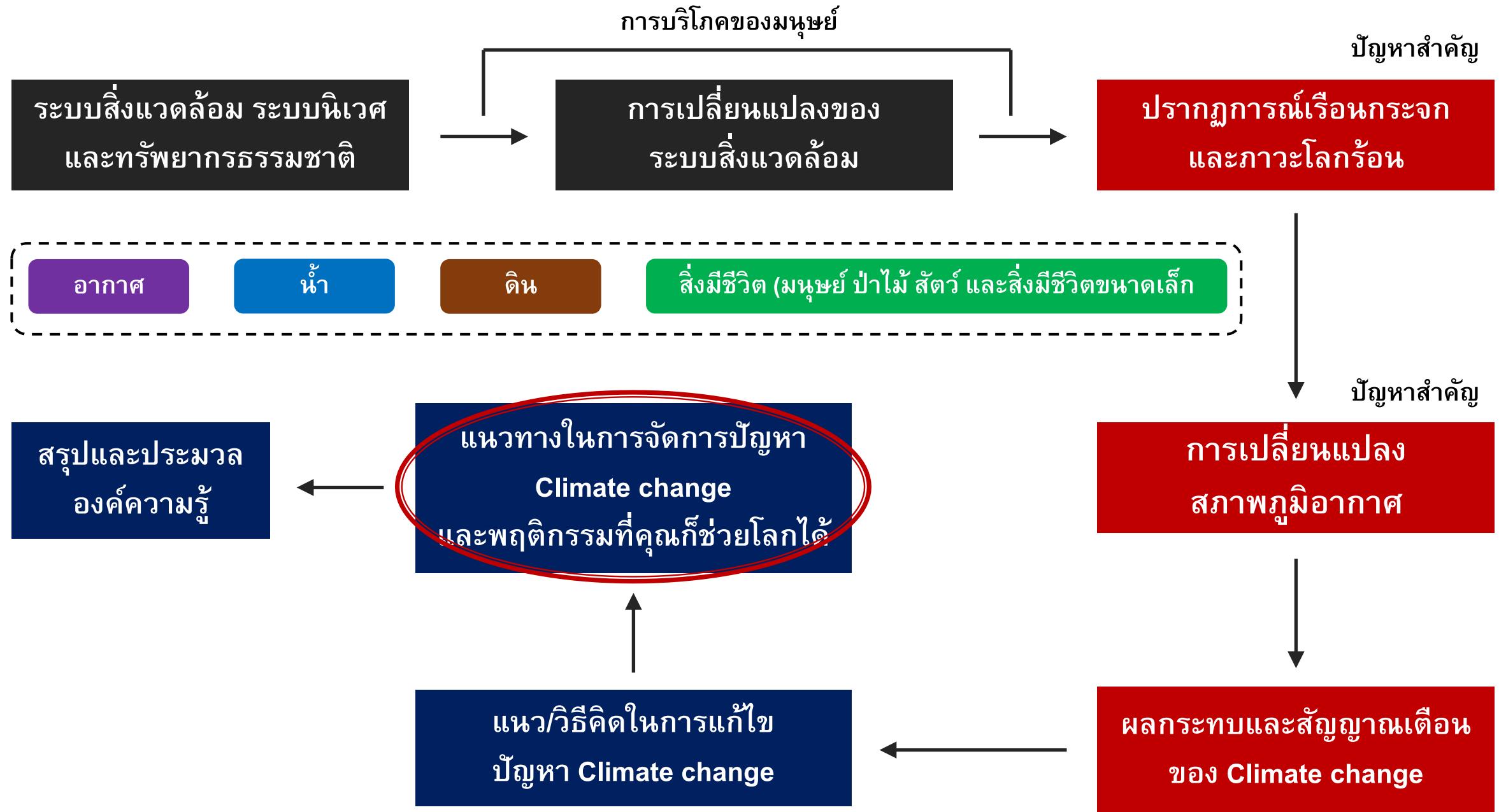




Class 11: แซร์พฤติกรรมง่าย ๆ และสิ่งเล็ก ๆ ที่คุณก็ช่วยโลกได้

90108007

**สิ่งแวดล้อมศึกษา
ENVIRONMENTAL STUDY**



วัตถุประสงค์การเรียนรู้ประจำสัปดาห์

1. เห็นถึงความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน
2. รับทราบและเห็นถึงแนวทางในการเป็นส่วนหนึ่งของการลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ยั่งยืน



เบื้องต้นของการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ-ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาใหญ่

% ที่เห็นด้วย



ที่มา: King's College London, New Scientist

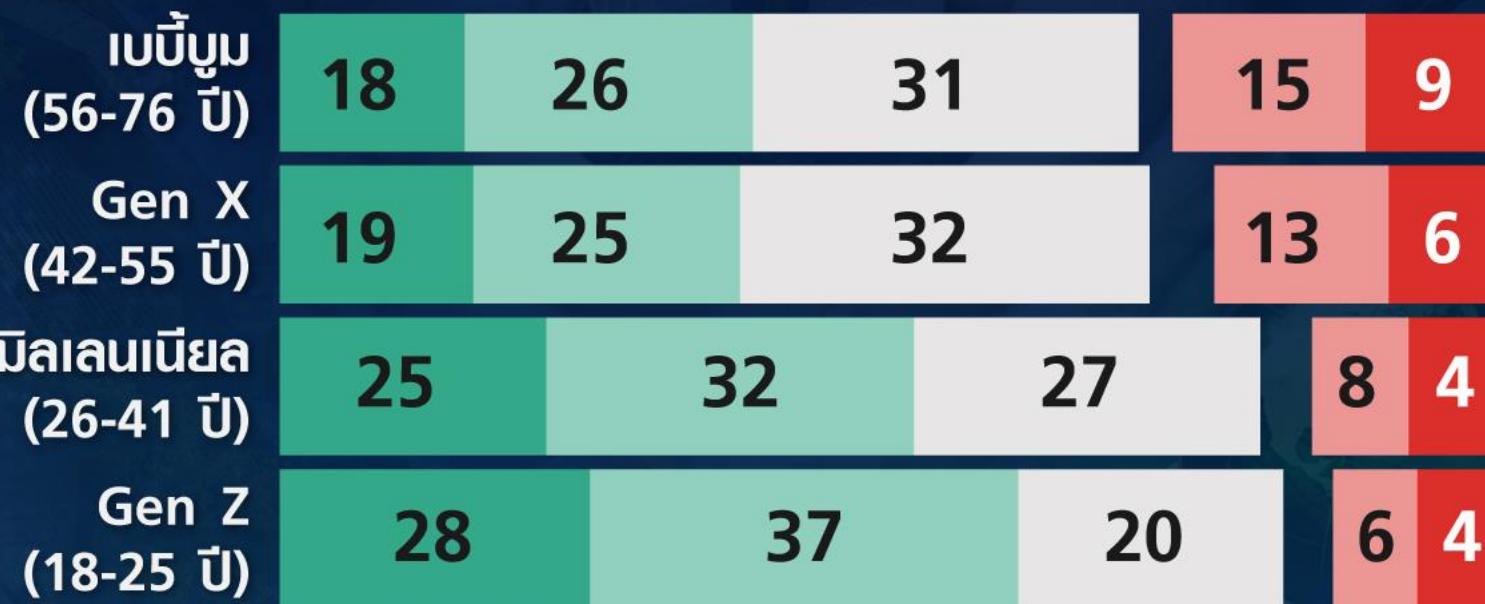
ทุกเจนเนอเรชันตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมช่วยลดโลกร้อน

