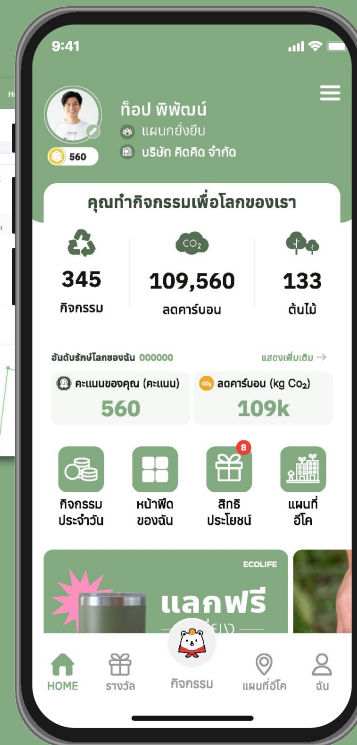


ECOLIFE

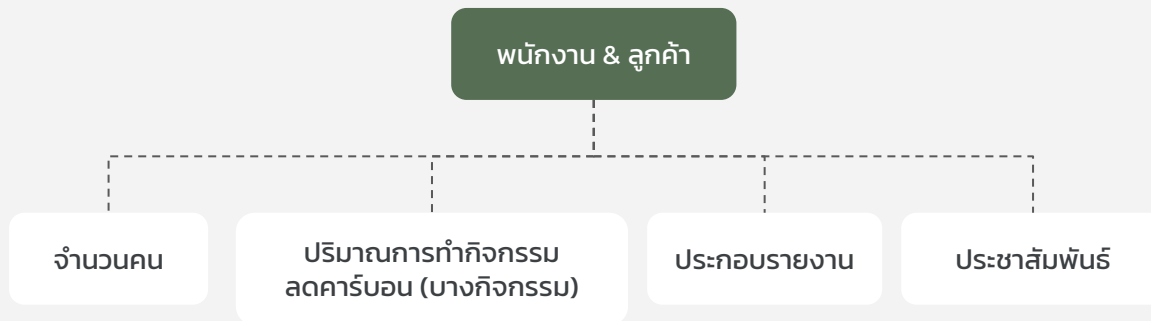
Employee & Customer
Engagement Platform



For Client (Price)



เครื่องมือเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืน ของแบรนด์และองค์กร



ESG : “ทางรอด” และ “โอกาส”

การสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจ

การนำ ESG มาใช้เป็นการเพิ่มมูลค่า

- ผู้บริโภคถึง 66.2% พร้อมสนับสนุน
- ลูกค้าในเจนใหม่ ๆ พร้อมที่จะจ่ายแพงขึ้น

ESG ช่วยทำให้ธุรกิจมองลึกด้านการจัดการ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางของ Value Chain

- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

HOW TO

- 1 Sustainable / Innovation / People : Transformation** เน้นการใช้เทคโนโลยีและปรับวิธีคิดในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหาร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในระยะยาว
- 2 Story Telling** เล่าเรื่องราวจริง จากใจ วัดผลกระทบเชิงบวกได้ จะทำให้ลูกค้าเห็นคุณค่าที่แท้จริงของแบรนด์
- 3 Customer Engagement** การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้บริโภคเช่น การเชิญชวนให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในโครงการด้านสิ่งแวดล้อมหรือสังคม หรือการทำกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วม (Experiential Marketing) จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมและผูกพันกับแบรนด์มากขึ้น
- 4 Impact Measurement & Reporting** (การวัดผลและการรายงานผล) การใช้ข้อมูลที่ถูกต้องการแสดงผลลัพธ์ของการดำเนินการ จะช่วยให้แบรนด์มีความน่าเชื่อถือและสามารถสื่อสารได้อย่างโปร่งใส

เพิ่มเติม : การปฏิบัติสม่ำเสมอ การปรับปรุงกลยุทธ์ การรอคอยการเปลี่ยนแปลง จะช่วยให้แบรนด์สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ECOLIFE

"Turning Awareness into Action"

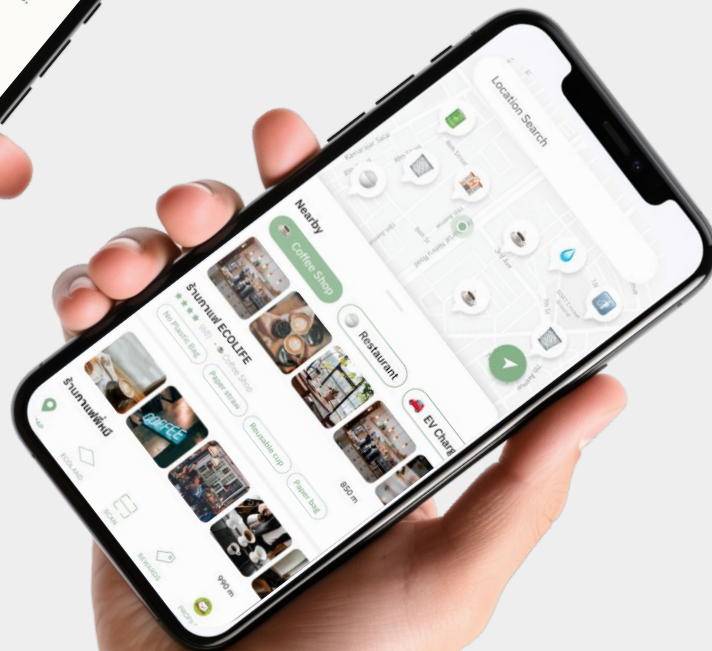


สิทธิ : หน้าที่

เราเชื่อว่า ทุกคนมีสิทธิอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี
สิทธินั้นควรมาพร้อมหน้าที่ที่ทุกคนต้องช่วยกัน

version
2019 2

version
2024 3



1 version
2015



BRAND

SERVICE

PRODUCT

Martech

เครื่องมือเพื่อช่วยในการ
เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ดีขึ้น

สร้างประสบการณ์ที่ดี ของ Brand กับลูกค้า

วิเคราะห์ข้อมูล
จากการทำ Campaign

PR ประชาสัมพันธ์

EPR ความรับผิดชอบต่อ (SCOPE 3)

ผู้บริโภคถึง 66.2% พร้อมสนับสนุนแบรนด์ที่มีการบริหาร ESG ที่ดี
ลูกค้าเจนใหม่ฯ พร้อมจ่ายแพงขึ้นเพื่อสนับสนุนแบรนด์ที่ทำความดีให้โลก

สินค้าและบริการ

กิกิกิ | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd



ห้างสรรพสินค้า

ไม่รับ Shopping Bag



โรงแรม

ไม่ซักรั้วเช็ดตัว



สินค้าแบรนด์ต่างๆ

ซื้อสินค้ารักษ์โลก



ร้านอาหาร

ทานหมดจาน

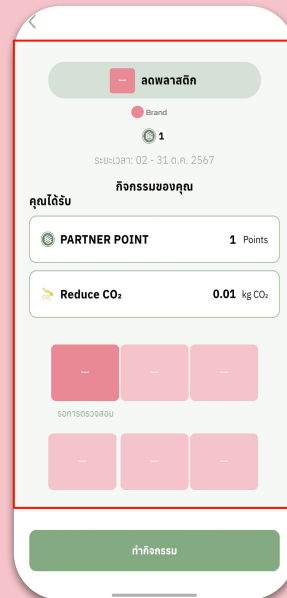
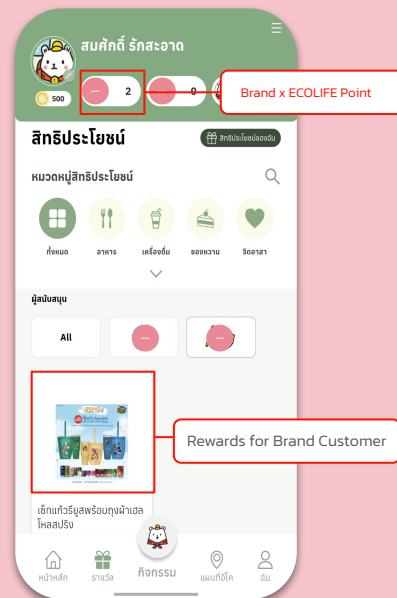
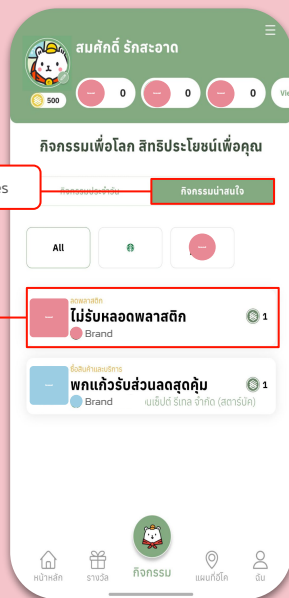


ร้านกาแฟ

นำแก้วมาเอง

Brand : Activity , Point and Rewards

กิกิ | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd



กิจกรรม

รางวัล

ลูกค้าทำกิจกรรม เพื่อสะสม  Brand x ECOLIFE Point

Brand สามารถกำหนด Point และของรางวัลเพื่อลูกค้าตนเอง

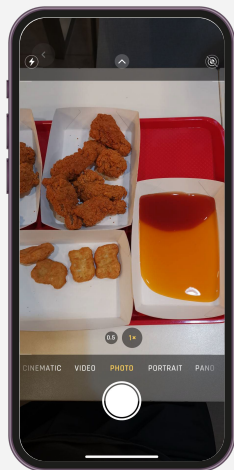
ตัวอย่าง

การทำกิจกรรม และสิทธิประโยชน์

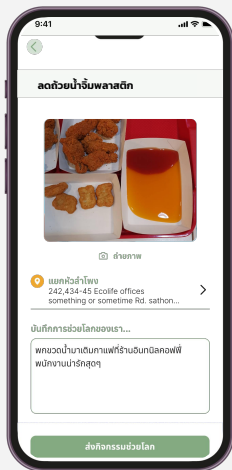
กิกิกิ | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd.

กิจกรรม

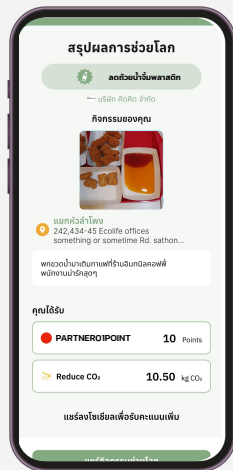
Brand ชวนลูกค้าลดการใช้ถ้วยน้ำจิ้มพลาสติก



ถ่ายรูป



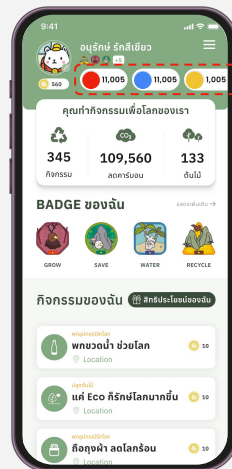
CHECK - IN



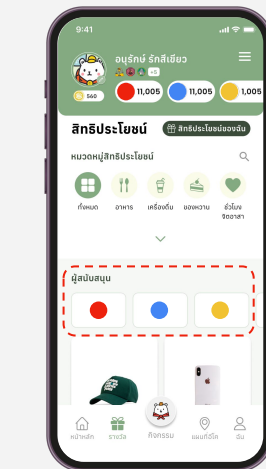
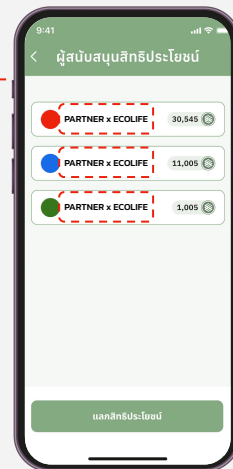
REWARDS

