



ฉลาก
เปลี่ยนโลก

ย้อนกลับไปเมื่อ พ.ศ. 2536 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ได้ส่งเสริมให้ประชาชน ร่วมใจกันประหยัดพลังงานไฟฟ้า และให้ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าผลิต หรือนำเข้าอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มี ประสิทธิภาพสูง ผ่านการรณรงค์ใน “โครงการฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5” ซึ่งนับเป็นฉลากสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีจาก ผู้ผลิตและผู้บริโภค และประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้

A Label that Changes the World.

Dating back to the year 1993, the Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT) first promoted energy conservation among people and encouraged electrical appliance producers to manufacture or import high efficient appliances under a project of No. 5 energy-saving label on electrical appliances. It is an environmental label which has successfully gained high acceptance from both manufacturers and consumers and still enjoys its success up until now.

ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ที่เราค้นหน้าคั่นตากันดีนี้ จึงเปรียบเสมือนเครื่องหมายที่การันตีความประหยัดไฟฟ้า และเชื่อมโยงถึงการประหยัดเงินในกระเป๋าของเราอย่าง มิต้องสงสัย แน่نونว่าเรื่องเงินๆ ทองๆ เป็นเรื่องอันดับต้นๆ ในชีวิตประจำวันของชีวิตคนส่วนใหญ่ในสังคม หากมองให้ ไกลกว่านั้น เมื่อผู้บริโภคเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีฉลาก เบอร์ 5 กันมากๆ สะท้อนให้เห็นถึงพลังแห่งความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมที่มีอย่างต่อเนื่องในบ้านเรา

แต่ก่อนที่จะพาไปรู้จักกับฉลากสิ่งแวดล้อมตัวอื่นๆ ขอย้อนอดีตเล่าถึงประวัติความเป็นมาของฉลากสิ่งแวดล้อม พอให้เห็นพัฒนาการและที่มาที่ไปกันสักเล็กน้อย โดยเริ่มต้น จากการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร เมื่อ พ.ศ. 2535 ว่าด้วยเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากจุดนั้นได้ มีการยกประเด็นมาอภิปรายกันว่า ไม่ใช่แค่ผู้ผลิตฝ่ายเดียว ที่จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อในการทำสิ่งแวดลอมของโลก ดีขึ้น ผู้บริโภคเองก็ควรมีส่วนร่วมในการแสดงออกถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และโลกด้วยเช่นกัน

ต่อมาประเทศเยอรมนีได้เริ่มนำฉลากสิ่งแวดล้อมมาใช้ อย่างจริงจังเป็นประเทศแรกของโลก ซึ่งประเทศเยอรมนี มีแนวคิดในการออกฉลากสิ่งแวดล้อมที่มีสัญลักษณ์เป็น นางฟ้าสีน้ำเงิน (Blue Angel) มาตั้งแต่ พ.ศ. 2521 เพื่อให้ การรับรองสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ฉลากนี้ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคมาก เรียกได้ว่า หากชาวเยอรมันไปซื้อสินค้าแล้วมองหาฉลาก Blue Angel ไม่พบ ก็จะไม่ซื้อสินค้านั้นๆ เป็นอันขาด ความตื่นตัวของ ผู้บริโภคหัวใจสีเขียวเช่นนี้ทำให้ประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น แคนาดา ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี และสหภาพยุโรป มีการออก ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นของตนเองและนำมาใช้กันอย่าง แพร่หลายมากขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นกลไกทาง การตลาด เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ ผู้บริโภค ตลอดจนเป็นแรงจูงใจสำคัญต่อผู้ผลิตที่จะคิดหาวิธี หรือสร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและบริการของตน ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้นไป

เมื่อกระแสของโลกดำเนินไปเช่นนี้ ประเทศไทย โดยการนำของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยและคณะกรรมการ นักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทยร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกระทรวงทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้จัดทำ “ฉลากเขียว” (Green Label) ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2536 เพื่อให้การรับรองสินค้าและบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าสินค้าและบริการ ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน หลังจากนั้นหน่วยงานเหล่านี้ก็เริ่ม แนะนำโครงการฉลากเขียวให้ประชาชนคนไทยได้รู้จักมาโดย ตลอด อีกทั้งยังมีผู้ผลิตจำนวนมากที่ใส่ใจในเรื่องการรักษา



familiar No. 5 label represents a guarantee of saving of energy and our pocket money. Certainly, money for most people in the society is the first priority in our life, but if we seriously look at it, the more consumers buy No. 5 energy saving electrical appliances are a true indication of an ongoing power of responsibilities for environment in our country.