% ที่เห็นด้วย



ที่มา: King's College London, New Scientist

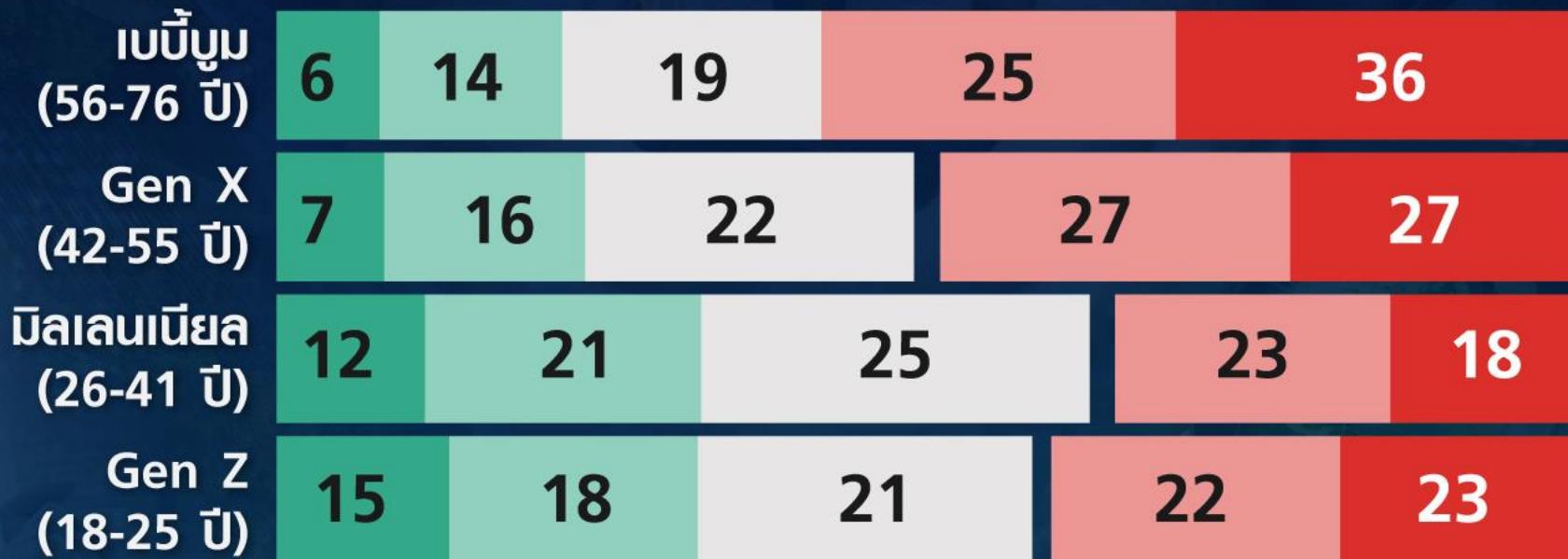
เปรียบเทียบความเห็น “สิ่งแวดล้อม” สำคัญกว่าการเติบโตทาง “เศรษฐกิจ”



ที่มา: King's College London, New Scientist

เปรียบเทียบความเห็น

“การเปลี่ยนพฤติกรรมไร้ความหมายช่วยโลกร้อน”



ที่มา: King's College London, New Scientist

ความเห็น VS ความจริง

“ปรับพฤติกรรมไม่ช่วยโลกร้อน”

คนทั่วไปมองคนสูงอายุ
ไม่เห็นประโยชน์ปรับพฤติกรรม

49%

คนทั่วไปมอง Gen X, มีลเลนเนียล,
Gen Y ไม่เห็นประโยชน์ปรับพฤติกรรม

30%

ความจริง

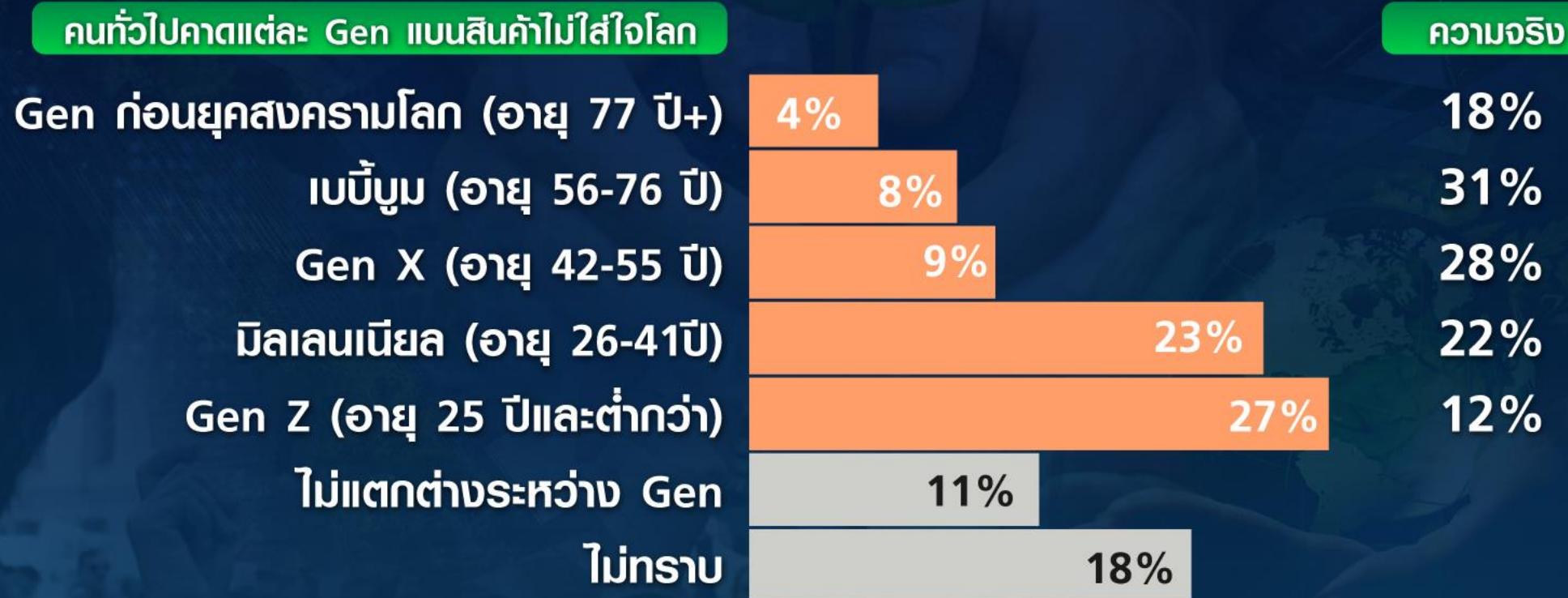
เบบี้บูม-อายุมากกว่า
ไม่เห็นประโยชน์
ปรับพฤติกรรม
21%

Gen X, มีลเลนเนียล,
Gen Y ไม่เห็นประโยชน์
ปรับพฤติกรรม
29%

ที่มา: King's College London, New Scientist

ความเห็น VS ความจริง

เงินเนอเรชั่นใหม่แบบสินค้าไม่ใช่โลก



ที่มา: King's College London, New Scientist



เจาะลึกพฤติกรรม "ผู้บริโภครักษ์โลก" สัดส่วนคนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมสูงขึ้นเป็น 20%

คันทราร์ บริษัทวิจัยการตลาด ทำการสำรวจร่วมกับ GfK และ Europanel ศึกษาผู้บริโภคใน 19 ประเทศ จำนวน 80,000 คน ระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2020 ครอบคลุมทั้งทวีปยุโรป อเมริกา ละตินอเมริกา และเอเชีย (ในเอเชียสำรวจ 3 ประเทศ คือ จีน เวียดนาม และ อินโดนีเซีย) มีข้อสรุปเกี่ยวกับกลุ่ม "ผู้บริโภครักษ์โลก" ดังนี้

คันทราร์แบ่งพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกออกเป็น 3 กลุ่ม และพบว่าปี 2020 นี้ ผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

- กลุ่ม Eco-Actives คือคนที่ใส่ใจและปฏิบัติตัวเพื่อช่วยสิ่งแวดล้อมเป็นประจำ มีสัดส่วน 20%
- กลุ่ม Eco-Considerers คือคนที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตัวเพื่อช่วยสิ่งแวดล้อมเป็นบางครั้ง มีสัดส่วน 39%
- ส่วนกลุ่ม Eco-Dismissers คือคนที่ยังไม่ตระหนักรู้และไม่มีการช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม มีสัดส่วน 41%

