



Global Compact
Network Thailand

GCNT

UNITING BUSINESS FOR A BETTER WORLD

ISSUE 9
DECEMBER 2022

"เลือกที่จะเปลี่ยน เพื่อสังคมและธุรกิจที่ยั่งยืน"



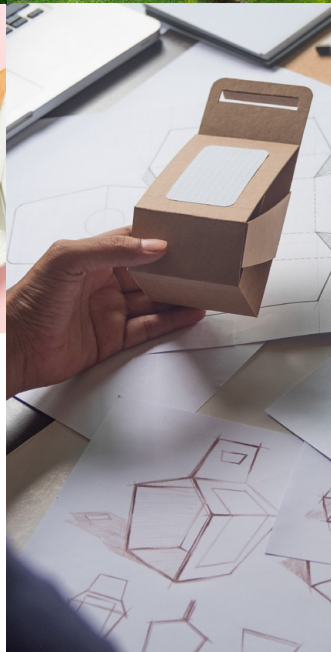
CIRCULAR ECONOMY : CHANGE by CHOICE
for society and business



03 Thoughts and Perspective

05 Cover Story

10 Past Present Future



26 In Case You Missed It?

30 Jump Into Action

12 The Conversation

16 Current Movement

22 Sustainability Spotlight



Four Pillars

กรอบความร่วมมือ UN Global Compact โครงการรณรงค์ให้บริษัทวางกลยุทธ์และยึดหลักการดำเนินงานที่สร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนตามหลักสากล 10 ประการ โครงการนี้ เผยแพร่ออกไปทั่วโลก เพื่อขยายความร่วมมือจากบริษัทน้อยใหญ่ ทั่วภาคอุตสาหกรรม เพื่อผนึกกำลังสร้างโลกของเราให้ดียิ่งกว่าเดิม



Sustainable Development Goals

องค์การสหประชาชาติได้เผยแพร่ "เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน" (Sustainable Development Goals - SDGs) ที่ประชาคมโลกตกลงร่วมกัน ที่จะใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยเป้าหมายทั้ง 17 ประการอีกด้วย



Global Compact
Network Thailand

สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

ในฐานะเครือข่ายในประเทศเพื่อความยั่งยืนของภาคเอกชนของสหประชาชาติ สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทยจะทำงานร่วมกับองค์การระหว่างประเทศของสหประชาชาติ (UN Agencies) ทั้งในประเทศและในระดับโลก เพื่อแนะนำการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจ ตอบโจทย์การเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กร พร้อมขับเคลื่อนเป้าหมาย SDGs (Sustainable Development Goals)


ศุภชัย เจียรวนนท์

 นายกสมาคมเครือข่าย
 โกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย

สารจากนายกสมาคม

Driving sustainability during times of uncertainties

ขับเคลื่อนความยั่งยืนในโลกแห่งความไม่แน่นอน

ทุกวันนี้โลกของเราลอยล่องไปด้วยความท้าทาย ทั้งเรื่องโรคระบาดที่พวกเราเผชิญ เช่นที่ผ่านมา สถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์โลกที่แตกแยกเป็นสองขั้วอำนาจ การชะลอตัวของเศรษฐกิจ รวมถึงความท้าทายของการเปลี่ยนผ่านสู่โลกดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ความหลากหลายของมิติปัญหาทั้งหมดเหล่านี้ ต่างเชื่อมโยงกับเรื่องความยั่งยืนได้ทั้งสิ้น ซึ่งหากภาคส่วนต่างๆ ของสังคมต้องทุ่มเทกับการรับมือของปัญหาความท้าทายในระยะสั้น อาจนำไปสู่ความเสี่ยงว่าประเด็นความยั่งยืนที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของมวลมนุษยชาติในระยะยาวจะไม่ได้รับการดูแลอย่างเต็มกำลัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม

สมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย หรือ GCNT ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า 100 บริษัทและองค์กร ถือเป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค สำหรับสมาชิกจากภาคธุรกิจเอกชน การนำหลักการ 10 ประการของ Global Compact รวมทั้งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ หรือ SDGs 17 หัวข้อ มาเป็นหลักการพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ จะช่วยนำทางให้เราสามารถรับมือกับทั้งความท้าทายในระยะสั้นและระยะยาว

การสร้างเติบโตทางธุรกิจไปพร้อมกับการเสริมสร้างปัจจัยของการพัฒนาที่ยั่งยืน นับเป็นการเดินทางที่ต้องใช้เวลา ความพยายาม และต้องลงทุนทรัพยากรต่างๆ อย่างมากมาย แต่หากเราเลือกที่จะไม่เดินในทางนี้ หากเราให้ความสำคัญแต่เพียงผลตอบแทนระยะสั้น โดยไม่เตรียมความพร้อม ไม่รักษารฐานทรัพยากรให้คนรุ่นต่อไป ทั้งต้นทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม และทุนมนุษย์ หากเราไม่ลงทุนกับการพัฒนาการศึกษา ไม่ส่งเสริมการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรม ย่อมจะสร้างความสูญเสียที่ยิ่งใหญ่และมีมูลค่ามากกว่าหลายเท่า

ในปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้นำเสนอแนวคิด BCG Model หรือ Bio-Circular-Green Economy ต่อเวทีโลก ในฐานะประธานกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (APEC) ซึ่งการนำแนวคิด BCG Model ไปดำเนินการให้เกิดผลได้จริงต้องใช้ปัจจัยมากมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งด้านนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคควบคู่กับการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพร้อมของบุคลากรที่ต้องมีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ใหม่ๆ จนถึง การสนับสนุนด้านการลงทุน แต่การลงทุนและความพยายามเพื่อเตรียมความพร้อมและปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับการพัฒนาไปสู่ BCG Model นี้ จะสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า ยิ่ง นั่นคือเศรษฐกิจที่เข้มแข็งและยั่งยืนกว่าเดิม

GCNT พร้อมร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้สร้างคุณค่าที่ยั่งยืน สร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อมกับการเสริมความเข้มแข็งของสังคม รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีให้ลูกให้หลาน และเพื่อนร่วมโลกของเราทุกคน



The world today faces multi-faceted challenges, ranging from the ongoing impacts from Covid-19 pandemic, geopolitical struggles that led to tremendous human suffering, economic difficulties that affect all regions, and the fast pace of technological changes that threaten to leave a large portion of the world's less fortunate population behind. All these challenges are inextricably linked together and tied to the global sustainability agenda. At the same time, as the world is grappling with many short-term challenges, there is a risk that vital long-term priorities will be put on the back burner, including climate change, biodiversity losses, and social and economic inequalities.

Members of the Global Compact Network Thailand, now numbering over 100 companies and organizations, are committed to upholding the 10 principles of the UN Global Compact, as well as incorporating the 17 UN Sustainable Development Goals (UN SDGs) into their core business operations. These principles and values will help guide us in tackling both the short- and long-term challenges.

Generating business growth while enhancing sustainable development requires time, effort, resources, and investment. However, I believe that this investment is definitely worth it, for the failure to do so would bring significant adverse impacts. If we focus solely on short-term profits without taking a long-term view, without preparing for the future by developing our human and social capital and careful stewardship of our environment and natural resources, without investing fully in enhancing our education system and cultivating innovations, the consequences would be massively expensive in terms of real economic damages and lost opportunities.

During the past year, Thailand has showcased the concepts of “BCG Model” – the bio, circular, and green economic development on the global stage as chair of the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC). Putting the BCG strategy into practice successfully requires large-scale and well-coordinated efforts from multiple sectors. We need innovations to better meet the needs of consumers while caring for the environment, new generations of leaders who are well-versed in new disciplines, as well as new financial structure to support all these investments and preparations. All these efforts, if effectively directed, will lead to a big payoff – which is a more resilient and sustainable economy.

GCNT and its members are ready to support and drive these efforts forward for the betterment of our society, strengthening our economic performance while preserving our environment for the health and well-being of our children, grand-children, and all our fellow global citizens.



SDGs 17 หัวข้อ มาเป็นหลักการพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ จะช่วยนำทางให้เราสามารถรับมือกับทั้งความท้าทายในระยะสั้นและระยะยาว



ธัญพร กริชติทายาวุธ

ผู้อำนวยการสมาคม
เครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก
แห่งประเทศไทย

สารจากผู้อำนวยการสมาคม

CIRCULAR BUSINESS

ภาคธุรกิจ กำลังหลักของโลกยั่งยืน



"ศักยภาพจากทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน
ทั้งหมดร่วมสร้างให้เกิดประชาธิปไตยทาง
เศรษฐกิจอย่างแท้จริง"

ประเทศไทยของเรากำลังอยู่ในช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อของอนาคต เพื่อฟื้นฟูคุณภาพชีวิตของประชาชนและคุณภาพสังคม ขับเคลื่อนสังคมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงระยะยาว ด้วย BCG Model โมเดลบูรณาการแนวทางเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อนำเอาความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพมาบูรณาการกับการบริหารจัดการนโยบายที่ชัดเจนและเทคโนโลยี เชื่อมประเทศไทยสู่ประชาคมโลก ด้วยการเสริมสร้างศักยภาพจากภายในประเทศ

โจทย์ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทยจึงเป็นการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด บรรเทาปัญหาเชิงโครงสร้างที่ก่อให้เกิดการกระจุกตัวของทุนเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยศักยภาพจากทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ด้วยการ Empower และความร่วมมือ เพื่อให้เกิดประชาธิปไตยทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง

เพื่อให้ภาพอนาคตที่ยั่งยืนของเศรษฐกิจไทยเกิดขึ้น เราจำเป็นต้องตั้งหลักคิดด้วยกระบวนทัศน์ที่แตกต่างไปอย่างสิ้นเชิง ละทิ้งกรอบความคิดแบบเดิม เปิดกว้างต่อโอกาสจากทรัพยากรที่มีอยู่ จำกัด Circular Design หรือการออกแบบหมุนเวียน จึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในเส้นทางของการเปลี่ยนผ่าน โดยเฉพาะกับภาคธุรกิจที่เป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เช่นนั้นเอง CIRCO Hub ประเทศไทยจึงจัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยให้บุคลากรทางธุรกิจ สามารถเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการผลิต เรียนรู้เชิงประสบการณ์ผ่านกระบวนการออกแบบหมุนเวียน ซึ่งเป็น

กระบวนการ (Methodology) ที่มีต้นแบบทางความคิด จากประเทศเนเธอร์แลนด์ พัฒนาและออกแบบโดย CLICKNL the Dutch Creative Industries Knowledge and Innovation Network โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างองค์กรนำร่องของประเทศไทย ด้าน Circular Design 100 องค์กรภายในปี 2022

วารสารฉบับนี้ช่วยสร้างความเข้าใจว่า ธุรกิจจะได้มีโอกาสมาเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การพัฒนาการออกแบบกระบวนการผลิตสินค้าและบริการได้จริงนั้นมีอยู่จริง

In this era of global progressive transition towards a future, Thailand is at the turning point and going through several changes, to restore the people's quality of life, increase social equity, and drive the society to become resilient and ready for long-term changes.

