

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจพื้นที่เป้าหมาย

ความสัมพันธ์แนวสมานฉันท์

โดย skyjaja | วันที่ 26 กันยายน 2551

ลดความขัดแย้ง นำความสุขให้คนไทย

กระทรวงยุติธรรม สถาบันพระปกเกล้า มหาวิทยาลัยขอนแก่น และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกันแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางสังคม ภายใต้ “โครงการศึกษากระบวนการสมานฉันท์เพื่อสร้างสุขภาวะในสังคม”

ซึ่งในงานนี้เอง ศ.ดร.บวรศักดิ์ อุวรรณโณ เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้าได้แสดงทรรศนะถึงความพยายามในการสร้างสมานฉันท์ในสังคมไว้อย่างน่าสนใจ

สถาบันพระปกเกล้าได้ให้ความสำคัญกับการสร้างสมานฉันท์มาตลอด เริ่มจากการตั้ง “สำนักสันติวิธีและธรรมาภิบาล” ขึ้น เพื่อที่จะนำเสนอการบริหารแบบป้องกันความขัดแย้ง โดยเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการใดๆ ตั้งแต่ต้น

“อีกโครงการที่เพิ่งเปิดไปเร็วๆ นี้คือหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูงเสริมสร้างสังคมสันติสุข ซึ่งนำเอาผู้นำในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ข้าราชการตำรวจ ข้าราชการทหาร ฝ่ายความมั่นคง ตลอดจน สส. สว. ภาคเอกชน สื่อมวลชน มาร่วมกันดูความขัดแย้งทั้งในและต่างประเทศ ว่าปัญหาเกิดจากอะไร ทำไม่จึงแก้ได้ หรือแก้ไม่ได้ การเรียนรู้ร่วมกันเช่นนี้น่าจะทำให้เกิดความสมานฉันท์ขึ้นได้”

สถาบันพระปกเกล้ายังมีภารกิจตามกฎหมายสภาพัฒนาการเมือง ซึ่งกำหนดให้มีสภาพัฒนาการเมืองขึ้นตามรัฐธรรมนูญ ทำหน้าที่ทำแผนพัฒนาการเมืองและส่งเสริมวัฒนธรรมประชาธิปไตยและสันติวิธีในหมู่ประชาชน สภาพัฒนาการเมืองนี้จะมีบทบาทมากในการสร้างสมานฉันท์ในสังคม

อาจารย์บวรศักดิ์ หวังว่า การที่ สสส. สนับสนุนให้สถาบันต่างๆ เข้ามาทำงานร่วมกันในการสร้างสมานฉันท์น่าจะทำให้เกิดความเคลื่อนไหวเชิงสันติวิธีขึ้นได้ทั่วประเทศ (จดหมายข่าวชุมชนคนรักสุขภาพฉบับสร้างสุข ฉบับที่ 84 กันยายน 2551)

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ในขั้นตอนสืบเสาะ

วันพฤหัสบดีที่ 23 กรกฎาคม 2009 เวลา 16:15 น.

ในช่วงเวลานี้ ผู้พิพากษาหลายท่านคงได้อ่านรายงานการสืบเสาะและพินิจของพนักงานคุมประพฤติ แล้วมีหัวข้อใหม่เพิ่มขึ้น คือหัวข้อ "การใช้กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์" วันนี้ฉันอยากจะเล่าให้ฟังว่าพนักงานคุมประพฤติทำอะไรในกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ทำอย่างไร ทำเพื่อใคร

ก่อนอื่นเราควรทำความรู้จักกับคำ 3 คำ คือ

- กระบวนทัศน์ของความยุติธรรม (paradigm of justice)
- ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (restorative justice)
- กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (restorative practice, restorative justice program, restorative justice process)

กระบวนทัศน์ของความยุติธรรม

กระบวนทัศน์หลักของความยุติธรรม มี 2 กระบวนทัศน์คือ (Zehr, 1995)

1. กระบวนทัศน์แบบแก้แค้นทดแทน (retributive justice)
2. กระบวนทัศน์แบบความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (restorative justice)

หลักการเพื่อการสมานฉันท์

พุทธศาสนิกชนหลายท่านได้เคยแวะเวียนมาสนทนาและมักจะจบลงด้วยการตั้งคำถามว่า จะใช้หลักการข้อไหนมาสร้างความปรองดองในชาติขึ้นมาได้ ในฐานะที่เป็นพระสงฆ์ที่อยู่กับธรรมะตลอดเวลาที่ตอบได้ว่า หลักการเพื่อการสมานฉันท์หรือการปรองดองแห่งชาตินั้นมีอยู่ แต่ยังคงติดปัญหาอยู่ว่า บรรดาผู้ที่ผู้นำแห่งความขัดแย้งและผู้ร่วมขัดแย้งนั้น ปรารถนาจะยุติความขัดแย้งหรือไม่

ก่อนอื่นต้องเข้าใจเสียก่อนว่า คำว่า สมานฉันท์ นั้น หมายความว่าอย่างไร

คำว่า สมานฉันท์ นั้น แปลตรงตัวว่า มีความพอใจเท่าๆ กัน

สมานะ แปลว่า เสมอ หรือเท่าๆ กัน

ฉันทะ แปลว่า ความพอใจ ชอบใจ เต็มใจอย่างยิ่ง

มาตรการหรือกระบวนการสมานฉันท์จึงได้แก่ มาตรการหรือกระบวนการที่จะทำให้ผู้คนที่กำลังขัดแย้งแตกแยกกันอยู่นั้น มีความพอใจเหมือนกัน แล้วตัดสิ้นใจยุติความขัดแย้ง

หลักการที่คิดว่าจะสามารถนำมาใช้เพื่อการสมานฉันท์ได้ก็คือ หลักแห่งผาสุกวิหารธรรม หรือ หลักธรรมเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขมีห้าประการคือ

1. เมตตาการุณยธรรม การกระทำทางกายที่ประกอบด้วยเมตตา หมายถึง การแสดงออกทางกายบนพื้นฐานของความรัก ไม่มีความโกรธ ความเกลียดชังเจือปน ไม่ใช้ความรุนแรงทุกประเภท
2. เมตตาวจีกรรม การแสดงออกทางวาจาที่ประกอบด้วยเมตตา หรือพูดด้วยความเมตตา ไม่มี คำเท็จ คำหยาบ คำส่อเสียด คำเพ้อเจ้อ แต่จะมีแต่ความจริง ไพเราะ มีสาระ ผู้ฟังๆแล้วสบายใจ
3. เมตตามโนกรรม ความคิดที่ประกอบไปด้วยความเมตตา เป็นพื้นฐานของการพูดและคิด ถ้อยคำประกอบด้วยเมตตา เวลาพูดก็จะพูดออกมาด้วยความเมตตา เวลากระทำก็จะกระทำด้วยความเมตตา

4. ทัศนวิสัยมีตรงกัน
5. สีสันมีตรงกัน

เชื่อมั่นว่า หากทุกคนหันมาองประโยชน์ของความสามัคคีและเห็นโทษของความแตกแยกได้ชัดเจนแล้ว หลีกเลี่ยงเหตุแห่งความแตกแยก สร้างเหตุแห่งความสามัคคีที่ตามทางแห่งพระธรรมและเคารพกฎหมาย ความสมัครสมานสามัคคีหรือการสามัคคีจะต้องกลับสู่สังคมไทยในไม่ช้า