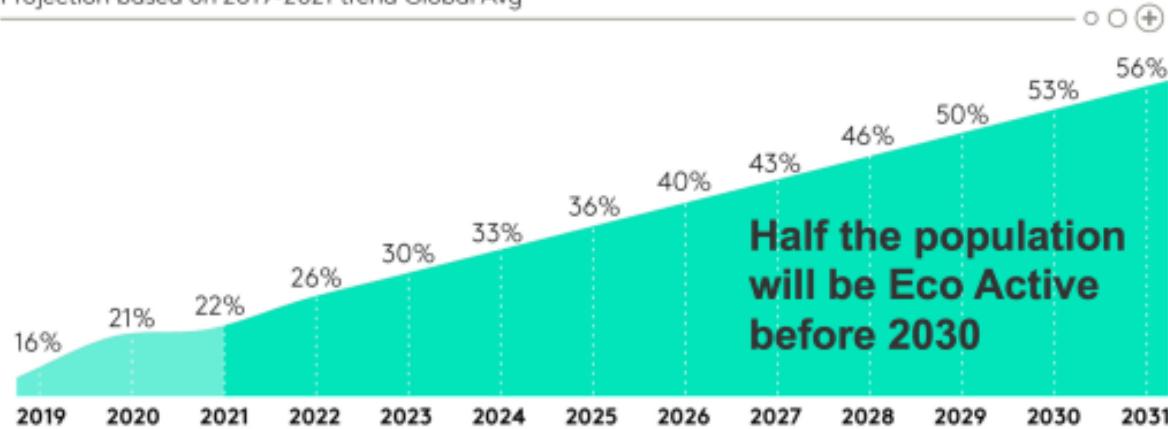
เทียบกับปี 2019 กลุ่ม Eco-Actives เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีเพียง 16% และกลุ่ม Eco-Considerers เดຍมีอยู่ 35% ทำให้เห็นได้ว่าเทรนด์ระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อมกำลังมาแรงขึ้นเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตาม ในภูมิภาคเอเชียเป็นทวีปที่มีกลุ่ม Eco-Actives น้อยที่สุด คือมีเพียง 10% และไม่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ขณะที่กลุ่ม Eco-Considerers มี 32% เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีเพียง 27%

ส่วนภูมิภาคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่สุดคือทวีปยุโรปต่อวันตก โดยมี Eco-Actives ถึง 25% มากที่สุดคือในประเทศเยอรมนี มีผู้บริโภคกลุ่มนี้สูงถึง 38%

Eco Actives Household Population share

Projection based on 2019-2021 trend Global Avg



Worst material

Which type of packaging is worst for the environment (max 3)

Plastic Bags	55%
Plastic drinks bottles	41%
Plastic utensils (e.g. straws or spoons)	40%
Hard plastic containers (e.g. plastic salad boxes)	28%
Soft plastic film wrappers (e.g. wrapped vegetables)	21%
Ready meal food trays	19%
Shampoo and bathroom bottles	19%
Aluminum cans (e.g. soft drink or deodorants)	18%
Individually wrapped confectionary (e.g. sweets and chocolate)	12%
Tin cans (e.g. soup)	10%
Glass jars or bottles	8%
Cardboard packets	4%



กลยุทธ์ SEC เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภครักษ์โลก

S – Sustainability ผู้บริโภค 2 ใน 3 เปลี่ยนจากซื้อสินค้าปกติไปเป็นสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมความยั่งยืน แต่บรรจุภัณฑ์ที่ยังยืนไม่ใช่ปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้บริโภคตลอดเวลา แบรนด์ต้องนำความยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ Brand Superiority แต่ไม่ใช่ข้อความทั้งหมดยกเว้นว่าเป็นแบรนด์ Born-Sustainable แบรนด์ยังต้องเน้นถึง Positioning เดิมเพียงสอดแทรกในเรื่องความยั่งยืนเข้าไปให้ผู้บริโภครับรู้

E – Easy Choice การเปลี่ยนแปลง Packaging ที่จะออกสู่ตลาดทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบทางด้านราคาไปยังผู้บริโภค แม้ผู้ซื้อบางรายยินดีจ่ายเพิ่มแต่ไม่ใช่ทั้งหมด Eco-Actives มีแนวโน้มที่จะซื้อแบรนด์ที่ยั่งยืนมากกว่าซึ่งมักจะมีราคาแพงกว่า แต่อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ไม่เต็มใจ ผู้ผลิต ค้าปลีก แบรนด์ และแม้กระทั่งภาครัฐ จะเป็นต้องร่วมมือกันเพื่อลดอุปสรรคด้านต้นทุนและความกังวลว่าผลิตภัณฑ์จะด้อยคุณภาพ ต้องทำการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนในบรรจุภัณฑ์ออกสู่ตลาดให้มองเห็นได้มากที่สุดและหาซื้อง่าย Easy choice, Easy to buy

C – Carbon Footprint แม้ว่า Climate Change จะเป็นปัญหาอันดับต้น ๆ ของโลก Plastic Waste เป็นจุดสนใจในการจับจ่าย แต่ความยั่งยืนเป็นมากกว่าเรื่องของ Packaging ผู้ผลิตจะต้องคำนึงทั้งกระบวนการผลิตและมีหน้าที่ให้ความรู้ผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ของการลด Carbon Footprint

กลุ่มตัวอย่าง

Questionnaire



1,252 คน

G

ความคิด

พลาสติก

มลพิษ

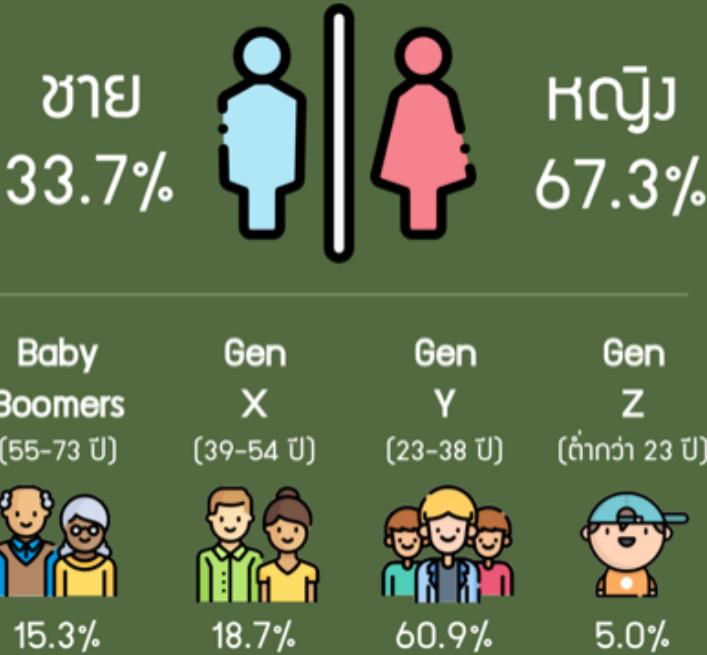
ขยะ

น้ำ

4.67

ค่าเฉลี่ยรวมของค่ากับคิด
จากผู้ตอบแบบสอบถาม 1,252 คน

ผลิตภัณฑ์



พลาสติกเป็นเรื่องใหญ่

สิ่งที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด คือ

อันดับ 1 “พลาสติก” เพราะเป็นขยะย่อยสลายยาก (4.67%)

อันดับ 2 “มลพิษ” (4.50%) โดยมีรากนต์เป็นต้นเหตุสำคัญ รวมทั้ง[†]
โรงงานอุตสาหกรรม

อันดับ 3 ขยะ (4.47%) กลุ่มตัวอย่างมองว่า “การแยกขยะ” เป็นสิ่งที่
ควรทำ แต่เหตุผลที่คนไทยยังไม่ทำอย่างแพร่หลาย กลุ่มตัวอย่างมอง
ว่าเพรากการให้ความรู้การแยกขยะแก่ประชาชนยังไม่เพียงพอ