สิทธิประโยชน์

Brand x ECOLIFE Point

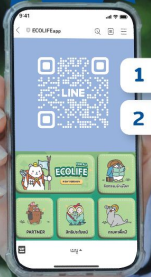


Point จากการทำกิจกรรม
ที่ Brand กำหนด



ใช้ Brand x ECOLIFE Point
แลกสิทธิประโยชน์จาก Brand นั้นๆ

100 บาท BBQ Plaza FREE



- 1 Add Friends
LINE : @ECOLIFEapp
- 2 Register ด้วย
Email เพื่อดำเนินการขอทุน

ชวนชาวธร
เก็บ ถูغبนม ส่งคืน
เพื่อจัดการอย่างยั่งยืน

journey to
zero
waste



10
ของไม่ไร้ค่า

ร่วมทำกิจกรรมได้ง่าย ๆ



ทำธุรกรรมด้วย
ECOLIFE



ส่งไปรษณีย์
FREE



ลุ้นทาน
BBQ Plaza

- รายละเอียดกติกา
1. ทานนมที่ปลอดนม (no Food Waste)
 2. ปะของนมที่ปลอดนม 10 ของไม่ไร้ค่า > 10 ของไม่ไร้ค่า ECOLIFE (1 กล่อง)
 - 3.1 จำนวนของ Journey to Zero Waste ส่งคืน
จำนวนของ Journey to Zero Waste ส่งคืน
3.2 จำนวนของ Journey to Zero Waste ส่งคืน



- เกณฑ์การตัดสิน
1. เกณฑ์การตัดสินการส่งคืนของนมที่ปลอดนม ทานนม ทานนมที่ ปลอดนมที่ปลอดนม
ทานนมที่ปลอดนมที่ปลอดนม ทานนม 40 ปีปลอดนมที่ปลอดนม หรือ ส่งคืนของนมที่ปลอดนม
ทานนม ทานนมที่ ปลอดนมที่ปลอดนม ทานนมที่ปลอดนมที่ปลอดนมที่ปลอดนม 40 ปีปลอดนม
ที่ปลอดนมที่ปลอดนม ส่งคืนของนมที่ปลอดนม ทานนม ทานนมที่ ปลอดนมที่ปลอดนม
ที่ปลอดนมที่ปลอดนม ส่งคืนของนมที่ปลอดนม ทานนม ทานนมที่ ปลอดนมที่ปลอดนม

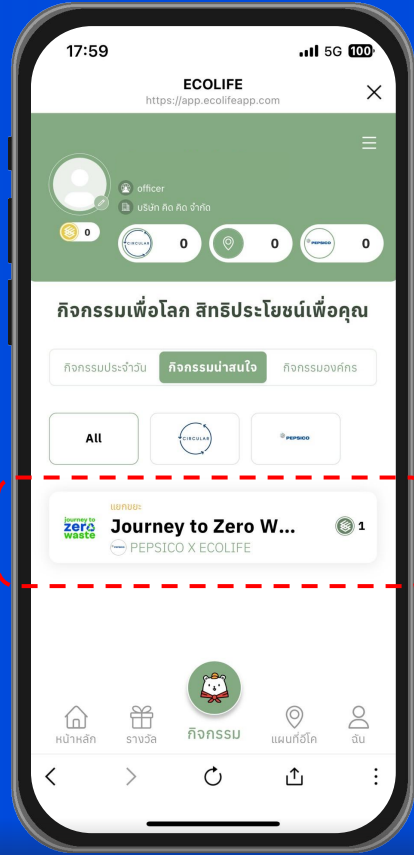


ถุงวิบวับ คืออะไร ? zero waste

ถุงวิบวับ คือถุงที่ช่วยลดขยะได้จริง โดยไม่ต้องใช้ถุงพลาสติก



ขั้นตอนร่วมกิจกรรม



journey to
zero
waste

PEPSICO



พนักงานบริษัท

สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร
(Employee Engagement)

Track ข้อมูล
เพื่อทำรายงานความ
ยั่งยืน (ESG)

PR
ประชาสัมพันธ์

Carbon Footprint
(SCOPE3)
SD Report

ตัวอย่าง

บริษัทที่ได้ใช้ Platform ECOLIFE กับพนักงาน



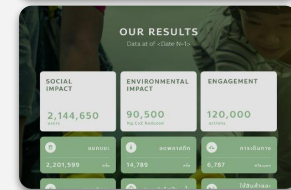
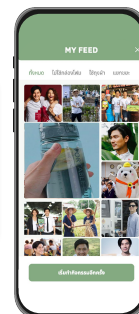
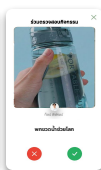
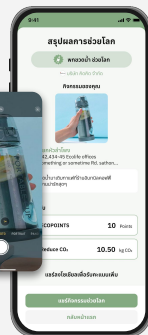
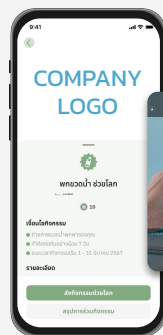
มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์
Mae Fah Luang Foundation under Royal Patronage



ECOLIFE

for Corporate

กิดกิด | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd.



ใช้งานผ่าน LINE OA

ACTION ตามโจทย์บริษัท

Social Committee (ตรวจสอบ)

Rewards

แสดงผลผ่าน
Website

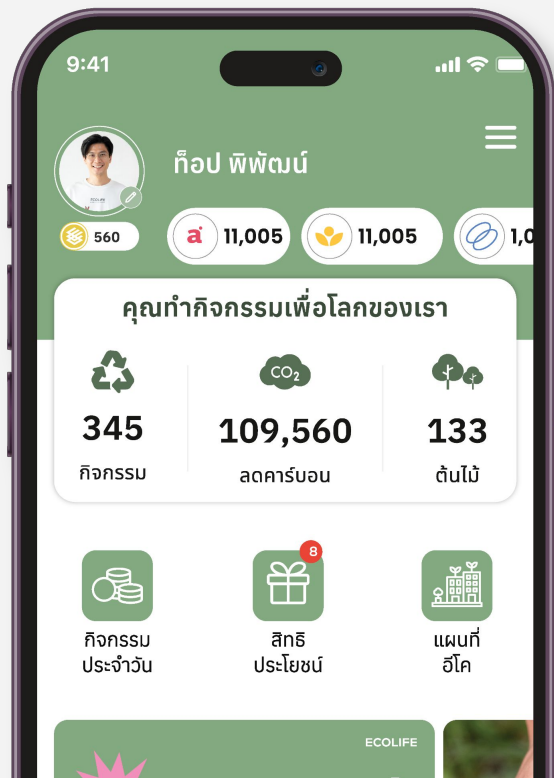
*Register ด้วย
Email ของบริษัท

ACTION

กิจกรรม



กิจกรรมภายใน ECOLIFE



1.แยกขยะ



2.ลดพลาสติก



3.เดินทาง



4.บริจาค



5.ประหยัด



6.สินค้า & บริการ



7.ต้นไม้



8.กิจกรรมรักษ์โลก



9.การลดมลพิษ



10.การผลิต



11.วันสำคัญ



12.วัฒนธรรมองค์กร



13.สุขภาพ



14.การเงิน

ECOLIFE ACTIVITIES

กิกิ | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd



กิจกรรม : การแยกขยะ



กิจกรรม : การลดพลาสติก



กิจกรรม : เดินทาง



กิจกรรม : บริจาค



กิจกรรม : ประหยัด



กิจกรรม : สินค้าและบริการ



กิจกรรม : ต้นไม้



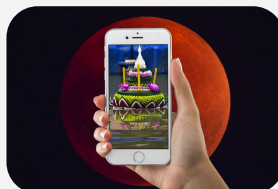
กิจกรรม : กิจกรรมรักโลก



กิจกรรม : การลดมลพิษ



กิจกรรม : การผลิต



กิจกรรม : วันสำคัญ



กิจกรรม : วัฒนธรรมองค์กร



กิจกรรม : สุขภาพ



กิจกรรม : การเงิน



กิจกรรม : ทำงานดี

REWARDS

สิทธิประโยชน์

E – Voucher



REWARDS

สิทธิประโยชน์ภายใน ECOLIFE V.3

กิกิวิค
KIDKID Co., Ltd

ECOLIFE



อาหาร



เครื่องดื่ม



ท่องเที่ยว , เดินทาง



เครื่องใช้ไฟฟ้า



บ้านเท็ก



สินค้ารักขโลก



สินค้าทั่วไป



ของหวาน



สุขภาพ , ความงาม

REWARDS

ตัวอย่างสิทธิประโยชน์

กิกิ
KIDKID Co., Ltd

ECOLIFE

Campaign	Default Format	Detail Campaign (Thai)
Swensen's	Barcode / QR Code	ส่วนลด 100 บาท
Grab Food	E-code	ส่วนลด 50 บาท
LINE MAN	E-code	ส่วนลด 100 บาท
Robinhood	E-code	ส่วนลด 50 บาท
Lazada	E-code	ส่วนลด 100 บาท
Shopee	E-code	ส่วนลด 100 บาท
ปั๊มน้ำมัน บางจาก	E-code	ส่วนลด 100 บาท
EVEANDBOY (Online)	E-code	ส่วนลด 100 บาท
Pomelo (Online)	E-code	ส่วนลด 200 บาท
Villa Market	Barcode	ส่วนลด 100 บาท
Foodland	E-code	ส่วนลด 100 บาท
ตู้แช่เย็น (TAO BIN)	E-code	ส่วนลด 30 บาท
KOI The	E-code	ส่วนลด 50 บาท
Mister Donut	Barcode	รับฟรีโดนัทพอนด์ออริจินัล 1 ชิ้น มูลค่า 29 บาท
Krispy Kreme	E-code	รับฟรีโดนัททรส Original Glazed มูลค่า 29 บาท
After you	Barcode / QR Code	ส่วนลด 100 บาท

REWARDS

ตัวอย่างสิทธิประโยชน์

อีโกลิฟ | KIDKID Co., Ltd

ECOLIFE

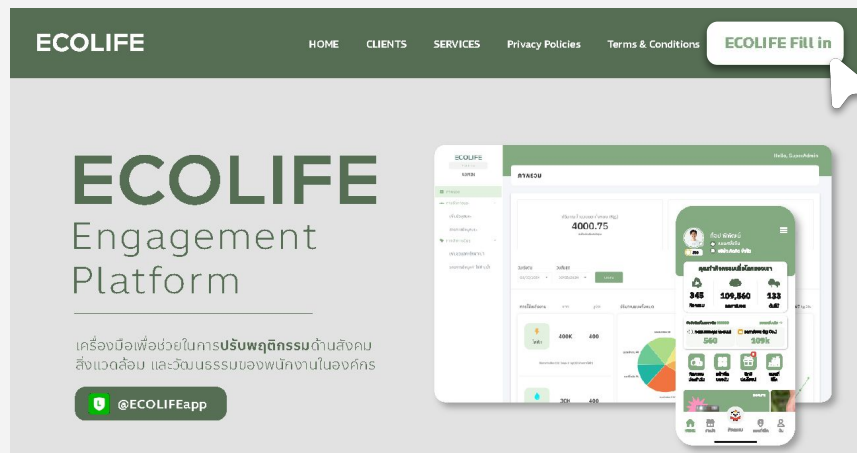
Campaign	Default Format	Detail Campaign (Thai)
1112 Delivery	E-code	ส่วนลด 100 บาท
Burger King	Barcode / QR Code	ส่วนลด 100 บาท
Potato Corner	Barcode	ส่วนลดแทนเงินสด 50 บาท
Sizzler	Barcode	ส่วนลด 100 บาท
MK	QR code	ส่วนลด 100 บาท
Bar B Q Plaza	Barcode / QR Code	ส่วนลด 100 บาท
Tops Market	Barcode	ส่วนลด 100 บาท
Tops Online	E-code	ส่วนลด 100 บาท
The Mall Online / Gourmet	E-code	ส่วนลด 100 บาท
Tesco Online	E-code	ส่วนลด 100 บาท
Moshi Moshi	Barcode / QR Code	ส่วนลด 50 บาท
Miniso	Barcode / QR Code	ส่วนลด 30 บาท
Big C	Barcode	ส่วนลด 100 บาท
Lotus's	Barcode	ส่วนลด 100 บาท
Makro	E-code	ส่วนลด 100 บาท
7-Eleven	Barcode / QR Code	ส่วนลด 10 บาท
GoWabi	Code	ส่วนลดแทนเงินสด 100 บาท

The screenshot displays the ECOLIFE dashboard with a green header and a sidebar menu. The main content area is titled 'ภาพรวม' (Overview) and features several key metrics and charts:

- CO2 Emissions:** A large green box shows 'ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (Kg.)' (Total Greenhouse Gas Volume (Kg.)) as **4000.75**. To the right, a smaller box shows 'ปริมาณ CO2 ภาพรวม kg CO2' (Overall CO2 Volume kg CO2) as **-1000.67**.
- Energy Usage:** A box on the left shows 'การใช้พลังงาน' (Energy Usage) with a lightning bolt icon, displaying **400K** and **400**.
- CO2 Emissions by Scope:** A pie chart titled 'ปริมาณ CO2 ภาพรวม (Scope 2 และ Scope 3)' (Overall CO2 Volume (Scope 2 and Scope 3)) shows the breakdown of emissions. The legend includes:
 - Scope 2 (สีเขียว)
 - Scope 3 (สีเหลือง)
 - Scope 1 (สีส้ม)
 - Scope 4 (สีน้ำเงิน)
 - Scope 5 (สีฟ้า)
- CO2 Emissions Trend:** A line chart on the right shows the trend of CO2 emissions over time, with a peak around 250 kg.

1

เข้าสู่เว็บไซต์ : www.ecolifeapp.com หรือ <https://fillin.ecolifeapp.com/>



2

กรณีเข้าผ่าน www.ecolifeapp.com
เลือกเมนู “ECOLIFE Fill in”

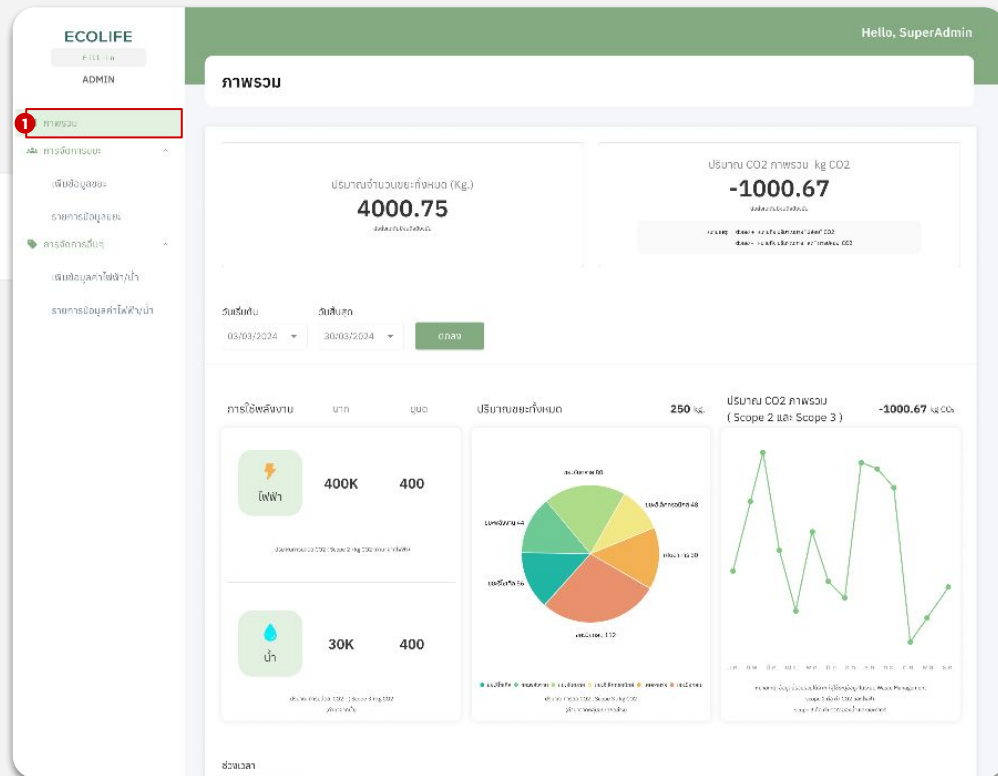


3

สำหรับผู้ใช้งานครั้งแรกเลือกเมนู “ติดต่อเรา”

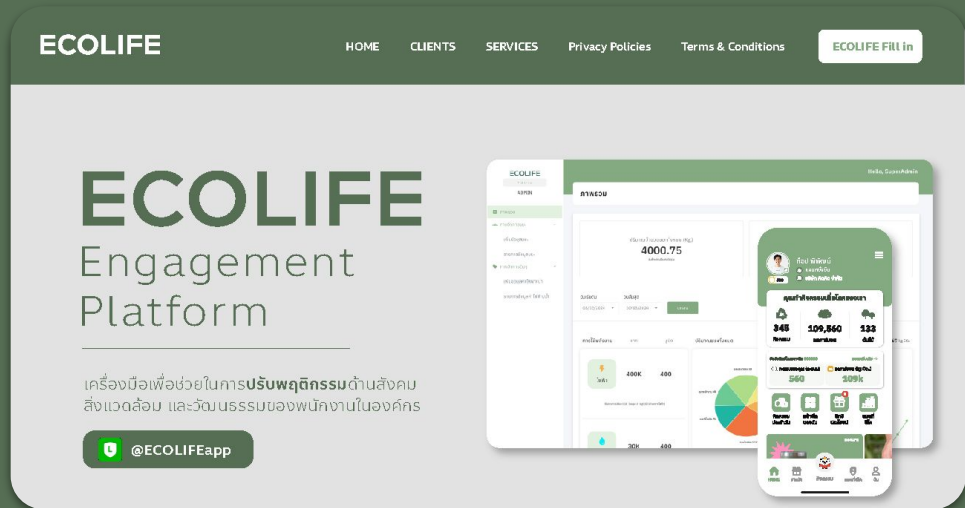
1

เลือกหัวข้อ ภาพรวม



WEBSITE ECOLIFEapp

www.ECOLIFEapp.com

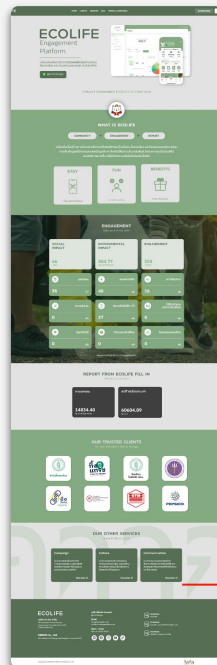


WEB FILL IN

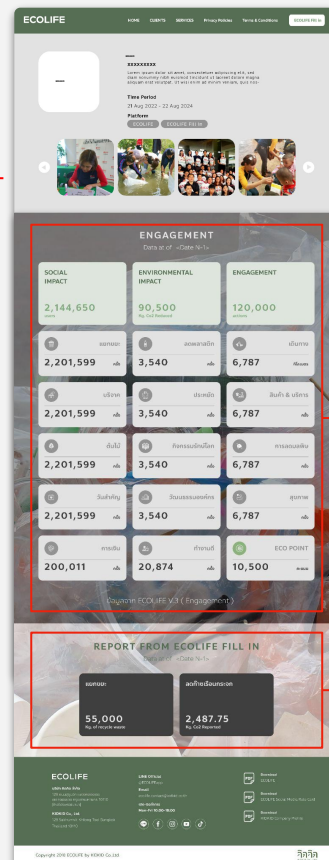
แสดงผล Microsite

กิกิกิ | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd.

แสดงผลทั้งหมด
(ENGAGEMENT)



www.ECOLIFEapp.com



แสดงผลการมีส่วนร่วมกับบริษัท

แสดงผลลัพธ์ของบริษัท
(ENGAGEMENT)

School



School	203	แห่ง
แยกขยะ	586,824	acts
ลดคาร์บอน	697,592	Kg CO ₂ e

University



จำนวน	90	แห่ง
แยกขยะ	843	acts
ปลูกต้นไม้	55,490	acts
ลดพลาสติก	1,212,608	acts
ลดคาร์บอน	1,251,105.12	Kg CO ₂ e

Company

แยกขยะ	42,720	kg
ลดคาร์บอน	15,651	Kg CO ₂ e
การปล่อยคาร์บอน	-38,162	Kg CO ₂ e

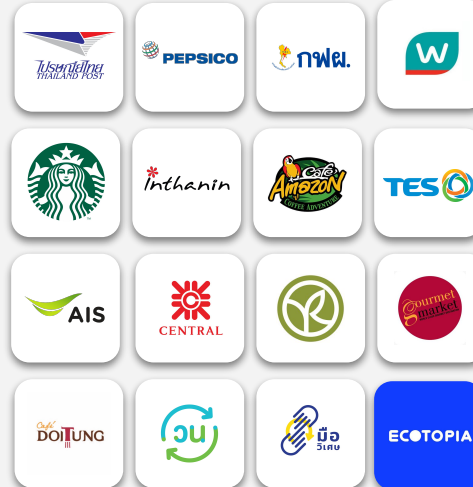
ตัวอย่าง



Brands

ลดพลาสติก	586,824	acts
แยกขยะ	21,365	acts

ตัวอย่าง



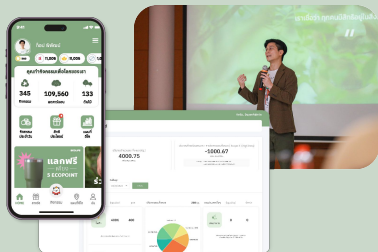
PR

ประชาสัมพันธ์



เครื่องมือเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนของแบรนด์และองค์กร

Corporate



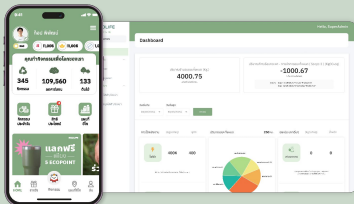
ECOLIFE

ACTIONS ผู้บริหารและพนักงานทำกิจกรรม
DATA การแยกขยะ

Lecture / Seminar

- 1.บรรยาย
- 2.Admin (KIDKID ช่วยดูแล)
- 3.คิดกิจกรรมความยั่งยืน(ช่วงเริ่มต้น)
- 4.ขอรางวัล E-Voucher

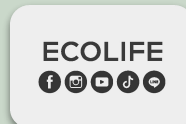
Brand



ECOLIFE

ACTIONS ผู้บริหารและพนักงานทำกิจกรรม
DATA การแยกขยะ

PR



500,000
Followers



สัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร



รายงานข้อมูลหน้าเว็บไซต์
ECOLIFEapp



โชว์ข้อมูล
ผ่านป้ายโฆษณา

จัดงานมอบรางวัลให้กับองค์กร

ประชาสัมพันธ์

1 | บรรยายโดย ท็อปพีพัฒนา

2 | Training

3 | Campaign

4 | Internal Event

5 | Event

6 | ถ่ายภาพ

7 | ตัดต่อ

8 | ถ่ายวิดีโอ

9 | Music

10 | Graphic

11 | Infographic

12 | Motion Graphic

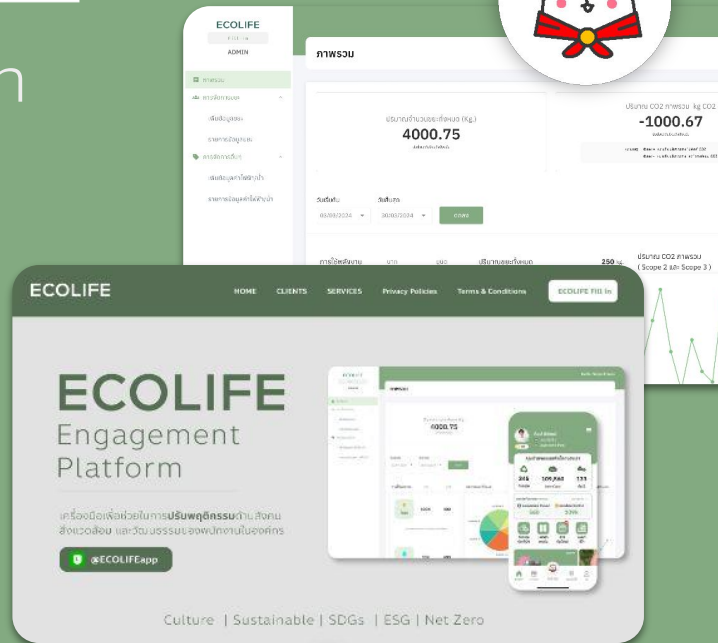
กิดกิด | ECOLIFE
KIDKID COLLEGE

#TBCSG2030

ECOLIFE

Engagement Platform

| version 3



ECOLIFE V.3 for Brand

ระยะเวลา	Price
1 ปี	600,000
6 เดือน	300,000
3 เดือน	150,000

- ** Brand สามารถเปลี่ยนโจทย์ได้ทุก 3 เดือน
- ** ราคานี้รวมแอดมินดูแลภาพรวมของระบบ
(แต่ไม่รวมถึงกิจกรรมที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องจาก Brand)
- ** ราคาไม่รวมการเชื่อม API (ราคาในการเชื่อมระบบ เริ่มต้น 300,000 บาท)
- ** ราคาไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ECOLIFE V.3 for Corporate

กิดกิด | ECOLIFE
KIDKID Co., Ltd

Corporate	จำนวนคน	ราคาขาย / คน	ราคาขาย / เดือน	ราคาขาย / 6 เดือน	ราคาขาย / 12 เดือน
S	100	80	8,000	48,000	96,000
M	500	50	25,000	150,000	300,000
L	1,000	35	35,000	210,000	420,000
XL	10,000	10	100,000	600,000	1,200,000

รายละเอียดเพิ่มเติม

- คิด คิด ช่วยคิดกิจกรรมร่วมกับองค์กร 1 ครั้ง (Corporate Menu)
- คิด คิด สอนการใช้งาน Platform ให้ผู้ดูแลระบบของบริษัทจำนวน 1 ครั้ง (2 ชม.)
- คิด คิด ให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ และออนไลน์ในช่วง 3 เดือนแรก (เดือนละ 1 ครั้ง)
- คิด คิด จัด Training ให้กับผู้ดูแลระบบของบริษัท อาทิ การสร้างกิจกรรม , การอ่านข้อมูล , การนำข้อมูลไปประกอบรายงาน เป็นต้น
- กรณีบริษัทต้องการให้ คิด คิด จัดหาสิทธิประโยชน์ในลักษณะ Promotion Code (ค่าดำเนินการจากบริษัทสำหรับคิดคิด : ค่า Fee 15%)
- ราคานี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

รายละเอียดเพิ่มเติม



Point ใน ECOLIFE สามารถแยกแบบใดได้บ้าง

1. ACTIVITY : การทำกิจกรรมรักษ์โลกด้วยการถ่ายรูป / ปิกนิก Location / เขียนบันทึก และสแกน QR Code เพื่อรับคะแนน โดยกิจกรรมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1.1 กิจกรรมประจำวัน จะได้รับ ECO POINT

1.2 กิจกรรมน่าสนใจ จะได้รับ BRAND x ECOLIFE Point

1.2 กิจกรรมองค์กร จะได้รับ CORPORATE POINT

2. Rewards : การนำ POINT จากการทำกิจกรรมมาแลกของรางวัลบนแพลตฟอร์ม โดยจะแบ่งประเภท Reward ออกเป็น 3 ประเภท

2.1 ECO POINT จะสามารถแลกของรางวัลแบบ Public

2.2 BRAND x ECOLIFE Point จะสามารถแลกของรางวัลจากทาง Brand

2.3 CORPORATE POINT จะสามารถแลกของรางวัลจากทางองค์กร

Carbon footprint

คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร

SCOPE 1

การปลดปล่อย / ดูดกลับ ก๊าซเรือนกระจกโดยตรง



Company facilities

การเผาไหม้ที่อยู่กับที่ Stationary Combustion เช่น เตาเผาที่ใช้เชื้อเพลิง เครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง

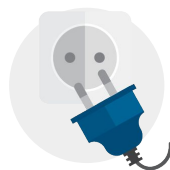


Company vehicles

การเผาไหม้แบบเคลื่อนที่ Mobile Combustion เช่น ยานพาหนะที่เป็นของบริษัท หรือบริษัทจ่ายค่าเชื้อเพลิง รถยนต์ รถตู้ รถบรรทุก

SCOPE 2

การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการนำเข้าพลังงาน ไฟฟ้า ไอน้ำ ความร้อน ความเย็น



Purchased electricity , steam , heating & cooling for own use

- ไฟฟ้าที่องค์กรเป็นผู้รับผิดชอบไม่รวมไฟฟ้าของผู้เช่า
- พลังงานความร้อนไอน้ำจากภายนอก / ความเย็น

SCOPE 3

การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ

**Purchased goods and services**

วัตถุดิบ , ก๊าซหรือส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต , วัสดุสิ้นเปลือง , เครื่องใช้สำนักงาน , บรรจุภัณฑ์ , น้ำประปา

**Capital Goods**
การลงทุนในทรัพย์สิน

การก่อสร้างหรือปรับปรุงอาคาร
ซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์

**Fuel and Energy**
Relate Activities
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม
จากเชื้อเพลิงและพลังงาน

การได้มาซึ่งเชื้อเพลิง
การกลั่นและผลิตเชื้อเพลิง
ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน เชื้อเพลิงชีวภาพ

**Upstream Transportation and Distribution**

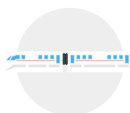
การขนส่งวัตถุดิบจาก supplier มาที่บริษัท
ส่วนใหญ่มักเป็นการขนส่งในช่วงสุดท้าย
การเดินทางของลูกค้ามาที่องค์กร (ในกรณีบริการ)

**Waste Generated in Operations**
ของเสียจากการดำเนินกิจการขององค์กร

ของเสีย ภากลดสาหกรรมที่เกิดขึ้นจากการผลิต
ส่งไปกำจัดนอกองค์กร
ขยะทั่วไป , ขยะอันตราย, ขยะติดเชื้อ, ขยะเศษอาหาร
ขยะ Recycle นับเป็น 0 (ตาม TGO) และนับเป็น
กระบวนการ Recycle (ตาม GHG Protocol)
Write-off Asset

**Business Travel**
การเดินทางเพื่อธุรกิจขององค์กร

การเดินทาง รถยนต์ เครื่องบิน รถเช่า Taxi Messenger
การค้างคืน โรงแรม
ไม่เข้ากับการใช้น้ำมันของรถประจำทางตำแหน่ง
รถโดยสารบริษัท (SCOPE1)

**Employee Commuting**
การเดินทางของพนักงาน

การเดินทางของพนักงานมาที่บริษัท
ไม่เข้ากับการใช้น้ำมันของรถประจำทางตำแหน่ง
รถโดยสารบริษัท (SCOPE1)
การใช้ไฟฟ้าจากการ Work from Home แอร์ที่บ้าน ค่าไฟฟ้า

**Upstream Leased Asset**
การใช้ทรัพย์สินที่เช่ามา

องค์กรไปเช่า อาคาร สถานที่ โรงงาน เครื่องจักร
และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ไม่เข้ากับการใช้น้ำมันของรถประจำทางตำแหน่ง
รถโดยสารบริษัท (SCOPE1)

**Downstream Transportation and Distribution**
การขนส่งกระจายสินค้า และของเสีย

การขนส่งกระจายสินค้าไปให้ผู้รับรายแรก
การเดินทางกลับบ้านของลูกค้า
การขนส่งของเสียไปกำจัด
คิดในส่วนของการคิดเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

**Processing of Sold Products**

ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องหลอมใหม่หรือขึ้นรูปใหม่
ก่อนนำไปใช้ เช่น เบ็ดพลาสติก แผ่นเหล็ก

**Use of Sold Products**

กระบวนการต่อไปที่จำเป็นในการใช้งานผลิตภัณฑ์
ถ้ามองทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ต้องคิดรวม
การใช้งานจนสิ้นสุดอายุของผลิตภัณฑ์ เช่น
รถยนต์

**End - of - Life**
Treatment of Sold Product
การจัดการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอายุการใช้งาน

บรรจุภัณฑ์ที่จะต้องทิ้ง เช่น ห่อ ถุง ลัง กล่อง
ตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องทิ้งเมื่อหมดอายุการใช้งาน

**Downstream Leased Asset**
การปล่อยเช่าทรัพย์สินขององค์กร

การเช่าพื้นที่เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ
คิดจากน้ำ ไฟฟ้า อื่นๆ
เป็น SCOPE3 ของผู้เช่าและอาจจะเป็น SCOPE1&2
ของผู้เช่า (เป็นการเช่ากัน ขึ้นกับขอบเขตการคำนวณ)

**Franchises แพร่โมเดล**

การดำเนินงานของแฟรนไชส์
เป็น SCOPE3 ของผู้ให้เช่าและ
อาจจะเป็น SCOPE1&2 ของแฟรนไชส์
(เป็นการเช่ากัน ขึ้นกับขอบเขตการ
คำนวณ)

**Investment การลงทุน**

เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน
ทั้งภาครัฐและเอกชน
การลงทุน การให้กู้ยืม ธุรการหนี้
การเงินโครงการ working capital

**Indirect Emission**
from Other Sources

กิจกรรมอื่นๆ ที่การปล่อยและ
การดูดกลืน

ECOLIFE

Employee & Customer
Engagement Platform



For Client (Price)