ความสามัคคีในองค์กร

เขียนโดย สมชาย หล้าคงคา

สาเหตุแห่งความขัดแย้งภายในองค์กรนั้นมีหลายประการ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารในองค์กรมุ่งสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจโดยสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันภายในองค์กร ทำให้พนักงานในแต่ละฝ่าย/แผนก ต่างแข่งขันกันสร้างผลงานโดยไม่คำนึงถึงสัมพันธภาพหรือความรู้สึกที่ดีต่อกัน
2. ผู้อำนวยการฝ่าย/ผู้จัดการฝ่ายของแต่ละฝ่าย/แผนก มีความมั่นใจในตนเองสูง ทำให้ไม่รับฟังความคิดเห็นใดๆ จากฝ่าย/แผนกอื่นๆ ในองค์กร ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างฝ่าย/แผนก
3. หัวหน้างานของแต่ละฝ่าย/แผนก มีความมั่นใจในตนเองสูง ทำให้ไม่รับฟังความคิดเห็นใดๆ จากฝ่าย/แผนกอื่นๆ ในองค์กร ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างฝ่าย/แผนก
4. ผู้บริหารมีความอคติ ลำเอียงในการบริหารจัดการ เมื่อเกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างฝ่าย/แผนก และต้องตัดสินใจแก้ไขปัญหา
5. เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานยาวนานและมีพนักงานในองค์กรที่มีอายุงานนาน เป็นจำนวนมาก
6. พนักงานของแต่ละฝ่าย/แผนก มีความมั่นใจในตนเองสูง ทำให้ไม่รับฟังความคิดเห็นใดๆ จากฝ่าย/แผนกอื่นๆ ในองค์กร ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างฝ่าย/แผนก
7. ในองค์กรที่มีสภาพแรงงานบางองค์กร จะมีความขัดแย้งเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำเนื่องจากผู้บริหารขาดความยุติธรรมและความเป็นธรรมในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ในองค์กร
8. มีข่าวลือ ข่าวซุบซิบนินทาเกิดขึ้นในองค์กรอยู่เป็นประจำ
9. ความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม การศึกษา ค่านิยม ความเชื่อและประสบการณ์ ของพนักงานแต่ละคน
10. วิธีการคิด ความรู้สึก ประสาทสัมผัส อารมณ์ การเจรจาและภาวะผู้นำ
11. การรับรู้ที่บิดเบือนและแตกต่างกัน
12. การมีทรัพยากรที่จำกัด พนักงานมีความต้องการทรัพยากรมากกว่าจำนวนที่มีอยู่ในองค์กร จึงต้องแข่งขันกันเพื่อที่จะได้ทรัพยากรที่ต้องการ จึงทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้น
13. ความคลุมเครือในโครงสร้างองค์กรและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานในองค์กร
14. กฎเกณฑ์ที่เข้มงวด ทำให้พนักงานอึดอัดในการทำงาน และทำให้เห็นว่าผู้บริหารใช้อำนาจเกินความจำเป็น
15. การที่พนักงานบางคนได้รับการยกเว้นที่ไม่ต้องปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ หรือปฏิบัติไม่ถึงมาตรฐานที่กำหนด

ผลเสียของการขัดแย้งหรือการขาดความสมานฉันท์ในองค์กร พอจะสรุปได้ดังนี้

1. ขาดการยอมรับซึ่งกันและกัน ขาดความไว้วางใจ ไม่เคารพซึ่งกันและกัน พนักงานจะตั้งแง่หรือใช้เล่ห์เหลี่ยมเข้าหากัน
2. ขาดความร่วมมือ คู่ขัดแย้งต่างก็ไม่ให้ความร่วมมือในการทำงาน
3. ขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พนักงานจะทำงานเฉพาะในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบ หรือทำงานตามที่ถูกสั่งให้ทำเท่านั้น
4. การสื่อสารระหว่างบุคคลจะถูกบิดเบือน อาจโดยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้
5. ทำให้เกิดความเครียด สุขภาพจิตเสีย
6. ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานลดลง
7. ทำลายความสมานฉันท์ และความกลมเกลียวในการทำงานของกลุ่ม
8. เป็นอุปสรรคต่อกระบวนการตัดสินใจ มักจะขาดข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ จึงทำให้ต้องตัดสินใจบนพื้นฐานแห่งความเสี่ยง
9. ไม่ส่งเสริมให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในองค์กร
10. ถ้าหากแก้ปัญหาไม่ได้แล้ว ความขัดแย้งอย่างหนึ่งก็จะนำไปสู่ความขัดแย้งอย่างอื่นๆ อีก
11. ทำให้พนักงานหรือองค์กรเกิดความเสียหาย อาจจะเป็นชื่อเสียง เกียรติยศ ทุนทรัพย์ ผลผลิต หรือแม้แต่ชีวิต
12. ทำให้พนักงานไม่พอใจที่จะทำงาน ทำให้เกิดการเฉื่อยงาน
13. ทำให้สูญเสียกำลังคน เมื่อพนักงานไม่สามารถที่จะทนดู และทนอยู่ร่วมงานภายใต้บรรยากาศของความขัดแย้งที่รุนแรงได้ ก็จะลาออกหรือหนีไปจากองค์กรนั้น

ผมมีคำแนะนำวิธีการบริหารจัดการความขัดแย้งภายในองค์กร ดังต่อไปนี้

ผู้บริหารในองค์กรและนักบริหารงานบุคคลควรให้ความสนใจถึงความต้องการของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา มากกว่าแผนภูมิและลักษณะของงาน

ผู้บริหารและนักบริหารงานบุคคลควรจะลดการควบคุมขององค์กรอย่างเข้มงวดและเสริมสร้างความสนใจไปยังความรู้สึกของคนในองค์กร

ผู้บริหารและนักบริหารงานบุคคล พยายามเข้าใจความต้องการและความรู้สึกของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา รวมทั้งการสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานโดยเปลี่ยนจากฝ่ายบริหารไปสู่พนักงาน มาเป็นจากพนักงานไปสู่ผู้บริหาร หรือเพิ่มช่องทางในการเสนอความคิดเห็นที่สร้างสรรค์ของพนักงานจากระดับล่างไปสู่ผู้บริหารทุกระดับ

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์: *ทางเลือก* ในการยุติข้อขัดแย้งทางอาญาสำหรับสังคมไทย*

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย* รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทนำ

ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ เป็นทั้งปรัชญา แนวคิด และ กลวิธีในการเยียวยา สร้างความสมัคสมานสามัคคีระหว่างเหยื่ออาชญากรรม-ผู้กระทำผิด-ชุมชน ขึ้นใหม่อีกครั้ง โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการมองอาชญากรรมในมิติที่ว่า อาชญากรรมเป็นเรื่องของความขัดแย้งระหว่างบุคคล (interpersonal conflict) ทำให้ทั้งสองฝ่ายซึ่งได้แก่ เหยื่ออาชญากรรมและผู้กระทำผิด ตระหนักถึง

ความรับผิดชอบร่วมกันในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างกันที่เกิดขึ้น โดยมี ผู้แทนชุมชน เข้าร่วมเป็นคนกลางในการไกล่เกลี่ยและบูรณาการ

นิยาม ความหมาย

คำว่า restorative justice (กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์) เป็นคำที่สหประชาชาติกำหนดให้ใช้สำหรับกิจกรรมและโครงการในลักษณะนี้ หมายถึง การอำนวยความสะดวกยุติธรรมที่ต้องการทำให้ทุกฝ่ายซึ่งได้รับผลกระทบจากอาชญากรรมได้กลับคืนสู่สภาพดีเช่นเดิมอันเป็นการสร้างความสมานฉันท์ในสังคม เป็นเป้าหมายสุดท้าย

ในทัศนะของ Susan Sharpe (1998) กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ได้สะท้อนความเชื่อที่ว่า "ความยุติธรรม" เป็นสิ่งที่เข้าถึงได้และบรรลุถึงได้มากที่สุดหากสามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายที่ว่า

1. มีการเห็นพ้องต้องกันเกิดขึ้นระหว่าง "เหยื่ออาชญากรรม-ผู้กระทำผิด-ชุมชน" ในเวทีที่จัดให้ทุกฝ่ายได้แสดงการมีส่วนร่วมกันต่อ "อาชญากรรม" ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง
2. สิ่งที่แตกร้าว สะเทือนใจได้รับการเยียวยา
3. ได้บรรลุถึงการแสดงความรับผิดชอบและสำนึกผิดต่อการกระทำผิดที่เกิดขึ้น
4. โยงยึดผูกพันสิ่งที่แตกแยกให้กลับคืนสมานฉันท์กันอีกครั้งและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในการป้องกันอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นในครั้งต่อไป

John Braithwaite (1998: 323-344) อธิบายว่ากระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์หมายถึง การบรรเทาความเสียหายแก่เหยื่ออาชญากรรมอาชญากรรมให้กลับสู่สภาพดีดังเดิม ทำให้เหยื่ออาชญากรรมเป็นศูนย์กลางของกระบวนการยุติธรรม ขณะเดียวกันก็บูรณาการผู้กระทำผิดและสังคมเข้าด้วยกัน กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์จึงเป็นการยังให้เกิดความยุติธรรมที่รอบคอบ (deliberative justice) เป็นวิธีการที่ผู้คนใช้ความสุจริตใจที่เหนือกว่าจัดการกับผลที่เกิดตามมาจากอาชญากรรม และป้องกันตนเองจากอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นในภายภาคหน้า

บทสรุป

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ในสังคมร่วมสมัย เป็นพัฒนาการอีกรูปแบบหนึ่งของการกระทำทางสังคม ที่สมาชิกในสังคมแสดงปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเมื่อมี พฤติกรรมทางสังคม เกิดขึ้น ซึ่งในกรณีนี้ คือ อาชญากรรมหรือการกระทำผิด ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างเหยื่อ-ผู้กระทำผิด-ชุมชน จึงเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ประชาชนมีต่อกันในการควบคุมสังคมเมื่อมีความขัดแย้งที่เรียกว่าอาชญากรรม

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ในฐานะที่เป็นกลไกหนึ่งของสังคมจะเป็นตัวกำหนดหน้าที่ให้มีการทำงานร่วมกันเกิดขึ้นในสังคมนั้นๆระหว่างคู่กรณีและผู้เกี่ยวข้อง คือระหว่าง เหยื่อ-ผู้กระทำผิด-ชุมชน และอาจารย์ถึงผู้สนับสนุนของทั้งสองฝ่าย เพื่อให้ทุกฝ่ายในสังคมหรือชุมชนนั้นๆ ยอมรับว่ามีความขัดแย้ง เอาเปรียบ หรือล่วงละเมิดกันเกิดขึ้น และจัดการกับความขัดแย้งนั้นร่วมกันอย่างจริงจัง ทำให้ความขัดแย้งยุติลง มีผู้รับผิดชอบ มีการชดใช้เยียวยาและส่งผลให้เกิดความสมานฉันท์ในชุมชนนั้น ณ ขณะเดียวกันนั่นเอง

ดังนั้น กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ที่ปรากฏในสังคมโลกและสังคมไทยปัจจุบัน จึงยังคงไว้ซึ่งแนวคิดและหลักการควบคุมทางสังคมตามแบบโบราณแต่ปรากฏในภาพลักษณ์ใหม่ หรือรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะหลอมรวม ระบบการเยียวยาสมานฉันท์ความสัมพันธ์ของคู่ขัดแย้ง เกาะเกี่ยวเข้าไว้ใน

ขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการยุติธรรมที่เป็นทางการอย่างแนบเนียน ส่วนระบบรูปแบบและวิธีการของกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ที่นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรมและกระบวนการยุติธรรมไทยและสามารถทำงานได้อย่างจริงจังนั้น เป็นเรื่องที่ต้องศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

"พระพุทธศาสนากับความสมานฉันท์แห่งชาติ"

พระธรรมโกศาจารย์ (2550)

พุทธธรรมเพื่อความสมานฉันท์

สิ่งที่จะมีส่วนช่วยสร้างสันติภาพในสังคมไทยก็คือสถานการณ์ที่ต่างฝ่ายต่างชนะ (win-win situation) เกิดจากการรู้จักถอยคือให้ยอมแพ้ศึกแต่ชนะสงคราม ไม่ใช่ชนะศึกแต่แพ้สงคราม ถ้าต่างฝ่ายต่างชนะก็เป็นธรรมาธิปไตย ไม่ใช่ต่างฝ่ายต่างแพ้ซึ่งเป็นอนาธิปไตย

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรที่เข้าเฝ้าฯ ถวายพระพรชัยมงคล ณ สีหบัญชร พระที่นั่งอนันตสมาคม เมื่อวันที่ ๙ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๙ ทรงแนะนำให้คนไทยปฏิบัติตามธรรมเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ ดังนี้

“ประการแรก คือ การที่ทุกคนคิด พูด ทำ ด้วยความเมตตา มุ่งดี มุ่งเจริญต่อกัน

ประการที่สอง คือ การที่แต่ละคนต่างช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ประสานงาน ประสานประโยชน์กัน ให้งานที่ทำสำเร็จผล ทั้งแก่ตน แก่ผู้อื่น และกับประเทศชาติ

ประการที่สาม คือ การที่ทุกคนประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในความสุจริต ในกฏกติกา และในระเบียบแบบแผน โดยเท่าเทียมเสมอกัน

ประการที่สี่ คือ การที่ต่างคนต่างพยายามนำความคิด ความเห็นของตนให้ถูกต้องเที่ยงตรง และมั่นคงอยู่ในเหตุในผล หากความคิด จิตใจ และการประพฤติปฏิบัติที่ลงรอยเดียวกัน”

พุทธธรรมในพระราชดำรัสนี้เรียกว่าสาราณียธรรม(ธรรมเป็นเหตุให้ระลึกถึงกัน) ซึ่งมีที่มาในพระไตรปิฎก

ประการแรก ที่ว่า “คิด พูด ทำด้วยเมตตา” มาจากสาราณียธรรม ๓ ข้อ คือ เมตตา ภาวกรรม (ทำด้วยเมตตา) เมตตาวจีกรรม (พูดด้วยเมตตา) และเมตตามโนกรรม (คิดด้วยเมตตา)

ประการที่สอง ที่ว่า “การที่แต่ละคนต่างช่วยเหลือเกื้อกูลกัน” ตรงกับสาราณียธรรมข้อสาราณโภคี (แบ่งปันให้เท่าเทียมกัน)

ประการที่สาม การที่ทุกคนประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในกรอบกติกาโดยเท่าเทียมกัน ตรงกับสาราณียธรรมข้อศีลสามัญญตา (มีศีลเสมอกัน)

ประการที่สี่ การที่ต่างคนต่างพยายามปรับความคิดความเห็นของตนให้ถูกต้องลงรอยเดียวกัน ตรงกับสาราณียธรรมข้อทิวฐิสามัญญตา (มีความเห็นลงรอยเดียวกัน)

สาราณียธรรมในทางปฏิบัติเริ่มต้นด้วยทิวฐิสามัญญตา คือปรับความคิดเห็นให้เป็นลงรอยแบบเดียวกันว่าเราทั้งผองเป็นพี่น้องกัน มีพ่อหลวงคือพระเจ้าอยู่หัวองค์เดียวกัน แม้จะต่างศาสนากันแต่ก็เป็นคนไทยด้วยกัน เมื่อปรับความคิดเห็นได้แบบนี้แล้วเราก็จะเกิดความรู้สึกสามัคคี คิดพูดทำต่อกันด้วยเมตตา เกื้อกูลแบ่งปันกันและกัน ปฏิบัติต่อกันตามกฎหมายอย่างเท่าเทียมกันด้วยศีลสามัญญตา และปรับความคิดเห็นให้มีเหตุผลลงรอยเดียวกันมากยิ่งขึ้นด้วยทิวฐิสามัญญตา

โดย ดร.ปฐมพงษ์ โพธิ์ประสิทธิ์นันท์

คัดจากคำถาม-คำตอบทางพระพุทธศาสนา ประจำเดือนพฤศจิกายน 2550

พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตรเสนอให้มีรัฐบาลสมานฉันท์ ผมอยากถามอาจารย์ว่า พระพุทธศาสนามีคำสอนว่าด้วยสมานฉันท์หรือปล่าวครับ? ในการเลือกตั้งครั้งนี้ ท่านอาจารย์มีหลักคำสอนทางพระพุทธ ศาสนาอะไรที่ชาวพุทธควรถือเป็นหลักคิดได้หรือปล่าวครับ? (ผศ.สุพจน์/มหามกุฏราชวิทยาลัย)

คำตอบ: ตามหลักพระพุทธศาสนาแล้ว พระพุทธเจ้าทรงสอนให้คนสมานฉันท์กัน แต่การสมานฉันท์ในที่นี้ทุกคนต้องมีกายสุจริต, วาจาสุจริตและมโนสุจริตเสมอเหมือนกัน พระองค์ไม่เคยสอนให้ใครไปสมานฉันท์กับคนชั่ว ทรงสอนให้เราแบ่งข้างชัดเจน ปัญหาก็คือถ้ามีคนทำกรรมชั่วหรือทำผิดแล้วเราจะไม่ยอมให้อภัยเลยหรือเพื่อความสมานฉันท์? คำตอบก็คือเราสามารถให้อภัยเพื่อให้กลับมาสมานฉันท์กันได้ ถ้าคนผู้นั้นมิได้ทำกรรมบาปหยาบเข้ามา

ความสมานฉันท์ในหมู่สงฆ์จะเกิดก็ต่อเมื่อพระสงฆ์ทุกรูปต้องเคารพวินัยอย่างเคร่งครัดเท่ากัน เช่นเดียวกัน ความสมานฉันท์ในหมู่คนไทยจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อทุกคนต้องเคารพกฎหมายเป็นนัยการเมืองต้องไม่ทุจริตฉ้อราษฎร์บังหลวงเสมอเหมือนกัน ถ้ามีใครบริหารประเทศแล้วยกยกผลประโยชน์เข้าหาตัวเอง คนไทยที่เป็นสุจริตชนต้องสมานฉันท์ขับไล่หรือลงโทษคนกระทำผิดตามสมควรแก่การกระทำ ไม่ใช่ไปอ้างสมานฉันท์เพื่อกลบความชั่วโดยไม่เอาผิดคนทำชั่ว

สัมภาษณ์ ประมวล เพ็งจันทร์ : ความสมานฉันท์คือความ "เสมอเหมือนเท่ากัน"

อรรถพล สาตุ้ม

อาจารย์คิดว่ามีทางที่คนไทยอาจจะสมานฉันท์กันได้หรือไม่ หรือการสมานฉันท์เป็นแค่มายาคติ ?