อันดับ 4 “น้ำ” (4.44%) กลุ่มตัวอย่างมองว่าการประยัดน้ำเป็นสิ่งที่ดี
ทั้งในเชิงประยัดทรัพยากรโลก และด้านทุน

อันดับ 5 “ไฟฟ้า” (4.32%) กลุ่มตัวอย่างมองว่าการประยัดไฟฟ้า เป็น[†]
การรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยต้นทุน

อันดับ 6 “การใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” หรือ Eco Brand
(3.13%)

ที่มา: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยหิถุล หรือ ซีอีเอ็มเอ็มยู (CMMU) เปิดข้อมูลงานวิจัย “การตลาดโลก
สwy Voice of Green : เพื่อโลก เพื่อเรา”

ກລຸ່ມຕົວຢ່າງ

Questionnaire



1,252 คน



ຄວາມຄົດ



4.32

ຄໍາເຊີຍຮຽນຂອງຄໍາກັດຕິ

ຈາກຜູ້ຝັດບົນຫະບານ 1,252 คน

ພລາສຕິກ

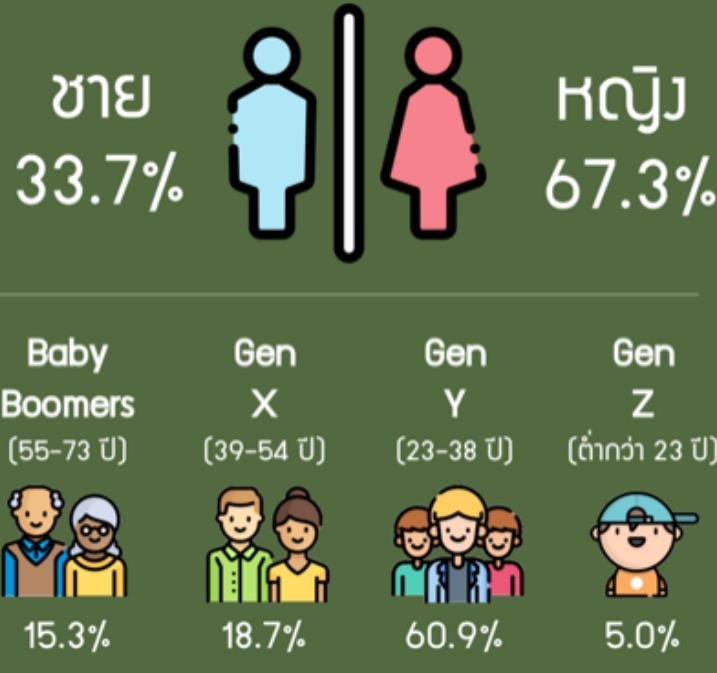
ມລພິເປ

ຂຍະ

ບ້າ

ໄຟຟ້າ

ພລິຕັກລົງກ



ຄົດກ່ອນໃຊ້ ປຣະຍັດໄຟ ໄນໃຊ້ເຮື່ອງຍາກ

“ກາລັງມືອທຳ” ເພື່ອຊ່ວຍລົດປັ້ງຫາສິ່ງແວດລ້ອມ

ອັນດັບ 1 “ປຣະຍັດໄຟ” (4.30%) ເພື່ອສາມາດທຳໄດ້ຈ່າຍໃນ
ຊີວິຕປະຈຳວັນ ທັງຍັງຊ່ວຍປຣະຍັດຄ່າໄຟທີ່ຕ້ອງຈ່າຍ

ອັນດັບ 2 “ພລາສຕິກ” (4.29) ເພື່ອຜູ້ຝັດບົນຫະບານຂະໜາດ

ອັນດັບ 3 ໃຊ້ “ພລິຕັກນີ້ເພື່ອສິ່ງແວດລ້ອມ” (4.19) ຕ່າງຈາກການສໍາຮວັງ
ຄວາມຄືດຂ້າງຕັນ ທີ່ການໃຊ້ພລິຕັກນີ້ Eco Product ອູ້ອັນດັບທ້າຍ ແສດ
ໃຫ້ເຫັນວ່າໃນການການປົງປັງບົດຈິງທີ່ຊ່ວຍປັກປັງສິ່ງແວດລ້ອມ ຜູ້ຝັດບົນຫະບານ
ແວໂນມເລືອກເຊື້ອສິນຄ້າເພື່ອສິ່ງແວດລ້ອມມາກັ້ນ

ອັນດັບ 4 “ການໃຊ້ໜ້າ – ນໍາກລັບມາໃຊ້ໄໝ່” (4.18%)

ອັນດັບ 5 “ໃຊ້ໜ້າຍ່າງຮູ້ຄຸນຄ່າ” (4.11%)

ອັນດັບ 6 “ໃຊ້ພລັງງານສະອາດ” (3.99%) ເຊັ່ນ ຮຕຍනຕີໄຟຟ້າ, ເດີນກາງໂດຍ
ຮະບບຂນສິ່ງສາຫະຮະ ສາເຫຼຸດທີ່ການໃຊ້ພລັງງານສະອາດ ເປັນສິ່ງທີ່ຜູ້ຝັດບົນຫະບານ
ໄກຍລົງມືອທຳນ້ອຍສຸດ ເພື່ອສັງເກດການໃຊ້ໄຟຟ້າໃນປະເທດໄກຍ ຍັງມີ
ຮາຄາສູງ ແລະຮະບບຂນສິ່ງສາຫະຮະຂອງໄກຍ ຍັງໄມ່ຕອບໂຈກຍົດ
ສະດວກແກ່ປະຊາຊນ

ຖຸມາ: ວິທຍາລັກການຈັດກາ ມາຮາວິທຍາລັກທິດ ອູ້ ທີ່ອົມເອີມຢູ່ (CMMU) ເປີດຂໍ້ມູນງານວິຈັຍ “ການຕາດໂລກ
ສາຍ Voice of Green : ເພື່ອໂລກ ເພື່ອເຮົາ”

ฉบับสิ่งแวดล้อม

ចុះការវិធាន នគរសង្គមពេទ្យ កំណត់លីន- កំ១

กลไกการสื่อสารและบ่งบอกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภครับทราบ เป็นฉบับที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน เป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคร้าว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม และสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ช่วยลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการบริโภคทรัพยากรของตน ในขณะที่ผู้ผลิตก็จะได้รับผลประโยชน์ในแบบใหม่ๆ จากการลดต้นทุนที่เกิดจากการลดทรัพยากร พลังงาน และของเสีย ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการ โดยฉบับสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. **ฉบับสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 (ISO 14024)** เป็นฉบับที่บ่งบอกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดโดยองค์กรอิสระที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Third party) โดยจะพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อมแบบใช้วิธีพิจารณาแบบตลอดวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Consideration) ในประเทศไทยมีการออกฉบับประเภทที่ 1 ซึ่งรู้จักกันดีในนาม “ฉบับเขียว”

$C_{O_2} eq = \text{កម្រិតប្រើប្រាស់}$

2. **ฉบับสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 2 (ISO 14021)** เป็นฉบับที่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือ ผู้ส่งออก จะเป็นผู้บ่งบอกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือแสดงค่าทางสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ตนเอง (Self-declared Environmental Claims) ซึ่งอาจจะแสดงในรูปของข้อความ หรือสัญลักษณ์ รูปภาพ เช่น การใช้พลังงานอย่างประหยัด การนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น โดยฉบับนี้ ไม่มีองค์กรกลางในการดูแล แต่ทางผู้ผลิต จะต้องสามารถหาหลักฐานมาแสดงเมื่อมีคนสอบถาม ดังนั้น ฉบับประเภทนี้ผู้ผลิตสามารถทำการศึกษาหรือประเมินผลได้ด้วยตนเอง

