

บทที่ 2

ความเป็นมาและแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในภาวะโลกร้อน กับฉลากคาร์บอน

สิทธิของแต่ละบุคคลตามที่กฎหมายมีการบัญญัติไว้ เป็นรากฐานที่สำคัญของการอยู่ร่วมกันเป็นสังคม หากปรากฏว่ายังปราศจากมาตรการในการคุ้มครองทางกฎหมาย ก็ทำให้มนุษย์จำเป็นต้องให้ความเคารพต่อสิทธิที่ธรรมชาติได้สร้างและมอบให้มาตั้งแต่กำเนิด โดยสิทธิสำคัญของมนุษย์ประกอบด้วยสิทธิหลายประการ เช่น สิทธิในการมีชีวิตที่ผู้ใดจะมาล่วงละเมิดหรือทำอันตรายอย่างใด ๆ ไม่ได้ มนุษย์ต้องให้ความเคารพในศักดิ์และสิทธิของมนุษย์ด้วยกัน สิทธิในการรับการบริโภคที่เป็นธรรม ไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้มีอำนาจเหนือกว่า สิทธิในการได้รับการบริการสาธารณะจากภาครัฐอย่างเท่าเทียมและเสมอภาคตลอดทั้งสิทธิในการได้มีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมและภายในสภาพแวดล้อมที่สะอาดซึ่งรวมความก็คือ สิทธิของบุคคลในการมีปัจจัยสี่พื้นฐานที่พร้อมและครบถ้วนเพื่อเป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของมนุษย์ต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเท่าเทียมและมีจริยธรรม

นอกจากความเป็นธรรมที่พึงปฏิบัติต่อกันแล้ว สิ่งที่เพื่อนมนุษย์ด้วยกันควรตระหนักเพิ่มขึ้น คือ มิติแห่งการอยู่อย่างยั่งยืนภายใต้หลักการให้ความเคารพต่อการอยู่ในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกัน การรักษาและคุ้มครองสภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งที่หลายฝ่ายต้องให้ความสำคัญและกำหนดมาตรการที่เหมาะสม การศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากภาครัฐมีโครงการฉลากคาร์บอนซึ่งเป็นมาตรการที่เกิดจากความสมัครใจของผู้ประกอบการในการกำหนดแนวทางใหม่เพื่อแสดงการมีส่วนร่วมในการบรรเทาภาวะโลกร้อน โดยในบทนี้ จะอธิบายถึงความเป็นมาและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับฉลากคาร์บอน เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงปัญหาการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับการมีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อน

1. การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกในภาวะโลกร้อน

การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั่วโลก นับตั้งแต่ในศตวรรษที่ 18 การเพิ่มขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรม มีการเพิ่มการใช้พื้นที่ดิน น้ำ แร่ธาตุและแหล่งธรรมชาติอื่น ๆ รวมถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรและเศรษฐกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อโลก ทำให้สภาพภูมิอากาศตลอดจนกระบวนการทางชีวเคมีของโลก (Biogeochemical) และระบบนิเวศในธรรมชาติต่าง ๆ ซึ่งเชื่อมติดกันเกิดความเปลี่ยนแปลง ส่งผลที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ในธรรมชาติ สสารพวกก๊าซและอนุภาคต่าง ๆ ที่เกิดจากมนุษย์ได้ถูกปล่อยสู่บรรยากาศ ทำให้สมดุลพลังงานในบรรยากาศเปลี่ยนไป ส่งผลต่อภาคบรรยากาศ ภาคน้ำและสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ในภาคพื้นดิน ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มมากขึ้นกว่าร้อยละ 60 เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์โดยในปี พ.ศ. 2534 พบว่ามีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งหมดกว่า 26.4 พันล้านตัน นักวิทยาศาสตร์ประมาณว่าการเปลี่ยนแปลงก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในช่วง 10,000 ปีก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรมมีไม่ถึงร้อยละ 10 และธรรมชาติเองสามารถปรับ ปรงให้สมดุลกับการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ แต่ใน 200 ปีที่ผ่านมา ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 แม้บางส่วนจะถูกดูดกลับโดยมหาสมุทรและพืช ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์นี้ก็ยิ่งเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ในทุก ๆ 20 ปี¹

สภาพภูมิอากาศของโลกเกิดจากการไหลวนของพลังงานจากดวงอาทิตย์ ซึ่งพลังงานเหล่านี้ส่วนใหญ่มาสู่โลกในรูปแสงแดด และร้อยละ 30 ของพลังงานที่มาสู่โลกจะถูกสะท้อนกลับไปสู่ห้วงอวกาศ แต่อีกร้อยละ 70 ได้ถูกดูดซับผ่านชั้นบรรยากาศลงมาให้ความอบอุ่นกับพื้นผิวโลก การส่งกลับพลังงานเหล่านี้จะกลับสู่อวกาศในรูปของแสงอินฟราเรด เนื่องจากบรรยากาศโลกมีสถานะที่เย็นกว่าดวงอาทิตย์มาก จึงไม่

¹ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), การเพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจก [Online], available URL: http://www.tgo.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=39&Itemid=35, 2554 (กุมภาพันธ์, 23).

สามารถส่งพลังงานในรูปแสงได้เช่นเดียวกับดวงอาทิตย์ ซึ่งในภาวะการณ์ปกติ การสะท้อนกลับจะทำให้เกิดอุณหภูมิที่เหมาะสมแก่โลกในการใช้ชีวิตของมนุษย์ พืช และสัตว์ แต่ขณะนี้การสะท้อนกลับเกิดขึ้นได้อย่างยากลำบาก เนื่องจากปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่หนาแน่นขึ้นได้ทำให้ลดอัตราการส่งกลับพลังงานไปสู่อวกาศ ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน และกระทบต่อทุกภาคส่วนของโลก ซึ่งโลกประกอบด้วย 4 ภาคส่วนที่สำคัญ คือ ภาคมรรยาศาสตร์ (Atmosphere) เป็นส่วนที่มีอากาศล้อมรอบโลก หรือห่อหุ้มโลกอยู่สูงจากพื้นดิน 85 กิโลเมตร ภาคพื้นดิน (Lithosphere) คือ ส่วนของโลกที่เป็นของแข็ง เช่น ดิน หิน แร่ธาตุต่าง ๆ ภาคพื้นน้ำหรืออุทกภาค (Hydrosphere) คือ ส่วนที่เป็นแหล่งน้ำทั้งหมด ทั้งแม่น้ำลำคลอง มหาสมุทร ชารน้ำแข็งและน้ำใต้ดิน ภาคชีวภาคหรือชีวลัย (Biosphere) คือ ส่วนที่เป็นอาณาบริเวณที่มีสิ่งมีชีวิตอาศัยอยู่²

ข้อมูลเชิงสถิติ ชี้ให้เห็นว่าอุณหภูมิของโลกตั้งแต่ พ.ศ. 2403 สูงขึ้น 0.3-0.6 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับผลจากแบบจำลองที่คาดการณ์อุณหภูมิที่เพิ่มขึ้น ใกล้เคียงกับคำทำนายของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลง ภาวะภูมิอากาศ ที่กล่าวถึงผลเสียหายที่อาจเกิดกรณีที่อุณหภูมิโลกเพิ่มขึ้น ดังต่อไปนี้

1) หากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก เพิ่มขึ้น 1 องศาเซลเซียส ผลกระทบที่เกิดขึ้น มนุษย์หลายร้อยล้านคนจะประสบภาวะการขาดแคลนน้ำ สัตว์จะมีการอพยพย้ายถิ่นฐาน เพราะน้ำท่วม เกิดปรากฏการณ์ฟอกขาวของปะการังบ่อยครั้ง

2) หากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก เพิ่มขึ้น 2 องศาเซลเซียส ผลกระทบที่เกิดขึ้นกว่า ร้อยละ 30 ของสิ่งมีชีวิตทั่วโลกจะเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ปริมาณข้าวและธัญพืชในเขตร้อน มีแนวโน้มลดลง ปะการังเกือบทั้งหมดจะเกิดปรากฏการณ์ฟอกขาว

3) หากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก เพิ่มขึ้น 3 องศาเซลเซียส ผลกระทบที่เกิดขึ้น ในระบบนิเวศร้อยละ 15-40 ของโลก อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรคาร์บอน ที่เสียสมดุล

²ยูพิน โพธิวิทย์, มลพิษสิ่งแวดล้อม (กรุงเทพมหานคร: สำนักมาตรฐาน-การศึกษา สำนักงานสถาบันราชภัฏ, 2546), หน้า 9-12.



4) หากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้น 4 องศาเซลเซียส ผลกระทบที่เกิดขึ้น
สิ่งมีชีวิตทั่วโลกอาจต้องสูญพันธุ์ พื้นที่ชุ่มน้ำชายฝั่งทะเลจะมีความเสียหายมากถึง
ร้อยละ 30

5) หากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้น 5 องศาเซลเซียส ผลกระทบที่เกิดขึ้น
สถานการณ์ทุกด้านเลวร้ายจนถึงขีดสูงสุด³

2. ผลกระทบที่เกิดจากภาวะโลกร้อน

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	
ห้องสมุดวิจัย	
วันที่.....	25 ก.ค. 2555
เลขทะเบียน.....	247924
เลขเรียกหนังสือ.....	

คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คาดการณ์
ถึงผลร้ายที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะโลกร้อน ที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่และ
ความปลอดภัยของมนุษยชาติ ซึ่งจำแนกผลกระทบที่สำคัญออกได้ ดังต่อไปนี้⁴

1) การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล คือ การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลกทำให้ระดับ
น้ำเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.09-0.88 เมตร มีผลต่อสภาวะคลื่นและการกัดเซาะชายฝั่ง ส่งผลต่อ
ระบบนิเวศชายฝั่งทะเลซึ่งเป็นทั้งทรัพยากรชีวภาพที่สำคัญและแหล่งประกอบอาชีพ
ของชุมชนชายฝั่ง ผลผลิตทางการประมงและเกษตรกรรมบริเวณชายฝั่ง รวมไปถึงธุรกิจ
การท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและเศรษฐกิจของประเทศ

³ชาติ ทัพภวิมล, “บทบาทของประเทศไทยในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมโลก
ศึกษาเฉพาะกรณี การพิทักษ์ชั้นบรรยากาศโอโซน และสภาวะโลกร้อน ตามพิธีสาร-
มอนทรีออลและพิธีสารเกียวโต,” (ประกาศนียบัตรหลักสูตรผู้บริหารกระบวนกร-
ยุติธรรมระดับสูง (บ.ย.ส.) รุ่นที่ 11, วิทยาลัยการยุติธรรม, 2551), หน้า 56.

⁴องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), ผลกระทบของ
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับโลก [Online], available URL: http://www.tgo.or.th/index.php?option=com_content&task=category§ionid=5&id=19&Itemid=36,2554 (มกราคม, 28).

2) อุณหภูมิในชั้นบรรยากาศสูงขึ้น คือ การเกิดภาวะโลกร้อน เป็นสาเหตุสำคัญในการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิ โดยนักวิทยาศาสตร์สันนิษฐานว่า หากมนุษย์ยังไม่มีมาตรการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก จะก่อให้เกิดความเสี่ยงภัยต่อการดำรงชีวิต ทั้งมนุษย์พืช สัตว์ ซึ่งผลที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิอาจทำให้มนุษย์ไม่สามารถดำรงชีวิตและอาจต้องสูญสิ้นไปในที่สุด

3) ปัญหาสุขภาพและการแพร่กระจายของเชื้อโรคสายพันธุ์ใหม่ คือ การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกที่มากขึ้นทำให้มีเชื้อโรคสะสมตัวในชั้นบรรยากาศ และทำปฏิกิริยาก่อให้เกิดเชื้อโรคสายพันธุ์ใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์ อาทิเช่น ความผิดปกติเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจในกลุ่มผู้สูงอายุและเด็กทารก ความเครียดที่เกิดจากการต้องอพยพย้ายฐานที่อยู่ เพราะเหตุ การณ์น้ำท่วมและปัญหาที่ต่อเนื่องจากภาวะน้ำท่วมคือการ ไม่มีระบบประปา สาธารณูปโภค นอกจากนี้ยังอาจก่อให้เกิดโรคระบาดสายพันธุ์ใหม่ เช่น โรคไขหวัดนก โรคซาร์ส (SARS) และโรคอุบัติซ้ำ เช่น มาลาเรีย วัณโรค ไข้เลือดออก อหิวาตกโรค อีกทั้งปริมาณน้ำฝนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการกระจายของน้ำผิวดินและภาวะน้ำท่วมซึ่งเป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการที่อาหารและน้ำจะปนเปื้อนเชื้อโรคที่ทำให้เกิดโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินอาหาร เช่น โรคอุจจาระร่วงจากเชื้อซาลโมเนลล่า (Salmonellosis) และโรคทางเดินหายใจจากสารพิษทางอากาศเพิ่มขึ้น⁵

4) การสูญเสียแหล่งทรัพยากรชีวภาพ คือ ภาวะโลกร้อนก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การสูญเสียซึ่งทรัพยากรชีวภาพ เนื่องจาก อุณหภูมิของระดับน้ำทะเลมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของบรรดา สิ่งมีชีวิตที่อยู่ในทะเลทำให้ไม่สามารถปรับตัวและหาอาหารได้ การท้องค้ประกอบทางเคมี มีการเปลี่ยนแปลงเป็นสาเหตุให้จำนวนสิ่ง มีชีวิตในทะเลลดจำนวนลงและก่อให้เกิดการสะสมของวัชพืชที่ไม่เป็นประโยชน์อันเป็นต้นเหตุให้ปริมาณก๊าซออกซิเจนลดน้อยลงจนทำให้เกิดความไม่สมดุลในระบบนิเวศ สร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

⁵ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2551 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ สันธู ศรีเอชัน, 2552), หน้า 4.

3. แนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับฉลากคาร์บอน

การเกิดภาวะโลกร้อน เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ไม่ใช่ปัญหาของประเทศใดโดยเฉพาะ แต่เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศที่มีขึ้นและสร้างความเสียหายต่อสังคมเศรษฐกิจและการดำรงอยู่ของมวลมนุษยชนานาชาติจึงประสานความร่วมมือกันที่จะกำหนดมาตรการในการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและบรรเทาปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งแนวคิดในการใช้ฉลากคาร์บอนเป็นอีกมาตรการหนึ่งที่เกิดจากแนวคิดสำคัญ ดังต่อไปนี้

3.1 การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development--SD)

ในปี พ.ศ. 2515 (ค.ศ. 1972) ประชาคมโลกได้จัดการประชุม ภายใต้ชื่อว่า “การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมมนุษย์” (The United Nations Conference on the Human Environment--UNCHE) ที่กรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นการแสดงจิตวิญญานร่วมของมวลมนุษยชน ในการตระหนักถึงการรักษาและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม เป็นจุดเริ่มต้นของปฏิญญาสตอกโฮล์ม (Stockholm Declaration) ที่นำไปสู่พื้นฐานในการออกกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองและรักษาสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดการประกาศสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ นอกเหนือจากสิทธิในชีวิต ร่างกาย คือ สิทธิในการมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ห้ามปล่อยสารพิษหรือสารอื่นที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม กำหนดให้รัฐประเทศปรับปรุงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สนับสนุน ส่งเสริม วิจัยด้านสิ่งแวดล้อม และวิทยาศาสตร์ กำหนดหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบในเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แนวคิดนี้มีขึ้นเพื่อ จำกัดความมั่งคั่งของผู้ประกอบการที่เน้นการแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจมากเกินไปโดยขาดความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมภายนอก กระทั่งส่งผลต่อทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างจำกัด

ในปี พ.ศ. 2530 (ค.ศ. 1987) ปรากฏเอกสารสำคัญต่อการแสดงความเคารพในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ รายงานบรุนด์ท์แลนด์ (Brundtland Report) ที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตร่วมกันของเรา (Our Common Future) ในการเรียกร้องความเท่าเทียมกันในสังคมมนุษย์เพิ่มมากขึ้น มนุษยชาติต้องปฏิบัติตามนโยบาย

การพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยไม่นำทรัพยากรธรรมชาติใช้จนเกินความสามารถของโลกที่จะสร้างขึ้นทดแทนใหม่ตามธรรมชาติ⁶

ในปี พ.ศ. 2535 (ค.ศ. 1992) องค์การสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (United Nations Conference on Environment and Development--UNC ED) จัดการประชุมครั้งสำคัญที่กรุงริโอเดอจาเนโร (Rio de Janeiro) ประเทศบราซิล และนำมาซึ่งหลักการสำคัญในเรื่องสิทธิในสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ทุกคน คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ว่า “การพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในปัจจุบันโดยไม่ลดทอนความสามารถของอนุชนรุ่นหลังในการที่จะสนองความต้องการของพวกเขา” (Sustainable Development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs) โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของพลเมืองในกระบวนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งเหตุผลที่สนับสนุนแนวคิดนี้ ปรากฏหลักฐานใน Public Trust Doctrines ของประเทศสหรัฐอเมริกาที่เชื่อว่า มนุษย์ทุกคนล้วนมีสิทธิโดยชอบที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีโอกาสได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน รัฐมีหน้าที่ในการคุ้มครองและดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้นอยู่เสมอ⁷ ด้วยเหตุผลสำคัญ 3 ประการนี้ เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดในการคุ้มครองสภาพภูมิอากาศเพื่อให้คนรุ่นหลังได้มีสิ่งแวดล้อมที่สะอาดไม่มีมลพิษ

1) การดำรงอยู่ของสรรพสิ่งในระบบนิเวศ คือ มนุษย์ไม่ใช่สิ่งเดียวในระบบนิเวศ ในระบบนี้ยังประกอบด้วยทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ล้วนต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทุกสิ่งในระบบนิเวศมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด การทำลายสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วย่อมส่งผลกระทบต่ออีกสิ่งหนึ่งโดยปริยาย ความเสียหายที่เกิดขึ้นจะมีผลกระทบเป็นลูกโซ่ มนุษย์เป็นผู้ที่อยู่ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติแต่ไม่ใช่

⁶Karl H. Segschneider, **10 Years after Rio Debating Development Perspectives** (Bangkok: Chotana Print, 2002), p. 13.

⁷อุดม สันธิพงษ์, **กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม** (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-วิญญูชน, 2547), หน้า 27.



ผู้เดียวที่ได้สิทธิในการใช้ซึ่งธรรมชาติ มนุษย์ต้องให้ความเคารพต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่ในโลกแห่งธรรมชาติด้วย

2) การส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม คือ การที่ภาวะโลกร้อนจะบรรเทาเบาบางลงนั้นนโยบายของภาครัฐในการทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นสิ่งที่จำเป็น และหากธรรมชาติเสียและฟื้นฟูด้วยตัวของมันเอง ก็อาจจะเป็นการล่าช้าและสายเกินไปที่จะฟื้นฟู ทั้งต้องสูญเสียงบประมาณจำนวนมาก กว่าจะทำให้ธรรมชาติกลับสู่สภาพเดิม การร่วมมือกันรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องจำเป็นและเกิดประโยชน์มากที่สุด

3) การอนุรักษ์ไว้เพื่อคนรุ่นหลัง คือ หลักการสำคัญในการใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ให้ความสำคัญแก่ความเป็นอยู่ของคนรุ่นหลังให้ได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีอากาศบริสุทธิ์ มีทรัพยากร ธรรมชาติที่สมบูรณ์ การรักษาสิ่งแวดล้อมที่สมควรกระทำจึงไม่ใช่โดยคน ๆ ใดคนหนึ่งแต่เพียงผู้เดียว แต่หากเป็นไปเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและเพื่อการพัฒนาประเทศนี้ ซึ่งปรากฏหลักการนี้ในอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change--UNFCCC)

จากการใช้หลักการและความจำเป็นทั้งสามประการข้างต้น การทำให้มนุษย์ในรุ่นถัด ๆ ไปอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี จึงต้องมีการประสานความร่วมมือและมีการแสดงความรับผิดชอบร่วมกัน

3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility--CSR)

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม มีมานานกว่า 200 ปี แล้ว แต่มีการบันทึกและได้รับการศึกษาทฤษฎีอย่างจริงจังเมื่อ ปี พ.ศ. 2483 (ค.ศ. 1940) โดยศาสตราจารย์ ธีโอโดร์ เครปส์ (Professor Theodor Kreps) จากสแตนฟอร์ด บิสสิเนสสคูล (Stanford Business School) โดยใช้คำว่า Social Audit⁸ เป็นจุดเริ่มของการแสดง

⁸อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น, จุดกำเนิด CSR จาก 4 ทิศทาง [Online], available URL: http://www.csr.imageplus.co.th/csr_history.php, 2554 (มกราคม, 28).

ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกล่าวว่างค์กรธุรกิจควรมีการทำรายงานการกระทำที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ในสมัยนั้นยังไม่ได้ได้รับความสนใจเท่าที่ควร กระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2496 (ค.ศ. 1953) มีการกล่าวอ้างทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมในหนังสือเรื่อง “Social Responsibilities of Business Man” โดย โฮเวิร์ด โบเวนค์ (Howard Bowend) กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ และในปี พ.ศ. 2503 (ค.ศ. 1960) นักธุรกิจ ชื่อ จอร์จ กอยเดอร์ (George Goyder) ได้พัฒนาแนวคิดการทำ CSR อย่างชัดเจนขึ้นมาในปีเดียวกัน ซึ่งเป็นช่วงที่ผลพวงจากการใช้สารดีดีทีในประเทศสหรัฐอเมริกา เกิดผลกระทบด้านลบทำให้สภาพแวดล้อมปนเปื้อนสารพิษ อันนำไปสู่กระแสเรียกร้องด้าน “สิ่งแวดล้อม” (Environment) ในหนังสือเรื่อง “The Responsible Corporation” และในปี พ.ศ. 2545 (ค.ศ. 2002) การประชุมสุดยอดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ถือเป็นจุดเริ่มต้นแห่งความเชื่อมโยงของความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีหลักว่าการตอบสนองความต้องการของ คนยุคนี้ต้องไม่ทำลายโอกาสของคนรุ่นหลังในการตอบสนองความต้องการของตน

การบรรเทาภาวะโลกร้อน เป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ ไม่เฉพาะภาครัฐเท่านั้นที่มีหน้าที่ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การควบคุมและป้องกันผลกระทบที่เกิดจากปัญหามาภาวะโลกร้อน ทั้งผู้ประกอบการ ผู้มีประโยชน์ได้เสีย ในการดำเนินธุรกิจควรมีการสร้างหลักประกันความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility--CSR) หรือบางกรณีเรียกว่า บรรษัทภิบาล โดยมีการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกลในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข ซึ่งความหมายของ CSR สามารถแยกอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

C: Corporate คือ การเกี่ยวข้องหรือร่วมกันของสมาชิกทุกคนในกลุ่มซึ่งมีความหมายอย่างกว้าง เช่น องค์กรภาคธุรกิจ องค์กรภาครัฐ หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรก็ได้ในการแสดงการมีส่วนร่วม

S: Social คือ กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์หรือมีวิถีร่วมกันโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนา รวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นและสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ รวมเรียกว่า สังคม

R: Responsibility คือ การยอมรับทั้งผลที่ไม่ดีและที่ดีในกิจการที่ได้ทำลงไป หรือที่อยู่ในความดูแลของกิจการนั้น ๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระดำเนินการป้องกันและปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึงการสร้างสรรค์และบำรุงรักษาผลที่ดี ซึ่งส่งกระทบไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งก็คือ การรับผิดชอบ⁹

เป้าหมายสำคัญของหลักการ CSR คือ การแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินการทางธุรกิจที่สร้างผลกำไร แก่ตนเพื่อความมั่งคั่งขององค์กร จนทำให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสภาพแวดล้อม และกระทบต่อสิทธิของมนุษย์ในการอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี การประกอบกิจการด้วยการไว้จริยธรรมและคุณธรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม ทำให้สังคมไร้การพัฒนาที่ยั่งยืน การดำเนินงานขององค์กรทุกขั้นตอนซึ่งรวมถึงกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคย่อมส่งผลกระทบต่อความเสียหายของสภาพแวดล้อม หากผู้ประกอบการมีมาตรการควบคุม ดูแลป้องกันและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะเป็นการส่งเสริมให้เกิดแนวทางปฏิบัติหรือนวัตกรรมใหม่ ในการขับเคลื่อนให้นำไปสู่การปฏิบัติที่เริ่มต้นจากภายในองค์กรออกไปสู่สังคมในวงกว้างโดยมีพื้นฐานขั้นต้นให้ปฏิบัติตามกฎหมายและมีจริยธรรม

การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของ CSR ที่สำคัญประกอบด้วย กำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม รับผิดชอบต่อผู้บริโภค ร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม¹⁰ หลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นสิ่งที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ประกอบการและผู้มีประโยชน์เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาสังคม เนื่องจากในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจ

⁹พิพัฒน์ นนทนารธน์, การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ริงค์ ปียอนบุ๊คส์, 2553), หน้า 7.

¹⁰สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับ CSR [Online], available URL: <http://www.csri.or.th/?q:http=:knowledge/csr/191,2554> (มกราคม, 25).