The Circular Design methodology is one of the crucial tools for Thailand's sustainable futures, to help them see resources with new eyes, create new values, learn through experiences, and start the change from within their companies. This methodology is based on the research of TU Delft, designed and developed by CIRCO in the Netherlands, and supported by CLICKNL (the Dutch Creative Industries Knowledge and Innovation Network).

In Thailand, CIRCO Hub Thailand is the initiative born from the cooperation between the Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council (NXPO) and Global Compact Network Thailand, with the goal to build skills and capacity in circular design for 100 pilot companies within 2022.

This journal illustrates how leading businesses started to apply the CIRCO methodology, including circular design and business strategies, to develop and create new products and services that align with the circular economy in Thailand.



"เลือกที่จะเปลี่ยน เพื่อสังคมและธุรกิจ ที่ยั่งยืน"

CIRCULAR ECONOMY
CHANGE by CHOICE
for society and business

CIRCULAR ECONOMY

สถานการณ์เศรษฐกิจ
หมุนเวียนของไทย
และก้าวต่อไปสู่นาคร
ร่วมกันของโลก

วาระเร่งด่วนของโลกที่ทุกองค์กรและทุกคน
ต้องร่วมมือกันคือ การลดปัจจัยอันจะนำมาสู่
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นั้นนำมาสู่
การจัดทำกรอบความร่วมมือในการลดก๊าซ
เรือนกระจกในระดับประชาคมโลก

ประเทศไทยเองก็ได้ร่วมเป็นภาคีของความ
ตกลงปารีสในปี 2016 และการประชุม COP26
หรือการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญา
สหประชาชาติ ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพ
ภูมิอากาศ ณ เมืองกลาสโกว์ สหราชอาณาจักร
ครั้งที่ผ่านมา เราก็ได้ประกาศ

เจตนารมณ์ที่จะบรรลุเป้าหมายความเป็น
กลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)
ภายในปี 2050 และการปล่อยก๊าซเรือน
กระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)
ในปี 2065

เส้นทางที่จะไปสู่เป้าหมายร่วมกันของ
ประเทศไทยและประชาชนโลกมี "เศรษฐกิจ
หมุนเวียน" หรือ Circular Economy เป็น
เครื่องมือที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายเหล่านี้
ไปพร้อมกัน

DEFINITION AND ACTIONS FOR CIRCULAR ECONOMY

นิยาม และการปรับเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy เป็นแนวคิดในการจัดการวงจรของการใช้งานทรัพยากร จากเดิมที่เป็นเส้นตรง - ผลิต ใช้ แล้วทิ้ง เปลี่ยนเป็นการหมุนเวียนเป็นวงจรต่อเนื่องในระบบปิด โดยลดของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ หรือไม่หลงเหลือของเสียหลุดรอดออกไปจากระบบเลย ซึ่งนำไปสู่การสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

การผลิต : ส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่

- ใช้วัตถุดิบย่อยสลายได้ หรือวัตถุดิบชีวภาพ
- การออกแบบเพื่อลดการซื้อใหม่
- อายุการใช้งานยาวนาน
- ใช้วัฏจักรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การใช้วัตถุดิบรอบสอง

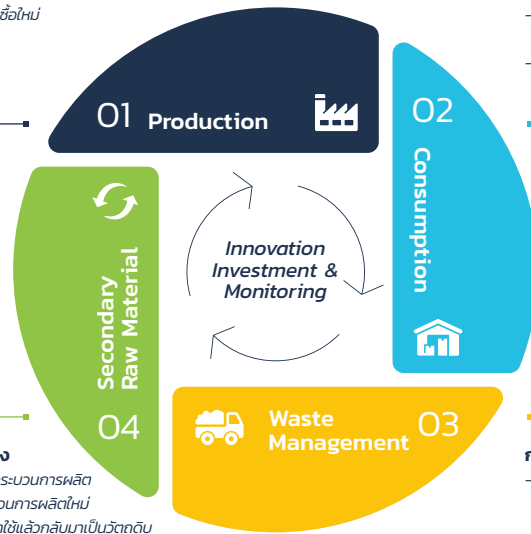
- นำวัตถุดิบคงเหลือจากกระบวนการผลิต และบริโภคกลับเข้ากระบวนการผลิตใหม่
- ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าใช้แล้วกลับมาเป็นวัตถุดิบ
- กำหนดนโยบายสำหรับของเสียที่กลับมาเป็นวัตถุดิบได้
- พัฒนามาตรฐานสำหรับวัตถุดิบรอบสอง

การบริโภค

- กระตุ้นอุปสงค์/การส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อให้เกิดการบริโภคสินค้าจากแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน
- ให้ข้อมูลคุณสมบัติด้านสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการต่อผู้บริโภค
- สร้างแนวทางการส่งคืนสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์หลังหมดอายุการใช้งาน

การจัดการของเสีย

- พัฒนาระบบการจัดการขยะของเสีย สินค้าหมดสภาพ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- กำหนดมาตรฐานเพื่อสร้างความรับผิดชอบของผู้ผลิตต่อการจัดการของเสียหลังการบริโภคสินค้าของตน



สำหรับประเทศไทย เพื่อให้บรรลุไปถึงเป้าหมายร่วมของโลกที่ตั้งเอาไว้ จึงมีการกำหนดโมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งมาจาก Bioeconomy เศรษฐกิจชีวภาพ Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียน และ Green Economy เศรษฐกิจสีเขียว เป็นวาระแห่งชาติ โดยเน้นการยกระดับการพัฒนา 4 อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ ได้แก่ เกษตรและอาหาร สุขภาพและการแพทย์ พลังงานวัสดุและเคมีชีวภาพ และการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นวาระเร่งด่วนอันดับแรก

PUBLIC-PRIVATE COLLABORATION

นโยบายภาครัฐ ภาคปฏิบัติของอุตสาหกรรมและความร่วมมือจากภาคประชาชน

เพราะการเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องใช้การปรับตัวระยะยาว ความร่วมมือร่วมใจจากทุกภาคส่วนของสังคมจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อสร้างระบบที่มั่นคงแข็งแรงลงไปถึงระดับจิตสำนึกของทุกคน

แนวทางการดำเนินงานเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนของไทยในภาคนโยบายโดยหน่วยงานของรัฐ ได้ร่วมกันพัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อช่วยส่งเสริมและสร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้ประกอบการในหลากหลายมิติ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดทำมาตรฐาน

การตรวจสอบและรับรองแห่งชาติ มทช.2-2562 แนวทางการใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจัดทำแผนขับเคลื่อนการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน พ.ศ.2560-2580 หรือ กรมควบคุมมลพิษได้จัดทำโรดแมปการจัดการขยะพลาสติก เป็นต้น

ในส่วนของผู้ประกอบการ การเดินทางเพื่อบรรลุตามแผนการบริโภคที่ยั่งยืนแบ่งตามประเภทธุรกิจ ทำได้ดังนี้

"เศรษฐกิจหมุนเวียนได้แรงบันดาลใจจาก 'ระบบชีวิต' ทุกอย่างเป็นอาหารซึ่งกันและกัน วนเป็นวัฏจักรไม่รู้จบ"

**ภาคอุตสาหกรรมผลิต**

การสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นระบบ กับการจัดการวัตถุดิบของเสียจากกระบวนการและสินค้าผลิตภัณฑ์ และใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

**ภาคเกษตรกรรมและอาหาร**

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

**ภาคบริการและการท่องเที่ยว**

เน้นการสื่อสารและสร้างความตระหนักในการเชื่อมโยงของหลายภาคส่วน

หากแต่ภาคประชาสังคมอย่างผู้บริโภคเองก็จำเป็นต้อง 'เร่ง' ทำความเข้าใจและ 'เริ่ม' ลงมือปฏิบัติตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ให้เหมาะกับประเภทของธุรกิจและชีวิตประจำวันของแต่ละคน เพียงปรับพฤติกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึก เริ่มจากการลดการเกิดขยะต้นทาง การใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Circular economy is the concept of managing the cycle of resources. From a straight line - produce, use then dispose, to a closed system cycle by effectively reducing waste or no leftover, which leads to building a business to grow sustainably.

For Thailand, the BCG economy model has been established as a national agenda to achieve the international goals, which are derived from Bioeconomy, Circular Economy, and Green Economy. The first urgent agenda is to emphasize the development of 4 strategic industries, which are food and agriculture, health

and medicine, materials energy and biochemistry, and tourism and creative economy.

National guidelines for the circular economy including the government policy have jointly developed facilitating factors to help promote and motivate entrepreneurs in various dimensions. Also, consumers need to 'accelerate' to understand and 'start' to follow the circular economy by adjusting their daily behavior to create awareness, reducing - reusing, and selecting environmentally friendly products.