ความสมานฉันท์ที่เราพูดในความหมายของคนพุทธนี้หมายความว่ายังไง? ผมไม่รู้ แต่ถ้าในความหมายของผม นั่นคือความหมายที่ว่าเราต้องสร้างความสำนึกรู้สึกที่เราเสมอเหมือนเท่ากัน ... ที่นี้ในคำว่า "เสมอเหมือนเท่ากัน"เราต้องไม่ใช่มาตรฐานของใครคนใดคนหนึ่งมาเป็นตัวกำหนด

ถ้าเราจะสมานฉันท์ เราต้องเคลียร์กันให้ได้อย่างที่ควรจะเป็น โดยเราไม่เอาตัวตนเราเป็นตัวกำกับ แต่เรามาคุยกันที่เรียกว่ามีความเสมอกัน และดูว่าเป้าหมายที่เราพูดถึง คือการอยู่ร่วมกันและการอยู่ร่วมกันโดยมีความสุขทั้งสองฝ่าย ที่ต้องอยู่ด้วยบนความเท่าเทียม ไม่ใช่ฉันเหยียบตีนคุณแล้วคุณจะมีความสุขอยู่ หรือคุณต้องยอมให้ฉันเหยียบตีนคุณ

ในปัจจุบันนี้คำพูดว่า "สมานฉันท์" มีความเคลือบแฝงหลายอย่างอยู่ในทางศาสนา ถ้าวันหนึ่งเราจะมาสมานฉันท์ การนับถือศาสนาเป็นความดีที่ต้องเคารพซึ่งกันและกัน ในฐานะที่เราเคารพซึ่งกันและกันได้ก็จะเคารพต่อกันและกันได้ แต่อารมณ์ความรู้สึกของคนไม่ยอมไป เมื่อเรามีความรู้สึกเป็นสิ่งที่คลี่คลายได้ยาก เมื่อเราต้องใช้เวลาหาวิธีคลี่คลาย ไม่ใช่ใช้เวลาเป็นตัวปีบ

สมานฉันท์คือการมีวินัย

ฤทธาคนี น.

รัฐบาลเป็นองค์ประกอบหนึ่งของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารประเทศให้เกิดความมั่งมีศรีสุข ปลอดภัยจากภัยอันตรายทั้งมวล รวมถึงการนำพาประชาชนให้มีใจร่วมกันทำให้วิสัยทัศน์ของรัฐบาล บรรลุเป้าประสงค์ แต่ขณะนี้สถานการณ์บ้านเมืองเกิดความแตกแยก ทำให้รัฐบาลนี้ต้องสร้างความสมานฉันท์เกิดขึ้นให้ได้

วินัย คือ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับสำหรับควบคุมความประพฤติทางกาย วาจา ของคนในสังคมให้เรียบร้อย ดีงามเป็นแบบแผนอันหนึ่งอันเดียวกัน จะได้อยู่ร่วมกันด้วยความสุขสบาย ไม่กระทบกระทั่งซึ่งกันและกัน วินัยมี 2 ชนิด วินัยทางโลก วินัยทางธรรม ซึ่งสามัญชนอย่างเราจะต้องยึดเอาคาริยะวินัยอันเป็นวินัยสำหรับผู้ครองเรือน หัวใจก็คือ การไม่เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่นทั้งกาย วาจา ใจ

การไม่เบียดเบียนผู้อื่นทั้งกาย วาจา ใจนั้นเป็นการลดความขัดแย้ง ความขัดแย้งที่สร้างปัญหาในชีวิตมนุษย์มากที่สุดได้แก่ ความขัดแย้งส่วนตัว (Intrapersonal Conflict) กับความขัดแย้งทางการเมือง (Political Conflict) ซึ่งขณะนี้ประเทศไทยกำลังเกิดความขัดแย้งของกลุ่มหรือ Group Conflict ก็คือ ความแตกต่างกันที่ขัดแย้งกัน เพราะมีบรรทัดฐานความคิดทางสังคมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะผลประโยชน์ทางการเมือง

ดังนั้น รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ จะต้องมิวินัย ประธานสภาทั้งสองสภาจะต้องมิวินัย ประธานคณะศาลต่างๆ จะต้องมิวินัย ข้าราชการทุกหมู่เหล่าจะต้องมิวินัย ทหารต้องยึดมั่นในคำสาบาน แต่สำคัญที่สุดรัฐบาลนี้ต้องเล่นการเมืองอย่างมิวินัย โดยไร้ผลประโยชน์ของตนและพวก และเมื่อสังคมการเมืองมิวินัย ความสมานฉันท์ของชนในชาติก็เกิดขึ้น

"ประเวศ วะสี" บอก ทุกคนเป็นนักสมานฉันท์

เรื่องการสมานฉันท์จะไปรอคณะกรรมการสมานฉันท์แห่งชาติที่คุณอนันท์ ปันยารชุนเป็นประธานเท่านั้นไม่ได้ ทุกคนต้องเป็นนักสมานฉันท์

สมานฉันท์คืออะไร

สมานฉันท์ คือความถูกต้องลงตัวที่ทำให้ระบบทั้งหมดเคลื่อนไปได้อย่างมีคุณภาพ สังคมเป็นระบบที่ซับซ้อน ประกอบด้วยบุคคล องค์กร สถาบันอันหลากหลาย สังคมจะเป็นปกติสุขได้ต่อเมื่อองค์ประกอบทั้งหมดมีความถูกต้องและเชื่อมสัมพันธ์กันอย่างลงตัว นั่นคือมีความสมานฉันท์ในสังคม

ความถูกต้องของบุคคล องค์กร สถาบัน และความสัมพันธ์ที่ถูกต้อง คือปัจจัยแห่งความสมานฉันท์ ความถูกต้อง ประกอบด้วย

1. คิดถูก
2. พูดถูก
3. ทำถูก
4. สัมพันธ์กันอย่างถูกต้อง

ทั้ง 4 ประการนี้เป็นเรื่องยาก ความสมานฉันท์จึงไม่เกิด เมื่อขาดความสมานฉันท์ก็ขาดความเป็นปกติสุขและมีผลกระทบทุกคน และถ้าไม่ระวังนำไปสู่ความขัดแย้งรุนแรงเรื้อรัง เป็นสิบๆ ปีก็แก้ไขไม่ได้ ทำให้ประเทศขาดโอกาสการพัฒนาและขาดความอยู่เย็นเป็นสุข

เพราะฉะนั้นเรื่องความสมานฉันท์จึงเป็นเรื่องที่ทุกคนควรพิจารณาอย่างซ้ำๆ ลึกๆ จะทำให้เกิดการเชื่อมโยง และเมื่อเชื่อมโยงก็สมานฉันท์

เราเป็นสังคมที่มีวัฒนธรรมอำนาจมาแต่โบราณ ความสัมพันธ์ทางดิ่งระหว่างผู้มีอำนาจกับผู้ไม่มีอำนาจไม่ทำให้เกิดสมานฉันท์

โครงการพัฒนาใหญ่ๆ ก็นำไปสู่ความขัดแย้งและรุนแรงได้ เพราะโครงการนั้นไปรบกวนวิถีชีวิตชาวบ้านบ้าง ไปทำลายสิ่งแวดล้อมบ้าง เมื่อชาวบ้านและนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประท้วงก็นำไปสู่การกระทบกระทั่ง และผู้มีอำนาจจะเป็นอำนาจรัฐหรืออำนาจเงินก็ตามมีความโน้มเอียงจะใช้ความรุนแรงเข้าจัดการ

การปกครองที่รวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลางเป็นสาเหตุของความขัดแย้งรุนแรงทุกอย่าง ความขัดแย้งชนิดนี้จะไม่หายไปถ้าไม่มีการกระจายอำนาจไปสู่ท้องถิ่น

การขาดความยุติธรรมและความเป็นธรรมทางสังคมจะไม่เกิดความสมานฉันท์ ความที่เป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมและโครงสร้างเชิงอำนาจมาแต่โบราณ สังคมไทยจึงขาดความยุติธรรมและความเป็นธรรมทางสังคม