ด้านเดียวไม่ได้ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน แต่ในทางตรงกันข้ามกลับเป็นการสร้างมลภาวะให้เกิดขึ้นแก่สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์อยู่อาศัย และทำให้ได้รับผลกระทบคือภาวะโลกร้อนขึ้น จึงมีการนำแนวคิดแบบผสมผสานคือนำมิติเศรษฐกิจพิจารณาควบคู่กับมิติสิ่งแวดล้อม และก่อเกิดแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development--SD) ซึ่งเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลใน 3 มิติ ได้แก่ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม

การนำแนวคิด CSR ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองและรักษาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันที่สื่อแก่ผู้บริโภค คือ การที่ผู้ประกอบการขอรับรองการใช้ฉลากผลิตภัณฑ์สิ่งแวดล้อมที่เรียกว่า ฉลากเขียว ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่ภายใต้การดูแลของ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.) ร่วมกับสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) ร่วมกันผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องมีการแสดงความรับผิดชอบร่วมในการสร้างสังคมสีเขียว ซึ่งในกระบวนการของการออกเครื่องหมายรับรองฉลากเขียวนั้น เป็นแนวทางที่ใกล้เคียงกับมาตรการในการออกฉลากคาร์บอน เพียงแต่ที่มาของการแสดงฉลากเขียวกับฉลากคาร์บอนมีวัตถุประสงค์ในการใช้ฉลากที่แตกต่างเพียงเล็กน้อย กล่าวคือ การใช้ฉลากเขียว (Green Label) มีเป้าหมายคือ เป็นฉลากที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน เมื่อพิจารณาผลกระทบตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งใช้กับสินค้าและบริการหลายประเภทในชีวิตประจำวัน แต่ไม่รวมถึง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นยา อาหาร และเครื่องดื่ม ในขณะที่ฉลากคาร์บอน มุ่งสู่เป้าหมายในการแสดงปริมาณของก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน

การใช้ฉลากเขียวจัดเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้การตลาดเป็นเครื่องมือ เนื่องจากมีการบริโภคสินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลา การที่มีเครื่องหมายฉลากเขียวแสดงที่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่สะดวกในการที่ผู้บริโภคจะแสดงการมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลของผู้บริโภคในการปรับเปลี่ยนวิถีการบริโภคให้มุ่งสู่สังคมเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งผลของการแสดงฉลากเขียวย่อมทำให้

ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่จะแสดงความห่วงใยใน
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ฝ่ายผู้ผลิตเองก็ยังได้รับผลประโยชน์
ในแง่ของกำไรและสอดคล้องต่อหลักในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
(Corporate Social Responsibility--CSR) ซึ่งหากผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนวิถี
การบริโภค ย่อมส่งผลให้สินค้าที่มีเครื่องหมายเพื่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่มีการผลิต
มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการแข่งขันเพื่อปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ
ของตนโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจุบัน โครงการฉลากเขียว
ของประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของเครือข่ายนานาชาติด้านฉลากเขียว (Global
Eco-labeling Network--GEN) เมื่อปี พ.ศ. 2541 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองให้ใช้
เครื่องหมายฉลากเขียวได้ ต้องผ่านหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามข้อกำหนดฉลากเขียว
ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่เกิดจากความร่วมมือของหลายภาคส่วนทั้งรัฐ เอกชน และรวมถึง
ประชาชนที่อาจแสดงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาข้อกำหนดฉลากเขียวได้ ซึ่ง ณ
วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2554¹¹ มีการออกข้อกำหนดที่เสร็จสมบูรณ์แล้วกว่า 48 ผลิตภัณฑ์
เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร ตู้เย็น เป็นต้น

จากข้อกำหนดฉลากเขียวดังกล่าว จึงทำให้เห็นว่าการพัฒนาข้อกำหนดของ
ผลิตภัณฑ์ที่จะเป็นการธรรมาภิบาลสภาพภูมิอากาศ ก็ย่อมที่จะเกิดขึ้นได้ หากสังคม
มีการพัฒนาแนวคิดและมีการปฏิบัติอย่างจริงจังในการรักษาและบรรเทาภาวะโลกร้อน
ด้วยแนวคิดนี้

3.3 หลักการธรรมาภิบาลสภาพภูมิอากาศ (Climate Good Governance

Principle--CGGP)

การธรรมาภิบาล (Good Governance) คือ การบริหารกิจการบ้านเมืองและ
สังคมที่ดีเป็นไปตามหลักธรรมรัฐ คือ การปกครองที่เป็นธรรม แนวคิดนี้เกิดขึ้นเพื่อสาน
ประโยชน์และคลี่คลายปัญหาข้อขัดข้องโดยสันติวิธีและพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืน

¹¹โครงการฉลากเขียว, คู่มือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คุณภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมปี 2554
(กรุงเทพมหานคร: สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2554), หน้า 4.

ซึ่งความยั่งยืนนี้ได้นำเอาความยั่งยืนในระบบนิเวศ และการรักษาสภาพภูมิอากาศ มิให้มีการแปรปรวนไว้ด้วย การสร้างธรรมาภิบาลจะทำให้สังคมได้รับความยุติธรรม โปร่งใส และเกิดกระบวนการมีส่วนร่วม หลักการธรรมาภิบาลที่ดีเกิดขึ้นจาก ความร่วมมือของหลายภาคส่วนไม่ว่าภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน โดยเฉพาะ บทบาทของรัฐที่สำคัญอย่างยิ่งคือ การวางรากฐาน รักษากฎระเบียบต่าง ๆ สร้างระบบ การจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และมีนโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส ตรวจสอบได้

จุดมุ่งหมายที่สำคัญของหลักการธรรมาภิบาล คือ การจัดระเบียบของสังคม ในเกือบทุกมิติให้มีการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการ และสามารถที่จะมีการตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้องค์ประกอบที่สำคัญของหลักธรรมาภิบาล ประกอบด้วย

1) หลักนิติธรรม คือ การบัญญัติกฎหมาย กฎ ระเบียบข้อบังคับและกติกา ต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเป็นธรรม ตลอดจนเป็นที่ยอมรับของสังคมและประชาชน ในการแก้ไขภาวะโลกร้อน คือ ต้องให้กฎหมายอยู่เหนือการกระทำตามอำเภอใจ ในการปล่อยมลภาวะต่อชั้นบรรยากาศ

2) หลักคุณธรรม คือ การยึดถือและเชื่อมั่นในความถูกต้องดีงาม โดยการณรงค์เพื่อสร้างค่านิยมที่ดีงามให้ทุก ๆ ฝ่ายร่วมมือในการรักษาคุณภาพของ ชั้นบรรยากาศโดยต้องอาศัยความซื่อสัตย์สุจริต ความเสียสละและการแสดงความห่วงใย ร่วมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3) หลักความโปร่งใส คือ มีการดำเนินการให้สังคมไทยเป็นสังคมที่มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาและสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ โดยการปรับปรุงระบบและกลไกการทำงานขององค์กร ให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผย ข้อมูลข่าวสารหรือเปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก ตลอดจน มีระบบตรวจสอบและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ

4) หลักการมีส่วนร่วม คือ การดำเนินการของหน่วยงานทุกฝ่ายรวมทั้งประชาชน ในการปฏิบัติตามหน้าที่ในการมีส่วนร่วมตามหลักการในรัฐธรรมนูญที่สนับสนุนให้ต้องมีการกำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมซึ่งรวมทั้งในการกำหนดมาตรการในการคุ้มครองสภาพภูมิอากาศด้วย

5) หลักความรับผิดชอบ ทุกภาคส่วนไม่ว่าภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน ควรมีจิตสำนึกและร่วมกันแสดงความรับผิดชอบในการที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ในการก่อภาวะโลกร้อนโดยผู้บริโภคก็อาจแสดงความรับผิดชอบในการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อชั้นบรรยากาศ ส่วนรัฐก็ควรมีมาตรการในการลงโทษผู้ก่อมลพิษอย่างจริงจัง และเด็ดขาดในทางปฏิบัติ

6) หลักความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือประชาชน ต้องตระหนักว่าทรัพยากรที่มีนั้นค่อนข้างจำกัด การบริหารจัดการต้องยึดหลักประหยัดและคุ้มค่าโดยในการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาคเอกชนจะต้องมีการพิจารณาผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับงบการเงินของบริษัทโดยต้องมีการคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดจากผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายของบริษัท เพื่อใช้ในการพิจารณาความคุ้มค่าด้วย

แนวคิดที่นำมาผสมผสานจนก่อให้เกิดการธรรมาภิบาลสภาพภูมิอากาศ ส่วนหนึ่งมีการพัฒนาจากการประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมที่สำคัญ 2 แนวคิดสำคัญ คือ

1) แนวคิดการให้สิ่งแวดล้อมเป็นศูนย์กลาง (Ecocentric) ถือว่ามนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อม มนุษย์ต้องมีความเคารพในสิ่งแวดล้อมและต้องคุ้มครองไม่ใช่ทำลายล้างหรือกระทำการตามอำเภอใจ การกระทำกิจกรรมของมนุษย์ไม่ควรกระทบต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ในระบบนิเวศ

2) แนวคิดการให้มนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Anthropocentric) เป็นแนวคิดที่ตกทอดมาจากแนวคิดในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมที่มุ่งหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์ทำเป็นไปเพื่อแก้ไขความยากจน

แสวงหาสวัสดิการในการดำรงชีวิต แนวคิดนี้ให้มนุษย์เป็นผู้ตัดสินว่าจะสร้างหรือจะทำลายสิ่งแวดล้อม¹²

จากแนวคิดข้างต้น กลไกหนึ่งที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขภาวะโลกร้อน คือ การที่ผู้บริโภครับรู้และมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงปริมาณค่าคาร์บอนไดออกไซด์ไม่ว่าจะเป็นการใช้ฉลากลดคาร์บอน (Carbon Reduction Label) หรือฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint Label) ซึ่งปัจจุบันสินค้าทุกชนิดที่บริโภคนั้น ล้วนเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาวะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งสิ้น

ในปี ค.ศ. 2010 ความตื่นตัวในปัญหาสภาวะภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน ทำให้เกิดการตื่นตัวของธุรกิจสีเขียว (Green Business) หรือแนวคิดสีเขียว (Think Green) จากแนวคิดของนายเซอร์ริชาร์ด เบรนตัน (Sir Richard Brendsan) เจ้าของสายการบินเวอร์จินแห่งประเทศสหราชอาณาจักร มีการกำหนดเงินรางวัลในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน ถึง 25 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งคิดเป็นเงินกว่าพันล้านบาท แก่ผู้ที่สามารถกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน¹³ ซึ่งเป็นจุดเริ่มของการแสดงข้อมูลค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์บนผลิตภัณฑ์ด้วยฉลากคาร์บอน ประกอบกับในการจัดทำรายงานบัญชีก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย ฉบับที่ 2 เมื่อ พ.ศ. 2543 ได้สรุปภาคที่มีสัดส่วนการปล่อยปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่สำคัญ คือ ภาคอุตสาหกรรมมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากกระบวนการผลิต ถึง 16.39 Mt CO₂ eq คิดเป็นร้อยละ 7.2 ของปริมาณการปล่อยค่าคาร์บอนไดออกไซด์ ดังแสดงใน ตารางที่ 1

¹² จุมพต สายสุนทร, กฎหมายสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), หน้า 43.

¹³ ซาลี ทัพภิมล, เรื่องเดิม, หน้า 65.



ตารางที่ 1 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในหน่วยของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (ล้านตัน) และร้อยละของการปล่อยจากแต่ละภาคในปี พ.ศ. 2543 (ค.ศ. 2000)¹⁴

ภาค (Sector)	หน่วยคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (ล้านตัน) (Mt CO ₂ eq)	สัดส่วนการปล่อย (Percent of National total)
ภาคพลังงาน (Energy)	159.39	69.6
ภาคกระบวนการอุตสาหกรรม (Industrial Processes)	16.39	7.2
ภาคการเกษตร (Agriculture)	51.88	22.6
ภาคเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ดินและป่าไม้ (Land-use Change and Forest)	-7.90	-3.4
ภาคของเสีย (Waste)	9.32	4.1
ผลรวมการปล่อย (Total National Emission and Removals)	229.08	100

เมื่อพิจารณาจากรายงานฉบับนี้ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยมากที่สุดเกิดจากภาคพลังงาน ซึ่งการใช้พลังงานเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ดี ไม่ว่าปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จะเกิดจากแหล่งใดก็ตามแต่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคจากการดำรงอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษโดยผู้บริโภคไม่อาจเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ถึงผลกระทบนี้ จากการบริโภคสินค้าที่มีการปล่อยคาร์บอน สิทธิการรับรู้ของผู้บริโภคในการใช้ฉลากคาร์บอนยังมีน้อย ดังนั้น การพัฒนาให้เกิดกระบวนการในการมีส่วนร่วมในการรับรู้ถึงสินค้าที่มีฉลากคาร์บอน จึงเป็นการให้ความคุ้มครองต่อการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างมีส่วนร่วม

¹⁴ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), การจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย [Online], available URL: http://www.tgo.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=225&Itemid=90,2554 (พฤษภาคม, 11).

