1 (PDP 2018 Revision 1) โดยมีแผนพัฒนาในพื้นที่เขื่อนของ กฟผ. 9 แห่ง รวม 16 โครงการ กำลังผลิตรวม 2,725 เมกะวัตต์ ถือเป็นการผลิตไฟฟ้าพลังงานสะอาดสอดคล้องกับเทรนด์โลก ขับเคลื่อนประเทศสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน” (ไทยรัฐ, 2567) ซึ่งเป็นการนำเสนอโครงการเพียงบางส่วนขององค์กร โดยที่ กฟผ. ยังคงใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นแหล่งพลังงานหลัก โดยข้อมูล ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2568 กฟผ. มีกำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานความร้อน และพลังงานความร้อนรวมรวมกันทั้งสิ้น 12,087

เมกะวัตต์ คิดเป็นร้อยละ 74.45 ของกำลังการผลิตรวมทั้งหมด ขณะที่กำลังการผลิตของโรงไฟฟ้าโซลาร์เซลล์-ลอยน้ำไฮบริดเชื่อนอุบลรัตน์อยู่ที่ 24 เมกะวัตต์ หรือร้อยละ 0.15 ของกำลังการผลิตรวมทั้งหมด (กฟผ., 2568) การกล่าวอ้างของ กฟผ. ว่าโครงการใหม่เป็นการขับเคลื่อนประเทศสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนจึงไม่ได้สัดส่วนกับข้อเท็จจริง

นอกจากนี้ ยังพบการให้ข้อมูลของ กฟผ. โดยกล่าวถึงการขยายสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำว่าเป็นพลังงานไฟฟ้าสีเขียวตามการรายงานของเว็บไซต์ฐานเศรษฐกิจ วันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2567 ดังนี้ “1. การเพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าสีเขียว ไม่ว่าจะ เป็น โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทุ่นลอยน้ำ (Floating Solar) การซื้อพลังงานไฟฟ้าพลังน้ำจากสปป. ลาว การขยาย/ปรับปรุง/เพิ่มขีดความสามารถระบบส่ง เพื่อรองรับการเข้ามาของพลังงานหมุนเวียนจากทั้งผู้ผลิตไฟฟ้า IPP SPP และ VSPP รวมทั้งร่วมมือศึกษาและพัฒนาการใช้ใบรับรองพลังงานหมุนเวียน เพื่อผลิตไฮโดรเจนสีเขียวและแอมโมเนีย ในพื้นที่ที่มีศักยภาพของไทย” (ฐานเศรษฐกิจ, 2567) การสื่อสารว่าไฟฟ้าจากพลังน้ำเป็นไฟฟ้าสีเขียวข้างต้นมีส่วนในการสร้างความเข้าใจผิดแก่สาธารณชนว่าโรงไฟฟ้าพลังน้ำนั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการละเลยต่อข้อเท็จจริงของผลกระทบทางลบต่อระบบนิเวศและชุมชนอันเกิดจากการสร้างเขื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบของเขื่อนตลอดแม่น้ำโขงที่มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงลักษณะของน้ำหลากที่เคยเกิดขึ้นเป็นวัฏจักรปกติในหลายพื้นที่ตลอดแม่น้ำโขงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศและวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่เหล่านั้น นอกจากนี้ เขื่อนต่าง ๆ ในแม่น้ำโขงยังมีผลต่อการลดลงของระดับน้ำสูงสุดและเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาของน้ำหลาก ตลอดจนกีดขวางการเคลื่อนตัวของตะกอนและสารอินทรีย์ในฤดูฝน และขัดขวางการอพยพของปลาอีกด้วย (Eyler, Basist, Kwan, Weatherby, & Williams, 2024)

- การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียว

ตามการรายงานหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 กฟผ. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แม่เมาะโดยมีรายละเอียด ดังนี้ “และสำหรับในช่วงฤดูหนาวแบบนี้ ไม่ใช่เพียงแค่ในช่วงงานเทศกาลท่องเที่ยวแม่เมาะเท่านั้นที่จะสามารถมาเที่ยวในพื้นที่ กฟผ. แม่เมาะได้ โดยทางการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) แม่เมาะ อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง ได้เปิดพื้นที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2567 เป็นต้นไปจนถึงวันที่ 11 มกราคม 2568 ทั้งบริเวณสวนพฤกษชาติ กฟผ. แม่เมาะ และสวนเฉลิมพระเกียรติฯ (ทุ่งบัวตอง)” (ผู้จัดการรายวัน 360 องศา, 2567) การจัดงานท่องเที่ยวดังกล่าวมีส่วนในการสร้างความเข้าใจว่าโรงไฟฟ้าแม่เมาะ ตลอดจนเหมืองถ่านหินนั้น เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์สีเขียวที่เกินจริง และมีส่วนในการลดทอนความรับรู้ของสาธารณะชนเกี่ยวกับบทบาททางลบต่อสิ่งแวดล้อมของโรงไฟฟ้าดังกล่าว ดังข้อเท็จจริงที่ปรากฏตามรายงานการตรวจสอบของคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ที่พบว่าโรงไฟฟ้าแม่เมาะมีคุณภาพทางสิ่งแวดล้อมไม่เป็นไปตามมาตรฐาน โดยพบค่าฝุ่นสูงในพื้นที่โรงไฟฟ้า การปนเปื้อนในดินและน้ำของโลหะหนักอย่างแคดเมียมและสารหนูรวมถึงปรอทอินทรีย์ในเนื้อปลาจากแหล่งน้ำดิบเกินมาตรฐาน และเสียงรบกวนในเวลากลางคืน (สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ, 2568)

3) การอ้างความเชี่ยวชาญในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ

กฟผ. มีการกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมแต่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดอยู่แล้ว ดังนี้ “การจัดการน้ำ เป้าหมายปี 2567 - คุณภาพน้ำทิ้งจากโรงไฟฟ้า มีค่าไม่เกินเกณฑ์มาตรฐาน ตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่องกำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงานผลิตพลังงานไฟฟ้า พ.ศ. 2565” “การจัดการของเสีย เป้าหมายปี 2657 - ปฏิบัติสอดคล้องตามข้อกำหนดและกฎหมาย” และ “การจัดการมลสารทางอากาศ เป้าหมายปี 2567 - ควบคุมการปลดปล่อยมลสารที่สำคัญ ได้แก่ ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ก๊าซออกไซด์ของไนโตรเจน และฝุ่นละออง ไม่เกินกว่าค่าควบคุมที่กำหนด” (กฟผ., 2568) การตั้งเป้าดังกล่าวจึงไม่มีความสำคัญต่อภาพรวมด้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ กฟผ. เนื่องจากเป็นมาตรการที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายอยู่แล้วโดยไม่จำเป็นต้องตั้งเป็นเป้าหมายขององค์กร

นอกจากนี้ ตามรายงานการตรวจสอบข้อเท็จจริงของคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ กรณีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของโรงไฟฟ้าแม่เมาะยังพบว่าคุณภาพทางสิ่งแวดล้อมไม่เป็นไปตามมาตรฐานดังกล่าวแล้วในหัวข้อก่อนหน้า โดยคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติมีข้อเสนอให้ กฟผ. แก้ไขปัญหาเสียงดังรบกวน และปรับปรุงมาตรการตรวจวัดเสียงรบกวนและการตรวจสอบผลกระทบสิ่งแวดล้อมของโรงไฟฟ้าแม่เมาะให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ (สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ, 2568)

4) การใช้เทคโนโลยี/การชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

- การใช้เทคโนโลยีดักจับคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

กฟผ. เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ประกาศใช้เทคโนโลยี CCUS เพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารเมื่อกล่าวถึงการใช้นวัตกรรมดังกล่าวไม่ได้ให้ข้อมูลว่าการใช้นวัตกรรมเหล่านี้จะเป็นเพียงมาตรการชั่วคราวในระยะเปลี่ยนผ่าน โดยองค์กรยังคงมีความมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งการผลิตหลักที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิลด้วย เช่น การประชาสัมพันธ์ความร่วมมือด้านการศึกษาการใช้เทคโนโลยี CCUS ของ กฟผ. วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2567 ดังนี้ “การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ร่วมลงนามสัญญารักษาลับ Confidentiality Agreement (CA) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้เทคโนโลยีการดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีไครโอเจนิค (Cryogenic Carbon Capture: CCC)⁵ [...] เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่น่าสนใจ สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้กับโรงไฟฟ้าของ กฟผ. ได้ในอนาคต และเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ Triple S: Sink ของ กฟผ. สู่แผน EGAT Carbon Neutrality ที่มีเป้าหมายเข้าสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายใน ค.ศ. 2050 [...]” (กฟผ., 2567) หรือการประชาสัมพันธ์แผนการลงทุนปี 2567 ของ กฟผ. ตามการรายงานของเว็บไซต์บ้านเมือง วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2567 “การออกแบบระบบไฟฟ้าของประเทศ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตาม

⁵ คือกระบวนการดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์โดยใช้อุณหภูมิต่ำทำให้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เปลี่ยนสถานะจากก๊าซเป็นของเหลวหรือของแข็งเพื่อให้สามารถคัดแยกออกจากก๊าซอื่น ๆ ได้ (Burt, Baxter, & Baxter, 2009)

เป้าหมาย Carbon Neutrality ของประเทศ ซึ่งจะเป็นการดูแลชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งการเดินหน้าพัฒนาโครงการโซลาร์เซลล์ลอยน้ำไฮบริดในเขื่อนของ กฟผ. และศึกษาพัฒนาเชื้อเพลิงทางเลือกอื่น ๆ โดยเฉพาะไฮโดรเจนซึ่งเป็นได้ทั้งเชื้อเพลิงเผาไหม้เหมือนก๊าซธรรมชาติ และเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell) รวมถึงมีแนวโน้มราคาที่ถูกลง โดยในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดยังสามารถนำไฮโดรเจนมาใช้เป็นเชื้อเพลิงร่วมในโรงไฟฟ้าของ กฟผ. ที่มีอยู่เดิม โดยไม่ต้องปรับปรุงโรงไฟฟ้า **รวมถึงศึกษาและนำเทคโนโลยีการดักจับการใช้ประโยชน์ และการกักเก็บคาร์บอนมาใช้ด้วย**” (บ้านเมือง, 2567)

การสื่อสารในลักษณะดังกล่าว อาจทำให้เข้าใจได้ว่าองค์กรมีความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมาตรการเหล่านี้เพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแล้ว ขณะที่ความจำเป็นในการเลิกการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลถูกละเลยไป

- การดำเนินโครงการปลูกป่าชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

กฟผ. มีโครงการปลูกป่าซึ่งถูกประชาสัมพันธ์ในฐานะโครงการที่ช่วยส่งเสริมการบรรลุ Carbon Neutrality ดังข่าวประชาสัมพันธ์ซึ่งระบุว่า “นายชัยวุฒิ หลักเมือง ผู้ช่วยผู้ว่าการบริหารจัดการความยั่งยืน ในฐานะรองโฆษกการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) กล่าวถึงโครงการปลูกป่าอย่างมีส่วนร่วม เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2565 ร่วมกับพันธมิตรและประชาชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายเป็นการปลูกป่าในพื้นที่ของกรมป่าไม้และกรมอุทยาน สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ด้วยการปลูกฟื้นฟูสภาพป่า (200 ต้นต่อไร่) เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ **ตอบสนองนโยบาย Carbon Neutrality ของประเทศ**” (ไทยโพสต์, 2567) จากข้อความจะเห็นได้ว่า กฟผ. สนับสนุนโครงการปลูกป่าร่วมกับชุมชน อย่างไรก็ตาม กฟผ. ไม่ได้ให้รายละเอียดว่าการปลูกป่าดังกล่าวจะสามารถชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นปริมาณเท่าใด และจะมีแนวทางอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนด้วยหรือไม่

5) การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร

- การผลกระทบไปยังผู้บริโภค

กฟผ. ประชาสัมพันธ์โดยมีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนให้ประชาชนลดการใช้ไฟฟ้า ผ่านการซื้อสินค้าที่มีฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ซึ่งอ้างว่าจะสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตไฟฟ้าได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้ “[...] กฟผ. มุ่งเน้นให้คนไทยทุกคนได้มีส่วนร่วมในการลดการใช้ไฟฟ้า ซึ่งจะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตไฟฟ้าได้ในคราวเดียวกันผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ **โครงการฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5** [...] โดย กฟผ. ได้ยกระดับค่าประสิทธิภาพของอุปกรณ์ไฟฟ้าผ่านการติดตามในฉลาก เพื่อผลักดันให้ผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าพัฒนาประสิทธิภาพให้มากขึ้น [...]” (กฟผ., 2568) แม้กิจกรรมดังกล่าวอาจส่งเสริมให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการบริโภคพลังงานที่ลดลงได้ แต่การมุ่งเน้นไปที่การปรับตัวของผู้บริโภค และผู้ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นการเบี่ยงเบนการกล่าวถึงบทบาทของ กฟผ. ในฐานะผู้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกรายใหญ่จากการผลิตไฟฟ้าที่ยังคงใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นแหล่งพลังงาน

หลัก กฟผ. จึงควรมีบทบาทนำในการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดโดยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งผลิตโดยตรง เพราะแม้ในกรณีที่การรณรงค์ข้างต้นประสบความสำเร็จในการชักนำให้ผู้บริโภคใช้ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 มากขึ้น ก็ไม่ได้มีผลในการลดสัดส่วนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลของ กฟผ.

6) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

กฟผ. ใช้ภาพกราฟิกโครงการพลังงานหมุนเวียนและเทคโนโลยีพลังงานไฟฟ้าอื่น ๆ บนหน้าปกเฟชบุ๊กทางการของ กฟผ. พร้อมข้อความ “ภารกิจแห่งความยั่งยืน” และหน้าปกรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมพื้นหลังสีเขียวและข้อความ “เหมาะสมกับโลก มันคงกับทุกคน” ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์สีเขียวให้แก่องค์กร อย่างไรก็ตาม การออกแบบดังกล่าวละเลยข้อเท็จจริงของบทบาททางสิ่งแวดล้อมของ กฟผ. โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิงฟอสซิลซึ่งยังคงเป็นแหล่งพลังงานหลักของ กฟผ.



รูปที่ 2 ภาพหน้าปกเฟชบุ๊ก กฟผ. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ที่มา: (กฟผ. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2568)



รูปที่ 3 หน้าปกรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กฟผ. ประจำปี 2567
ที่มา: (กฟผ., 2568)

3.2.2 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ปตท. เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงการคลังซึ่งถือหุ้นใหญ่ร้อยละ 51 และเป็นบริษัทพลังงานแบบบูรณาการรายใหญ่ที่สุดของไทย ครอบคลุมธุรกิจทั้งห่วงโซ่พลังงานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การสำรวจและผลิตปิโตรเลียม, ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ (การขนส่ง แปรรูป และจำหน่ายก๊าซ), การกลั่นและปิโตรเคมี, การค้าน้ำมันและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องระหว่างประเทศ, และธุรกิจค้าปลีกน้ำมันและนอนออยล์ รวมถึงการลงทุนในธุรกิจใหม่ เช่น พลังงานหมุนเวียน เป็นต้น

บริษัทมีรายได้รวม 3.09 ล้านล้านบาท ในปี 2567 โดยรายได้หลักมากกว่าร้อยละ 97 มาจากธุรกิจเชื้อเพลิงไฮโดรคาร์บอน ส่วนรายได้จากธุรกิจใหม่และไม่ใช่อิโตรคาร์บอนยังมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 3

นอกจากนี้ ปตท. ยังเป็นผู้ดำเนินการและเจ้าของระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติและโรงแยกก๊าซแห่งเดียวของประเทศไทย รวมถึงมีเครือข่ายสถานีบริการน้ำมันกว่า 2,346 แห่ง ครอบคลุมแบ่งตลาดน้ำมันประมาณร้อยละ 40 (ปตท., 2568) นอกจากนี้ ปตท. และบริษัทในเครือยังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของโรงไฟฟ้ากำลังการผลิตรวมกว่า 13,000 เมกะวัตต์ ผ่านบริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี จำกัด (GPSC) และพันธมิตรในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งรวมถึงโครงการก๊าซธรรมชาติเหลวทั่วทั้งห่วงโซ่ตั้งแต่การนำเข้าจัดเก็บ ไปจนถึงการจำหน่าย

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปตท. ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 15 ภายใน ปี 2578 เทียบกับปีฐาน 2564 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 ครอบคลุมการปล่อยก๊าซในขอบเขตที่ 1 และ 2 โดยมีแนวทางในการมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต และใช้เทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน รวมถึงพัฒนาเชื้อเพลิงสะอาด เช่น ไฮโดรเจน และแอมโมเนีย เป็นต้น

กลยุทธ์สิ่งแวดล้อมของ ปตท. มุ่งเน้นการรักษาความมั่นคงพลังงานของประเทศควบคู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด เช่น ยานยนต์ไฟฟ้า ชีวเวชภัณฑ์ และโครงสร้างพื้นฐานคาร์บอนต่ำ ซึ่งรวมอยู่ในการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท (ปตท., 2568)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ ปตท. รวม 82.61 ล้าน tCO₂e (ขอบเขตที่ 1, 2, และ 3) ประกอบด้วยปริมาณการปล่อยก๊าซขอบเขตที่ 1 (การปล่อยตรงจากการดำเนินงานของ ปตท. เท่านั้น) อยู่ที่ 10.86 ล้าน tCO₂e และขอบเขตที่ 2 ปริมาณ 0.20 ล้าน tCO₂e (เชิงตลาด) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปีก่อน โดยขอบเขตที่ 3 ที่คิดเป็นสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สูงที่สุดของ ปตท. อยู่ที่ 71.54 ล้าน tCO₂e มาจากการเผาไหม้ผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงที่ ปตท. จำหน่าย แต่พบว่าความเข้มข้นการปล่อยลดลงตามการปรับปรุงประสิทธิภาพโรงแยกก๊าซและโรงกลั่นในเครือ

นอกจากนี้ ปตท. ประเมินว่าธุรกิจต้นน้ำและโรงแยกก๊าซเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลักคิดเป็นกว่าร้อยละ 70 ของการปล่อยทั้งหมด โดยมีการติดตั้งระบบวัดและติดตามการปล่อยครอบคลุมร้อยละ 100 ของสินทรัพย์ในปี 2567 และมีเป้าหมายลดความเข้มข้นการปล่อยก๊าซฯ ต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 1-2 ต่อปี

ในระดับกลุ่ม ปตท. ได้เริ่มรวมการปล่อยขอบเขต 3 จากห่วงโซ่อุปทานและผลิตภัณฑ์ปลายน้ำเข้าในกรอบติดตามตามมาตรฐาน GHG Protocol⁶ โดยเฉพาะในส่วนของขนส่งและการใช้เชื้อเพลิงของลูกค้า ซึ่งอยู่ระหว่างการขยายขอบเขตการรายงานให้ครบในปี 2568

ตารางที่ 7 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ ปตท.

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO2e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	9,838,902	9,831,298	10,860,743
ขอบเขตที่ 2			
- เชิงพื้นที่	234,746	183,013	183,244
- เชิงตลาด	282,889	194,726	198,038
ขอบเขตที่ 3	74,020,821	73,663,595	71,547,670
รวม	84,142,612	83,689,619	82,606,451

ที่มา: (ปตท., 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมที่พึงประสงค์

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วagueเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

รายงานประจำปีของ ปตท. ระบุถึงเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนี้ “การเป็น ‘องค์กรคาร์บอนต่ำและยั่งยืน’ พร้อมขับเคลื่อนไทยมุ่งสู่ Net Zero Emissions ซึ่งกลุ่ม ปตท. เน้นย้ำเจตนารมณ์การดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนอย่างสมดุล โดยแผนการสร้างสมดุลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social, and Governance: ESG) ให้เหมาะสมกับบริบทองค์กร ควบคู่กับการลดก๊าซเรือนกระจก เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2583 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593” (ปตท., 2568)

⁶ The GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard provides requirements and guidance for companies and other organizations preparing a corporate-level GHG emissions inventory. (The Greenhouse Gas Protocol, 2004)

มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ หรือ TCFD⁷ ปี 2567 ของ ปตท. ระบุว่า “PTT has implemented a comprehensive approach to address climate-related risks and opportunities. The strategic planning involves regular reviews and analysis of climate-related risks across short- (annually), medium- (5-7 years), and long-term (more than 10 years) time horizons. [...] The approach corresponds with the Paris Agreement goal, aiming to limit global warming to below 2°C and achieve global Net Zero by 2050. PTT has set an interim target to reduce the GHG emissions by 15% in 2035 compared to the base year in 2021. Our long-term goals are to achieve Net Zero Emissions by 2050. These efforts contribute to Thailand's commitment to reducing GHG emissions by 20% by 2030, demonstrating PTT's commitment to climate action.” (ปตท., 2568) แต่ไม่พบแนวปฏิบัติที่ สอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในกรอบ ระยะเวลาที่กำหนด

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- การเลือกเปิดเผยเฉพาะข้อมูลด้านบวกเพื่อให้เข้าใจว่าพลังงานฟอสซิลบางชนิดเป็นพลังงานสะอาด ปตท. มีการนำเสนอวาทกรรมที่กล่าวว่าก๊าซธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้การเปรียบเทียบกับเชื้อเพลิงฟอสซิลชนิดอื่น ๆ เช่น ถ่านหิน โดยระบุในรายงานประจำปีว่า “ก๊าซธรรมชาติเหลว (Liquefied Natural Gas: LNG) เป็นก๊าซธรรมชาติที่ถูกแปรสภาพให้อยู่ในรูปของเหลวที่ความดันบรรยากาศ โดยการลดอุณหภูมิลงเหลือประมาณ -160 องศาเซลเซียส เพื่อประโยชน์ในการขนส่งทางเรือในระยะไกล ปัจจุบันมีความต้องการ LNG มากขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ในยุคที่เปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้พลังงานสะอาด (Energy Transition) เนื่องจากก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงที่มีการปล่อยปริมาณคาร์บอนต่ำเมื่อเทียบกับการใช้พลังงานจากถ่านหินและปิโตรเลียมชนิดอื่น” (ปตท., 2568)

คณะวิจัยยังพบเนื้อหาข่าวซึ่งระบุว่า “ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมขั้นต้นและก๊าซธรรมชาติ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เปิดเผยในงานสัมมนาพลังงานราคาถูก [...] ก๊าซธรรมชาติเหลว LNG ยังมีความสำคัญ ซึ่งมีข้อดีในระหว่างที่ Renew ยังเติบโตไม่เต็มที่ โดยปัจจุบันพบว่าทั่วโลกมีการผลิตก๊าซธรรมชาติเหลว LNG อยู่ที่ 480 ล้านตันต่อปีและคาดว่าจะในช่วง 10 ปีข้างหน้า จะมีการผลิตก๊าซธรรมชาติเหลว LNG เพิ่มขึ้นอยู่ที่ 800 ล้านตันต่อปี ซึ่งเป็นธุรกิจพลังงานสะอาดที่ช่วยเสริมการเติบโตของ Renew ที่มีราคาสมเหตุสมผล” รวมถึงคำกล่าวของเจ้าหน้าที่ระดับสูงของ ปตท. จากงานสัมมนา ระบุว่า “ประธาน

⁷ มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) เป็นมาตรฐานที่ให้บริการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับภาวะโลกรวน เพื่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Reiff, 2022)

ศูนย์เรียนรู้ ปตท. ให้สามารถต่อยอดใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้จริง พร้อมร่วมขับเคลื่อนสังคมคาร์บอนต่ำอย่างเป็นรูปธรรม” (ปตท., 2567)

3) การอำนวยความสะดวกในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ

เนื้อหาจากรายงานประจำปีของ ปตท. ระบุว่า “ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินการโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของโรงแยกก๊าซธรรมชาติที่ผ่านมา ปตท. ได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย รวมทั้งคุณภาพชีวิตและสุขภาพของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ดังนั้น ปตท. จึงได้ติดตามตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและเคร่งครัดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากผลการติดตามตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมของโรงแยกก๊าซธรรมชาติทุกหน่วย และโรงแยกก็เก็บ ตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการ พบว่าคุณภาพอากาศ คุณภาพน้ำและการจัดการกากของเสียจากกระบวนการผลิต ล้วนอยู่ในเกณฑ์ที่ดีกว่ามาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมาตรการติดตามตรวจสอบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยในกรณีหากตรวจพบว่าผลการตรวจวัดตามมาตรการติดตามตรวจสอบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในรายงานการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ปตท. จะจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงแก้ไข และปฏิบัติตามมาตรการ” ซึ่งการดำเนินงานตามกฎหมายเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรจำเป็นต้องดำเนินการอยู่แล้ว การอ้างอิงดังกล่าวไม่สามารถแสดงให้เห็นว่าองค์กรจะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างไร

อีกทั้ง เขตนิคมมาบตาพุดซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงแยกก๊าซธรรมชาติ หน่วยที่ 1-3, 5 และ 6 ของ ปตท. ยังคงมีปัญหาด้านมลพิษต่อเนื่องมายาวนาน อ้างอิงจากข้อมูลกรมควบคุมมลพิษในปี 2567 พบว่าในหลายเขตของพื้นที่มาบตาพุดมีค่ามลพิษโดยเฉพาะสารอินทรีย์ระเหยง่าย (VOCs) 2 ตัวที่สูงกว่าค่ามาตรฐาน ได้แก่ สารเบนซินและ 1,3 บิวทาไดอิน (กรมควบคุมมลพิษ, 2567) โดยสารเบนซินเป็นสารอันตรายที่องค์การวิจัยโรคมะเร็งนานาชาติ หรือ IARC กำหนดให้สารเบนซินเป็นสารก่อมะเร็งกลุ่มที่ 1 หากรับสารดังกล่าวต่อเนื่องไประยะยาวมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งโดยเฉพาะมะเร็งเม็ดเลือดขาว จากข้อมูลจากงานวิจัยด้านโรคมะเร็งพบว่า อัตราค่าเฉลี่ยการเกิดมะเร็งในพื้นที่จังหวัดระยองสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ และกรมควบคุมโรครายงานว่าในปี 2563 พื้นที่จังหวัดระยองมีผู้ป่วยมะเร็งเม็ดเลือดขาวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ และพบว่าอัตราการป่วยที่มีรูปร่างผิดปกติตั้งแต่กำเนิดมากขึ้น และมีอัตราเด็กที่เกิดมาแล้วโครโมโซมผิดปกติมากที่สุด ใน อำเภอเมือง จังหวัดระยอง (ThaiPublica, 2566)

4) การใช้เทคโนโลยี/การชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

ปตท. ระบุถึงการชดเชยคาร์บอนโดยให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี CCUS เพื่อใช้ในการดูดซับคาร์บอนและขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยรายงานประจำปี ปตท. ระบุถึงการชดเชยคาร์บอนเครดิตและ CCUS ดังนี้ “**บูรณาการความยั่งยืนเข้าสู่ธุรกิจมุ่งสู่ Net Zero Emissions ควบคู่กับการสร้างโอกาสในธุรกิจดักจับคาร์บอนและไฮโดรเจน (CCS & Hydrogen) กลุ่ม ปตท. มีเป้าหมายในการ**

เป็นผู้นำขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยนำหลักความยั่งยืนตามแนวทาง ESG เข้ามาบูรณาการสู่การทำธุรกิจในทุกมิติให้เหมาะสมตามบริบทขององค์กร สร้างการเติบโตทางธุรกิจควบคู่กับการลดก๊าซเรือนกระจก เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) พร้อมผลักดันธุรกิจไฮโดรเจน และการดักจับและกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CCS) ซึ่งหากกลุ่ม ปตท. บรรลุเป้าหมาย Net Zero จะทำให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมาย Net Zero ได้ โดยดำเนินการด้วยแนวทาง C3 ดังนี้ [...]

Coalition, Co-Creation, and Collective Efforts for All: ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเป็นแกนหลักของประเทศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีในการลดก๊าซเรือนกระจก อาทิ การดักจับและกักเก็บคาร์บอน (CCS) และเพิ่มการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีทางธรรมชาติ ผ่านการปลูกและบำรุงรักษาป่า” และในรายงานยังระบุถึงการเข้าสู่ตลาดคาร์บอน “แสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ตามแนวโน้มการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย Net Zero Emissions มากขึ้น อาทิ การเข้าสู่ตลาด Carbon Credit Trading และการค้าเชื้อเพลิงชีวภาพ ได้แก่ เชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel: SAF) น้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันพืชใช้แล้ว (Used Cooking Oil Methyl Ester: UCOME) น้ำมันพืชที่ผ่านกระบวนการเติมไฮโดรเจน (Hydrotreated Vegetable Oil: HVO) เป็นต้น” (ปตท., 2568) ทั้งนี้ การชดเชยคาร์บอนควรถูกใช้เฉพาะกับส่วนการปล่อยที่ลดยาก (hard-to-abate) เท่านั้น หลังจากที่บริษัทได้ดำเนินการลดการปล่อยโดยตรงอย่างเต็มที่แล้ว เช่น การปรับปรุงประสิทธิภาพพลังงาน การใช้พลังงานสะอาด หรือการประยุกต์เทคโนโลยี CCS ทั้งนี้ แนวทางสากลอย่างลำดับชั้นการจัดการลดผลกระทบ (mitigation hierarchy) ของ Science Based Targets initiative (SBTi) และ Offset Guide ต่างชี้ตรงกันว่า การชดเชยควรเป็นทางเลือกสุดท้ายไม่ใช่มาตรการทดแทนการลดที่แท้จริง เพราะอาจทำให้การเปลี่ยนผ่านทางโครงสร้างขององค์กรล่าช้าได้ (SCIENCE BASED TARGETS, 2024) (Carbon Offset Guide, n.d.)

นอกจากนี้ หลายโครงการในต่างประเทศที่ได้นำเทคโนโลยี CCS ไปใช้จริงสะท้อนถึงข้อจำกัดในการใช้งานเชิงพาณิชย์และประสิทธิภาพ เช่น โครงการ Boundary Dam Unit 3 CCS ในแคนาดา ที่มีการนำเทคโนโลยี CCS มาใช้กับโรงไฟฟ้าถ่านหิน และถึงแม้ตั้งเป้าว่าจะดักจับคาร์บอนได้ที่ร้อยละ 90 แต่ในทางปฏิบัติทำได้จริงเพียงร้อยละ 57 เท่านั้น (Schlissel & Kalegha, 2024)

5) การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร

คณะวิจัยพบพฤติกรรมผลกระทบความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมไปยังผู้มีส่วนได้เสียภายนอกของ ปตท. ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารบนสื่อออนไลน์เพื่อให้ประชาชนลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รณรงค์ให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้รักษ์โลก เพื่อนำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาทิ “กลุ่ม ปตท. ชวนคนไทยร่วมลดขยะพลาสติกอย่างยั่งยืน ใคร ๆ ก็ทำได้ แถมยังมีประโยชน์มากมายเลยนะ ปลูกจิตสำนึก การแยกขยะ เปลี่ยนพฤติกรรมง่าย ๆ ใกล้เคียง ให้กลายเป็นนิสัย ช่วยโลกได้ในทุกวัน ผลักดันเศรษฐกิจหมุนเวียน สนับสนุนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ ลดการผลิตพลาสติกใหม่ ลดปริมาณขยะพลาสติก

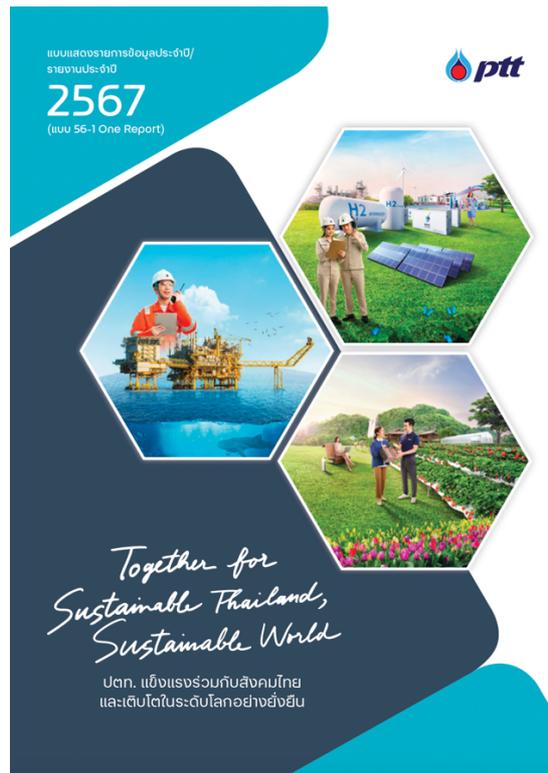
ลดก๊าซเรือนกระจก ช่วยลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์⁸ ร่วมสร้างอนาคตที่สะอาดขึ้น โครงการดี ๆ แบบนี้ สอดคล้องกับเป้าหมายของกลุ่ม ปตท. ที่มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) สร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนคู่กันต่อไป” (We Love PTT, 2568)

เนื้อหาบนเว็บไซต์ของ ปตท. ระบุว่า “แค่เราทุกคนช่วยกันกดดันแรง ก็สามารถช่วยให้โลกบรรลุเป้าหมาย Net Zero ได้ ทุก ๆ กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ ล้วนปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่ทำให้อุณหภูมิเฉลี่ยของผิวโลกสูงขึ้น เมื่อโลกร้อนขึ้น วัฏจักรตามธรรมชาติต่าง ๆ โดยเฉพาะภูมิอากาศก็ปั่นป่วน ฝนไม่ตกต้องตามฤดูกาล แล้วยังภัยธรรมชาติรุนแรงมากขึ้นเท่าใด มนุษย์ก็ยิ่งดำรงชีวิตได้ยากขึ้นเท่านั้น และนั่นคือเหตุผลที่เราต้องช่วยกันกดดันแรง ไม่ว่าจะในรูปแบบการใช้ชีวิตหรือการดำเนินธุรกิจ ผ่านการ [...] ลงมือทำ 3 แรงแบบฉบับที่เพื่อน ๆ ก็ช่วยได้ แรงปรับ ปรับลดการกินเนื้อสัตว์, แรงเปลี่ยน เปลี่ยนมาใช้ถุงผ้า, แรงปลูก ปลูกต้นไม้ในที่พักอาศัย มาร่วมมือกันรักษาสิ่งแวดล้อม ก่อนที่อะไร ๆ จะสายเกินไป ไม่ใช่เพื่อใคร แต่เพื่อลูกหลานของเราในอนาคตนะคร้าบ” (ปตท., ม.ป.ป.) โดยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากประชาชนทั่วไปคิดเป็นสัดส่วนที่น้อยมากหากเทียบกับการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมพลังงานฟอสซิลของ ปตท.

6) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้ไปในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

คณะวิจัยพบว่า ปตท. ใช้รูปภาพธรรมชาติในหลายช่องทางของบริษัทเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียวทั้งที่ธุรกิจหลักยังพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล ตัวอย่างจากรายงานประจำปีมีการนำรูปสวนดอกไม้ สีเขียวและฟ้า ควบคู่ไปกับแท่นขุดเจาะน้ำมัน/ก๊าซ หรือบิมน้ำมัน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

⁸ คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon footprint) คือ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ซึ่งคำนวณออกมาในรูปแบบ กรัม กิโลกรัม หรือ ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, ม.ป.ป.)



รูปที่ 4 หน้าปกรายงานประจำปี ปตท.
ที่มา: (ปตท., 2568)



รูปที่ 5 ภาพบนสื่อออนไลน์ของ ปตท.
ที่มา: (PTT News, 2567)

3.2.3 บริษัท กัลฟ์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

กัลฟ์เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการด้านพลังงานรายใหญ่ของประเทศไทย ดำเนินธุรกิจในลักษณะบริษัทโฮลดิ้ง โดยมีการลงทุนในสามกลุ่มหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มธุรกิจพลังงาน ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัท ประกอบด้วยการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติ พลังงานหมุนเวียน และธุรกิจก๊าซธรรมชาติแบบครบวงจร 2) กลุ่มธุรกิจโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค เช่น ระบบกระจายพลังงาน และ 3) กลุ่มธุรกิจดิจิทัล ซึ่งครอบคลุมบริการโทรคมนาคม ดาวเทียม และศูนย์ข้อมูล (data center) ทั้งนี้ บริษัทประกาศนโยบายชัดเจนว่าจะไม่ลงทุนในธุรกิจถ่านหิน (No Coal Policy) และมุ่งใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงหลักในช่วงเปลี่ยนผ่านพลังงาน เพื่อรักษาความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศควบคู่กับการขยายสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในระยะยาว

ในปี 2567 บริษัทมีรายได้รวม 124,585 ล้านบาท โดยมาจากธุรกิจผลิตไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ 111,009 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 89 ของรายได้ทั้งหมด ขณะที่รายได้จากพลังงานหมุนเวียนยังมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 หรือ 3,093 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ารายได้ของกัลฟ์ยังคงพึ่งพาธุรกิจไฟฟ้าจากก๊าซเป็นหลัก แม้จะมีความพยายามเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนก็ตาม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทมีกำลังการผลิตไฟฟ้าติดตั้งรวม 23,355 เมกะวัตต์ เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้ว 15,099 เมกะวัตต์ โดยคิดเป็นสัดส่วนจากโรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติร้อยละ 89.3 หรือ 13,490 เมกะวัตต์ ทั้งนี้ กัลฟ์มีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเป็นประมาณร้อยละ 40 ภายในปี 2578 ผ่านการลงทุนในพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังน้ำ และขยะเป็นพลังงาน (waste-to-energy) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (กัลฟ์, 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กัลฟ์ประกาศเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว โดยตั้งเป้าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์สำหรับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และ 2 ภายในปี 2593 และกำหนดเป้าหมายระยะกลางเพื่อลดความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 (carbon intensity) ลงร้อยละ 25 ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562 นอกจากนี้ บริษัทยังตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนกำลังการผลิตจากพลังงานหมุนเวียนให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำลังผลิตรวมภายในปี 2578

บริษัทประกาศว่ามุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิตพลังงาน ประกอบด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพของโรงไฟฟ้าก๊าซ การลงทุนในโครงการพลังงานหมุนเวียนทั้งในและต่างประเทศ การศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยี CCUS และการใช้เชื้อเพลิงทางเลือก เช่น ไฮโดรเจนหรือเชื้อเพลิงชีวภาพ

นอกจากนี้ บริษัทระบุถึงเข้าร่วมในกลไกตลาดคาร์บอนของไทย เช่น โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจ (T-VER) และการรับรองพลังงานหมุนเวียนระหว่างประเทศ (I-REC)⁹ สำหรับโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ได้ระบุถึงการใช้จ่ายชดเชยคาร์บอน (carbon offset) เพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero (กัลฟ์, 2568)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2567 กัลฟ์มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดรวม 17.10 ล้าน tCO₂e (ขอบเขตที่ 1, 2, และ 3) เพิ่มขึ้นจาก 14.62 ล้าน tCO₂e ในปี 2566 อย่างไรก็ตาม ความเข้มข้นการปล่อยโดยรวมลดลงเล็กน้อยจาก 0.467 เป็น 0.441 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเมกะวัตต์ชั่วโมง (tCO₂e/MWh) ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการลดความเข้มข้นการปล่อยตามเป้าหมายระยะกลางของบริษัท

เมื่อพิจารณารายขอบเขตพบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 อยู่ที่ 13.30 ล้าน tCO₂e เพิ่มขึ้นจาก 11.25 ล้าน tCO₂e ในปี 2566 สาเหตุหลักมาจากการเปิดดำเนินการโรงไฟฟ้าก๊าซแห่งใหม่ อย่างไรก็ตาม ความเข้มข้นการปล่อยในขอบเขตนี้ลดลงจาก 0.359 เป็น 0.343 tCO₂e/MWh ซึ่งสะท้อนประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้น สำหรับปริมาณการปล่อยก๊าซในขอบเขตที่ 2 ซึ่งมาจากการใช้พลังงานไฟฟ้าและความร้อนภายนอก มีปริมาณรวม 22,984 tCO₂e ลดลงร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่วนการปล่อยในขอบเขตที่ 3 มีปริมาณรวม 3.78 ล้าน tCO₂e เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 98 มาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน (fuel-and energy-related activities)

ตารางที่ 8 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ กัลฟ์

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO ₂ e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	6,651,222	11,245,262	13,304,395
ขอบเขตที่ 2	53,794	23,547	22,984
ขอบเขตที่ 3	2,086,124	3,355,936	3,775,468
รวม	8,791,140	14,624,745	17,102,847

ที่มา: (กัลฟ์, 2568)

⁹ ใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน หรือ REC คือ ใบรับรองว่าองค์กรได้มีการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนโดยการผลิตไฟฟ้า 1 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง จะได้รับใบรับรอง 1 ใบ โดยผู้ที่ซื้อใบรับรองสามารถนำใบรับรองไปชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรตนได้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน

ตัวอย่างพฤติกรรมการฟอกเขียว

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ ว้างเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

กัลฟ์ประกาศเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ประกอบด้วยเป้าหมายปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ และเป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น กลาง และยาว ในรายงานความยั่งยืนของบริษัทที่ระบุว่า “เพื่อขับเคลื่อนพันธสัญญาด้านสภาพภูมิอากาศ GULF ได้กำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ชัดเจนและท้าทายนับตั้งแต่ปี 2566 บริษัทฯ ได้เสริมสร้างกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนและสภาพภูมิอากาศโดยการตั้งเป้าหมายระยะยาวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ดังกล่าว บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายระหว่างทางที่มุ่งเน้นการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ต่อหน่วยผลิตในธุรกิจผลิตไฟฟ้าซึ่งวัดเป็นหน่วยตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเมกะวัตต์-ชั่วโมงของการผลิตไฟฟ้า (tCO₂e/MWh) โดยบริษัทฯ มุ่งบรรลุเป้าหมายดังกล่าวด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการขยายกำลังการผลิตพลังงานหมุนเวียนเชิงกลยุทธ์ [...]

เป้าหมาย

ระยะสั้น (1-2 ปี)

- ขยายขอบเขตการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ของโครงการที่เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ ทั้งในและต่างประเทศ ภายในสิ้นปี 2568

ระยะกลาง (3-5 ปี)

- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ต่อหน่วยผลิต ร้อยละ 25 ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562

ระยะยาว (6-10 ปี หรือมากกว่า)

- เพิ่มสัดส่วนกำลังการผลิตพลังงานหมุนเวียนให้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำลังการผลิตรวมภายในปี 2578

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593”

(กัลฟ์, 2568)

แต่ไม่พบเนื้อหาที่แสดงว่าบริษัทมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับเป้าหมายอันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด และพบว่ามีกระบวนการเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด แต่กลับไม่พบว่ากล่าวถึงแผนการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในกระบวนการผลิตไฟฟ้า

นอกจากนี้ วิดีโอบนช่องทางสื่อออนไลน์ของกัลฟ์ ระบุถึงเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในพอร์ตโดยกล่าวว่า “[...] โลกกำลังจะเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ทรนดการผลิิตไฟฟ้าแบบคาร์บอนต่ำด้วยสิ่งทีเรียั้เรียกว่า Renewable Energy หรือพลังงานหมุนเวียน โดยที่เรายังคงพึ่งพาการผลิตไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิลด้วยเหตุผลเรื่องความมั่นคงและก็เสถียรภาพทางพลังงานในประเทศ และด้วยความมุ่งมั่นของกัลฟ์ที่เรามีความ

ตั้งใจจะสร้างทั้งความมั่นคงทางพลังงานของประเทศและสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ เราจึงมีแผนที่จะสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และโรงไฟฟ้าพลังงานลมเพิ่มมากขึ้น **โดยกัลฟ์เรามีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนใน portfolio ไม่ต่ำกว่า 40% ภายในปี 2035 [...]** (Gulf SPARK, 2568) ทั้งนี้ ไม่พบการให้ข้อมูลว่าจะลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล อีกทั้งยังระบุถึงความจำเป็นในการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล แม้เนื้อหาเป็นการกล่าวถึงเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนก็ตาม

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- การนำเสนอกิจกรรมหรือโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีนัยสำคัญ

กัลฟ์ระบุเนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์ของบริษัทว่า “GULF รู้สึกยินดีที่ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญ BKK Zero Waste ของกทม. ในการลดขยะที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ ผ่านการสร้างวัฒนธรรมองค์กรยั่งยืนและส่งเสริมการแยกขยะภายในสำนักงานใหญ่ [...] **แต่ยังช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการกำจัดขยะ [...] เป็นอีกก้าวสำคัญขององค์กรที่ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการปลูกฝังวัฒนธรรมการแยกขยะ ‘ไม่เทรวม’ ในกลุ่มพนักงาน GULF ตลอดจนสนับสนุนกิจกรรมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ครอบคลุมในทุกมิติ สร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับทุกภาคส่วนในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain) ของ GULF รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม”** (กัลฟ์, 2567) ซึ่งเป็นการกล่าวอ้างถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสร้างผลกระทบเชิงบวก โดยไม่มีตัวชี้วัดหรือหลักฐานที่ชัดเจน

- การกล่าวอ้างถึงเฉพาะผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม โดยไม่กล่าวถึงผลกระทบด้านลบที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิล

เนื้อหาข่าวจากสื่อออนไลน์ของกัลฟ์ กล่าวถึงโรงงานไฟฟ้าพลังงานก๊าซว่าบรรลุจุดประสงค์ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม “Gulf Sriracha Power Plant (GSRC) Honored as Power Plant of the Year at Enlit Asia 2023 Power and Energy Awards, a ceremony held in Jakarta, Indonesia. [...] GSRC, located in Thailand's Chonburi province, the 2,650-megawatt (MW) gas turbine combined cycle (GTCC) power plant broke ground in 2018, a collaborative project between Thai independent power provider Gulf Energy Development Company Limited (GULF), Japanese trading company Mitsui & Co., Ltd., and Mitsubishi Power, has been recognized as the ‘Power Plant of the Year’ at the Power and Energy Awards. **This prestigious accolade highlights the plant's effectiveness in addressing Thailand's growing energy demands and its commitment to minimizing environmental impact through innovative practices.**” (GULF ENERGY DEVELOPMENT, 2567) โดยไม่พบการกล่าวถึงข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้โดยเปรียบเทียบ อีกทั้ง แม้ปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้ของก๊าซธรรมชาติจะน้อย

กว่าถ่านหินหรือน้ำมันแต่ก็ยิ่งสูงกว่าพลังงานสะอาดมาก รวมถึงกระบวนการขุดเจาะและสกัดเพื่อให้ได้มาซึ่งก๊าซธรรมชาติส่งผลให้เกิดการรั่วไหลของมีเทนที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าถ่านหินจากความสามารถในการกักเก็บความร้อนสูงกว่าคาร์บอนไดออกไซด์ 84 เท่า ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา (Union of Concerned Scientists, 2023)

นอกจากนี้ คณะวิจัยพบการกล่าวอ้างว่าการดำเนินงานโรงไฟฟ้าพลังงานน้ำไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำ “GULF อยู่ระหว่างการพัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำบนลุ่มแม่น้ำโขงใน สปป. ลาว 3 โครงการ ได้แก่ โครงการปากแบง โครงการปากลาย และโครงการหลวงพระบาง ซึ่งมีกำลังการผลิตติดตั้งรวม 3,142 เมกะวัตต์ และกำลังการผลิตตามสัญญารวม 3,060 เมกะวัตต์ โดยจะจำหน่ายไฟฟ้าที่ผลิตได้ทั้งหมดให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ตามสัญญาซื้อขายไฟฟ้า (PPA) ระยะยาว 29 ถึง 35 ปี ภายใต้กรอบความร่วมมือซื้อขายไฟฟ้าระหว่างประเทศไทยกับ สปป.ลาว ซึ่งโครงการดังกล่าวข้างต้นเป็นโครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำแบบน้ำไหลผ่านตลอดทั้งปี (Run-of-the-river) ไม่มีการสร้างอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่เพื่อกักเก็บน้ำ และไม่มีการเบี่ยงน้ำออกจากแม่น้ำโขง โดยจะใช้การไหลของน้ำตามธรรมชาติในการผลิตไฟฟ้า ทำให้ปริมาณน้ำที่ไหลเข้าเท่ากับที่ไหลออก จึงไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำในแม่น้ำโขง” (กัลป์, 2568) หากแต่รายงานจาก International Rivers เปิดเผยข้อมูลผลกระทบต่อโรงไฟฟ้าพลังน้ำแบบน้ำไหลผ่านว่า โครงการลักษณะนี้ยังสร้างการเปลี่ยนแปลงระดับน้ำอย่างมีนัยสำคัญ และการเดินเครื่องผลิตไฟฟ้าในช่วงความต้องการสูงสุด (peaking power) ทำให้ระดับน้ำผันผวนภายในวันเดียว ส่งผลให้แหล่งเพาะพันธุ์ปลา และพืชน้ำเสียหาย ขณะที่เขื่อนแบบมีอ่างเก็บน้ำขนาดเล็ก (pondage) ยังก่อให้เกิดแรงกระแทก การพังทลายของตลิ่ง และการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิน้ำ (International Rivers, 2560)

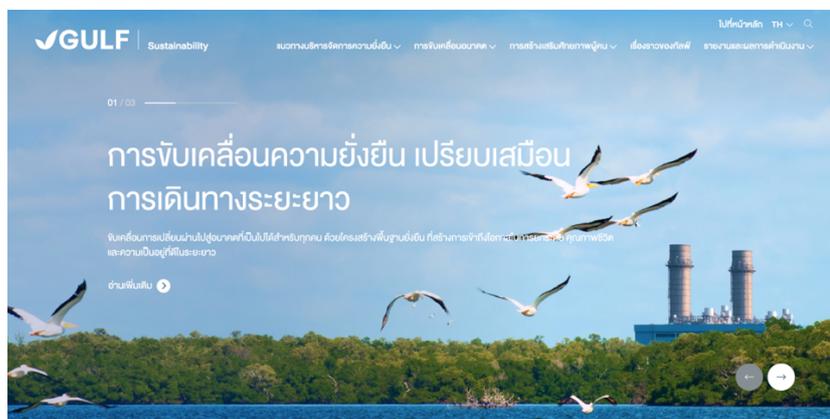
- การเลือกเปิดเผยเฉพาะข้อมูลด้านบวกของเชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่ธุรกิจหลักของตนเอง

รายงานความยั่งยืนของกัลป์ระบุว่า “ในช่วงการเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้พลังงานปลอดคาร์บอน ก๊าซธรรมชาติยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะเชื้อเพลิงที่มีคาร์บอนต่ำกว่า โดยความน่าเชื่อถือและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตที่ต่ำกว่าทำให้ก๊าซธรรมชาติเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการรักษาความมั่นคงของระบบพลังงาน ในระหว่างที่ประเทศดำเนินการเพิ่มกำลังการผลิตจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานลมและพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น ทั้งนี้ การรักษาความสมดุลระหว่างความน่าเชื่อถือและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจึงเป็นสิ่งจำเป็น ในขณะที่บริษัทฯ ปรับการดำเนินการให้สอดคล้องกับแผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศ และมุ่งสู่การสร้างอนาคตด้านพลังงานที่สะอาดยิ่งขึ้น” (กัลป์, 2568) และพบเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของบริษัทระบุว่า “นอกจากในแง่ความปลอดภัยแล้ว ก๊าซ LNG ยังมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากทำให้เกิดการสันดาปที่สมบูรณ์ ไม่เกิดสารตกค้างในน้ำหรือดิน และเนื่องจากในกระบวนการผลิตจำเป็นต้องมีการกำจัดสิ่งแปลกปลอมออก ทำให้ก๊าซชนิดนี้ไม่มีพิษ หรือ ฤทธิ์กัดกร่อน รวมถึงไม่มีสีและไม่มีกลิ่นอีกด้วย” (Gulf SPARK, 2567) ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลเฉพาะด้านบวกของ

เชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติและ LNG โดยข้อค้นพบจากงานวิจัยของ Howarth พบว่า LNG ปล่องก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อนมากกว่าถ่านหินในช่วง 20 ปี มากถึงร้อยละ 33 (Howarth, 2024)

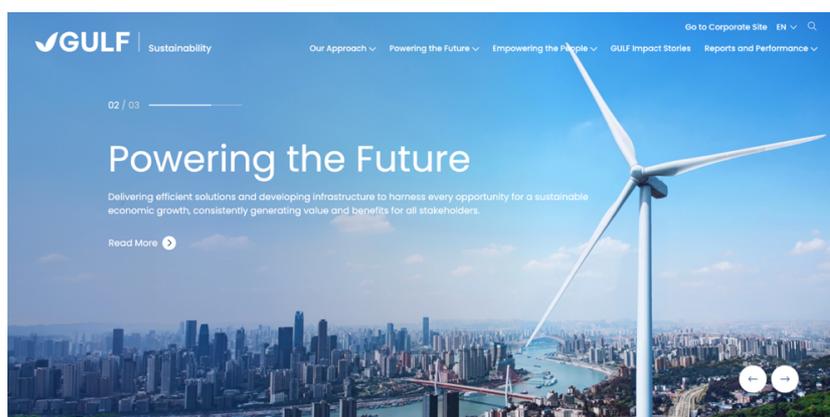
3) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้นำในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

กัลฟ์ใช้รูปภาพธรรมชาติในหลายช่องทางของบริษัทเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียว โดยที่การดำเนินงานหลักรวมถึงสัดส่วนรายได้ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ของบริษัทยังคงมาจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ตัวอย่างจากหน้าเว็บไซต์ของ กัลฟ์ มีการนำรูปป่าไม้ ทะเล และนก รวมไว้กับโครงการไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ ซึ่งอาจสร้างความเข้าใจผิดว่าการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าเชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ทั้งนี้ อ้างอิงจากรายงานของ Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) พบว่าโรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติปล่อยมลพิษตลอดวัฏจักรชีวิตเฉลี่ยอยู่ที่ 490 gCO₂e/kWh ในขณะที่โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ปล่อยเพียง 48 gCO₂e/kWh (Bruckner, et al., 2014)



รูปที่ 6 หน้าเว็บไซต์ส่วนความยั่งยืนของกัลฟ์

ที่มา: (กัลฟ์, 2568)



รูปที่ 7 หน้าเว็บไซต์ส่วนความยั่งยืนของกัลฟ์

ที่มา: (กัลฟ์, 2568)

3.2.4 บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ราช กรุ๊ป ก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. 2543 โดยมี กฟผ. เป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ที่สัดส่วนร้อยละ 45 โดยบริษัท ประกอบธุรกิจผลิตไฟฟ้าเป็นธุรกิจหลักซึ่งลงทุนทั้งในและต่างประเทศ โดย ณ พฤศจิกายน 2568 ราช กรุ๊ป มี กำลังผลิตติดตั้งตามสัดส่วนการถือหุ้นรวมประมาณ 10,815 เมกะวัตต์ เป็นพลังงานจากก๊าซธรรมชาติร้อยละ 50.68 ถ่านหินร้อยละ 17.44 และน้ำมันดีเซลร้อยละ 0.08 รวมทั้งหมดเป็น ร้อยละ 68.20 ของกำลังการผลิต ทั้งหมด (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.) ขณะที่มิโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน (พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ พลังงานแบตเตอรี่ และพลังงานชีวมวล) มีสัดส่วนร้อยละ 31.81 (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.)

ในปี 2567 บริษัทมีรายได้รวม 42,204 ล้านบาท โดยมีธุรกิจผลิตไฟฟ้าเป็นแหล่งรายได้หลัก คิดเป็น ร้อยละ 95 ของรายได้รวม (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.) โดยจำแนกเป็นรายได้จากโรงไฟฟ้าเชื้อเพลิงฟอสซิล 34,326 ล้านบาท และรายได้ของโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน 5,698 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีรายได้จากธุรกิจ สาธารณูปโภคและอื่น ๆ เป็นเงินจำนวน 2,179 ล้านบาท (ราช กรุ๊ป, 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ราช กรุ๊ป ให้คำมั่นต่อการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2593 โดยตั้งเป้าหมายระยะกลางและยาวเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี 2573 และ 2578 ดังนี้

1. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 30 ในปี 2573 และร้อยละ 40 ในปี 2578 และ ลดการใช้พลังงานฟอสซิลในการผลิตไฟฟ้าเป็นร้อยละ 70 ในปี 2573 และร้อยละ 60 ในปี 2578
2. ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 6 ล้าน tCO₂e หรือร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558 ภายในปี 2573 และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 10 ล้าน tCO₂e คิดเป็น ร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558 ภายในปี 2578
3. เพิ่มการกักเก็บก๊าซเรือนกระจก โดยตั้งเป้าหมายการกักเก็บที่ 55,000 tCO₂e ในปี 2573 และ 76,000 tCO₂e ในปี 2578 (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2567 ราช กรุ๊ป มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมอยู่ที่ 7.14 ล้าน tCO₂e (ขอบเขตที่ 1, 2, และ 3) ประกอบด้วยปริมาณการปล่อยก๊าซขอบเขตที่ 1 (การปล่อยตรงจากการดำเนินงานของ ราช กรุ๊ป ซึ่งมีกลุ่มโรงไฟฟ้าภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทรวม 11 แห่ง) 5.29 ล้าน tCO₂e และการปล่อยก๊าซ ขอบเขตที่ 2 และ 3 อยู่ที่ 0.039 ล้าน tCO₂e และ 1.77 ล้าน tCO₂e ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกวมตั้งแต่ปี 2565 พบว่า บริษัทมีแนวโน้มการปล่อย ก๊าซที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2567 เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ทั้งนี้ บริษัทได้ ประกาศความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำเนินงานของตนเองทั้งทางตรง และทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1-3) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและวางแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือน

กระจกในปีต่อ ๆ ไป โดยเฉพาะความร่วมมือกับคู่ค้าต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อหาแนวทางลดก๊าซเรือนกระจก (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 9 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ ราช กรุ๊ป

ขอบเขตการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO2e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	8,515,787	4,984,325	5,296,098
ขอบเขตที่ 2			
- location based	31,367	28,363	39,387
- market based	31,367	28,363	39,387
ขอบเขตที่ 3	3,113,000	1,549,089	1,769,016
รวม	11,691,521	6,590,140	7,143,888

ที่มา: (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.)

ตัวอย่างพฤติกรรมที่ควรหลีกเลี่ยง

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วางเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

- การตั้งเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศโดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน

ภายในปี 2573 ราช กรุ๊ป ตั้งเป้าหมายลดค่าความเข้มข้นในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 รวมถึงสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซฯ ในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 โดยระบุเป้าหมายไว้บนหน้าเว็บไซต์ของบริษัท (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.) และรายงานมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD) (ราช กรุ๊ป, 2568) ดังนี้:

- มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยไฟฟ้าสุทธิ อยู่ที่ 0.3247 tCO2e/MWh ซึ่งต่ำกว่าค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 28.9 เทียบกับปีฐาน (2558) โดยปีฐานมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอยู่ที่ 8,694,192 tCO2e
- รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 ในกิจกรรมภายในและนอกองค์กร ในปี 2573
- สนับสนุนให้ซัพพลายเออร์ในต้นน้ำและปลายน้ำลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในปี 2573
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 15 ในปี 2573 เทียบกับปีฐาน และ
- บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2593

อย่างไรก็ตาม พบว่ามาตรการของราช กรุ๊ป มีความคลุมเครือเนื่องจากการตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นค่าความเข้มข้นคาร์บอนโดยไม่มีการระบุขั้นตอนการดำเนินงาน และแผนการรายงานข้อมูลในระยะสั้น กลาง และยาวที่ชัดเจน และยังพบว่า ราช กรุ๊ป มีการรายงานปริมาณ

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปีฐาน 2558 ไม่ตรงกันในเอกสารของบริษัทบางส่วน โดยบนเว็บไซต์ระบุว่า อยู่ที่ 8,694,192 tCO₂e (ราช กรุ๊ป, ม.ป.ป.) แต่ในรายงานความยั่งยืนของบริษัทในปี 2558 พบว่าราช กรุ๊ป มีปริมาณการปล่อยก๊าซฯ 15,113,151 tCO₂e (ราช กรุ๊ป, 2558) ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน และอาจบิดเบือนผลลัพธ์ของการดำเนินงานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- การตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดโดยไม่ประกาศว่าจะลด หรือเลิกการก่อสร้าง โรงไฟฟ้าฟอสซิลใหม่

ราช กรุ๊ป ประกาศทางเว็บไซต์ว่าจะเพิ่มการลงทุน และเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน ดังนี้ “บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประกาศหนุนาการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน (Energy Transition) เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนและเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนของบริษัทฯ โดยวางกลยุทธ์ธุรกิจให้สอดคล้องกับแผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย เป้าหมาย ได้แก่ ประเทศไทย สปป. ลาว ออสเตรเลีย และอินโดนีเซีย ซึ่งถือเป็นการสนับสนุนความมั่นคงด้านพลังงานและเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ของประเทศเป้าหมาย [...] ปัจจุบัน บริษัทฯ รับรู้ กำลังการผลิตไฟฟ้าตามสัดส่วนการลงทุน รวม 10,817.28 MW โดยเป็นกำลังผลิตไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิล รวม 7,842.61 เมกะวัตต์ (ร้อยละ 72.5) และกำลังผลิตจากพลังงานทดแทน รวม 2,974.67 (ร้อยละ 27.5) ในปี 2567 บริษัทฯ จัดสรรเงินลงทุน จำนวน 10,000 ล้านบาท เพื่อขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีเป้าหมายที่จะเพิ่มกำลังการผลิตจากพลังงานทดแทนให้ถึงร้อยละ 30 ในปี 2573 และร้อยละ 40 ในปี 2578” (ราช กรุ๊ป, 2567)

แม้บริษัทจะมีการนำเสนออัตราส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานฟอสซิลในปัจจุบัน และความตั้งใจที่จะเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนแล้ว ถึงกระนั้น บริษัทกลับไม่ได้กล่าวถึงแผนการลดการลงทุนในเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างชัดเจนว่าจะมีมาตรการแบบใด รวมถึงเส้นตาย และตัวชี้วัด

- อ้างอิงโครงการ CSR เพื่อเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

ราช กรุ๊ป มีการทำกิจกรรม CSR สร้างจิตสำนึกต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับหน่วยงานรัฐ โดยมีรายละเอียดดังนี้ “กรมป่าไม้และบริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขอเชิญชวนป่าชุมชนทั่วประเทศ ร่วมชิงรางวัลถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2568 และเงินรางวัล 200,000 บาท ภายใต้โครงการ “คนรักป่า ป่ารักชุมชน” ปีที่ 18 ที่มุ่งส่งเสริมการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นจิตสำนึกและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านการปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้แก่ป่าชุมชนทั่วประเทศ ซึ่งในปี 2568 นี้รางวัลประเภทดีเด่นได้หยิบยกประเด็นด้านการรับมือต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยผลานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ร่วมกันลดความเสี่ยง

จากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และบรรลุสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ผ่านกลไกป่าชุมชน” (สยามรัฐ, 2567)

จะเห็นได้ว่า บริษัทไม่ได้มีส่วนร่วมโดยตรงเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ เพราะป่าชุมชน¹⁰ เป็นพื้นที่ป่าที่เกิดจากความร่วมมือของชุมชน และ/หรือชุมชนร่วมกันบริหารจัดการพื้นที่กับภาครัฐมาก่อนอยู่แล้ว ดังนั้นการสนับสนุนโครงการประกวดของบริษัทเป็นกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อสร้างความเข้าใจว่าบริษัทมีส่วนร่วมที่ดีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งที่กิจกรรมดังกล่าวไม่ส่งผลต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากธุรกิจหลักของบริษัท

- ให้ข้อมูลการใช้เทคโนโลยีและพลังงานหมุนเวียนเพื่อเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลัก

บริษัทนำเสนอข่าวการศึกษาเทคโนโลยีและแนวทางการลงทุนในพลังงานสะอาด โดยมีรายละเอียดดังนี้ “บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และเครือสหพัฒน์ ได้ประกาศความร่วมมือในการศึกษาเทคโนโลยีเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ขนาดเล็กแบบโมดูลาร์ (Small Modular Reactor: SMR) เพื่อสนับสนุนนโยบายของภาครัฐในการเพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงสะอาด และตอบสนองความต้องการพลังงานไฟฟ้าสีเขียวของภาคอุตสาหกรรม ให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (NZE) ในปี 2593 และปี 2608 ไปพร้อมกัน ทั้งนี้ บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยนายนิทัศน์ วรพนพิพัฒน์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ และบริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (SPI) โดยนายวิชัย กุลสมภพ ประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ด้าน Small Modular Reactor [...] อุตสาหกรรมได้ใช้ไฟฟ้าสะอาดที่เชื่อถือได้ และนำประเทศไปสู่เศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำได้ในที่สุด การลงนามความร่วมมือครั้งนี้จะมุ่งเน้นการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ SMR ครอบคลุมถึงความปลอดภัยและการจัดการของเสีย กฎหมาย ข้อกำหนดระเบียบที่กำกับดูแลที่เกี่ยวข้องของประโยชน์ที่เกิดขึ้นทั้งในมิติเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม รวมทั้งความก้าวหน้าของประเทศต่าง ๆ ที่มีการนำ SMR มาช่วยขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้าน [...]” (ราช กรุ๊ป, 2567)

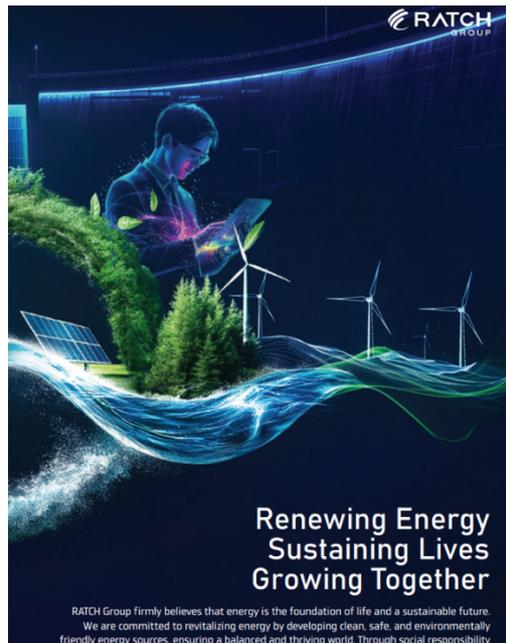
โดยระบุถึงการเพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดจากเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ขนาดเล็กแบบโมดูลาร์ ในฐานะมาตรการเพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารข้างต้นละเลยการกล่าวถึงบทบาทของบริษัทในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งกำเนิดหลักและห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดูเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าความเป็นจริง

¹⁰ ป่าชุมชนเป็นพื้นที่ป่าไม้ที่ชุมชนได้ร่วมกันจัดการทรัพยากรเพื่ออนุรักษ์พร้อมกับใช้ประโยชน์เพื่อการดำรงชีพควบคู่กันไป ภายใต้การกำกับดูแลของพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 (ราชกิจจานุเบกษา, 2562)

3) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

- ใช้รูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

บริษัทใช้ภาพและสีที่สื่อถึงธรรมชาติหรือความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หน้าปกรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567 ซึ่งปรากฏภาพต้นไม้สีเขียวและเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียนอื่น ๆ เป็นต้น การสื่อสารดังกล่าวมีส่วนในการสร้างความเข้าใจว่าบริษัทมีการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แม้ว่ายังคงพึ่งพาการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นหลัก ซึ่งเป็นการเบี่ยงเบนการรับรู้ของสาธารณะถึงบทบาททางสิ่งแวดล้อมของบริษัท



รูปที่ 8 หน้าปกรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567

ที่มา: (ราช กรุ๊ป, 2568)

3.2.5 บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

เอ็กโกเป็นบริษัทผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายแรกของประเทศไทย ดำเนินธุรกิจในลักษณะบริษัทโฮลดิ้งที่มุ่งลงทุนในธุรกิจพลังงานทั้งในและต่างประเทศ ธุรกิจของบริษัทแบ่งออกเป็นสามกลุ่มหลัก ได้แก่ (1) ธุรกิจผลิตไฟฟ้า ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลัก ครอบคลุมโรงไฟฟ้าเชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติ ถ่านหินชีวมวล พลังน้ำ พลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ (2) ธุรกิจพลังงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจขนส่งและจัดหาเชื้อเพลิง กิจกรรมบริการซ่อมบำรุง (Operation & Maintenance) และธุรกิจโครงสร้างพื้นฐานพลังงาน และ (3) ธุรกิจบริการดิจิทัลและโซลูชันพลังงานสำหรับลูกค้าองค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในระยะขยายตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานในอนาคต

ณ สิ้นปี 2567 บริษัทมีกำลังการผลิตไฟฟ้าตามสัดส่วนการถือหุ้นรวม 7,019 เมกะวัตต์ โดยมาจากก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน 5,556 เมกะวัตต์ และพลังงานหมุนเวียน 1,463 เมกะวัตต์ กำลังการผลิตของเอ็กโกกระจายอยู่ใน 8 ประเทศ ได้แก่ ไทย ลาว ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา โรงไฟฟ้าในประเทศยังคงเป็นฐานหลักของพอร์ต ขณะที่การลงทุนในต่างประเทศเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์การกระจายความเสี่ยง (เอ็กโก, 2567)

ด้านโครงสร้างรายได้ ในปี 2567 เอ็กโกมีรายได้รวมจากการดำเนินงานทั้งสิ้น 52,125 ล้านบาท โดยรายได้หลักมาจากการขายไฟฟ้าของโรงไฟฟ้าในเครือให้กับ กฟผ. และธุรกิจไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิลยังเป็นสัดส่วนหลักของกำไร (เอ็กโก, 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เอ็กโกได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 โดยแนวทางการดำเนินงานมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพโรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติ การไม่ลงทุนในโครงการถ่านหินใหม่ การศึกษาและเตรียมความพร้อมในการติดตั้งเทคโนโลยี CCS และการใช้เชื้อเพลิงร่วม (co-firing) ตลอดจนการขยายกำลังผลิตจากพลังงานหมุนเวียนให้ได้ร้อยละ 30 ของกำลังผลิตรวมภายในปี 2573 นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งสู่การใช้เชื้อเพลิงสะอาด 100% ภายในปี 2583 และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในห่วงโซ่คุณค่าไฮโดรเจน (Hydrogen Value Chain) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านในระยะยาว ควบคู่กับการใช้กลไกคาร์บอนเครดิตหรือการชดเชยคาร์บอนเฉพาะส่วนที่เหลือให้บรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน

ในระยะยาว เอ็กโก ตั้งเป้าขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยเชื้อเพลิงไฮโดรเจน และการติดตั้ง CCS ครอบคลุมให้สินทรัพย์ทั้งหมด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ บริษัทได้กำหนดเป้าหมายที่สอดคล้องกับกรอบ Science Based Targets initiative (SBTi) โดยอยู่ระหว่างขอรับการรับรองเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1-3 ได้แก่ การลดความเข้มข้นการปล่อยของขอบเขตที่ 1-2 ลงร้อยละ 10 ภายในปี 2573 (ปีฐาน 2563) บรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2583 และ Net Zero ภายในปี 2593 รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 ให้ได้ร้อยละ 50 ภายในปี 2593 (เอ็กโก, 2568)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2567 เอ็กโกมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม 11.03 ล้าน tCO₂e โดยขอบเขตที่ 1 ซึ่งเป็นการปล่อยโดยตรงจากการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 ของการปล่อยรวมทั้งหมด หรือ 5.54 ล้าน tCO₂e โดยมาจากโรงไฟฟ้าที่ใช้เชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติและถ่านหินเป็นหลัก ซึ่งเป็นเชื้อเพลิงหลักที่สำคัญในพอร์ตการผลิตไฟฟ้าของเอ็กโก

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 ซึ่งครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานและการลงทุนมีปริมาณรวม 5.48 ล้าน tCO₂e หรือประมาณร้อยละ 49.7 ของการปล่อยรวม โดยแหล่งการปล่อยหลักมาจากการลงทุนในบริษัทรวมจำนวน 4.60 ล้าน tCO₂e คิดเป็นร้อยละ 42 ของการปล่อยทั้งหมด และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงานจำนวน 0.87 ล้าน tCO₂e หรือร้อยละ 8 ของการปล่อยทั้งหมด ในขณะที่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 2 ซึ่งเป็นการปล่อยทางอ้อมจากการใช้พลังงานไฟฟ้าและความร้อนคิดเป็นสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 0.1 ของการปล่อยรวมทั้งหมด

ตารางที่ 10 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ เอ็กโก

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO ₂ e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	6,150,208	5,715,621	5,535,710
ขอบเขตที่ 2	8,150	10,275	10,011
ขอบเขตที่ 3	4,701,433	4,995,773	5,481,992
รวม	10,859,791	10,721,669	11,027,713

ที่มา: (เอ็กโก, 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมที่ควรหลีกเลี่ยง

- 1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วague เป่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

- การตั้งเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศที่ไม่มีแผนรองรับ

เอ็กโก ประกาศเป้าหมายในรายงานประจำปี “เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและเป็นไปในทิศทางเดียวกับบริษัทชั้นนำของโลก โดยขยับเป้าหมายการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ให้เร็วขึ้นกว่าเดิม 10 ปี จากปี 2593 (ค.ศ. 2050) เป็น 2583 (ค.ศ. 2040) และเพิ่มเป้าหมายระยะยาวใหม่ คือ การบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายใน ปี 2593 (ค.ศ. 2050)” และ “เป้าหมายปี 2573:

- เพิ่มสัดส่วนไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนเป็น ร้อยละ 30 ของการผลิตพลังงานทั้งหมดของกลุ่มเอ็กโก โดยเทียบจากปีฐาน (Baseline Year) พ.ศ. 2563

- เพิ่มการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน เป็น 130 เมกะวัตต์ต่อปี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนในปี 2573

- ลดการปล่อยคาร์บอนต่อกำลังการผลิต (Carbon Intensity) ลงร้อยละ 10 โดยเทียบจากปีฐาน (Baseline Year) พ.ศ. 2563

- ปล่อยคาร์บอนต่อกำลังการผลิต (Carbon Intensity) น้อยกว่า 0.5 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อเมกะวัตต์ชั่วโมง

เป้าหมายปี 2583: มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)

เป้าหมายปี 2593: มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero)” (เอ็กโก, 2568)

ทั้งนี้ ไม่พบแนวปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด และระบุถึงแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลักของบริษัทอย่างชัดเจน อีกทั้ง บริษัทประกาศเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนแต่กลับไม่ระบุถึงแผนการลดหรือยกเลิกการลงทุนในเชื้อเพลิงฟอสซิล

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของบริษัท

- การนำเสนอความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการที่ไม่มีนัยสำคัญ จากเนื้อหาข่าวสื่อออนไลน์ของเอ็กโก มีการนำเสนอข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพของโรงงานไฟฟ้า-ก๊าซธรรมชาติ และกล่าวว่าสามารถลดการปล่อยคาร์บอนได้ ดังนี้ “การมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับทุกอุตสาหกรรม เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้าที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยผลักดันการเปลี่ยนผ่านทางพลังงานไปสู่พลังงานที่สะอาดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

EGCO Group จึงขอพามาตุ Green (มิตร) Mission ภารกิจปรับปรุงกระบวนการผลิตไฟฟ้าของโรงไฟฟ้าในพอร์ต โพลีโอฟิลเชื้อเพลิงหลัก (conventional) หรือเชื้อเพลิงฟอสซิล ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

1. ปรับปรุงเครื่องกังหันก๊าซของโรงไฟฟ้า Linden Cogeneration หน่วยที่ 6 ในสหรัฐอเมริกา ที่เดินเครื่องเชิงพาณิชย์อยู่แล้ว ให้สามารถใช้ก๊าซที่เกิดจากกระบวนการผลิตของโรงกลั่นที่มีไฮโดรเจนเป็นองค์ประกอบแล้วนำมาผสมในสัดส่วน 40% เพื่อเป็นเชื้อเพลิงร่วมกับก๊าซธรรมชาติที่ใช้อยู่เดิม ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมของโรงไฟฟ้า และช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซ CO₂ โดยรวมลงประมาณ 10%

2. ศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงเทคนิคในการนำแอมโมเนีย (Ammonia co-firing) มาเป็นเชื้อเพลิงผสมในโรงไฟฟ้าบีแอลซีพี จ.ระยอง เพื่อลดการปล่อย CO₂ จากกระบวนการผลิตไฟฟ้าสู่ชั้นบรรยากาศ โดยยังคงประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าไว้ จากผลการศึกษาพบว่า เมื่อนำแอมโมเนีย 20% ไปผสมในการเผาไหม้ จะสามารถช่วยลดการปล่อย CO₂ ได้สูงสุดประมาณ 20% ในลำดับต่อไป โรงไฟฟ้าบีแอลซีพีก็จะ

พัฒนาไปสู่ขั้นตอนของการทดลอง ที่จะเริ่มทดลองผสมแอมโมเนียในการเผาไหม้ที่ 5%” (EGCO Group, 2568)

การสื่อสารข้างต้นจึงทำให้เข้าใจได้ว่าบริษัทมีความก้าวหน้าในการปรับปรุงการผลิตไฟฟ้าให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นแล้วซึ่งเบี่ยงเบนไปจากข้อเท็จจริงที่แม้การดำเนินการข้างต้นอาจช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโรงไฟฟ้าทั้งสองแห่งได้ แต่โรงไฟฟ้าทั้งสองแห่งยังคงใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการตั้งแต่จัดหาไปจนถึงการนำไปใช้ผลิตไฟฟ้า

- การอ้างอิงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

คณะวิจัยพบว่า เอ็กโกมีการนำเสนอกิจกรรมปลูกต้นไม้และเชื่อมโยงไปยังเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) และ Net Zero “วันที่ 27 ธันวาคม 2567 บริษัท ผลิตไฟฟ้าฯ นำโดยคุณณเรศ ชูเกิด กรรมการผู้จัดการ, คุณราเชนทร์ บุญยพิพัฒน์ ผู้จัดการโรงไฟฟ้า พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้าง ร่วมจัดกิจกรรมปลูกต้นไม้ประจำปี 2567 ณ อ่างเก็บน้ำบ้านบางคู ตำบลควนทอง อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยเฉพาะ เป้าหมายที่ 13: การดำเนินการเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และ เป้าหมายที่ 15: การอนุรักษ์และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนจากระบบนิเวศทางบก กิจกรรมในครั้งนี้ต่อยอดความมุ่งมั่นของโรงไฟฟ้าขนอมในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม [...] นอกจากนี้ การปลูกป่ายังช่วยลดมลพิษทางอากาศ ป้องกันการกัดเซาะของดิน และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ อันสอดคล้องกับเป้าหมาย การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero 2050) ของ EGCO Group” (หนังสือพิมพ์บ้านข่าว, 2567) หรือโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ดำเนินการโดยโรงไฟฟ้าบีแอลซีพี ดังต่อไปนี้ “ในช่วงปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมา โรงไฟฟ้าบีแอลซีพีกำลังดำเนินการโครงการสำคัญเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาทิ [...]

2. โครงการภาคีสนับสนุนป่าชุมชนลดโลกร้อน – ความร่วมมือกับกรมป่าไม้ ในการปลูกป่าพื้นที่ 100 ไร่ เพื่อเป็นแหล่งดูดซับคาร์บอน โดยบริษัทไม่เพียงให้การสนับสนุนการปลูกป่า แต่ยังจัดสรรงบประมาณสำหรับการบำรุงรักษาต่อเนื่องอีก 2 ปี และประเมินการกักเก็บก๊าซเรือนกระจก

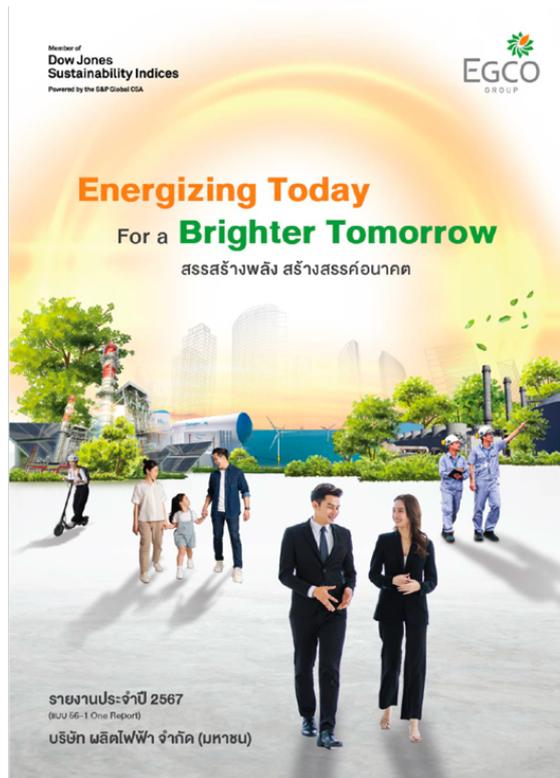
3. Carbon Neutral Event - การริเริ่มแนวปฏิบัติด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน โดยการซื้อคาร์บอนเครดิตจากโครงการถักชยะเปียกลดโลกร้อนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการจัดกิจกรรมของบริษัท” (ศูนย์ข่าวภัยสยามนิวส์ ภาคตะวันออก, 2568)

แม้กิจกรรมข้างต้นมีส่วนในการส่งเสริมการดูดซับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากชั้นบรรยากาศ หากแต่กิจกรรมดังกล่าวไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการธุรกิจหลักขององค์กร และการไปสู่เป้าหมาย Net Zero ที่จำเป็นต้องเปลี่ยนผ่านจากเชื้อเพลิงฟอสซิลที่เป็นแหล่งก๊าซเรือนกระจกหลักของการดำเนินธุรกิจ

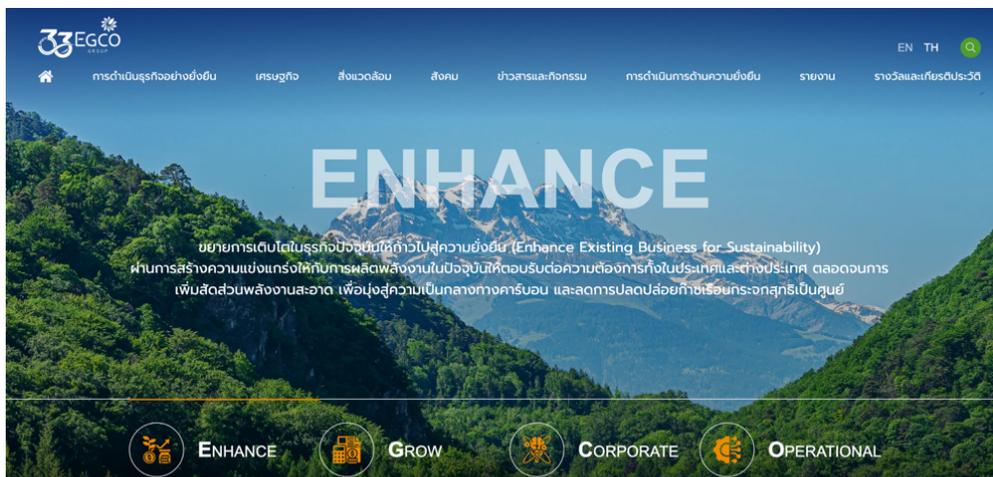
3) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

คณะวิจัยพบการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยากจากสื่อต่าง ๆ ของเอ็กโก ซึ่งอาจส่งผลให้สาธารณชนเข้าใจคลาดเคลื่อนต่อเนื้อหาข่าวที่บริษัทเผยแพร่ อาทิ “EGCO Group จึงขอพามาดู Green (มิตร) Mission ภารกิจปรับปรุงกระบวนการผลิตไฟฟ้าของโรงไฟฟ้าในพอร์ตโพลีโอที่ใช้เชื้อเพลิงหลัก (conventional) หรือเชื้อเพลิงฟอสซิล ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น [...] 2. ศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงเทคนิคในการนำแอมโมเนีย (Ammonia co-firing) มาเป็นเชื้อเพลิงผสมในโรงไฟฟ้าบีแอลซีพี จ.ระยอง เพื่อลดการปล่อย CO2 จากกระบวนการผลิตไฟฟ้าสู่ชั้นบรรยากาศ โดยยังคงประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าไว้ จากผลการศึกษาพบว่าเมื่อนำแอมโมเนีย 20% ไปผสมในการเผาไหม้ จะสามารถช่วยลดการปล่อย CO2 ได้สูงสุดประมาณ 20% ในลำดับต่อไป โรงไฟฟ้าบีแอลซีพีก็จะพัฒนาไปสู่ขั้นตอนของการทดลอง ที่จะเริ่มทดลองผสมแอมโมเนียในการเผาไหม้ที่ 5%” (EGCO Group, 2568) โดยเทคโนโลยี Ammonia co-firing คือ การใช้แอมโมเนียผสมกับเชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนจากกระบวนการผลิต หากแต่ยังคงใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นหลัก

นอกจากนี้ เอ็กโกนำเสนอภาพธรรมชาติและเทคโนโลยีพลังงานสะอาดในหลายช่องทางของบริษัท ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้มีส่วนได้เสียที่รับข้อมูลของบริษัทเข้าใจว่าเอ็กโกเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หน้าปกรายงานประจำปี 2567 ซึ่งใช้รูปต้นไม้ และเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียนอื่น ๆ ประกอบกับโรงไฟฟ้าเชื้อเพลิงฟอสซิล เป็นต้น



รูปที่ 9 หน้าปกรายงานประจำปี 2567 ความยั่งยืนของเอ็กโก
ที่มา: (เอ็กโก, 2568)



รูปที่ 10 หน้าเว็บไซต์ส่วนความยั่งยืนของเอ็กโก
ที่มา: (เอ็กโก, 2568)

3.2.6 บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บางจากเป็นบริษัทพลังงานที่ประกอบธุรกิจใน 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) โรงกลั่นและการค้าน้ำมัน 2) การตลาด หรือการค้าปลีกและบริการผลิตภัณฑ์น้ำมัน 3) ไฟฟ้าพลังงานสะอาด 4) ผลิตภัณฑ์ชีวภาพ และ 5) สำรองและผลิตปิโตรเลียมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยบางจากมีกำลังการผลิตติดตั้งการกลั่นน้ำมัน 294,000 บาร์เรลต่อวัน จากโรงกลั่นน้ำมัน 2 แห่ง ได้แก่ โรงกลั่นน้ำมันบางจากพระโขนงที่มีอัตราการผลิตน้ำมันเฉลี่ย 110,600 บาร์เรลต่อวัน และโรงกลั่นน้ำมันบางจากศรีราชาซึ่งมีอัตราการผลิตน้ำมันเฉลี่ย 147,800 บาร์เรลต่อวัน ทั้งยังส่งมอบผลิตภัณฑ์ เช่น ก๊าซปิโตรเลียมเหลว น้ำมันเครื่องบิน และน้ำมันเตารวมถึงให้บริการน้ำมัน เช่น น้ำมันเบนซินและน้ำมันดีเซล ผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจาก 2,163 แห่ง ในส่วนของธุรกิจก๊าซธรรมชาติ บางจากขยายการลงทุนไปยังบริษัท OKEA ASA ซึ่งเป็นบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมในประเทศนอร์เวย์ โดยบางจากมีสถานะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ในปี 2567 บางจากมีรายได้รวม 603,463 ล้านบาท จำแนกเป็นรายได้จากธุรกิจต่าง ๆ ได้ ดังนี้ กลุ่มธุรกิจโรงกลั่นและการค้าน้ำมันร้อยละ 77.90 กลุ่มธุรกิจการตลาดร้อยละ 9.40 กลุ่มธุรกิจพลังงานไฟฟ้าร้อยละ 0.60 กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภาพร้อยละ 3.70 กลุ่มธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติร้อยละ 6.00 และกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ และบริษัทย่อยร้อยละ 2.40 (บางจาก, 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บางจากประกาศแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี 2593 ภายใต้กลยุทธ์ชื่อ “BCP316NET” (บางจาก, 2568) โดยจะครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ซึ่งกำหนดปี 2562 เป็นปีฐานในการคำนวณการปล่อยก๊าซฯ และมีค่าการปล่อยก๊าซฯ อยู่ที่ 910,373 tCO₂e โดยเป้าหมายในปี 2593 ได้กำหนดให้มีการลดการปล่อยก๊าซฯ ร้อยละ 100 เทียบกับปีฐาน ซึ่งกลยุทธ์ของบางจากครอบคลุม 3 แนวทาง ประกอบด้วย

- 1) การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและลดการปล่อยก๊าซฯ จากการใช้เทคโนโลยีและเชื้อเพลิงที่สะอาด โดยคาดหวังให้ลดการปล่อยก๊าซฯ ร้อยละ 30 เทียบกับปีฐาน (2562)
- 2) การพัฒนาแหล่งดูดซับและกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีธรรมชาติทางบกและทางทะเล ในสัดส่วนร้อยละ 10 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปีฐาน (2562)
- 3) ศึกษาและขยายตลาดในธุรกิจสีเขียว เช่น การพัฒนาและขายเชื้อเพลิงทางเลือกคาร์บอนต่ำ การสนับสนุนการซื้อขายคาร์บอนเครดิต การพัฒนาเทคโนโลยี CCUS โดยหวังว่าจะสามารถลดการปล่อยก๊าซฯ ได้มากที่สุดร้อยละ 60 เทียบกับปีฐาน (2562)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บางจาก มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2567 รวมอยู่ที่ 5.59 ล้าน tCO₂e (ขอบเขตที่ 1, 2, และ 3) ประกอบด้วยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 (การปล่อยก๊าซฯ ในกระบวนการผลิตและกลั่นน้ำมันของบริษัท) มีค่าอยู่ที่ 976,280.59 tCO₂e ในส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 (การปล่อยก๊าซฯ ทางอ้อม) มีค่าอยู่ที่ 8,612.34 tCO₂e ในขณะที่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3

(การปล่อยก๊าซฯ ทางอ้อมอื่น ๆ ในต้นน้ำและปลายน้ำ) มีค่าอยู่ที่ 4.611 ล้าน tCO₂e โดยทุกขอบเขตมีค่าการปล่อยก๊าซฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2565

อีกทั้งยังพบว่าการรายงานค่าดังกล่าวครอบคลุมเพียงแค่โรงกลั่นน้ำมันและคลังน้ำมันของบางจากภายในประเทศไทยเท่านั้น ยังไม่พบการรายงานค่าการปล่อยก๊าซฯ จากการดำเนินงานของบางจากผ่านบริษัทในเครือในต่างประเทศ เช่น ธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมของ บริษัท บีซีพีอาร์ จำกัด (BCPR) ในประเทศสิงคโปร์ และ OKEA ASA ในประเทศนอร์เวย์ (บางจาก, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 11 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ บางจาก

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO ₂ e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	931,381.93	940,847.78	976,280.59
ขอบเขตที่ 2	5,843.94	7,074.94	8,612.34
ขอบเขตที่ 3	3,120,812.01	4,431,753.23	4,611,367.38
รวม	4,058,037.88	5,379,675.95	5,596,260.31

ที่มา: (บางจาก, 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมการฟอกเขียว

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วางเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

- การกล่าวกล่าวอ้างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน

บางจาก มีการประกาศเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนและเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ดังนี้ “บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยปัจจัยของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกและภาวะโลกร้อนเป็นสถานการณ์ระดับสากลที่นำไปสู่ความเสี่ยงและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ประกอบกับธุรกิจโรงกลั่นเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้พลังงานในกระบวนการผลิตสูง การจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นงานลำดับแรกที่บริษัทฯ ต้องมุ่งเน้นและกำหนดเป้าหมายและแผนพัฒนาทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว คู่ขนานไปกับเป้าหมายการเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 ภายใต้กลยุทธ์และแผนงาน BCP316NET และจัดให้มีโครงสร้างความรับผิดชอบเพื่อบริหารจัดการอย่างชัดเจน ตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัทจนถึงระดับปฏิบัติการ” (บางจาก, 2568)

แม้เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทจะมีกรอบคลุมเป้าหมายระยะสั้น กลาง และยาว แต่ก็ไม่พบแผนการดำเนินงานและตัวชี้วัดที่ชัดเจนในแต่ละระยะภายใต้กลยุทธ์ของบางจากโดยกลยุทธ์ดังกล่าวเพียงกรอบกว้าง ๆ ว่าบริษัทจะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และผลิตเชื้อเพลิงสะอาด พัฒนาเทคโนโลยีสีเขียว สนับสนุนโครงการชดเชยคาร์บอนที่เชื่อมโยงกับระบบนิเวศทางป่าและทะเล รวมถึงการ

พัฒนาตลาดคาร์บอนเครดิต ทั้งนี้ บางจากมีแผนขยายกำลังการกลั่นน้ำมันรวมจาก 265,000 บาร์เรลต่อวันในปี 2568 เป็น 285,000 บาร์เรลต่อวันในปี 2571 และมากกว่า 290,000 บาร์เรลต่อวันในปี 2573 ซึ่งยืนยันกับเป้าหมายการเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (บางจาก, 2568)

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดโดยไม่ประกาศว่าจะลด หรือปรับปรุงแผนการกลั่นและผลิตน้ำมัน

บางจากอ้างว่าการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน (SAF) จะสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ตามเป้าหมาย Net Zero ของบริษัท ดังนี้ “นางกลอยตา ณ ถลาง รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ งานบริหารความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในฐานะกรรมการสถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ร่วมเสวนา ‘ทิศทางและศักยภาพของระบบ ETS และภาษีคาร์บอน (C-Tax) ในประเทศไทย’ [...] ทั้งนี้ นางกลอยตาได้ยกตัวอย่างการลงทุนเพื่อมุ่งสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำของบางจากฯ คือการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน (SAF) ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้บรรลุเป้าหมาย Net Zero โดยมีคุณสมบัติในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 80% เมื่อเทียบกับเชื้อเพลิงฟอสซิลแบบดั้งเดิม” (BTimes, 2567)

อย่างไรก็ตาม บางจากไม่ได้ให้ข้อมูลว่าบริษัทมีแผนลดการผลิตหรือแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจผลิตและกลั่นน้ำมัน อันเป็นธุรกิจหลักของบางจากอย่างไร และแม้บางจากจะมีแผนเพิ่มการผลิต SAF แต่ก็ไม่มีการระบุว่าจะผลิตเป็นร้อยละเท่าไรของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตทั้งหมด

อีกหนึ่งตัวอย่างคือการกล่าวถึงการเพิ่มสัดส่วนการผลิตพลังงานสะอาดในรายงานความยั่งยืน โดยไม่ได้กล่าวถึงการลดหรือปรับปรุงแผนการกลั่นและผลิตน้ำมันที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ดังนี้ “ด้วยตระหนักถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคการบินที่มีสัดส่วนสูงเป็นลำดับต้น ๆ บริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกธุรกิจผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน หรือ SAF (Sustainable Aviation Fuel) จากน้ำมันปรุงอาหารใช้แล้ว (Used Cooking Oil) มีกำลังการผลิต 1 ล้านลิตรต่อวัน [...] โดยการผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพสำหรับอากาศยานสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศได้ถึงร้อยละ 80 ตลอดวงจรชีวิตเมื่อเทียบกับเชื้อเพลิงอากาศยานที่ผลิตจากฟอสซิล ส่งเสริมให้ระบบขนส่งทางอากาศของประเทศไทยมีมาตรฐานสอดคล้องตามองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) และสมาคมการบินระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA) ตอบสนองต่อ BCG Economy Model (Bio-Circular-Green Economy) [...] นับเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการผลิตและจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืนทุกชนิดของกลุ่มบริษัทบางจากให้รองรับการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ” (บางจาก, 2568)

อย่างไรก็ตาม บางจาก ไม่ได้มีการระบุถึงการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินการในธุรกิจหลักของตน (การกลั่นและผลิตน้ำมัน) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแต่อย่างใด โดยบริษัทมีการดำเนินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ในปี 2567 เป็นจำนวน 976,280 tCO₂e (บางจาก, 2568)

- การนำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีนัยสำคัญ และไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน

บางจาก ยังมีการนำเสนอโครงการขนาดเล็กที่ไม่ได้ส่งผลในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจทำให้สาธารณชนเข้าใจว่าบริษัทมีความก้าวหน้าในการดำเนินการตามแผน Net Zero เช่น บางจากนำเสนอโครงการรับซื้อน้ำมันใช้แล้วเพื่อนำมาผลิต SAF โดยไม่ได้กล่าวถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมอื่น ๆ ของบริษัท ดังนี้ “บางจากฯ ได้พัฒนากลไกการรับซื้อน้ำมันใช้แล้วจากการปรุงอาหารผ่านโครงการ “ทอดไม่ทิ้ง” ซึ่งรับซื้อน้ำมันจากครัวเรือน ร้านอาหาร และสถานประกอบการต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิต SAF อย่างถูกต้อง โครงการนี้ไม่เพียงช่วยดึงน้ำมันปรุงอาหารทอดซ้ำ ออกจากระบบการบริโภคลดความเสี่ยงทางสุขภาพของประชาชน แต่ยังช่วยลดการทิ้งของเสียลงสู่แหล่งน้ำ และสิ่งแวดล้อมส่งเสริมการจัดการของเสียอย่างรับผิดชอบ นอกจากนี้ ยังมีความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมการใช้ SAF อย่างเป็นรูปธรรม โดยผลานความร่วมมือในทุกมิติ ทั้งการจัดหาวัตถุดิบการผลิต และการใช้งานในภาคการบินซึ่งจะช่วยเร่งการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานของประเทศและสนับสนุนเป้าหมาย Net Zero ร่วมกัน” (มติชนสุดสัปดาห์, 2568)

จากข้อความ แม้ผลิตภัณฑ์ SAF จะสะอาดและส่งเสริมภาคการบินให้มีการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับเป้าหมาย Net Zero ของประเทศมากขึ้นอย่างที่บริษัทอ้าง แต่บางจากก็ไม่ได้มีการกล่าวถึงการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลหรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมอื่น ๆ ของตน เพื่อให้ประเทศสามารถก้าวไปสู่เป้าหมาย Net Zero ได้ในภาคอุตสาหกรรมพลังงานที่บางจากดำเนินธุรกิจอยู่ และยังไม่มีการระบุว่าผลิต SAF จากโครงการดังกล่าวเป็นร้อยละเท่าไรของ SAF ที่ผลิตทั้งหมด

- นำเสนอการได้รับรางวัล CSR ในขณะที่ธุรกิจหลักของบริษัทยังเป็นเชื้อเพลิงฟอสซิล

บางจากนำเสนอข่าวการรับประกาศนียบัตรเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์บนเว็บไซต์บริษัท ในขณะที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นธุรกิจหลัก ซึ่งทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวนมาก (ในปี 2567 บางจากมีการปล่อยก๊าซฯ จากการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่ส่วนใหญ่เป็นน้ำมันโดยผู้บริโภคร่วม 2.64 ล้าน tCO₂e) โดยข่าวประชาสัมพันธ์ที่บางจากนำเสนอมีเนื้อหาดังนี้ “บางจากฯ รับประกาศนียบัตรเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้กับผู้ใช้พลังงานอย่างเป็นรูปธรรม [...] บางจากฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาโดยตลอด โดยมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1. น้ำมันเตา 2. ก๊าซปิโตรเลียมเหลว 3. น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว 4. น้ำมันแก๊สโซลีนพื้นฐาน 5. น้ำมันก๊าดหรือน้ำมันเครื่องบิน ซึ่งทุกผลิตภัณฑ์มีค่า

การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศไทย ระหว่าง 13-39% ประเมินโดย Open Government Data of Thailand หรือศูนย์กลางข้อมูลเปิดภาครัฐ และต่ำกว่าค่า Benchmark มาตรฐานของโรงกลั่นน้ำมันทั้งในและนอกประเทศ บางจากฯ ได้รับการขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ในวาระปี 2561-2565 และวาระล่าสุดปี 2566-2569 ตอกย้ำความเป็นผู้นำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้กับผู้ใช้พลังงานอย่างเป็นรูปธรรมพร้อมขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน” (บางจาก, 2568) การนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์หมายความว่าตลอดอายุของผลิตภัณฑ์นั้นจะมีการติดตามผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่ผลิตภัณฑ์นั้นสร้าง ซึ่งไม่เกี่ยวกับการอ้างว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นปล่อยคาร์บอนต่ำ

3) การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

- มีการระบุถึงการใช้นโยบาย CCUS เพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero

บางจากมีการกล่าวถึงเทคโนโลยีสีเขียวที่อ้างว่าสามารถช่วยให้บรรลุเป้าหมาย Net Zero ได้ ดังนี้ “ที่ผ่านมา บริษัทฯ มุ่งเน้นการศึกษาโอกาสการลงทุนในเทคโนโลยีพลังงานสีเขียว (Green Energy Technology) และเทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานสู่พลังงานสะอาด (Energy Transition Technology) รวมถึงนวัตกรรมด้านพลังงานและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Energy and Climate Technology) นอกจากนี้ ยังได้ขยายขอบเขตการลงทุนไปสู่เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Tech) เช่น การประยุกต์ใช้ AI, IoT และ Big Data เพื่อสนับสนุน ตรวจสอบ และควบคุมกระบวนการผลิต ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียพลังงาน ตลอดจนความร่วมมือกับสถาบันวิชาการและผู้พัฒนาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาไปสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ สำหรับธุรกิจโรงกลั่น บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี Carbon Capture, Utilization and Storage (CCUS) เพื่อนำไปใช้ดักจับ ใช้ประโยชน์ และกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากกระบวนการผลิต รวมทั้งการนำนวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน”

จากข้อความจะสังเกตได้ว่า บางจากไม่ได้มีการให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่าเทคโนโลยี CCUS มีกระบวนการทำงานอย่างไรที่จะช่วยให้บางจากบรรลุแผน Net Zero อีกทั้งไม่ได้มีการกล่าวถึงการลดการปล่อยก๊าซจากกิจกรรมอื่นของบางจาก แม้บริษัทมีการดำเนินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ในปี 2567 เป็นจำนวน 976,280 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าก็ตาม (บางจาก, 2568)

อีกหนึ่งกรณีของบางจากที่อ้างถึงการใช้นวัตกรรมสีเขียวในการขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ โดยไม่ได้อธิบายหลักการใช้นวัตกรรมดังกล่าวอย่างชัดเจน โดยบางจากระบุบนเว็บไซต์ว่า “การดำเนินธุรกิจของบางจากฯ ที่เติบโตจากรากฐานธุรกิจโรงกลั่นน้ำมันในประเทศสู่กลุ่มธุรกิจพลังงานใน 10 ประเทศทั่วโลก พร้อมขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานด้วยนวัตกรรมสีเขียว เพื่อรองรับสังคมคาร์บอนต่ำอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ คำนึงถึงทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีจริยธรรมในการดำเนินงาน พร้อมแบ่งปันทักษะผู้นำยุคใหม่ 5 ด้าน” (บางจาก, 2568)

จากข้อความพบว่าบางจากนำเสนอข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมหรือละเว้นประเด็นสาระสำคัญ โดยเลือกนำเสนอเพียงด้านที่สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกที่คลุมเครือ ไม่ได้มีการให้ข้อมูลชัดเจนว่านวัตกรรมดังกล่าวจะช่วยให้บางจากเปลี่ยนผ่านพลังงานและขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำอย่างไร ทั้งยังหลีกเลี่ยงการพูดถึงกิจกรรมหลักของธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบสูงต่อสิ่งแวดล้อม การกระทำเช่นนี้จึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมเกินจริง และสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในการสร้างความโปร่งใสของการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมในภาคพลังงานไทย

- มีการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าโดยไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน

บางจากประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าบนหน้าเว็บไซต์ที่อ้างว่าสามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้เป็นจำนวนมาก แต่กลับไม่พบการกล่าวถึงแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมหลักของบริษัท โดยมีเนื้อหา ดังนี้ “บางจากฯ ส่งต่อพื้นที่สีเขียว ร่วมอนุรักษ์พันธุ์กรรมพืช พันธุ์ไม้หายาก ที่สวนป่าโรงควาย **คั่งบางกะเจ้า ภายใต้โครงการ ‘เติมสุข สู่สังคม’** [...] นางกมลยดา ณ ถลาง รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ งานบริหารความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) [...] พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ [...] ผู้นำชุมชน ครูและนักเรียน [...] รวมประมาณ 200 คน ร่วมปลูกพันธุ์ไม้ป่าชายเลนที่มีค่าหายากในกิจกรรม ‘พืชพรรณ พันธุ์ พัฒนาพื้นที่สีเขียวคั่งบางกะเจ้า อนุรักษ์พันธุ์กรรมพืช พันธุ์ไม้หายาก’ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ ‘เติมสุข สู่สังคม’ เพื่อเฉลิมพระเกียรติ [...] ณ สวนป่าโรงควาย ต.บางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ โดยได้ร่วมปลูกพันธุ์ไม้จำนวน 720 ต้น ประกอบด้วย ไม้ป่าชายเลนมีค่าใกล้สูญพันธุ์และหายาก 2 ชนิด คือ แดงน้ำและหลุมพอทะเล และไม้ป่าชายเลนอื่น ๆ ได้แก่ ลำแพนแดง ฝาดดอกแดง ตะบูนดำ รวมถึงไม้เศรษฐกิจ (ไม้สร้างบ้าน) คือ มะฮอกกานี ตะเคียนทอง พะยูง ยางนา ประดู่ป่า ไม้แดง เพื่อร่วมอนุรักษ์พันธุ์ไม้หายากและส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ [...] และจัดทำศูนย์เรียนรู้ธรรมชาติศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพและคาร์บอนต่ำต่อไป” (บางจาก, 2567)

แม้จากเนื้อหา บางจากจะสนับสนุนโครงการปลูกป่าร่วมกับชุมชน แต่ไม่มีการให้รายละเอียดว่าโครงการดังกล่าวจะสามารถชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ในปริมาณเท่าใดและมีวิธีการคำนวณอย่างไร รวมถึงไม่มีการกล่าวถึงแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมหลักของบริษัท โดยในปี 2567 บางจากปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 เป็นจำนวน 976,280 tCO₂e (บางจาก, 2568)

- มีการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนซื้อขายคาร์บอนเครดิตและใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (REC)

คณะวิจัยพบการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียนและใบรับรองคาร์บอนเครดิตในฐานะโครงการสำคัญของบริษัทตามที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการประจำปี 2567 ดังนี้ “แสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจคาร์บอนต่ำเป็นผู้นำการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน มีการเพิ่มสัดส่วนธุรกิจสีเขียวอย่างต่อเนื่องเพื่อลดการปล่อยคาร์บอน **ที่ผ่านมาบริษัทฯ ร่วมสร้างสังคมคาร์บอนต่ำผ่าน Carbon Markets Club**” และ “Carbon Markets Club ดำเนินงานเป็นปีที่ 3 ถือว่า

เป็นกลไกสำคัญที่ร่วมขับเคลื่อนกับพันธมิตรและสมาชิกองค์กรและบุคคลรวมกว่า 1,326 ราย ในปีที่ผ่านมา มีการปรับปรุงเครื่องมือประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับองค์กร (CFO) และเครื่องมือคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับบุคคล (MyCF) โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย อีกทั้งให้บริการซื้อขายคาร์บอนเครดิตและใบรับรองพลังงานหมุนเวียน (RECs) นอกจากนี้ ยังร่วมทำงานกับ 4 สมาคมตลาดคาร์บอนในภูมิภาคอาเซียนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตลาดคาร์บอนร่วมของอาเซียนในการประชุม COP29 โดยมุ่งหวังว่าอาเซียนจะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศระดับโลก โดยอาศัยทั้งเทคโนโลยีและการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติเพื่อก้าวไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ” (บางจาก, 2568)

การสื่อสารข้างต้นมีส่วนในการเบี่ยงเบนความเข้าใจของสาธารณชนต่อความก้าวหน้าและความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท เพราะแม้คาร์บอนเครดิตจะเป็นเครื่องมือทางเลือกเพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับผู้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีข้อจำกัดในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะสั้น แต่ในระยะยาวบริษัทจำเป็นต้องมีมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งกำเนิดโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนผ่านจากเชื้อเพลิงฟอสซิลไปสู่พลังงานหมุนเวียน ซึ่งไม่ปรากฏในการสื่อสารดังกล่าว ขณะที่การซื้อขายใบรับรองพลังงานหมุนเวียน (RECs) แม้อาจมีส่วนในการส่งเสริมการผลิตและการใช้พลังงานหมุนเวียน แต่ก็ไม่ได้หมายถึงการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลซึ่งยังคงเป็นธุรกิจหลักของบริษัท ทั้งนี้ บางจากยังมีแผนขยายกำลังการผลิตน้ำมันรวมจาก 265,000 บาร์เรลต่อวันในปี 2568 เป็น 285,000 บาร์เรลต่อวันในปี 2571 และมากกว่า 290,000 บาร์เรลต่อวันในปี 2573 และตั้งเป้าสร้างการเติบโตของบริษัทผ่านการขยายศักยภาพธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม (บางจาก, 2568)

4) การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร

- การผลกระทบไปยังผู้บริโภค

ในส่วนของการผลกระทบไปยังผู้บริโภค บางจากมีการรณรงค์ให้เกษตรกรลดการเผาตอซังและฟางข้าว และเปลี่ยนมาใช้จุลินทรีย์ย่อยตอซังและฟางข้าวเพื่อลดฝุ่น PM 2.5 โดยมีเนื้อหา ดังนี้ “นายประยูร อินสกุล ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานในพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในโครงการ “ลดเผาเบาฝุ่น” ระหว่างบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท บีบีจีไอ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตรและกรมพัฒนาที่ดิน เพื่อสนับสนุนการลดการเผาในภาคการเกษตร โดยใช้นวัตกรรมจุลินทรีย์ย่อยตอซังและฟางข้าว ซึ่งโครงการนี้มีเป้าหมายที่จะช่วยเกษตรกรลดปัญหาฝุ่น PM 2.5 และลดการปลดปล่อยคาร์บอนที่เกิดจากการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม [...] นางกลอยตา ณ ถลาง รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ งานบริหารความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ‘บางจากฯ มีความยินดีที่ได้สนับสนุนเกษตรกรใช้นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยได้ร่วมมือกับบีบีจีไอ บริษัทในกลุ่มบริษัทบางจาก ในการพัฒนาจุลินทรีย์ย่อยตอซังที่มีประสิทธิภาพในการย่อยสลายตอซังข้าวภายใน 7 วัน ลดความจำเป็นในการเผาและช่วยฟื้นฟูคุณภาพดิน ซึ่งนอกจากจะลดฝุ่น PM 2.5 แล้ว ยังช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินในระยะยาว การลงนามในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของบางจากฯ ในการสร้างสังคมคาร์บอนต่ำที่ทุกคนมีส่วนร่วม ส่งเสริม

เกษตรกรไทยปรับเปลี่ยนวิธีการทำเกษตรกรรมให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการลดมลพิษทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ' [...] โครงการ 'ลดเผา เบาทุ่น' จะเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2567 ครอบคลุมพื้นที่นาร่อง 59,000 ไร่ ใน 6 จังหวัดรอบกรุงเทพฯ ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี สระบุรี ลพบุรี ชัยนาท และสุพรรณบุรี โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกษตรกรกว่า 2,400 รายสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเกษตรกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน" (บางจาก, 2567)

บทความไม่ได้ให้รายละเอียดที่เพียงพอว่านวัตกรรมจุลินทรีย์ดังกล่าวได้รับการรับรองจากหน่วยงานใด และแม้โครงการใช้นวัตกรรมจุลินทรีย์ย่อยต่อซังและฟางข้าวแทนการเผาในการทำเกษตรจะสามารถช่วยลดปัญหาฝุ่น PM 2.5 ได้จริง ก็นับเป็นการผลักภาระให้กับเกษตรกรในการรับผิดชอบต่อปัญหาฝุ่นดังกล่าว ซึ่งเป็นภาระเบียดเบียนในการกล่าวถึงความจำเป็นในการปรับปรุงแผนการดำเนินงานในกิจกรรมน้ำมันและก๊าซธรรมชาติของบางจากที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยในปี 2567 บางจาก มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 เป็นจำนวน 976,280 tCO₂e (บางจาก, 2568)

5) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

- การใช้รูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

บางจากมีการใช้รูปภาพธรรมชาติในหลายช่องทางของบริษัทเพื่อสร้างภาพลักษณ์เขียว ในขณะที่ธุรกิจหลักของบริษัทคือการกลั่น และการค้าน้ำมัน โดยตัวอย่างจากหน้าเว็บไซต์ของบางจาก มีการใช้รูปสถานีบริการน้ำมันบางจากคู่กับต้นไม้ หญ้าสีเขียว แสงอาทิตย์ และนก ซึ่งทำให้ผู้ที่เห็นเข้าใจได้ว่าเป็นบริการและผลิตภัณฑ์ของบางจากเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2567 บางจากมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 2.64 ล้าน tCO₂e จากการที่ผู้บริโภคใช้งานผลิตภัณฑ์ (น้ำมัน) ของบางจาก (บางจาก, 2568)



รูปที่ 11 หน้าเว็บไซต์บางจาก

ที่มา: (บางจาก, 2568)



รูปที่ 12 หน้าเว็บไซต์บางจาก
ที่มา: (บางจาก, ม.ป.ป.)