ที่กล่าวมานี้เพื่อให้เห็นโครงสร้างอันสลับซับซ้อนที่นำไปสู่ความขัดแย้งและความรุนแรง เรียกว่า "ความรุนแรงเชิงโครงสร้าง" ในความขัดแย้งเชิงโครงสร้างยิ่งใช้เหตุผลยิ่งทะเลาะกันมากขึ้น ต้องเริ่มต้นด้วยใจ ใจที่มีความเมตตา กรุณา เอาความเป็นมนุษย์เข้ามาเชื่อมโยงกัน จนเกิดความเชื่อถือไว้วางใจกัน และหาทางออกร่วมกัน ก็จะพบทางออกจากเรื่องที่ซับซ้อนได้

ความสมานฉันท์จึงเริ่มด้วยใจ จะทำให้เกิดสนามพลังแห่งความสุข และความสร้างสรรค์ ที่ทำให้ไปคลายโครงสร้างแห่งความรุนแรงได้

นายกรัฐมนตรีในฐานะผู้ใช้อำนาจรัฐสูงสุดต้องไม่ให้สัญญาณใดๆ ที่จะทำให้อำนาจรัฐใช้ความรุนแรง และต้องไม่ปลุกกระตุ้นให้เกิดความเกลียดชังต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง นายกรัฐมนตรีจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเกิดความรุนแรงหรือความสมานฉันท์

ความสมานฉันท์ไม่ได้แปลว่าไม่ทำตามกฎหมาย แต่การทำตามกฎหมายอย่างเดียวโดยปราศจากความสมานฉันท์แก้ปัญหาไม่ได้ ความสมานฉันท์และความยุติธรรมคือภูมิคุ้มกันของสังคม

สันติ สมานฉันท์ คืออะไร

หรือจะรู้ว่า บัดนี้ประเทศไทยที่รักของฉันไร่แล้วซึ่งสันติ สมานฉันท์

ใครๆ เรียกหาสันติ สมานฉันท์

มันจะเกิดขึ้นได้อย่างไร ถ้าอีกฝ่ายไม่ยื่นมือออกมา

มันจะเกิดได้อย่างไร เมื่ออีกฝ่ายประสงค์ความรุนแรง

มันจะเกิดได้อย่างไร ถ้ากฎหมายเอาผิดคนทำผิดไม่ได้

มันจะเกิดได้อย่างไร ถ้ากลไกรัฐไม่ทำงาน

มันจะเกิดได้อย่างไร ถ้าองค์กรวิชาชีพ ออกมาปกป้องการกระทำผิด

ใครๆ เรียกหาสันติ สมานฉันท์

มันจะเกิดได้อย่างไร ในสถานการณ์ที่ภาพปรากฏคือความเศร้าสะเทือนใจอย่างลึกซึ้ง

ภาพทหารที่เป็นลูกหลานของเราถูกคนไทยยึดอาวุธประจำกาย

ภาพทหารที่เป็นลูกหลานของเรา ถูกประชาชนรุมทำร้าย รุมกระแทก

ภาพทหารที่เป็นลูกหลานของเราเดินคอตกผ่านแถวคนที่ฮึกเหิม

สื่อทุกสื่อประโคมความพ่ายแพ้ของทหาร....

มันเกิดขึ้นแล้วในสังคมไทย สังคมที่เคยมีแต่ความสันติ สมานฉันท์

“กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์”

โดย ดร.เมธิกาญจน์ ช่างหัวหน้า

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ คือ กระบวนการที่ฟื้นฟูความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคมที่สูญเสียไปเพราะอาชญากรรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิม โดยมีกระบวนการฟื้นฟูสำนึกผู้กระทำความผิด และให้ผู้กระทำความผิดเยียวยาความเสียหายแก่ผู้เสียหายหรือเหยื่ออาชญากรรม รวมทั้งชุมชนที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งมีกระบวนการโดยย่อ ดังนี้

1. การเข้าสู่กระบวนการอาจเริ่มโดยผู้กระทำความผิด (Offender) หรือผู้เสียหาย (Victim) ร้องขอเข้ากระบวนการ หรือโดยคนกลาง (Mediator or Facilitator) เชิญชวนให้ผู้เสียหายและผู้กระทำความผิดเข้าร่วมกระบวนการก็ได้

2. การประชุมฟื้นฟูสัมพันธ์ภาพ มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นเตรียมการประชุม จะเป็นการดำเนินงานของคนกลาง (Mediator or Facilitator) ที่จะต้องให้คำปรึกษารายบุคคลเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งผู้เสียหายและผู้กระทำความผิด แจงสิทธิและหน้าที่ ตลอดจนกติกาการเจรจาในการประชุมของทุกฝ่ายว่า มีอย่างไร

2.2 ขั้นดำเนินการประชุม คนกลางจะกล่าวถึงวัตถุประสงค์ วิธีการและขั้นตอนประชุมและเชิญชวนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมพูดถึงความรู้สึกและความคิดเห็นที่จะนำไปสู่การแก้ไขเยียวยาความเสียหาย เมื่อได้ข้อยุติแล้ว ก็จะบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรว่าฝ่ายใดจะต้องปฏิบัติตามข้อตกลงอย่างไร ใช้เวลานานเท่าใด และวิธีการติดตามผล

2.3 ขั้นติดตามผล คนกลางหรือตัวแทนจะติดตามผลว่าทั้ง 2 ฝ่ายปฏิบัติตามข้อตกลงหรือไม่ หากเป็นไปตามข้อตกลงทางหน่วยงานของคนกลาง ก็จะเสนอผลการประชุมให้แก่เจ้าพนักงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการให้ยุติคดีด้วยกระบวนการยุติธรรมทางสมานฉันท์

เป้าหมายสูงสุดของกระบวนการยุติธรรมทางเลือกนี้ก็คือการให้อภัยกัน (Forgiveness) ทำให้ความสัมพันธ์ที่ถูกทำลายไปของอาชญากรรมระหว่างผู้กระทำความผิดกับผู้เสียหายและสังคมได้กลับฟื้นคืนสภาพเดิมอีกครั้งหนึ่ง สังคมจึงเกิดความสงบสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขยั่งยืนตลอดไป

อธิการบดีมหาวิทยาลัย สมานฉันท์คือทางออกของความขัดแย้ง

วันที่ ๑๙/๐๓/๒๐๐๗ เข้าชม : ๘๒๐๕ ครั้ง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนล่าง จัดสัมมนาวิชาการเรื่อง "สมานฉันท์ : ทางออกของความขัดแย้งในสังคมไทย"

ศ.นพ.วันชัย วัฒนศัพท์ ผู้อำนวยการสำนักสันติวิธีและธรรมาภิบาล สถาบันพระปกเกล้า กล่าวปาฐกถาพิเศษ เรื่อง "สมานฉันท์ให้สังคมสันติสุขภายใต้วิกฤติชาติอย่างไร" ตอนหนึ่งว่า สันติภาพจะไม่มีวันเกิดขึ้นได้ถ้าไม่มีความยุติธรรม การสร้างความสมานฉันท์ให้เกิดขึ้น ต้องสร้างความไว้วางใจต่อกัน และสำคัญที่สุดต้องฟังกัน วิธีการที่ดี คือการเจรจาไกล่เกลี่ย

ด้าน พระธรรมกิตติวงศ์ เจ้าอาวาสวัดราชโอรสาราม และราชบัณฑิต กล่าวว่า トラบใดที่ความสมานฉันท์ยังเป็นเพียงอุดมการณ์ หรือข้อเรียกร้อง ครอบงำไม่เกิดขึ้นแน่นอน จึงต้องการให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสร้างความสมานฉันท์อย่างมีโครงสร้าง รายละเอียด วัตถุประสงค์และวิธีปฏิบัติ โดยยึดศาสนาธรรม น้อมนำพระบรมราโชวาทมากำหนดยุทธศาสตร์

ขณะที่ พล.อ.สพรั่ง กัลยาณมิตร ผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารบก และ ผู้ช่วยเลขาธิการ คณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ (คมช.) กล่าวว่า การทำงานของกองทัพเป็นกองทัพที่ดีไม่ใช่กองทัพปา

เถื่อน และยึดถือเสมอว่าการใช้กำลังเป็นหนทางสุดท้าย หากเจรจาได้ก็ให้เจรจาก่อน ทางออกที่สมานฉันท์ทางทหาร คือ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

ส่วน นายโคทม อารียา ประธานที่ปรึกษาสภาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กล่าวว่า การสร้างความสมานฉันท์ไม่ใช่แค่หน้าที่ของรัฐบาล แต่ทุกคนต้องร่วมกัน แนวทางสร้างความสมานฉันท์ต้องอดทน และยึดมั่นที่จะทำได้ ต้องสร้างความร่วมมือในชุมชน พื้นที่ต่างๆ ให้เกิดขึ้นให้ได้

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (RESTORATIVE JUSTICE)

Written by Administrator

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (Restorative Justice)