3.4 หลักการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับฉลากคาร์บอน

สิทธิของผู้บริโภคในการรับรู้ข้อมูลฉลากคาร์บอน ย่อมเกิดขึ้นได้จากการที่ผู้บริโภคซึ่งอยู่ในความหมายของประชาชนด้วยในสังคม ต้องร่วมมือและร่วมผลักดันให้มีการแสดงออกซึ่งการมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อสินค้าที่ก่อประโยชน์ทั้งต่อสิ่งแวดล้อม ต่อตนเองและต่อสังคมโดยรวม จึงต้องอาศัยหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน¹⁵ ที่สำคัญ คือ

- 1) การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา ซึ่งต้องเป็นการตัดสินใจร่วมกันที่จะก่อให้เกิดผลที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นและโดยความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่
- 2) ความต้องการร่วมกันที่จะบรรเทาความเดือดร้อนและความเสียหายที่มีอยู่ในสถานการณ์ปัจจุบันโดยมีการผลักดันและร่วมมือวางแผนเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
- 3) ความสนใจและห่วงกังวลร่วมกันเพื่อประโยชน์ของส่วนร่วม โดยทุกฝ่ายที่รวมกันเป็นสังคม เช่น ประชาชน รัฐบาล ผู้ประกอบการภาคเอกชน

ดังนั้น เป้าหมายสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลพร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน เพื่อการตัดสินใจร่วมกันที่เหมาะสมและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย รูปแบบที่สำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่

- 1) การร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Public Information) คือ การที่ประชาชนมีสิทธิตามกฎหมายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หากรัฐไม่เปิดเผยข้อมูลย่อมเป็นการกระทำที่กระทบต่อสิทธิในการรับรู้ของประชาชนซึ่งในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการบัญญัติสิทธิข้อนี้ไว้ใน The Freedom of Information Act (FOIA) ให้อำนาจแก่ศาลทำหน้าที่ในการตัดสินว่าการไม่เปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นการปฏิบัติที่ชอบหรือไม่ชอบ

¹⁵ ศิริยา ชลทนต์บำรุง, “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม,” (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), หน้า 25.

2) การร่วมคิดและร่วมปรึกษาหารือ (Public Consultation) คือ การแสดงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนที่จะเข้าถึงความเข้าใจในโครงการที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อประชาชน ซึ่งเป็นการทำให้เกิดกระบวนการรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3) การร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้เป็นผู้เลือกที่จะตัดสินใจและค้นหาเหตุผลในการสนับสนุนให้เกิดโครงการหรือคัดค้านไม่ให้เกิดโครงการที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน

4) การร่วมตัดสินใจ (Collective Decision-Making) คือ เป้าหมายที่สูงสุดในการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่จะแสดงถึงความสมบูรณ์ของสิทธิมนุษยชนในการอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ควรเกิดจากการตัดสินใจที่เกิดจากคนในชุมชนหรือประชาชนในสังคมนั้นต่อโครงการที่เกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของสังคม

5) การร่วมติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล (Public Monitoring) คือ ภายหลังจากที่ได้มีการอนุมัติให้โครงการใดได้ดำเนินไปแล้ว การตรวจสอบติดตาม และการเฝ้าระวัง จะเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อกำหนดมาตรการในการป้องกันภัยล่วงหน้าที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะเกิดความเสียหายมากเกินไปจนจะเยียวยาได้ทัน

6) การร่วมโดยใช้กลไกทางกฎหมาย (Collective Legal-Procedure) คือ การที่ประชาชนสามารถใช้สิทธิเรียกร้องของตนหากเกิดกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม

ฉะนั้น การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการร่วมรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดภาวะโลกร้อนที่สำคัญคือ การร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงวิธีการบริโภคสินค้า โดยการให้ความสำคัญต่อสินค้าที่มีเครื่องหมายฉลากคาร์บอน ซึ่งในต่างประเทศมีการพัฒนาสินค้าให้มีการใช้ฉลากคาร์บอนเพิ่มมากขึ้นในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เพื่อให้สอดคล้องต่อสิทธิที่จะมีชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี (Right to Live in a Decent Environment) ซึ่งสิทธินี้ในรัฐธรรมนูญของบางประเทศอธิบายว่า ประชาชนจะไม่สามารถใช้สิทธิในชีวิต ร่างกายได้ตามความเป็นจริงเลย

หากประชาชนเหล่านั้นต้องดำรงชีวิตอยู่ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่เป็นมลพิษเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีการปนเปื้อนของสารพิษหรือก๊าซพิษ ซึ่งย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์¹⁶

4. ความหมายและประเภทของฉลากคาร์บอน

การศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจฉลากคาร์บอน ผู้ศึกษาเห็นว่าควรได้อธิบายถึงลักษณะและบทนิยามที่เกี่ยวข้องกับฉลากคาร์บอนที่สำคัญ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการรับรู้ฉลากคาร์บอน

4.1 ความหมายของฉลากคาร์บอน

ฉลากคาร์บอน คือ ฉลากที่เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่เกิดจากกระบวนการผลิต โดยผ่านหลักเกณฑ์ตามข้อกำหนดขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) มีสถานภาพทางกฎหมายเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องหมายรับรองที่อยู่ภายใต้การคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ให้ความหมายของเครื่องหมาย ว่าหมายถึง ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข กลุ่มของสี รูปร่าง หรือรูป ทรงของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน¹⁷

ฉลากคาร์บอน จึงอยู่ในความหมายของเครื่องหมายรับรอง ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 นี้ โดยเป็นไปเพื่อการแสดงข้อมูลสำคัญ คือ การรับรองเกี่ยวกับการแสดงปริมาณค่าคาร์บอนไดออกไซด์ ในรูปสัญลักษณ์ของ

¹⁶ศิริยา ชลทนต์บำรุง, เรื่องเดียวกัน, หน้า 56.

¹⁷พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534, มาตรา 4.

ฉลากลดคาร์บอน (Carbon Reduction Label) และในรูปสัญลักษณ์ของฉลากคาร์บอน-ฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint Label)

นอกจากนี้ ฉลากคาร์บอนยังเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คือ ฉลาก หมายความว่า รวมถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระจาย หรือ สิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้าหรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือ ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือ สำหรับใช้ประกอบสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือ ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น¹⁸

ดังนั้น การที่ผู้บริโภคจะเข้าใจและมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากคาร์บอน จึงจำเป็นต้องเข้าใจความหมายที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

การประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment--LCA) หมายถึง กระบวนการเก็บรวบรวมและการประเมินค่าของสารขาเข้าและสารขาออก รวมถึงผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการใช้เครื่องหมายรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การสกัดหรือการได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่งและการแจกจ่าย การใช้ งานผลิตภัณฑ์ การใช้ใหม่/แปรรูปและการจัดการเศษซากของผลิตภัณฑ์หลังจากการใช้ งาน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าพิจารณาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เกิดจนตาย (Cradle to Grave) โดยมี การระบุถึงปริมาณพลังงานและวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงของเสียที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะหาวิธีการในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases--GHGs) หมายถึง ก๊าซชนิดต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) มีเทน (CH₄) ไนตรัสออกไซด์ (N₂O) และสารประกอบจำพวกฟลูออไรด์ 3 ชนิด คือ ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (Hydrofluorocarbon--HFC)

¹⁸สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค, พิมพ์ครั้งที่ 7 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประชุมทองพริ้นติ้ง, 2546), หน้า 15.

เปอร์ฟลูออโรคาร์บอน (Perfluorocarbon--PFC) และซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (Sulfurhexafluoride--SF₆) ก๊าซเหล่านี้ส่วนหนึ่งปล่อยออกสู่บรรยากาศจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลใน กระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมและกระบวนการเกษตรกรรม

ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint Label) หมายความว่า ฉลากที่แสดงค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product--CFP) หมายถึง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิต ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน โดยคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าก๊าซเรือนกระจก

ฉลากลดคาร์บอน (Carbon Reduction Label) หมายความว่า ฉลากที่แสดงถึงปริมาณของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHGs) ที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์ต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ แล้วแสดงผลในรูปของปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO₂ equivalent) โดยพิจารณาจากกระบวนการผลิตที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงเฉลี่ยตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ระหว่างปี พ.ศ. 2545 ถึงปีล่าสุดที่ครบ 12 เดือน พิจารณาจากการจัดการพลังงานและการจัดการของเสีย หรือการผลิตที่มีระบบไฟฟ้าจากวัสดุชีวมวลหรือจากของเสียเพื่อใช้ภายในโรงงาน หรือการผลิตมีการเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในภาคอุตสาหกรรมประเภทนั้น ๆ

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ใช้เพื่ออุปโภคบริโภคทั่วไปในชีวิตประจำวัน ยกเว้น ยารักษาโรค และอื่น ๆ ตามที่คณะทำงานฯ เห็นว่าเป็นอันตรายต่อสังคม

4.2 ประเภทของฉลากคาร์บอน

ในระดับสากล มีการแบ่งประเภทของการออกฉลากคาร์บอนที่สำคัญ 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

4.2.1 ฉลากลดคาร์บอน (Carbon Reduction Label)

ฉลากลดคาร์บอน คือ ฉลากที่แสดงถึงปริมาณของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHGs) ที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์ต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ แล้วแสดงผลในรูปของปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO₂ equivalent) ผ่านทางเครื่องหมายฉลากที่ติดกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ บนบรรจุภัณฑ์ หรือ เอกสารประชาสัมพันธ์ หรือเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ โดยผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะขอรับรองการใช้เครื่องหมายฉลากลดคาร์บอนได้ หากมีการดำเนินการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต ซึ่งฉลากประเภทนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และสร้างจิตสำนึกว่าสินค้าที่จำหน่ายมีการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกโดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เฉพาะที่เกิดจากกระบวนการผลิต (Production Stage) เท่าใดโดยวัตถุประสงค์ที่สำคัญของฉลากลดคาร์บอน คือ มุ่งให้การรับรองแก่ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในประเทศ

การใช้ฉลากลดคาร์บอนในช่วงแรกที่เปิดโครงการมีข้อจำกัดข้อหนึ่งในการใช้คือรูปแบบสัญลักษณ์ที่ใช้เดิม องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ใช้รูปแบบที่คล้ายกับฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 โดยมีการกำหนดพื้นที่สี 5 สี และระบุสัดส่วนการลดเป็นเปอร์เซ็นต์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ฉลากลดคาร์บอนแบบเดิม¹⁹

การนำเสนอฉลากรูปแบบดังกล่าว ทำให้เกิดความสับสนและทำให้ผู้บริโภคไม่เลือกซื้อสินค้าที่มีสัดส่วน 10% 20% 30% 40% จึงเป็นการทำให้สินค้าที่มีเครื่องหมายฉลากลดคาร์บอนแต่ไม่ได้ลด 50% ไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้ประกอบการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) จึงเปลี่ยนแปลงรูปแบบฉลากเพื่อให้เป็นไปตามหลักสากลของต่างประเทศ คือ ใช้สัญลักษณ์ที่มีลูกศรชี้ลง และเป็นตัวอักษร ตัวซีโอทู (CO_2) ซึ่งเป็นอักษรย่อของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ดังภาพที่ 2 ซึ่งข้อมูลผลิตภัณฑ์ ณ เดือนเมษายน พ.ศ. 2554 มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้ได้ฉลากลดคาร์บอน มากกว่า 100 ผลิตภัณฑ์²⁰

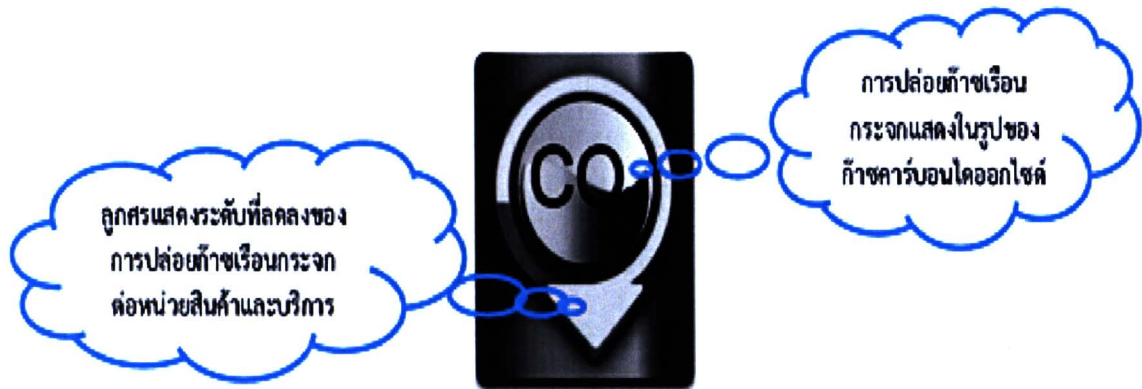
ผู้ประกอบการรายใดที่ได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมายฉลากลดคาร์บอน ย่อมมีสิทธิโดยชอบธรรมตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ในการมีสิทธิใช้เครื่องหมายดังกล่าว เนื่องจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

¹⁹ผู้จัดการออนไลน์, ใหญ่สุด ๆ ไทยคิดทำฉลากคาร์บอนที่แรกในเอเชียแปซิฟิก

[Online], available URL: <http://www.manager.co.th/Science/ViewNews.aspx?NewsID=9510000080409>, 2554 (มกราคม, 13).

²⁰สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.), ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน [Online], available URL: [http://www.tei.or.th/carbon reduction label/namelist.html](http://www.tei.or.th/carbon%20reduction%20label/namelist.html), 2554 (เมษายน, 25).