โมเดลเศรษฐกิจ BCG สาขาเศรษฐกิจหมุนเวียน พ.ศ.2565-2570 ในร่างแผนการปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ด้าน ซึ่งสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในแต่ละอุตสาหกรรม ได้แก่



1. การพัฒนาเศรษฐกิจด้วยโอกาสการลงทุนและสร้างตลาดด้วยโมเดลธุรกิจเศรษฐกิจหมุนเวียน



2. ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดการคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ จากการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์



3. การพัฒนาแพลตฟอร์มและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นระบบ



4. การสร้างระบบกลไกการบริหารจัดการที่เอื้ออำนวยความสะดวกเศรษฐกิจหมุนเวียนของประเทศ



5. การสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักในการผลิตและบริการที่ยั่งยืน

DEESAWAT

แบรนด์เฟอร์นิเจอร์ไม้ ของไทยที่ไปไกลสู่ ฉลาก Circular Mark

วงการเฟอร์นิเจอร์ไทยรู้จัก DEESAWAT เป็นอย่างดีในฐานะแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ไทยแท้ที่ได้รับรางวัลด้านการออกแบบจากนานาชาติ โดยยังคงคาแร็กเตอร์ของไทยผ่านการใช้งานวัสดุไม้ และการก้าวเข้าสู่บทบาทของผู้ประกอบการที่ได้รับฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน หรือ Circular Mark

ด้วยข้อได้เปรียบที่การผลิตและออกแบบเฟอร์นิเจอร์ไม้ครบวงจร ทั้งเป็นโรงงานผลิต ทีมนักออกแบบเฟอร์นิเจอร์ และการวางแผนจุดยืนของแบรนด์ที่ชัดเจน ซึ่งสามารถทำได้ทั้งตามแบบของลูกค้า หรือเป็นคอลเล็กชั่นของ DEESAWAT เอง จึงสามารถจัดการกับกระบวนการผลิตภายในให้เป็นระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ครบรอบ

“หลายคนอาจมองว่า เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นรูปแบบของธุรกิจ แต่เรามองเห็นว่าเป็นพื้นฐานเบื้องต้น เพราะหลักในการทำงานของเราคำนึงถึงการเหลือเศษไม้ให้น้อยที่สุด เพราะเราใช้ไม้สักหรือไม้ประดู่ที่มีมูลค่าสูง ถึงปัจจุบันใจจะเปลี่ยนไปในลักษณะของ BCG แต่เรายังคงคุณค่าการใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุด ทำอย่างไรให้ลูกค้าใช้สินค้าของเราได้นานที่สุด พร้อมกับการเล่าเรื่องในทิศทางใหม่ๆ มากขึ้น เพื่อให้คนเห็นว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้มีคุณค่า เป็นเหมือนกับสมบัติชิ้นหนึ่ง และส่งต่อคุณค่าทางใจให้กับครอบครัว”

ในส่วนของการเดินทางเข้าสู่ปัจจัยด้านความยั่งยืน DEESAWAT มองว่า ฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียนเป็นมาตรฐานใหม่ซึ่งจะนำมาสู่การเรียนรู้ ปรับตัวเพื่อเดินทางไปสู่ตลาดในอนาคต



5 เคล็ดลับบนเส้นทางเศรษฐกิจหมุนเวียนของ DEESAWAT

1. สร้างแนวคิดสอดแทรกไปกับเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เพื่อบอกเล่าต่อให้กับผู้ใช้งาน
2. เตรียมความพร้อมอยู่เสมอกับการทำระบบให้เป็นมาตรฐานเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับสากล
3. สื่อสารภายในองค์กร สร้างความร่วมมือและความเข้าใจสู่ตลาดใหม่ในความยั่งยืน
4. สื่อสารกับบุคคลภายนอก การหาผู้เล่นพันธมิตรมาร่วมในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คุณค่าของความยั่งยืน
5. พัฒนาตนเอง เรียนรู้และเติบโตไปกับผลิตภัณฑ์ของตัวเองโดยตลอด ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล



“การเรียนรู้มาตรฐานซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ พร้อมกันกับการเปลี่ยนความคิดของคนในองค์กรให้เข้าใจแนวทางใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้น เพื่อรับมือกับโอกาสที่กำลังจะมาถึงของทิศทางตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”



Deesawat is an all-in-one woodworking process factory with highly skilled craftsmanship and design driven.

“Many people may see the circular economy as a form of business, but we see this as a very basic foundation. Because our working principle considers the least amount of wood waste from our high-value teak or padauk wood. At present, the challenges

in production have been proved by the BCG, but we still maintain the value of using raw materials to be the most cost-effective. How can customers use our products as long as possible? Along with the storytelling in more new directions to make people see that wooden furniture is valuable and the worthwhile legacy of the family.”

Legacy River Kwai Resort

ริสอร์ท Zero Food Waste ต้นแบบของไทย



"มันเป็นการเดินทาง
เราก้าวไปที่ละก้าว ระหว่างทาง
ก็หาความรู้ใหม่ๆ เส้นทาง
ยังอีกยาวไกลให้เราเดินไป"



เป็นเวลากว่า 26 ปี ที่เดอะเลกาซี ริเวอร์ควาย ริสอร์ทเปิดบริการให้นักเดินทางได้มาชื่นชมโค้ง น้ำที่สวยงามของแม่น้ำแควน้อย อย่างไรก็ตาม ความพิเศษของริสอร์ทแห่งนี้ไม่ได้มีเพียงภูมิทัศน์ที่สวยงามของธรรมชาติบนพื้นที่กว่า 300 ไร่ แต่คือความมุ่งมั่นตั้งใจนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาปรับใช้อย่างจริงจัง

ทุกวันนี้เดอะเลกาซีเป็นริสอร์ท Zero Food Waste ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารทุกอย่างมีที่มาและมีที่ไป ถูกหมุนเวียนใช้อย่างคุ้มค่า ไม่กลายเป็นขยะเลยสักชิ้น ด้วยการบริหารจัดการขยะอาหารหรือของเหลือ ด้วยการนำหมักกับมูลวัวให้กลายเป็นปุ๋ยหมักสำหรับใช้ปลูกผักในริสอร์ท ทั้งยังสามารถลดปริมาณขยะที่ส่งไปยังบ่อฝังกลบของชุมชนลงได้ 67 เปอร์เซ็นต์จากน้ำหนัขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด จนนำไปสู่การสร้างสรรคฐานการเรียนรู้ Legacy Circular Economy Learning Center เพื่อส่งเสริมการ

ศึกษาและเผยแพร่แนวปฏิบัติสู่การเป็น Zero Food Waste ทั้งยังเป็นเจ้าภาพในการผลักดันและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

นอกเหนือจากเรื่อง Zero Food Waste แล้ว เดอะเลกาซียังลดการใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียว โดยเปลี่ยนขวดน้ำที่ให้บริการในห้องพักและร้านอาหารเป็นขวดแก้วทั้งหมด รวมถึงเปลี่ยนหลอดน้ำเป็นแบบย่อยสลายได้ (Biodegradable) พร้อมกับการรณรงค์ให้พนักงานและคู่ค้าลดการนำเข้าถุงพลาสติก แก้วพลาสติก ขวดต่างๆ ที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ด้วยการนำปิ่นโตหรือกล่องข้าวใส่อาหารมารับประทาน ใช้แก้วน้ำแบบเดิมมาใช้ส่วนตัวอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องส่งออกไปทิ้งที่หลุมฝังกลบที่รัฐจัดให้ให้น้อยที่สุด โดยตั้งเป้าหมายที่จะลดปริมาณลงให้ได้ 70 เปอร์เซ็นต์ในสิ้นปีนี้

5 เคล็ดลับบนเส้นทางเศรษฐกิจหมุนเวียนของ Legacy River Kwai Resort

1. ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเล็กๆ ในชีวิตประจำวัน ผ่านการใช้ชีวิตและกิจกรรมในริสอร์ท
2. หลังภาคปฏิบัติ จัดให้มีการประเมิน เช่น การเก็บข้อมูลน้ำหนัขยะ เพื่อนำมาวิเคราะห์ Carbon Emission
3. การตั้งเป้าหมายปลายทางที่เป็นรูปเป็นร่าง เพื่อการสร้างโรดแมปที่มีประสิทธิภาพ
4. การสื่อสารจากปากของผู้บริหาร ทั้งกับภายในองค์กรและกับคู่ค้า ในเรื่องความสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน
5. ให้เรื่องราว Zero Food Waste เป็นความภาคภูมิใจของพนักงานทุกคน

ได้ร่มเงาไม้ใหญ่ที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วริสอร์ท เดอะเลกาซีใช้จุดแข็งของพื้นที่อันกว้างขวางและร่มรื่นมีความเป็นธรรมชาติสูง ในการชักชวนแขกผู้เข้าพักให้ออกมาใช้ชีวิตและทำกิจกรรมกลางแจ้ง เน้นกิจกรรมที่ผสมผสานไปกับธรรมชาติโดยปล่อยคาร์บอนต่ำ ไม่สร้างมลพิษ อย่างการล่องแพและปั่นจักรยาน การพาย SUP Board ในแม่น้ำแควน้อย และแคมป์ศึกษาดูนก

เดอะเลกาซีดำเนินการบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมานานหลายปี ห้องเรียนวิชาความยั่งยืนของที่นี่จึงจับต้องได้จริง และง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้ไม่ว่าจะที่ไหนก็ตาม

The Legacy Legacy River Kwai Resort is a Zero Food Waste Resort, where all ingredients are circulated and used wisely, not turning into a piece of waste at all by managing food waste or leftovers. This led to the establishment of the Legacy Circular Economy Learning Center to promote education and dissemination of practices toward becoming Zero Food Waste, as well as being a host for pushing and collaborating with various agencies for better environmental protection.





