

ปัจจุบันการรณรงค์เรื่องภาวะโลกร้อน (Global Warming) กำลังเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจจากทุกหน่วยงาน สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนก็คือ ก๊าซเรือนกระจก (Green House Gas) ที่ถูกปล่อยจากครัวเรือน โรงงานอุตสาหกรรม การขนส่ง การเกษตรกรรม ฯลฯ สูงขึ้นบรรยากาศ ทำให้อุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการละลายของน้ำแข็ง สภาพอากาศแปรปรวน เป็นต้น จากความตื่นตัวเรื่องภาวะโลกร้อนนั้นทำให้มีการลงนามในพิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) ของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้ประเทศภาคีสมาชิกร่วมมือกันลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศลงให้ได้ร้อยละ 5.2 ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2555 โดยเทียบจากปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกสู่บรรยากาศในปีฐาน (พ.ศ.2533) สำหรับประเทศที่ไม่สามารถลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่จะปล่อยออกสู่บรรยากาศได้ตามที่กำหนด จะต้องถูกเปรียบเทียบปรับตามอัตราที่กำหนดไว้ กรณีที่ประเทศนั้นๆ ไม่ต้องการเสียค่าปรับก็สามารถทำได้โดยการซื้อคาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) จากประเทศที่มีเครดิตเหลือ จึงเกิดเป็นธุรกิจการค้าคาร์บอนเครดิตระหว่างประเทศขึ้น

คาร์บอนเครดิต คือ การซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศ โดยผู้ซื้อสิทธิเป็นประเทศพัฒนาแล้ว (ภาคีสมาชิกจำนวน 41 ประเทศ) ส่วนผู้ขายสิทธิเป็นประเทศกำลังพัฒนา (ภาคีสมาชิกจำนวน 150 ประเทศ) เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาไม่มีพันธสัญญาในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จึงสามารถขายสิทธิการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ ทั้งนี้ประเทศเหล่านี้จะต้องดำเนินโครงการกลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism; CDM) โดยมีองค์กรกลางเป็นผู้ออกไปอนุญาตรับรองมาตรฐาน (Certified Emission Reduction; CER) จากสหประชาชาติก่อนจึงจะเป็นผู้ผลิตคาร์บอนเครดิตได้ ซึ่งการซื้อขายคาร์บอนเครดิตนั้นจะดำเนินการที่ตลาดคาร์บอน (Carbon Market) ในหน่วยตันคาร์บอนไดออกไซด์ การขายคาร์บอนเครดิตนี้ได้เริ่มดำเนินการแล้วในประเทศแถบยุโรป และสหรัฐอเมริกา

สำหรับประเทศไทยมีการจัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลการดำเนินงานด้านก๊าซเรือนกระจก และประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์การระหว่างประเทศ

นอกจากคาร์บอนเครดิตแล้ว ฉลากคาร์บอน (Carbon Label) ที่แสดงอยู่บนผลิตภัณฑ์ จะเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้นปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 10 ขึ้นไป เทียบจากปริมาณก๊าซที่ปล่อยในปีฐาน (พ.ศ.2545) ในประเทศไทยทางองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมได้อนุมัติฉลากคาร์บอนไปแล้ว 25 รายการ จาก 9 บริษัท สำหรับอุตสาหกรรมยางนั้น มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการติดฉลากคาร์บอนแล้ว ได้แก่ ถุงยางอนามัยวันทัช ของบริษัทไทยนิปปอน รีบเบอร์ อินดัสตรี จำกัด

นอกจากนี้ทาง อบก. ยังได้ส่งเสริมการแสดงสัญลักษณ์คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Foot Print) บนผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกสู่บรรยากาศตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle) ตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การใช้งาน และการกำจัดของเสีย (โดยคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีในการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกด้วย ในต่างประเทศได้เริ่มมีการแสดงสัญลักษณ์คาร์บอนฟุตพริ้นท์บนผลิตภัณฑ์แล้ว เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ แคนาดา ญี่ปุ่น และเกาหลี เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศเหล่านี้ยังมีการเรียกร้องให้สินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศต้องแสดงสัญลักษณ์คาร์บอนฟุตพริ้นท์บนผลิตภัณฑ์ด้วย



อ้างอิงจาก

1. ผู้จัดการออนไลน์ ประจำวันที่ 8 เมษายน 2552
2. www.tgo.or.th