Before we learn more about other environmental labels or Eco labels, we should recollect an origin of environmental label so as to see its development and direction briefly. The label was originated from the Earth Summit on sustainability development in Rio De Janeiro in 1992. Following the event, an issue on consumers' responsibilities was raised by the producers, the consumers, who also have accountability on environment, society, and the world in order to help create a better planet to live on.

Later, Germany was the first country which seriously implemented an environmental label. Actually, it had introduced its own green label - a blue angle - to certify environmentally friendly products since 1978. The label became well-known and has gained a huge popularity among public. When shopping, most German would not buy any product if they could not find the products with the label. A growing concern of green minded customers also took place in other developed countries such as Canada, Japan, Korea, Taiwan and EU countries. Those countries created their own labels and they have been widely used. The label is used as a marketing tool to provide customers information that can make them more informed choices when choosing products and services. Meanwhile, for entrepreneurs, it motivates them to develop innovation for their products and services to be more environmentally friendly.

Due to this trend, Thailand led by Thailand Environmental Institute (TEI) and Thailand Business Council for Sustainable Development in collaboration with Ministry of Industry, Ministry of Science and Technology, and Ministry of Natural Resources and Environment developed a **green label** in 1993 to certify the products and services rendering lesser impact on environment when compared to the same kinds of products and services in the market. Thereafter, the organizations then tried to promote the green label to Thai people more. A number of entrepreneurs with environmental consciousness have applied for a green label certification and several

สิ่งแวดล้อมมาขอรับการรับรองตราสัญลักษณ์ฉลากเขียว และได้รับอนุมัติให้ใช้เครื่องหมายแล้ว อาทิ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ปตท. ทั้ง 7 สาขา คือ สาขาสุขาภิบาล 3 สาขาสวัสดิการการรถไฟแห่งประเทศไทย สาขาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ สาขาถนนประชาชื่น สาขาถนนประชาราษฎร์ สาขาพัฒนาการ และสาขาหนองแขม เป็นต้น

ดร.พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมตลาดคาร์บอน องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ในฐานะผู้ที่บุกเบิกทำงานด้านฉลากสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่ต้น ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับประเภทของฉลากสิ่งแวดล้อมโดยอ้างอิงจากมาตรฐานสากล ISO 14020 : 2000 ดังนี้

ประเภทที่ 1 เป็นฉลากที่ดำเนินการให้การรับรองโดยหน่วยงานอิสระหรือหน่วยงานภาครัฐ และมอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติทางด้านสิ่งแวดล้อมตรงตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ที่องค์กรได้จัดทำขึ้นโดยพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เช่น ฉลากเขียว เป็นต้น

ประเภทที่ 2 เป็นฉลากที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายแสดงที่ผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อรับรองว่าผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีการกำหนดเกณฑ์หรือข้อกำหนดอย่างฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 เป็นเพียงแต่การให้ข้อมูลและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคเท่านั้น เช่น เครื่องหมาย mobius loop แสดงการรีไซเคิล

ประเภทที่ 3 เป็นฉลากที่แสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงปริมาณ ซึ่งได้จากการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment : LCA) และผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานอิสระ

นอกจากเหนือจากฉลากสิ่งแวดล้อมที่ออกโดยหน่วยงานที่ต่างกัน ยังมีฉลากสิ่งแวดล้อมอีกเป็นจำนวนมากที่จัดอยู่ในประเภท Single Issue คือ ชูประเด็นย่อยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อมเพียงประการเดียว เช่น ประหยัดพลังงานในคอมพิวเตอร์ (Energy Star) ประหยัดพลังงานไฟฟ้า (ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5) ลดก๊าซเรือนกระจก (ฉลากคาร์บอน) เป็นต้น

organizations were already certified e.g. seven branches of PTT service stations at Sukhapiban III, Welfare of State Railway Authority of Thailand, Rajamangala Institute of Technology, Krungthep, Prachacheun Road, Pracharat Road, Pattanakarn and Nong Khaem.