The World Needs Circular Economy

แนวทางขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนจากทั่วทุกมุมโลก

ทั่วโลกต่างก็ตื่นตัวในแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด เบียดเบียนธรรมชาติให้น้อยที่สุด และคงรักษาโลกใบนี้ให้ยังคงเกื้อกูลกันต่อไปอีกแสนนาน

เหล่านี้คือตัวอย่างโครงการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในต่างประเทศ กับกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสหพันธรัฐมาเลเซีย



สหรัฐอเมริกา USA

- Sustainability and Circular Economy Summit
- Private & Local Initiatives

▶ "เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเพื่อระดมสมองในเรื่องความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ"



แคนาดา CANADA

- World CE Forum 2020
- Zero Waste Canada
- Active CE Platforms

▶ "กระตุ่นการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมผ่านโปรเจกต์วิทยาศาสตร์และนวัตกรรม"

ตัวอย่างการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศต่างๆ

กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐประชาชนจีน

**ฝรั่งเศส FRANCE**

- 2020 : 70% of Construction Waste
- 2025 : Halve Landfill & 100% of Plastics

▶ "ให้ค้ำประกันที่จะรีไซเคิลพลาสติกในระบบทั้งหมด 100% ให้ได้ภายในปี 2025"

**ฟินแลนด์ FINLAND**

- A Global Forerunner in CE
- World CE Forum 2017
- SITRA

▶ "องค์กรที่ใช้งานหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ"

**เนเธอร์แลนด์ NETHERLANDS**

- 50% Reduction in the Use of Primary Raw Materials by 2030

▶ "ตั้งเป้าหมายการบริโภควัตถุดิบหลักลงครึ่งหนึ่ง ก่อนถึงเป้าหมายที่ครบวงจรสมบูรณ์ในปี 2030"

**เยอรมนี GERMANY**

- Recycling Mandatory 1996
- German Resource Efficiency Programme 2012

▶ "นโยบายที่ทำให้เยอรมนีเป็นประเทศแรกๆ ที่กำหนดเป้าหมายความยั่งยืนอย่างชัดเจน"

**จีน CHINA**

- CE Law 2008
- The City of Suzhou – Sustainable Transition China

▶ "สร้างกลยุทธ์ด้วยการใช้พลังงานสะอาดในการขับเคลื่อนเมืองและประเทศ"

**มาเลเซีย MALAYSIA**

- CE Roadmap for Plastic (2020)

▶ "ความร่วมมือระหว่างกระทรวงและบริษัทในการสร้างกระบวนการที่ทันสมัย"

**ญี่ปุ่น JAPAN**

- 3R with High Recycling Rate
- CE Vision Development

▶ "จาก 3R พื้นฐานสู่การสร้างระบบการจัดการขยะและการสร้างพฤติกรรมที่ยั่งยืน"



PLAN TOYS

ธุรกิจของเล่นเด็ก
ปลูกฝังแนวคิด
ความยั่งยืน
ส่งต่อสู่สังคม





"เด็กในวันนี้คือผู้ใหญ่ในวันหน้า" ประโยคหนึ่งที่เปี่ยมไปด้วยความหวังและความตั้งใจที่อยากปลูกฝังการเรียนรู้สำหรับเด็กผ่านทางของเล่นของเล่นของเล่นทอยส์ ธุรกิจของเล่น ซึ่งเริ่มต้นจากแนวคิดการทำธุรกิจที่ไม่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เริ่มมาเมื่อ 40 ปีที่แล้ว

จวบจนวันนี้ แพลนทอยส์ คือธุรกิจของเล่นที่ไม่ได้มาเล่นๆ แต่มองทุกสิ่งเป็นโอกาส ตั้งแต่เรื่องการปลูกฝังการเรียนรู้และพัฒนาการผ่านการเล่น แนวคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จนมาสู่การเล่นอย่างยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนเยาวชนสู่การสร้างสังคมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม เราทำความรู้จักเส้นทางแห่งความยั่งยืนเช่นนี้ไปพร้อมกันกับ **คุณโกสินทร์ วีระพรสวรรค์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท แพลน ครีเอชันส์ จำกัด

Sustainable Play การเล่นที่ยั่งยืนแบบแพลนทอยส์

ในเรื่องของความยั่งยืนของเรามาจาก Triple P ก็คือ People Planet และ Profit เริ่มจากเราจะต้องมั่นใจว่าการได้มาซึ่งของเล่นแต่ละชิ้นมีการออกแบบที่ตอบโจทย์ในมิติของนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มิติของการพัฒนาเด็กที่จะได้รับผ่านการคิดและออกแบบ ในเวลาเดียวกันจะต้องไม่ละเลยในการกลับไปดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบข้างด้วย ไม่ว่าจะเป็นการดูแลคนภายในองค์กร ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ชุมชน สังคมที่อยู่รอบๆเรา

เราเริ่มมีการทำเรื่องการวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ จากตอนแรกที่ทำเพียงในระดับผลิตภัณฑ์ เมื่อทำสำเร็จเราก็ขยายมาทำตัว CFO ที่อยู่ในระดับขององค์กร เพื่อที่จะมาดูว่าไม่ใช่แค่กระบวนการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งที่เราทำออกมา สิ่งที่เราสร้างบนโลกนี้ มักจะมีในเรื่องของความรับผิดชอบต่อเกิดขึ้นด้วยกลับมาทบทวนการวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์หลังจากสินค้าออกสู่ท้องตลาด และการควบคุมปริมาณคาร์บอนทั้งองค์กร

The Turning Point จุดเปลี่ยนสู่ธุรกิจยั่งยืน

สิ่งที่เราจะต้องคำนึงคือการต่อยอด เราเห็นโอกาส เห็นช่องทางจากจุดอ่อนในปัจจุบัน ยังมีคนอีกมากมายที่ยากเข้าถึงของเล่นดีๆ แต่อาจจะไม่มีกำลังซื้อหรือพื้นที่เก็บมากพอ การได้มาซึ่งการทำโมเดลธุรกิจแบบใหม่ อย่างการสมัครสมาชิก หรือการทำห้องสมุดของเล่น (Toy Library) น่าจะเป็นการตอบโจทย์ที่ดี ผมคิดว่าจุดเปลี่ยนตรงนี้แหละที่จะเป็นแรงผลักดันให้เห็นเรื่องราว เห็นเทรนด์เรื่องเศรษฐกิจแบ่งปัน หรือ Sharing Economy มากขึ้น และเป็นอีกโอกาสสำคัญที่คนอีกมากมายสามารถเข้าถึงการเล่นของเล่นได้มากขึ้น



ผู้ก่อตั้งเคยกล่าวไว้ว่า หากในอนาคตไม่มีคนซื้อของเล่นแพลนทอยส์แล้ว ท่านจะมีความสุขมาก เพราะแปลว่าวันนั้นทุกคนจะเข้าใจและให้ความสำคัญในเรื่องของการเล่นได้อย่างแท้จริง



คุณโกสินทร์ วีระพรสวรรค์
 กรรมการผู้จัดการ
 บริษัท แพลน ครีเอชันส์ จำกัด



Passion for Betterment วิสัยทัศน์ขยายขอบข่ายความยั่งยืน

หากต้องการสร้างความยั่งยืนจะต้องมีความสามารถในการทำกำไร การคิดต่อยอดจากการทำธุรกิจก่อน โดยแพลนทอยส์พยายามที่จะเข้าใจและศึกษากระแสของโลกที่เปลี่ยนไป มีโอกาสอะไรบ้างที่จะสามารถนำมาใช้ โดยยังคงทั้งเรื่องการประกอบธุรกิจ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และสวัสดิภาพของพนักงาน นอกจากนี้ยังใช้หลักการจาก Circularity มีการเอาของเหลือทิ้งกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด จึงเป็นที่มาของวัตถุดิบใหม่ที่เรารู้จักว่า PlanWood โดยวัตถุดิบนี้สามารถสร้างมูลค่าจากตัวชิ้นเลื่อยธรรมดาไปเป็นสินค้าอื่นได้อีกมากมาย ซึ่งเกิดจากการส่งเสริมคนภายในองค์กรให้มาช่วยกันคิดช่วยกันทำ โดยเปิดพื้นที่ เวลา และโอกาสให้กับคนที่ทำงาน

ปัจจุบันแพลนทอยส์มีการเปิดตัว Play Space - Forest of Play โดยเด็กๆ สามารถที่จะเข้ามาเล่นของเล่นเองได้อย่างสนุกสนาน โดยจ่ายแค่เพียงแต่ละครั้งต่อการเล่น และไม่จำเป็นต้องมีของเล่นกลับไปเก็บที่บ้านอีกด้วย หรือการเปิด Toy Clinic รับซ่อมเป็นบริการเสริม ซึ่งผลกระทบทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมนอกจากแง่ลบแล้วยังมีในด้านเชิงบวกด้วย

สิ่งสำคัญที่เกิดจากการต่อยอดโมเดลธุรกิจใหม่คือผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาก่อนข้างมาก ถ้าเราสามารถหมุนเวียนตัวของเล่นจาก 1 ครั้ง ซึ่งเป็นผลผลิตมาจากการบวนการผลิตที่ใช้เวลาและพลังงานที่ค่อนข้างมาก ทำการปรับปรุงจุดนั้นให้ดีขึ้น และลดปริมาณค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่เกิดขึ้นได้ สิ่งที่มีมือทำทั้งหมดจะมีคุณค่ามาก และเรื่องราวตรงนี้จะเป็นส่วนช่วยทำให้มิติทางสิ่งแวดล้อมเติบโตและดีขึ้น





Plan Toys is the toy business started 40 years ago with the concept of a business idea that does not exploit society and the environment.

Until today, Plan Toys has seen everything as an opportunity. From cultivating learning and developing through play, eco-friendly to sustainable play. Let's get to know this sustainability pathway with Mr. Kosin Wirapornsawan, Managing Director of Plan Creations Company Limited.

Sustainable Play

Our sustainability comes from triple P –People Planet and Profit. To begin with, we have to ensure that the design would respond to the eco-friendly innovative production and children's development, along with the return to take care of the society and the surrounding environment and people in every stakeholder.

The Turning Point

We are focusing on the opportunities. There are still many people who want access to good toys but may not have enough purchasing power or storage space. The acquisition of a new business model like a subscription or a toy library should be a good answer. I think the turning point here will be the driving force behind the story. Seeing the trend of sharing economy and grabbing this important opportunity is a good chance for people to have access to more toys.

Passion for Betterment

To create sustainability, the business must make a profit. Plan Toys tries to understand the currents of the changing world. There are many opportunities that can be used by maintaining both business product standards and employees' welfare.

The important thing that arises from the extension of the new business model is the impact on society and the environment is quite large. If we can rotate one toy, which is a result of a production process that takes a lot of time and energy, we can reduce the amount of carbon footprint of the whole process. Everything that has been done will be valuable and make the environment better.





EARTHOLOGY STUDIO

แบรนด์ที่หยิบเอาขวดพลาสติกมาแปรรูปเป็นเส้นใย ใส่งานดีไซน์จนกลายเป็นเสื้อผ้าที่เป็นมิตรกับไลฟ์สไตล์และสิ่งแวดล้อม

คุณกฤติกา ชัยวิไล กรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้ง **Earthology Studio** จากความปรารถนาอันยิ่งใหญ่ที่ต้องการให้นวัตกรรมวงการสิ่งทอเดินหน้าไปพร้อมกับผู้บริโภค ผ่านงานดีไซน์ผลิตภัณฑ์ที่ปลูกจิตสำนึกผ่านการบริโภคตั้งแต่วัสดุต้นทางที่ขวดพลาสติกผสมเส้นใยธรรมชาติ สร้างสรรค์ด้วยคุณภาพสินค้าให้ใช้ได้ยาวนาน

จุดเริ่มต้นที่ความมุ่งมั่นตั้งใจ

จากธุรกิจโรงงานสิ่งทอที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 35 ปี และเป็นผู้ผลิตสินค้าให้กับแบรนด์เสื้อผ้าระดับโลกมากมาย คุณกฤติกาเล็งเห็นถึงพัฒนาการในเรื่องความยั่งยืนผ่านการทำงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอร่วมกับแบรนด์เหล่านี้มาอย่างต่อเนื่อง นันยังจุดประกายเพื่อออกค้นหาการทำงานที่มีความหมายกับตัวเอง โลก และผู้คนรุ่นหลัง

พอหันกลับมาดูวงการสิ่งทอในบ้านเรา เธอต้องการสร้างแบรนด์ที่มีจุดยืนในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน Earthology Studio จึงเกิดขึ้น ชื่อตรงตัวจากการผสมคำสองคำ นั่นก็คือ Earth ที่หมายถึงสิ่งทอที่ทำมาโดยตลอด และ Technology ที่จำเป็นจะต้องดึงนวัตกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในงานวัสดุสิ่งทอ

ตั้งแต่เริ่มต้นที่วัสดุขวดพลาสติกผสมกับเส้นใยถั่วเหลืองหรือเส้นใยสับปะรดจากชาวสวน การสร้างงานสร้างอาชีพให้กับกลุ่มแม่บ้านในท้องถิ่นใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบ การค้นหาสีสันทันทีไม่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม และมองถึงอนาคตที่บริการหมุนเวียนเสื้อผ้ากลับมาซ่อมเพื่อยืดอายุการใช้งานต่อไปให้ยาวนานอีก

สื่อสารผ่านแบรนด์และผลิตภัณฑ์

ข้อความสำคัญที่ Earthology Studio ต้องการสื่อสารออกไปยังสังคมผ่านสินค้าและดีไซน์ คือการบอกเล่าให้คนรุ่นใหม่ทราบว่า เรากำลังลงมือทำให้ผู้คนได้เห็นว่าการนวัตกรรมและความปรารถนาดีสามารถส่งต่อไปสร้างสรรค์โลกให้ดีขึ้นได้ และร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ต่อไปอย่างยาวนาน

แนวความคิดในการทำงานผลิตภัณฑ์ยังส่งต่อในเรื่องความเท่าเทียม ทุกสิ่งทุกอย่างที่สร้างสรรค์มาจากแบรนด์นี้ล้วนมาจากมันสมองและสองมือของคนไทยทั้งสิ้น ตั้งแต่วัสดุ แรงงาน นักออกแบบ และชุมชนที่มีส่วนร่วมสร้างเรื่องราวตั้งแต่การเก็บขวดพลาสติก จนสร้างสรรค์เป็นเสื้อผ้าสำหรับทุกคน ทั้งกระบวนการก็เพื่อผลักดันเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดขึ้นและได้ผลจริงในบ้านเรา





"ส่วนตัวเชื่อว่ายังมีแบรนด์ไทย
อีกหลายแบรนด์ที่มีศักยภาพ
เรื่องความยั่งยืน แล้วยกย่องให้
คนไทยภูมิใจว่าเราทำได้"



กฤติกา ชัยวิไล
กรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้ง
Earthology



Earthology Studio was born from a circular economy standpoint. The name literally derives from a combination of two words: Earth, which refers to textiles, and Technology, which is necessary to bring innovation into the work of textile materials.

PET bottle chips were mixed with hemp fibers or pineapple leaf fibers from farmers. These products create a career for local housewives close to the source of raw materials. Along with the future with the clothes turnover service for repairing to extend the longer life for each cloth.

The key message that Earthology Studio wants to communicate to society through fabric and design is that innovation and goodwill can continue to make the world a better place. Then the consciousness of loving the world and the environment will follow.

WHY IT MATTERS?

เศรษฐกิจหมุนเวียนในวงการแฟชั่นและสิ่งทอ



1. วัสดุต้นทางการผลิต

วัสดุทุกชิ้นของ Earthology Studio จะไม่มีการสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา ทั้งหมดล้วนมาจากผลิตภัณฑ์หลังการบริโภค อย่างขวดเครื่องดื่ม PET นำไปรีไซเคิลเป็นเส้นใย ผสมกันกับกากใยจากเกษตรกรจังหวัดตาก หรือใบสับปะรดจากเกษตรกรจังหวัดระยอง ซึ่งปกติมักจะถูกกำจัดทิ้งหรือเผา นำไปแปรรูปเกิดเป็นผืนผ้าชนิดพิเศษที่สวยงาม ทนทาน และเหมาะกับการใช้งานโดยเฉพาะภูมิอากาศแบบเมืองไทย

2. ดีไซน์ที่เข้าใจคนรุ่นใหม่

การสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญที่บ่งบอกถึงความเข้าใจในตัวผู้บริโภค โดยเฉพาะกับการสื่อสารถึงคนรุ่นใหม่ ดีไซน์เป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญไม่แพ้กับวัสดุที่มีเรื่องราวที่มาจากงานได้คงทนยาวนาน และเป็นความภาคภูมิใจของผู้สวมใส่อย่างการนำเสนอในคอลเล็กชั่นล่าสุด My Earth Will Go On ที่บอกเล่าถึงความสนุกปลูกพลังด้านบวกของผู้คน และรวมพลังสร้างส่วนร่วมในการแก้ปัญหา Climate Change

3. สื่อสารกับสังคม

ปลูกจิตสำนึกของผู้คนผ่านการทำงานร่วมกันกับพาร์ทเนอร์หลายภาคส่วน เพื่อผลักดันการคัดแยกขยะให้เห็นเป็นรูปธรรมและจับต้องได้ ผ่านกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างการชวนผู้คนเก็บขวด PET สะอาดมาส่งที่สำนักงานเขต แล้วขวดเหล่านั้นจะถูกนำไปแปรรูปเปลี่ยนเป็นชุดทำงานปลอดภัยตามมาตรฐานสากลสำหรับคนกวาดถนน ช่วยลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุและลดขยะไปพร้อมกัน



Climate Smart Agriculture

เกษตรกรรมอัจฉริยะ: รับมือปัญหาโลก
ด้วยนวัตกรรมเพื่อความมั่นคงทางด้าน
อาหาร





**"เราต้องผลักดันให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
มีส่วนร่วมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
จากภาคเกษตร ตั้งแต่กระบวนการผลิต
การขนส่ง และระบบโลจิสติกส์"**

"ประเทศไทยคือครัวของโลก" เป็นประโยคที่บอกเล่าเรื่องราวของบ้านเราในสายตาโลกได้เป็นอย่างดี ด้วยความโดดเด่นที่สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และพืชพันธุ์ธัญญาหารที่อุดมสมบูรณ์ เมื่อรวมกับโจทย์ของนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านความมั่นคงทางอาหารและลดปัญหาสภาวะโลกรวน ทำให้อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยจึงเป็นอีกหนึ่งความเคลื่อนไหวที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง

จากพื้นเพดั้งเดิม พาไปสู่ความสมดุลของห่วงโซ่ในโลยุคใหม่

เท่าความจากเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมที่ยังคงเป็นแนวทางปฏิบัติหลักมาจนถึงปัจจุบัน มาพร้อมกับปัญหาทางการจัดการผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่แน่นอน พร้อมกันกับการเป็นอันดับสามของสาเหตุหลักที่สร้างสภาวะโลกร้อนตลอดกระบวนการ โดยรวมแล้วการปล่อยก๊าซและการเกษตรมีส่วนในการปล่อยก๊าซมีเทนสูงถึง 40% นับเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนสูงกว่าก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 80 เท่า

การจัดการในระดับห่วงโซ่คุณค่าให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนด้วยการใช้นวัตกรรมเพื่อการเกษตรผ่านหลักการเกษตรกรรมอัจฉริยะ หรือ Climate Smart Agriculture จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือในทุกภาคส่วนตั้งแต่ระดับปฏิบัติการอย่างเกษตรกรในพื้นที่ ไปจนถึงภาคนโยบายอย่างภาครัฐและเอกชนรายใหญ่ เพื่อลดอุปสรรคและข้อจำกัดด้านการเข้าถึงให้น้อยที่สุดดึงเอาศักยภาพของหลักการและนวัตกรรมออกมาใช้งานจริงให้ได้มากที่สุด

"เราต้องผลักดันให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีส่วนร่วมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคเกษตร ตั้งแต่กระบวนการผลิต การขนส่ง และระบบโลจิสติกส์ ด้วยการให้ความสำคัญกับผู้ผลิตและประเภทของสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และขับเคลื่อนการให้เกิดการลดผลกระทบ สร้างความร่วมมือในวงกว้าง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเชื่อมต่อกันทั้งหมดทั่วโลก" ศุภชัย เจียรวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด กล่าว



ศุภชัย เจียรวนนท์
ประธานคณะผู้บริหาร
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด



C.P. Group's Climate Smart Agriculture: Balancing Food Security Amidst Climate and Geopolitical Volatility

One of the toughest challenges for the food industry is ensuring cooperation and aligning climate actions of the various actors throughout the global supply chains, including over 350 million smallholder farmers. Capital constraints, limited access to technology, knowledge gaps around climate change, including mitigation and adaptation measures, and the dominance of conventional farming practices are all obstacles to the food industry achieving the ambitious climate goals.