รูปที่ 13 รายงานประจำปี 2567 แบบ 56-1 One Report
ที่มา: (บางจาก, 2568)

3.2.7 บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)

บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทพลังงานที่ดำเนินธุรกิจใน 3 กลุ่มกิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มธุรกิจแหล่งพลังงาน ประกอบด้วยธุรกิจเหมืองและธุรกิจก๊าซธรรมชาติ 2) กลุ่มธุรกิจผลิตไฟฟ้า โดยมีกำลังการผลิตตามสัดส่วนการลงทุน 4,581 เมกะวัตต์ในปี 2567 ประกอบด้วยกำลังการผลิตจากพลังงานความร้อน 3,935 เมกะวัตต์ และพลังงานหมุนเวียน 646 เมกะวัตต์ และ 3) กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีพลังงาน ประกอบด้วยธุรกิจระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาและบนทุ่นลอยน้ำ ธุรกิจบริการจัดการพลังงาน ธุรกิจซื้อขายไฟฟ้า ธุรกิจแบตเตอรี่ และธุรกิจอี-โมบิลิตี้

ในปี 2567 บ้านปูมีรายได้รวม 5,148 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จำแนกเป็นรายได้จาก 5 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจถ่านหินร้อยละ 63.89 ธุรกิจไฟฟ้าร้อยละ 15.09 ธุรกิจก๊าซธรรมชาติร้อยละ 14.10 ธุรกิจเทคโนโลยีพลังงานร้อยละ 1.28 และธุรกิจอื่นร้อยละ 5.63 โดยรายได้จากถ่านหินซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทมาจากการประกอบกิจการใน 3 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย และจีน (บ้านปู, 2568) นอกจากนี้ บ้านปูถือหุ้นร่วมกับเอ็กโก (50:50) ในโรงไฟฟ้าบีแอลซีพี ซึ่งเป็นโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนจากถ่านหินตั้งอยู่ในพื้นที่ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุดระยะที่ 2 มีกำลังการผลิตรวม 1,434 เมกะวัตต์ โดยใช้ถ่านหินบิทูมินัส (Bituminous coal) นำเข้ามาจากประเทศออสเตรเลียเป็นเชื้อเพลิงส่วนใหญ่ (โรงไฟฟ้าบีแอลซีพี, ม.ป.ป.)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บ้านปูตั้งเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 พร้อมทั้งตั้งเป้าลดสัดส่วนกำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับถ่านหินให้ต่ำกว่าร้อยละ 50 ภายในปี 2573 โดยไม่ลงทุนในเหมืองถ่านหินใหม่ และตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างน้อยร้อยละ 20 ภายในปี 2573 โดยใช้ปี 2566 เป็นปีฐาน

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการดำเนิน 2 กิจกรรม ได้แก่

- นวัตกรรมทางเทคโนโลยี: การลงทุนเกี่ยวกับพลังงานหมุนเวียน CCUS และเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงาน
- ประสิทธิภาพด้านพลังงาน: โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานของกระบวนการผลิต

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบ้านปูรวมอยู่ที่ 57.64 ล้าน tCO₂e (ขอบเขตที่ 1, 2 เซิงตลาด, และ 3) ประกอบด้วยปริมาณการปล่อยก๊าซขอบเขตที่ 1 อยู่ที่ 8.80 ล้าน tCO₂e และขอบเขตที่ 2 เซิงตลาด ปริมาณ 0.25 ล้าน tCO₂e โดยขอบเขตที่ 3 ที่คิดเป็นสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สูงที่สุดของบ้านปูอยู่ที่ 57.64 ล้าน tCO₂e โดยมาจากการเผาไหม้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายโดยบ้านปูเป็นหลัก นอกจากนี้ บ้านปูรายงานการลดลงของอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในธุรกิจเหมืองและธุรกิจไฟฟ้าในปีที่ผ่านมาโดยเป็นผลมาจากการดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน (บ้านปู, 2568)

ตารางที่ 12 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ บ้านปู

ขอบเขตการปล่อยก๊าซ เรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO2e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	7,952,088	7,521,574	8,796,574
ขอบเขตที่ 2			
- เชิงพื้นที่	269,296	245,548	251,485
- เชิงตลาด	269,296	245,548	253,432
ขอบเขตที่ 3	51,085,740	48,855,843	48,592,607
รวม	59,307,124	56,622,965	57,642,613

ที่มา: (บ้านปู, 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมที่พึงประสงค์

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วางเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

บ้านปูระบุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์พร้อมแผนดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายในคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการผลการดำเนินงาน สำหรับปี 2567 ดังนี้ “เพื่อให้บริษัทฯ สามารถสร้างความเติบโตที่ต่อเนื่องและยั่งยืนจากโอกาสในระยะยาว ทางบริษัทจึงได้ประกาศกลยุทธ์ใหม่ ‘Energy Symphonics’ ซึ่งเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ปี 2573 โดยมุ่งเน้นการผสมผสานพลังงานที่หลากหลายเพื่อพัฒนาโซลูชันพลังงานที่ยั่งยืน ผ่าน 4 ภารกิจหลัก ได้แก่

1) เป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2593 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 พร้อมทั้งลดสัดส่วน EBITDA (กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี และค่าเสื่อมราคา) ที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับถ่านหินให้ต่ำกว่าร้อยละ 50 ภายในปี 2573

2) ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ โรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติ และการดักจับและกักเก็บคาร์บอน (CCUS) มุ่งเน้นการเติบโตด้วยแนวทางสู่ความสำเร็จ (The Winning formula) สะท้อนผ่านความสำเร็จจากการนำ BKV Corporation (BKV) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก (NYSE) สะท้อนถึงศักยภาพการเติบโตของธุรกิจที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าก๊าซธรรมชาติในสหรัฐอเมริกา

3) การพัฒนาธุรกิจพลังงานหมุนเวียนและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Renewables+) เน้นเร่งขยายธุรกิจพลังงานหมุนเวียน และระบบกักเก็บพลังงานด้วยแบตเตอรี่ (Battery Energy Storage System: BESS) และธุรกิจคาร์บอนเครดิต เพื่อสร้างความต่อเนื่องให้กับพลังงานหมุนเวียน พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ

4) พัฒนาธุรกิจเหมืองแร่ยุคใหม่ (Next-Gen Mining) โดยการผสมผสานการใช้โซลูชันอัจฉริยะและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการทำเหมือง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม”

แม้บ้านปูจะประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ภายในปี พ.ศ. 2593 แล้วก็ตาม แต่บริษัทไม่ได้เปิดเผยเส้นทางการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สัดส่วนการลงทุนในพลังงานฟอสซิลทุกประเภท และสัดส่วนการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนจะเติบโตไปในทิศทางใดในแต่ละปีเพื่อบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ตามปีที่กำหนด ข้อมูลข้างต้นจึงมีความคลุมเครือต่อการทำความเข้าใจของสาธารณชนในการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการของบริษัท

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- การให้ข้อมูลการขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน หรือการใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อเบี่ยงเบนกิจกรรมหลักของบริษัท

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรม Sustrends 2025 ตามการรายงานของเว็บไซต์โพสต์ทูเดย์ วันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2567 ดังนี้ “บ้านปูยินดีที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมลดการปล่อยคาร์บอนในงาน Sustrends 2025 ซึ่งนับเป็นปีที่สองที่เราได้นำเทคโนโลยีพลังงานมาสนับสนุนการจัดงาน Sustrends บ้านปูเชื่อว่าการส่งเสริมสังคมคาร์บอนต่ำต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายสำหรับบ้านปูเราให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Decarbonization) ในธุรกิจของเรา เช่น การเพิ่มพอร์ตธุรกิจพลังงานหมุนเวียน แบตเตอรี่ และระบบกักเก็บพลังงาน (Battery Energy Storage System Solutions: BESS) ระบบจัดการการเดินทาง และขนส่งด้วยยานพาหนะไฟฟ้าการจัดการพลังงานในอาคาร และเมืองอย่างเหมาะสม เป็นต้น” (โพสต์ทูเดย์, 2567)

ข้อความดังกล่าวเป็นการสื่อสารโดยให้ข้อมูลโครงการที่เป็นผลบวกต่อภาพลักษณ์ทางสิ่งแวดล้อมของบริษัทเพียงด้านเดียว ซึ่งมีผลในการเบี่ยงเบนการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับบทบาทที่แท้จริงของบริษัทต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในฐานะบริษัทพลังงานที่มีเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นธุรกิจหลัก รวมทั้งไม่ได้เปิดเผยว่าบริษัทมีนโยบายในการลดและเลิกกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้นที่เป็นธุรกิจหลักของบริษัทอย่างไร และภายในระยะเวลาเท่าใด

นอกจากนี้ ยังพบการให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการใช้ก๊าซธรรมชาติโดยอ้างเสถียรภาพในการผลิตพลังงานตามข้อความในรายงานการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2567 ดังต่อไปนี้ “Natural gas production serves as a cleaner alternative to fossil fuels, offering lower emissions and complementing the transition to renewable energy. Gas-fired power generation is crucial for providing stable, efficient baseload electricity with lower emissions, bridging the gap between current energy needs and renewable goals. While CCUS enhances environmental performance by capturing and storing carbon emissions, reducing carbon footprints and aligning with decarbonization objectives.” (บ้านปู, 2568) ข้อความข้างต้นเป็นการ

สร้างความชอบธรรมแก่บริษัทในการลงทุนในธุรกิจก๊าซธรรมชาติ และการผลิตไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ และมีผลในการลดทอนความสำคัญของการเปลี่ยนผ่านไปสู่พลังงานหมุนเวียน

- บริษัทนำเสนอความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการที่ไม่มีนัยสำคัญ การรายงานโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดการใช้พลังงานของบ้านปูซึ่งปรากฏบนรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2567 ดังนี้ “บ้านปูมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ผ่านโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่หลากหลายในทุกหน่วยธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกและปริมาณพลังงานที่ลดได้เมื่อเทียบกับก่อนเริ่มดำเนินโครงการ เพื่อให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของโครงการและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

1. อินโดนีเซีย: การเปลี่ยนเชื้อเพลิงไปโอดีเซลจาก B30 เป็น B35
2. อินโดนีเซีย: การติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ที่เหมืองทรูบาอินโดเพื่อใช้งานภายใน
3. ออสเตรเลีย: การก่อสร้างโรงไฟฟ้าที่ใช้ก๊าซมีเทนจากเหมืองใต้ดินเป็นเชื้อเพลิง
4. จีน: การใช้ความร้อนคืนกลับจากไอเสียของหม้อไอน้ำที่โรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนร่วม
5. จีน: การติดตั้งพัดลมประหยัดพลังงานที่โรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนร่วม” (บ้านปู, 2568)

การดำเนินการข้างต้นมีส่วนในการลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างไรก็ตามโครงการเหล่านี้เป็นเพียงกิจกรรมขนาดเล็ก โดยที่บริษัทยังคงดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้นอย่างต่อเนื่อง และไม่มีแผนการที่ชัดเจนในการลด หรือยกเลิกธุรกิจเหล่านั้น การอ้างว่าโครงการเหล่านี้แสดงถึงความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์จึงไม่ได้สัดส่วนกับข้อเท็จจริงหรือการนำเสนอโครงการจัดซื้อตามรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2567 ดังนี้ “การจัดซื้ออย่างยั่งยืนผ่านการลดของเสียและคาร์บอนฟุตพริ้นต์ [...] บริษัทฯ ยังเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากชดเชยคาร์บอน (CO2 Offset Service) จากโครงการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า และการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยในปี 2567 ได้เริ่มโครงการ นำร่องในการใช้บรรจุภัณฑ์แบบรวมกับแล็ปท็อปจำนวน 158 เครื่อง ความร่วมมือดังกล่าวแสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเป็นผู้นำด้านการจัดซื้ออย่างชาญฉลาดซึ่งไม่เพียงช่วยลดของเสียและสนับสนุนการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หากแต่ยังช่วยสร้างอนาคตที่มั่นคงและยั่งยืน” (บ้านปู, 2568)

กิจกรรมดังกล่าวเป็นเพียงโครงการขนาดเล็กเมื่อเทียบกับกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิล การอ้างว่าเป็นผู้สนับสนุนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากโครงการดังกล่าวจึงไม่ได้สัดส่วนกันกับข้อเท็จจริงของบทบาทในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากธุรกิจหลักของบริษัท

3) การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

บ้านปูรายงานการใช้เทคโนโลยี CCUS เป็นหนึ่งในมาตรการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีการสื่อสารต่อสาธารณะต่อการใช้มาตรการดังกล่าว เช่น การให้ข้อมูลธุรกิจ CCUS ของบ้านปูในสหรัฐอเมริกา ตามการรายงานของเว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2567 “CCUS ช่วยผลักดันเป้า

หมายความยั่งยืนในธุรกิจก๊าซธรรมชาติของบ้านปู ซึ่งตั้งเป้าหมายบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) สำหรับ Scope 1 และ 2 ภายในปี ค.ศ. 2030 และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) สำหรับการปล่อยมลสารจากธุรกิจต้นน้ำ Scope 3 ภายในทศวรรษ 2030 ซึ่งโครงการ CCUS จะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บ้านปูบรรลุเป้าหมายนี้ พร้อมด้วยศักยภาพที่จะสามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจของบริษัทในมิติต่าง ๆ ดังนี้ ผลักดันเป้าหมายในการลดคาร์บอน (Decarbonization) ในธุรกิจก๊าซธรรมชาติอย่างยั่งยืน” (ประชาชาติธุรกิจ, 2567) หรือการเผยแพร่ข้อมูลบนบัญชีเฟซบุ๊กของบ้านปู วันที่ 22 เมษายน 2568 “ที่บ้านปู เราเดินทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งสู่ Net Zero ภายในปี 2050 ผ่านหลากหลายแนวทางที่ยั่งยืน หนึ่งในนั้นคือการใช้เทคโนโลยี CCUS (Carbon Capture, Utilization and Sequestration) ในการดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และนำไปผ่านกระบวนการ เพื่อนำไปกักเก็บในชั้นหินใต้ดินอย่างถาวรได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (Banpu, 2568) เป็นต้น

การสื่อสารข้างต้น บ้านปูไม่ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจะเป็นเพียงมาตรการชั่วคราวในระยะเปลี่ยนผ่าน โดยที่บริษัทมีนโยบายและกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการเลิกธุรกิจที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้นซึ่งรวมถึงธุรกิจก๊าซธรรมชาติ และโรงไฟฟ้าพลังงานฟอสซิลอื่น ๆ เพื่อมุ่งไปสู่ธุรกิจพลังงานสะอาดอย่างสมบูรณ์ การสื่อสารในลักษณะข้างต้นจึงเป็นเหตุให้เข้าใจได้ว่าธุรกิจก๊าซธรรมชาติที่อาศัยเทคโนโลยี CCUS เพื่อจัดการกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกนั้นเป็นมิตรต่อชั้นบรรยากาศเพียงพอแล้ว และบริษัทสามารถลงทุนในธุรกิจดังกล่าวควบคู่กับการมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ได้ต่อไป

4) การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร

บ้านปูจัดโครงการอบรมเยาวชนให้มีความรู้ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและฝึกการทำเกษตรอินทรีย์แบบลดคาร์บอน โดยหวังว่าโครงการดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงชุมชนนั้น ๆ ไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ มีรายละเอียดดังนี้ “บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล สนับสนุนความมุ่งมั่นในการเสริมสร้างศักยภาพให้คนรุ่นใหม่ด้วยการนำเอาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมไปประยุกต์ใช้ในการดูแลรักษาและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านโครงการ ‘ค่ายเยาวชนวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม เพาเวอร์กรีน’ (Power Green Camp) ครั้งที่ 20 ภายใต้แนวคิด ‘ดีคาร์บ – The Decarb Mission’ ลดคาร์บอน ให้โลกคู่กลม เน้นสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการลดและหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Decarbonization) ในชีวิตประจำวันและในสังคมที่อาศัยอยู่ [...] เยาวชนยังได้เรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนที่ ‘บ้านท่ามะปร่างค์ – บ้านคลองเพล’ ซึ่งใช้โมเดล ‘Local Low Carbon’ และร่วมฝึกการทำเกษตรอินทรีย์แบบลดคาร์บอน สะท้อนให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงระดับโลก เริ่มต้นได้จากชุมชนเล็กๆ” (บ้านเมือง, 2568) การสื่อสารข้างต้นเน้นกล่าวถึงบทบาทของชุมชนในการลดคาร์บอนโดยมุ่งหวังถึงผลลัพธ์ในการเปลี่ยนแปลงระดับโลก โดยไม่ได้ระบุถึงการมีส่วนร่วมของบริษัทในการปรับปรุงแผนการดำเนินงานในธุรกิจหลักที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากกว่าชุมชนเหล่านั้นให้สอดคล้องไปกับโครงการด้านสังคมที่บริษัทให้การสนับสนุนอยู่ด้วย

5) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

บ้านปูกล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีถ่านหินสะอาดในรายงานประจำปี 2567 ดังต่อไปนี้ “BPP ถือหุ้นร้อยละ 100 ใน Banpu Power Investment Co., Ltd. (BPIC) ที่ได้ลงนามในสัญญาร่วมทุนเพื่อศึกษาและร่วมพัฒนาโรงไฟฟ้าชานซีลู่กวง ซึ่งเป็นโรงไฟฟ้าพลังความร้อนขนาด 1,320 เมกะวัตต์ โดยใช้เทคโนโลยีถ่านหินสะอาดขั้นสูงระบบ Ultra-Supercritical (USC)¹¹ ตั้งอยู่ในเมืองฉางจี้ มณฑลชานซี สาธารณรัฐประชาชนจีน” (บ้านปู, 2568) แม้ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการผลิตไฟฟ้าที่ดีกว่า และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่าเครื่องกำเนิดไฟฟ้าทั่วไป แต่การเผาไหม้ถ่านหินก็ยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษอื่น ๆ การอธิบายว่าเทคโนโลยีดังกล่าวเป็นเทคโนโลยีถ่านหินสะอาดจึงอาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงจากโรงไฟฟ้าดังกล่าวได้

นอกจากนี้ บ้านปูได้รายงานการบรรลุเป้าหมายลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนประจำปี 2567 ซึ่งระบุว่า “อัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอยู่ที่ 0.117 ตัน CO₂e/ตันถ่านหิน ซึ่งลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากปีก่อนหน้าโดยอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับการดำเนินงานตามปกติ (BAU) ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องตลอดปี ภายใต้การที่จะลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ สำหรับธุรกิจไฟฟ้าอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอยู่ที่ 0.407 ตัน CO₂e/เมกะวัตต์-ชั่วโมง ซึ่งลดลงร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับการดำเนินงานตามปกติ (BAU) อันเป็นผลมาจากการดำเนินงานตามแนวทางเชิงรุกที่บริษัทฯ ได้วางแผนในการเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการพัฒนาโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานของโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อน” (บ้านปู, 2568)

อย่างไรก็ตาม การประกาศบรรลุเป้าหมายการลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกดังกล่าว อาจสร้างความเข้าใจผิดว่าบริษัทมีความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เนื่องจากการลดดังกล่าวอาจเป็นผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต หรือเพิ่มปริมาณการผลิต โดยที่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมทั้งสามขอบเขตของบ้านปูในปี พ.ศ. 2567 พบว่า เพิ่มขึ้นจาก 7,767,905 tCO₂e ในปี พ.ศ. 2566 เป็น 9,050,006 tCO₂e ในปี พ.ศ. 2567 (บ้านปู, 2568)

คณะวิจัยยังพบการใช้ภาพเพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีองค์ประกอบของทุ่งหญ้าสีเขียว และเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียนอื่น ๆ เช่น ภาพหน้าปกเฟสบุ๊ค Banpu ภาพประชาสัมพันธ์งาน Sustrends 2025 และภาพอวยพรเทศกาลปีใหม่มบนหน้าเฟสบุ๊ค Banpu เป็นต้น โดยภาพเหล่านี้ อาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนต่อความเป็นจริงของบทบาทของบริษัทในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และความก้าวหน้าของใช้พลังงานหมุนเวียน เพราะแม้บ้านปูจะประกาศนโยบายไม่ลงทุนเพิ่มในธุรกิจถ่านหินและเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน แต่ในปี 2567 ธุรกิจถ่านหินยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักกว่าร้อยละ

¹¹ เทคโนโลยีเครื่องกำเนิดไฟฟ้าที่อาศัยการเผาไหม้เชื้อเพลิงเพื่อสร้างไอน้ำที่มีแรงดันและอุณหภูมิที่สูงกว่าเครื่องกำเนิดไฟฟ้าทั่วไปและมีประสิทธิภาพในการผลิตกระแสไฟฟ้ามากกว่า

63.89 ของรายได้รวม ขณะที่การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 14.10 ของกำลังการผลิตรวมตามสัดส่วนการลงทุน (บ้านปู, 2568)



รูปที่ 14 ภาพหน้าปกบัญชีเฟชบุ๊ก Banpu
ที่มา: (Banpu, 2567)



รูปที่ 15 ภาพประชาสัมพันธ์งาน Sustrends 2025 โดยบ้านปู
ที่มา: (Banpu, 2567)



รูปที่ 16 ภาพอวยพรเทศกาลปีใหม่บนหน้าบัญชีเฟซบุ๊ก Banpu

ที่มา: (Banpu, 2567)

3.2.8 บริษัท พี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท พี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลักใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ภายใต้สัญญาระยะยาว และจำหน่ายให้กับภาคเอกชน ในนิคมอุตสาหกรรม 2) ธุรกิจจำหน่ายไอน้ำและน้ำเพื่อการอุตสาหกรรม และ 3) ธุรกิจพลังงานหมุนเวียน ซึ่งรวมถึงการลงทุนในโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม และพลังงานขยะ ทั้งในประเทศและต่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เอเชีย ตะวันออกกลาง ออสเตรเลีย ยุโรป และอเมริกาเหนือ (พี.กริม, 2568)

ในปี พ.ศ. 2567 บริษัทมีรายได้รวม 55,853 ล้านบาท โดยร้อยละ 71 มาจากการขายไฟฟ้าให้ภาครัฐ และร้อยละ 29 จากการจำหน่ายไฟฟ้าและไอน้ำให้ภาคเอกชน รวมถึงโครงการในต่างประเทศ โดย พี.กริม ผลิตไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าระบบผลิตไฟฟ้าและพลังงานร่วม (Co-generation)¹² ที่พึ่งพาพลังงานจากก๊าซธรรมชาติ ร้อยละ 72 ของกำลังการผลิตทั้งหมดที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน และมีการใช้พลังงานหมุนเวียนคิดเป็นร้อยละ 28 โดยครอบคลุมพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ และพลังงานลม (พี.กริม, 2568, หน้า 18)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

พี.กริม ให้คำมั่นเพื่อเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 ตามความตกลงปารีส โดยดำเนินงานภายใต้แนวทาง 2.0°C Non-OECD Pathway ขององค์การพลังงานระหว่างประเทศ (IEA) เพื่อจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส

บริษัทได้ประกาศยุทธศาสตร์ Green Leap: Global and Green โดยมีแนวทาง ดังนี้ 1) Industrial Solutions ครอบคลุมการพัฒนากระบวนการซื้อขายรองรับการเชื่อมต่อระบบไฟฟ้าและพลังงานที่หลากหลาย ส่งเสริมกลไกพลังงานสีเขียวเพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero 2) Independent Power Producer ครอบคลุมการขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนในหลากหลายภูมิภาคผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลก และเพิ่มพอร์ตโครงการโรงไฟฟ้าเพื่ออุตสาหกรรมพร้อมผลักดันภาคอุตสาหกรรมสู่การใช้พลังงานคาร์บอนต่ำ และ 3) Sustainable Fuels จัดหาและลำเลียงก๊าซธรรมชาติ (LNG) รวมถึงเชื้อเพลิงสังเคราะห์ และ Green Hydrogen ในอนาคต (พี.กริม, ม.ป.ป.)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2567 พี.กริม มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (ขอบเขต 1, 2, และ 3) 9.95 ล้าน tCO₂e ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2565 และ 2566 สาเหตุหลักมาจากการขยายธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนในปี 2567 โดยบริษัทประกาศลงทุนในโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนเพิ่มเติมอีกไม่ต่ำกว่า 15 โครงการในประเทศไทย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และบราซิล (พี.กริม, 2568) ทั้งนี้ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 ลดลงจากทั้งสองปีก่อนหน้า แต่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3

¹² ระบบผลิตไฟฟ้าที่แปลงเชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติเป็นพลังงานไฟฟ้าและพลังงานอื่น เช่น ไอน้ำ หรือน้ำร้อน เป็นต้น ในเวลาเดียวกัน (PTT Natural Gas Retail, 2564)

เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อยู่ที่ 1.38 ล้าน tCO₂e โดยมีแหล่งการปล่อยหลักจากการซื้อขายสินค้าและบริการจากธุรกิจต้นน้ำ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน (fuel- and energy-related activities) รวมทั้งการจัดการขยะและของเสีย (ย่อยสลายและเผาไหม้) (ปี.กริม, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 13 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ ปี.กริม

ขอบเขตการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO ₂ e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	5,587,310	5,163,419	5,565,281
ขอบเขตที่ 2 – location based	5,419.63	6,143.31	5,034
ขอบเขตที่ 3	1,323,794.82	1,258,412.82	1,381,702.38
รวม	6,916,524.45	6,427,975.13	6,952,017.38

ที่มา: (ปี.กริม, ม.ป.ป.)

ตัวอย่างพฤติกรรมการฟอกเขียว

1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วague เปลา่ หรือไร้หลักฐาน ซึ่งรวมถึงการตั้งเป้าหมาย/นโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือหรือไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน

- กล่าวอ้างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน

บริษัทมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และกล่าวว่ามีคามมุ่งมั่นหรือให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว แต่ไม่ได้เปิดเผยรายละเอียดของแผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรมและตรวจสอบได้ ดังนี้ “ปี.กริม เพาเวอร์ มุ่งมั่นบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณค่าให้คงอยู่อย่างยั่งยืน [...] โดยนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนมาปรับใช้ ตั้งแต่การเลือกเครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เลือกเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ [...] เราให้ความสำคัญในการลงทุนในโครงการพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่องตลอดจนเข้าไปมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับทุกภาคส่วน เพื่อลดบรรเทา และฟื้นฟูผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง” (ปี.กริม, ม.ป.ป.)

ถึงแม้ว่าบริษัทได้ระบุถึงความมุ่งมั่นในการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อเสริมสร้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่จากการตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมยังไม่ปรากฏแผนการดำเนินงานเชิงรูปธรรมที่สอดคล้องกับคำกล่าวอ้างนี้โดยตรง นอกจากนี้ บริษัทระบุเพียงว่า เลือกเชื้อเพลิงที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ โดยไม่ได้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณว่าระดับต่ำอยู่ที่ปริมาณเท่าไร จึงทำให้การประกาศนโยบายนี้ยังคงไม่น่าหนักที่น่าเชื่อถือได้ว่าบริษัทมีความมุ่งมั่นในการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

ในรายงานความยั่งยืนของบริษัท มีการกล่าวถึงการผลิตไฟฟ้าในทิศทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนี้ “ธุรกิจหลักของบริษัทฯ คือ การผลิตไฟฟ้า ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วก่อให้เกิดของเสียในปริมาณต่ำ ของเสียหลักที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดำเนินงาน ได้แก่ ตะกอนที่ถูกกรองออกจากน้ำที่ใช้ในโครงการโรงไฟฟ้า และซีเมนต์ส่วนที่เหลือจากโรงไฟฟ้าชีวมวล ซึ่งใช้เศษไม้เป็นเชื้อเพลิง” (ปี.กริม, 2568) โดย การสื่อสารลักษณะนี้เป็นการกล่าวอ้างว่าการผลิตไฟฟ้าก่อให้เกิดของเสียในปริมาณต่ำโดยไม่มีมาตรฐานหรือ ข้อมูลอ้างอิง เป็นการสื่อสารที่อาจทำให้เกิดการเข้าใจคลาดเคลื่อนต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากธุรกิจผลิตไฟฟ้าได้ อีกทั้งการยกตัวอย่างโรงไฟฟ้าชีวมวลซึ่งนับเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับโรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติของบริษัทเอง ซึ่งปัจจุบัน บริษัทยังคงมีรายได้หลักจากการผลิตไฟฟ้าโดยโรงไฟฟ้าผลิตพลังงานร่วมที่มีสัดส่วนร้อยละ 72 (ปี.กริม, 2568) การเสนอข้อมูลในรูปแบบนี้จึงเป็นเพียงการเลือกเปิดเผยข้อมูลเพื่อส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ดูเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น

- การตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดโดยไม่ประกาศว่าจะลด หรือเลิกการก่อสร้างโรงไฟฟ้าฟอสซิลใหม่

บริษัทตั้งเป้าหมายขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน ดังนี้ “ยุทธศาสตร์ GreenLeap 2567 ปี.กริม เพาเวอร์ ตั้งเป้าหมายการลงทุนมุ่งสู่ 10,000 เมกะวัตต์ ภายในปี 2573 โดยมีสัดส่วนโรงไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนมากกว่าร้อยละ 50.0 ของกำลังการผลิตไฟฟ้าทั้งหมด ควบคู่ไปกับการจัดการโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่ง ตลอดจนการลดการปล่อยคาร์บอนตามแนวทางขององค์กรพลังงานระหว่างประเทศ (IEA) ในการรักษาอุณหภูมิให้เพิ่มขึ้นไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส (สำหรับประเทศในกลุ่ม Non-OECD) เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593” (ปี.กริม, 2568, หน้า 28)

ปี.กริมกล่าวถึงเป้าหมายว่าจะเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ ปี 2593 และเพิ่มการผลิตไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนมากกว่าร้อยละ 50 โดยไม่มีรายละเอียดว่าแผนดำเนินการจะเป็นอย่างไร เช่น จะลดการใช้ก๊าซธรรมชาติซึ่งเป็นสัดส่วนใหญ่ของบริษัทอย่างไร หรือปรับโครงสร้างโรงไฟฟ้าแบบเดิมอย่างไร

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- ให้ข้อมูลการลงทุนเพิ่มในพลังงานสะอาดเพื่อเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลัก

บริษัทนำเสนอข้อมูลเฉพาะด้านบวกเกี่ยวกับการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน และการร่วมมือทางธุรกิจในระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นการเบี่ยงประเด็นจากธุรกิจหลักซึ่งยังคงพึ่งพาการใช้พลังงานจากก๊าซธรรมชาติ คิดเป็นกว่าร้อยละ 70.28 ยกตัวอย่างเช่น “ปี.กริม เพาเวอร์ มีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนให้มากกว่า 50% ในปี 2573 และตั้งเป้าหมายการลงทุนมุ่งสู่กำลังผลิต 10,000 เมกะวัตต์ (MW) จากโครงการที่เปิดดำเนินการแล้วและอยู่ระหว่างพัฒนาปี 2573 และมีเป้าหมายก้าวสู่องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซ

คาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero Carbon Emissions ภายในปี 2593 ทั้งนี้ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการก่อสร้างและพัฒนาโครงการในประเทศไทย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อิตาลี และสหรัฐอเมริกา โดยมีกำลังการผลิต ติดตั้งและได้เปิดดำเนินการ (COD) แล้ว รวม 3,970 เมกะวัตต์ เมื่อรวมโครงการซึ่งมีสัญญาซื้อขายไฟฟ้า (PPA) แล้วที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างและพัฒนาอีก 12 โครงการ จะมีกำลังผลิตรวมเป็น 4,623 เมกะวัตต์ โดยความสำเร็จมาจากจุดแข็งในการเป็นผู้นำกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมและพลังงานหมุนเวียน ตลอดจนการยกระดับความร่วมมือทางธุรกิจระดับโลก สำหรับปี 2566 ปี.กริม เพาเวอร์ มีการขยายโครงการต่าง ๆ ในต่างประเทศจำนวนมาก โดยมีไฮไลต์คือประเทศเกาหลีใต้ ด้วยการลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ 2 โครงการ คิดเป็นกำลังการผลิต [...] อยู่ระหว่างพัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานลมกว่า 1,000 เมกะวัตต์ [...] สำหรับปี 2566 ปี.กริม เพาเวอร์ มีการขยายโครงการต่าง ๆ ในต่างประเทศจำนวนมาก โดยมีไฮไลต์คือประเทศเกาหลีใต้ ด้วยการลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ 2 โครงการ คิดเป็นกำลังการผลิต [...] อยู่ระหว่างพัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานลมกว่า 1,000 เมกะวัตต์ [...]” (Post Today, 2567)

จะเห็นได้ว่า การนำเสนอข้อมูลรูปแบบดังกล่าว มีลักษณะเป็นการจงใจเปิดเผยและเน้นย้ำเฉพาะข้อมูลตัวเลขเชิงบวกที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทจากการระบุว่าโครงการพลังงานหมุนเวียนในประเทศต่าง ๆ ที่กำลังอยู่ระหว่างการก่อสร้าง จะทำให้บริษัทมีกำลังการผลิตที่มาจากพลังงานสะอาดรวม 4,623 เมกะวัตต์ อย่างไรก็ตาม การเสนอข้อมูลดังกล่าวอาจสร้างความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับกิจกรรมหลักของบริษัทที่ยังคงมีส่วนการผลิตพลังงานจากก๊าซธรรมชาติร้อยละ 72 ในปี พ.ศ. 2567 (ปี.กริม, 2568) เมื่อเทียบการผลิตพลังงานสะอาดที่อยู่ร้อยละ 28 จึงเห็นได้ว่า ยังคงมีส่วนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายลำเลียงและจัดหาก๊าซธรรมชาติ ซึ่งยังถูกนับว่าเป็นเชื้อเพลิงฟอสซิลที่ยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย

ปี.กริมยังได้เสนอว่า “ประเทศไทยคือจุดเริ่มต้นของการเติบโตและการขับเคลื่อนธุรกิจด้านพลังงานของ ปี.กริม เพาเวอร์ โดยมีธุรกิจโรงไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรมและโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน ส่งมอบไฟฟ้าคุณภาพสูงให้แก่ลูกค้าอุตสาหกรรมในหลายนิคมอุตสาหกรรมชั้นนำ สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายการลงทุนด้านพลังงานสะอาดไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก” (ปี.กริม, ม.ป.ป.) รวมถึงการประกาศเป็นผู้ขับเคลื่อนประเทศไปสู่พลังงานสะอาด ดังนี้ “ความร่วมมือระหว่าง ปี.กริม เพาเวอร์ และ STECON ครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นร่วมกันในการสร้างแหล่งพลังงานทดแทน เพื่อการดำเนินธุรกิจด้วยความยั่งยืน พร้อมขับเคลื่อนประเทศไทยก้าวสู่ยุคพลังงานสะอาดในอนาคต” ดร. ฮาราลด์ ลิงค์ กล่าวทิ้งท้าย (กรุงเทพธุรกิจ, 2567) อย่างไรก็ตาม การสื่อสารข้างต้นขัดกับสัดส่วนการใช้พลังงานจากก๊าซธรรมชาติและกำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนของปี.กริมในปัจจุบัน โดยบริษัทยังคงมีส่วนการผลิตไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าพลังงานผลิตร่วมที่มีการใช้พลังงานก๊าซธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 72 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ในขณะที่มีกำลังการผลิตจากพลังงานหมุนเวียนอยู่ที่ร้อยละ 28 (ปี.กริม, 2568) ดังนั้น การนำเสนอข้อมูล

รูปแบบนี้จึงสร้างความเข้าใจผิดต่อสาธารณชนในบทบาทด้านการขับเคลื่อนพลังงานหมุนเวียนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัท

3) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

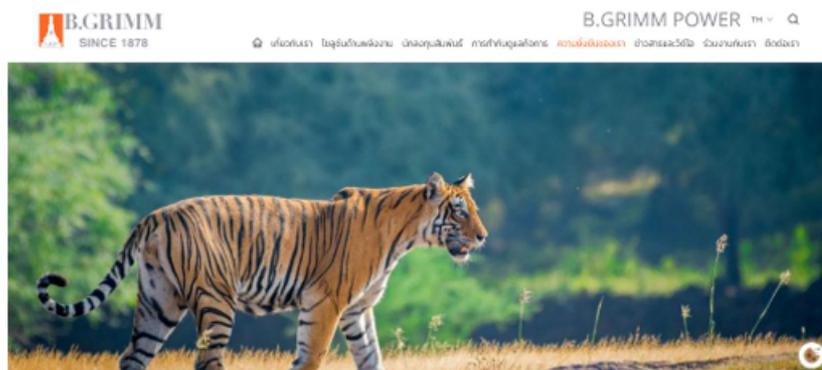
- ใช้ภาษาทางเทคนิคเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

บริษัทนำเสนอข้อมูลผ่านการใช้วาทกรรมที่ชี้แนะให้สาธารณชนเข้าใจว่าธุรกิจหลักของบริษัทที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการกล่าวอ้างในรายงานของบริษัท ดังนี้ “บี.กริม เพาเวอร์ มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ตลอดจนตระหนักถึงความสำคัญด้านสุขภาพอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง และใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม [...]” (บี.กริม, 2568)

เห็นได้ว่าการใช้ถ้อยคำ เช่น เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่มีการระบุว่าเชื้อเพลิงนั้นคืออะไร เช่น ก๊าซธรรมชาติ ชีวมวล หรือไฮโดรเจน ที่ผลิตจากอะไร เป็นการใช้ภาษาที่กำกวมและชี้แนะความเข้าใจผิด โดยถ้อยคำนี้อาจสร้างความเข้าใจว่าบริษัทใช้เชื้อเพลิงหมุนเวียนทั้งหมด ทั้งที่ในความเป็นจริงบริษัทกำลังผลิตที่มาจากพลังงานหมุนเวียนเพียงร้อยละ 28

- ใช้รูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

นอกจากนี้ ยังมีการใช้รูปภาพในการสื่อสารที่มีลักษณะชี้แนะให้เข้าใจผิดได้ว่าองค์กรมีธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้รูปภาพเสือโคร่งประกอบหน้าภาพรวมความยั่งยืนในเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น



รูปที่ 17 หน้าภาพรวมความยั่งยืนเว็บไซต์บี.กริม

ที่มา (บี.กริม, ม.ป.ป.)