Dr. Pongvipa Lohsomboon, Director of Carbon Market Promotion, Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO, a pioneer in the environmental label since the beginning, informed us on the types of Eco labels with reference on ISO 14020:2000 as follows:

Type I is certified by an independent or governmental organization and awards to the products that possess qualities according to specified properties designed by the organization based on consideration of entire life cycle of the products e.g. a green label.

Type II is a self declaration label by manufacturers or producers to inform that their products are environmentally friendly without establishing rules or specifications as Type I. This type is to inform information to customers and create credential among consumers for instance, a mobius loop label signifying a recycle process of the products.

Type III is a label showing quantified product information based on life cycle assessment which is verified by independent organizations. Apart from environmental labels issued by various organizations, there are also several labels under "a single issue" category which emphasizes one sub issue for instance, energy saving for computer - an energy star; electricity saving - No. 5 electrical appliances; and reducing green house effect - a carbon footprint label, etc.

As for the steps to issue environmental labels by the central organizations in particular, firstly, a committee is set up to review each type of products that requires areas causing environment impacts and the way that they can improve to solve such issues in order to establish standards. Then, the producers with environmental concern or those wishing to be certified the standards for export purpose will submit their products to certified organizations to audit if their products comply with the standards or not. Upon compliance, the label will be issued and a small fee is required. Various organizations in charge of environmental labels are TEI (Green label), TGO (Carbon footprint label) and also Tourism Authority of Thailand (Green leaf label) which is an authority to certify environmentally friendly hotels.

In addition to aforementioned No. 5 electrical appliances label and a green label, another type of label which has become talk of the town at present is a **carbon footprint label** identifying volume of carbon

ส่วนขั้นตอนในการออกฉลากสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะฉลากประเภทที่มีหน่วยงานกลางเป็นผู้ออกฉลากนั้น ก่อนอื่นต้องมีการตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์แต่ละตัวว่ามีจุดไหนบ้างที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้อย่างไร แล้วนำมาตั้งเป็นเกณฑ์มาตรฐาน จากนั้นผู้ผลิตที่มีความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม หรือต้องการตราสัญลักษณ์ไปใช้เพื่อการส่งออก ก็จะยื่นเรื่องมาต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ออกฉลากนั้นๆ เพื่อให้หน่วยงานตรวจสอบว่ามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ถ้าตรงตามเกณฑ์ก็สามารถออกฉลากให้ได้ โดยมีการจ่ายค่าธรรมเนียมในการออกฉลากเพียงเล็กน้อย ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการออกฉลากสิ่งแวดล้อมก็มีอยู่หลากหลาย เช่น สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (ฉลากเขียว) องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (ฉลากคาร์บอน) หรือแม้แต่องค์กรด้านการท่องเที่ยวอย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เป็นผู้ออก “ฉลากใบไม้เขียว” ให้กับธุรกิจด้านการบริการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 และฉลากเขียว ที่กล่าวถึงมาแล้วในข้างต้น ยังมีฉลากสิ่งแวดล้อมที่ตอนนี้กำลังเป็นที่พูดถึงกันมากในบ้านเรา คือ “ฉลากคาร์บอน” (Carbon Label) ซึ่งเป็นฉลากที่บอกข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ทราบเกี่ยวกับปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ผู้บริโภคปล่อยออกไปจากการใช้ผลิตภัณฑ์ แล้วทำให้เกิดภาวะโลกร้อน

ฉลากคาร์บอนนี้นับเป็นแนวโน้มยุคใหม่ที่ทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ เราอาจสังเกตเห็นได้จากเรื่องใกล้ๆ ตัว เช่น บนกระป๋องน้ำอัดลม หรือบนกล่องบรรจุภัณฑ์อาหารที่มีการระบุปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศ นี่ก็เป็นตัวอย่างหนึ่งของฉลากคาร์บอนที่พบเห็น

released from using the products that results in greenhouse effect.