"We need to bring every stakeholder on board on the journey to decarbonise our agri-food systems, including those from the transportation, freight, warehouse, inventory, and logistics sectors that are part of the global supply chain. There is also a need to identify and prioritise suppliers and



products with significant environmental impact in order to encourage wider decarbonisation efforts,” stated Suphachai Chearavanont, CEO, Charoen Pokphand Group Co., Ltd. (C.P. Group).

“Technology and innovation are key drivers of strategy for C.P. group to tackle challenges throughout the value chain. The Food and Agriculture Organisation (FAO)’s Climate Smart Agriculture Framework is reflected in C.P. Foods’s reformulation of animal feed products, which leads to lowering nitrous oxide emissions by more than 100,000 tons of CO₂-equivalent per year.”

“We are actively exploring the use of new technologies such as blockchain, agricultural drones and satellite imagery to improve efficiency, reduce waste and bring transparency into supply chains for both agricultural and livestock products.”

Thai Rice NAMA, a partnership between the governments of Thailand, Germany and the UK, encourages local small-holder farmers to shift to

นวัตกรรม เครื่องมือ ของความเปลี่ยนแปลง

ความสำคัญของนวัตกรรมในยุคใหม่นี้ นอกเหนือจากสมดุลและความมั่นคงทางอาหารที่มีมากเพียงพอจะหล่อเลี้ยงประชากรทั่วทั้งโลกได้แล้ว ยังมีโจทย์สำคัญที่การรับมือปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก แนวทางการพัฒนาโดยใช้นวัตกรรมจึงมีตั้งแต่ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ไปจนถึงองค์ความรู้สู่เกษตรกรรายย่อยอย่างกว้างขวาง

“ปัจจุบันเรากำลังอยู่ในขั้นตอนของการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างบล็อกเชน โดรนเพื่อการเกษตร และภาพถ่ายดาวเทียมมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ รวมไปถึงช่วยลดปริมาณขยะ และการสร้างความโปร่งใสในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในส่วนของภาคเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เพื่อการปศุสัตว์ เช่น การปรับปรุงสูตรอาหารที่นำมาใช้เลี้ยงสัตว์ เพื่อลดการปล่อยก๊าซไนตรัสออกไซด์จากมูลสัตว์ เทียบเท่าได้กับการลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์กว่า 100,000 ตันต่อปี”

เครือข่ายริช นามา" (Thai Rice NAMA) โครงการที่เกิดขึ้นเพื่อประสานความร่วมมือทางภาครัฐระหว่างประเทศไทย เยอรมนี และสหราชอาณาจักร เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรรายย่อยร่วมลดภาวะโลกร้อนด้วยการทำนาแบบใหม่ จึงนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ด้วยการจัดตั้งโครงการฝึกหัดชาวนา 27,000 รายทั่วประเทศ พร้อมกันกับเป็นตัวแทนประสานความร่วมมือกับตัวแทนจากบริษัทชั้นนำของไทยกว่า 90 บริษัทที่เป็นสมาชิกของ UN Global Compact ในประเทศไทย สร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

“การผสมผสานจุดแข็งของเราโดยมุ่งไปสู่ทุกระดับของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร จะทำให้เรามีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการต่อสู้กับอุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นภายในระยะเวลาอันสั้นตามที่ตั้งเป้าไว้” คุณศุภชัย หัวเรือใหญ่แห่ง บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด กล่าวสรุป

“โดยเฉพาะภารกิจที่ยิ่งใหญ่ของโลกอย่างปัญหาสภาวะโลกรวน จำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างองค์กร สถาบันทางการเงิน และภาครัฐในการจัดหาทุน การให้ความรู้และฝึกทักษะใหม่ๆ รวมไปถึงการมอบเทคโนโลยีในการช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อย และธุรกิจ SME เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงสภาวะอากาศ เพราะฉะนั้นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่คือกำลังสำคัญในการให้ความร่วมมือและสนับสนุนสตาร์ทอัพที่มุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืนต่อไป”

“การผสมผสานจุดแข็งของเราโดยมุ่งไปสู่ทุกระดับของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร จะทำให้เรามีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการต่อสู้กับอุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นภายในระยะเวลาอันสั้นตามที่ตั้งเป้าไว้”



low-emissions rice farming, which significantly reduces methane emissions. This partnership has inspired C.P. Group to train 27,000 rice farmers throughout Thailand with the same low-emission rice cultivation techniques, leading to a nearly 40% reduction in carbon footprint for white rice, and 8% reduction for Hom Mali rice.

Global partnerships and climate advocacy are also key to transformation. To this end, C.P. Group is working with close to 90 member companies of the UN Global Compact Network Thailand to strengthen cooperation among the public and private sectors and civil society.

“By combining our strengths and targeting multiple levels of industry, including that of the food production sector, the fight against rising temperatures has a higher chance of succeeding in the short period of time that we have,” concluded C.P. Group’s CEO.



CIRCULAR MARK

ฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน เสริมความมั่นใจของผู้บริโภค

บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SCGP เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน หรือ Circular Mark ระบบรับรองฉลากที่ออกแบบเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสำหรับผู้บริโภค พร้อมกันกับเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับฝั่งผู้ผลิตที่จะช่วยผลักดันสินค้า สร้างโอกาสทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้ซื้อขนาดใหญ่และแข็งแกร่งขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และโซลูชันของ SCGP จึงเกิดขึ้นเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG และสร้างระบบนิเวศอันยั่งยืนของการบริโภคให้เกิดขึ้นในสังคม สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับองค์กรในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับมาตรการจากภาครัฐด้วยเช่นกัน

ESG 4 Plus แนวปฏิบัติเพื่อความยั่งยืน

จากความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG และหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำ พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ SCGP ได้ทำการขยายสู่ ESG 4 Plus ซึ่งประกอบด้วย "มุ่ง Net Zero-Go Green-Lean เหลื่อมล้ำ-ย៉าร่วมมือ" โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ การช่วยให้ธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียบรรลุความคาดหวังทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน แม้อยู่ท่ามกลางสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา



"CIRCULAR MARK เป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าทางการตลาด ส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมุนเวียนทั้งในและต่างประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์สินค้า และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย"

หลักการบริหารห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน ของ SCGP

ห่วงโซ่คุณค่าแห่งการหมุนเวียน ประกอบด้วย การขายและหมุนเวียนของเก่าที่ยังใช้งานได้ การใช้ และแบ่งปัน การซ่อมแซมและปรับเปลี่ยนการใช้งาน การนำกลับมาใช้ใหม่ การฟื้นฟูและปรับปรุงขั้นตอน ให้ดีขึ้น และกระบวนการผลิตและการนำทรัพยากร กลับมาใช้ใหม่ โดยดำเนินการตาม 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่



1) Green Manufacturing

ดำเนินงานตามกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยมาตรฐานระดับโลก (World Class Operation)



2) Upstream Supply Chain ยกระดับ

การจัดการของธุรกิจต้นน้ำ โดยการสร้างความเข้มแข็งให้กับลูกค้าและผู้ธุรกิจ ให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน



3) Downstream Supply Chain

สร้างคุณค่าเพิ่มสู่ผู้ผลิตและผู้บริโภค ปลายน้ำ โดยผลิตสินค้าและบริการ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า



4) Advocating & Promoting SD Concepts

ส่งเสริมเผยแพร่ แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมีแนวทาง ช่วยเหลือและสนับสนุนให้สังคมเข้มแข็ง แม้จะไม่ใช่ความเกี่ยวข้องหรือความ สัมพันธ์โดยตรงก็ตาม

นอกจากฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียนจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับ ผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นเครื่องมือแสดงถึงการดำเนินการ ด้านความยั่งยืนที่มีความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่น แก่ลูกค้า อันจะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและ สนับสนุนการเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ และสินค้าที่ยั่งยืนให้กลายเป็นจริงได้ในสังคม



SCGP aims to create innovative products, services, and solutions to meet customers' diverse conceptual frameworks while driving sustainable business growth per ESG guidelines and Circular Economy principles to recognize resource efficiency. Transitioning to a low-carbon society must deal with the ongoing climate change.

SCGP has continued the implementation of the SCGP ESG Pathway this year and has expanded its performance to the ESG 4 Plus guideline:

1. Set Net Zero
2. Go Green
3. Reduce Inequality
4. Embrace collaboration

These also plus fairness and transparency to meet the vision of "Regional leader in integrated packaging solutions with a variety of innovative products and services, and sustainable business operations," with the ultimate goal of assisting businesses and stakeholders meet short- and long-term expectations for sustainable growth, even amid ever-changing situations

ICON OF SUSTAINABILITY

สัญลักษณ์นี้มีความหมาย ต่อสิ่งแวดล้อม

จะรู้ได้อย่างไรว่า ผลิตภัณฑ์ใดของแบรนด์ใดบ้าง
ที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน?