3. **ฉบับสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 3 (ISO 14025)** เป็นฉบับที่บ่งบอกถึงผลกระทบของผลิตภัณฑ์ต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการแสดงข้อมูลสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Environmental information) โดยการใช้เครื่องมือการประเมินผลกระทบตลอดวัฏจักรชีวิตของสิ่งแวดล้อม (Life Cycle Assessment) เข้ามาประเมิน ตามมาตรฐาน ISO 14040 โดยฉบับนี้ จะมีหน่วยงานอิสระ หรือ องค์กรกลางในการทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนที่จะประกาศลงกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ต่อไป

นอกจากนี้ยังมีฉบับสิ่งแวดล้อมประเภทอื่น ๆ ซึ่งอยู่นอกเหนือฉบับในระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมข้างต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงเจตนาเฉพาะอย่าง เพื่อสื่อหรือจูใจให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของการเลือกใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น ฉบับประเภทไฟเบอร์ 5 ฉบับสิทธิภาพสูง ฉบับการ์บอนฟุตพรินท์ และโรงเรມใบไม้เขียว

ตัวอย่างฉลากสิ่งแวดล้อม



ฉลากเขียว



ฉลากการรับอนุพតพรินท์



ฉลากลดการรับอนุพตพรินท์



ฉลากคูล莫เด



ฉลากลดการรับอน



ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5



ฉลากประสิทธิภาพสูง



ตราสัญลักษณ์ Green Production



ตราสัญลักษณ์ G Upcycle



ฉลากใบไม้เขียว Green Leaf



ตราสัญลักษณ์ Green Hotel



Green Office



ตรารถเขียว



ฉลาก Eco Self Declare



ฉลาก SCG Eco Value



ตราสัญลักษณ์ Green For Life



ที่มา : สถาบันสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม

5 สัญลักษณ์
ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก
ที่ใช้ในไทย มีอะไรบ้าง?







จลากเขียว



การติดจลากเขียวบนสินค้า = สินค้าที่ได้รับการตรวจสอบแล้วว่า มีองค์ประกอบ กระบวนการผลิต การใช้ และการทิ้งกำลังที่มี ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า สินค้าประเภทเดียวกันที่ไม่ได้รับ การรับรอง

3

YOUNGHAPPY APP
www.younghappy.com

**จลาก
ประยั้ดไฟ
เบอร์ 5**

สัญลักษณ์ 5 ดาว = ประจำศักดิ์ฟัน การประยั้ดไฟที่ดีที่สุด



1

YOUNGHAPPY APP
www.younghappy.com

**จลาก
Carbon
Reduction**



ของ อบก. (TGO)
เครื่องหมายที่แสดงว่า สินค้านี้มีกระบวนการผลิต ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในปริมาณต่ำ

ของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

4

YOUNGHAPPY APP
www.younghappy.com

**สัญลักษณ์
FSC**



สินค้าได้เก็บตามที่มี สัญลักษณ์ FSC กำกับอยู่ จะถือว่าเป็นสินค้าที่มีส่วนร่วม ผู้ผลิตขอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมด้วยการ ปลูกต้นไม้ทดแทนไป ที่นำไปใช้ในการผลิตและปรับปรุง

2

YOUNGHAPPY APP
www.younghappy.com

**สัญลักษณ์
Green Industry**



สินค้าที่มีสัญลักษณ์ Green Industry ติดอยู่ ไม่ว่าจะเป็น ฝ้า ผ้า ป้าย อุปกรณ์ความร้อน หรืออุปกรณ์ต่อเติมต่างๆ ถือว่าได้รับ การรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมแล้วว่า เป็นมีเดรตต่อสิ่งแวดล้อม

5

YOUNGHAPPY APP
www.younghappy.com

อลากระHEYDIFIPLAVER 5 รุปแบบใหม่





สภาควบคุมป่าไม้

Forest Stewardship Council (FSC)

- องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีค.ศ.1993 เพื่อสนับสนุน การจัดการป่าไม้ทั่วโลกบนความรับผิดชอบเพื่อการลดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าทั่วโลก
- เป็นการรับรองโดยผ่านบุคคลที่สอง(Second party certification) คือ องค์กรที่เป็นสมาชิกของ FSC
- ป่าไม้จะได้รับการตรวจสอบและรับรองตามข้อปฏิบัติทั้ง 10 ประการ ของสภาควบคุมป่าไม้ (FSC)
- รับรองการตรวจสอบการจัดการป่าไม้แบบยั่งยืน (SFM) และ การตรวจสอบย้อนกลับ (CoC)
- สินค้าทั่วไปที่มีจดหมายเห็นสัญลักษณ์ FSC คือ กล่องนม กล่องลัง ใส่ของ ไม้บรรจุภัณฑ์





ຈາກເຢີວ ຄ້ວ

ຈາກທີ່ຮັບຮອງໃຫ້ພລິຕັກັນທີ່ເຮືອບຣິກາຣີກຳທີ່ມີຄຸນກາພແລ້ວມີພລິກຮະກບ
ຕ່ອສົງເວດລ້ວນນ້ອຍກວ່າ ເນື້ອປະເມີນເຖິງພລິຕັກັນທີ່ເຮືອບຣິກາຣີກຳ
ກຳທຳນັ້ນທີ່ອ່າງເດືອກັນ ໂດຍຄຸນກາພຍັງຍຸໃນຮະດັບມາຕະຫຼານທີ່
ກຳນົດ

ເກີນກີ່ພິຈາລະນາ

ພລິຕັກັນທີ່ຈະຂອງກາຮັບຮອງຕ້ອງ
ໄດ້ຮັບກາຮັບຮອງມາຕະຫຼານ ມອກ.
ໂຮງໝານກຳຮະບບ ISO14001

(ໃນຮະບວນກາຮັດ ກາຮບ່າສົງ ແລ້ວ
ກາຮັດກຳວັດຂອງເສີຍທີ່ເກີດຈາກຮະບວນ
ກາຮັດ ຕ້ອງເປັນໄປຕາມກູ່ມາຍແລ້ວ
ຂັ້ນຕົ້ນຂອງກາງຮາຄາຮ)



ຕ້ອງໄມ້ມີສາຮາເຫຼົ່ານີ້ ໃນພລິຕັກັນທີ່

- ສາຮົວສົມພົມປັ້ນ
(Phosphogypsum)
- ແຮ່ໄຍກົບ
- ໂລະ:ໜັກຕ້ອງ
ໄນ້ເກີນເກີນທີ່ກຳນົດ

Recycle Content > 50% ພຶ້ມໄປ



ບ້ານແລະທີ່ອ່າຍ້າຍ

Home & Living

ລຳດັບ	ພລິຕັກັນທີ່	Product	ຮັສ
1	ພລິຕັກັນທີ່ຫັກຝາ	Laundry Detergent Products	TGL-10-R1-10
2	ພລິຕັກັນທີ່ສໍາຮັບຜ້າແລ້ວພລິຕັກັນທີ່ກຳຈາກຜ້າ	Products Made from Cloth	TGL-16-R2-11
3	ພລິຕັກັນທີ່ກຳຄວາມສະຈັດສໍາຮັບກ້ວຍໝາມ	Dishwashing detergents	TGL-19-R2-13
4	ເຄື່ອງເຮືອນເໜີກ	Steel Furniture	TGL-21-R2-14
5	ພລິຕັກັນທີ່ກຳຄວາມສະຈັດພັ້ນທົວ	Surface Cleaners	TGL-25-R2-15
6	ພລິຕັກັນທີ່ສຸ່ງ	Soaps	TGL-24-R2-20

ຮາຍຊື່ພລິຕັກັນທີ່ໄດ້ຮັບກາຮັບຮອງຈາກເຢີວ / List of Thai Green Label Products



ເຄື່ອງໃຊ້ໄຟຟ້າ
(Electric devices)



ບ້ານແລະທີ່ອ່າຍ້າຍ
(Home & Living)



ອຸປະກນິກ່ອສ້າງ
(Construction materials)



ບັນດາ
(Services)



ອົ່ນ ອົ່ນ
(Others)



ເຄື່ອງໃຊ້ໃນສໍານັກງານ
(Office supply products)



