

การออกแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้ารักษ์โลก ประเภท Upcycle

ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ

สถาบันเดิมสุขคาเดมี

Email : dr.nachaisak@gmail.com

Received: Apr 23, 2023

Revised: Jun 18, 2023

Accepted: Jun 21, 2023

บทคัดย่อ

ปัจจุบันปัญหาภาวะโลกร้อนนับวันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นจนทำให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมามากมายทำให้ทั่วโลกเห็นความสำคัญในทุกภาคส่วนรวมถึงผู้บริโภคทั่วโลกหันมาใช้ผลิตภัณฑ์รักษ์โลกกันมากขึ้น โดยประเทศไทยได้พัฒนาแผน BCG Model ที่มุ่งเน้น เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยมีเป้าหมายคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเป็นการตอบสนองความสำคัญดังกล่าวในระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งการออกแบบต้องคำนึงถึงปัจจัยหลักทั้งภายในและภายนอกที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยภายในได้แก่วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ประโยชน์ใช้สอย และสุนทรียศาสตร์ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ การแข่งขันในตลาด ความเป็นสากล ความปลอดภัย และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่ง การออกแบบใช้หลัก 4R ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ (Recycle) การซ่อมบำรุง (Repair) โดยมีแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์รักษ์โลกมีสองกระบวนการ ได้แก่ Upcycle กับ Recycle ซึ่งเมื่อออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเรียบร้อยแล้วสิ่งสำคัญประการต่อมาคือจำเป็นต้องมีตราสินค้ารักษ์โลกรวมถึงฉลากและตรารับรองด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอีกด้วย จึงมีข้อเสนอแนะนักออกแบบควรใส่ใจและวางแผนการออกแบบโดยคำนึงถึงหลักการดังกล่าวข้างต้นเพื่อนำมาสู่การผลิตสินค้ารักษ์โลกออกสู่ตลาดที่สามารถแข่งขันได้ในอนาคต

คำสำคัญ : การออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลก, ตราสินค้ารักษ์โลก, การตลาดรักษ์โลก, ผู้บริโภครักษ์โลก, อัฟไซเคิลโปรดักส์

Eco-friendly product and branding design : Upcycle

Nachaisak chunnapiya

Independent researcher Bangkok

Email : dr.nachaisak@gmail.com

Received: Apr 23, 2023

Revised: Jun 18, 2023

Accepted: Jun 21, 2023

Abstract

Nowadays, the problem of global warming is increasing day by day, causing natural disasters. and many environmental impacts Made the world see the importance of all sectors, including consumers around the world. Turn to use more environmentally friendly products. Thailand has developed a BCG Model that focuses on the Bioeconomy, linking with the Circular Economy and the Green Economy, to take into account the sustainability of environmental resources. Therefore, designing eco-friendly products is a response to such importance at the national and global levels. The design must take into account both internal and external factors that consider the environment. The internal factors are Materials and production methods Functionality and aesthetics. External factors include market competition, internationalization, safety, and environmental conservation. The design uses the 4R principles: Reduce, Reuse, Recycle, Repair with the development of environmentally friendly products, there are two processes, namely Upcycle and Recycle. Which, when designing eco-friendly products, the next important thing is to have an eco-friendly brand, including various environmental labels and certifications, both nationally and internationally. Therefore, there are suggestions that designers should pay attention to and design plans based on the aforementioned principles to lead to the production of environmentally friendly products in the market that can compete in the future.

Keywords : Eco-friendly design, Eco-friendly Branding, Eco-marketing, Eco-consumer, Upcycle product

บทนำ

ปัญหาภาวะโลกร้อนนับวันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ จนทำให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมามากมาย ไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศและการเปลี่ยนแปลงของฤดูที่ผิดปกติไป ทำให้หลายคน หลายองค์กร เริ่มเห็นถึงความสำคัญ และหันมาช่วยกันถนอมโลกด้วยการหันมาใช้หรือผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์รักษ์โลกกันมากขึ้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แถมยังช่วยลดขยะและป้องกันการเกิดปัญหาโลกร้อนตั้งแต่ต้นทางการผลิต

สำหรับประเทศไทย BCG Model จึงเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่มุ่งเน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรชีวภาพ เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าหรือยาวนานที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) การพัฒนาเศรษฐกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน โดยเปลี่ยนข้อได้เปรียบที่ไทยมีจากความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโต แข่งขันได้ในระดับโลก เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเข้มแข็ง มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (Science Park Thailand, 2023)

ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการลดการปล่อยเสีย ยืดระยะเวลาการใช้งาน และเพิ่มปริมาณการนำ วัสดุที่ผลิต สินค้าและวัตถุดิบมาใช้ใหม่ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงผลเสียที่จะตามมาภายหลังตลอดช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ จึงตอบโจทย์

ระบบเศรษฐกิจแบบ BCG Model ของประเทศไทย และตอบสนองต่อปัญหาสำคัญระดับโลก จากที่กล่าวมามีใช่เป็นเพียงแค่แนวทางในการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมหรือการจัดการยังมีความสำคัญทางการแข่งขันและการตลาดระหว่างประเทศด้วย โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้ว โดยที่การออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงหมายถึงกระบวนการที่ผนวกแนวคิดด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของบทความ

1. เพื่อนำเสนอความเป็นมาของแนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกและแนวโน้มการเติบโตของพฤติกรรมผู้บริโภครักษ์โลก
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้ารักษ์โลกกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ECO Product รวมถึง หลักการพื้นฐานในการทำ Eco-design
3. เพื่อนำเสนอข้อดีของการใช้งาน Eco Design และ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

ความเป็นมาของแนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลก

การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอดีตเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้ผลิตเน้นต้นทุน หน้าที่ใช้สอย ความสวยงาม และความปลอดภัยเป็นหลัก แต่จากแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนซึ่งเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1980 ในการประชุม World Conversation Strategy ประเด็นขับเคลื่อนแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ซึ่งเกิดจากแนวคิดในการผลิตและการบริโภคเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคสนใจสิ่งแวดล้อมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นทั่วโลก ให้ความสำคัญการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกด้วยการให้สิทธิประโยชน์กับสินค้านำ Eco Product เพิ่มมากขึ้น

แนวโน้มการเติบโตของพฤติกรรมผู้บริโภครักษ์โลก

แนวโน้มการเติบโตของพฤติกรรมผู้บริโภครักษ์โลกมีการเติบโตขึ้นทั่วโลก รวมถึงในเอเชียและประเทศไทย จากงานวิจัยของ บริษัทวิจัยการตลาด คันทาร์ สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภครักษ์โลกใน 19 ประเทศ ทั้งทวีปยุโรป อเมริกา ลาตินอเมริกา และในเอเชีย พบว่า มีผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจริงจังกมากขึ้น 20% โดยผู้บริโภคจะใส่ใจโลกร้อน นอกจากนี้มีงานวิจัยผู้บริโภคในอาเซียน โดยศูนย์วิจัยความเป็นอยู่ ฮาคูโฮโด อาเซียน ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภครักษ์โลก ในอินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และญี่ปุ่น รวมถึงประเทศไทย พบว่า 86% ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ขณะที่ผู้บริโภค 81% เติบโตใจจ่ายแพงขึ้นเพื่อสนับสนุนสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ในขณะที่งานวิจัยในไทย โดยมหาวิทยาลัยมหิดล ได้วิจัย Voice of Green เจาะกลุ่มผู้บริโภครักษ์โลก พบว่า 74% มีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และปรับวิถีชีวิตเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมเพิ่มและมีผู้บริโภคถึง 37.6% เป็นกลุ่มรักษ์โลกจริง ๆ ที่มองหาผลิตภัณฑ์อีโคเท่านั้น ที่พร้อมจะใช้จ่ายเงินไปกับสินค้าและบริการเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจัดกลุ่มได้ 4 ประเภท 1) สายกรีนตัวแม่ 37.6% มีความตั้งใจทำทุกอย่าง และยินดีจ่ายแพงขึ้น 2) สายกรีนตามกระแส 20.8% มีพฤติกรรมตามกระแสการแต่อย่างขาดความต้องการเปลี่ยนเพื่อสิ่งแวดล้อมดีขึ้นระยะยาว 3) สายสะดวกกรีน 15.7% มีความเข้าใจเรื่องการปกป้องสิ่งแวดล้อม เคยชินแบบเดิม ๆ ไม่กระตือรือร้นเปลี่ยน และ 4) สายโนกรีน จำนวน 26.0% ยังไม่พร้อมใช้จ่ายยังไม่เปลี่ยนพฤติกรรมเพราะยุ่งยาก (Bangkokbanksme, 2023)

การออกแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้ารักษ์โลก

การคิด ออกแบบ ผลิต และนำไปใช้ อาศัยหลัก 4R ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ (Recycle) การซ่อมบำรุง (Repair)

กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากกรรมวิธีธรรมชาติ ไม่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ปล่อยมลพิษ และไม่สิ้นเปลืองพลังงาน ทั้งทางด้านการผลิต การใช้งาน และการย่อยสลาย รวมถึงช่วยลดปริมาณการใช้ทรัพยากร ไม่มีสารพิษหรือสารเคมีเจือปน มีจำนวนพอดีกับความต้องการ อายุการใช้งานยาวนาน ใช้หีบห่อสำหรับบรรจุภัณฑ์น้อย และสามารถนำวัสดุกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ (PTTSPASSO THAILAND, 2023) โดยหลักการดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้

คำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่องานออกแบบ คือวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต (Materials and processes) การใช้สอย (Function) และรูปทรง (Form) ปัจจัยภายนอก ได้แก่การแข่งขันในตลาด ความสากล โดยในหลักต้องมีตรารองรับหลักสี่เขียวด้วย การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมี 2 ปัจจัย (Prachachartdotnet, 2023) ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน โดยงานออกแบบเกิดขึ้นจากการนำวัสดุต่าง ๆ มาผ่านวิธีการขึ้นรูปที่เหมาะสมเป็นรูปทรงใหม่ ซึ่งสนองประโยชน์ตามหน้าที่ใช้สอยได้มีองค์ประกอบ ได้แก่

- 1.1 วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ซึ่งนักออกแบบจะต้องศึกษาวิจัยทำความเข้าใจพื้นฐานด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตรวมถึงประเภทและคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุที่นำมาออกแบบรวมถึงกรรมวิธีการขึ้นรูปขึ้นงานผลิตด้วยวิธีผลิตที่มีความเหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับหลักการลดใช้วัสดุ หรือลดเหลือเศษวัสดุในกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุดและนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่เมื่อผลิตภัณฑ์หมดอายุใช้งานหรือนำเศษวัสดุเหลือใช้ นำมาใช้เป็นวัสดุในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อีก

- 1.2 ประโยชน์ใช้สอย ต้องถูกต้องตามวัตถุประสงค์สะดวกใช้งานของผู้บริโภคได้ ทั้งทางด้านจิตใจและด้านกายภาพ เหมาะสมกับสภาพสังคมสอดคล้องกับหลักการลดการใช้พลังงานในระหว่างการใช้งานผลิตภัณฑ์นั้น ลดการกำจัดหลังการใช้งาน ทั้งประโยชน์ใช้สอยหลักและใช้สอยรองในผลิตภัณฑ์เดียวกัน

1.3 รูปทรงรวมถึงความงามทางด้านสุนทรียศาสตร์มีเสน่ห์น่าใช้ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและต้องให้สอดคล้องกับหลักการลดใช้วัสดุหรือลดการเหลือเศษวัสดุในกระบวนการผลิต และการออกแบบรูปทรงให้ง่ายต่อการเปลี่ยนชิ้นส่วนและการซ่อมบำรุง

2. ปัจจัยภายนอกงานออกแบบ ที่มีอิทธิพลในการกำหนดขอบเขตแก่งานออกแบบ งานออกแบบชนิดใหม่ที่เกิดขึ้นนักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบซึ่งกันและกันเพื่อให้สามารถใช้งานร่วมกันกับสิ่งที่มีและเป็นอยู่เดิมได้เป็นอย่างดีซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

2.1 การแข่งขันในตลาด ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลาและต้องสอดคล้องพฤติกรรมผู้บริโภครักษ์โลกเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลก จะเป็นจุดขายในการแข่งขันกับคู่แข่งได้เป็นอย่างดี

2.2 ความเป็นสากล ต้องพิจารณาตั้งแต่ก่อนการใช้งาน ขณะใช้งานและภายหลังเสร็จสิ้นการใช้งานแล้วให้สอดคล้องกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกของสากลในแต่ละประเทศ

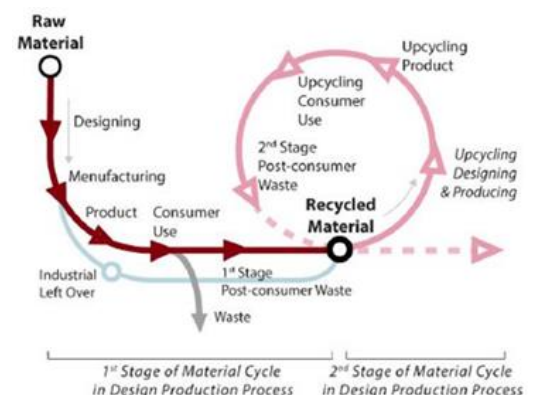
2.3 การควบคุมด้านความปลอดภัย กฎระเบียบข้อบังคับเกิดขึ้น เพื่อเป็นการควบคุมผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ทั่วไป ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว (Green label)

2.4 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดมลพิษ จากการผลิตและใช้งาน

ซึ่งจากผลการวิจัย เรื่องตราสินค้ารักษ์โลกเกี่ยวกับปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และการรับรู้เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้า Upcycling ในเขตกรุงเทพมหานครได้ผลการวิจัย พบว่า ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ การรับรู้เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ (นฤมล, 2562) และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ เกณิกา กอประพันธ์ ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ลักษณะเด่นของกระเป๋าแบรนด์เนมที่ทำจากวัสดุพหุไซเคิล ต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าชาวไทย (เกณิกา, 2563)

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ECO Product



รูปที่ 1 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ECO Product
ที่มา : Ahn, S. H., & Lee, J. Y. (2018).

แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์รักษ์โลกมีสองกระบวนการ ได้แก่ Upcycle กับ Recycle ซึ่งทั้งสองกระบวนการ Ahn, S. H., & Lee, J. Y. (2018) มีความแตกต่างกันดังนี้

การ Upcycle คือ การใช้วัสดุจากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ถูกใช้งานแล้ว เพื่อสร้างสิ่งใหม่ ซึ่งแตกต่างจากการ Recycle เพราะเมื่อผ่านการ Upcycling หรือ Upcycled ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะไม่ใช้ผลิตภัณฑ์เดียวกันอีก นอกจากนี้ การ Upcycle ยังเป็นการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ โดยไม่ทำให้คุณภาพและส่วนประกอบของวัสดุลดลงเพื่อการใช้งานครั้งต่อไป

หากมองกันผิวเผินแล้ว Upcycle อาจดูคล้ายคลึงกับ Recycle แต่เมื่อลงลึกในรายละเอียดจะพบว่าทั้งสองคำนี้มีวิธีการและวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน โดยการ Upcycle นั้น ใช้การออกแบบเข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการยืดอายุวัสดุให้เป็นขยะช้าลง ชะลอการเกิดขยะ โดยเพิ่มมูลค่าให้กับของเหลือใช้ให้สามารถใช้ต่อไป

ได้และเป็นได้มากกว่าขยะเหลือทิ้ง รวมถึงช่วยลดการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในขณะที่การ Recycle นั้นเป็นการนำวัสดุจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถยืดอายุการใช้งานได้ อาจอยู่ในสภาพแตกหัก เสียหาย มาผลิตเป็นวัสดุเดิมซ้ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้น้อยลง แทนที่จะผลิตจากการใช้วัสดุใหม่ทั้งหมดสิ่งสำคัญคือ กระบวนการ Upcycle ใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือสำคัญ จึงทำให้มีแบรนด์สินค้าต่าง ๆ สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

การ Upcycling ช่วยชุบชีวิต ไม่ให้กลายเป็นขยะ ช่วยลดการใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมใหม่ที่จะเข้าสู่กระบวนการผลิต ส่วนการ Recycle ก็เป็นการนำวัสดุที่ไม่สามารถใช้งานได้อีกต่อไปแล้ว กลับมาสู่วงจรการผลิต เพื่อแปรสภาพและนำกลับมาสร้างผลิตภัณฑ์อีกครั้ง ช่วยลดการใช้วัสดุใหม่จากธรรมชาติในกระบวนการผลิตได้เช่นกัน กล่าวโดยสรุปแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ECO Product มีสองกระบวนการ ได้แก่ Upcycle กับ Recycle ซึ่งทั้งสองกระบวนการ มีหลักการพื้นฐานดังนี้

หลักการพื้นฐานในการทำ Eco-design

หลักการพื้นฐานของการทำ Eco-Design คือ การประยุกต์หลักการของ 4Rs อย่าง การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการซ่อมบำรุง (Repair) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น มาปรับใช้ในทุกช่วงวงจรของผลิตภัณฑ์ ร่วมกับกลไก Eco-Design Strategy ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ทั้ง หลายประการดังนี้ 1) ลดการใช้วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) ลดปริมาณและชนิดของวัสดุที่ใช้ 3) ปรับปรุงกระบวนการผลิต 4) ปรับปรุงระบบการขนส่งผลิตภัณฑ์ 5) ปรับปรุงขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์ 6) ปรับปรุงอายุผลิตภัณฑ์ 7) ปรับปรุงขั้นตอนการทิ้งและทำลายผลิตภัณฑ์ 8) ใช้วัสดุน้อยประเภทเพื่อการจัดการรีไซเคิลที่ง่าย สะดวก รวมถึงลดพลังงานในการผลิต 9) รีไซเคิลง่ายโดยการออกแบบควมมีการคิดถึงกระบวนการรีไซเคิล ตลอดจนการจัด

รูปแบบอื่นหากไม่สามารถรีไซเคิลได้ เพื่อสร้าง Ecosystem หรือวัฏจักรของ Eco Design ได้อย่างสมบูรณ์ 10) สามารถใช้งานได้คุ้มค่าคุ้มค่า คำนวณหลังจากใช้เสร็จก็สามารถนำไปรีไซเคิลเพื่อใช้ใหม่ได้ 11) มีการใช้งานวัสดุที่ดีกับโลกประเภท วัสดุชีวภาพ (biomaterials) หรือวัสดุอื่น ๆ ที่สามารถหาได้ง่าย ไม่เป็นพิษกับโลก และมีวิธีการจัดการที่ง่ายในครัวเรือน 12) กระบวนการผลิตไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมไม่ใช้พลังงานสูงมากเกินไปหรือใช้สารเคมีให้ก่อเกิดมลพิษ

ข้อดีของการใช้งาน Eco Design

- 1) ลดผลเสียที่เกิดกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้งานวัสดุที่ดีกับโลก คำนึงถึงกระบวนการผลิตและการจัดการ จะส่งผลในแง่ดีต่อสิ่งแวดล้อม เพราะไม่มีการปล่อยมลพิษ ใช้วัสดุน้อยชนิด ทำให้ไม่ต้องทำลายธรรมชาติมาก
- 2) ลดการใช้พลังงานในการผลิต
- 3) เกิดผลงานที่มีคุณภาพมากขึ้น โดยเมื่อมีการคิดและออกแบบอย่างครบวงจร
- 4) สร้างอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน เนื่องจาก Eco Design คือความยั่งยืน และการออกแบบที่ดีย่อมส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมน้อย
- 5) ทำให้ตลาดเปิดกว้างมากขึ้น ซึ่งเมื่อมีผู้ประกอบการรายใดประสบความสำเร็จ ย่อมมีผู้ทำตามและสร้าง Ecosystem
- 6) สอดคล้องกับนโยบาย BCG ภาครัฐบาล ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษในด้านต่าง ๆ มากมาย

ตัวอย่างสินค้าผลิตภัณฑ์รักษ์โลก

ในบทความนี้เกณธ์การยกตัวอย่าง ผู้เขียนบทความ จะจำกัดเฉพาะ ผลิตภัณฑ์รักษ์โลกประเภท ออฟไซเคิล เท่านั้น ซึ่งใช้เกณฑ์การเลือกจากประเภทของผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่แบ่งโดยกระบวนการผลิตตั้งเนื้อหาดังกล่าวในตอนต้นบทความที่แบ่งออกเป็นรีไซเคิลและออฟไซเคิล ที่เป็นสินค้ารักษ์โลก ประเภท แพชั่น ที่ประสบความสำเร็จในด้านการตลาดในระดับโลกและในประเทศไทย

กระเป๋าจากถุงปูนแบรนด์ SACKITEM

เป็นแบรนด์ไทยแนวอ็อปไซเคิล มีทั้งดีไซน์ที่มีจิตสำนึกอันชัดเจนนของเจ้าของแบรนด์ ที่นำขยะมาทำให้เป็นของใหม่ ให้ลูกค้ากล้าใช้ขยะให้เป็นแฟชั่น เป็นกระเป๋าอ็อปไซเคิลแบรนด์ไทยสวย น่าใช้ทัดเทียมแบรนด์อินเตอร์ในโลก ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ 90% คือชาวต่างชาติ

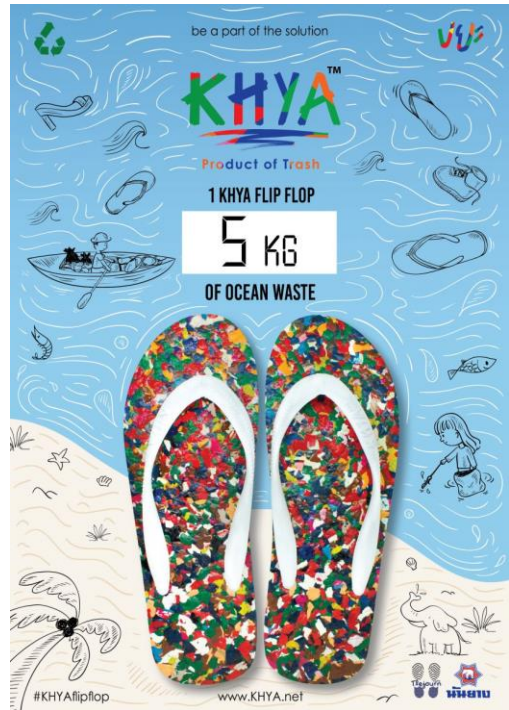


รูปที่ 2 กระเป๋าจากถุงปูนแบรนด์ SACKITEM

ที่มา : <https://www.onesiam.com/th/living/sackitem-upcycle-bag>

รองเท้าแตะนํายาง คอลเล็กชั่น KHYA

นอกจากขยะพลาสติกแล้ว รองเท้าถือเป็นขยะทางทะเลที่พบมากเป็นอันดับต้น ๆ ฉะนั้น นํายางแบรนด์รองเท้าชื่อดังของไทย จึงร่วมมือกับทะเลจรและพันธมิตร เพื่อช่วยกันเปลี่ยนขยะรองเท้าเป็นรองเท้าแตะคู่ใหม่ โดยใช้ชื่อรุ่นว่า “รองเท้า KHYA (ขยะ)” ซึ่งกระบวนการผลิตเริ่มต้นที่กลุ่มอาสาสมัคร Trash Hero เดินทางไปเก็บและแยกขยะบริเวณริมทะเล พร้อมส่งต่อขยะที่เป็นรองเท้าให้กับกลุ่มทะเลจรเพื่อเตรียมวัตถุดิบ จากนั้นก็ส่งมาให้กับนํายางเพื่อทำการแปรรูปเป็นรองเท้าแตะที่มีคุณภาพ และนำไปจัดจำหน่ายต่อไป โดยรองเท้าที่ได้จากการรีไซเคิล 1 คู่ มาจากขยะรองเท้า 5 กิโลกรัม ฉะนั้นก็เท่ากับว่ารองเท้าที่ได้จากการรีไซเคิล 200 คู่ สามารถลดขยะทางทะเลลงได้ถึง 1 ตัน



รูปที่ 3 รองเท้ารักษ์โลกนํายาง

ที่มา : <https://erc.kapook.com/article13>

สรุป

การออกแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้ารักษ์โลกใช้หลัก 4R ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ (Recycle) การซ่อมบำรุง (Repair) โดยมีแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์รักษ์โลกมีสองกระบวนการ ได้แก่ Upcycle กับ Recycle ซึ่งเมื่อออกแบบผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเรียบร้อยแล้ว สิ่งสำคัญประการต่อมาคือจำเป็นต้องมีตราสินค้ารักษ์โลก รวมถึงฉลากและตรารับรองด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอีกด้วย ซึ่งนักออกแบบควรใส่ใจและวางแผนการออกแบบโดยคำนึงถึงหลักการดังกล่าวข้างต้นเพื่อให้ นำมาสู่การผลิตสินค้ารักษ์โลกออกสู่ตลาดที่สามารถแข่งขันได้ในอนาคต

References

- Ahn, S. H., & Lee, J. Y. (2018). Re-envisioning material circulation and designing process in upcycling design product life cycle. *Archives of Design Research*, 31(4), 5-20.
- Bangkokbanksme. (2023, 1 June). *ECO-Consumer Behaviour*: <https://www.bangkokbanksme.com/>
- Greenwork. (2023, 17 Feb). *Sustainable way : Upcycle and Recycle* <https://www.greennetworkthailand.com/upcycle-upcycling-recycle>
- Kanika Korpun. (2020). Impact of perceived differentiation of brand name bags from upcycled materials on intention to purchase among Thai customers, *AccBA Chiang Mai university Journal*, 6(3), 183-189.
- Kapook. (2023, 16 Feb). *ECO Trend recycle branding*. <https://erc.kapook.com/article13.php>
- Naramon supmee. (2020). *Brand Credibility and Perceived Uniqueness Affecting Consumers Willingness to Pay Upcycling Product in Bangkok*, [Unpublished Independent study] Bangkok university. Science Park Thailand. (2023, 18 Feb). *CIRCULAR ECONOMY*. <https://www.bcg.in.th/Onesiamdotcom>. (2023, 18 Feb). Sackitem-upcycle-bag <https://www.onesiam.com/th/living/sackitem-upcycle-bag>
- Pracha Chatdotnet. (2023, 18 Feb). *Eco-design*. <https://www.prachaChat.net/Public-relations/news-811617>
- PTTSPASSO THAILAND. (2023, 18 Feb). *Beautiful Eco Design*. <https://blog.pttexpresso.com/eco-design-the-design-that-more-than-beauty/>