คำถามสำคัญของเหล่าผู้บริโภค เพื่อให้แน่ใจว่าการ
ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเป็นการซื้อ
ที่สนับสนุนสินค้าซึ่งผู้ผลิตมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจ
หมุนเวียนไปดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม อันเป็นการ
ส่งเสริมการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำในระบบเพื่อสร้าง
มูลค่าทางเศรษฐกิจ ลดปริมาณขยะ และลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก

ระบบรับรองฉลากสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์หมุนเวียน
ด้วยการมองหาโลโก้ฉลาก Circular Mark คือคำตอบ
ที่ช่วยให้ผู้บริโภคคลายความสงสัย และช่วยให้ต่อเติม
ภาพใหญ่ของสิ่งแวดล้อมอันยั่งยืน ในขณะที่เดียวกัน
สำหรับผู้ผลิต ฉลากรับรองนี้เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วย
ผลักดันสินค้า สร้างโอกาสทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้ซื้อ
ขนาดใหญ่และแข็งแกร่งขึ้นทั้งในและต่างประเทศ



**Circular Mark เป็นเครื่องมือ
ที่มีคุณค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์
หมุนเวียนทั้งในและต่างประเทศ
สร้างความเข้มแข็งให้กับ
แบรนด์สินค้า และเพิ่มความ
สามารถในการแข่งขันของ
ประเทศไทย**



กระดาษถ่ายเอกสาร Idea Green

โดย บริษัทผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด
30-50% มาจากวัตถุดิบเยื่อกระดาษรีไซเคิล

นวัตกรรมกระดาษที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการผลิต
กระดาษโดยใช้เยื่อจากป่าปลูกและ EcoFiber หรือเยื่อเวียน
ทำใหม่จากกระดาษที่ผ่านการใช้งานแล้ว 50% เป็นการลด
เกิดมลพิษและประหยัดกระดาษและลดการใช้ไม้ใหม่ แต่ยังคงได้
กระดาษคุณภาพพรีเมียม ขาว สะอาด เหมาะแก่การใช้งาน



ถุงกระดาษสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Paper Bag)

โดย บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด
ใช้เยื่อกระดาษเป็นวัตถุดิบมากกว่า 70%
และสามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ 100%

วัตถุดิบต้นทางสำหรับผลิตถุงกระดาษมาจากเยื่อกระดาษรีไซเคิล
และข้อดีของวัสดุกระดาษของถุงกระดาษคือสามารถนำกลับมา
รีไซเคิลได้ทั้งหมด สร้างพฤติกรรมลดการใช้ถุงพลาสติกแบบ
ครั้งเดียวทิ้ง เพิ่มทางเลือกในการใช้บรรจุภัณฑ์สินค้าจากวัสดุ
รีไซเคิล พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากร
ธรรมชาติอย่างยั่งยืน



บรรจุภัณฑ์อาหารเฟสต์ ไบโอบี (Fest Bio)

โดย บริษัทพีนิช พัลฟ แอนด์ เพเพอร์ จำกัด (มหาชน)
 ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ 100% ภายใน 60 วัน

บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารที่ผลิตจากเยื่อไผ่ 100% จากป่าปลูกเชิงพาณิชย์ ส่งผลพลอยได้ต่อการสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรกรในท้องถิ่นในการปลูกยูคาลิปตัสเพื่อเพิ่มรายได้ พร้อมกับการันตีราคาซื้อคืน หลังการใช้งานบรรจุภัณฑ์สามารถย่อยสลายตามธรรมชาติได้ เรียกว่าวนครบรอบเศรษฐกิจหมุนเวียนทั้งกับสิ่งแวดล้อมและสวัสดิภาพมนุษย์ ตลอดจนคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ



ถุงพลาสติกชนิดอ่อนตัวแบบ Laminate Mono-material (R1)

โดย บริษัทพีแอนด์พี ประเทศไทย จำกัด
 นำกลับมารีไซเคิลได้ 100%

จากถุงพลาสติกแบบเดิมที่ประกอบขึ้นจากการประกบชั้นของฟิล์มหลายชนิดซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษต่างกัน จึงไม่สามารถนำกลับเข้าสู่วงจรการรีไซเคิลได้ ถูกแก้ปัญหาด้วยนวัตกรรมพอลิเมอร์ด้วยวัสดุ Mono-material หรือวัสดุพลาสติกประเภทเดียวกันทั้งหมด โดยยังคงคุณสมบัติเทียบเท่าบรรจุภัณฑ์เดิม เพิ่มเติมที่รีไซเคิลได้ 100%



ขวดแชมพูสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยง ที่ผลิตจากพลาสติกใช้แล้ว PCR 100% ประเภท HDPE

โดย บริษัทคอบีเมก จำกัด
 ใช้ PCR ประเภท HDPE เป็นวัตถุดิบ 100%

เม็ดพลาสติก PCR หรือ Post-Consumer Recycled Resin เป็นนวัตกรรมที่เกิดจากการรีไซเคิลพลาสติกใช้แล้ว หลอมกลับมาเป็นเม็ดพลาสติกใหม่เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับขึ้นรูปกลับมาเป็นบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่ง นั่นแปลว่าหลังจากการใช้งานบรรจุภัณฑ์เหล่านี้แล้วจะสามารถหมุนเวียนรีไซเคิลกลับมาเข้าระบบได้ไม่รู้จบ

CIRCULAR MARK พัฒนาการครั้งแรกในโลกโดยประเทศไทย ภายใต้ 3 แนวคิด

- 1) **Life Cycle Thinking** คำนึงถึงวัฏจักรการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างคุ้มค่า
- 2) **12Rs: Circular Products** คำนึงถึงการใช้อย่างคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์หมุนเวียนตามหลัก 12R
- 3) **Resource Use Efficiency + Value Added** คำนึงถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

CIRCULAR MARK is the first environmental label used to market revolving products domestically and internationally, emphasizing SCGP's leadership in the Circular Economy and strengthening the brand, increasing Thailand's competitiveness, and demonstrating quality, credibility and sustainability of the product while following SCGP's strategy and business vision.

CIRCULAR MARK is seen as a valuable tool for marketing products for regional and global markets. It is adopted to reinforce its leadership in the Circular Economy, strengthen the brand, and increase the country's competitiveness. It guarantees that products and packaging design follow the Circular Economy principle, including facilitating material circulation, using an environmentally friendly production process, and proper waste management at the end of its lifecycle. The process acts as a role model for the industry.



12R of Zero Waste

ขยะเหลือศูนย์เป็นจริงได้ ด้วยหลักการ 12R



โลกยังคงต้องเดินหน้าไปทุกวัน แค่ 5R ก็คงไม่พอ
ชวนมาดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนไป
กับ 12R เพื่อขยะเหลือศูนย์อย่างเต็มประสิทธิภาพ

เราค้นเคยกับ 5R เพื่อการกำจัดขยะที่ยั่งยืน :
Reduce การลดปริมาณขยะ Reuse การนำกลับ
มาใช้ซ้ำ Repair การซ่อมแซมชุบชีวิต Recycle
การหมุนเวียนวัสดุกลับมาใช้ใหม่ และ Reject
หลีกเลี่ยงของเสียเป็นพิษ จากนั้นมาเดินหน้า
เพื่อโลกที่ยั่งยืนไปกับ 12R สู่เป้าหมายที่ใหญ่กว่า
และยั่งยืนกว่า

ต่อไปนี่คือตัวอย่างในชีวิตประจำวันที่คุณทำเอง
ก็ได้ง่ายๆ และตัวอย่างภาคปฏิบัติจากเพื่อนบ้าน
ทั่วมุมโลกที่เริ่มต้นเคลื่อนไหว 12R แบบจริงจัง
แล้ว

Refuse

ปฏิเสธที่จะบริโภคเพิ่ม ถ้าไม่จำเป็นหรือไม่ได้
ต้องการจริงๆ ร่วมสร้างค่านิยมการบริโภค
อย่างมีสติ

✓ **ACTION :** ไม่รับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น
หรือเกินความจำเป็น เลือกพกพาปิ่นโต
จานชาม ใช้งานภาชนะที่คืนหรือใช้ซ้ำได้

We are familiar with 5R for sustainable
waste disposal: Reduce, Reuse, Repair,
Recycle, and Reject. From now on, let's
move forward for a sustainable world with
12R towards the goal for a bigger and more
sustainable world.

- 01 Remember what you have bought
before?
- 02 Respect the value of the goods and
resources of this product.
- 03 Refuse to consume more if it is not
necessary.
- 04 Reduce waste and overconsumption.