ຍານພາຫະນະແລ້ວອຸປະກນິເສັ້ນ
(Vehicles & Accessory)



ພລິຕັກັນທີ່ກະດາບ
(Paper product)



ສູງຍອດເຂົ້າວ່າງຕົວອ່າງ
ຮ່າງການຕ້າງເຢີວທີ່ໄດ້ຮັບມາຕຽບລາຍງານຂອງໄທ

environmental



XXXg



XXXg

ชื้อของยังไงให้รักโลก?
ช่วยลดโลกร้อนได้ง่ายๆ!
มีสินค้าติดฉลากแล้ว 4,600 รายการ+





สินค้าที่มีสัญลักษณ์ Green Industry ติดอยู่ ไม่ว่าจะเป็น ไม้ฝา ไม้อัด บันวนกันความร้อน หรืออุปกรณ์ต่อเติมต่างๆ ถือว่าได้รับ การรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมแล้วว่า เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



Green industry แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ระดับที่ 1: ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) คือ ความมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมีการสื่อสาร ภายในองค์กรให้ทราบทั่วทั้งประเทศ

ระดับที่ 2: ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) คือ การดำเนินกิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ สำเร็จตาม ความมุ่งมั่นที่ตั้งไว้

ระดับที่ 3: ระบบสีเขียว (Green System) คือ การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตาม ประเมินผลและทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นที่ยอมรับ และการรับรอง มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ระดับที่ 4: วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) คือ การที่ทุกคนในองค์กรให้ความร่วมมือร่วมใจดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการประกอบกิจการ จนถึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมในองค์กร

ระดับที่ 5: เครือข่ายสีเขียว (Green Network) คือ การแสดงถึงการขยายเครือข่ายตลอดห่วงโซ่อุปทานสีเขียวโดย สนับสนุนให้คู่ค้าและพันธมิตรเข้าสู่กระบวนการรับรอง อุตสาหกรรมสีเขียวด้วย

4 แบบน์ดคนไทย

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก



“กระดาษ ไอเดีย กรีน พลัส”
ของ SCG Paper

บัวต์กรรณรงค์: ดำเนินการเพื่อสิ่งแวดล้อม
จากเยื่อэ็โคไฟเบอร์ (EcoFiber) สำหรับงานพิมพ์
คุณภาพสูงเกินไปทำกระดาษผลิตจากเปลือก
เปลระกาเกิดเกียร์กับกระดาษทั่วไป



“ขวดน้ำ Eco-crush”
แบบน้ำกีพีย์ในเครื่องโคลา-โคลา
น้ำที่น้ำรักษ์โลกขนาด 550 มล. ที่ลดปริมาณ
พลาสติกในการผลิตลง 35%
และหากผู้บริโภคบดขวดหลังดื่มเสริม
กิจจะช่วยลดพื้นที่จัดเก็บขยะลงถึง 86%



“อลา geleek โลกร้อน”
ของเกี๊ยวถุงตราซีพี

ผลิตภัณฑ์ทุกรายการของประเทศไทย
ที่ได้รับอลา geleek โลกร้อน สามารถช่วยลด
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ย 23
เมกะกิโลกรัมต่อห้องพักต่อปี 145 กกรัม
เมกะกิโลกรัมต่อห้องพักต่อปี 145 กกรัม
เมกะกิโลกรัมต่อห้องพักต่อปี 145 กกรัม



“แก้วกาแฟอย่างสลายได้ 100%”
ของ Cafe Amazon

แก้วกาแฟรักษ์โลก Amazon Bio Cup
มีถังแบบแก้วกระดาษ และแก้วพลาสติก
สามารถอยู่สลาย ได้ในเวลาประมาณ 180 วัน
ด้วยอิฟฟ์กลู จากน้ำจะยอยสลายไป
ก็จะกลายเป็นก้าชาบนดินโดยอัตโนมัติ น้ำ และดิน
โดยไม่เหลือพลาสติกตกค้าง



บรรจุภัณฑ์อย่างสลายเงองได้
กำลังมาแรง มีโอกาสเติบโต 100%

ด้วยชูบูรักษ์โลก

ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก
น้ำยา 65.- สำหรับให้เช่าต่อเดือนที่ 300 บาท



แก้วกาแฟข้าวโว๊ต
ย่ออย่างง่าย-อ่อนโยนด้วย



ຈາກພຶດກັນກໍ່ຫມຸນເວີຍນ



CIRCULAR ECONOMY IN ACTION

ຂ້ອກໍານົດ



- ต้องเป็นພຶດກັນກໍ່ທີ່ໄດ້ຮັບຮອງຕາມມາตรฐาน
ຄຸນກາພ (QUALITY STANDARDS)
- ກາຮອກແບບເພື່ອກໍານົດເວີຍນ (CIRCULAR DESIGN)

- ກະບວນກາຮັດ (PRODUCTION PROCESS)
ທີ່ສ່າງເສີນກໍານົດເວີຍນແລະ ເປັນມິຕຣັກັບສິ່ງແວດລ້ອມ

- ຮະບບຈັດກາຮ່ຽນຊື່ກັນເວີຍນ (CIRCULAR ECONOMY MANAGEMENT SYSTEM)
- ກາໃຊ້ງານ (USE) ທີ່ຄຳນຶ່ງຄື່ງພົກຮະກບຕ່ອກກໍານົດ
ເວີຍນວັສດ ຮັບຜົກຮະກບຕ່ອສິ່ງແວດລ້ອມໃນກາພວມ
- ກາຈັດກາຂອງເສີຍຫັ້ງໜົດອາຍຸກາຮ່ຽນ (END-OF-LIFE)




อุปกรณ์แพ็คสินค้าแบบรักษ์โลก
สนับสนุนโดย pack_station
955 รีวิวตาม | 10 กำลังติดตาม

↑ 12
สินค้า

★ 4.9
คะแนน

52%
การตอบกลับ

ภายในไม่เกิน 24 ชม.
เวลาในการตอบกลับ



SPECIAL CODE: 5.25 ลดเพิ่ม 10%
MAY MID MONTH ลดเพิ่ม 20% ใช้ 50...
ลดรักษ์โลก แบบฟินได้ของแท้ 100% มีมาตรฐาน (แบรนด์...
ลดเพิ่ม 10%



MAY MID MONTH ลดเพิ่ม 20% ใช้ 50...
ร้านแนะนำ แปรรูปข้าวหม้อกรอบ 46%
ลดเพิ่ม 10%
ลดเพิ่ม 10%



ลดดีไม่ใช่รักษ์โลก by Deim bamboo Straws ลดดีไม่ใช่รัก...

ค้นหา 'รักษ์โลก'

เรียงโดย

เที่ยวข้อง

ล่าสุด

สินค้าขายดี

ราคา

▼

1/100

<

>



5.25 ลดเพิ่ม 10%
เชือดหอลดแผลรักษ์โลก FULFILL สัคคลาสสิค ทนความร้อน ใช้ส...

฿159 - ฿121

ขายแล้ว 1 ชิ้น

จังหวัดกรุงเทพมหานคร



5.25 ลดเพิ่ม 10%
กระดาษรักษ์โลก กว้าง 50 cm ▶ แบ่งขายเป็นเมตร...

฿15

★★★★★ ขายแล้ว 1.1 พัน ชิ้น

จังหวัดกรุงเทพมหานคร



5.25 ลดเพิ่ม 10%
กล่อง Snack Box กล่องกระดาษรักษ์โลก Foodgrade...

฿100 - ฿120

★★★★★ ขายแล้ว 63 ชิ้น

จังหวัดกรุงเทพมหานคร



5.25 ลดเพิ่ม 10%
ถุงขยะรักษ์โลก แขวนเป็นแนว ม้วนเลี้ยว ครบทุกขนาด

฿49 - ฿48

★★★★★ ขายแล้ว 2.5 พัน ชิ้น

จังหวัดกรุงเทพมหานคร



5.25 ลดเพิ่ม 10%
ถุงผ้ารักษ์โลก รักษ์โลก X50

฿450

จังหวัดสมุทรสาคร



5.25 ลดเพิ่ม 10%
Green Cone - ถังขยะรักษ์โลก สำหรับแยกขยะอาหารในครัวเรือน...