The **carbon label** is a new trend that has received attention worldwide as we can notice it on simple products around us e.g. soda can or a food container signifying volume of carbon dioxide release to atmosphere which are some examples of products in daily life featuring carbon footprint. This type of label will be further promoted to other products, we then have to keep eyes on their movement accordingly.

Despite Thailand's early introduction of green label as one the first countries in Southeast Asia, after implementation for over a decade, we are not much successful in term of popularity among consumers in other developed countries. To this, Dr. Pongvipa observed that for Thai, their main concern is price and quality, not environment. The price is very sensitive for consumers in developing countries. As a result, No. 5 Electrical appliances that point out the prices saving has been so successful as previously mentioned. Furthermore, the environmental label has also weakness as it is difficult to communicate objectives of the label for better understanding. Informing people of how good the products are for environment and how they reduce greenhouse gas etc. which do not directly impact the customers or yield an instant effect can make them feel good. But in making an instant purchase decision, they will prefer price to quality. Also, there are misunderstandings that the label raises the price of the product. Partly, that fact is true because some products increase their prices. But we have to bear in mind that some cheap products may not have good quality as the pricey one. At least, they may not have the same ability to reduce global warming. Some products cost the same but if one product is more environmentally friendly, it is up to the consumers to choose which one."

รู้จักฉลากคาร์บอน...

Getting to Know Carbon Labels.



Carbon Reduction

ฉลากลดคาร์บอน แสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตจากโรงงานที่กระบวนการผลิต มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง เมื่อเทียบกับปีฐาน คือ 2545 อย่างน้อยร้อยละ 10

Carbon Reduction label signifying that the products are from factories having a manufacturing process that reduces the carbon by at least 10 percent from the year 2002 which is the base year.



Carbon Footprint

ฉลาก Carbon Footprint แสดงปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ผลิตภัณฑ์ปล่อยออกมาตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

Carbon Footprint label signifying a volume of carbon dioxide release from an entire life cycle of the product.

ในชีวิตประจำวันกันมากขึ้น และหลากหลายชนิดนี้กำลังแพร่หลาย ไปสู่สินค้าและบริการอื่นๆ ซึ่งเราต้องจับตามองเพื่อติดตาม ความเคลื่อนไหวกันต่อไป

อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยของเรานับเป็นประเทศ แรกๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นำแนวคิดเรื่อง ฉลากสิ่งแวดล้อมมาใช้เกือบทศวรรษแล้ว แต่กลับยังไม่ประสบความสำเร็จในด้านการเป็นที่รู้จักหรือได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเท่ากับในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่ง ดร.พงษ์วิภาได้ให้ข้อสังเกตว่า “เหตุผลประการแรก ก็เพราะคนไทยยังคำนึงถึงคุณภาพกับราคามาก่อนเรื่อง สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องราคารัสนั้นนับเป็นจุดอ่อนไหว ของผู้บริโภคในประเทศกำลังพัฒนา นี่จึงเป็นเหตุผลให้ ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ที่ชูประเด็นเรื่องการประหยัดเงิน ในกระเป๋าประสบความสำเร็จดังที่ได้กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ ฉลากสิ่งแวดล้อมยังมีจุดอ่อนอีกประการคือ ผู้บริโภคเข้าใจ จุดมุ่งหมายของฉลากได้ยาก เพราะการให้ข้อมูลว่าสินค้านี้ ติดต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ฯลฯ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้กระทบกับตัวผู้บริโภคโดยตรง หรือเกิดผล ได้อย่างทันตาเห็น ผู้บริโภคอ่านดูก็รู้สึกว้าวดี แต่ถ้าจะให้ซื้อ จริงๆ แล้ว ขอเลือกราคากับคุณภาพก่อนก็แล้วกัน อีกทั้ง ยังมีการเข้าใจผิดกันค่อนข้างมากว่าสินค้าที่ติดฉลาก สิ่งแวดล้อมเป็นสินค้าที่มีราคาแพง ซึ่งบางส่วนก็เป็น ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพราะสินค้าบางตัวราคาแพงขึ้นจริง แต่ต้องอย่าลืมว่าสินค้าที่ถูกกว่าอาจคุณภาพไม่ดีเท่าก็ได้ อย่างน้อยก็ลดภาวะโลกร้อนได้ไม่เท่ากัน และมีบางตัว ที่ราคาเท่ากัน แต่อีกตัวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมก็ขึ้นอยู่กับ ผู้บริโภคที่จะเลือกแบบใด”