(องค์การมหาชน) เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าประเภทเครื่องหมายรับรอง²¹ ที่ให้อำนาจแก่เจ้าของเครื่องหมายลดการรับรองในการให้บุคคลหรือนิติบุคคลอื่นได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมายลดการรับรอง เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับ แหล่งกำเนิด วิธีการผลิต คุณภาพ บนผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ฉลากลดคาร์บอนแบบปัจจุบัน²²

4.2.2 ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint Label)

ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ คือ ฉลากที่แสดงปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน โดยคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ข้อดีของฉลากประเภทนี้ เป็นฉลากที่แสดงปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์และบริการ (Life Cycle Greenhouse Gas Emissions of Goods and Service) ด้วยวิธีการประเมินวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Assessment--LCA) ตั้งแต่ขั้นตอนการได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การใช้งาน และการกำจัดเศษซากหลังจากการใช้

²¹พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534, มาตรา 68.

²²สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.), ฉลากลดคาร์บอน [Online], available URL: <http://www.tei.or.th/carbonreductionlabel/about.html>, 2554 (มกราคม, 13).

งาน ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินการปล่อยและแสดงผลในเชิงปริมาณ คือ เทียบเท่ากับศักยภาพการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็นกิโลกรัม (Kg CO₂ Equivalent และ G CO₂ Equivalent) ซึ่งการรับรองฉลากประเภทนี้มีกระบวนการที่ซับซ้อนและใช้เทคนิคขั้นสูงในการตรวจสอบส่วนมากใช้กับสินค้าในภาคการส่งออกเป็นสำคัญ

มาตรฐานของการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment--LCA) มีการกำหนดหลักเกณฑ์กลางเพื่อให้เกิดมาตรฐานเดียวกัน มีข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ (Product Category Rules--PCRs) ซึ่งประยุกต์ใช้จากมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 14025 เฉพาะการให้ข้อมูลปริมาณของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นตัว การหลักในปัญหาภาวะโลกร้อน แต่ไม่ได้มีการกล่าวถึงประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ เช่น การเกิดฝนกรด (Acidification) การเกิดปรากฏการณ์น้ำเปลี่ยนสี (Eutrophication) เป็นต้น²³

ผู้ประกอบการรายใดที่ได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมาย ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ย่อมมีสิทธิโดยชอบธรรมตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ในการมีสิทธิใช้เครื่องหมายดังกล่าว เนื่องจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าประเภทเครื่องหมายรับรองที่ให้อำนาจแก่เจ้าของเครื่องหมายฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในการจะให้นุคคลหรือนิติบุคคลอื่นได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมายฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด วิธีการผลิต คุณภาพบนผลิตภัณฑ์ โดยการดำเนินการขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ได้มีการจดทะเบียนแล้ว ซึ่งคู่สัญญาจะต้องลงนามในสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรอง²⁴ ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์และต้องใช้รูปแบบ ของฉลาก ดังภาพที่ 3 ณ เดือนเมษายน พ.ศ. 2554

²³ คณะกรรมการเทคนิคด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์, แนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อมรินทร์-พริ้นติ้ง, 2552), หน้า 8.

²⁴ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534, มาตรา 68.

มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้ได้เครื่องหมายฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ กว่า 20 ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3 ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์²⁵

ผู้ประกอบการรายใดที่ผลิตสินค้าตามที่ระบุในข้อกำหนดเฉพาะของ ผลิตภัณฑ์ Product Category Rules (PCR) ดังต่อไปนี้ สามารถที่จะยื่นคำขอรับรอง ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้²⁶ เพื่อให้เกิดแนวปฏิบัติที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน

- 1) กระเบื้องเซรามิก
- 2) ไม้แปรรูป
- 3) กลุ่มน้ำมันพืช (ถั่วเหลือง)
- 4) ขนมอบเคี้ยวสำหรับสัตว์เลี้ยง
- 5) ข้าวสาร
- 6) เครื่องดื่มบรรจุกระป๋อง
- 7) เครื่องปรับอากาศ
- 8) เครื่องถ่ายเอกสาร

²⁵ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), ฉลากคาร์บอน-ฟุตพริ้นท์ [Online], available URL: <http://thaicarbonlabel.tgo.or.th/CFindex.php>, 2554 (มกราคม, 13).

²⁶ โครงการฉลากคาร์บอน, ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง [Online], available URL: http://thaicarbonlabel.tgo.or.th/CF_Certified_Product.php, 2554 (เมษายน, 15).

- 9) น้ำสับปะรดเข้มข้น
- 10) เนื้อไก่สด
- 11) ทุ่นากระป๋อง
- 12) พรหม
- 13) ผลิตภัณฑ์บรรจุอาหารและเครื่องดื่มีประเภทกระป๋องโลหะ
- 14) ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์
- 15) ผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้บริการบนสายการบิน
- 16) วัสดุเชิงประกอบ
- 17) บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก
- 18) บรรจุภัณฑ์พลาสติก
- 19) บรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อสำหรับบรรจุอาหารเหลวและเครื่องดื่มี
- 20) สารให้ความหวานแทนน้ำตาล
- 21) เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- 22) เส้นด้ายยัดในล่อน
- 23) เสื้อยัดผ้าฝ้ายถัก 100%
- 24) ยางรถไถการเกษตร
- 25) อาหารเลี้ยงไก่เนื้อบรรจุถุง
- 26) เครื่องนุ่งห่มที่ทำจากสิ่งทอ (ฉบับร่าง)
- 27) ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ไม่ใช่เครื่องนุ่งห่ม (ฉบับร่าง)
- 28) ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายและผ้าผืน (ฉบับร่าง)

จากข้อกำหนดข้างต้น หากมีผลิตภัณฑ์รายใดที่ยังไม่ได้มีการกำหนดรายละเอียดเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ขอรับการรับรองต้องยื่นคำขอไปยังองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เพื่อตรวจสอบและสร้างข้อกำหนดขึ้นใหม่ใช้ในการให้การรับรองแก่ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

5. แนวคิดทฤษฎีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กับฉลากคาร์บอน

สิทธิการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้สินค้าหรือการรับบริการ เกิดจากพัฒนาการของแนวคิดที่เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจการค้า ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงเวลาสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่การให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคอย่างเข้มข้น เริ่มตั้งแต่ช่วงที่เป็นยุคแห่งความเฟื่องฟูของระบบเศรษฐกิจแบบเสรี และนำมาสู่ยุคเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่ให้อำนาจแก่รัฐเข้าสู่กระบวนการแทรกแซงที่เรียกว่า รัฐสวัสดิการ

5.1 แนวคิดกฎหมายในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี

นักเศรษฐศาสตร์ที่สนับสนุนให้เกิดระบบการค้าขายแบบเศรษฐกิจเสรี (Laissez Fair) คือ นายอดัม สมิท (Adam Smith ค.ศ. 1723-1790) ชาวอังกฤษที่เชื่อว่าระบบเศรษฐกิจที่ดี คือ เสรีภาพและการไม่ถูกแทรกแซง รัฐห้ามเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการค้าของภาคเอกชน โดยตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์หรือผู้บริโภค คือบุคคลที่มีความสามารถในการเลือกและการบริโภคสินค้า ซึ่งสิทธิการเลือกซื้อสินค้าหรือการรับบริการเป็นสิทธิส่วนตัวเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคต้องแสดงความรับผิดชอบความระมัดระวังในการซื้อหรือการบริโภคสินค้าเองฝ่ายเดียว ตามหลักในกฎหมายโรมันที่เรียกว่า “Caveat Empter”²⁷ หรือ Let The Buyer Beware แปลว่า การซื้อขายนี้ ผู้ซื้อต้องระวังหากมีความเสียหายในทรัพย์สินที่ซื้อขาย โดยความเสียหายนั้นจะตกเป็นของผู้ซื้อเอง” ซึ่งแนวคิดที่ก่อให้เกิดกฎหมายที่เข้ามาผสมผสานกับแนวคิดในทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Theory of Law) สรุปได้ว่า ระบบเศรษฐกิจที่ดีคือ

²⁷Caveat Empter แปลว่า หลักผู้ซื้อต้องระวัง เป็นหลักการที่ผู้ขายอาจไม่ต้องรับผิดชอบ ในบางกรณี ถ้าผู้ซื้อได้ล่วงรู้ความชำรุดบกพร่องหรือควรจะรู้หากใช้ความระมัดระวัง

- 1) มีการแบ่งแยกการใช้แรงงาน ตามความรู้ความสามารถของตน (Division and Specialization of Labour)
- 2) มีการประดิษฐ์คิดค้น เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการผลิต โดยเฉพาะการนำเครื่องจักรทดแทนแรงงาน (Labour Saving Machinery)
- 3) มีการสั่งสมของเงินทุนและผลกำไรจากกิจกรรมของระบบนายทุน (Capitalist Profits)

ซึ่งแนวคิดของนายอดัม สมิท ปรากฏในหนังสือ “**The Wealth of Nations 1776**” (หนังสือ **An Inquiry in to the Nature and Causes of the Wealth of Nations ค.ศ. 1776**) ที่ให้ความสำคัญต่อระบบปัจเจกชนนิยม (Individualism) บุคคลมีสิทธิและเสรีภาพในการประกอบกิจการค้า โดยเชื่อว่าบุคคลทุกคนมีความเสมอภาค และเท่าเทียมกัน รัฐบาลมีพันธกรณีเพียงให้ความเคารพและให้ความคุ้มครองในสิทธิต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลเป็น แนวคิดต้นแบบของการก้าวสู่การเปลี่ยนผ่านจากระบบกษัตริย์มาเป็นระบบประชาธิปไตย ทำให้ระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจแบบเสรีถูกลดระดับการคุ้มครองลง กฎหมายที่ฝ่ายนิติบัญญัติตราขึ้นส่วนใหญ่จึงเป็นการยอมรับในระบบเศรษฐกิจแบบการค้าเสรีมากกว่าที่จะมุ่งคุ้มครองผู้บริโภค เช่น หลักเสรีภาพของบุคคลในการทำสัญญา (Freedom of Contract) ที่สอดคล้องกับแนวคิดปัจเจกชนนิยม ที่ให้ทุกคนมีอิสระที่จะกระทำการใดเพื่อตนเอง และคนทุกคนมีความเสมอภาคกัน ทั้งในฐานะและความรู้²⁸ เมื่อตกลงทำสัญญากันอย่างไรแล้ว ก็จะต้องมีการปฏิบัติตามสัญญาเสมอกันอย่างเคร่งครัด (Sanctity of Contract) ส่วนเมื่อเกิดความเสียหายขึ้นนั้น ก็ต้องใช้หลักที่ว่า “ผู้ซื้อต้องระวัง” (Caveat Emptor หรือ Let the Buyer Beware)²⁹ กล่าวคือ “ถ้าผู้ซื้อปราศจากความระมัดระวัง หรือ ขาดความรอบคอบในการที่จะ

²⁸ ขวัญชัย สันตสว่าง, กฎหมายป้องกันการผูกขาดทางเศรษฐกิจและการคุ้มครองผู้บริโภค (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549), หน้า 3.

²⁹ นิโรธ เจริญประกอบ, “การบังคับใช้กฎหมายกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในด้านฉลาก ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522,” (วิทยานิพนธ์-นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2541), หน้า 12.

ตรวจสอบในเวลาได้รับมอบสินค้าจากผู้ขายแล้ว ถ้าภายหลังจากมีการส่งมอบแล้วเกิดความบกพร่องขึ้น ผู้ซื้อที่เป็นคู่สัญญาต้องรับภาระเอาความเสียหายนั้นเอง โดยไม่อาจเรียกร้องเอาจากผู้ขายได้ เพราะทุกคนมีหน้าที่ในการปกป้องซึ่งผลประโยชน์ของตนเอง” ซึ่งหลักการนี้ได้รับการยอมรับเป็นวงกว้างโดยบุคคลที่เป็นคู่สัญญาต่างฝ่ายต่างมีหน้าที่ที่จะต้องปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง

หลักการผู้ซื้อต้องระวังนั้น มีความสำคัญในการออกกฎหมายที่เกี่ยวกับการค้าและการพาณิชย์มากระยะหนึ่ง เพราะความเติบโตทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการและเพราะสาเหตุที่ในประเทศนั้น ๆ ต้องการเงินลงทุนเพื่อพัฒนาประเทศให้เจริญมากขึ้น จึงทำให้เกิดการสนับสนุนและยอมรับต่ออำนาจของผู้ประกอบการ แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการออกกฎหมาย จึงมุ่งที่จะเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจ สนับสนุนการแข่งขันทางการค้า มากกว่าที่จะคำนึงถึงการคุ้มครองและดูแลสิทธิของผู้บริโภค ในสังคม รัฐในสมัยนั้นจึงเน้นการนำแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ของนายอดัม สมิท ซึ่งได้รับการยอมรับและถือปฏิบัติกันมาช่วงหนึ่ง โดยผสมกับแนวคิดทางกฎหมายดังต่อไปนี้

1) กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่ใครจะละเมิดหาได้ไม่ เจ้าของที่หามาได้ซึ่งทรัพย์สินย่อมมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นทุกประการซึ่งมีที่มาจากทฤษฎีของจอห์น ลอค ที่ว่า “ ทรัพย์สินส่วนบุคคลช่วยทำให้บุคคลนั้นมีศักดิ์ศรีและมีเสรีภาพมากขึ้น”³⁰ แนวคิดนี้ได้รับการรับรองและประกาศในปฏิญญาว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและพลเมือง ค.ศ. 1789 ของฝรั่งเศส โดยมีเนื้อหากฎหมายที่สำคัญคือสิทธิในทางทรัพย์สินเป็นสิทธิที่จะพรากไปจากบุคคลไม่ได้ กรรมสิทธิ์เป็นสิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์และไม่อาจจำกัดโดยอายุความและกรรมสิทธิ์เป็นสิทธิที่ละเมิดไม่ได้และมีความศักดิ์สิทธิ์ (Un Droit Inviolable et Sacre)”³¹

³⁰ปรีดี เกษมทรัพย์, คำบรรยายหลักกฎหมายแพ่งทั่วไป ชุด 1 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยสังฆภัณฑ์, 2515), หน้า 19.