Remember

จดจำว่าเคยมีเคยซื้ออะไรมาบ้าง ระลึกถึง
ช่วงชีวิตก่อนมีของชิ้นนี้ แล้วชั่งน้ำหนักความ
จำเป็น

✓ **ACTION :** จำได้ว่าเคยมีเสื้อผ้าลวดลาย
แบบนี้แล้ว ชอบมากอยากจะมีอีกตัว จำเป็น
มากแค่ไหนกัน



Respect

เคารพคุณค่าของข้าวของและทรัพยากรกว่าจะ
ได้มาซึ่งสินค้าชิ้นนี้

✓ **ACTION :** ถูงผ้าในมือ ต้องผ่านการผลิต
เส้นใย ถักทอ ตัดเย็บ ผ่านมือหลายคน จึงต้อง
ใช้งานให้คุ้มค่าที่สุด



Reduce

ลดปริมาณขยะ ลดการบริโภค ลดเหลือเท่าที่
จำเป็น

✓ **ACTION :** ทำความรู้จักกับประเภทของ
พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพื่อลดการใช้งานให้
น้อยที่สุด



Reuse

ใช้ซ้ำให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ ก่อนจะซื้อของใหม่
ใช้ของเก่าให้คุ้มก่อน

✓ **ACTION :** ซื้อผักผลไม้จากร้านค้าคู่ใจใกล้บ้าน จะได้ใช้ใส่ลงบนไปมาสะดวก



Return

คืนข้าวของที่ไม่ใช้แล้วกลับไปสู่ผู้ผลิต จากนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อผู้ผลิต

✓ **ACTION :** ข้อกำหนดที่จุดจำหน่ายสินค้าอย่างซูเปอร์มาร์เก็ต จะต้องเป็นจุดรับคืนแบตเตอรี่ใช้แล้ว



Refill

เติมผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้ หลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

✓ **ACTION :** ทำความรู้จักร้านค้าแบบเติมใกล้บ้าน เพื่อนำขวดเปล่าส่วนตัวไปเติมน้ำยาแบ่งขายด้วยตัวเอง



- 05 Reuse as many times as possible before buying something new.
- 06 Return the used items back to the manufacturer under the responsibility policy.
- 07 Refill the product into reusable packaging. Avoid using single-use plastics.
- 08 Repurpose new value from materials or leftovers. Resurrect in a new and different way.

Repurpose

สร้างคุณค่าใหม่จากวัสดุหรือของเหลือใช้ ชุมชีวิตใหม่ในรูปแบบใหม่ที่ต่างจากเดิม

✓ **ACTION :** เปลี่ยนกระสอบปูนเก่า หรือยางรถยนต์เหลือใช้ กลายเป็นกระเป๋าใบใหม่สุดเก๋



Rot

หมักเศษอาหารหรือเศษอินทรีย์กลับมาเป็นปุ๋ยหมัก ใช้ประโยชน์อีกครั้ง ของเสียไม่มีสิ่งใดถูกเผาหรือฝังกลบ

✓ **ACTION :** เศษอาหารในบ้านเปลี่ยนให้เป็นปุ๋ยหมัก จะเป็นถังหมักปุ๋ยสำเร็จรูปหรือแบบ DIY ก็ได้ทั้งหมด



- 09 Rot the leftover food or organic waste into compost. Nothing is landfilled.
- 10 Restore the natural resources around the living or operation area.
- 11 Repair damaged items, and use them until the end of life.
- 12 Recycle process might be too difficult, but it's worth it if you can actually complete it.

Restore

ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบพื้นที่ที่อาศัยหรือประกอบกิจการ

✓ **ACTION :** เปลี่ยนพื้นที่รกร้างหรือเป็นพิษในโรงงานให้เป็นทุ่งหญ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



Repair

ของเสียต้องซ่อมแซม ถ้าไม่จำเป็นยังไม่ต้องซื้อใหม่ ใช้จนสุดอายุการใช้งาน

✓ **ACTION :** รองเท้าเสียยังพอใช้งานได้ แค่ติดกาวหรือเย็บใหม่ ก็กลับมาใช้ได้เหมือนเดิม



Recycle

ผ่านกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ เรื่องนี้อาจจะยากหรือใหญ่ แต่นับว่าคุ้มค่าถ้าทำได้จริงครบวงจร

✓ **ACTION :** ขวด PET และฝา HDPE แยกประเภทแยกสีให้ดี แล้วส่งโรงงานกลับไปหลอมเป็นเม็ดพลาสติกนำมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์อีกรอบ





6 Steps to CE

6 สเต็ปส์ เปลี่ยนธุรกิจของคุณ ก้าวสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน

“อนาคต” แบบไหนที่ผู้ประกอบการยุคใหม่กำลังเดินหน้าไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืน และผลดอกออกผลอย่างยั่งยืน? “ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน” คือคำตอบ

แนวทางแห่งการหมุนเวียนนี้จะไม่ใช่แค่ทางเลือก แต่คือ “ทางรอด” ของธุรกิจที่ใครลงมือก่อนย่อมได้เปรียบกว่า เพราะไม่ใช่แค่เรื่องรักษ์โลก แต่เป็นความคุ้มค่าและโอกาสในการต่อยอดธุรกิจใหม่ๆ ท่ามกลางโลกที่ผันผวนในอนาคตอันใกล้

จากเดิมที่อุตสาหกรรมดั้งเดิมแบบ “นำมา-ผลิต-ทิ้ง” เดินทางเป็นเส้นตรง เราชวนเจ้าของธุรกิจและผู้ประกอบการก้าวไปพร้อมกันกับ 6 สเต็ปส์เริ่มต้น แนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยเศรษฐกิจหมุนเวียนตั้งแต่วันนี้

The circular economy is not just an option, it is the “survival” of a business that makes a greater advantage. These are 6 steps for a circular economy business.

Step 1 : Rethink the way you think about doing business. Leading countries around the world are driving the issue at full speed.

Step 2 : Product design is the heart of a business. Good design should be started from the design of the production process while still meeting the needs of users.

Step 3 : Turn the product life cycle into a circle by turning from a straight-line life path (Take-Make-Waste) into a circular life cycle (Make-Use-Return).

Step 4 : Transform the business into the concept of Product as a Service for post-consumer management, like a rental system or after-sales repair service (Refurbish).

Step 5 : Three processes you should start working on are measuring and monitoring the energy consumption, checking the efficiency of raw materials, and product life cycle assessment.

Step 6 : Clear communication should be done with stakeholders throughout the business process to create a truly sustainable consumption culture.



STEP 1 ตื่น! ธุรกิจของคุณอาจไม่รอด

ชวนผู้ประกอบการกลับมา Rethink หรือคิดใหม่ในการทำธุรกิจเสียใหม่ ประเทศชั้นนำทั่วโลก กำลังขับเคลื่อนประเด็นนี้กันอย่างเต็มกำลัง เช่น ทวีปยุโรปมีมาตรการการเก็บค่าธรรมเนียมคาร์บอนสำหรับการนำเข้าสินค้า (Border Carbon Tax Adjustment) เพื่อจำกัดการปล่อยก๊าซคาร์บอนลง



STEP 2 เริ่มหมุนเวียนตั้งแต่การออกแบบสินค้า

การออกแบบสินค้าคือหัวใจของธุรกิจบนฐานแนวคิดหมุนเวียน การออกแบบสินค้าที่ดี ควรคำนึงถึงตั้งแต่การออกแบบกระบวนการผลิต การลดการใช้วัตถุดิบที่มากเกินไปจนความจำเป็น หมุนเวียนวัตถุดิบที่ใช้งานได้กลับเข้าสู่กระบวนการ โดยยังคงตอบโจทย์การใช้งาน พร้อมกันกับมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์



STEP 3 เปลี่ยนวงจรชีวิตสินค้าให้เป็นวงกลม

การออกแบบกระบวนการผลิตและบริโภคที่มอบวงจรชีวิตใหม่ให้ผลิตภัณฑ์ โดยเปลี่ยนจากเส้นทางชีวิตแบบเส้นตรง (Take-Make-Waste) เป็นวงจรชีวิตแบบวงกลม (Make-Use-Return) อย่างการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพทนทาน ใช้ได้ยาวนาน และเมื่อสินค้าสิ้นสุดอายุการใช้งานแล้ว สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ หรือแยกกลับสู่กระบวนการรีไซเคิลได้



STEP 4 ปรับธุรกิจสู่แนวคิด Product as a Service

การ Rethink โมเดลธุรกิจใหม่ๆ แบ่งปันขึ้นมากมายตามเทรนด์การบริโภค ผ่านการสร้างบริการหลังการขาย เพื่อบริหารจัดการหลังการบริโภค อย่างระบบการให้เช่าสำหรับใช้ต่อครั้ง หรือเช่าเป็นระยะเวลาหนึ่ง จนถึงบริการซ่อมหลังการขาย (Refurbish) เพื่อให้สินค้าได้รับการอัปเดตเฟิร์มแวร์ใหม่ๆ และถูกใช้อย่างมีคุณภาพต่อไปได้อย่างยาวนานไม่ตกยุค



STEP 5 เริ่มประเมินวัดผลและตรวจสอบธุรกิจของคุณเอง

3 กระบวนการที่คุณควรเริ่มลงมือทำ ได้แก่ การวัดผลและตรวจสอบพลังงานที่ถูกใช้ไประหว่างกระบวนการของธุรกิจ การตรวจสอบประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบทุกชนิด และการประเมินวัฏจักรชีวิตของสินค้า เพื่อการวิเคราะห์ปัญหาหรือผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง ก่อนนำไปสู่การวางแผนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ทั้งหมดนี้เพื่อสำรวจผลประกอบการอย่างต่อเนื่อง



STEP 6 สื่อสารการเป็นธุรกิจหมุนเวียนกับทุกคน

การสื่อสารให้ชัดเจนควรกระทำกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดเส้นทางกระบวนการธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ บริหารการผลิต การจัดเก็บสินค้า กระบวนการจัดส่ง รวมไปถึงลูกค้า ผู้บริโภค และคู่ค้าในการลงทุนทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจของคุณเป็นเศรษฐกิจหมุนเวียนทั้งห่วงโซ่การผลิต และสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

GCNT ชวนคุณเข้าร่วมกับ 106 สมาชิกเครือข่ายปัจจุบันในประเทศไทย เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืน
ไปพร้อมกับอีกนับหมื่นสมาชิกเครือข่าย ที่มีอยู่ทั่วโลกของ UN Global Compact



สแกนนี้เพื่อสมัคร
เป็นสมาชิกใหม่กับเรา

สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย GLOBAL COMPACT NETWORK THAILAND (GCNT)

สำนักงานใหญ่ 111 นร. ดิจิทัล พาร์ค เวสต์, อาคารนิมิตคอร์น ชั้น 5 ยูนิต SE587, ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260 โทร. 0-2051-9404