นอกจากนี้เรายังต้องยอมรับว่าพลังเรียกร้องหรือจิตสำนึก ด้านสิ่งแวดล้อมจากผู้บริโภคไทยยังนับว่าอยู่ในระดับไม่สูง

ไม่ใช่แค่ผู้ผลิตฝ่ายเดียวที่จะต้อง เป็นผู้รับผิดชอบในการทำให้ สิ่งแวดล้อมของโลกดีขึ้น ผู้บริโภคเอง ก็ควรมีส่วนร่วมในการแสดงออก ถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และโลกด้วยเช่นกัน

Not only producers alone who must take responsibility in improving environment of the world, the consumers themselves need to take part in social, environment and world stewardship.

In addition, we must accept that a calling for or environment consciousness from Thai consumers is not so strong when compared with developed countries. As we can see that most of Thai producers are enthusiastic about receiving certification on environmental label due to export requirement where consumers are very environment conscious.

When the campaign on environmental label at individual level did not get good response, the organization that has campaigned on environmental label then had to change strategy by turning to large consumers such as government who is the largest consumer of the country. They sparked attention of the government to support products which are environmentally friendly.



ฉลาก CoolMode คือองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวง อุตสาหกรรม จัดทำโครงการส่งเสริมพัฒนาเสื้อผ้าลดโลกร้อน เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีการพัฒนา คิดค้นเส้นใย เสื้อผ้า และผลิตเสื้อผ้าลดโลกร้อนที่ใส่แล้วเย็นสบาย เหมาะสมกับสภาพอากาศบ้านเรา จะได้ไม่ต้องปรับลด อุณหภูมิแอร์ในห้องให้ต่ำเกินไป เป็นการช่วยประหยัดเงินและประหยัดพลังงานไปในตัว

CoolMode label is created by GTO, Textile Development Institute, and Ministry of Industry which have jointly organized a project of Textile Development to stop global warming to encourage manufacturers to develop methods to produce fabric and cloth that reduce global warming. It is hoped that wearers will feel comfortable with the cloth which is suitable for the temperature in Thailand. As a result, the consumers need not to turn on air conditioner to cool down the room which will save money and energy at the same time.

มากนักเมื่อเทียบกับผู้บริโภคในประเทศพัฒนาแล้ว จะเห็นได้ว่าที่ผู้ผลิตไทยส่วนใหญ่มีความตื่นตัวในการขอรับการรับรองเพื่อออกฉลากสิ่งแวดล้อมก็มีสาเหตุมาจากการส่งออกในตลาดต่างประเทศที่มีพลังผู้บริโภครักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างแข็งแกร่งเป็นหลัก