³¹อุกฤษ มงคลนาวิน, “กรรมสิทธิ์ตามกฎหมายฝรั่งเศส,” บทบัณฑิตย 29, 3 (พฤศจิกายน, 2515): 579.



2) หลักความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนา (Autonomy of Will) หรือ เสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) หลักการนี้เกิดจากความสมัครใจ การใช้ อิสระอย่างเต็มที่ของบุคคลฝ่ายหนึ่งในการตกลงเข้าทำสัญญา กับบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งโดย ยอมรับในเงื่อนไขแห่งสัญญา ผลแห่งนิติสัมพันธ์จะผูกพันเฉพาะกับคู่สัญญาเท่านั้น ไม่ผูกพันบุคคลอื่นนอกสัญญา มูลเหตุแห่งทฤษฎีนี้เชื่อว่า เสรีภาพคือจุดเริ่มต้นของ ความ ยุติธรรม ต่างฝ่ายต่างยอมรับเงื่อนไขในสัญญา ๆ ที่เกิดขึ้นจึงชอบด้วยกฎหมาย เพราะไม่ได้เป็นการบังคับจิตใจ แนวคิดนี้ปรากฏในประมวลกฎหมายแพ่งฝรั่งเศส หรือ ประมวลกฎหมายนโปเลียนของฝรั่งเศส (Code of Napoleon) มาตรา 1134 เนื้อความว่า “ความตกลงที่ทำขึ้นโดยชอบด้วยกฎหมาย ย่อมมีผลใช้บังคับแก่ผู้ที่ทำความตกลงนั้น”³²

3) ความรับผิดชอบในทางละเมิด ประกอบด้วยทฤษฎีหลัก ๆ คือทฤษฎีรับผิดชอบเมื่อ กระทำความผิด (Fault Theory) สำคัญสำคัญของทฤษฎีคือ หน้าที่ในการพิสูจน์ความผิด เป็นของผู้กล่าวอ้างหรือผู้เสียหายที่จะต้องพิสูจน์ให้ได้ความว่า ผู้ถูกฟ้องหรือจำเลยเป็น ผู้กระทำความผิด โดยต้องเป็นการกระทำที่เกิดจากเจตนาหรือเกิดจากความประมาทเลินเล่อ ในการทำละเมิด ซึ่งทฤษฎีนี้บุคคลจะต้องรับผิดชอบเมื่อเขากระทำความผิดทางศีลธรรมหรือ กระทำความชั่ว ถ้ามิได้กระทำความชั่วก็ไม่ต้องรับผิดชอบและต้องเป็นการรับผิดชอบเพื่อตนเอง

โดยทั่วไปแล้ว หลักเกณฑ์ในความรับผิดชอบทางละเมิดนั้นจะเป็นความรับผิดชอบ ทางแพ่ง อันเป็นไปตามกฎหมายเอกชนที่กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิและหน้าที่ของ เอกชนที่จะพึงมีต่อกัน แต่ถึงอย่างไรก็ตามการกระทำอันเป็นความผิดอาญามักจะเป็น ความรับผิดชอบทางละเมิดด้วยเสมอ เนื่องจากการกระทำความผิดอาญานั้น นอกจากกระทบ- กระเทือนต่อชุมชน ต่อความสงบสุขของส่วนรวมแล้ว ยังเป็นการก่อความเสียหายต่อ เอกชนเป็นการส่วนตัวด้วยเสมอ³³ ซึ่งจะเห็นว่า ทฤษฎีดังกล่าวเป็นอุดมคติของสังคม³⁴

³²วิชา มหาคุณ, “ทฤษฎีกฎหมาย,” วารสารกฎหมาย 1, 3 (กันยายน 2517): 75.

³³สุมาลี วงษ์วิฑิต, กฎหมายว่าด้วยละเมิด จัดการงานนอกสั่ง ลากมิกควรได้ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546), หน้า 23.

³⁴นิโรธ เจริญประกอบ, เรื่องเดิม, หน้า 16.

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ถึงต้นศตวรรษที่ 20 ซึ่งนักนิเวศศาสตร์ต่างเชื่อว่าเป็นสัจธรรมสูงสุดที่ใครหรือผู้ใดจะล่วงละเมิดหาได้ไม่

5.2 ทฤษฎีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่

ภายหลังจากระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ได้ให้ความสำคัญต่อความเท่าเทียมในการรับรู้ของผู้บริโภคและเชื่อมั่นในการใช้หลักเสรีภาพในการทำสัญญา รัฐในฐานะผู้ปกครองของประชาชนในสังคม ไม่อาจที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยวหรือแทรกแซงในระบบการค้าการพาณิชย์ดังกล่าวได้ เนื่องจากการให้อิสระแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือการรับบริการ การตกลงทำสัญญาใดผู้บริโภคมีสิทธิ มีอิสระที่จะทำสัญญาอย่างใดก็ได้ ซึ่งเมื่อตกลงกันเช่นใดแล้วต้องบังคับตามสัญญานั้นโดยเคร่งครัด ปรากฏว่าการที่รัฐไม่เข้าแทรกแซงทำให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนและทำให้ผู้ประกอบการฝ่ายที่มีพลังทางเศรษฐกิจมากกว่าใช้ความได้เปรียบในฐานะทางการเงินทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับความเดือดร้อน เกิดความไม่เป็นธรรมในทางการค้า เกิดระบบผูกขาดทางการค้า ซึ่งในปี ค.ศ. 1930 ประเทศในแถบตะวันตกได้เริ่มนำแนวคิดใหม่มาพัฒนาให้เกิดระบบการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรมควบคู่กับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ แนวคิดสวัสดิการสังคม (Social Welfare) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของระบบเศรษฐกิจเสรีสมัยใหม่ (Modern Capitalism) เป็นการสนับสนุนแนวคิดของนายจอห์น เมย์นาร์ด เคนส์ นักเศรษฐศาสตร์ ที่มีชื่อเสียงในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 (ปี ค.ศ. 1936) ซึ่งริเริ่มแนวคิดเศรษฐกิจที่เรียกว่า “รัฐสวัสดิการ” เพื่อเป็นการประนีประนอมและหาช่องทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและการคุ้มครองผู้บริโภค ไปพร้อม ๆ กัน ได้รับการยอมรับถึงขนาด มีการนำแนว ความคิดของเคนส์ จัดตั้งสภาที่ปรึกษาทางเศรษฐกิจ (Council of Economic Advisor) ขึ้น โดย แนวคิดที่สำคัญของเคนส์ อธิบายดังต่อไปนี้

1) ธรรมชาติของมนุษย์โดยแท้แล้วต่างมีความต้องการไม่สิ้นสุด มีความเห็นแก่ตัว ต้องการมีทรัพย์สินจำนวนมาก ต้องการความมั่งคั่งจึงต้องให้การรับรองถึงหลักที่ว่าด้วยเสรีภาพในการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน โดยหากผู้ประกอบการสามารถที่จะสร้างให้มีทรัพย์สินได้มากเพียงใด ก็ต้องให้ได้กรรมสิทธิ์รัฐจะปฏิเสธหรือไม่รับรองในการมีกรรมสิทธิ์ของผู้ประกอบการนั้นหาได้ไม่

2) สิ่งที่จะทำให้สังคมมีความสุข พร้อมไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ คือ ต้องมีการบริหารจัดการที่ชัดเจน โดยเฉพาะภาครัฐมีบทบาทในการจัดสรรให้ การดำเนินธุรกิจต้องเป็นไปตามกลไกตลาด แต่ต้องไม่ใช่การผูกขาด หรือการใช้อำนาจ แบบเผด็จการ รัฐควรมีการคำนึงถึงหลักการสร้างประโยชน์แก่ผู้เป็นแรงงาน และมีหลักประกันที่ดีในการจัดสรรการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดพร้อมทั้ง ดูแลปกป้องคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

แนวคิดของเคนส์นั้น ถือว่าได้รับความนิยมในศตวรรษที่ 20 อย่างมาก โดย เป็นการให้ความสำคัญแก่อนาจรัฐในการเข้าแทรกแซงการประกอบธุรกิจของเอกชน ตามสมควร เพื่อพิทักษ์การแข่งขันอย่างเป็นธรรม เพื่อประโยชน์สาธารณะและเพื่อ การคุ้มครอง ผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการในการถูกแสวงหา ประโยชน์แต่ฝ่ายเดียว³⁵ ซึ่งแนวคิดในยุคนี้นำให้เกิดทฤษฎีกฎหมายที่สำคัญกับผู้บริโภค

1) การละเลยต่อเสรีภาพของบุคคลในการทำสัญญา สืบเนื่องจากการใช้ แนวคิดและทฤษฎีกฎหมายแบบเดิมที่ให้ผู้บริโภค สามารถใช้เสรีภาพในการตัดสินใจ เลือกที่จะทำการก่อนตัดสินใจกับผู้ประกอบการหรือไม่นั้น เป็นสิ่งที่บางครั้ง ผู้บริโภคอาจไม่มีความเข้าใจหรือไม่มีความรู้เพียงพอ ซึ่งทำให้เกิดผลเสียโดยหลักการ มีเสรีภาพในการทำสัญญาสมควรที่จะนำมาใช้เฉพาะแก่บุคคลซึ่งมีความรู้ ความเข้าใจ ในระดับเดียวกัน เท่าเทียมกัน อีกทั้งในบางครั้งผู้ได้รับความเสียหายอาจไม่ใช่คู่สัญญา แต่เป็นบุคคลอื่นที่ได้ใช้หรือบริโภคสินค้าโดยมิได้เข้าทำสัญญาด้วยก็ได้ ดังนั้น เพื่อ เป็นการเยียวยาความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจริงแก่ผู้บริโภคตามความเป็นจริง จึงมี ความจำเป็นที่รัฐต้องก้าวเข้ามาเพื่อจำกัดการใช้เสรีภาพของบุคคลในการเข้าทำสัญญา และเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากข้อตกลงในสัญญา จึงต้องละเลยหรือไม่ให้ความสำคัญต่อ หลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract)

³⁵Richard H. Buskirk and James T. Rothe, "Consumerism: An Interpretation,"

2) การใช้บทสันนิษฐานความรับผิดในทางละเมิด หรืออาจเรียกว่า ทฤษฎีความรับผิดโดยเด็ดขาดในทางละเมิด (Strict Liability) ซึ่งเป็นหลักการที่แตกต่างจากทฤษฎีความรับผิดเมื่อมีความผิดในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี โดยความสำคัญของทฤษฎีนี้ เป็นการสร้างเกราะป้องกันและการผลักภาระในการพิสูจน์ด้วยพยานหลักฐานของฝ่ายผู้บริโภค ซึ่งในการกล่าวอ้างว่าผู้ประกอบการมีความจงใจหรือมีความประมาทเลินเล่อหรือไม่ในการผลิตสินค้า เป็นสิ่งที่ยากต่อการพิสูจน์เพราะความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นคนสุดท้ายของการบริโภคนั้น การพิสูจน์เหตุแห่งความบกพร่องนั้นไม่อยู่ในวิสัยของผู้บริโภคที่จะรู้ได้ ฉะนั้นทฤษฎีนี้ ให้สันนิษฐานก่อนว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้กระทำความผิด และหากผู้ประกอบการจะกล่าวอ้างว่าตนไม่มีความผิด ก็สามารถอ้างได้โดยเหตุผลดังนี้

- (1) พิสูจน์ว่าผู้บริโภคใช้สินค้าไม่ถูกวิธี ทั้งที่มีคำอธิบายวิธีใช้ไว้แล้ว
- (2) พิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากความประมาทเลินเล่อของผู้บริโภค
- (3) พิสูจน์ว่าความชำรุดบกพร่องมิได้มีอยู่ในขณะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือผลิตกันขึ้น หากแต่เกิดความชำรุดบกพร่องขึ้นเพราะการกระทำของบุคคลอื่นซึ่งผู้ผลิตหาจำต้องรับผิดชอบด้วยไม่ เป็นต้น³⁶

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลที่มีอยู่ตามปกติ เป็นสิทธิที่มีการยอมรับให้ปรากฏเป็นลายลักษณ์อักษรเมื่อช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยการนำของประธานาธิบดีจอห์น ฟิตซ์เจอร์ลด์ เคนเนดี (John Fitzgerald Kennedy--JFK) หรือ จอห์น เอฟ. เคนเนดี แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งสอดคล้องต่อบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่ยืนยันสิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค³⁷

³⁶ สุชม ศุภนิตย์, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 10-12.