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์คือ กระบวนการยุติธรรมที่มุ่งฟื้นฟูความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่สูญเสียไปเพราะอาชญากรรมหรือการกระทำความผิด โดยให้ผู้เสียหายได้บอกเล่าถึงความรู้สึก และความเสียหายที่ได้รับ ให้ผู้กระทำผิดได้แสดงความรับผิดชอบต่อการกระทำของตน โดยการชดใช้/เยียวยา ความเสียหายนั้นๆ ให้แก่ผู้เสียหายโดยตรง

ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ คือ กระบวนการยุติธรรมทางเลือกผู้ที่มีอำนาจที่จะเลือกใช้วิธีการนี้คือผู้เสียหายและผู้กระทำความผิด หลักการสำคัญคือ ต้องทำด้วยความสมัครใจของคู่กรณีเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 คนกลางจะทำการเตรียมความพร้อมของทั้งสองฝ่ายก่อนดำเนินการประชุมกลุ่ม โดย

- การให้คำปรึกษารายบุคคล (individual counseling)
- การแจ้งสิทธิและหน้าที่ของทุกฝ่าย
- เตรียมการในการประชุมกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการประชุมหรือเจรจาทะหว่างออกพร้อมกัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

- คนกลางกล่าวถึงวัตถุประสงค์ วิธีการ ขั้นตอน และกฎกติกาการยาทาในการประชุม
- กระบวนการสำนึกผิด ให้ผู้เสียหายได้บอกกล่าวให้ผู้กระทำความผิดได้รับรู้ถึงความรู้สึกนึกคิด ความสูญเสีย ความเจ็บปวด และผลกระทบที่ตนได้รับจากการกระทำผิด
- กระบวนการแก้ปัญหาร่วมกัน/แก้ไขความขัดแย้งร่วมกัน
- การทำข้อตกลงร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามผล เพื่อดูว่าทั้งสองฝ่ายปฏิบัติตามข้อตกลงที่ทำไว้หรือไม่

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์มีเป้าหมายเบื้องต้นคือ การเชิดชูและพิทักษ์สิทธิของผู้เสียหาย ให้ผู้เสียหายมีโอกาสและอำนาจในการอำนวยความสะดวกตามความต้องการที่แท้จริงของตน ได้รับการเยียวยาและชดใช้ความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านวัตถุ อารมณ์ จิตใจ และให้ผู้กระทำผิดสำนึกและแสดงความรับผิดชอบในการกระทำของตนต่อผู้เสียหายโดยตรง

เป้าหมายสูงสุดคือ การให้อภัยกัน (forgiveness) การให้อภัยเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนความสัมพันธ์ที่ถูกทำลายไป เพราะการทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเสียหาย เจ็บปวด การละเมิด หรือการใช้ความรุนแรงต่อกัน ให้กลับคืนดีกันมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
(<http://www.thailawtoday.com/laws-commentaries/1172--restorative-justice.html>)

สมานฉันท์สังคมไทย มุมมอง 2 รัฐมนตรีกระทรวงสังคม
สถาบันข่าวอิศรา สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
“การสานเสวนาเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ” จัดโดยสถาบันพระปกเกล้า กระทรวงยุติธรรม
กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และสำนักนายกรัฐมนตรี วันพุธที่ 22 พฤศจิกายน
2549 ณ สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์

“ความสมานฉันท์ในสังคมไทย”

นายไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
“ความสมานฉันท์คืออะไร?” ตามศัพท์คือความพอใจร่วมกัน
“ความสมานฉันท์ตั้งอยู่บนฐานอะไร?” หนึ่งฐานของความเป็นจริงและของความรู้สึกที่เป็น
จริง สอง ความเป็นธรรม สาม ความรัก เมตตากรุณา ความเป็นมิตร การมองคนอย่างเท่าเทียม มี
ศักดิ์ศรี มีค่า สี่ความสมานฉันท์ต้องตั้งอยู่บนความดี
“ความสมานฉันท์ควรอยู่ที่ไหน?” ความสมานฉันท์ต้องเกิดขึ้นในทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย
และต้องเกิดในทุกระบบ ไม่ใช่เกิดแต่ในส่วนกลางหรือในระดับประเทศเท่านั้น
“จะทำให้เกิดความสมานฉันท์ได้อย่างไร?” จำเป็นต้องมีกลไกและวิธีการที่เข้มข้นและ
กว้างขวางพอที่จะจัดการกับสถานการณ์และแก้ไขปัญหาความเป็นปฏิกษัยและความแตกแยกได้
จะอย่างไร? กลไกน่าจะเกิดขึ้นทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่น มีศูนย์สันติสมานฉันท์ระดับ
จังหวัด และมีคณะกรรมการมาจากหลายๆ ฝ่าย การดำเนินการเช่นนี้จะสร้างการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น

“บทบาทกระบวนการยุติธรรมในการสร้างความสมานฉันท์”

นายชาญชัย ลิขิตจิตถะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม
เพื่อที่จะพัฒนากระบวนการยุติธรรมให้นำมาซึ่งสันติสมานฉันท์ ผมมีข้อเสนอ ประการที่
หนึ่ง เราต้องพัฒนากระบวนการยุติธรรมกระแสหลักให้เป็นไปตามหลักนิติธรรม ข้อเสนอประการที่
สอง คือ จะต้องส่งเสริมกระบวนการยุติธรรมทางเลือก เพื่อมาเสริมกระบวนการยุติธรรมกระแสหลัก
ข้อเสนอที่สาม สำหรับปัญหาในสามจังหวัดชายแดนใต้ กระบวนการยุติธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้
เกิดความขัดแย้ง กระทรวงฯ กำลังดูว่าจะพัฒนากฎหมายให้เหมาะสมกับพื้นที่อย่างไร รวมทั้ง
พิจารณาว่าจะนำระบบอนุญาโตตุลาการมาใช้ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมบทบาทผู้นำท้องถิ่นให้มีส่วน
ร่วมในการจัดการความยุติธรรมด้วย
หลักสามนี้ นำจะนำไปพิจารณาว่าจะลงไปสู่การปฏิบัติอย่างไรให้เกิดผลจริง เพื่อให้เกิดความ
สมานฉันท์ได้ในที่สุด

สมานฉันท์กับสังคมไทย

โดย นิธิ เอียวศรีวงศ์

การเปิดเผยผลการสอบสวนทั้งกรณีหรือเซและตากใบ เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการสมานฉันท์ เพราะสมานฉันท์(ถ้าเป็นคำบาลีแบบไทย) ก็น่าจะแปลว่าร่วมใจรักกัน จะร่วมใจรักกันได้ก็ต้องยอมให้อภัยแก่ความผิดพลาดที่แล้วมาของอีกฝ่ายหนึ่ง การให้อภัยเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่เริ่มจากการเปิดเผยความผิดพลาดของทุกฝ่ายอย่างไม่อำพราง

ความสมานฉันท์ไม่ว่าในสังคมใด หรือระหว่างกลุ่มใดๆ ในโลกนี้ เกิดขึ้นได้ก็เพราะไม่มีความเหลื่อมล้ำหรือความไม่เท่าเทียม(disparity) อมรรตยะ เช่น กล่าวว่ามีโอกาสหรือสิทธิ (ซึ่งเขาเรียกว่า entitlement) พื้นฐานสื่ออย่างชีวิตของทุกคนต้องการ

คือ มีโอกาสได้รับอาหารเพียงพอแก่การดำรงชีพ ได้รับการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐาน ได้รับการศึกษาพออ่านออกเขียนได้และมีงานทำ, เข้าถึงสื่อและสามารถมีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะได้

ฉะนั้นความเหลื่อมล้ำที่เกิดแก่ประชาชนในภาคใต้จึงมากกว่าเรื่องเศรษฐกิจ ซึ่งมักถูกตีความอย่างผิวเผินเพียงแค่วัย-จน แต่รวมถึงสิ่งอื่นๆ ซึ่งมีความสำคัญสำหรับสิทธิพื้นฐานของความเป็นมนุษย์อย่างเช่นพูดถึงด้วย

ความเหลื่อมล้ำด้าน "อำนาจ" กีดขวางความสมานฉันท์เสียยิ่งกว่าความ "ยากจน" ...ดังนั้นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับการสมานฉันท์จึงเป็นพื้นที่ทางการเมือง นั่นก็คือเปิดให้การต่อสู้เพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำสามารถทำได้ในทางการเมือง เพราะไม่มีความเหลื่อมล้ำใดๆ ในโลกนี้ถูกขจัดได้จากการอุปถัมภ์หรือสงเคราะห์ของคนอื่น การขจัดความเหลื่อมล้ำเริ่มต้นจากการมีพลังอำนาจ (empowerment) ในทุกทาง

