

.εθελούσια αγορά άνθρακα

Παναγιώτης Παπαδημητρόπουλος

.ορισμός

- πρακτική κατά την οποία οργανισμοί, επιχειρήσεις ή άτομα επιλέγουν να αγοράσουν **πιστώσεις άνθρακα** προκειμένου να **αντισταθμίσουν** τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) ή άλλων αερίων του θερμοκηπίου που προκαλούν, μέσω των δραστηριοτήτων τους

.διαδικασία

- Υπολογισμός εκπομπών CO₂
- Αγορά πιστώσεων
- Πιστοποίηση

.πλεονεκτήματα

1. Αντιστάθμιση των εκπομπών CO₂
2. Βελτίωση της περιβαλλοντικής εικόνας
3. Στήριξη βιώσιμων έργων και πρωτοβουλιών
4. Ευέλικτο και προαιρετικό πλαίσιο
5. Δημιουργία αγοράς για βιώσιμες τεχνολογίες και λύσεις
6. Ενίσχυση της παγκόσμιας συνεργασίας
7. Ανάπτυξη της ευαισθητοποίησης για την κλιματική αλλαγή
8. Προετοιμασία για μελλοντικές κανονιστικές υποχρεώσεις

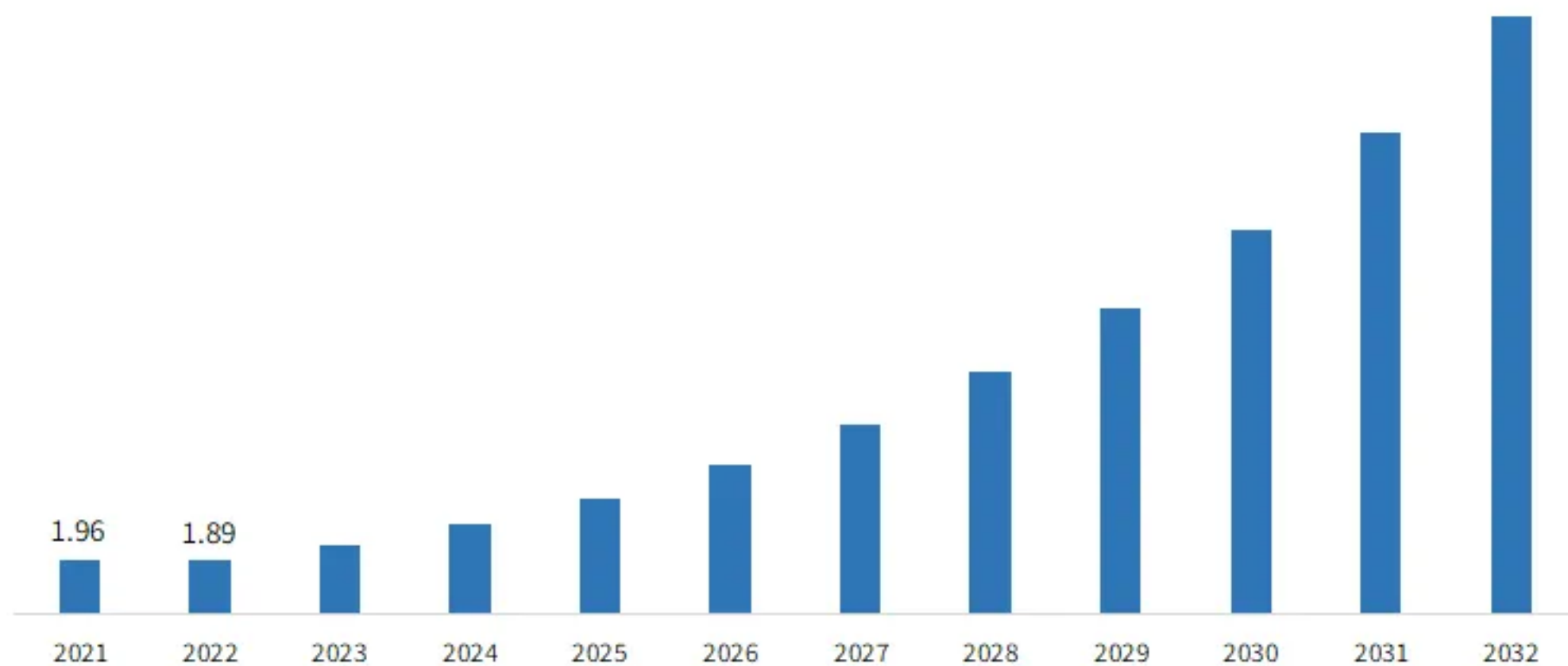
.εμπόδια

1. Αμφιβολίες για την αποτελεσματικότητα των έργων
2. Έλλειψη διαφάνειας και πιστοποίησης
3. Υψηλό κόστος συμμετοχής
4. Δυσκολία στον υπολογισμό των εκπομπών CO₂
5. Μη νομική υποχρέωση και έλλειψη κινήτρων
6. Προβλήματα με τη διάκριση "πραγματικών" από "ψευδείς" αντισταθμίσεις
7. Αντιφατική νομοθεσία και κανονιστικά πλαίσια
8. Αναποτελεσματική κατανομή πόρων
9. Ελλιπής ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση
10. Μη αντιμετώπιση της ρίζας του προβλήματος
11. Ψευδής αίσθηση ασφάλειας

.παράδειγματα

- MICROSOFT
- Google
- Apple
- IKEA
- Delta Airlines
- Unilever
- KLM Airlines

Voluntary Carbon Credit Market Size, 2021 - 2032 (USD Billion)



Source: www.gminsights.com

.ελαστική ζήτηση: η ζήτηση για πιστώσεις άνθρακα θα θεωρείται ελαστική αν οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί αντιδρούν σε αυξήσεις τιμών, περιορίζοντας ή αναβάλλοντας τις αγορές τους και αντίστοιχα αν οι μειώσεις τιμών οδηγούν σε μεγαλύτερη ζήτηση.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

- Τιμή των πιστώσεων άνθρακα
- Εναλλακτικές λύσεις
- Ευαισθησία του κοινού και των καταναλωτών

.ανελαστική ζήτηση: η ζήτηση θα θεωρείται ανελαστική αν οι επιχειρήσεις ή οι οργανισμοί συνεχίζουν να αγοράζουν πιστώσεις άνθρακα ακόμα και αν οι τιμές αυξάνονται σημαντικά.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

- Κανονιστικά και νομικά κίνητρα
- Εταιρική ευθύνη και εμπορική φήμη
- Δημόσια ευαισθητοποίηση

τέλος