3.2.9 บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

สตาร์ ปิโตรเลียม เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม โดยมีโรงกลั่นตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุด จังหวัดระยอง บริษัทผลิตน้ำมันสำเร็จรูปหลายชนิด อาทิ น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล น้ำมันอากาศยาน และน้ำมันเตา รวมถึงผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เช่น โพรพิลีน และก๊าซปิโตรเลียมเหลว บริษัทเน้นการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศผ่านสถานีบริการน้ำมันคาร์ลเท็กซ์ และ ปตท. ในขณะที่จำหน่ายสารตั้งต้น สำหรับปิโตรเคมีให้กับบริษัทปิโตรเคมีในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด นอกจากนี้ บริษัทยังส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศลาว กัมพูชา เมียนมา และสิงคโปร์

ในปี 2567 บริษัทมีรายได้จากการขายรวม 6,901.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จำแนกเป็นรายได้จากการขายน้ำมันดีเซลร้อยละ 42.6 น้ำมันเบนซินร้อยละ 29.5 น้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานร้อยละ 9.4 น้ำมันเตาร้อยละ 3.1 ก๊าซปิโตรเลียมเหลวร้อยละ 1.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 13.5 (สตาร์ ปิโตรเลียม, 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทระบุว่าให้การสนับสนุนเป้าหมายการลดปริมาณความเข้มข้นของการปล่อยคาร์บอน และเป้าหมาย Net Zero ในปี 2608 โดยมีนโยบายการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ อีกทั้งมีการดำเนินธุรกิจในเชิงรุกเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสร้างผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากเซฟรอน เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และร่วมศึกษาแนวทางการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนและพลังงานสะอาด และการกักเก็บคาร์บอน (สตาร์ ปิโตรเลียม, ม.ป.ป.)

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2567 บริษัทมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และ 2 รวม 1.29 ล้าน tCO₂e ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2566 แต่ยังไม่เกินกว่าปี 2565 โดยในปี 2567 บริษัทมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อยู่ที่ 0.09 ล้าน tCO₂e ขณะที่ปี 2565 อยู่ที่ 0.004 ล้าน tCO₂e และปี 2566 อยู่ที่ 0.002 ล้าน tCO₂e ทั้งนี้ บริษัทไม่ได้เปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3

ตารางที่ 14 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ สตาร์ ปีโตรเลียม

ขอบเขตการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO2e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	1,316,316	1,192,996	1,283,698
ขอบเขตที่ 2	4,046	2,725	9,967
รวม	1,320,361	1,195,721	1,293,665

ที่มา: (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมการฟอกเขียว

- 1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วague เป่า หรือไร้หลักฐาน ซึ่งรวมถึงการตั้งเป้าหมาย/นโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือหรือไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน

- กล่าวอ้างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน

บริษัทระบุว่ามีความตระหนักต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีรายละเอียดดังนี้ “ทั่วโลกกำลังเผชิญกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change) และภาวะโลกร้อนที่เพิ่มมากขึ้น ในฐานะเป็นผู้ผลิตปิโตรเลียมชั้นนำของประเทศไทย **SPRC มุ่งมั่นในการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพื่อสอดคล้องกับเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกระดับประเทศและระดับสากล ภายใต้วิสัยทัศน์ ‘ครอบครัวแห่งความห่วงใย ร่วมสร้างพลังเพื่อขับเคลื่อนอนาคตของเรา’ ซึ่งมีภารกิจหลักคือ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่มีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อน พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”** (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568) ถึงแม้จะประกาศความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แต่ไม่ระบุถึงแผนการที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างไร อีกทั้งยังกล่าวว่าการผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีส่วนร่วมในการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทคือการผลิตและจำหน่ายปิโตรเลียมที่วัตถุดิบหลักมาจากเชื้อเพลิงฟอสซิล

ในทำนองเดียวกัน บริษัทระบุว่ามีความร่วมมือในการศึกษาแนวทางเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคตร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ แต่ไม่มีรายละเอียดของโครงการการศึกษาที่เป็นรูปธรรม ดังนี้ “**SPRC ได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากเชฟรอนซึ่งเป็นโรงกลั่นน้ำมันชั้นนำของโลกเพื่อศึกษาและกำหนดแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง รวมถึงศึกษาโครงการใหม่ ๆ เกี่ยวกับ พลังงานหมุนเวียน/พลังงานสะอาด (Renewable energy/Clean energy) การกักเก็บคาร์บอน (CCUS) เป็นต้น** และดำเนินการตรวจติดตามการใช้พลังงานและรายงานผลการดำเนินงานให้คณะผู้บริหารรับทราบอย่างสม่ำเสมอ โครงการเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ มุ่งเน้นไปยังการดำเนินกิจกรรมภายในกระบวนการกลั่น ซึ่งเป็น

กิจกรรมที่มีการใช้พลังงานสูงอย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังดำเนินกิจกรรม ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วทั้งองค์กร ซึ่งรวมถึงหน่วยงานส่วนกลางและ สำนักงานอย่างต่อเนื่อง” (สตาร์ ปีโตรเลียม, ม.ป.ป.)

และจากรายงานความยั่งยืน ระบุว่า “**ครอบครัว SPRC มุ่งมั่นที่จะดำเนินการและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนแก่ธุรกิจ ด้วยความห่วงใย ใส่ใจ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี** กรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ มุ่งเน้นไปในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยนำมาตราฐานและเป้าหมายสากลมาปรับใช้ การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ในกระบวนการพัฒนาแผนธุรกิจและการดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมให้เพิ่มคุณค่าทางธุรกิจและผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของเรา” (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568) โดยจุดร่วมกันของทั้งสองตัวอย่าง คือ ไม่มีแผนปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมในการรองรับการประกาศเจตนารมณ์ที่จะสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทประกาศความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์ แต่บริษัทยังไม่มีการเปิดเผยถึงแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน โดยระบุว่า “นายพงษ์กรณ์ ช่อชวงค์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ด้านปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน บริษัท สตาร์ ปีโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) SPRC กล่าวว่า จากวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลกในวงกว้างและกำลังขยายผลกระทบขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ หรือ ‘Net Zero’ ความเป็นมาของโครงการฯ กลายเป็นหนึ่งในวาระระดับโลกที่หลายประเทศให้ความสำคัญ บริษัท เชฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด ร่วมกับ บริษัท สตาร์ ปีโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) (SPRC) และ บริษัท เชฟรอน (ไทย) จำกัด ในฐานะบริษัทพลังงานระดับโลกที่มุ่งสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในทุกมิติ ได้ตระหนักถึงความเร่งด่วนของปัญหา จึงเดินทางให้การสนับสนุนเป้าหมายการลดปริมาณความเข้มข้นของการปล่อยคาร์บอนและเป้าหมาย “Net Zero” ของประเทศ ในปี พ.ศ. 2608 (ค.ศ. 2065)” (บ้านเมือง, 2567)

เห็นได้ว่าข้อความดังกล่าวเป็นแค่การประกาศความมุ่งมั่นด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป โดยไม่มีการระบุถึงแผนการใด ๆ ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในการติดตามการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายของบริษัท

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- การนำเสนอกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) เพื่อเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของบริษัท

บริษัทมีการดำเนินโครงการ CSR หลายโครงการ โดยมีตัวอย่างจากการบริจาคอุปกรณ์ให้แก่กองทัพเรือ และโครงการปลูกป่า โดยมีรายละเอียดดังนี้ “เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2567 บริษัท สตาร์ ปีโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) หรือ SPRC ร่วมกับสมาชิกกลุ่มสมาคมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมน้ำมัน (IESG) ส่งมอบอุปกรณ์ขจัดคราบน้ำมันให้แก่ทัพเรือภาคที่ 1 ณ กองบัญชาการทัพเรือภาคที่ 1 โดยมี

พลเรือโทสุระศักดิ์ สิงขรววัฒน์ ผู้บัญชาการทัพเรือภาคที่ 1 เป็นผู้รับมอบ การสนับสนุนครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการปฏิบัติการขจัดคราบน้ำมันของทัพเรือภาคที่ 1 ซึ่งจะ ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมทางทะเลและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนในพื้นที่ [...] SPRC ในฐานะ สมาชิก IESG ยืนยันความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม พร้อมสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐในการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง” (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2567)

ในส่วนของกิจกรรมการปลูกป่าซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัทโดยตรง มีรายละเอียดดังนี้ “ใน ทุกๆ ปี เซฟรอนได้จัดกิจกรรมจิตอาสาเพื่อปลูกฝังให้พนักงานมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งต่อ ‘พลังใจ’ สู่อสังคมนิยม โดยกิจกรรม Together We Volunteer “อาสาเรียนรู้ ลงมือทำ” ล่าสุด เซฟรอน ได้พาเหล่าพนักงานจากบริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด พร้อมด้วย บริษัท สตาร์ ปีโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) (SPRC) ในฐานะ One Team ไปยังพื้นที่โครงการ “เติมพลังรักษายังยืน สู่อสังคมนิยม” (Foster Future Forests) ที่ได้เปิดตัวโครงการไปเมื่อปีที่ผ่าน มาเพื่อมุ่งฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ 100 ไร่ [...] พร้อมต่อยอดโอกาสทางเศรษฐกิจและการสร้างอาชีพให้ ชุมชนในระยะยาวผ่านแนวทางแก้ปัญหาโดยอาศัยธรรมชาติเป็นพื้นฐาน (Nature-based Solution) ซึ่ง ได้ร่วมมือกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และจังหวัดระยอง ร่วมด้วยหน่วยงานภาครัฐ ภาควิชาการ รวมถึงชุมชนในจังหวัดระยอง เพื่อพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวสู่ต้นแบบของการ ฟื้นฟูระบบนิเวศในอนาคต [...] ‘ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นหัวใจสำคัญสู่ความสำเร็จของการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน’ มร.โรเบิร์ต โดบริค ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สตาร์ ปีโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) เน้นย้ำถึงการมี ส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่เริ่มวางแผนโครงการ เพื่อนำความต้องการของชุมชนไปพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ สูงสุด” (บลูชิพ, 2567)

การประชาสัมพันธ์โครงการ CSR ทั้งสองโครงการข้างต้นเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของการมี ส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมในการปกป้องและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสตาร์ ปีโตรเลียม ซึ่งมีผลในการ เบี่ยงเบนการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับบทบาททางสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงจากการดำเนินงานของบริษัทในธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเลียมซึ่งมีความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงดังเหตุการณ์ท่อส่งน้ำมันของ บริษัททรูวัลโกลในจังหวัดระยองในปี 2565 นอกจากนี้ บริษัทยังปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมขอบเขตที่ 1 และ 2 กว่า 1.29 ล้าน tCO₂e ในปี 2567 การสื่อสารข้างต้นจึงมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์สีเขียวเกินจริงและช่วย เปลี่ยนภาพลักษณ์ของบริษัทจากผู้ก่อมลพิษไปสู่ผู้สนับสนุนการแก้ไขปัญหา

- การนำเสนอการขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน หรือการใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อเบี่ยงเบนกิจกรรมหลักของบริษัท

บริษัทยังได้นำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้พลังงานหมุนเวียนว่ามีส่วนช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้ “ด้านนางสาวสมปรารถนา เจิมศิริวัฒน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายการลงทุนและพัฒนาธุรกิจค้าปลีก บริษัท สตาร์ ฟิวเอลส์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (SFL) กล่าวว่า นอกเหนือจากบริษัทจะดำเนินแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจในการขยายเครือข่ายสถานีบริการน้ำมันเพื่อเสริมสร้างการเติบโตแล้วนั้น บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติการโดยมองหาโอกาสที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการพลังงาน เราจึงภูมิใจที่ได้ร่วมมือกับ โพนิกซ์ในการติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อป ในสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งพลังงานทดแทนที่สำคัญในการส่งเสริมการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้อีกด้วย” (ประชาตริธุรกิจ, 2567) อย่างไรก็ตาม การติดตั้งระบบโซลาร์รูฟท็อปดังกล่าวเป็นเพียงโครงการขนาดเล็กเกินกว่าจะอ้างได้ว่าเป็นกิจกรรมที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติการของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาจากข้อเท็จจริงว่าบริษัทดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับปิโตรเลียมซึ่งสร้างผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการตลอดห่วงโซ่อุปทาน และยังไม่มีการดำเนินการเปลี่ยนผ่านพลังงานที่ชัดเจน

3) การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร

- การผลกระทบไปยังผู้บริโภค

บริษัททำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการส่งมอบถังขยะให้กับชุมชน โดยเนื้อหาข่าวมีดังนี้ “บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) หรือ SPRC ตอกย้ำความมุ่งมั่นในการดูแลสิ่งแวดล้อมและพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการสนับสนุน ‘โครงการจัดการขยะอาหาร’ เป็นปีที่ 2 โดยส่งมอบถังขยะเปียกลดโลกร้อนพร้อมอุปกรณ์ จำนวน 100 ชุด ให้แก่ เทศบาลนครระยอง เพื่อแจกจ่ายให้กับครัวเรือนในชุมชน นำไปสู่การลดปริมาณขยะอินทรีย์และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากต้นทาง [...] นอกจากนี้ โครงการยังสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยกลุ่มสตรีเทศบาลนครระยองสามารถนำปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากการย่อยสลายเศษอาหารในถังขยะเปียก ไปใช้ในการปลูกผักในพื้นที่โดยรอบเกิดเป็นวงจรเศรษฐกิจพอเพียงที่เชื่อมโยงกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม [...]” (สตาร์ ปิโตรเลียม, 2568)

การดำเนินโครงการลักษณะนี้มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนหรือชุมชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน โดยอ้างว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขณะที่บริษัทเองไม่ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจหลักของตนที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมากแต่อย่างใด

- การผลักดันไปยังองค์กรภายนอก

“ในการนี้ SPRC โดยคุณโอภาส ไวยลัจจา ผู้แทนบริษัทฯ ได้มอบแผ่นซับน้ำมันชนิดแผ่นจำนวน 1,600 แผ่น และชนิดม้วน 4 ม้วน เพื่อสนับสนุนภารกิจของทัพเรือภาคที่ 1 นำไปใช้จัดการบ้น้ำมันและเพิ่มความพร้อมซึ่งช่วยให้ปฏิบัติการในการจัดการบ้น้ำมันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการปฏิบัติการจัดการบ้น้ำมันของทัพเรือภาคที่ 1 ซึ่งจะช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมทางทะเลและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนในพื้นที่ SPRC ในฐานะสมาชิก IESG ยืนยันความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคม พร้อมสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐในการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง” (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2567)

โดยข้อความดังกล่าวคาดหวังให้หน่วยงานอื่นปกป้องสิ่งแวดล้อมในทะเลโดยการจัดการบ้น้ำมันทั้งที่ไม่ใช่ภารกิจหลักของหน่วยงานดังกล่าว โดยละเอียดการกล่าวถึงบทบาทของบริษัทในฐานะผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่มีความเสี่ยงจะเป็นต้นเหตุของคราบน้ำมันในทะเล และมีหน้าที่โดยตรงในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใด ๆ ที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท และแก้ไขเยียวยาอย่างเร่งด่วนเมื่อเกิดปัญหา

4) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

บริษัทใช้รูปภาพภูมิทัศน์สีเขียวควบคู่กับภาพโรงกลั่นน้ำมัน และสถานีบริการน้ำมัน ประกอบหน้าการพัฒนาสู่ความยั่งยืนบนเว็บไซต์ และหน้าปกเฟซบุ๊กของบริษัท ในทำนองเดียวกัน คณะวิจัยยังพบการใช้ภาพประกอบในวิดีโอทัศน์แนะนำกิจการขององค์กรซึ่งมีการใช้ภาพบุคลากรร่วมกับภาพป่าไม้และสัตว์ป่า โดยการนำเสนอภาพประชาสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวอาจทำให้สาธารณชนเข้าใจว่ากิจกรรมหลักของบริษัทเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะที่ยังคงดำเนินธุรกิจกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม และเป็นผู้จัดจำหน่ายน้ำมันรายใหญ่ของประเทศ ซึ่งมีส่วนให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยในปี 2567 บริษัทมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และ 2 รวม 1.29 ล้าน tCO₂e



รูปที่ 18 หน้าการพัฒนาสู่ความยั่งยืนบนเว็บไซต์สตาร์ ปีโตรเลียม

ที่มา: (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568)



รูปที่ 1 ภาพหน้าปกเฟซบุ๊กของสตาร์ ปีโตรเลียม

ที่มา: (SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited, 2567)



รูปที่ 2 ภาพประกอบวิดีโอทัศน์แนะนำธุรกิจขององค์กร

ที่มา: (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2567)

3.2.10 บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)

ซีเค พาวเวอร์ มีธุรกิจหลักคือการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำ แสงอาทิตย์ และก๊าซธรรมชาติ โดยในปี 2567 มีรายได้รวม 10,789 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายไฟฟ้าและไอน้ำรวม 9,827 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 91 ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งแบ่งเป็นรายได้จากการผลิตไฟฟ้าใน 3 ระบบ ดังนี้ 1) ระบบผลิตไฟฟ้าและพลังงานร่วม (Co-generation) จำนวน 5,673 ล้านบาท 2) พลังงานน้ำ จำนวน 4,074 ล้านบาท และ 3) พลังงานแสงอาทิตย์ จำนวน 80 ล้านบาท (ซีเค พาวเวอร์, 2568)

ซีเค พาวเวอร์ มีกำลังการผลิตติดตั้งรวมทั้งรวมทั้งหมด 3,640 เมกะวัตต์ ซึ่งมาจากโรงไฟฟ้า 3 รูปแบบ คือ โรงไฟฟ้าพลังงานน้ำ โรงไฟฟ้าผลิตพลังงานร่วม และโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ซีเค พาวเวอร์ มีกำลังการผลิตติดตั้งรวม 3,360 เมกะวัตต์จากโรงไฟฟ้าพลังงานน้ำ 3 แห่ง ได้แก่ บริษัท ไฟฟ้าน้ำจืด 2 จำกัด บริษัท ไชยะบุรี พาวเวอร์ จำกัด และบริษัท หลวงพระบางพาวเวอร์ จำกัด ในส่วนโรงไฟฟ้าผลิตพลังงานร่วม มีกำลังการผลิตติดตั้งรวม 238 เมกะวัตต์ จากบริษัท บางปะอิน โคอเจนเนอเรชั่น จำกัด โครงการ 1 และ 2 ในขณะที่โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ มีกำลังการผลิตติดตั้งรวมเพียง 42 เมกะวัตต์ จาก 13 โครงการ (ซีเค พาวเวอร์, 2568)

นโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ซีเค พาวเวอร์ ประกาศที่จะบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 ภายใต้แนวคิด “การเปลี่ยนผ่านพลังงาน” โดย ซีเค พาวเวอร์ มุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนบริษัทไปสู่ “สังคมคาร์บอนต่ำ” ผ่านการใช้พลังงานหมุนเวียนมากขึ้น เช่น พลังงานน้ำและพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านนี้ สอดคล้องกับเป้าหมายของความตกลงปารีส (Paris Agreement) ที่จำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส โดยมุ่งปฏิบัติตามหลักวิทยาศาสตร์ หรือ Science Based Target ที่ระบุไว้สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs)

ซีเค พาวเวอร์ ได้กำหนดแนวปฏิบัติด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้กรอบกลยุทธ์การดำเนินงาน 5 ปี (2565-2569) เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero ในปี 2593 (ซีเค พาวเวอร์, 2568) โดยแนวปฏิบัติทั้ง 5 ประกอบด้วย

- 1) ลดการใช้พลังงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยบริษัทหวังว่าจะลดการปล่อยก๊าซฯ ขององค์กรได้ร้อยละ 45 ภายในปี 2562
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการผลิตไฟฟ้า
- 3) เพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน โดยในปี 2567 ซีเค พาวเวอร์ มีการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนคิดเป็นร้อยละ 93 ของกำลังการผลิตติดตั้งทั้งหมด โดยอ้างว่าสามารถหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซฯ ได้ 7.4 ล้านตันเทียบเท่าต่อปี และหวังเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนให้มากกว่าร้อยละ 95 ภายในปี 2586
- 4) เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร และ

- 5) เพิ่มโอกาสทางธุรกิจสีเขียว โดยในปี 2567 ซีเค พาวเวอร์ ได้มีการดำเนินการขายใบรับรองเครดิตการผลิตพลังงานหมุนเวียน (RECs) เป็นจำนวน 18,771 ใบ

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2567 ของ ซีเค พาวเวอร์ รวมอยู่ที่ 903,061.66 tCO₂e โดยมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 (การปล่อยก๊าซจากการดำเนินงานโรงไฟฟ้าของบริษัท) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเผาไหม้น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ อยู่ที่ 719,161.16 tCO₂e โดยลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย และมีปริมาณการปล่อยก๊าซ ในขอบเขตที่ 2 (การปล่อยก๊าซจากการใช้ไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก) เพิ่มขึ้น อยู่ที่ 1,979.70 tCO₂e ในขณะที่มีการปล่อยก๊าซ ในขอบเขตที่ 3 (การปล่อยก๊าซทางอ้อมอื่น ๆ) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนมาอยู่ที่ 181,920.80 tCO₂e

ตารางที่ 15 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ ซีเค พาวเวอร์

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tCO ₂ e)		
	2565	2566	2567
ขอบเขตที่ 1	715,530.79	719,930.32	719,161.16
ขอบเขตที่ 2	2,245.17	1,851.15	1,979.70
ขอบเขตที่ 3	122,367.29	119,586.41	181,920.80
รวม	840,143.25	841,367.88	903,061.66

ที่มา: (ซีเค พาวเวอร์, 2568)

ตัวอย่างพฤติกรรมการฟอกเขียว

- 1) คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วagueเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

- ระบุเป้าหมาย Net Zero โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน

ซีเค พาวเวอร์ ได้ประกาศเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ภายในปี 2593 สอดคล้องกับเป้าหมายในความตกลงปารีส ผ่านการเปลี่ยนผ่านพลังงานของบริษัท บริษัทหวังว่าจะเป็นผู้บุกเบิกในการขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ โดยกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยใช้ปี 2564 เป็นปีฐาน และจากรายงานความยั่งยืน (ซีเค พาวเวอร์, 2568) มีการกำหนดกลยุทธ์เบื้องต้นไว้ ดังนี้:

- ภายในปี 2567 ต้องมีการรายงานและทวนสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ที่เป็นนัยสำคัญ
- ภายในปี 2568 ถึง 2573 จะมีการรายงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรครอบคลุมขอบเขตที่ 3

- ภายในปี 2582 จะมีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรลงร้อยละ 45 และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร
- ภายในปี 2586 จะมีการเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนให้มากกว่าร้อยละ 95 จากการผลิตทั้งหมด รวมถึงจะมีการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนทั้งหมด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593

อย่างไรก็ตาม พบว่าแนวปฏิบัติทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ยังมีความคลุมเครือ ซึ่งส่งผลให้ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกไม่สามารถประเมินได้ว่าบริษัทจะสามารถบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ที่กำหนดไว้ได้อย่างไร อีกทั้งแม้จะมีการประกาศเพิ่มการขยายสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนให้มากกว่าร้อยละ 95 ในปี 2586 และมีการใช้ไฟฟ้าในองค์กรจากพลังงานหมุนเวียนทั้งหมดในปี 2593 แต่ก็ไม่มีส่วนใดกล่าวถึงการลดหรือยกเลิกการลงทุนในระบบผลิตไฟฟ้าและพลังงานรวมที่เป็นอีกหนึ่งการดำเนินงานและรายได้หลักของบริษัทนอกจากการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำ

2) การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

- นำเสนอผลกระทบเชิงบวกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีนัยสำคัญ

ในประเด็นด้านการบรรลุแผน Net Zero ซีเค พาวเวอร์ มีวาทกรรมในการพัฒนานวัตกรรมและโครงการใหม่เพื่อลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดย นายธนวัฒน์ ตริวิศวะเวทย์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ซีเค พาวเวอร์ กล่าวว่า *“ที่ผ่านมา CKPower ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกกระบวนการผลิต โดยเปิดโอกาสให้พนักงานคิดค้นสร้างสรรค์นวัตกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพและการลดการใช้พลังงานในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมมากกว่า 15 โครงการ ซึ่งลดการใช้พลังงานได้ 6,142 เมกะวัตต์-ชั่วโมงและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 2,847 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี นอกจากนี้ยังมีนวัตกรรมสะสมหรือบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมลดการใช้พลังงานถึง 16 คน จากโรงไฟฟ้าบางปะอินโคเจนเนอเรชั่น บริษัทใน เครือซีเค พาวเวอร์ที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน พระนครศรีอยุธยา”* (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

จากเนื้อหาพบพฤติกรรมเลือกเปิดเผยเฉพาะแง่มุมด้านบวกของบริษัท โดยแม้ว่าจะมีการเปิดโอกาสให้พนักงานคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานกว่า 15 โครงการ ซึ่งอ้างว่าสามารถลดการใช้พลังงานได้ 6,142 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง และลดการปล่อยก๊าซฯ ได้ 2,847 tCO₂e นั้น อย่างไรก็ตาม ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจกดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของทั้งองค์กรตามที่ปรากฏในรายงานความยั่งยืนของบริษัท โดยในปี 2567 ซีเค พาวเวอร์ มีปริมาณพลังงานจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไปอยู่ที่ 3,554,865.62 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง และมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และ 2 อยู่ที่ 721,140.86 tCO₂e (ซีเค พาวเวอร์, 2568)

3) การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

- การสนับสนุนขายใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (REC) เพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero ซีเค พาวเวอร์ รายงานการขายใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน โดยระบุว่า “จากแผนกลยุทธ์การดำเนินงานความยั่งยืนตามกรอบระยะเวลา 5 ปี (2565-2569) บริษัทได้ขยายโอกาสการดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการขายใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (RECs) ร่วมกับทางบริษัท อินโนพาวเวอร์ จำกัด (INNOPOWER) บริษัทในเครือการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ในการนำโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ภายใต้บริษัท บางเขนชัย จำกัด (BKC) ขึ้นทะเบียนโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนเข้าสู่ธุรกิจซื้อขาย RECs ตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน โดยตลอดการดำเนินงานที่ผ่านมาได้มีการส่งมอบ RECs ให้กับ อินโนพาวเวอร์ แล้วจำนวน 39,660.46 RECs เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะยาว ที่สำคัญในช่วงกลางปี 2567 ที่ผ่านมา CKPower ได้ลงนามข้อตกลงสัญญาร่วมกับบริษัท เมก้า วี จำกัด (Mekha V) บริษัทในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อร่วมกันศึกษาความเป็นไปได้ในการนำ RECs จากบริษัท ไชยะบุรี พาวเวอร์ จำกัด (XPCL) โรงไฟฟ้าพลังงานน้ำ แบบน้ำไหลผ่านใน สปป.ลาว เข้าสู่แพลตฟอร์ม ReAcc เพื่อตอบรับการเปลี่ยนผ่านทางพลังงานให้กับภาคอุตสาหกรรมในอนาคตและเตรียมความพร้อมในการรองรับการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนตลอดห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ นายธนวัฒน์ กล่าวเสริม” (มติหุ้น, 2568)

จากเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ข้างต้น ซีเค พาวเวอร์ ไม่ได้มีการอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมว่าการเพิ่มการจำหน่าย REC จะสามารถสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนในบริษัทผู้ซื้อใบรับรองและช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะยาวได้อย่างไร อีกทั้งแม้การผลิต REC เพิ่มจะเท่ากับการขยายการดำเนินงานในโครงการพลังงานหมุนเวียนของทางบริษัทเอง แต่ก็ไม่ได้ระบุว่าการขยายการดำเนินงานในโครงการดังกล่าวจะจำกัดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในการดำเนินโครงการอื่น ๆ ของบริษัทได้อย่างไร โดย ซีเค พาวเวอร์ มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้ก๊าซธรรมชาติและน้ำมันดีเซลอยู่ที่ 718,081 tCO₂e ในปี 2567 (ซีเค พาวเวอร์, 2568)

4) การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

- ใช้ภาษาทางเทคนิคเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

ในการรายงานผลความสำเร็จของกลยุทธ์ความยั่งยืนโดย นายธนวัฒน์ ตริวิศวเวทย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีเค พาวเวอร์ ได้มีการรายงานค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นค่าความเข้มข้นที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ดังนี้ “ซีเค พาวเวอร์ ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ตามกรอบเป้าหมาย SDGs [...] ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวขับเคลื่อนการทำงานผ่าน คณะกรรมการขับเคลื่อนความยั่งยืน ในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายโดยมีบุคลากรและพนักงานของบริษัทร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ตามกลยุทธ์ความยั่งยืน (C-K-P) โดยในปี 2566 กลุ่มบริษัท ซีเค พาวเวอร์ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพียง 0.069 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e) ต่อการผลิตไฟฟ้า 1 เมกะวัตต์-ชั่วโมง (MWh) ซึ่งลดลง 0.26% จากเป้าหมาย รวมถึงหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากถึง 4.4 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี” (ซีเค พาวเวอร์, 2567)

จากเนื้อหาพบว่าบริษัทมีการรายงานผลการปล่อยก๊าซฯ เป็นค่าความเข้มข้นคาร์บอนซึ่งอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าธุรกิจของบริษัทมีการปล่อยก๊าซฯ ลดลงเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซฯ อาจเป็นผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต หรือเพิ่มปริมาณการผลิตไฟฟ้า โดยที่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบบสัมบูรณ์จากกิจกรรมของบริษัทในทั้ง 3 ขอบเขตอาจไม่ได้ลดลงตาม

นอกจากนี้ คณะวิจัยยังพบการสื่อสารว่าไฟฟ้าที่ผลิตโดยบริษัทเป็นไฟฟ้าสะอาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้ “ส่วนในแง่ของการดำเนินธุรกิจพลังงานสะอาด ในปี 2567 ที่ผ่านมา โรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนในเครือของกลุ่มบริษัท CKPower สามารถผลิตไฟฟ้าสะอาดส่งให้ประเทศไทยได้กว่า 8.8 ล้านเมกะวัตต์-ชั่วโมง (MWh) หรือคิดเป็น 16% ของไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนที่ใช้ในประเทศในปี 2567 โดยสามารถหลีกเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4.4 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี สอดคล้องกับนโยบาย Net Zero ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ซึ่งลดก๊าซเรือนกระจกได้ 0.91% จากเป้าหมายปี 2567” (ไทยรัฐออนไลน์, 2568) อย่างไรก็ตาม การใช้คำว่าไฟฟ้าสะอาดอาจสร้างความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนแก่สาธารณชนได้ว่าธุรกิจผลิตไฟฟ้าของซีเค พาวเวอร์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพียงพอแล้ว เนื่องจากกว่าร้อยละ 92 ของกำลังการผลิตรวมของซีเค พาวเวอร์มาจากพลังงานน้ำจากเขื่อน 3 แห่งในลาว แม้ว่าการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำไม่มีการเผาไหม้ที่สร้างก๊าซเรือนกระจกเหมือนโรงไฟฟ้าเชื้อเพลิงฟอสซิล แต่โดยข้อเท็จจริงแล้วเขื่อนยังคงมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีเทนซึ่งเกิดจากการย่อยสลายของซากอินทรีย์ใต้น้ำ (Turns, 2024) ยิ่งไปกว่านั้น เขื่อนยังสร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศและวิถีชีวิตของประชาชนที่พึ่งพาแม่น้ำ และวัฏจักรน้ำท่วมและน้ำแล้งตามธรรมชาติในการดำรงชีพซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากการเกิดขึ้นของเขื่อน (Eyler, Basist, Kwan, Weatherby, & Williams, 2024)

