



ข่าวจากหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-2259-6172

ข่าวจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับประจำวันที 9 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2561 หน้า 26 มูลค่าข่าว 152,136.-

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

กรุงเทพธุรกิจ Biz Insight 'ธุรกิจ' Go Green

ปัจจุบันหลายองค์กรในไทย เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่จะวกกลับมาสร้าง “ความยั่งยืน” ให้กับองค์กร ผ่านหลายแคมเปญที่จัดทำขึ้น ฮอตฮิตสุดๆ ตอนนี้อย่าง “ลด” และ “เลิก” การใช้ **ถุงพลาสติก** ในการบรรจุสินค้า ซึ่งพิสูจน์แล้วว่า พลาสติกต้องใช้เวลาย่อยสลายนานถึง 450 ปี

โดย “เซเว่น” อีเลฟเว่น” ร้านสะดวกซื้อที่มีสาขามากที่สุดในไทยกว่าหมื่นสาขา รายได้ปีที่ผ่านมากกว่า 4.89 แสนล้านบาท เป็นหนึ่งในองค์กรที่เดินหน้านโยบาย 7 GO Green ได้ถูกขั้ววันที่ 7 เดือน 11 ประกาศเจตนารมณ์ในเรื่องนี้

ธานินทร์ บุรณมานิต กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. ซีพี ออลล์ ผู้ก่อตั้งร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในไทย กล่าวว่า ได้ดำเนินโครงการนี้มาตั้งแต่ปี 2550 ถึงปัจจุบันต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี ผ่านโครงการ **ปฏิเสธถุงได้เต็ม** โดยจะให้เต็ม 10 เต็มกับลูกค้าที่ชำระเงินผ่านบัตร 7 Value Card และปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติก เป็นต้น

ล่าสุดได้ขยายผลไปในมหาวิทยาลัย โรงพยาบาล และตามเกาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผ่านกิจกรรม **“รักษ์อันดามัน ร่วมใจลดใช้ถุงพลาสติก”** และต่อยอดกิจกรรมไปสู่เยาวชนและสังคม ในแคมเปญ **คิดถึง คิดถูก** ผ่านการสร้างเครือข่ายเยาวชนไทย ลดใช้ถุงพลาสติก และได้ขยายโครงการไปสู่สถาบันการศึกษา และมหาวิทยาลัยต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งมีโครงการ **“ปฏิเสธถุง...ได้บุญ”** หนึ่งในกิจกรรมลดการใช้ถุงพลาสติก ในร้านเซเว่นฯ ที่อยู่ในโรงพยาบาล รามาธิบดี เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านเซเว่นฯ และปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติก ทางร้านเซเว่นฯ จะสะสมยอดค่าใช้จ่ายไว้ 0.20 บาท และนำมอบให้กับมูลนิธิรามาธิบดี และได้ขยายโครงการไปยังร้านเซเว่นฯ ในศูนย์การแพทย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและรพ.ธรรมศาสตร์ทั้งนี้ จะมีการขยายผลโครงการอย่างต่อเนื่อง ลดการใช้ถุงยังได้ทำบุญ

นับเป็นความมุ่งมั่นอย่างมั่นคงที่จะเดินหน้าขยายผลต่อเนื่องตามเจตนารมณ์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประเทศ ขณะที่ในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ยังสามารถ **“ลดต้นทุน”** บรรจุภัณฑ์จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป