

Eco Products

อุตสาหกรรมและบริการเพื่อชีวิต
ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ส่วนวิเทศสัมพันธ์ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
Liaison@ftpi.or.th

ปีนี้ ประเทศไทยได้รับสิทธิการจัดงาน Eco-Product Internation Fair หรือ EPIF2016 และเป็นงานครบรอบ 10 ปีของการจัดในกลุ่มประเทศสมาชิกขององค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย (APO) ขอล่าวถึงบทบาท APO หรือ Asian Productivity Organization ซึ่งก่อตั้งโดย 8 ประเทศในเอเชีย และประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ก่อตั้ง ปัจจุบันมีสมาชิก 19 ประเทศ เพื่อสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเพิ่มผลิตภาพให้กับสมาชิก และมีคนไทยที่ได้รับทุนอบรมและศึกษาดูงานมากกว่า

50 ปี

การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าและให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามแนวคิด "Green Productivity" APO จึงได้ร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการชั้นนำของญี่ปุ่นปัจจุบันมากกว่า 65 องค์กร ตั้งขึ้นในนาม Green Productivity Advisory Committee (GPAC) ทั้งบริษัทด้านรถยนต์ เครื่องสำอาง อาหาร บริการต่างๆ เช่น ธนาคาร เป็นต้น กลุ่ม GPAC นี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม เทคโนโลยี หรือความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์ ของญี่ปุ่น และยังได้ตั้งเจตนาารมณ์ขยายไปสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มผู้ประกอบการได้หันร่วมเป็นพันธมิตรในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมเป็นประเทศแรกในกลุ่มประเทศสมาชิก APO

ทุกปี กลุ่ม GPAC จะจัดงานแสดงสินค้าและบริการ "Green" ของญี่ปุ่นเพื่อนำเสนอนวัตกรรมใหม่ให้แก่ชาวญี่ปุ่น หรือผู้สนใจ APO และ GPAC ยังส่งเสริมให้ประเทศสมาชิกเป็นเจ้าของภาพจัดงาน EPIF หรือ Eco Product International Fair เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของญี่ปุ่น และของกลุ่มประเทศสมาชิก ปีที่ผ่านมาจัดขึ้นที่ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติที่ Tokyo Big Sight ในเดือนธันวาคม งานนี้มีหน่วยงานประเภทต่างๆ เข้าร่วมอย่างคึกคัก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรม บริการท่องเที่ยว โรงแรม หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นของญี่ปุ่น และยังมีผู้ผลิตระดับ OVOP (One Village One Product) หรือคล้ายกับ OTOP ของเรานั้นเอง

ในงานผู้จัดเน้นการให้ความรู้และสร้างความตื่นตัวให้ประชาชนทราบความสำคัญและรณรงค์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Eco-product มากขึ้น จึงเป็นเหตุที่ทำให้ผู้ชมงานมีตั้งแต่เด็กนักเรียนอนุบาล นักเรียน นักศึกษา ประชาชน ไปจนถึงผู้สูงอายุมาชมงานและร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างสนุกสนาน



อุปกรณ์จัดสวนแนวตั้งแบบรักธรรมชาติเน้นตกแต่งในเมือง

ถ้าจำแนกผลิตภัณฑ์ที่ญี่ปุ่นจัดให้เป็น Eco-product ในงาน อาจจะแยกได้เป็น

กลุ่มที่ใช้วัตถุดิบรีไซเคิล

การผลิต Eco-product หลายรายเน้นการใช้วัสดุรีไซเคิล ในงานนี้ทั้งการนำถุงพลาสติกหิ้ว (คล้ายกับบ้านเรา) มาใช้ในการผลิตถุงหรือผลิตภัณฑ์อื่นแทนการทิ้งเป็นขยะเพียงอย่างเดียว และยังแสดงวิธีพับและรวบรวมถุงพลาสติกจากที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสมก่อนทิ้ง บางบริษัทได้นำไปสร้างนวัตกรรมเป็นเสื้อผ้าได้ นอกจากนี้ ยังมีการนำชิ้นส่วนโลหะเก่ามาผลิตเป็นรถจักรยานยนต์ การนำกระดาษกล่องมาผลิตชิ้นงานต่างๆ แม้แต่ซีดี ก็ใช้กระดาษรีไซเคิลมาผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางในบางรุ่น เศษไม้ชิ้นเล็กๆ เมือง AKITA ซึ่งมีสโตนเป็น Eco-town นำมาผลิตกระดาษชำระ และแผ่นพาร์ติเคิลสำหรับใช้สร้างระเบียบในบ้าน

กลุ่มพลังงานสะอาดและใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า

เรื่องพลังงานเป็นหัวข้อที่หลายบูธแสดงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานสะอาด ไม่ว่าจะเป็นกังหันลมผลิตไฟฟ้า การผลิตรถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้า และการลดขนาดของรถยนต์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน อย่างรถรุ่น Mirai ของโตโยต้า ปัญหาความนิยมของรถยนต์ไฟฟ้าคือแบตเตอรี่ พานาโซนิคได้พัฒนาแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ขึ้นมา คาดว่าในอนาคตอันใกล้จะมีแบตเตอรี่ที่มีสมรรถนะและราคาถูกลง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประสิทธิภาพการใช้พลังงานในบ้านสูงสุดเป็นเทคโนโลยีที่มาแรงในงาน เช่น พานาโซนิค (พานาเฮ้าส์) ได้ว่าก็แข่งกันนำเสนออุปกรณ์ที่ควบคุมผ่านแท็บเล็ต ทำให้สามารถควบคุมอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้านได้อย่างเหมาะสมไม่สิ้นเปลืองพลังงานอย่างไม่จำเป็น แต่ยังคงสร้างความสะอาดสบายให้ผู้อยู่อาศัย ยังมีผลิตภัณฑ์จากบริษัทเล็กๆ ที่ผลิตป้ายบอกทางที่ไม่ต้องใช้ไฟฟ้าแต่สามารถอ่านได้ในความมืดมาแสดงในงานด้วย โซลาร์เซลล์ขนาดใช้ในครัวเรือนมีอยู่สองสามรายที่แสดงในงานนี้



ผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนของญี่ปุ่น

กลุ่มที่เสริมสร้างสภาพแวดล้อมและลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ เน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมีหรือใช้น้อยที่สุด ส่วนใหญ่มาจากผู้ประกอบการ SMEs เช่น การใช้ไม้ไผ่ผลิตกล่องบรรจุอาหาร (ในบ้านเราใช้เปลือกมันสำปะหลังหรือขานอ้อยผลิต) ช้อนส้อม โรงแรมที่จัดอาหารเข้าใช้วัตถุดิบผ่านการดัดแปลงน้อยที่สุด บทบาทของเมืองที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การส่งเสริมให้สังคมเมืองทำสวนแนวตั้ง



กล่องบรรจุอาหารและช้อนส้อมทำจากไม้ไผ่ ซึ่งมีมากในญี่ปุ่น แทนการใช้กล่องโฟม



บรรยากาศในงานเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Eco-product มากกว่าขายสินค้า แต่ก็มีโซนสำหรับผลิตภัณฑ์ SMEs และชุมชนที่มาขายของในงาน เฟอร์นิเจอร์จะเป็นสินค้าที่ผลิตเองด้วยกรรมวิธีไม่ซับซ้อน เน้นแนวคิด “Green” หรือมีการดัดแปลงน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการนำไม้ เศษไม้มาทำของประดิษฐ์ เสื้อผ้าทำจากฝ้าย 100% เป็นต้น บัณฑิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงจะไม่ขายสินค้าฟริตตี้หรือพนักงานจะคอยอธิบายคุณสมบัติต่างๆ เสียหายว่าส่วนใหญ่ไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ มีแค่บางบูธเท่านั้น แต่อัยอาศัยของพนักงานประจำบูธก็มีจิตใจให้บริการเปี่ยมล้น

กิจกรรมที่นิยมมากในงาน คือ การอบรมย่อยๆ มีแทบทุกบูธพนักงานจะออกมาอธิบายคุณสมบัติของ Eco-product ของตนเอง มีเกมการแข่งขันตอบปัญหา จะเห็นบ่อยๆว่าผู้เข้าแข่งขันมีตั้งแต่เด็กชั้นประถมจนถึงคุณตาคุณยาย และแข่งกันอย่างจริงจังไม่น้อย ของแจกในงานจะใส่ถุงกระดาษหรือถุงที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิลอย่างไม่นิยมหลุดคอนเซ็ปงานกันเลย

การตั้งใจส่งเสริมผลิตภัณฑ์ Eco-product จากผู้ประกอบการจนถึงการตั้งใจเรียนรู้ของคนญี่ปุ่น เป็นความประทับใจของผู้เขียนอย่างยิ่ง แม้แต่เย็นย่ำในวันที่อากาศหนาวต่ำกว่าสิบองศา ยังมีคนวัยทำงานที่เลิกงานแล้วเข้ามาชมงานอย่างไม่ขาดสาย ความสำเร็จของการส่งเสริมอย่างจริงจังทำให้สังคมของญี่ปุ่นมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประสบความสำเร็จทางธุรกิจเพิ่มขึ้นทุกปี



พบกับงานแสดงสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ภาพจาก | <http://www.epif2016-thailand.com/th/index.html>

ประเทศไทยโดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติได้ร่วมกันเป็นเจ้าภาพจัดงาน EPIF ครั้งที่ 2 เมื่อปีค.ศ. 2005 ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยได้สิทธิจัดงาน หลายคนคงจำภาพหุ่นอาซิโมที่ฮอนด้าพัฒนาขึ้น และนำมาแสดงในงานนี้ได้รับความสนใจจากสังคมไทยอย่างมาก และเราได้สิทธิเป็นเจ้าภาพอีกครั้งหนึ่งซึ่งตรงกับ EPIF ครั้งที่ 10 ของ APO ในวันที่ 8-11 มิถุนายน 2559 ณ ฮอลล์ 106 ไบเทคบางนา เชิญชมผลิตภัณฑ์ Eco-product จากไทย ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศในงาน — พลาดครั้งนี้ อีกหลายปีกว่าจะได้ชมอีกครั้ง