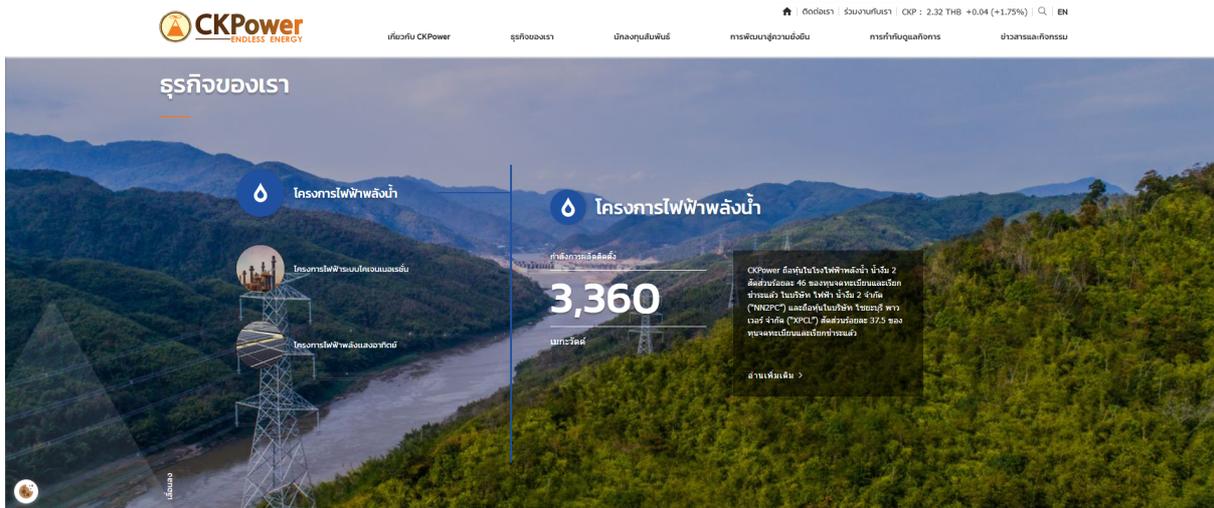
- ใช้รูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

ซีเค พาวเวอร์ ยังมีการใช้รูปภาพธรรมชาติในหลายช่องทางของบริษัทในการสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจของตนให้มีความเขียวมากขึ้น แม้รายได้กว่าครึ่งของบริษัทมาจากการผลิตไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าผลิตพลังงานรวม

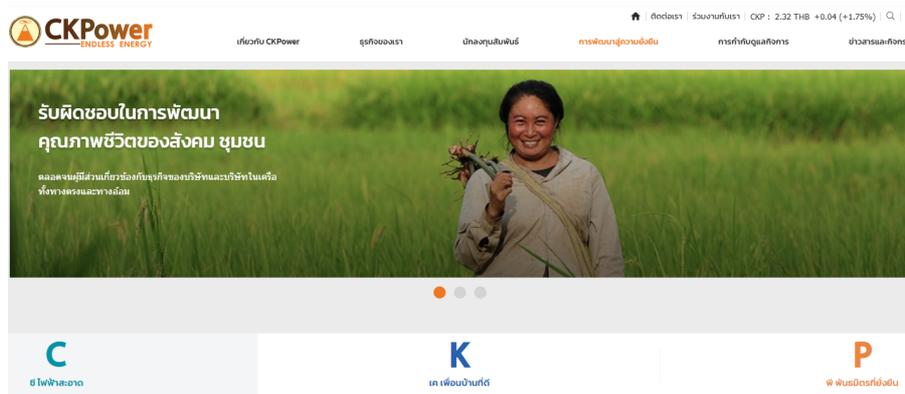
เช่น ในรายงานความยั่งยืนของบริษัทที่มีการใช้รูปเชื่อมที่เป็นที่ถกเถียงกันว่าเป็นแหล่งผลิตพลังงานที่ยั่งยืนหรือไม่ ควบคู่ไปกับภูเขาและหมอก ซึ่งส่งเสริมความรู้สึกว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยย่อหน้าขาล่างในรูปภาพ ซีเค พาวเวอร์ ระบุว่า “บริษัทมุ่งมั่นส่งเสริมพัฒนานวัตกรรมและแนวปฏิบัติเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อมและปกป้องระบบนิเวศอย่างต่อเนื่อง” อย่างไรก็ตาม ยังพบการร้องเรียนถึงซีเค พาวเวอร์ จากองค์กรภาคประชาสังคม ซึ่งเรียกร้องให้บริษัทเปิดเผยมาตรการลดผลกระทบสะสมเกี่ยวกับตะกอนและทางผ่านปลา รวมถึงแผนบรรเทาภาวะฉุกเฉินจากการบริหารจัดการเขื่อนไซยะบุรี เนื่องจากเป็นเวลากว่า 5 ปี ที่แม่น้ำโขงบริเวณเขื่อนไซยะบุรีมีความผันผวนไม่เป็นไปตามฤดูกาล และมีระบบนิเวศที่เปลี่ยนไป เช่น มีจำนวนปลาลดลง รวมถึงสีของแม่น้ำที่คล้ายน้ำทะเลเพราะขาดตะกอนแร่ธาตุ (สำนักข่าวชายขอบ, 2567)



รูปที่ 3 หนึ่งในรูปภาพปกในรายงานความยั่งยืนของ ซีเค พาวเวอร์
ที่มา: (ซีเค พาวเวอร์, 2568)



รูปที่ 4 หน้าเว็บไซต์ซีเค พาวเวอร์
ที่มา: (ซีเค พาวเวอร์, 2568)



รูปที่ 5 หน้าเว็บไซต์ซีเค พาวเวอร์
ที่มา: (ซีเค พาวเวอร์, 2568)

3.3 สรุปประเด็นพฤติกรรมกรฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย

คณะวิจัยพิจารณาข้อมูลของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงาน 10 แห่งที่ใหญ่ที่สุดในไทย ที่ได้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณะ เช่น รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน ข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น รวมถึงข้อมูลจากฐานข้อมูลของบริษัทผู้ให้บริการฐานข้อมูลสื่อ เพื่อรวบรวมข้อมูลข่าว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อในช่วงเดือนมกราคม 2567 – เดือนเมษายน 2568 (16 เดือน) เพื่อสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาที่ปรากฏของบริษัทเหล่านี้ว่าเข้าข่ายการฟอกเขียวหรือไม่ สามารถสรุปประเด็นข้อค้นพบได้ ดังนี้

3.3.1 คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วางเปล่า หรือไร้หลักฐาน และการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือ

จากการประเมินพบว่า พฤติกรรมที่เข้าข่าย “คำกล่าวอ้างที่คลุมเครือ วางเปล่า หรือไร้หลักฐาน หรือการตั้งเป้าหมายหรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่คลุมเครือหรือไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน” เป็นหนึ่งในรูปแบบการฟอกเขียวที่พบอย่างแพร่หลายในกลุ่มบริษัทพลังงานและรัฐวิสาหกิจ มีลักษณะการสื่อสารที่เน้นเฉพาะข้อมูลบางด้านหรือประเด็นที่ไม่มีนัยสำคัญ ขณะที่เลี่ยงไม่กล่าวถึงผลกระทบด้านลบจากกิจกรรมหลัก พฤติกรรมที่พบส่วนมากเป็นการประกาศเป้าหมายด้านความยั่งยืน หรือนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้ถ้อยคำกว้างเกินไป และไม่สามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งไม่มีการเปิดเผยแผนงานรองรับที่เป็นรูปธรรมซึ่งทำให้ผู้มีส่วนได้เสียไม่สามารถประเมินได้ว่าองค์กรมีความตั้งใจจริงในการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้นหรือไม่ พฤติกรรมรูปแบบนี้สามารถจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1) การตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่คลุมเครือ

การประกาศเป้าหมายระยะยาวด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 หรือเป็นกลางทางคาร์บอน (carbon neutrality) ภายในปี 2573 เป็นแนวทางที่หลายบริษัทเลือกใช้เพื่อสร้างภาพความมุ่งมั่นด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม แม้เป้าหมายดังกล่าวถูกระบุอยู่ในรายงานประจำปี หรือรายงานความยั่งยืนของบริษัท แต่กลับไม่พบเส้นทางการลดการปล่อย (decarbonization pathway) ที่ระบุเป้าหมายในระยะสั้น กลาง และยาว และขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ครอบคลุมในเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายสัดส่วนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงแผนกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การเลือกประกาศเป้าหมายในภาพกว้างจึงจัดเป็นคำมั่นสัญญาเชิงสัญลักษณ์ มากกว่าการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม

คณะวิจัยพบหลายองค์กรที่มีพฤติกรรมลักษณะนี้ เช่น ปตท. ระบุในรายงานประจำปี 2567 ถึงการเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำและยั่งยืน และตั้งเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2583 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 โดยเชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจตามแนวทาง ESG แต่ยังไม่ชัดเจนในแง่ของมาตรการหรือกลไกการลดการปล่อยในเชิงปฏิบัติ (ปตท., 2568)

ในขณะที่ บี.กริม ประกาศเป้าหมายในรายงานประจำปีว่าจะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ ในปี 2593 ภายใต้แนวทางการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส (2°C Non-OECD Pathway) ของ IEA (บี.กริม, 2568) ซึ่งการประกาศเป้าหมายดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด แต่การอ้างอิงเป้าหมายระดับสากลอาจสร้างความเข้าใจต่อผู้บริโภคว่าเป้าหมายของ บี.กริม มีความเข้มข้นและครอบคลุมเกินกว่าสิ่งที่บริษัทประกาศ ทั้งนี้ คณะวิจัยไม่พบว่า บี.กริม มีการประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

หรือกรณี กฟผ. มีการประกาศเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่อ้างอิงเป้าหมายประเทศ แต่ไม่ได้กำหนดปีเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยระบุในรายงานความยั่งยืนปี 2567 แสดงเจตนารมณ์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับเป้าหมายประเทศ และสนับสนุนการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนของประเทศ แต่ไม่พบการระบุปีเป้าหมายอย่างชัดเจน (กฟผ., 2568)

2) การตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด โดยไม่ได้ประกาศว่าจะลด หรือเลิกการก่อสร้างโรงไฟฟ้าฟอสซิลใหม่

องค์กรบางแห่งประกาศเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในพอร์ตธุรกิจแต่กลับไม่แสดงความชัดเจนว่ามีการจัดสรรทรัพยากรการลงทุนในเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียนเท่าใดในระยะสั้น กลาง และยาว รวมถึงไม่ระบุถึงแผนการลดหรือยกเลิกการลงทุนในเชื้อเพลิงฟอสซิล ในทางกลับกันยังคงลงทุนเพิ่มในเชื้อเพลิงฟอสซิลอีกด้วย ส่งผลให้เป้าหมายดังกล่าวไม่สะท้อนความจริงใจในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กรที่ตั้งไว้ได้ การสื่อสารเช่นนี้จึงอาจสร้างความเข้าใจผิดว่าองค์กรกำลังเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดทั้งที่ในความเป็นจริงยังคงพึ่งพาพลังงานฟอสซิลเป็นหลัก

ตัวอย่างเช่น บี.กริม ระบุในรายงานประจำปี 2567 ถึงเป้าหมายการขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนร้อยละ 50 ภายในปี 2573 โดยตั้งเป้าขยายกำลังการผลิตรวมเป็น 10,000 เมกะวัตต์ภายในปี 2573 แต่ไม่พบการกล่าวถึงการลดสัดส่วนหรือการยุติการลงทุนในเชื้อเพลิงฟอสซิล (บี.กริม, 2568)

กัลฟ์ประกาศเป้าหมายด้านพลังงานหมุนเวียนในรายงานความยั่งยืนและเว็บไซต์ เป็นการเพิ่มสัดส่วนกำลังการผลิตพลังงานหมุนเวียน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ภายในปี 2578 โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการขยายกำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด แต่ไม่พบการระบุแนวทางลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างเป็นรูปธรรม (กัลฟ์, 2568)

นอกจากนี้ ชาวประชาสัมพันธ์ที่น่าเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ เอ็กโก ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับการประกาศเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเป็น ร้อยละ 30 ภายในปี 2030 และขยายการลงทุนในพลังงานสะอาด เช่น ไฮโดรเจน และ CCUS อย่างไรก็ตาม เนื้อหาดังกล่าวมุ่งเน้นการเพิ่มพลังงานหมุนเวียนมากกว่าการลดการผลิตไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิล (กรุงเทพธุรกิจ, 2568; SDGgo, 2568)

3) การกล่าวอ้างการดำเนินงานหรือสรรพคุณทางสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีหลักฐานชัดเจน

คณะวิจัยพบว่ามีการกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อหรือการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมหลายประเด็น โดยทั้งหมดล้วนเป็นการกล่าวอ้างที่ไม่มีรายละเอียดหรือเป้าหมายที่สามารถรองรับค่ากล่าวได้ ตัวอย่างกรณีของ สตาร์ ปีโตรเลียม กล่าวถึงความมุ่งมั่นในการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568) แต่ไม่มีการระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ มาตรการดำเนินงาน หรือกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ตัวอย่างจาก ปตท. ซึ่งระบุเนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์ของบริษัทว่ามีการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการได้รับการประเมินเป็นองค์กรคุณธรรมระดับต้นแบบ (ปตท., 2568) ซึ่งเป็นถ้อยคำเชิงบวกที่เน้นภาพลักษณ์ด้านจริยธรรมและธรรมาภิบาล แต่ไม่มีข้อมูลเชิงหลักฐานเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ตรวจสอบได้

รวมถึงพฤติกรรมการกล่าวอ้างถึงเทคโนโลยีสะอาด เชื่อเพลิงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่ไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มารองรับ อาทิ บี.กริม ระบุในรายงานประจำปี 2567 ว่าบริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงและเชื่อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีพลังงานสะอาด เช่น การใช้เชื้อเพลิงไฮโดรเจนผสมกับก๊าซธรรมชาติ (บี.กริม, 2568) ซึ่งไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มารองรับว่าก๊าซธรรมชาติหรือเชื้อเพลิงผสมไฮโดรเจนดังกล่าวสามารถจัดเป็นพลังงานสะอาดได้ในเชิงสิ่งแวดล้อม

เนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์ของบางจากระบุถึงการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานด้วยนวัตกรรมสีเขียวเพื่อรองรับสังคมคาร์บอนต่ำอย่างเป็นรูปธรรม (บางจาก, 2568) โดยไม่พบรายละเอียดหรือหลักฐานสนับสนุนค่ากล่าวอ้างว่านวัตกรรมดังกล่าวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร รวมถึง เนื้อหาบนเว็บไซต์ของ ปตท. ระบุถึงการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคพลังงานสะอาดผ่านการพัฒนาเชื้อเพลิงดีเซลยูโร 5 และ SAF (ปตท., 2568) ซึ่งแม้จะเป็นการปรับปรุงคุณภาพเชื้อเพลิงให้ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในบางมิติ แต่ยังคงเป็นเชื้อเพลิงจากฟอสซิลและไม่สอดคล้องกับนิยามของพลังงานสะอาดตามหลักสากล

เมื่อพิจารณาทั้งสามลักษณะร่วมกัน จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการพอกเขียวในกลุ่มนี้มีจุดร่วมอยู่ที่การนำเสนอข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมหรือละเว้นประเด็นสาระสำคัญ บริษัทมักเลือกนำเสนอเพียงด้านที่สร้างภาพลักษณ์เชิงบวก ขณะที่หลีกเลี่ยงการพูดถึงกิจกรรมหลักของธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบสูงต่อสิ่งแวดล้อม การกระทำเช่นนี้จึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมเกินจริง และสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในการสร้างความโปร่งใสของการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมในภาคพลังงานไทย

3.3.2 การเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะบางแง่มุม รวมถึงการเบี่ยงเบนหรือเบี่ยงประเด็นจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ

1) การให้ข้อมูลการขยายการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน หรือการใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อเบี่ยงเบนกิจกรรมหลักของบริษัท

บริษัทให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน หรือการใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของบริษัทเพียงด้านเดียว โดยไม่มีการกล่าวถึงบทบาทของบริษัทในฐานะธุรกิจที่ยังมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้น และไม่ได้ให้ข้อมูลว่าบริษัทมีแผนการอื่นเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากเชื้อเพลิงฟอสซิลที่เป็นแหล่งพลังงานหลักของบริษัทด้วย เช่น การให้ข้อมูลโครงการพัฒนาโรงไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ลอยน้ำไฮบริดของ กฟผ. ซึ่งนำเสนอว่าขับเคลื่อนประเทศสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนบนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2567 (ไทยรัฐ, 2567) ซึ่งเป็นการนำเสนอโครงการเพียงบางส่วนขององค์กร โดยที่ กฟผ. ยังคงใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นแหล่งพลังงานหลัก การกล่าวอ้างดังกล่าวจึงไม่ได้สอดคล้องกับข้อเท็จจริง

หรือการตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนของกัลฟ์ ตามรายงานของหนังสือพิมพ์ข่าวหุ้น วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2568 (ข่าวหุ้น, 2568) โดยข้อความดังกล่าวแม้จะระบุการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 40 ภายในปี พ.ศ. 2578 แต่ไม่ได้ให้ข้อมูลว่าพลังงานส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 60 จะยังคงมาจากเชื้อเพลิงฟอสซิลหรือไม่ หรือมีแนวทางการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกส่วนที่เหลืออย่างไร

หรือกรณีของบางจากซึ่งอ้างถึงการผลิต SAF ในฐานะส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามรายงานของ BTimes ณ วันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 (BTimes, 2567) อย่างไรก็ตาม บางจากไม่ได้ให้ข้อมูลว่าบริษัทมีแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิลอันเป็นธุรกิจหลักของบางจากอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มธุรกิจโรงกลั่นและการค้าน้ำมันซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 77.9 ของรายได้รวมในปี พ.ศ. 2567 (บางจาก, 2568)

นอกจากนี้ บริษัทบางแห่งให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการใช้ก๊าซธรรมชาติโดยอ้างความจำเป็นในช่วงการเปลี่ยนผ่านพลังงานที่เทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียนยังมีความไม่เสถียรในการผลิตพลังงาน เช่น การให้ข้อมูลของ ปตท. ตามรายงานบนเว็บไซต์ฐานเศรษฐกิจ วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 (ฐานเศรษฐกิจ, 2567) เป็นต้น

2) บริษัทนำเสนอความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากโครงการที่ไม่มีนัยสำคัญ

บริษัทนำเสนอข้อมูลจากกิจกรรมขนาดเล็ก เช่น การประหยัดพลังงาน หรือการเพิ่มประสิทธิภาพโรงไฟฟ้า เป็นต้น ทำให้สาธารณชนเข้าใจว่าบริษัทมีความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยที่ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิล และแผนการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งการปล่อยหลักของบริษัทซึ่งมีความสำคัญและความจำเป็นที่เร่งด่วนต่อการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากกว่าไม่ได้ถูกกล่าวถึง ตัวอย่างการปกปิดในลักษณะนี้ เช่น การรายงานการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากนวัตกรรมลดการใช้พลังงานของซีเค พาวเวอร์ ซึ่งปรากฏบนเว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ

วันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 (ประชาชาติธุรกิจ, 2567) หรือการรายงานโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดการใช้พลังงานของบ้านปูซึ่งปรากฏบนรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2567 (บ้านปู, 2568) ซึ่งเป็นการนำเสนอการริเริ่มโครงการภายในที่มีขนาดเล็กหากเทียบกับการปล่อยก๊าซจากการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท

ซึ่งเป็นการนำเสนอโครงการลดการใช้พลังงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในขณะที่บริษัทยังคงดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากทั้งสามขอบเขตเพิ่มขึ้นจาก 7,767,905 tCO₂e ในปี พ.ศ. 2566 เป็น 9,050,006 tCO₂e ในปี พ.ศ. 2567

3) การอ้างการได้รับรางวัล หรือการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

บริษัทนำเสนอข้อมูลดังกล่าวเพื่อแสดงว่าบริษัทมีความมุ่งมั่น มีส่วนร่วม หรือมีความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การนำเสนอข้อมูลกิจกรรม CSR เกี่ยวกับโครงการจัดการขยะอาหารของสตาร์ ปีโตรเลียม บนเว็บไซต์ทางการของบริษัท ณ วันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2568 ว่านำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากต้นทาง (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568) ซึ่งการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวเป็นการเบี่ยงเบนในการกล่าวถึงบทบาทหลักของบริษัทที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปริมาณมาก หรือการอ้างการได้รับรางวัล ‘คนดี รักรัศโลก’ ประจำปี 2567 ของ บี.กริม ซึ่งปรากฏบนเว็บไซต์ทางการของบริษัท ณ วันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2567 (บี.กริม, 2567) โดยการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวนี้ไม่ปรากฏหลักฐานสนับสนุนเหตุผลด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในการได้รับรางวัลดังกล่าว เป็นต้น

3.3.3 การอ้างความเชี่ยวชาญในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ

พฤติกรรมการพอกเขี้ยวในลักษณะการอ้างความเชี่ยวชาญในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่มีความสำคัญ ปรากฏในกรณีของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานบางแห่ง โดยเฉพาะการหยิบยกมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่กฎหมายกำหนดให้ทุกองค์กรต้องปฏิบัติอยู่แล้ว มาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความยั่งยืน ทั้งที่ไม่ได้มีความสำคัญต่อการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมในภาพรวมของธุรกิจ โดยข้อมูลที่เข้าข่ายพฤติกรรมในรูปแบบนี้ล้วนเป็นการระบุถึงผลดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในรายงานความยั่งยืนทั้งหมด

ตัวอย่างกรณี กฟผ. มีการกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมแต่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ต้องเป็นไปตามกฎหมายกำหนดอยู่แล้ว โดยกำหนดเป้าหมายด้านการจัดการน้ำและมลพิษทางอากาศในปี 2567 ให้ไม่เกินค่ามาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2565 (กฟผ., 2568)

โดยตัวอย่างข้างต้นอ้างถึงมาตรการที่กฎหมายบังคับให้ดำเนินการอยู่แล้วหรือเป็นประเด็นรองที่ไม่ใช่ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมหลักของธุรกิจพลังงาน เช่น การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานพลังงานคาร์บอนสูง พฤติกรรมดังกล่าวจึงเป็นเพียงการสร้างภาพลักษณ์การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีความสำคัญ โดยไม่ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่จำเป็นต่อการแก้ไขวิกฤตสภาพภูมิอากาศ

3.3.4 การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

การใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง สามารถจำแนกออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) การใช้เทคโนโลยีดักจับคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

บริษัทส่วนใหญ่กำหนดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี พ.ศ. 2593 และบางบริษัทกำหนดเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2593 อย่างไรก็ตาม บริษัทหลายแห่งอ้างการใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอน อาทิ เทคโนโลยี CCUS โดยไม่ได้กล่าวถึงแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มาจากกิจกรรมหลักของบริษัท

คณะวิจัยพบตัวอย่างของหลายองค์กรที่มีพฤติกรรมลักษณะนี้ เช่น บันปู ระบุในข่าวประชาสัมพันธ์ว่าจะมีการใช้เทคโนโลยี CCUS เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนและเป้าหมาย Net Zero ในปี 2593 ถึงกระนั้นกลับไม่พบการแนวทางการลดการปล่อยก๊าซฯ ในกิจกรรมหลักของบริษัทหรือการอธิบายเพิ่มเติมว่าเทคโนโลยีดังกล่าวจะถูกนำมาใช้ดำเนินงานควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนจากกิจกรรมหลักของบริษัทได้อย่างไร (ประชาชาติธุรกิจ, 2567)

หรือในกรณีที่ กฟผ. ระบุว่าอยู่ระหว่างศึกษาการนำเทคโนโลยีการดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีโครโอเจนิค (Cryogenic Carbon Capture: CCC)¹³ เพื่อนำมาใช้ในแผนการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 โดยไม่ระบุถึงหลักการใช้เทคโนโลยี CCC ให้สอดคล้องกับการลดหรือปรับปรุงแผนการผลิตไฟฟ้าขององค์กร (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

ตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหาลักษณะเดียวกันปรากฏอยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ซึ่งระบุว่าก๊าซธรรมชาติยังคงเป็นเชื้อเพลิงที่สำคัญไปอีก 20 ถึง 30 ปีข้างหน้า ควบคู่ไปกับเทคโนโลยี CCUS ในการบรรลุเป้าหมาย Net Zero ในขณะที่โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ขนาดเล็ก (SMR)¹⁴ และ เชื้อเพลิงไฮโดรเจน นั้นยังมีข้อจำกัดและต้องใช้เวลาในการพัฒนา (MGR Online, 2567) โดยเนื้อหาอาจทำให้ประชาชนเข้าใจได้ว่า ปตท. จะใช้เทคโนโลยี CCS เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยไม่ได้ให้รายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักของบริษัท นอกจากนี้ การที่ ปตท. ระบุว่าก๊าซธรรมชาติจะยังเป็นเชื้อเพลิงที่สำคัญไปอีกกว่า 3

¹³ สำหรับการดักจับคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีโครโอเจนิค (Cryogenic Carbon Capture: CCC) เป็นเทคโนโลยีที่อาศัยการเปลี่ยนสถานะของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่โรงงานปล่อยมาจากกระบวนการผลิตให้เป็นของแข็ง โดยการลดอุณหภูมิลงต่ำมาก โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยตัวทำละลาย (Solvent) ในการดักจับเหมือนกับวิธีการดูดซึม (Absorption) และการดูดซับ (Adsorption) (ข่าวสด, 2566)

¹⁴ โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ขนาดเล็ก (Small Modular Reactor: SMR) คือ โรงไฟฟ้าที่ใช้พลังงานนิวเคลียร์ฟิชชันในการผลิตไฟฟ้า ตัวเตาปฏิกรณ์สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย และมีกำลังการผลิตน้อยกว่า 300 เมกะวัตต์ ซึ่งมีความปลอดภัยในการดำเนินงานมากกว่าโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ขนาดใหญ่ (วิทยุ, 2567)

ทศวรรษ สะท้อนให้เห็นว่า ปตท. จะยังลงทุนในก๊าซธรรมชาติต่อไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย Net Zero

2) การดำเนินโครงการปลูกป่าชดเชยคาร์บอนเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

นอกจากการอ้างเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอนแล้ว บริษัทหลายแห่งยังอ้างโครงการปลูกป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ อย่างไรก็ตาม ไม่พบการเปิดเผยการคำนวณปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่สามารถดูดซับได้อย่างชัดเจน อีกทั้งโครงการปลูกป่ายังเป็นแนวทางที่เบี่ยงเบนจากการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักของบริษัท

ตัวอย่างเช่น กฟผ. ระบุในข่าวประชาสัมพันธ์ว่าโครงการปลูกป่าของ กฟผ. มีการดำเนินการปลูกต้นไม้พื้นที่ป่าสภาพป่า 200 ต้นต่อไร่ เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนของประเทศไทย (ไทยโพสต์, 2567) ถึงกระนั้น กฟผ. ไม่ได้ให้รายละเอียดว่าการปลูกป่าดังกล่าวจะสามารถชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นปริมาณเท่าใด รวมถึงไม่พบแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนด้วย

3) การสนับสนุนการแลกเปลี่ยนใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียนและใบรับรองคาร์บอนเครดิตเพื่อเบี่ยงเบนเป้าหมายจริง

นอกจากการอ้างเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน รวมถึงโครงการปลูกป่าแล้ว บริษัทหลายแห่งยังมีการอ้างถึงการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนและซื้อขายใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificate: REC) และใบรับรองคาร์บอนเครดิต เพื่อให้บริษัทบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนหรือเป้าหมาย Net Zero โดยใบรับรองทั้งสองแบบมีลักษณะที่คล้ายกัน คือ การที่บริษัทสามารถจ่ายเงินซื้อใบรับรองเพื่อนำไปชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของบริษัทให้เท่ากับศูนย์ตามเกณฑ์เป้าหมายดังกล่าว ซึ่งจะสามารถเอื้ออำนวยให้บริษัทดำเนินการตามเป้าหมายได้ง่ายขึ้น ซึ่งไม่ได้เป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานในกิจกรรมหลักของบริษัทอย่างแท้จริง

ซีเค พาวเวอร์ รายงานการขายใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียนจำนวน 39,660.46 RECs ให้กับบริษัท INNOPOWER ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ กฟผ. ซึ่งอ้างว่าสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงานความยั่งยืน 5 ปี ของ ซีเค พาวเวอร์ (มติหุ้น, 2568) ถึงกระนั้น ซีเค พาวเวอร์ ไม่ได้มีการอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมว่าการจำหน่าย REC จะสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกระยะยาวได้อย่างไร และแม้การผลิต REC เพิ่มเติมจะเท่ากับการขยายการดำเนินงานในโครงการพลังงานหมุนเวียนของบริษัท แต่ก็ไม่ได้ระบุว่าการขยายการดำเนินงานในโครงการดังกล่าวจะสามารถจำกัดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในการดำเนินโครงการอื่น ๆ ของบริษัทได้อย่างไร (CHOOSY POWER, 2024)

ในขณะที่ บางจากมีการระบุในข่าวประชาสัมพันธ์ถึงการร่วมจัดตั้ง Carbon Markets Club เพื่อเป็นแพลตฟอร์มสนับสนุนการซื้อขายคาร์บอนเครดิตและ RECs โดยหวังว่าจะเปลี่ยนผ่านสังคมไทยไปสู่สังคม

คาร์บอนต่ำ (SDGgo, 2567) ถึงกระนั้นบริษัทไม่ได้ระบุว่า การสนับสนุนตลาดคาร์บอนเครดิตจะสามารถลด การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการดำเนินงานหลักของบริษัทได้อย่างไร

อีกหนึ่งกรณีศึกษาจาก ปตท. ที่ระบุในรายงานความยั่งยืนว่า ปตท. เป็นบริษัทในอุตสาหกรรมที่มุ่ง บรรลุเป้าหมาย Net Zero โดยจะมีการขยายธุรกิจไปสู่ตลาดคาร์บอนเครดิต และเชื้อเพลิงชีวภาพ เช่น SAF น้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันพืชใช้แล้ว (Used Cooking Oil Methyl Ester: UCOME) น้ำมันพืชที่ผ่าน กระบวนการเติมไฮโดรเจน (Hydrotreated Vegetable Oil: HVO) (ปตท., 2568) ถึงกระนั้น ปตท. ไม่ได้มีการระบุเพิ่มเติมว่าการสนับสนุนการซื้อขายคาร์บอนเครดิตจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการดำเนินกิจกรรมหลักของบริษัท เช่น การผลิตและกลั่นน้ำมันดิบรวมถึงก๊าซธรรมชาติ ได้อย่างไร

3.3.5 การผลกระทบไปยังผู้บริโภคหรือภายนอกองค์กร

1) การผลกระทบไปยังผู้บริโภค

ลักษณะการฟอกเขียวแรกที่พบในหมวดนี้มักเป็นลักษณะการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสังคม ของบริษัทพลังงาน หรือการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการ ดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของตน เช่น การให้ความรู้เยาวชนและชุมชนในพื้นที่ดำเนินงานของ บริษัทเกี่ยวกับพลังงานหมุนเวียน/การลดการใช้พลังงาน การส่งเสริมให้ประชาชนปิดไฟพร้อมกันในบางเวลา การส่งเสริมให้ประชาชนซื้อเสื้อผ้ามือสอง การส่งเสริมให้เกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์แบบลดคาร์บอน หรือการ ส่งเสริมให้ประชาชนแยกขยะในครัวเรือน เป็นต้น โดยอ้างว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดังกล่าวจะนำไปสู่ สังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งแม้บริษัทจะมีการรณรงค์ให้ประชาชนช่วยกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีวิตเพื่อบรรลุเป้าหมายสังคมที่สะอาดและยั่งยืน แต่ทางบริษัทเองมิได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนิน ธุรกิจหลักของตนที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมากแต่อย่างใด

คณะวิจัยพบหลายองค์กรที่เข้าข่ายลักษณะนี้ เช่น บ้านปูมีการจัดโครงการอบรมเยาวชนให้มีความรู้ ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและฝึกการทำเกษตรอินทรีย์แบบลดคาร์บอน โดยหวังว่าโครงการ ดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงชุมชนนั้น ๆ ไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ (บ้านเมือง, 2568) โดยสาระเน้นกล่าวถึงบทบาท ของชุมชนในการลดคาร์บอน ซึ่งไม่ได้ระบุการมีส่วนร่วมของบริษัทโดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงแผนการ ดำเนินงานในธุรกิจหลักที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นจำนวนมาก ให้สอดคล้องไปกับ โครงการด้านสังคมที่กำลังดำเนินอยู่

ในขณะที่ กฟผ. ส่งเสริมให้คนไทยลดการใช้ไฟฟ้า ผ่านการซื้อสินค้าที่มีฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ซึ่งอ้างว่าจะสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตไฟฟ้าได้ (กฟผ., 2568) โดยแม้กิจกรรม ดังกล่าวอาจส่งเสริมให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการบริโภคพลังงานที่ลดลงได้ แต่การมุ่งเน้น ไปที่การปรับตัวของผู้บริโภค และผู้ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นการเบี่ยงเบนการกล่าวถึงบทบาทของ กฟผ. ในฐานะ ผู้ผลิตไฟฟ้าที่ยังคงใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นแหล่งพลังงานหลัก

หรือกรณี ปตท. ที่มีการรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันแยกขยะพลาสติก เพื่อเป้าหมายในการนำกลับมาใช้ใหม่ และไม่ผลิตเพิ่ม ซึ่งจะลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสอดคล้องกับเป้าหมาย Net Zero ของบริษัท

(We Love PTT, 2568) โดยแม่จะมีการดำเนินโครงการรณรงค์ให้สังคมแยกขยะ แต่ ปตท. ไม่ได้ระบุถึงการปรับปรุงแผนการดำเนินงานในกิจกรรมหลักของบริษัท เช่น การผลิตและกลั่นน้ำมัน การผลิต คัดแยก และจัดส่งก๊าซธรรมชาติ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นจำนวนมาก เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการด้านสังคมที่กำลังดำเนินอยู่ โดยในปี 2567 ปตท. มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้ของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่าย คิดเป็น 132.16 ล้าน tCO₂e (ปตท., 2568)

อีกหนึ่งกรณีของ ปตท. คือมีการรณรงค์ให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าโดยซื้อเสื้อผ้ามือสอง ซื้อให้น้อยลง เลือกว่าวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคุณภาพ (ปตท., ม.ป.ป.) โดยแม่ ปตท. จะมีการรณรงค์ให้ประชาชนเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและซื้อในปริมาณที่น้อยลงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืน แต่ทาง ปตท. เองก็ยังไม่ได้มีการระบุถึงการปรับปรุงแผนการดำเนินงานในกิจกรรมหลักของบริษัท ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นจำนวนมาก เพื่อให้สอดคล้องกับการรณรงค์ด้านสังคมที่ตนกำลังดำเนินการอยู่

2) การผลักรายไปยังองค์กรภายนอก

ทั้งยังมีรูปแบบพฤติกรรมที่รณรงค์และสนับสนุนให้หน่วยงานอื่นเป็นผู้รับผิดชอบผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มว่าเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทเอง ในกรณีของ สตาร์ ปีโตรเลียม ในฐานะสมาชิก IESG ทางบริษัทได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐโดยการมอบแผ่นซับน้ำมันจำนวน 1,600 แผ่น กับอีก 4 ม้วน ให้กับกองทัพเรือภาคที่ 1 เพื่อสนับสนุนภารกิจของทัพเรือในการขจัดคราบน้ำมันในบริเวณทะเลในพื้นที่ (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2567) โดยการดำเนินการดังกล่าวเป็นการคาดหวังให้หน่วยงานอื่นปกป้องสิ่งแวดล้อม ทั้ง ๆ ที่ไม่ใช่ภารกิจหลักของหน่วยงานดังกล่าว อีกทั้งบริษัทมีการดำเนินกิจกรรมหลักเป็นการผลิตน้ำมันและก๊าซปิโตรเลียมเหลว ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะเป็นต้นเหตุของคราบน้ำมันที่รั่วไหลลงทะเลเสียเอง จากรายงานความยั่งยืนพบว่าในปี 2564 ถึง 2565 มีการหกรั่วไหลของน้ำมันเป็นจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นจำนวน 739 ลิตร และในปี 2567 มีปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออกสู่ธรรมชาติเป็นจำนวน 1.79 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งมากกว่า 3 ปีก่อนหน้า (สตาร์ ปีโตรเลียม, 2568)

3.3.6 การใช้ภาษาทางเทคนิคหรือรูปภาพเพื่อชี้แนะในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด

คณะวิจัยพบว่าบริษัทหลายแห่งใช้ศัพท์ทางเทคนิคที่ซับซ้อน (jargon) โดยไม่มีคำอธิบายที่ชัดเจน ซึ่งอาจทำให้สาธารณชนเข้าใจข้อมูลเบี่ยงเบนหรือคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง รวมไปถึงการใช้ภาพป่าไม้สีเขียว สัตว์ป่า หรือธรรมชาติ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ “เขียว” ให้แก่บริษัท โดยไม่อธิบายว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร

ตัวอย่างการพอกเขียวในรูปแบบนี้ เช่น บ้านปู กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีถ่านหินสะอาดในรายงานประจำปี 2567 (บ้านปู, 2568) อย่างไรก็ตาม การกล่าวอ้างดังกล่าวไม่ได้ให้รายละเอียด และหลักฐานทางวิทยาศาสตร์เพื่อสนับสนุนว่าเทคโนโลยีดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างไร

คณะวิจัยพบการประดิษฐ์คำเพื่อสร้างภาพลักษณ์สีเขียวให้แก่บริษัท เช่น การกล่าวอ้างกลยุทธ์ทางธุรกิจค้าปลีกน้ำมัน “*Greenovative Experience*” ของบางจาก (บางจาก, 2568) ซึ่งขัดแย้งกับข้อเท็จจริงว่าน้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำมันหล่อลื่นเป็นเชื้อเพลิงฟอสซิลที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้น เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพบการรายงานการบรรลุเป้าหมายความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบ้านปู (บ้านปู, 2568) ซึ่งอาจสร้างความเข้าใจผิดว่าบริษัทมีความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เนื่องจากการลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอาจเป็นผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต หรือเพิ่มปริมาณการผลิต โดยที่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบบสัมบูรณ์อาจไม่ได้ลดลง

บริษัททุกแห่งใช้ภาพที่สื่อถึงธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ และสัตว์ป่า เป็นต้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกทางสิ่งแวดล้อมให้แก่บริษัทในสื่อหลายชนิด เช่น รายงานประจำปีของบริษัท เว็บไซต์ของบริษัท หรือเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น การใช้ภาพดังกล่าวอาจสร้างความเข้าใจผิดแก่สาธารณชนว่ากิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้น หรือมลพิษอื่น ๆ นั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.3.7 การใช้ฉลาก/มาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือหรือฉลากปลอม และความไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง

คณะวิจัยไม่พบข้อมูลสาธารณะที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทพลังงานฟอกเขียวโดยการใช้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือ หรือฉลากปลอม รวมถึงไม่พบข้อมูลสาธารณะที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง เช่น การลอบบี้เพื่อต่อต้านกฎหมายสิ่งแวดล้อม หรือร่วมมือกับองค์กรที่ขัดแย้งกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3.3.8 การสร้างวาทกรรมโจมตีพลังงานหมุนเวียน และสนับสนุนเชื้อเพลิงฟอสซิล

คณะวิจัยพบการนำเสนอสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกบนบัญชีโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ของบริษัทซึ่งมีเนื้อหาเน้นความไม่มีเสถียรภาพของการผลิตไฟฟ้าจากเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียน เช่น การเผยแพร่อินโฟกราฟิกบนบัญชีเฟสบุ๊กของกัลฟ์ ซึ่งมีข้อความว่า “*รู้หรือไม่! ไฟฟ้าเก็บไม่ได้ ก๊าซและน้ำมันเก็บได้*” (Gulf Energy Development, 2567) และ “*รู้หรือไม่! แบตเตอรี่ยังมีข้อจำกัดอยู่มากมาย!! เก็บพลังงานได้น้อยประสิทธิภาพต่ำ อายุการใช้งานจำกัดเสื่อมสภาพเร็ว ต้นทุนการบำรุงรักษามีราคาสูง*” (Gulf Energy Development, 2567) เป็นต้น การให้ข้อมูลดังกล่าวมีผลทำให้สาธารณชนเข้าใจว่าพลังงานหมุนเวียนมีข้อจำกัดมากกว่าเชื้อเพลิงฟอสซิลอันเป็นการสร้างวาทกรรมสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทที่ยังคงเกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิล ทั้งยังมีผลในการลดทอนความสำคัญของการเปลี่ยนผ่านทางพลังงานในการรับรู้ของสาธารณชน

บทที่ 4 ผลการศึกษา และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.1 สรุปภาพรวมของการฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย

ผลจากการสังเคราะห์พฤติกรรมฟอกเขียวของรัฐวิสาหกิจและบริษัทพลังงานไทย สามารถสรุปข้อค้นพบสำคัญ ดังนี้

1. บริษัทพลังงานทุกแห่งมีพฤติกรรมฟอกเขียวโดยการเลือกเปิดเผยข้อมูลบางส่วน หรือการใช้ถ้อยคำหรือให้ข้อมูลที่คลุมเครือ ซึ่งสร้างความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนต่อสาธารณะ

การเบี่ยงประเด็นโดยเลือกเปิดเผยข้อมูลบางส่วนเป็นพฤติกรรมฟอกเขียวที่พบมากที่สุดในการศึกษานี้ โดยบริษัทพลังงานทั้งสิบแห่งนำเสนอข้อมูลที่มีผลในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ทางสิ่งแวดล้อมของบริษัทเพียงด้านเดียว เช่น การลงทุนในพลังงานหมุนเวียนหรือเทคโนโลยีพลังงานสะอาดอื่น ๆ ความก้าวหน้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมขนาดเล็ก หรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นต้น ซึ่งเป็นการเบี่ยงเบนการรับรู้ของสาธารณชนถึงบทบาทของบริษัทที่มีธุรกิจหลักเกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิล และยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมทางธุรกิจหลักเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทพลังงานทั้งสิบแห่งใช้ถ้อยคำหรือให้ข้อมูลที่คลุมเครือเพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกทางสิ่งแวดล้อม แม้ว่าการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวจะอยู่ในรายงานความยั่งยืน รายงานประจำปี หรือเว็บไซต์ขององค์กร ซึ่งมีได้มีข้อจำกัดด้านพื้นที่การนำเสนอ ตัวอย่างเช่น การตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด โดยไม่มีแผนงานรองรับหรือไม่ระบุแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน การกล่าวอ้างการดำเนินงานหรือสรรพคุณทางสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีหลักฐานชัดเจน เป็นต้น ซึ่งการให้ข้อมูลในลักษณะดังกล่าวอาจทำให้สาธารณชนเข้าใจคลาดเคลื่อนว่า บริษัทมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ในความเป็นจริงข้อมูลดังกล่าวยังไม่เพียงพอจะนำไปสู่ข้อสรุปดังกล่าว

สำหรับพฤติกรรมฟอกเขียวรูปแบบอื่น ๆ นั้น พบว่าทุกบริษัทใช้ภาพหรือสีที่สื่อถึงธรรมชาติในสื่อที่บริษัทเผยแพร่ เช่น รายงานประจำปี หรือเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น โดยการกระทำดังกล่าวเข้าข่ายการฟอกเขียวจากการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งอาจขัดกับความเป็นจริง

นอกจากนี้ บริษัทหลายแห่งยังอ้างการใช้เทคโนโลยีหรือการชดเชยคาร์บอนในฐานะเป็นมาตรการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งที่ในความเป็นจริงมาตรการดังกล่าวเป็นเพียงมาตรการชั่วคราวในระยะเปลี่ยนผ่าน บริษัทบางแห่งกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัทด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องเป็นไปตามมาตรฐานหรือกฎหมายที่ต้องปฏิบัติตามอยู่แล้ว รวมถึงการผลักระดับด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปยังประชาชนหรือองค์กรภายนอก ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมหลักของบริษัท พฤติกรรมเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ “เขียว” ของบริษัท โดยละเลยการเปิดเผยแผนการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงฟอสซิลทั้งสิ้น

นอกจากพฤติกรรมฟอกเขียวแล้ว คณะวิจัยยังพบว่าบริษัทพลังงานบางแห่งผลิตรายการที่มุ่งโจมตีการใช้พลังงานหมุนเวียน ผ่านการนำเสนอสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิก หรือข้อความขนาดสั้นบนโซเชียลมีเดีย

และเว็บไซต์ของบริษัทที่มีเนื้อหาเน้นย้ำข้อจำกัดด้านเสถียรภาพในการผลิตไฟฟ้าของพลังงานหมุนเวียน พร้อมกับการสนับสนุนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการสร้างความชอบธรรมให้แก่บริษัทที่ยังคงมีธุรกิจและรายได้หลักมาจากพลังงานฟอสซิล อีกทั้งยังมีส่วนในการบิดเบือนความเข้าใจของสาธารณชนต่อความสำคัญและความจำเป็นของการเปลี่ยนผ่านทางพลังงานอันเป็นหนึ่งในวาระหลักที่ถูกผลักดันในเวทีระดับประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อจัดการปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

คณะวิจัยไม่พบข้อมูลสาธารณะที่แสดงให้เห็นพฤติกรรมฟอกเขียวโดยการชี้ฉลากหรือมาตรฐานรับรองที่ไม่น่าเชื่อถือ หรือฉลากปลอม รวมถึงไม่พบข้อมูลสาธารณะที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องระหว่างคำกล่าวอ้างกับการปฏิบัติจริง เช่น การลือขบขี้เพื่อต่อต้านกฎหมายสิ่งแวดล้อม หรือร่วมมือกับองค์กรที่ขัดแย้งกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2. ประเทศไทยยังขาดแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมในประเด็นการสื่อสาร การให้ข้อมูล และการโฆษณาในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

แม้ว่าประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับที่คุ้มครองผู้บริโภคและตลาดทุนจากการสื่อสารที่บิดเบือนและอาจสร้างความเข้าใจผิดได้บางส่วน เช่น พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค และ พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น แต่กฎหมายเหล่านี้ยังขาด “นิยามและแนวปฏิบัติเฉพาะ” เกี่ยวกับคำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ยังไม่สามารถป้องกันและควบคุมพฤติกรรมฟอกเขียวได้อย่างเป็นระบบ โดยกรณีตัวอย่างจากต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐฯ สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และสหภาพยุโรป ที่ต่างมีกฎหมาย ข้อกำหนด หรือแนวปฏิบัติที่บังคับใช้ในการควบคุมการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมในภาคธุรกิจ โดยมีจุดร่วมกันคือ การกำหนดให้ทุกคำกล่าวอ้างในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่เผยแพร่สู่สาธารณะต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้รองรับ เพื่อไม่ก่อให้เกิดการเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค และเมื่อบริษัทไม่ทำตามข้อกำหนดดังกล่าว องค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลมีอำนาจสอบสวนและฟ้องร้องต่อศาลเพื่อให้บริษัทยุติการกระทำ

จากข้อค้นพบข้างต้น คณะวิจัยได้สังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุน และการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่ผ่านมาหน่วยงานกำกับดูแลของไทย เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสภาองค์กรของผู้บริโภค กำหนดแนวปฏิบัติด้านการเปิดเผยข้อมูลอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับแนวปฏิบัติในต่างประเทศ และการทบทวนรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน และสื่อโฆษณาของบริษัทพลังงานไทย พบว่ามาตรการที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาพฤติกรรมฟอกเขียว ทั้งในมิติของข้อมูลการเปิดเผยต่อผู้ลงทุน การสื่อสารทางการตลาดต่อสาธารณะ และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการเฝ้าระวัง

คณะวิจัยมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานกำกับดูแลและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ยกกระดับการดำเนินการทั้งในส่วนของการระเบียบการเปิดเผยข้อมูล (disclosure regulation) และมาตรการกำกับกับการสื่อสาร

ทางการตลาด (advertising regulation) และการยกระดับการดำเนินการในเชิงระบบและบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้กลไกกำกับดูแลด้านพลังงานมีความรัดกุม โปร่งใส และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยสามารถจัดกลุ่มข้อเสนอออกเป็น 3 มิติหลัก ดังนี้

1) แนวปฏิบัติด้านการเปิดเผยข้อมูลรายงานประจำปีและรายงานความยั่งยืนของบริษัทพลังงาน

ก.ล.ต. ควรพิจารณาทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทพลังงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ให้มีความเข้มงวดและโปร่งใสมากขึ้น โดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอย่างน้อยควรเปิดเผยข้อมูลครอบคลุมประเด็นเหล่านี้

- การเปิดเผยแผนการเปลี่ยนผ่านพลังงาน (transition plan) หรือ แผนยุทธศาสตร์ที่บริษัทใช้เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากพลังงานฟอสซิลสู่พลังงานสะอาด ภายในกรอบเวลาเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศที่กำหนดไว้ โดยควรระบุถึงแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลักของบริษัทอย่างชัดเจน เช่น การผลิตไฟฟ้าจากก๊าซ, การขนส่งเชื้อเพลิง, การจัดหาวัตถุดิบ สำหรับองค์กรที่มีการประกาศเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ พร้อมกำหนดเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว
- กรณีที่บริษัทกำหนดการชดเชยคาร์บอน (offsets) ในแผนลดคาร์บอนของตน ต้องเปิดเผยปริมาณ ประเภทการชดเชยและใบรับรอง ในกรณีมีการนำมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกระยะกลาง และระยะยาวเพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์
- การเปิดเผยข้อมูลการลงทุนในส่วนส่วนค่าใช้จ่ายลงทุน (CAPEX) เช่น การสร้างโรงไฟฟ้าใหม่ การลงทุนในสายส่ง หรือการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ในอนาคตที่สอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ระหว่างพลังงานฟอสซิลและพลังงานหมุนเวียนเพื่อสะท้อนโครงสร้างธุรกิจจริง
- การกำหนดให้การเปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งหมดต้องได้รับการตรวจสอบและรับรองโดยผู้ตรวจสอบภายนอก

ทั้งนี้การทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวควรเปิดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากนักลงทุน ภาคประชาสังคม และบริษัทพลังงาน เพื่อรักษาสมดุลระหว่างความเข้มงวดของมาตรการกับความสามารถในการปรับตัวของบริษัท

ตารางที่ 16 แนวทางการปรับปรุงการเปิดเผยข้อมูลในรายงานบริษัท

มาตรการ	รายละเอียด	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1.1 ศึกษาและปรับปรุงมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาให้บริษัทที่ประกาศเป้าหมาย Net Zero หรือตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนจำเป็นต้องระบุแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว รวมถึงระบุเป้าหมายระยะสั้น กลาง และยาว และเปิดเผยแผนการลงทุนในอนาคต - ข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งหมดต้องได้รับการตรวจสอบและรับรองโดยผู้ตรวจสอบภายนอก 	- ก.ล.ต.	<ul style="list-style-type: none"> - ประกาศ ก.ล.ต. ในประเด็นเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน หรือ ESG 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความโปร่งใสในการรายงาน - ลดความเสี่ยงในการเลือกเปิดเผยข้อมูลเฉพาะส่วนการดำเนินงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี - นักลงทุนประเมินความเสี่ยงได้ชัดเจน
1.2 แนวทางการเปิดเผย Transition Plan และ CAPEX ที่สอดคล้องกัน	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำแผนการเปลี่ยนผ่านพลังงานจำเป็นต้องระบุรายละเอียดเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงาน โดยไม่เพียงกล่าวถึงการเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดแต่ต้องระบุถึงแนวทางการลดเชื้อเพลิงฟอสซิล - เปิดเผย CAPEX ที่สอดคล้องเป้าหมาย Net Zero 	- ก.ล.ต.	<ul style="list-style-type: none"> - ประกาศ ก.ล.ต. ในประเด็นเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน หรือ ESG 	<ul style="list-style-type: none"> - นักลงทุนเห็นทิศทางการเปลี่ยนผ่านจากข้อมูลที่ครบถ้วน - ลดการประกาศคำมั่นด้านสิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (symbolic commitment)
1.3 มาตรฐานการชดเชยคาร์บอน	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีบริษัทระบุถึงการชดเชยคาร์บอนในรายงานต้องเปิดเผยปริมาณ ประเภท และใบรับรองการชดเชยที่อ้างอิง 	- ก.ล.ต.	<ul style="list-style-type: none"> - ประกาศ ก.ล.ต. ในประเด็นเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน หรือ ESG 	<ul style="list-style-type: none"> - ลดการกล่าวอ้างถึงการพึ่งพาเทคโนโลยีอย่างไม่โปร่งใส - สร้างความชัดเจนระหว่าง “การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก” กับ “การชดเชยคาร์บอน”

มาตรการ	รายละเอียด	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1.4 การเปิดเผย CAPEX	- กำหนดให้บริษัทเปิดเผยสัดส่วนการลงทุนฟอสซิลเปรียบเทียบกับพลังงานหมุนเวียน โดยต้องรายงาน CAPEX รายปี	- ก.ล.ต.	- ประกาศ ก.ล.ต. ในประเด็นเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน หรือ ESG	- ผู้ลงทุนเห็นทิศทางลงทุนจริง - ป้องกันการเลือกเปิดเผยเฉพาะโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่นำมาปิดกั้นการลงทุนฟอสซิล

2) การกำกับดูแลด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์และการคุ้มครองผู้บริโภค

สคบ. ควรพิจารณาทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลการโฆษณาและการสื่อสารทางการตลาดของบริษัทพลังงาน เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่ต่อสาธารณะมีความถูกต้อง โปร่งใส ไม่เกินจริง และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในยุคที่การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดหลักของธุรกิจพลังงาน โดยแนวทางที่ควรพิจารณา ได้แก่

- **การออกแนวปฏิบัติการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม (green claims)** ที่กำหนดหลักเกณฑ์ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำและภาพลักษณ์ในสื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น “พลังงานสะอาด” “ลดคาร์บอน” หรือ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยห้ามใช้ถ้อยคำกว้างและคลุมเครือที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หากไม่มีหลักฐานรองรับในเชิงเทคนิคหรือทางวิทยาศาสตร์ เช่น ข้อมูลการประเมินวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Assessment: LCA)¹⁵ หรือผลการรับรองจากหน่วยงานอิสระ การออกแนวปฏิบัตินี้จะช่วยให้บริษัทต้องรับผิดชอบต่อคำกล่าวอ้างของตน และลดความเสี่ยงจากการฟ้องผ่านภาษาการตลาด
- **การกำหนดระบบตรวจสอบก่อนเผยแพร่ (pre-verification)** ที่เป็นกระบวนการตรวจสอบข้อมูลหรือเอกสารเบื้องต้นก่อนการดำเนินการเพื่อยืนยันความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และการปฏิบัติตามกฎหมาย สำหรับคำกล่าวอ้างเสี่ยงสูง เช่น การใช้เทคโนโลยีใหม่ที่ยังไม่มีผลพิสูจน์แน่ชัดอย่าง CCS, ไฮโดรเจน, หรือเชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน รวมถึงคำอ้าง “ไฟฟ้าสีเขียว” หรือ “คาร์บอนเป็นศูนย์” ก่อนการเผยแพร่ต่อสาธารณะ บริษัทควรต้องยื่นเอกสารที่มีข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และหลักฐานการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้หน่วยงานกำกับสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ก่อนการสื่อสารสู่ผู้บริโภค แนวทางนี้จะช่วยป้องกันการโฆษณาที่เกินจริงตั้งแต่ต้นทาง

¹⁵ เป็นวิธีการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ตลอดวงจรชีวิต ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ (Raw Material Sourcing) กระบวนการผลิต (Manufacturing) การใช้งาน (Use) ไปจนถึงการกำจัดซาก (Disposal) ว่าในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง เช่น มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือ มลพิษอื่น ๆ ออกมาเท่าไร ในขั้นตอนไหน (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2568)

ทั้งนี้ การทบทวนแนวปฏิบัติดังกล่าวควรเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค ภาคประชาสังคม และผู้ประกอบการ เพื่อปกป้องสิทธิผู้บริโภคและไม่สร้างภาระเกินควรแก่ธุรกิจ

ตารางที่ 17 แนวทางการปรับปรุงมาตรการที่เกี่ยวข้องการโฆษณาผลิตภัณฑ์และการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการ	รายละเอียด	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
2.1 ศึกษาและกำหนดแนวปฏิบัติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมการกล่าวอ้างประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาเพื่อพิจารณากำหนดขอบเขตของประเด็นการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมในแนวปฏิบัติ - การใช้ถ้อยคำด้านสิ่งแวดล้อม เช่น “พลังงานสะอาด” หรือ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” จำเป็นต้องมีหลักฐานรองรับ - กรณีที่บริษัทอ้างอิงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมต้องระบุขอบเขตการอ้าง เช่น ทั่วองค์กร / เฉพาะผลิตภัณฑ์ / กิจกรรม - หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ในการรองรับคำกล่าวอ้าง ต้องระบุถึงวิธีการประเมินและผลการประเมิน 	- สคบ.	- พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522	<ul style="list-style-type: none"> - ลดการโฆษณาที่กล่าวอ้างการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่คลุมเครือ - ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อตัดสินใจในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
2.2 ระบบตรวจสอบก่อนเผยแพร่สำหรับคำกล่าวอ้างที่เสี่ยงสูง	<ul style="list-style-type: none"> - คำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจต้องผ่านการตรวจสอบก่อนเผยแพร่โดยเฉพาะคำกล่าวอ้างที่มีความเสี่ยงสูง เช่น เทคโนโลยี CCS, ไฮโดรเจน, SAF เป็นต้น - กำหนดหน่วยงานหรือผู้ตรวจสอบอิสระที่ขึ้นทะเบียน 	<ul style="list-style-type: none"> - สคบ. - สำนักมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) 	<ul style="list-style-type: none"> - ประกาศ/ข้อบังคับ สคบ. - พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ส่วนที่กล่าวถึงฉลากสินค้า) - คู่มือ มาตรฐาน มอก. 	<ul style="list-style-type: none"> - ลดความเสี่ยงพอกเขียวของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม - คุ้มครองผู้บริโภคจากข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่บิดเบือน

3) การเสริมบทบาทของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังและส่งเสริมความโปร่งใสด้านสิ่งแวดล้อมของภาคพลังงาน

แม้สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาองค์กรฯ) จะมีการดำเนินงานตามกฎหมายในการดูแลและปกป้องสิทธิของผู้บริโภคอยู่แล้ว แต่ยังไม่พบว่ามีผลกระทบต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นการพอกเขียวหรือ การกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะ บทบาทการดำเนินงานของสภาองค์กรฯ ที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มุ่งเน้นเป็นประเด็นด้านสินค้าและบริการทั่วไป เช่น ราคาสินค้า หรือความปลอดภัยของอาหาร/สินค้าทั่วไปในชีวิตประจำวัน

ขณะที่การตรวจสอบหรือเฝ้าระวังการฟอกเขียวในภาคพลังงานซึ่งมีผลกระทบสูงยังไม่ถูกบรรจุเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญขององค์กร

นอกจากนี้ แม้จะมีกรณีร้องเรียนจากผู้บริโภคบางส่วนเกี่ยวกับการโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด แต่เนื่องด้วยประเด็นดังกล่าวอาจยังไม่เข้าข่ายพฤติกรรมกรรมการฟอกเขียว ส่งผลให้การดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา ยังไม่ครอบคลุมไปถึงประเด็นการฟอกเขียว และยังไม่นำไปสู่การขับเคลื่อนเพื่อการจัดการปัญหาการฟอกเขียว ซึ่งมีความซับซ้อน และต้องอาศัยความรู้ด้านพลังงาน สิ่งแวดล้อม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเทคนิค

คณะวิจัยจึงเสนอให้สภาองค์กรของผู้บริโภคควรพิจารณายกระดับบทบาทในฐานะกลไกภาคประชาชน ในการเฝ้าระวังและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคจากพฤติกรรมฟอกเขียว โดยเฉพาะในส่วนของ การสื่อสาร สาธารณะและการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทพลังงาน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลแบบมีส่วนร่วม (co-regulation) ระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน แนวทางที่ควรพิจารณา มีดังนี้

- การผลักดันให้มีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงกฎหมาย เช่น การผลักดันให้หน่วยงานกำกับดูแลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่าง สคบ. เพิ่มนิยามการฟอกเขียว ขอบเขตพฤติกรรมที่เข้าข่าย หลักฐานที่ต้องแสดงต่อสาธารณะ และบทลงโทษที่เหมาะสมใน พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ และผลักดันให้ออกแนวทางเฉพาะสำหรับคำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม
- การส่งเสริมบทบาทของผู้บริโภคและภาคประชาชนในการตรวจสอบและสื่อสารสาธารณะ เช่น การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น การสร้างเครือข่ายผู้บริโภคพลังงานสะอาด รวมถึง ประสานความร่วมมือกับภาควิชาการและสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความรู้เท่าทันต่อสังคมและจัดทำแคมเปญรณรงค์ความรู้ในประเด็นการฟอกเขียว

แนวทางเหล่านี้จะช่วยให้สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถยกระดับบทบาทเป็นกลไกสำคัญในการป้องกัน และจัดการปัญหาการฟอกเขียวได้อย่างแท้จริง สนับสนุนให้ระบบการกำกับดูแลภาคพลังงานโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสังคมในระยะยาว

ทั้งนี้ การดำเนินงานควรมีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค ภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาสังคม เพื่อให้ได้มาตรการที่รอบด้านและสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกับการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจสื่อสารอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 18 แนวทางการผลักดันการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมและประชาชน

มาตรการ	รายละเอียด	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
3.1 ผลักดัน มาตรการ คุ้มครองผู้บริโภค ด้านสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> - ผลักดันให้มีการเพิ่มนิยาม การพอกเขียว ขอบเขตคำกล่าวอ้างที่เข้าข่าย การกำหนดหลักฐานที่ต้องเปิดเผย และบทลงโทษกรณีทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ใน พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค - ผลักดันการออกแนวทางเฉพาะสำหรับคำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> - สภาองค์กรของผู้บริโภค - สคบ. 	<ul style="list-style-type: none"> - พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 	<ul style="list-style-type: none"> - ปิดช่องว่างทางกฎหมาย - เพิ่มกลไกคุ้มครองผู้บริโภคจากการพอกเขียว
3.2 ส่งเสริม บทบาทภาค ประชาชนและ ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> - จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นและเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะในประเด็นการพอกเขียว - สนับสนุนเครือข่ายผู้บริโภคดี้นพลังงานสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> - สภาองค์กรของผู้บริโภค - ภาคประชาสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> - พ.ร.บ. สภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในกระบวนการกำกับ - เพิ่มแรงกดดันเชิงสังคมต่อภาคธุรกิจ

บรรณานุกรม

- Advertising Standards Authority. (n.d.). *About the ASA and CAP*. Retrieved from Advertising Standards Authority: <https://www.asa.org.uk/about-asa-and-cap/about-regulation/about-the-asa-and-cap.html>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2023). *Making Environmental Claims: A Guide for Business*. Retrieved from <https://www.accc.gov.au/system/files/greenwashing-guidelines.pdf>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2025, July 1). *Banana Boat and Hawaiian Tropic owner in Court over alleged greenwashing claims that its sunscreens were ‘reef friendly’*. Retrieved from Australian Competition and Consumer Commission: <https://www.accc.gov.au/media-release/banana-boat-and-hawaiian-tropic-owner-in-court-over-alleged-greenwashing-claims-that-its-sunscreens-were-%E2%80%98reef-friendly%E2%80%99>
- Banpu. (27 ธันวาคม 2567). *HAPPY NEW YEAR 2025 รักตัวเอง รักครอบครัว รักซ์โลก ไปด้วยกัน*. เรียกใช้เมื่อ 12 ธันวาคม 2568 จาก Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=617740227487911&set=a.205344302060841>
- Banpu. (26 มีนาคม 2567). *Powering a Better Living For All*. เรียกใช้เมื่อ 12 ธันวาคม 2568 จาก Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=437421785519757&set=a.205344315394173>
- Banpu. (31 สิงหาคม 2567). *กลับมาแล้วกับอีเว้นท์สายกรีน ที่ชาวรักซ์โลกห้ามพลาด! กังงาน “Sustrends 2025”*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=534871882441413>
- Banpu. (22 เมษายน 2568). *วันที่ 22 เมษายน ของทุกปี ได้รับการกำหนดให้เป็น “วันคุ้มครองโลก” (Earth Day) เพื่อรณรงค์ให้ผู้คนเห็นถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อม และกระทำการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้โลกใบนี้อยู่กับเราต่อไปอย่างยั่งยืน*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/Banpuofficialth/posts/วันที่-22-เมษายน-ของทุกปี-ได้รับการกำหนดให้เป็น-วันคุ้มครองโลก-earth-day-เพื่อรณ/702809518980981/>
- Bruckner, T., Fulton, L., Hertwich, E., McKinnon, A., Perczyk, D., Roy, J., . . . Wiser, R. (2014). *ANNEX III Technology-specific Cost and Performance Parameters*. Cambridge University Press. Retrieved from https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ipcc_wg3_ar5_annex-iii.pdf

- BTimes. (5 พฤศจิกายน 2567). ผู้บริหารบางจาก แชร่มู่มอง “ทิศทางและศักยภาพของระบบ ETS และ ภาษีคาร์บอน ในประเทศไทย”. เข้าถึงได้จาก BTimes: <https://btimes.biz/whatsapp/ผู้บริหารบางจาก-แชร่มู่ม/>
- Bukold, S. (2023). *The Dirty Dozen: The Climate Greenwashing of 12 European Oil Companies*. n.p. Retrieved from Greenpeace: <https://www.greenpeace.org/static/planet4-italy-stateless/2023/08/48ce4213-report-the-dirty-dozen-climate-greenwashing-of-12-european-oil-companies.pdf>
- Burt, S., Baxter, A., & Baxter, L. L. (2009). Cryogenic CO2 Capture to Control Climate Change Emissions. *Brigham Young University*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/266496019_Cryogenic_CO2_Capture_to_Control_Climate_Change_Emissions
- Carbon Offset Guide. (n.d.). *Using Carbon Credits: Issues and Considerations*. Retrieved from Carbon Offset Guide: <https://offsetguide.org/using-carbon-credits-issues-and-considerations/>
- Center for Countering Digital Hate. (2022, November 3). *Greenwashing on Google*. Retrieved from Center for Countering Digital Hate: <https://counterhate.com/research/greenwashing-google-big-oil/>
- CHOOSY POWER. (2024, August 19). *Carbon Offsets vs Renewable Energy Credits (RECs): What's the Difference?* Retrieved from CHOOSY POWER: [https://www.choosypower.com/resources/carbon-offsets-vs-renewable-energy-credits-\(recs\)-what-s-the-difference](https://www.choosypower.com/resources/carbon-offsets-vs-renewable-energy-credits-(recs)-what-s-the-difference)
- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: Aramco*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/aramco/>
- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: Drax*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/drax/>
- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: Equinor*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/equinor/>
- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: ExxonMobil*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/exxonmobil/>
- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: RWE*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/rwe/>

- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: Shell*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/shell/>
- ClientEarth. (2021, March 25). *Greenwashing Files: Total*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/projects/the-greenwashing-files/total/>
- ClientEarth. (2021, April 19). *Revealed: 9 examples of fossil fuel company greenwashing*. Retrieved from ClientEarth: <https://www.clientearth.org/latest/news/revealed-9-examples-of-fossil-fuel-company-greenwashing/>
- Climate Impact Partners. (2024, November 11). *Sustainability Reporting*. Retrieved from Climate Impact Partners: <https://www.climateimpact.com/news-insights/insights/sustainability-reporting/>
- Competition and Consumer Commission of Singapore. (2025). *CCS Guide on Quality-Related Claims*. n.p. Retrieved from <https://isomer-user-content.by.gov.sg/45/5709854d-712c-45be-b547-8d0bc77445a4/CCS%20Guide%20on%20Quality-Related%20Claims.pdf>
- Competition and Markets Authority. (2021). *CMA Guidance on Environmental Claims on Goods and Services*. n.p. Retrieved from https://assets.publishing.service.gov.uk/media/61482fd4e90e070433f6c3ea/Guidance_for_businesses_on_making_environmental_claims_.pdf
- Cotter, E. (2023). *Greenwashing: The Energy Sector*. n.p. Retrieved from opp.group: https://opp.group/upload/greenwashing_energy_1689062327.pdf
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011, December 13). The Drivers of Greenwashing. *54(1)*, 64-87. doi:<https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- EGCO Group. (25 เมษายน 2568). การมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับทุกอุตสาหกรรม เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้าที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยผลักดันการเปลี่ยนผ่านทางพลังงานไปสู่พลังงานที่สะอาดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/598642338939519/posts/1183871183749962>
- European Parliament. (2024). *'Green claims' directive: Protecting consumers from greenwashing*. Retrieved from European Parliament: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2023\)753958](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2023)753958)
- European Parliament. (2024, January 17). *MEPs adopt new law banning greenwashing and misleading product information*. Retrieved from European Parliament:

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240112IPR16772/meps-adopt-new-law-banning-greenwashing-and-misleading-product-information>

Eyler, B., Basist, A., Kwan, R., Weatherby, C., & Williams, C. (2024). *Mekong Dam Monitor Annual Report: 2022-2023*. The Stimson Center. Retrieved from https://www.stimson.org/wp-content/uploads/2023/12/Mekong-Dam-Monitor-Report_Web.pdf

Federal Trade Commission. (2007). *Federal Trade Commission Act: incorporating U.S. SAFE WEB Act Amendments of 2006*. n.p. Retrieved from https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/statutes/federal-trade-commission-act/ftc_act_incorporatingus_safe_web_act.pdf

Federal Trade Commission. (2012). *Guides for the Use of Environment Marketing Claims*. n.p. Retrieved from <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-issues-revised-green-guides/greenguides.pdf>

Federal Trade Commission. (2022). *Cases and Proceedings: Walmart, U.S. v.* Retrieved from <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/2023173-walmart-us-v>

Gulf Energy Development. (30 สิงหาคม 2567). *Gulf Energy Development*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1053113186822149&set=a.492748966191910>

GULF ENERGY DEVELOPMENT. (27 ธันวาคม 2567). *Gulf Sriracha Power Plant (GSRC) Honored as Power Plant of the Year at Enlit Asia 2023 Power and Energy Awards, a ceremony held in Jakarta, Indonesia*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/GulfDevelopmentPlc/posts/pfbid0mqMsUFyEK6y8pd2XSGbX3ZDZds6JDFkqfWbZrYpFnXgn3fdeDB24VccBek8r97bql>

Gulf Energy Development. (29 สิงหาคม 2567). *รู้หรือไม่ว่า! ไฟฟ้าเก็บไม่ได้ ก๊าซและน้ำมันเก็บได้*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1052441383555996&set=a.492748986191908>

Gulf SPARK. (22 กุมภาพันธ์ 2567). *แนะนำให้รู้จัก LNG ก๊าซธรรมชาติเหลวปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=418505330564235&set=a.278282931253143>

Gulf SPARK. (6 มีนาคม 2568). *รู้หรือไม่ว่า! GULF ดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนสังคมคาร์บอนต่ำ*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/reel/1778321776055839>

- Hill, S., Nemes, N., Montgomery, A. W., Scanlan, J. S., McNally, B., Tubiello, N. F., . . . Kaupa, C. (2025). Testing the greenwashing assessment framework. *Ecology & Society*, 30(2). doi:<https://doi.org/10.5751/ES-16106-300231>
- Howarth, W. R. (2024, October 1). The greenhouse gas footprint of liquefied natural gas (LNG) exported from the United States. *Energy Science & Engineering*, 12(11), 4843-4859. Retrieved from howarthlab: https://www.research.howarthlab.org/publications/Howarth_LNG_assessment_preprint_archived_2023-1103.pdf
- IESE. (2025, April 1). *The 8 most frequent greenwashing practices to appear in sustainability reports*. Retrieved from IESE Business School University of Navarra: <https://www.iese.edu/insight/articles/greenwashing-sustainability-reports/>
- International Rivers. (2560). ความลวงของโครงการเขื่อนผลิตไฟฟ้าแบบน้ำไหลผ่านตลอดปีบนแม่น้ำโขง. เข้าถึงได้จาก https://www.internationalrivers.org/wp-content/uploads/sites/86/2020/05/factsheet_swindling_the_mekong_-_thai.pdf
- Krantz, T., & Jonker, A. (2023, December 19). *What is a sustainability report?* Retrieved from IBM: <https://www.ibm.com/think/topics/sustainability-report>
- Li, M., Trencher, G., & Asuka, J. (2022, February 16). The clean energy claims of BP, Chevron, ExxonMobil and Shell: A mismatch between discourse, actions and investments. *PLOS ONE*, 17(2). doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263596>
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015, March 23). The Means and End of Greenwash. *Sage Journals*, 28(2). doi:<https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- MGR Online. (3 ธันวาคม 2567). ปตท.นำร่องโครงการ CCS-ไฮโดรเจน ลุยธุรกิจคาร์บอนต่ำสู่เป้า Net Zero 2050. เข้าถึงได้จาก MGR Online: <https://mgronline.com/business/detail/9670000116481>
- Nemes, N., Scanlan, S. J., Smith, P., Smith, T., Aronczyk, M., Hill, S., . . . Stabinsky, D. (2022, February 26). An integrated framework to assess greenwashing. *Sustainability*, 14(8). doi:<https://doi.org/10.3390/su14084431>
- Post Today. (29 มกราคม 2567). BGRIM ทางรอดแม่พหลุ่มธุรกิจ "พลังงาน-อุตสาหกรรม-ยา" ปีนี้รายได้แสนล้าน. เข้าถึงได้จาก Post Today: <https://www.posttoday.com/business/stockholder/705044>
- PTT Natural Gas Retail. (22 กันยายน 2564). Co-generation ระบบผลิตไฟฟ้าและพลังงานร่วม (Co-generation) คืออะไร. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤศจิกายน 2568 จาก PTT Natural Gas Retail:

- <https://pttngr.pttplc.com/dat/Notes/04Cogeneration%20ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานความร้อนร่วม.pdf>
- PTT News. (10 กุมภาพันธ์ 2567). พบกับ เทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรมยุคใหม่ ในงาน FTI EXPO 2025. เข้าถึงได้จาก Facebook:
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054133060092533&set=a.661548112684365>
- Reiff, N. (2022, August 30). *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)*. Retrieved November 11, 2025, from Investopedia:
<https://www.investopedia.com/what-is-the-tcf-d-task-force-on-climate-related-financial-disclosures-4771379>
- Schlissel, D., & Kalegha, M. (2024, April 30). *Carbon Capture at Boundary Dam 3 still an underperforming failure*. Retrieved from Institute for Energy Economics and Financial Analysis: <https://ieefa.org/resources/carbon-capture-boundary-dam-3-still-underperforming-failure>
- SCIENCE BASED TARGETS. (2024). *EVIDENCE SYNTHESIS REPORT PART 1: CARBON CREDITS*. Retrieved from <https://files.sciencebasedtargets.org/production/files/Evidence-Synthesis-Report-Part-1-Carbon-Credits.pdf>
- SDGgo. (5 ตุลาคม 2567). บางจากฯ แชร์ไอเดียกลยุทธ์สร้างองค์กรยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก SDGgo:
<https://www.sdggo.com/บางจากฯ-แชรไอเดียกลยุทธ์/>
- SDGgo. (14 เมษายน 2568). EGCO ประกาศเป้าหมายคาร์บอน 3 ระยะสู่ Net Zero Emissions. เข้าถึงได้จาก SDGgo: <https://www.sdggo.com/egco-ประกาศเป้าหมายคาร์บอน-3/>
- Seele, P., & Gatti, L. (2017, November 24). Greenwashing revisited: In search of a typology and accusation-based definition incorporating legitimacy strategies. *Business strategy and the environment*, 26(2), 239-252. Retrieved from Wiley Online Library:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/bse.1912>
- SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited. (13 มกราคม 2567). ครอบครัวแห่งความห่วงใย ร่วมสร้างพลังเพื่อขับเคลื่อนอนาคตของเรา. เข้าถึงได้จาก Facebook:
<https://www.facebook.com/photo?fbid=372022938752984&set=a.151424650812815>
- Supran, G., Hickey, C., Dowling, K., & Richards, A. (2022, September). Three Shades of Green (washing): Content Analysis of Social Discourse by European Oil, Car, and Airline Companies. *Algorithmic Transparency Institute*, 1-52. Retrieved from <https://www.greenpeace.org/static/planet4-netherlands-stateless/2022/09/0ded952d-threeshadesofgreenwashing.pdf>

- TerraChoice. (2010). *The Sins of Greenwashing Home and Family Edition*. Underwriters Laboratories. Retrieved from https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf
- The Greenhouse Gas Protocol. (2004). *The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition)*. World Resource Institute. Retrieved from <https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/ghg-protocol-revised.pdf>
- The Standard. (18 ตุลาคม 2560). *บทสรุป 10 ปี คดีมาบตาพุด เขตควบคุมมลพิษกับต้นทุนราคาสูงลิ่วที่สังคมต้องจ่ายกันเอง*. เข้าถึงได้จาก The Standard: <https://thestandard.co/10-years-of-map-ta-phut-case/>
- Turns, A. (2024, March 27). *Hydroelectricity is a hidden source of methane emissions. These people want to solve that*. Retrieved from BBC: <https://www.bbc.com/future/article/20240326-how-hydroelectric-dams-are-a-hidden-source-of-carbon-emissions>
- Union of Concerned Scientists. (2023, May 9). *Environmental Impacts of Natural Gas*. Retrieved from Union of Concerned Scientists: <https://www.ucs.org/resources/environmental-impacts-natural-gas>
- Watson, B. (2016, August 20). *The troubling evolution of corporate greenwashing*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/aug/20/greenwashing-environmentalism-lies-companies>
- We Love PTT. (24 มีนาคม 2568). *Circular Economy เป็นอีกหนึ่งทางออกที่จะช่วยให้เกิดการปฏิวัติรูปแบบการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในทุกขั้นตอน ทำให้ของเสียเกิดขึ้นน้อยที่สุด*. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/638360074988307/posts/1051316420359335>
- Willis, J., Bofiliou, T., Manili, A., Reynolds, I., & Kozlowski, N. (2023, January). *The Greenwashing Hydra*. *Planet Tracker*, 1-12. Retrieved from Planet Tracker: <https://planet-tracker.org/wp-content/uploads/2023/01/Greenwashing-Hydra-3.pdf>
- Worldfavor. (n.d.). *SFDR: What is article 6, 8 & 9?* Retrieved from Worldfavor: <https://blog.worldfavor.com/sfdr-what-is-article-6-8-9>
- Zero Carbon Analytics. (2024, February 22). *How to spot greenwashing in a sustainability report: A guide to spotting false environmental claims*. Retrieved from Zero Carbon

Analytics: <https://zerocarbon-analytics.org/archives/netzero/how-to-spot-greenwashing-in-a-sustainability-report>

เท็น นิวส์. (7 พฤศจิกายน 2567). ปตท. หนุนใช้ LNG รับมือนโยบายเปลี่ยนผ่านพลังงาน หวังเจรจา “ไทย-กัมพูชา” ร่วมพัฒนาแหล่งก๊าซฯ. เข้าถึงได้จาก เท็น นิวส์: <https://www.ten-news.com/ปตท-หนุนใช้-lng-รับมือนโยบายเปลี่ยนผ่านพลังงาน-หวังเจรจา-ไทย-กัมพูชา-ร่วมพัฒนาแหล่งก๊าซฯ/>

เอ็กโก. (2567). *EGCO Knowledge Sharing Virtual Power Purchase Agreements*. เข้าถึงได้จาก เอ็กโก: <https://www.egco.com/th/document/viewer/128729/analyst-meeting-q3-2024>

เอ็กโก. (2568). *Performance Data*. เข้าถึงได้จาก เอ็กโก:

<https://sustainability.egco.com/en/reporting-center/performance-data>

เอ็กโก. (2568). *เอ็กโก กรุ๊ป มุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจความยั่งยืน*. เข้าถึงได้จาก เอ็กโก:

<https://sustainability.egco.com/th/home>

เอ็กโก. (2568). *รายงานประจำปี 2567 (แบบ 56-1 One Report)*. เข้าถึงได้จาก เอ็กโก:

<https://www.egco.com/th/document/viewer/flipbook/138151/one-report-2024>

โพสต์ทูเดย์. (5 กันยายน 2567). *พลังงานสะอาดมูฟไวด์ทุกที่กับ “e-PromptMove” และ “MuvMi” ใน Sustrends 2025*. เข้าถึงได้จาก โพสต์ทูเดย์: <https://www.posttoday.com/smart-city/713056>

โรงไฟฟ้าบีแอลซีพี. (ม.ป.ป.). *ประวัติบีแอลซีพี*. เรียกใช้เมื่อ 11 พฤศจิกายน 2568 จาก โรงไฟฟ้าบีแอลซีพี:

<https://www.blcp.co.th/web/History%20BLCP>

ไทยโพสต์. (25 กุมภาพันธ์ 2567).

ไทยรัฐ. (11 มีนาคม 2567).

ไทยรัฐ. (6 กรกฎาคม 2567). *กฟผ. ขับเคลื่อนสู่พลังงานสีเขียว*. เข้าถึงได้จาก ไทยรัฐ:

https://www.thairath.co.th/money/sustainability/esg_strategy/2798460

ไทยรัฐออนไลน์. (24 เมษายน 2568). *CKPower ผู้ขับเคลื่อนพลังงานสะอาด มุ่งสู่ความยั่งยืนที่เป็นรูปธรรม ด้วยกลยุทธ์ C-K-P*. เข้าถึงได้จาก ไทยรัฐออนไลน์:

<https://www.thairath.co.th/news/local/2853575>

กฟผ. (21 มีนาคม 2567). *กฟผ. – Metlink ร่วมลงนาม CA มุ่งศึกษาเทคโนโลยีการดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีไครโอเจนิค (Cryogenic Carbon Capture)*. เข้าถึงได้จาก กฟผ.:

<https://www.egat.co.th/home/20240321-pre32/>

กฟผ. (2567). *รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กฟผ. ประจำปี 2566*. เข้าถึงได้จาก

https://www.egat.co.th/home/wp-content/uploads/2024/05/EGAT-SR_TH.pdf

กฟผ. (11 เมษายน 2568). *เกี่ยวกับ กฟผ.* เรียกใช้เมื่อ 3 พฤศจิกายน 2568 จาก กฟผ.:

<https://www.egat.co.th/home/about-egat/>

กฟผ. (31 ตุลาคม 2568). *กำลังผลิตตามสัญญาของระบบ*. เรียกใช้เมื่อ 1 พฤศจิกายน 2568 จาก กฟผ.:
<https://www.egat.co.th/home/statistics-all-latest/>

กฟผ. (2568). *รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กฟผ. ประจำปี 2567*. เข้าถึงได้จาก
https://www.egat.co.th/home/wp-content/uploads/2025/08/EGAT_SR2024-TH.pdf

กฟผ. (2568). *รายงานประจำปี 2567*. เรียกใช้เมื่อ 3 พฤศจิกายน 2568 จาก
https://www.egat.co.th/home/wp-content/uploads/2025/04/EGAT-AR_TH_2024_250411.pdf

กฟผ. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (10 มีนาคม 2568). *กฟผ. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*.
เรียกใช้เมื่อ 8 ธันวาคม 2568 จาก Facebook:
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1072847771550599>

กรีนพีซ ประเทศไทย. (29 มิถุนายน 2565). *หลุมพรางของการฟอกเขียว (greenwashing)*. เข้าถึงได้จาก
กรีนพีซ ประเทศไทย: <https://www.greenpeace.org/thailand/story/23953/what-is-greenwashing/>

กรุงเทพธุรกิจ. (27 กุมภาพันธ์ 2567).

กรุงเทพธุรกิจ. (25 มีนาคม 2567).

กรุงเทพธุรกิจ. (17 พฤษภาคม 2567). *BGRIM ผนึก STECON ร่วมพัฒนาโครงการพลังงานทดแทน เพิ่มกำลังการผลิตสู่ 1 หมื่นเมกะวัตต์ ปี 2030*. เข้าถึงได้จาก กรุงเทพธุรกิจ:
<https://www.bangkokbiznews.com/finance/stock/1127271>

กรุงเทพธุรกิจ. (22 พฤษภาคม 2568). *EGCO Group 33 ปีแห่งการเติบโต ลงทุนครั้งใหญ่เคลื่อนพลังงานยุคใหม่*. เข้าถึงได้จาก กรุงเทพธุรกิจ:
<https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1181409>

กันทะวงศ์ วนสนันท์. (2565). *การฟอกเขียวด้วยการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทย*. *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD), 6721*. เข้าถึงได้จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/6721/>

กัลฟ์. (10 เมษายน 2567). *GULF รับเกียรติบัตรต้นแบบการจัดการขยะยั่งยืน ภายใต้แคมเปญ “BKK Zero Waste” ของ กทม. มุ่งสร้างวัฒนธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจากภายในสู่ภายนอกองค์กร*. เข้าถึงได้จาก กัลฟ์: <https://www.gulf.co.th/th/newsroom/news-and-activities/77/>

กัลฟ์. (2568). *Quantitative ESG Data 2024*. เข้าถึงได้จาก
<https://sustainability.gulf.co.th/storage/document/sustainability-reports/2024/quantitative-esg-data-2024-en.pdf>

กัลฟ์. (2568). *ความยั่งยืน*. เข้าถึงได้จาก กัลฟ์: <https://sustainability.gulf.co.th/th/home>

กัลฟ์. (2568). ธุรกิจพลังงานหมุนเวียน. เข้าถึงได้จาก กัลฟ์: <https://www.gulf.co.th/th/our-businesses/energy-business/renewable-energy#item-waste-to-energy>

กัลฟ์. (2568). รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567. เข้าถึงได้จาก <https://hub.optiwise.io/th/documents/160923/flipbook>

ข่าวสด. (5 ธันวาคม 2566). ขับเคลื่อน ESG ด้วย “เทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน”. เข้าถึงได้จาก ข่าวสด: https://www.khaosod.co.th/technologychaoban/techno-news/article_266547

ข่าวหุ้น. (6 มีนาคม 2568). คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา. (2565). ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. 2565. เข้าถึงได้จาก <https://ratchakitcha.soc.go.th/pdfdownload/?id=140D009S0000000003300>

ซีเค พาวเวอร์. (16 ตุลาคม 2567). ซีเค พาวเวอร์ คว่ำรางวัล “องค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก” ชูกลยุทธ์ C-K-P ร่วมสร้างสังคมคาร์บอนต่ำ. เข้าถึงได้จาก ซีเค พาวเวอร์: <https://www.ckpower.co.th/th/updates/press-releases/577/>

ซีเค พาวเวอร์. (2568). แบบ 56-1 One Report ปี 2567. เข้าถึงได้จาก <https://ckp.listedcompany.com/misc/one-report/20250324-ckp-or2024-th.pdf>

ซีเค พาวเวอร์. (2568). ภาพรวมการพัฒนาและรายงานความยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก ซีเค พาวเวอร์: <https://www.ckpower.co.th/th/sustainability/sustainability-overview>

ซีเค พาวเวอร์. (2568). รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567. เข้าถึงได้จาก <https://www.ckpower.co.th/storage/content/sustainability/sustainability-report/20250324-ckp-sustainability-report-2024-th.pdf>

ซีเค พาวเวอร์. (2568). หน้าหลัก. เข้าถึงได้จาก ซีเค พาวเวอร์: <https://www.ckpower.co.th/th/home>

ฐานเศรษฐกิจ. (6 พฤศจิกายน 2567). "ปตท." โหมลงทุนก๊าซ LNG ขึ้นแท่นแหล่งพลังงานทางเลือก สู่ Net Zero. เข้าถึงได้จาก ฐานเศรษฐกิจ: <https://www.thansettakij.com/sustainable/energy/611224>

ฐานเศรษฐกิจ. (2 ตุลาคม 2567). กพผ.วางแผนลงทุน 9.3 แสนล้าน ลุยพลังงานสะอาด ลดใช้ถ่านหิน 50% ปี 69. เข้าถึงได้จาก ฐานเศรษฐกิจ: <https://www.thansettakij.com/climatecenter/new-energy/608307>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535. ราชกิจจานุเบกษา. เข้าถึงได้จาก <https://sec.or.th/TH/Documents/ActandRoyalEnactment/Act/act-sea2535-codified.pdf>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน*. เข้าถึงได้จาก https://setsustainability.com/libraries/1119/item/SD_REPORTING

บลูชิพ. (17 กรกฎาคม 2567). *เซฟรอน-SPRC จุดพลังอาสา ฟื้นฟูป่าชายเลนระยอง โครงการ Foster Future Forests*. เข้าถึงได้จาก บลูชิพ: <https://www.bluechipthai.com/csr-เซฟรอนSPRCจุดพลังอาสา-33303638>

บางจาก. (4 พฤศจิกายน 2567). *กระทรวงเกษตรฯ หนุน "ลดเผา เบาทุ่ม" โดยบางจากฯ และปีจีไอ สนับสนุนเกษตรกรไทยลดการเผาตอซังและฟางข้าว เพื่อลดฝุ่น PM 2.5 ด้วยจุลินทรีย์*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/newsroom/social-activity/1492/>

บางจาก. (26 กรกฎาคม 2567). *บางจากฯ ส่งต่อพื้นที่สีเขียว ร่วมอนุรักษ์พันธุกรรมพืช พันธุ์ไม้หายาก ที่สวนป่าโรงควาย คู่บางกะเจ้า ภายใต้โครงการ "เติมสุข สู่สังคม"*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/newsroom/social-activity/1414/>

บางจาก. (23 พฤษภาคม 2568). *ก้าวให้ทันโลก นำให้ยั่งยืน บางจากฯ สะท้อนแนวคิดผู้นำรุ่นใหม่*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/newsroom/bangchak-news/1642/>

บางจาก. (กันยายน 2568). *ธุรกิจการตลาด*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/greenovation-group/marketing-business>

บางจาก. (25 กันยายน 2568). *บางจากฯ เร่งเครื่องกลยุทธ์ "Bangchak 100x" ตั้งเป้าเติบโตก้าวกระโดด EBITDA เพิ่มขึ้น 100% ภายในปี 2571 รักษาความเป็นเลิศในทุกด้าน ต่อยอดด้วย 4 แกนยุทธศาสตร์*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/newsroom/bangchak-news/1729/บางจากฯ-เร่งเครื่องกลยุทธ์-bangchak-100x-ตั้งเป้าเติบโตก้าวกระโดด-ebitda-เพิ่มขึ้น-100-ภายในปี-2571-รักษาความเป็นเลิศในทุกด้าน-ต่อยอดด้วย-4-แกนยุทธศาสตร์>

บางจาก. (21 มีนาคม 2568). *บางจากฯ รับประกาศนียบัตรเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้กับผู้ใช้พลังงาน อย่างเป็นรูปธรรม*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/newsroom/bangchak-news/1599/>

บางจาก. (2568). *รายงานความยั่งยืนแบบบูรณาการ ประจำปี 2567*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangchak.co.th/th/flipbook/storage/document/sd-report/2024/sd2024-e-book-th.pdf>

บางจาก. (2568). *รายงานประจำปี 2567 แบบ 56-1 One Report*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangchak.co.th/storage/document/ar/ar2024-th.jpg>

บางจาก. (2568). *หน้าหลัก*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/home>

บางจาก. (ม.ป.ป.). *เหตุการณ์สำคัญ*. เข้าถึงได้จาก บางจาก: <https://www.bangchak.co.th/th/about/bangchak-journey>

บางจาก. (ม.ป.ป.). *การกำกับดูแลกิจการที่ดี*. เข้าถึงได้จาก บางจาก:

<https://www.bangchak.co.th/th/cg/corporate-governance>

บางจาก. (ม.ป.ป.). *ธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติและธุรกิจใหม่*. เข้าถึงได้จาก บางจาก:

<https://www.bangchak.co.th/th/greenovation-group/natural-resources-business>

บ้านเมือง. (4 ตุลาคม 2567). *SPRC โชว์โครงการ “เติมพลังรักษายังยืน สู้ฝุ่นป่าไทย”*. เข้าถึงได้จาก บ้านเมือง:

<https://www.banmuang.co.th/news/economy/400679>

บ้านเมือง. (21 มีนาคม 2567). *กฟผ.ทุ่ม 3 หมื่นล.ขยายโครงการปรับปรุงระบบส่ง*. เข้าถึงได้จาก บ้านเมือง:

<https://www.banmuang.co.th/news/economy/373935>

บ้านเมือง. (30 เมษายน 2568). *บ้านปู ผันใจ ม.มหิดล พา 50 เยาวชนลุยภารกิจ “ลดคาร์บอนให้โลกคุลล์”*.

เข้าถึงได้จาก บ้านเมือง: <https://www.banmuang.co.th/news/economy/427674>

บ้านปู. (19 พฤศจิกายน 2567). *บ้านปูประกาศกลยุทธ์ “Energy Symphonics” มุ่งสู่ Net Zero ปี 2050*.

เข้าถึงได้จาก บ้านปู: https://www.banpu.com/wp-content/uploads/2024/11/TH-Press-Release-Banpu-New-Strategy-2030-and-Q324-Results_Final.pdf

บ้านปู. (2568). *BANPU Climate Change Report 2024*. เข้าถึงได้จาก

<https://www.banpu.com/ebooks/climate-change/2024/>

บ้านปู. (2568). *รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2567*. เข้าถึงได้จาก <https://www.banpu.com/wp-content/uploads/2025/08/BANPU-SD-REPORT-2024-TH.pdf>

บ้านปู. (2568). *รายงานประจำปี 2567*. เข้าถึงได้จาก

<https://online.anyflip.com/cydwe/udnn/mobile/index.html>

บี.กริม. (19 มิถุนายน 2567). *บี.กริม เพาเวอร์ รับรางวัล “คนดี รักษาโลก” จากการขับเคลื่อนและตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ*. เข้าถึงได้จาก บี.กริม:

<https://www.bgrimpower.com/th/updates/sustainability-news/459/bgrimm-power-received-good-people-protect-the-world-award-for-the-driving-and-raising-awareness-of-the-importance-of-natural-resources-conservation>

บี.กริม. (2568). *แบบ 56-1 ONE REPORT ประจำปี 2567*. เข้าถึงได้จาก

<https://bgrim.listedcompany.com/misc/one-report/20250322-bgrim-one-report-2024-th.pdf>

บี.กริม. (2568). *กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*. เข้าถึงได้จาก

<https://www.bgrimpower.com/th/sustainability/environment/climate-strategy>

บี.กริม. (2568). *รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567*. เข้าถึงได้จาก

<https://www.bgrimpower.com/storage/download/sustainability-report/2024/20250326-bgrim-one-report-2024-th.pdf>

- ปี.กริม. (ม.ป.ป.). 2024 GRI Content index. เข้าถึงได้จาก
<https://www.bgrimpower.com/storage/download/reporting-center/sustainability-documents/bgrim-gri-content-index.xlsx>
- ปี.กริม. (ม.ป.ป.). การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ. เข้าถึงได้จาก ปี.กริม:
<https://www.bgrimpower.com/th/sustainability/environment/environmental-and-resource-management>
- ปี.กริม. (ม.ป.ป.). ข้อมูลบริษัท. เข้าถึงได้จาก ปี.กริม: <https://www.bgrimpower.com/th/about-us/company-profile>
- ปี.กริม. (ม.ป.ป.). ความยั่งยืนของเรา. เรียกใช้เมื่อ 5 กันยายน 2568 จาก ปี.กริม:
<https://www.bgrimpower.com/th/sustainability/sustainability-overview>
- ปี.กริม. (ม.ป.ป.). ภาพรวมโรงงานไฟฟ้า. เข้าถึงได้จาก ปี.กริม:
<https://www.bgrimpower.com/th/power-plants/overview>
- ปตท. (9 สิงหาคม 2567). ปตท. ผนึกกำลัง พม. และ จ.ระยอง ปลุกป่าเพิ่มพื้นที่สีเขียวโครงการเขาจอมแห เปิดประตูสู่ระยอง ปี 2567. เข้าถึงได้จาก ปตท.:
<https://www.pttplc.com/th/Media/News/Content-41323.aspx?page=11>
- ปตท. (24 ตุลาคม 2567). ศูนย์ฯ สิรินาถราชินี สถาบันปลูกป่าและระบบนิเวศ ปตท. รับประกาศเกียรติคุณ โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก. เข้าถึงได้จาก ปตท.:
<https://www.pttplc.com/th/Media/News/Content-41430.aspx?page=9>
- ปตท. (2568). ANALYST MEETING 1Q25. เข้าถึงได้จาก
<https://investor.pttor.com/en/document/viewer/161741/analyst-meeting-1q2025>
- ปตท. (2568). PTT TCFD/IFRS S2 Report 2024. เข้าถึงได้จาก
https://www.pttplc.com/uploads/Sustainability/2025/Doc/04.Climate%20Action/PTT%20TCFD%20IFRS%20S2%20Report%202024%20R.2_Final.pdf
- ปตท. (2568). Sustainability Performance Data. เข้าถึงได้จาก ปตท.:
<https://www.pttplc.com/en/Sustainability/Sustainabilitygovernance/Performancedata.aspx>
- ปตท. (8 เมษายน 2568). ข่าวความเคลื่อนไหว. เข้าถึงได้จาก ปตท.:
<https://www.pttplc.com/th/Media/News/Content-41657.aspx?page=4>
- ปตท. (2568). รายงานประจำปี 2567 (แบบ 56-1 One Report). ปตท. เข้าถึงได้จาก
<https://ptt.listedcompany.com/misc/one-report/or2024-th/#p=1>

- ปตท. (ม.ป.ป.). *แค่เราทุกคนช่วยกันกดดันแรง ก็สามารรถช่วยให้โลก บรรลุเป้าหมาย Net Zero ได้*. เข้าถึงได้จาก ปตท.: <https://www.pttplc.com/th/Media/Publications/Godji/Content-39618.aspx?page=5>
- ปตท. (ม.ป.ป.). *หยุดซื้อเสื้อผ้าตามเทรนด์ Fast fashion รักษาโลกได้ แถมประหยัดเงินด้วย*. เข้าถึงได้จาก ปตท.: <https://www.pttplc.com/th/Media/Publications/Godji/Content-39619.aspx?page=5>
- ประชาชาติธุรกิจ. (5 พฤศจิกายน 2567). *ซีเค พาวเวอร์ มุ่งพลังงานสะอาด สู่ CKP NET ZERO 2050 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเกินเป้า*. เข้าถึงได้จาก ประชาชาติธุรกิจ: <https://www.prachachat.net/sd-plus/sdplus-sustainability/news-1687814>
- ประชาชาติธุรกิจ. (4 กรกฎาคม 2567). *ส่องธุรกิจ CCUS ‘บ้านปู’ ดักจับ-เก็บคาร์บอนทำกำไร ในสหรัฐ ปีละกว่า 2.5 แสนตัน*. เข้าถึงได้จาก ประชาชาติธุรกิจ: <https://www.prachachat.net/economy/news-1600394>
- ประชาชาติธุรกิจ. (12 กรกฎาคม 2567). *โพนิกซ์ ผนึกพันธมิตรติตโซลาร์รูฟท็อป นำร่อง 4 ปีมูลค่าเท็กซัประหยัดค่าไฟ 50%*. เข้าถึงได้จาก ประชาชาติธุรกิจ: <https://www.prachachat.net/economy/news-1605714>
- ผู้จัดการรายวัน 360 องศา. (6 พฤศจิกายน 2567).
- พุทธธรรมวงศ์ อติศรา. (31 มกราคม 2565). *ห้องเรียนบริษัทจดทะเบียน*. เข้าถึงได้จาก SETLink: <https://www.setlink.set.or.th/th/education/article/8-financial-projection-process-for-valuation-part3>
- มติชนสุดสัปดาห์. (25 เมษายน 2568).
- มติหุ้น. (15 มกราคม 2568). *CKP ลุยพลังงานหมุนเวียน รุกขายRECs ไทย-เทศ*. เข้าถึงได้จาก มติหุ้น: <https://www.mitihoon.com/2025/01/15/516436/>
- มีชานะ ภิญญ. (6 ธันวาคม 2567). *SMR โรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์ขนาดเล็กที่ทรงพลัง*. เข้าถึงได้จาก กรมประชาสัมพันธ์: <https://www.prd.go.th/th/content/page/index/id/346042>
- ราช กรุ๊ป. (2558). *รายงานความยั่งยืนปี 2558*. เข้าถึงได้จาก <https://www.ratch.co.th/storage/content/investor-relations/downloads/sustainability-report/sustainability-report-2015-th.pdf>
- ราช กรุ๊ป. (26 สิงหาคม 2567). *ราช กรุ๊ป เปิดแผนกลยุทธ์เน้นลงทุนโครงการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานเป้าหมายในไทย สปป.ลาว ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย พร้อมจับมือพันธมิตรนำร่องโครงการพลังงานไฟฟ้ารูปแบบใหม่ ครั้งปีแรกจ่ายปันผลระหว่างกาล 1,740 ล้านบาท*. เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป: <https://www.ratch.co.th/th/updates/company-news/1204/ratch-unveils-investment-strategy-aligned-with-energy-transition-focusing-in-thailand-lao-pdr-australia-indonesia->

joining-with-partners-for-pilot-projects-related-new-energy-solution-thb1740-million-int

ราช กรุ๊ป. (18 ธันวาคม 2567). ราช กรุ๊ป-เครือข่ายพัฒนา สนับสนุนเทคโนโลยี SMR ตอบโจทย์ความต้องการไฟฟ้าสะอาดของภาคอุตสาหกรรมและเป้าหมาย NZE ประเทศ. เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป:

<https://www.ratch.co.th/en/updates/company-news/1235/ราช-กรุ๊ป-เครือข่ายพัฒนา-สนับสนุนเทคโนโลยี-smr-ตอบโจทย์ความต้องการไฟฟ้าสะอาดของภาคอุตสาหกรรมและเป้าหมาย-nze-ประเทศ>

ราช กรุ๊ป. (2568). *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*. เรียกใช้เมื่อ 11

พฤศจิกายน 2568 จาก <https://www.ratch.co.th/storage/download/social/climate-strategy/ratch-disclosure-tcf-d-th.pdf>

ราช กรุ๊ป. (26 กุมภาพันธ์ 2568). ราช กรุ๊ป ประกาศผลการดำเนินงานปี 2567 กำไร 6,127 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19% อนุมัติเงินปันผลจ่าย 3,480 ล้านบาท หุ้นละ 1.60 บาท กำหนดจ่าย 23 พฤษภาคม คกนี้.

เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป: <https://www.ratch.co.th/th/updates/company-news/1258/ratch-posts-thb-6127-million-profit-in-2024-up-19-approved-dividend-payment-of-thb-3480-million-thb-160-per-share-to-be-made-in-23-may-2025>

ราช กรุ๊ป. (2568). รายงานความยั่งยืน 2567. เข้าถึงได้จาก

<https://www.ratch.co.th/storage/content/investor-relations/downloads/sustainability-report/sustainability-report-2024-th.pdf>

ราช กรุ๊ป. (ม.ป.ป.). โรงไฟฟ้าเชื้อเพลิงหลัก. เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป: <https://www.ratch.co.th/th/our-business/power-business/conventional-power-plants>

ราช กรุ๊ป. (ม.ป.ป.). โรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน. เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป: <https://www.ratch.co.th/th/our-business/power-business/renewable-power-plants>

ราช กรุ๊ป. (ม.ป.ป.). กลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ. เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป:

<https://www.ratch.co.th/th/environment/climate-strategy>

ราช กรุ๊ป. (ม.ป.ป.). การจัดการก๊าซเรือนกระจก. เข้าถึงได้จาก ราช กรุ๊ป:

<https://www.ratch.co.th/th/environment/ghg-management>

ราชกิจจานุเบกษา. (2560). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. เข้าถึงได้จาก

<https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/040/1.PDF>

ราชกิจจานุเบกษา. (2561). พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551. ราชกิจจานุเบกษา. เข้าถึงได้จาก <https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2551/A/038/32.PDF>

- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). พระราชบัญญัติป่าชุมชน. ราชกิจจานุเบกษา. เข้าถึงได้จาก <https://www.forest.go.th/law/wp-content/uploads/sites/33/2019/06/พระราชบัญญัติป่าชุมชน-พ.ศ.2562.pdf>
- ศิริสุนทร สิรินาฎ. (19 มิถุนายน 2568). ชำแหละกลไก “คาร์บอนเครดิต” เปิดทางธุรกิจฟอกเขียว. เข้าถึงได้จาก ไทยพีบีเอส (Thai PBS): <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/environment-115#title-7>
- ศูนย์ข่าวภัยสยามนิวส์ ภาคตะวันออก. (11 เมษายน 2568). โรงไฟฟ้าบีแอลซีพี ได้ร่วมเวที CEO Forum ประกาศจุดยืน “อุตสาหกรรมคาร์บอนต่ำ” สู่นาต Net Zero. เข้าถึงได้จาก Facebook: <https://www.facebook.com/409501338051978/posts/994302139571892>
- ศูนย์พยากรณ์และสารสนเทศพลังงาน. (2558). สถานการณ์การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคพลังงานรายปี 2558. เข้าถึงได้จาก [https://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-co2/per-year?orders\[publishUp\]=publishUp&isearch=1](https://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-co2/per-year?orders[publishUp]=publishUp&isearch=1)
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (1 กุมภาพันธ์ 2567). SPRC Corporate VDO_EN. เข้าถึงได้จาก Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=IZZ-UDYyzSE>
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (27 สิงหาคม 2567). SPRC ร่วมสนับสนุนอุปกรณ์ขจัดคราบน้ำมันแก้ทัพเรือภาคที่ 1 เสริมศักยภาพป้องกันมลพิษทางทะเล. เข้าถึงได้จาก สตาร์ ปีโตรเลียม: <https://www.sprc.co.th/th/SitePages/News27082024.aspx>
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (21 เมษายน 2568). SPRC สนับสนุนถังขยะเปียกลดโลกร้อนแก่ชุมชนในเขตเทศบาลนครระยอง ผ่าน “โครงการจัดการขยะอาหาร” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2. เข้าถึงได้จาก สตาร์ ปีโตรเลียม: [https://www.sprc.co.th/th/SitePages/Food-Waste-Management-Project\(1\).aspx](https://www.sprc.co.th/th/SitePages/Food-Waste-Management-Project(1).aspx)
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (2568). แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2567. 31: กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <https://sprc.listedcompany.com/misc/ar/20250307-sprc-one-report-2024-th.pdf>
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (2568). รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2567. สตาร์ ปีโตรเลียม. เข้าถึงได้จาก <https://www.sprc.co.th/th/sustainability/SustainabilityReport/TH/sprc-sd-report-2024-th.pdf>
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (2568). หน้าหลัก. เข้าถึงได้จาก สตาร์ ปีโตรเลียม: <https://www.sprc.co.th/th/SitePages/Home.aspx>
- สตาร์ ปีโตรเลียม. (ม.ป.ป.). การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ SPRC. เข้าถึงได้จาก สตาร์ ปีโตรเลียม: <https://www.sprc.co.th/th/sustainability/SitePages/SPRC-Sustainability.aspx>
- สยามรัฐ. (11 กุมภาพันธ์ 2567).

- สำนักข่าวชายขอบ. (27 กรกฎาคม 2567). ยื่นจดหมายขอข้อมูลผลกระทบเขื่อนไซยะบุรี-แผนบรรเทาภาวะ
อุทกภัย 5 ปีระบบนิเวศแม่น้ำโขงเปลี่ยนแปลงรวดเร็วทั้งผืนผวน-ปริมาณปลาสด. เข้าถึงได้จาก
สำนักข่าวชายขอบ: <https://transbordernews.in.th/home/?p=39355>
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2560). พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. ๒๕๕๙. ราช
กิจจานุเบกษา. เข้าถึงได้จาก
https://www.parliament.go.th/aseanrelated_law/files/file_20170817114308_0.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2562). พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. ราชกิจจานุเบกษา.
เข้าถึงได้จาก https://www.ocpb.go.th/download/article/article_20200221144401.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2551). ประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง
แนวทางโฆษณาสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. เข้าถึงได้จาก
<https://infocenter.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER060/GENERAL/DATA0000/000000058.PDF>
- สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ. (18 กรกฎาคม 2568). กสม. แกล้งข่มขู่ประจําสัปดาห์
ครั้งที่ 24/2568 กสม. ชี้โครงการโรงไฟฟ้าแม่เมาะ ลำปาง ยังก่อผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
ของประชาชน แนะ กฟผ. แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ. เรียกใช้เมื่อ 3
พฤศจิกายน 2568 จาก สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ:
<https://www.nhrc.or.th/th/NHRC-News-and-Important-Events/14768>
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2563). แผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย
พ.ศ. 2561-2580 ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1. เข้าถึงได้จาก
https://www.eppo.go.th/images/Information_service/public_relations/PDP2018/PDP2018Rev1.pdf
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (31 มีนาคม 2568). Carbon Capture CCUS CCS
คืออะไร? เข้าถึงได้จาก สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน:
<https://www.eppo.go.th/index.php/th/eppo-intranet/item/21496-articles-energy-2025-03-31-01>
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (23 ตุลาคม 2568). มารู้อีกกับ Life-Cycle Assessment (LCA) เพื่อวัด Carbon
Footprint โดย รองศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ นาควิษระ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก ECON Chula: <https://www.econ.chula.ac.th/มารู้อีกกับ-life-cycle-assessment-lca-เพื่อวัด/>
- หนังสือพิมพ์บ้านข่าว. (31 ธันวาคม 2567). โรงไฟฟ้าขนอม ร่วมใจปลูกต้นไม้ สร้างอนาคตสีเขียว. เข้าถึงได้
จาก หนังสือพิมพ์บ้านข่าว: <http://bankaonews.com/?p=168138>

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (ม.ป.ป.). *ฉลากคาร์บอน Carbon Label*. เข้าถึงได้จาก

Thaicarbonlabel.tgo:

<https://thaicarbonlabel.tgo.or.th/index.php?lang=TH&mod=Y0hKdlpIVmpkSE5mYVhNP>

Q

อิงคสิทธิ์ ทรัพย์พัฒน์. (28 กุมภาพันธ์ 2565). 'ฟอกเขียว' คำกล่าวหาบริษัทยักษ์ใหญ่ที่งานวิจัยบอกว่าเป็นความจริง. เข้าถึงได้จาก มูลนิธิสืบนาคะเสถียร: <https://www.seub.or.th/blogging/news/global-news/greenwashing/>