

ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่วิถึ

**การผลิตและบริการ
อย่างยั่งยืน
ด้วยพลังของผู้บริโภค**

วิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ





SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

12

บริโภคและผลิต
อย่างมีความรับผิดชอบ

พัฒนารูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน



เป้าหมายที่ 12: สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Ensure sustainable consumption and production patterns)

เป้าประสงค์

- **การจัดการและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (12.2)**
- การลดของเสียที่เป็นอาหาร (food waste) (12.3)
- **ลดการปล่อยสารเคมีและของเสียเป็นพิษออกสู่ธรรมชาติและจัดการอย่างถูกต้อง (12.4)**
- ลดของเสียโดยกระบวนการ reuse และ recycle (12.5)
- **การให้บริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ นำ SDGs ไปผนวกรวมกับข้อมูลด้านความยั่งยืน (12.6)**
- **การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐอย่างยั่งยืน (12.7)**
- การสร้างความตระหนักถึงการพัฒนายั่งยืนในสังคม (12.8)

5 เป้าหมายหลัก 5 ตัวชี้วัด

1

การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม

ตัวชี้วัด รายได้ประชาชาติต่อหัวเพิ่มขึ้นเป็นไม่ต่ำกว่า 8,800 ดอลลาร์ สหรัฐ

ตัวชี้วัด ดัชนีการพัฒนามนุษย์ (HDI) อยู่ในระดับสูงมาก (มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.82)

2

การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่

3

การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม

ตัวชี้วัด ความแตกต่างของความเป็นอยู่ระหว่างกลุ่มประชากร ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงสุด 10% และต่ำสุด 40% (Top 10/Bottom 40) ต่ำกว่า 5 เท่า

ตัวชี้วัด ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดลงจากกรณีปกติอย่างน้อย 15%

4

การเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน

5

การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่

ตัวชี้วัด ดัชนีรวมสะท้อนความสามารถในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าไม่ต่ำกว่า 100