฿550 - ฿710

★★★★★ ขายแล้ว 461 ชิ้น

จังหวัดนนทบุรี



5.25 ลดเพิ่ม 10%
[คละสี] ZP แปรงสีฟันรักษ์โลก รุ่น Green Spark พลีซจากวัสดุที่เป็น...

฿59 - ฿77

★★★★★ ขายแล้ว 1.5 พัน ชิ้น

จังหวัดสมุทรปราการ



5.25 ลดเพิ่ม 10%
ถุงขยะลิโดนดิสไส้หารพร้อมสอด สูญญากาศดึงเก็บอาหารรักษ์โลก...

฿35 - ฿85

★★★★★ ขายแล้ว 2.8 พัน ชิ้น

จังหวัดสมุทรปราการ



5.25 ลดเพิ่ม 10%
หลอดแก้ว หลอดอุ่นน้ำ หลอดรักษ์โลก หลอดเก็บความร้อน สำหรับเครื่องดื่ม...



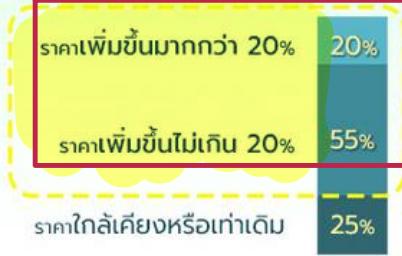
5.25 ลดเพิ่ม 10%
หลังรักษ์โลก (7L) Food Scrap Bucket : D-7



Limited ลาบในน้ำ กระเปาสีพาสปาร์คชั่ง 6 ชิ้นในกล่อง

ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย เพื่อสินค้าและบริการ รักโลก

ผลสำรวจความเต็มใจจ่ายเพิ่ม เพื่อส่งแวดล้อม



สิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ*

- 88% มีมาตรการอุปโภค/ส่งเสริมการขาย
- 83% ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 65% ราคาสูงกว่าปกติไม่เกิน 20%
- 64% ความบ่าเบ้อดื้อของผู้ผลิต

ที่มา: โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564
* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



ขอบคุณภาพจาก: shutterstock.com

ธุรกิจติดจรวด

www.kasikornresearch.com

กรุงฯ และ ด.ร. ไม่มีค่าใช้จ่าย สมัครสมาชิก

KResearchCenter



มุ่งมองของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
KASIKORN RESEARCH CENTER



ความเต็มใจจ่าย
สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
เดือนสิงหาคมที่ผ่านมา



ราคา
เพิ่มขึ้น
เกิน 20%



ราคา
กลับคืน
เดิม



ราคา
เพิ่มขึ้น
21-40%

ผลกระทบที่ได้รับจากปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อม



ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมด้านๆ ที่กระทบต่อผู้บริโภค*

85%

ปัญหาด้านสุขภาพ
ค่าใช้จ่ายสุขภาพเพิ่มขึ้น

7%

ค่าใช้จ่ายสินค้าประเภท
ข้าวของเครื่องใช้เพิ่มขึ้น

7%

กลั่นหรือสิ่งสกปรก
จากขยะและน้ำเสีย

ผู้บริโภคควรหันกลับไปใช้ชีวิตร่วมกับสิ่งแวดล้อมเรื่องใด*



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเรียงตามลำดับ

- 1 เน้นผลในการลดปัญหารักษาสุขภาพ
- 2 ราคาสูงกว่าสินค้าปกติไม่เกิน 20%
- 3 ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต
- 4 มาตรฐานสูงใจเพิ่มเติม

สินค้า/บริการที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมที่จะเลือกซื้อมากขึ้น*

1. สินค้าถูกโภค ขอใช้ส่วนตัว 82%
2. อาหารและเครื่องดื่ม 57%
3. เครื่องใช้ไฟฟ้า 45%
4. อุปกรณ์สำนักงาน 45%
1. ผลิตภัณฑ์แบบเติม (Refill) 71%
2. บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย 63%
3. ผลิตจากวัสดุอุตสาหกรรมชาติ 51%
4. มีระบบรับสินค้าหลังใช้ เพื่อประโยชน์ที่ดี 41%

ความคาดหวังต่อการปรับตัวของ
ธุรกิจในรูปแบบต่างๆ*

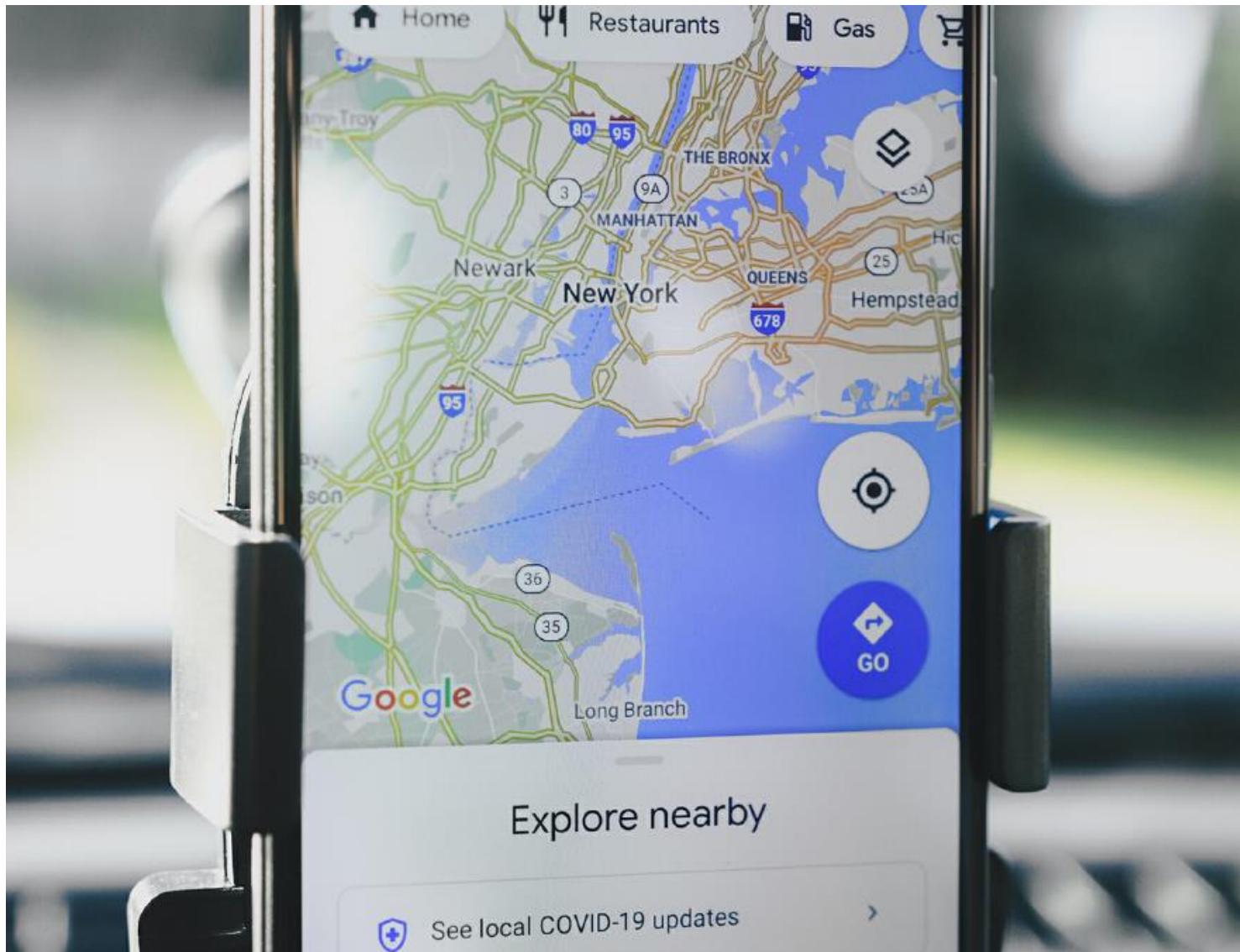
1. ผลิตภัณฑ์แบบเติม (Refill)
2. บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย
3. ผลิตจากวัสดุอุตสาหกรรมชาติ
4. มีระบบรับสินค้าหลังใช้ เพื่อประโยชน์ที่ดี