ในเมื่อการรณรงค์ด้านฉลากสิ่งแวดล้อมในระดับปัจเจกบุคคลไม่มีผลตอบรับที่ดีเท่าที่ควร หน่วยงานที่ทำงานผลักดันด้านฉลากสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด จึงต้องเปลี่ยนกลยุทธ์หันไปหาผู้บริโภคที่เป็นองค์กรใหญ่ๆ อย่างภาครัฐซึ่งถือเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยจุดประกายให้หน่วยงานรัฐช่วยสนับสนุนซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เมื่อ พ.ศ. 2551 รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยให้กระทรวง กรม กองต่างๆ ซื้อสินค้าฉลากเขียวหรือสินค้าฉลากสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ดังนั้นผู้ผลิตที่อยากขายสินค้าให้ภาครัฐก็จะตื่นตัวต้องไปขอรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น จากนั้นก็จะมีสินค้าฉลากสิ่งแวดล้อมออกมากในท้องตลาดให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อด้วยเช่นกัน และในท้ายที่สุดผลดีก็จะตกอยู่กับสิ่งแวดล้อมและโลกของเรา เหมือนกับยิงปืนนัดเดียวได้นกหลายตัว

แม้การรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับลงลึกไปถึงตัวบุคคลยังจำเป็นต้องให้เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์กันต่อไป เพราะโครงการเหล่านี้ไม่ได้เห็นผลภายในระยะสั้น เนื่องจากเป็นเรื่องของการสร้างสำนึกของการมีจิตสาธารณะ ซึ่งต้องมีการปลูกฝังและบ่มเพาะ โดยเริ่มจากระบบการศึกษาที่ดี อันจะเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมให้คนมีความคิดที่เป็นเหตุเป็นผล ให้มีความเข้าใจและตระหนักได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ล้วนส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม ดร.พงษ์วิภา “นักปั้นฉลากสิ่งแวดล้อม” ยังคงเชื่อว่าผู้บริโภคไทยยังคงมีศักยภาพและพลังในการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพียงแต่ยังไม่มีปัจจัยที่จะจุดพลังนั้นให้ติดได้ในเร็ววัน และทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันสร้างพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Daniel Goleman นักจิตวิทยาและนักเขียนชาวอเมริกัน ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Ecological Intelligence ว่า “การเปลี่ยนวิถีคิดในระดับปัจเจกบุคคล อาจเป็นเรื่อง “ง่าย” ที่ทำได้ “ยาก” ที่สุด แต่ก็จำเป็นที่สุดต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลง เพราะ “คน” เป็นหน่วยที่ขับเคลื่อนและส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และโลกโดยรวม”

เราอาจร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.tgo.or.th และ www.tei.or.th



As a consequence, in 2008, the government endorsed a procurement policy for environmentally friendly products. Ministry, department and divisions will procure green label products and other environmental labels. If the producers want to sell their products to the government then they need to apply for an environmental label. In so doing, more products with environmental labels will be launched in the market as more alternatives for consumer to choose. At the end of the day, the environment and the world will benefit from the project which kills two birds with one stone.

Despite the fact that environmental campaign at individual level needs time to prove the success as this kind of program cannot achieve in a short period. It is how we instill and incubate conscience of public mind by starting from good education which serves as a vital mechanism in developing people to have logical reason, understanding and realization that all human activities will affect environment.

Nevertheless, Dr. Pongvipa, “the craftsman of environment label” still believes in potential of Thai consumers and power of change. It is a matter of a lack of factor to drive that energy to ignite soon and every sector needs to cooperate to make the power of changes happen. This view is consistent with Daniel Goleman, American psychiatrist and writer who says in his book “Ecological Intelligence” that “rethinking at individual level may be an easy way that is most difficult to achieve but it is most necessary for a change. Because “people” is a driving force which affects society, environment, and the world at large.”

We can be a part of supporting products and environmentally friendly products by reading additional information at www.tgo.or.th and www.tei.or.th.

ผลิตภัณฑ์ที่ฉลากสิ่งแวดล้อม Environmental Label Products



Carbon Footprint



ฉลาก Carbon Footprint (อบก.)
Carbon Footprint Label (TGO)

Carbon Reduction



ฉลากลดคาร์บอน (อบก.)
Carbon Reduction Label (TGO)

CoolMode



ฉลาก CoolMode (อบก. และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ)
CoolMode Label (TGO and Thailand Textile Institute)

Green Label



ฉลากเขียว (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย)
Green Label (Thailand Environment Institute)

No. 5 Electricity Saving



ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 (กฟผ.)
No. 5 Electricity Saving (EGAT)