จะสร้าง “สมานฉันท์” จากความขัดแย้งทางการเมืองในปัจจุบันได้อย่างไร

คำว่า “สมานฉันท์” หมายความว่า “ความพอใจร่วมกัน” หรือ “ความเห็นพ้องกัน”

“สมานฉันท์” เป็นได้ทั้ง “ผลลัพธ์” และ “วิธีการ”

ถ้าเป็น “ผลลัพธ์” เราจะพูดว่า “ขอให้เกิดความสมานฉันท์ขึ้นในสังคมไทย” เป็นต้น

แต่ถ้าพูดว่า “ขอให้เรามาสมานฉันท์กันเถิด” เรากำหลังหมายถึงว่า ขอให้เรามา “ดำเนินการ” ในอันที่จะทำให้เกิดความสมานฉันท์ขึ้น

ตรงนี้แหละที่ยาก แต่ก็เป็นไปได้และควรพยายามทำให้ได้

สำคัญที่ต้องเข้าใจให้ถูก และทำให้ดี

จะเกิดความ “สมานฉันท์” จริงแท้ได้ต้องมีทั้ง “กระบวนการ” และการบรรลุ “ผลลัพธ์” ที่เห็นพ้องต้องกัน โดยเป็นความเห็นพ้องต้องกันของ “ฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด”

บทบาทของ “คนกลาง” ในการแก้ความขัดแย้ง

“คนกลาง” จะทำงานได้ผลก็ยังคงต้องเสนอแนะหรือจัดให้มี “กระบวนการ” ซึ่งเห็นชอบร่วมกันในขั้นตอนต่างๆ ทุกขั้นตอน เพื่อให้สามารถนำไปสู่ความ “สมานฉันท์” คือ “ความพอใจร่วมกัน” ในที่สุด

การจัด “กระบวนการ” ทั้งหลายก็เพื่อให้สามารถเจรจาหรือกันอย่างราบรื่นและสร้างสรรค์ นำสู่การเห็นพ้องต้องกันใน “สาระ” ที่สำคัญตามลำดับจนในที่สุดเป็น “ความเห็นพ้องกัน” ในเรื่องทั้งหมด ทำให้สลายความขัดแย้งที่เป็นปัญหา กลายเป็น “ความพอใจร่วมกัน” หรือความ “สมานฉันท์” นั่นเอง

(หมายเหตุ บทความนี้เขียนขึ้นเมื่อ 24 ก.ค. 49 คือ 1 วัน ก่อนศาลอาญาพิพากษาจำคุก “3 กกต.” นาลงใน Webblog : paiboon.gotoknow.org วันที่ 28 ก.ค. 49 และลงเป็นบทความใน นสพ.มติชนรายวัน ฉบับ 7 ส.ค. 49 หน้า 7)

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์

The Little Book of Restorative Justice of Howard Rehr

Good Books, Intercourse, PA 17534 (2002)

ทุกวันนี้ในหลาย ๆ แห่งได้มองว่า กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ เป็นกระบวนการแห่งความหวังและเป็นทิศทางสู่อาคต

หลักของกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ไม่ได้เน้นว่าผู้เสียหายจะต้องถูกกดดันจากบุคคลหรือสถานการณ์ว่าจะต้องให้อภัยหรือปรองดองกับผู้กระทำผิด (แต่เน้นเรื่องของการเยียวยาและทำให้ทุกฝ่ายได้รับการฟื้นฟูให้กลับคืนสู่สภาพปกติสุขได้ดีที่สุด)

ความต้องการของผู้เสียหายจะต้องได้รับการพูดถึง ผู้กระทำผิดต้องได้รับการส่งเสริมให้แสดงความรับผิดชอบ คนที่ได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้กระทำผิดจะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการ

สิ่งที่ผู้เสียหายต้องการ

1. ข้อมูลข่าวสาร
2. การเล่าความจริง
3. การทำให้กลับสู่สภาพเดิมหรือการยืนยันว่าผู้เสียหายไม่มีส่วนผิด

ส่งเสริมให้ผู้กระทำผิดเข้าใจถึงผลกระทบจากการกระทำของตน – ผลร้ายจากสิ่งที่ตนได้กระทำลงไป – และกระตุ้นให้เขาลงมือแก้ไขผลร้ายนั้นให้กลับคืนดีให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

กล่าวโดยย่อคือ กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ พุ่งเป้าความสนใจไปที่ความต้องการของผู้เสียหาย ความต้องการของชุมชน และความต้องการของผู้ต้องหา

เสาหลัก 3 ประการของกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์

1. ความเสียหายและความต้องการ
2. หน้าที่แก้ไขความรับผิดชอบ
3. การเข้ามาร่วม การมีส่วนร่วม

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ มีความมุ่งหมายที่จะแก้ไขให้สิ่งที่เสียหายกลับคืนดี โดย

1. พิจารณาแก้ไขความเสียหาย
2. พิจารณาถึงสาเหตุของการกระทำผิด
3. มีทัศนคติว่าผู้กระทำผิดเป็นเหยื่อของสภาพแวดล้อม

หลักเกณฑ์สำคัญ 5 ประการของกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์

1. เน้นที่ความเสียหายและความต้องการของผู้เสียหายอันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความเสียหายที่เกิดจากความเสียหายนั้น รวมทั้งความต้องการของชุมชนและความต้องการของผู้กระทำผิด

2. จัดการกำหนดภาระหน้าที่ในการแก้ไขซึ่งเป็นผลมาจากการทำให้เกิดความเสียหายนั้น
3. ใช้กระบวนการเปิดให้เข้ามามีส่วนร่วม ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมมีอยู่ในกระบวนการนั้น
4. ให้ทุกฝ่ายที่มีส่วนได้เสียในสถานการณ์นั้นเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง
5. พยายามหาทางทำสิ่งที่เสียหายไปให้กลับคืนดังเดิม

หลักการสำคัญของกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ คือจะต้องให้ความเคารพ (respect) กับทุกฝ่ายไม่ว่าเขาจะเป็นใครในกระบวนการนั้น

ค่านิยมของกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ?

คือกระบวนการที่จะดึงผู้ที่มีส่วนได้เสียในการกระทำความผิดใดความผิดหนึ่งให้เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อร่วมกันระบุชี้และจัดการกับความเสียหาย ความต้องการ และภาระหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเยียวยาฟื้นฟู และทำให้ความเสียหายกลับคืนดีให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

เป้าหมายของ กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์

1. มอบการตัดสินใจหลักให้เป็นของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากอาชญากรรมมากที่สุด
2. ทำกระบวนการยุติธรรมให้เป็นกระบวนการเยียวยามากขึ้น
3. ลดความเป็นไปได้ในการเกิดการกระทำความผิดในอนาคต

ความยุติธรรมจะไม่เกิดขึ้นถ้าเรามุ่งเน้นความสนใจของเราไปอยู่ที่เพียงคำถามที่เป็นตัวขับเคลื่อนกระบวนการยุติธรรมในรูปแบบที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ได้แก่คำถามที่ว่า กฎหมายใดที่ถูกล่วงละเมิด ใครเป็นคนทำหรือเป็นผู้ที่ล่วงละเมิดกฎหมายนั้น และการลงโทษชนิดใดจึงจะสมกับความผิดในการล่วงละเมิดกฎหมายนั้น

คำถามที่ควรจะต้องถามคือ ใครได้รับความเสียหายหรือได้รับบาดเจ็บ ผู้ที่ได้รับความเสียหายหรือบาดเจ็บนั้น ต้องการอะไรเพื่อแก้ไขความเสียหายนั้น เป็นภาระหน้าที่และความรับผิดชอบใครในการแก้ไขความเสียหายนั้น ใครเป็นผู้มีส่วนได้เสียบ้างในสถานการณ์นั้น มีกระบวนการอะไรบ้างที่สามารถเอาผู้มีส่วนได้เสียให้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อร่วมกันหาหนทางแก้ไข

แนวทางสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ สร้างสรรค์ชาติ

วันที่ 27 ก.ย. 2554

สขร.สปช.๕

ปรองดอง สมานฉันท์ สร้างสรรค์ชาติ

แนวทางสมานฉันท์ คือแนวทางของความปรองดองเห็นพ้องร่วมกัน นั่นคือ การรับฟังปัญหาเพื่อเข้าถึง รับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วน เพื่อแก้ไขให้หมดสิ้นในระยะยาว โดยไม่มุ่งเน้นการใช้ความรุนแรง แต่มุ่งสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจว่ารัฐจะอำนวยความยุติธรรม และความเท่าเทียมให้กับประชาชนได้ แนวทางการสร้างความสมานฉันท์ในสังคมไทย จะต้องยึดหลักการสำคัญคือ