³⁷ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550, มาตรา 61.

6. สิทธิผู้บริโภคในการรับรู้ฉลากคาร์บอน

การรับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง อันจะเป็นการเพิ่มพูนให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ คือ การที่ผู้ประกอบการมีการแสดงข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งความเป็นมาของสิทธิผู้บริโภคที่มีต่อการรับรู้ฉลากคาร์บอนเริ่มจากการให้ความสำคัญต่อการแสดงข้อมูลด้วยฉลากสินค้า ความจำเป็นในการแสดงข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังเนื่องจาก ผู้บริโภคย่อมไม่อาจรู้ได้ว่าสินค้าหรือบริการที่ตนได้รับนั้น มีคุณหรือมีโทษต่อสุขภาพ ชีวิต อนามัยของตนหรือคนในครอบครัวอย่างไร เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิในการรับรู้ข้อมูลดังกล่าว จึงมีการยกระดับและฐานะของผู้บริโภคให้เกิดความรู้เท่าทันการแสดงผลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับจะมีทั้งข้อมูลที่เชื่อถือได้ 100% หรืออาจไม่ได้ 100% ก็ตาม ในประเทศฝรั่งเศสมีมาตรการควบคุมการให้ข้อมูลข่าวสาร 2 ระดับ คือ

1) การให้ข้อมูลที่เป็นมาตรการบังคับ โดยกฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบการต้องแสดงผลข่าวสารขั้นต่ำให้ผู้บริโภคทราบ ได้แก่ กฎหมายฉบับลงวันที่ 12 ตุลาคม ค.ศ. 1972 มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้าอาหารที่มีการบรรจุหีบห่อ โดยในฉลากสินค้าต้องแสดงรายละเอียด เช่น ชื่อผู้ผลิต ชื่อผู้จำหน่าย ชื่อร้านค้าที่รับผิดชอบ ปริมาณของสินค้า ส่วนประกอบของอาหาร และภาษาที่ใช้บนฉลากต้องเป็นภาษาฝรั่งเศสที่อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย นอกจากนี้ในประเทศฝรั่งเศสมีการออกกฎหมายที่เกี่ยวกับการใช้รถยนต์มือสอง เป็นกฎหมายฉบับลงวันที่ 11 ตุลาคม 1978 ระบุเงื่อนไขที่สำคัญ คือต้องมีการแสดงรายละเอียดของรุ่นรถยนต์ ปีที่ผลิต ราคาจำหน่าย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภครถยนต์มือสอง ให้ได้รับความเป็นธรรมในการรับรู้ถึงสภาพของรถยนต์

2) การให้ข้อมูลที่เป็นมาตรการสมัครใจ ข้อมูลประเภทนี้ไม่มีการบังคับเพียงแต่เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการอาจจะให้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกสินค้าของผู้บริโภค เช่น มาตรฐานความอร่อย มาตรฐานความสะอาด รวมตลอดถึงมาตรฐานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

ฉะนั้น การใช้ฉลากคาร์บอนในปัจจุบันจึงเข้าเงื่อนไขใน ข้อ 2) ถือเป็นข้อมูลที่เกิดจากความสมัครใจ โดยเป็นสิทธิเสรีภาพของผู้ประกอบการที่จะเปิดเผยข้อมูลคาร์บอนไดออกไซด์หรือไม่ก็ได้

การรับรู้ฉลากคาร์บอนในประเทศไทย ถือว่าเป็นการรับรู้แนวใหม่ ที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการขยายความคุ้มครองเพิ่มขึ้นจากการคุ้มครองการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเดิมในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาประชาธิปก รัชกาลที่ 7 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้ทรงดำริให้มีการบัญญัติกฎหมายขึ้นเพื่อคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของเด็กทารกเป็นการเฉพาะคือ พระราชบัญญัติหางน่านม พ.ศ. 2470 เนื่องจากทรงเห็นว่า หางน่านมไม่เหมาะที่จะให้ผู้บริโภคที่เป็นเด็กทารกรับประทาน เพราะการนำไปเลี้ยงทารกไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย และไม่ได้ทำให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงแต่จะทำให้เกิดโรคร้ายแรง³⁸ ซึ่งต่อมาพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ถูกยกเลิกและเปลี่ยนชื่อเป็น พระราชบัญญัติควบคุมอาหาร พ.ศ. 2484 แทน ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้สรุปเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

พ.ศ. 2514 สภาสตรีแห่งประเทศไทย จัดตั้งคณะกรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภค ซึ่งเป็นการริเริ่มของสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ (International Organization of Consumers Unions--IOCU) ที่เกิดจากการรวมตัวของสมาคมผู้บริโภคหลาย ๆ ประเทศ สำนักงานใหญ่ ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์

พ.ศ. 2519 รัฐบาลสมัย ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีพลตรีประมาณ อติเรกสาร เป็นประธานกรรมการ

พ.ศ. 2522 รัฐบาลสมัย พลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ บัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฉบับแรก เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2522 ซึ่งมีผลบังคับใช้เป็นกฎหมาย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 และในวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2522 จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี

³⁸ สุขุม สุภณิตย์, เรื่องเดิม, หน้า 24-26.

จากเหตุการณ์ดังกล่าว สิทธิตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับ พ.ศ. 2522 นี้ จึงเป็นบทกฎหมายที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและเอกชนซึ่งมีความผูกพันต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเพื่อให้เกิดการแข่งขันการค้าที่เป็นธรรม ให้การคุ้มครองแก่สิทธิประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ไม่มีอำนาจในการต่อรองหรือมีอำนาจต่อรองน้อยกว่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งสิทธิสำคัญในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2541) ประกอบด้วยสิทธิสำคัญของผู้บริโภค ดังนี้

1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (Right to be Inform) หมายถึง สิทธิที่จะได้รับการโฆษณา หรือ การแสดงฉลากตามความเป็นจริง และปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึง สิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิด ในการซื้อสินค้าโดยไม่เป็นธรรม หมายความว่า ข้อมูลจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และตัดสินใจเลือกบริโภคเพื่อประโยชน์ส่วนตน ซึ่งบางกรณีรัฐมีความจำเป็นต้องกำหนด มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการให้ข้อมูลเพื่อความเป็นธรรมและเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะที่เรียกว่า การควบคุมด้วยฉลากสินค้าของสินค้าที่ถูกควบคุม

2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า หรือบริการ (Right to Choose) คือ สิทธิที่ผู้บริโภคสามารถที่จะใช้ข้อมูลที่ปรากฏจากฉลากหรือการให้ข้อมูลด้วยวิธีอื่น ในการตัดสินใจด้วยความสมัครใจ ตามหลักในเรื่องของเสรีภาพในการเลือกบริโภค สินค้า ไม่ใช่ถูกชักจูง บังคับให้เลือกซื้อหรือบังคับให้ทำสัญญาโดยที่ผู้บริโภคไม่มี เจตนาที่จะสนองรับสัญญาที่เอาเปรียบตน เป็นต้น ซึ่งเสรีภาพในการเลือกซื้อเป็น การยอมรับโดยปริยายว่าระบบเศรษฐกิจที่ดีคือ อิสระและเสรีภาพของบุคคลหรือ ผู้บริโภคที่จะเลือกทำตามที่ปรารถนาตามแนวคิดในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี (Laissez Fair) ที่ให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและเท่าเทียมกันของทุกคน

3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (Right to Safety) หมายความว่า ผู้บริโภคย่อมมีสิทธิในการได้รับสินค้าที่มีมาตรฐาน มีความปลอดภัยต่อชีวิต ร่างกาย ถ้าผู้บริโภคได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขและขั้นตอนที่มีการแจ้งในฉลาก ความปลอดภัยที่ชัดเจน เช่น กลุ่มของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ต้องมี การกำหนดมาตรฐานจากโรงงานผู้ผลิต เนื่องจากโดยสภาพสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่

อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ด้วยสภาพ เพราะเป็นการใช้พลังงานไฟฟ้าซึ่งหากสินค้าไม่มีมาตรฐาน ไม่มีเครื่องหมายรับรองย่อมจะก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการใช้สินค้า จึงมีการออกมาตรการในการควบคุมมาตรฐานเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความปลอดภัย

4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (Right to Fair Contract)

หมายความว่า สิทธิที่ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบในการทำสัญญาจากผู้ประกอบธุรกิจ เป็นการทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ซึ่งโดยสภาพของตัวสัญญาจะมี 2 สถานะ คือ ในสถานะประการแรกคือ การกำหนดคุณภาพของสินค้า จะดีหรือไม่อย่างไรต้องเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญา และอีกสถานะหนึ่งคือ สัญญาที่ชอบที่ถูกต้องไม่เป็นการสร้างภาระผูกมัดการซื้อหาสินค้าอื่น ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้า

5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย (Right to be Leads)

หมายความว่า หากมีกรณีที่เกิดความเสียหายขึ้น หรือ มีการละเมิดต่อสิทธิของผู้บริโภคต่าง ๆ สิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคจะได้รับคือ การเยียวยาความเสียหาย เพื่อให้กลับคืนสู่สถานะเดิมมากที่สุดตามหลักเดียวกันกับหลักละเมิดทั่ว ๆ ไป แต่ข้อดีของการใช้หลักละเมิดทั่วไปคือ ภาระการพิสูจน์ ซึ่งหากผู้ใดกล่าวอ้าง ผู้นั้นมีหน้าที่นำสืบ หลักการนี้ไม่อาจนำมาใช้กับหลักในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค รัฐจึงต้องบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น เพื่อให้สิทธิแก่ผู้บริโภคเพิ่มเติมในเรื่องของการนำภาระการพิสูจน์ที่เรียกว่าหลัก Res Ipsa Loquitur คือ ผู้ประกอบการเป็นผู้พิสูจน์เพื่อให้ตนพ้นผิดจากการที่มีข้อสันนิษฐานตามกฎหมายให้ผู้ประกอบการเป็นผู้มีความผิดก่อน ตามหลักในเรื่องความรับผิดโดยเคร่งครัด (Strict Liability)

สิทธิผู้บริโภคทั้งห้าประการข้างต้น จึงเป็นหลักประกันความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยเฉพาะการรับข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่กฎหมายอาจจะให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคเพิ่มเติมในยุคแห่งภาวะโลกร้อนได้ ซึ่งผลของภาวะโลกร้อนนี้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตสุขภาพและ ความเป็นอยู่ของผู้บริโภค การที่ผู้ประกอบการไม่ได้แสดงความรับผิดชอบร่วมในการแสดงข้อมูลค่าคาร์บอนอาจไม่เหมาะสมกับสังคมในปัจจุบัน

ภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นหากยังไม่มี การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ ในการบริโภคสินค้า การขาดจิตสำนึกและจริยธรรม (Unethical) ในการยับยั้งพฤติกรรม ที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมต่อสภาวะแวดล้อม เมื่อสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจาก การที่โรงงานมีกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดก๊าซพิษขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ โดยในสมัยก่อน ยังไม่มีการคิดค้นทางวิทยาศาสตร์ในการแก้ไขเยียวยาการเพิ่มขึ้นของก๊าซพิษคงมีเพียง การค้นหาวิธีการในการเพิ่มกำลังการผลิตมากกว่า ทำให้มีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติ มาใช้อย่างฟุ่มเฟือย และไม่มีการคำนวณต้นทุนความเสียหายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ทำให้ต้องมีการจัดทำอนุสัญญาระหว่างประเทศเพื่อนำมาซึ่ง การคุ้มครองและรักษาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะมาตรการคุ้มครองสภาพภูมิอากาศในระดับ ระหว่างประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ³⁹ อย่างยั่งยืน

ฉะนั้น การสร้างมาตรการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักรู้ถึงปัญหาภาวะ โลกร้อน จึงเป็นสิ่งที่ควรมีการพัฒนา เนื่องจากการพัฒนาเป็นกระบวนการทางสังคม ที่มนุษย์ในสังคมจึงพยายามปรับสภาพความเป็นอยู่ของตน การพัฒนาเป็นเป้าหมาย ที่สำคัญของทุกสังคม⁴⁰ แต่จะให้คำจำกัดความโดยทั่วไปที่ใช้ได้กับทุกสังคมตรงกัน เสียทีเดียวก็ไม่ง่ายนัก เพราะเป็นเรื่องที่สังคมและค่านิยมที่แตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อ การพัฒนาไปอยู่กับกิจกรรมใดแล้วเช่น ทางเศรษฐกิจ สังคม ก็จะให้ความหมาย ไปในทางที่ดีขึ้น

การใช้ฉลากคาร์บอนจึงเป็นอีกมาตรการหนึ่งในการก่อให้เกิดการพัฒนาของ สังคมสู่สังคมบริโภคสินค้าคาร์บอนต่ำ ซึ่งการทำให้เกิดกระบวนการในการบริโภค สินค้าที่มีการแสดงปริมาณค่าคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากกระบวนการผลิตนั้น ย่อมเป็นการพัฒนาแนวคิดในการแสดงการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือผู้บริโภค

³⁹นิรมล สุธรรมกิจ, ชโลธร แก่นสันติสุขมงคล และสุจิตรา วาสนาดำรงดี, ทิศทางของพิธีสารเกียวโตและอนุสัญญาบาเซล บทวิเคราะห์การเจรจาด้านการค้าและ สิ่งแวดล้อม (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ศ. เจริญการพิมพ์, 2551), หน้า 15-16.