ฝุ่นพิษ PM2.5
ก๊าซเรือนกระจก



ASF
หมูเถื่อน



ปลาหมอคางดำ



เกษตรเชิงเดี่ยว



น้ำปนเปื้อนโคลน



สารพิษเกษตร
ยาปฏิชีวนะในเนื้อสัตว์

อะไรคือพลังของผู้บริโภค

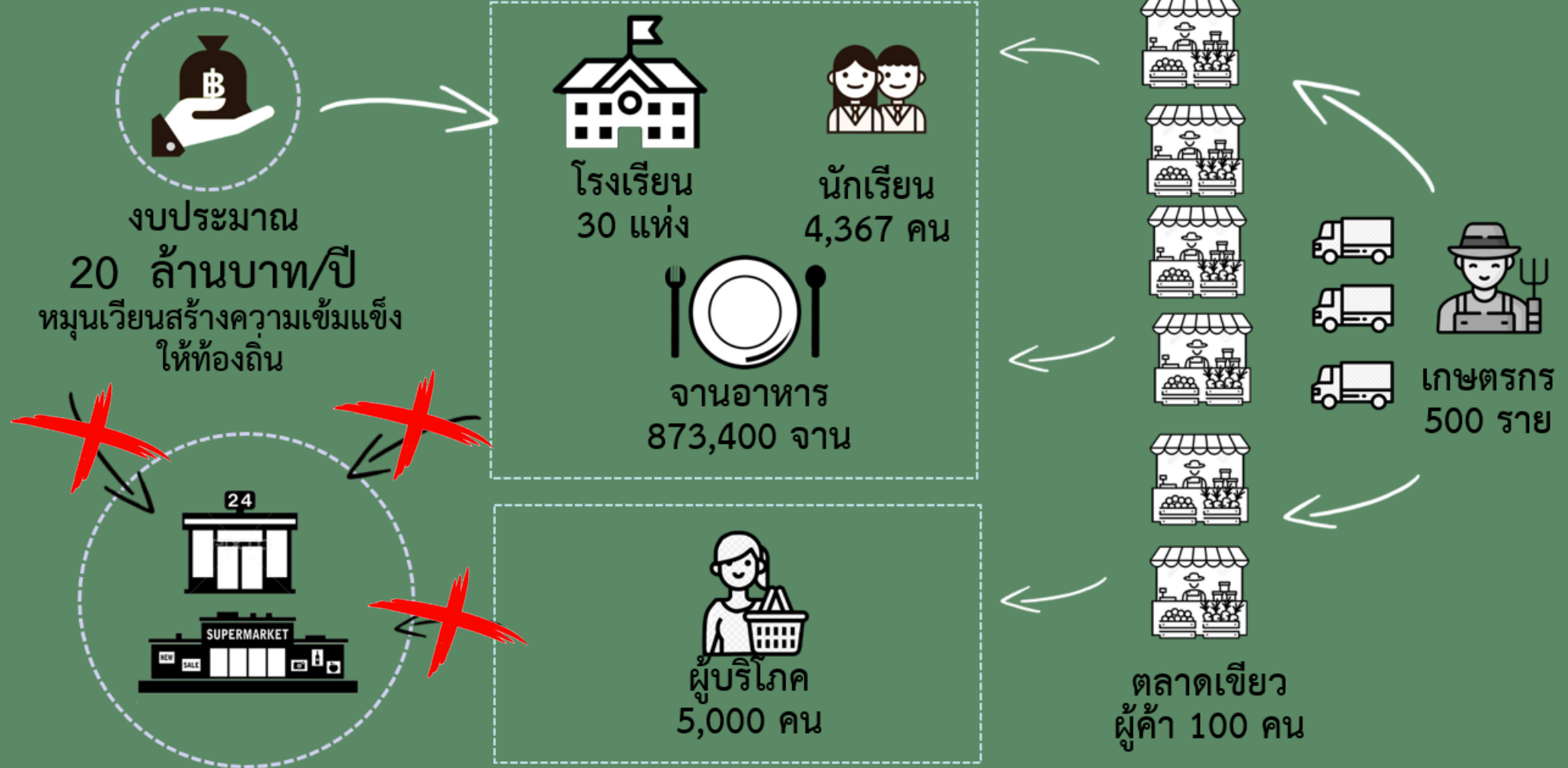


- ผู้บริโภคตัดสินใจได้เองหรืออยู่ภายใต้กำกับของทุน วัฒนธรรม และชนชั้น (Pierre Bourdieu)
- แสดงตัวตนผ่านการบริโภค (Jean Baudrillard)
- การต่อต้านตลาดด้วยการใช้สินค้าตามบริบทของตนเอง (Michel de Certeau)
- บทบาทในฐานะ "Prosumer" ที่มีอิทธิพลต่อแบรนด์ และตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย (Alvin Toffler)
- ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับจริยธรรมและความยั่งยืนมากขึ้น เช่น การสนับสนุนสินค้าที่ยั่งยืน หรือการแบนสินค้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน (แนวคิด ผู้บริโภคเชิงจริยธรรม : Ethical Consumption)





ชุมชนขับเคลื่อนการจัดซื้อจัดซื้อผลผลิตเกษตรยั่งยืน/ท้องถิ่น สำหรับอาหารกลางวันโรงเรียน



เลือกนโยบายผ่านการเลือกตั้ง

พรรคไหนสนับสนุนส่งเสริม เกษตรอินทรีย์/อาหารปลอดภัย ชัดเจนมากกว่ากัน ?

สนับสนุน
ระบบรับรอง
มาตรฐาน
GAP GMP
และอินทรีย์
ฟรี

เพิ่มพื้นที่
เกษตรอินทรีย์
200%
ลดสารเคมีเกษตร
50%
ใน 4 ปี

เพิ่มพื้นที่
เกษตรอินทรีย์
ให้ได้ 2 ล้านไร่
สานต่อกลไก
ส่งเสริมเกษตร
ยั่งยืนทุกตำบล

ส่งเสริมเกษตร
อินทรีย์
เพื่อเพิ่ม
รายได้
เกษตรกร

ส่งเสริม
เกษตร
ปลอดภัยก่อน
แล้วต่อยอด
เกษตรอินทรีย์

ส่งเสริม
เกษตรยั่งยืน
มีรายได้เพิ่ม
จากคาร์บอน
เครดิต



เลือกพรรคไหนไปแก้ปัญหา ทุพโภชนาการเด็กไทย

เพิ่มงบอาหาร
กลางวัน
จาก 22 บาท
เป็น 30 บาท
ขยายไปจนถึง
มัธยมศึกษา
จัดซื้ออาหารท้องถิ่น



เพิ่มงบอาหาร
กลางวัน 20%
ขยายไปจนถึง
มัธยมศึกษา



ขยายอาหาร
กลางวัน
ไปจนถึง
มัธยมศึกษา



ขยายนมโรงเรียน
จาก 260 วัน
เป็น 365 วัน



พลังของผู้บริโภคในโลกยุคใหม่

มิได้มีอำนาจแค่เพียง "การเลือกซื้อสินค้า" เท่านั้น
แต่ยังขยายไปถึงการกำหนดทิศทางของตลาด วัฒนธรรม
สร้างแบบแผนการผลิตและการบริโภค
ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม
ผ่านอำนาจในการซื้อ การแลกเปลี่ยนข่าวสาร
ปฏิบัติการแบนและบอยคอต
และสร้างพลังอำนาจผ่านกระบวนการทางการเมือง
ภายใต้วิถีประชาธิปไตยที่ประชาชนมีส่วนร่วม

ขอเพียงแค่เราเรียนรู้และตระหนักในพลังอำนาจนั้น