ที่มา: โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564)

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



เส้นทางคาร์บอนต่ำ ทางเลือกลดโลกร้อนจาก Google Maps



- Google Maps นำเสนอทางเลือกให้กับผู้ขับขี่บนท้องถนนในการเลือกหาเส้นทางที่จะช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็นนโยบายใหม่ของบริษัทที่จะสนับสนุนตัวเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- นวัตกรรมนี้เริ่มใช้ทดลองที่สหรัฐอเมริกาเมื่อวันพุธที่ผ่านมา (6 ต.ค. 2564) และจะใช้ในยุโรปปี 2022 โดยระยะทางและระยะเวลาการเดินทางจะพอด้วย กับเส้นทางหลักโดยภูเก็ตแมพ (Google Maps) จะเริ่มตั้งค่าเส้นทางคาร์บอนไว้เสมอเป็นการตั้งค่าเริ่มต้น

6 นวัตกรรมรักษ์โลกสุดเจ๋ง! แก้ปัญหาขยะลันโลก ใช้แล้วเท่าสุด ๆ

 **FREITAG**
กระเปาจากผ้าใบคุณภาพบรรทุก



F306 HAZARD
BACKPACK
CHF 315.70
THB 10754.44

F41 HAWAII FIVE-O
MESSENGER BAG XS
CHF 148.55
THB 5060.41

 **Gomi**
ลำโพงพกพาจากขยะพลาสติก



gomi speaker
£ 299.00
THB 12167.32

 **MarinaTex**
ใบโพธิ์มาสเต็กจากเกล็ดปลา



 **Seacell**
บ้าวอเมล่าเริ่งรูปจานถ้วยคลิตปัตต์และสาหร่าย



 **Soapack**
ขวดแชมพูจากสาหร่าย



 **Sum waste**
ปากกาจากตะเกอนเข้าเสีย



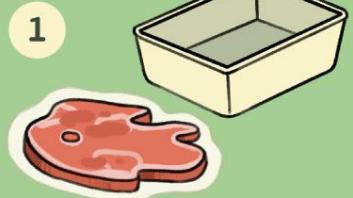
เมื่อปัจจุบัน
สิ่งแวดล้อม
รอไม่ได้อีกแล้ว

สำหรับ
ทุกคน

เทคโนโลยีรักษ์โลก ที่เป็นความหวัง ของเราระบบที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

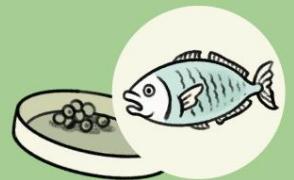


Edible Food Coating



1

Lab-grown Fish



2

Bioengineered Trees

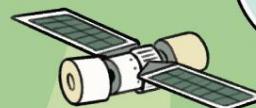


3



4

Bacterial Storage for CO₂



Reflecting Sunlight



5

Smart Ocean Filter



6

Carbon Offsetting AI



1. Edible Food Coating

บรรจุภัณฑ์กินได้ พัฒนาห่ออาหารจากโปรตีนไนโตร หรือ Ooho บรรจุภัณฑ์จากสาหร่ายและแคลเซียมคลอไรด์

2. Lab-grown Fish

Avant Meats สถาพรทอพในอ่องกงวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงสเต็มเซลล์ในห้องทดลอง เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์ปลาสติก อาหารทะเลแทนการจับสัตว์น้ำ

3. Bioengineered Trees

นักวิทยาศาสตร์จาก Columbia University เผยพยาบาลสร้าง “ต้นไม้ปлом” ขึ้นมา ซึ่งมีใบที่ทำจากโซเดียมคาร์บอนเนต และสามารถดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้มากกว่าต้นไม้จริงพันเท่า แต่ตอนนี้ยังอยู่ในขั้นพัฒนาต่อไปว่า แล้วการบอนไดออกไซด์ที่เก็บไว้ จะเอาไปเปลี่ยนรูปต่อหรือกำจัดทิ้งอย่างไรดี

4. Bacterial Storage for CO₂

CO₂ Solutions ในควิเบก ตัดต่อพันธุกรรมเพื่อสร้างแบคทีเรียที่สามารถผลิตเอนไซม์ชนิดพิเศษ ซึ่งสามารถย่อยคาร์บอนไดออกไซด์และเปลี่ยนให้เป็นใบcarbonบอนเนตที่ไม่มีอันตรายแทน

5. Reflecting Sunlight

นักวิทยาศาสตร์หลายกลุ่มกำลังพยายามสร้าง ‘ร่ม’ ในชั้นบรรยากาศสตราโทสเฟียร์ ที่ (ในทางทฤษฎีแล้ว) สามารถสะท้อนแสงอาทิตย์กลับไปยังอวกาศได้ และช่วยบรรเทาความร้อนในชั้นบรรยากาศโลกลง Keutsch Research Group ที่ Harvard University มองว่าจะต้องทดลองแนวคิดนี้ได้เป็นครั้งแรกภายในปีหน้า (2022) ด้วยการสร้างบล็อกที่สามารถไปปล่อยละอองสารสะท้อนในชั้นบรรยากาศและวัดผลของการเปลี่ยนแปลงได้

6. Smart Ocean Filter

Ocean Cleanup ที่พัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีต่างๆ ภายใต้แนวคิด Great Pacific Garbage Patch ซึ่งอาศัยแรงของกระแสน้ำพัดพาแพะยะขนาดใหญ่ในมหาสมุทรแปซิฟิกเข้าสู่ที่ดักจับขนาดใหญ่ หรือ Seabin Project ถังขยะที่สามารถเก็บขยะด้วยระบบการทำงานแบบอัตโนมัติของตัวบ้ม ทำให้เก็บถุงพลาสติก ขวดน้ำ คราบน้ำมันหรือสารตกค้างบนผิวน้ำที่อยู่รอบๆ ลงถังได้

7. Carbon Offsetting AI

ความพยายามในการสร้าง เทคโนโลยี AI หลากหลายรูปแบบที่ช่วยตรวจสอบและวัดผลกระทบด้วยการชดเชยการบอนได้อย่างเช่น Pachama ใน Silicon Valley ที่ใช้ AI และข้อมูลดาวเทียมเพื่อตรวจสอบโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อระบุปริมาณการบอนที่ปล่อยออกมามาก หรือ Globalance World แพลตฟอร์มที่ธนาคารแห่งหนึ่งในสวิตเซอร์แลนด์สร้างขึ้นมา เพื่อแสดงการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของโครงการแต่ละบริษัท เพื่อให้นักลงทุนที่ต้องการสนับสนุนด้านความยั่งยืนเลือกลงทุนได้ถูก

20 เพจสาย Green เข้าไปเรียนรู้วิธีรักษาโลกให้เต็มปอด



ที่มา:
adaddictth.com

Assignment #11

7. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ว่า พฤติกรรมรักษ์โลกอะไรที่ดูเหมือนว่าจะเป็นพฤติกรรมง่าย ๆ ที่เราก็สามารถช่วยโลกได้ แต่ pragmav ว่าเรา กลับทำไม่ได้ นักศึกษาคิดว่าอะไรคือสาเหตุที่ทำให้เราทำไม่ได้ และควรแก้ไขอย่างไร เพื่อให้เราสามารถทำพฤติกรรมนั้นได้อย่าง ยั่งยืน (หากนักศึกษาสามารถทำได้ ให้วิเคราะห์ว่าอะไรคือปัจจัยสนับสนุนเหล่านั้น และมีแนวทางอย่างไรที่ทำให้เกิดความยั่งยืน)