⁴⁰สุมาลี วงษ์วิทิศ, กฎหมายเพื่อการพัฒนาสังคม (Principle Law for Development) (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551), หน้า 20.

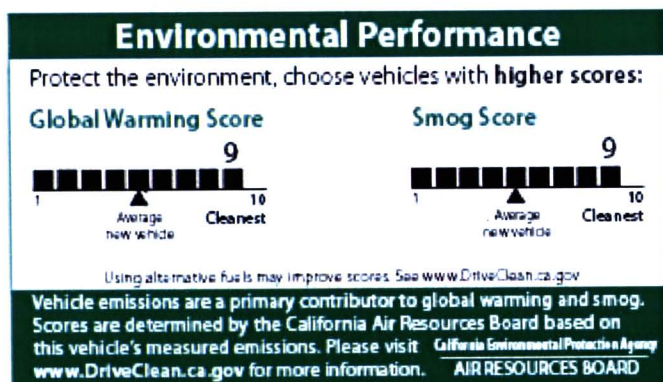
ในสังคมให้ตระหนักในการคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปด้วย
ในคราวเดียวกัน

7. การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในต่างประเทศ กับฉลากคาร์บอน

การกำหนดฉลากคาร์บอนที่ใช้อย่างแพร่หลายในต่างประเทศถูกกำหนดขึ้นตาม
วัตถุประสงค์ที่แตกต่าง เช่น ในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและเยอรมนีใช้มาตรฐานกลาง
ที่ใช้ทั่วโลก แต่ในประเทศสหราชอาณาจักร (อังกฤษ) สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น รวมทั้ง
ประเทศไทย มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อประเทศนั้น ๆ

7.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

คณะกรรมการว่าด้วยสภาพอากาศแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย (California Air
Resources Board--CARB) มีการพิจารณาออกมาตรการทางกฎหมายเมื่อปี พ.ศ. 2552
กำหนดให้ยานพาหนะใหม่ทุกคันต้องมีการแสดงฉลากแสดงปริมาณการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติมเข้าไปในฉลากเดิมที่แสดงเพียงปริมาณการปล่อยควันพิษ
(Smog Index Label) โดยฉลากสำหรับยานพาหนะในรัฐแคลิฟอร์เนียใช้ชื่อว่า
Environmental Performance Label (EP Label) ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ฉลากคาร์บอนสำหรับยานพาหนะ

จากภาพเป็นการแสดงค่ากลางซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก และควันพิษจากพาหนะทุกชนิดใน 2 รูปแบบ โดยข้อมูลในฉลากประกอบด้วย

1) ตัวเลขแสดงการปล่อยค่าภาวะโลกร้อน (Global Warming Score) ประเมินจากการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4 ชนิด คือ ไนตรัสออกไซด์ (N_2O) มีเทน (CH_4) สารทำความเย็นในระบบปรับอากาศ (A/C Refrigerant) และคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ซึ่งเกิดจากการใช้ยานพาหนะและการผลิตเชื้อเพลิงที่ใช้สำหรับพาหนะดังกล่าว

2) ตัวเลขแสดงการปล่อยค่าควันพิษ (Smog Score) ประเมินจากการปลดปล่อยควันพิษ 3 ชนิด คือ สารประกอบอินทรีย์จำพวก Non Methane Organic Gases (NMOG) ออกไซด์ของไนโตรเจน (NO_x) และไฮโดรคาร์บอน (HC) ซึ่งเกิดจากการใช้ยานพาหนะ⁴¹

นอกจากนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีการตระหนักถึงการมีส่วนร่วมต่อการแก้ไขปัญหาก๊าซเรือนกระจก จึงได้มีการออกร่าง Carbon Labeling Act of 2009 เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำฉลากคาร์บอนสำหรับสินค้าทั่วไป เพิ่มเติมจากการใช้ฉลาก EP Label อีกด้วย ซึ่งจะได้กล่าวในบทถัดไป

ปัจจุบันรัฐแคลิฟอร์เนียมีการใช้ฉลากคาร์บอน เช่น ฉลาก Low Carbon Seal เป็นฉลากคาร์บอนประเภทที่ไม่มีการระบุจำนวนการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ฉลาก Carbon Score เป็นฉลากคาร์บอนประเภทที่มีการระบุจำนวนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่คิดไว้บนตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะสามารถเปรียบเทียบข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการผลิตสินค้าของระหว่างสินค้าแต่ละชนิดหรือชนิดเดียวกันแต่ตราสัญลักษณ์ต่างกันได้ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคการผลิตปริมาณน้อยที่สุด และฉลาก Carbon Rating เป็นฉลากคาร์บอนที่มีลักษณะคล้ายกับฉลากประหยัดพลังงานในสหภาพยุโรป โดยฉลากคาร์บอนประเภทนี้จะแบ่ง กลุ่มโดยใช้สัญลักษณ์เป็นรูปดาว จาก 1 จนถึง 5 ดาว

⁴¹ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), การขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย, 2552), หน้า 31-33.



หากสินค้าใดได้จำนวนมากหมายถึงสินค้าชนิดนั้น ๆ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ลงได้ในปริมาณมากกว่าสินค้าที่ได้ค่าน้อยลง

7.2 ประเทศสหราชอาณาจักร (อังกฤษ)

ประเทศสหราชอาณาจักร(อังกฤษ)เป็นประเทศแรกๆที่เริ่มใช้มาตรการ
ฉลากคาร์บอน เพื่อสู่เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงที่สุดในสหภาพยุโรป
โดยได้กำหนดที่จะลดปริมาณการปลดปล่อยถึงร้อยละ 26 ในปี ค.ศ. 2020 และ
ร้อยละ 60 ในปี ค.ศ. 2050 รวมถึงยังเป็นประเทศแรกๆที่ออกกฎหมายการเปลี่ยนแปลง
สภาพอากาศ (Climate Change Bill 2007) ตามกรอบการดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือ
ด้านสิ่งแวดล้อมของสหประชาชาติ (United Nations Framework Convention on
Climate Change--UNFCCC) จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานแรกๆที่เริ่มนำฉลากคาร์บอน
ใช้กับผลิตภัณฑ์ คือ ห้างสรรพสินค้าเทสโก้ เมื่อปีพ.ศ. 2550 ภายใต้การได้รับคำปรึกษา
จากองค์กรเอกชนชื่อคาร์บอนทรัสต์

คาร์บอนทรัสต์ (Carbon Trust) เป็นองค์กรเอกชนอิสระและเป็นองค์กรที่
ไม่มุ่งแสวงหากำไร ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ พร้อมทั้งพันธมิตรที่ประกอบด้วย
กระทรวงสิ่งแวดล้อมอาหารและกิจการในชนบท (Department of the Environmental,
Food and Rural Affairs (DEFRA)) และกระทรวงธุรกิจ การสร้างสรรค์ และพัฒนาฝีมือ
(Department for Business, Innovation and Skill (BIS)) ทำหน้าที่ในการพัฒนา
เทคโนโลยีที่ช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Low-Carbon Technology)
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจที่ลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Low-Carbon
Economy) คือ มาตรการใช้ฉลากคาร์บอน (Carbon Label) ซึ่งเป็นฉลากแสดงปริมาณ
การปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากผลิตภัณฑ์ โดยมี 2 ลักษณะ คือ ฉลาก-
คาร์บอนที่แสดงการลดลงของปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และ ฉลากคาร์บอน
ที่แสดงปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จากกระบวนการผลิต ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ฉลากแสดงปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ และฉลากแสดงปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ลดลง

ประเทศสหราชอาณาจักร (อังกฤษ) มีความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงและมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกฎระเบียบทั้งภายในและระหว่างประเทศ⁴² ปัจจุบันได้กำหนดนโยบายที่จะนำประเทศไปสู่เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) อันประกอบ ด้วยนโยบายหลัก 3 ประการคือ

- 1) การลดปริมาณการปล่อยสารที่ทำลายชั้นบรรยากาศ (Cut Carbon Emissions)
- 2) การสร้างองค์ประกอบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Create Conditions for Green Growth)
- 3) การพลิกฟื้นสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง (Resilience to Climate Change)

นอกจากนโยบายแล้ว ยังมีการออกกฎหมายและระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กฎหมายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Act 2007) กฎหมาย ความปลอดภัยด้านพลังงานและเศรษฐกิจสีเขียว (Energy Security and Green Economy Bill 2010) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly) เช่น ระเบียบ

⁴² สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงลอนดอน, รายงานตลาดสินค้า Eco-Friendly ในสหราชอาณาจักร [Online], available URL: http://www.thaitrade.london.com/download/53Eco_Friendly.pdf, 2554 (มีนาคม, 23).

การใช้ส่วน ประกอบที่มีความเสี่ยงในผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Restriction of the use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment--RoHS) ระเบียบการรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Waste Electrical and Electronic Equipment--WEEE) เป็นต้น

ทั้งนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่แสดงฉลากคาร์บอนในประเทศสหราชอาณาจักร (อังกฤษ) มีการทำสำรวจกลุ่มผู้บริโภคถึงความต้องการในการใช้สินค้าที่มีฉลากคาร์บอนทั้งประเภทฉลากลดคาร์บอนและฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ซึ่งปรากฏว่า ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 97 จะเลือกซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมายฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ต่ำ ถ้าสินค้านั้นมีราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย

7.3 ประเทศฝรั่งเศส

ประเทศฝรั่งเศสเป็นอีกประเทศหนึ่งในกลุ่มสหภาพยุโรป ที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาและคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการแสดงให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้ฉลากเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 เป็นการดำเนินการโดยอาศัยความสมัครใจ ดังนั้น จึงทำให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการภาคเอกชนมีการจัดทำฉลากสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย กระทั่งในปี พ.ศ. 2550 รัฐบาลฝรั่งเศสร่วมกับภาคธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ คือ คาสิโนกรุป (Casino Group) ออกฉลากสิ่งแวดล้อมแบบใหม่ ซึ่งมีการแสดงปริมาณของค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์เพิ่มเติมเข้าไปในฉลากเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค เรียกว่า ฉลากคาร์บอน (Carbon Labeling) ได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยและต้องการมีส่วนร่วมในคุ้มครองสภาพภูมิอากาศ ไม่ให้เกิดภาวะโลกร้อนมากเกินไปกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รัฐบาลฝรั่งเศสจึงมีการประกาศแนวทางในการกำหนดให้มีการแสดงฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีแนวโน้มในการออกกฎหมายสิ่งแวดล้อม (The Grenelle Environment) เพื่อเป็นการสื่อข้อมูลที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทั้งหมดไปยังผู้บริโภค ให้มีความชัดเจนและสามารถที่จะแยกแยะความแตกต่างของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องโดยแนวทาง

ในการออกฉลากสิ่ง แวดล้อมของประเทศฝรั่งเศส⁴³ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จะประกอบด้วย

- 1) การกำหนดวิธีการที่เกี่ยวข้องในการวัดผลกระทบของสินค้าต่อ สิ่งแวดล้อม
- 2) กำหนดให้ผู้บริโภคสามารถทราบผลกระทบได้ด้วยการใช้ ดัชนีบ่งชี้ ผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การใช้น้ำ การมีสารพิษ การแสดงค่าคาร์บอน-ฟุตพริ้นท์
- 3) การแยกแยะฐานข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณให้ชัดเจน
- 4) การจัดทำวิธีการคำนวณที่ถูกต้องบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์ และสามารถ ใช้ได้กับทุกผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ

ดังนั้น แม้ว่ามาตรการการออกฉลากคาร์บอนที่เกิดขึ้น จะยังไม่ได้มี การกำหนด ให้มีการบังคับด้วยกฎหมายก็ตาม แต่หากพิจารณาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จากการใช้โลกประสบกับภาวะโลกร้อนเพิ่มขึ้น การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการรักษา และคุ้มครองชั้นบรรยากาศ จึงเป็นสิ่งที่สามารถจะทำให้ผู้บริโภคแสดงการมีส่วนร่วม และอาจพัฒนาสู่มาตรการเชิงบังคับต่อไปเพื่อเป็นการส่งสัญญาณให้ภาคธุรกิจมี การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการ การผลิตให้ดีขึ้น ซึ่งในบทยถัดไป ผู้ศึกษาเห็นว่า กฎหมายที่มีอยู่อาจปรับปรุงและนำมาซึ่งกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการใช้ฉลากคาร์บอนได้

⁴³ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ, ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ คำตอบสุดท้ายของสินค้ารักษ์สิ่งแวดล้อม? [Online], available URL: <http://www.biotech.or.th/th/index.php/knowledge/documents/432-2011-05-06-03-55-51>, 2554 (มีนาคม, 29).