1. การเปิดเผยความจริง (Truth)
2. ความยุติธรรม(Justice)

3. ความพร้อมรับผิดชอบ (Accountability)
4. การให้อภัย
5. การเคารพความหลากหลายทางศาสนา วัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับชนชั้นธรรมในฐานะคุณค่าทางการเมือง
6. การเปิดเผยพื้นที่ให้ความทรงจำที่เจ็บปวด ด้วยการเปิดพื้นที่ให้ข้อมูลเหล่านั้น เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
7. มุ่งแก้ปัญหาในอนาคตด้วยจินตนาการที่มีความเป็นไปได้และเห็นพ้องร่วมกัน
8. การยอมรับความเสี่ยงเป็นเงื่อนไขสายสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์บนฐานแห่งความไว้วางใจ

ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ในท้องถิ่นไทย

ดร.อังคณา บุญสิทธิ์

สำนักพัฒนาการคุมประพฤติ กรมคุมประพฤติ กระทรวงยุติธรรม

anna@probation.go.th

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (restorative justice practice) ตั้งอยู่บนหลักการต่อไปนี้

1. ความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทรที่มนุษย์พึงมีต่อกัน
2. การยอมรับอย่างให้เกียรติ (respect) ของความแตกต่างหลากหลาย
3. หลักประชาธิปไตย

การที่ชุมชนชนบททั้งในชุมชนที่เป็นสังคมเครือญาติ ชุมชนที่เกิดจากการอพยพของคนหลายกลุ่มมาอยู่ร่วมกัน ชุมชนที่อยู่ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม และชุมชนวัฒนธรรมเดียว มีการป้องกันและแก้ไขปัญหาโดยใช้หลักความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ในรูปแบบที่เรียกว่า “กระบวนการยุติธรรมชุมชน” ก็เพราะมีการรวมตัวกันได้ดี มีการร่วมกันคิดร่วมกันทำในเรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่างๆของชุมชน มีการร่วมกันสร้างกติกาชุมชน โดยใช้หลักประชาธิปไตย ความเสมอภาค การทำงานร่วมกัน และการอยู่ร่วมกันอย่างบูรณาการ

อะไรที่ทำให้ชุมชนมีการรวมตัวกันได้ดี ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้ทุนทางสังคมไทยในแนวคิดระบบอุปถัมภ์ใน 2 ระดับคือ

- (1) ความสัมพันธ์ระดับครอบครัวหรือความสัมพันธ์ระหว่างเครือญาติ ที่ตั้งอยู่บนแนวคิดเรื่องกตัญญูทดแทนหรือบุญคุณ
- (2) ความสัมพันธ์ระดับชุมชนและสังคม เป็นความสัมพันธ์ของการพึ่งพาอาศัยกัน

การรวมตัวกันของชาวบ้านเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ

- (1) ความสัมพันธ์ระดับเครือญาติ ที่แสดงออกทั้งคำพูดและการกระทำในรูปของวัฒนธรรมหรือการทำกิจกรรมร่วมกัน
- (2) การเห็นความจำเป็นและประโยชน์ร่วมกันในการจัดการกับปัญหาหรือป้องกันปัญหาเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชนมี 2 ลักษณะคือ ความขัดแย้งระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายในชุมชน และความขัดแย้งระหว่างชาวบ้านกับรัฐ

1. การจัดการกับความขัดแย้งระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายในชุมชนนั้น พบว่า การระงับข้อพิพาทด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่น มักทำโดยผู้มีอำนาจหรือผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ย

2. การจัดการกับความขัดแย้งระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่รัฐ แนวคิดในการจัดการที่ดินเพื่อให้ชาวบ้านและรัฐอยู่ร่วมกันอย่างบูรณาการในวิถีทางความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ที่เกิดขึ้นที่ปางมะผ้า คือการที่เจ้าหน้าที่รัฐหาทางแก้ปัญหา โดยเริ่มต้นที่ความรักความเอื้ออาทรต่อเพื่อนมนุษย์ เรียนรู้ ทำความเข้าใจ และยอมรับอย่างยกย่องให้เกียรติในวัฒนธรรมชน ตระหนักรู้และเข้าใจถึงความจำเป็นในการดำรงชีพในบริบททางสังคมนั้นๆ การเริ่มต้นเช่นนี้นำไปสู่วิธีคิดและทำในการแก้ปัญหาอย่างสันติ มีการทำข้อตกลง ทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตร่วมกัน ทั้งสองฝ่ายสามารถบรรลุเป้าหมายการทำงานของตนได้ ชาวบ้านก็มีที่ทำกิน เจ้าหน้าที่รัฐก็สามารถพิทักษ์ความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่าได้

การใช้ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์อย่างเป็นรูปธรรมทั้งในรูป กระบวนการ รูปแบบและโปรแกรมต่างๆ ต้องกระทำอย่างระมัดระวัง ภายใต้กระบวนการที่ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ที่เชื่อในเรื่องความเท่าเทียมกัน การยอมรับอย่างให้เกียรติ (respect) ในความแตกต่างหลากหลาย ใช้หลักประชาธิปไตย หลักความเสมอภาค หลักการทำงานร่วมกัน และหลักการอยู่ร่วมกันอย่างบูรณาการ

การให้คำปรึกษา: กระบวนการที่ถักทอในกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ 1

ดร.อังคณา บุญสิทธิ์²

รศ.ดร.สุวัจฉรา เปี่ยมญาติ³

บทคัดย่อ:

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ซึ่งให้ความสำคัญที่ความรักเพื่อนมนุษย์ ความไว้วางใจ และการให้อภัย การพบปะกันของผู้กระทำผิดและผู้เสียหาย (a victim-offender meeting-VOM) เป็นกระบวนการสำคัญในการฟื้นฟูความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย กระบวนการนี้ขึ้นกับความสมัครใจ เป็นสำคัญ คนกลางหรือ mediator จำเป็นต้องใช้ทักษะการให้คำปรึกษา (counseling) เพื่อช่วยให้ผู้กระทำผิดและผู้เสียหายเข้าใจตัวตนของเขาและต้องการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสร้างสรรค์และเต็มใจ

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ : กระบวนการยุติธรรมทางเลือกเพื่อความปรองดอง

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ให้ความสำคัญกับการพิทักษ์สิทธิของผู้เสียหายและให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ความยุติธรรมที่สมบูรณ์แบบต้องมีการฟื้นฟูความสัมพันธ์และการคืนดีกัน (Marshall, 2001) จากมุมมองของความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ การสร้างความสงบสุข (peacemaking) ได้สร้างความยุติธรรมที่นำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมและปัจเจกบุคคล (Noll, 2003)

การสร้างความสงบสุขและความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์เป็นการฟื้นฟูความสัมพันธ์ของผู้กระทำผิดและผู้เสียหายให้อยู่ในชุมชนได้อย่างบูรณาการ (Braswell et al, 2001)

กระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์เป็นกระบวนการในการแก้ไขปัญหาที่ให้ผู้กระทำผิด ผู้เสียหาย และ/หรือ ชุมชนมาหาทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการกระทำผิดร่วมกัน และให้ความสำคัญกับการพิทักษ์สิทธิและตอบสนองความต้องการของผู้เสียหายที่จะได้รับการเยียวยาหรือทดแทนความ

เสียหาย ผู้กระทำผิดได้แสดงความรับผิดชอบในการกระทำของตน ตลอดจนการสร้างชุมชนที่ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลผู้เสียหายและช่วยในการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดอีกด้วย (Marshall, 1999)

ประโยชน์ที่สังคมได้รับจากการพบปะกันของผู้กระทำผิดและผู้เสียหาย ได้แก่

- 1) ได้รับรู้และเข้าใจความต้องการของผู้เสียหายมากขึ้น
- 2) ผู้กระทำผิดและผู้เสียหายได้รู้จักซึ่งกันและกันในฐานะที่เป็นมนุษย์คนหนึ่ง
- 3) ผู้กระทำผิดรู้สึกเสียใจในการกระทำมากกว่าการใช้กระบวนการยุติธรรมอาญาที่มุ่งที่การลงโทษเป็นสำคัญ

ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการกระตุ้นให้สังคมสามารถยอมรับผู้กระทำผิดในฐานะที่เป็นเพื่อนมนุษย์คนหนึ่ง

การให้คำปรึกษา: กระบวนการที่ถักทอในกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์

ขั้นตอนที่ 1 การตัดสินใจที่จะเข้าร่วมกระบวนการด้วยความสมัครใจ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความสำนึกถึงความผิด

ขั้นตอนที่ 3 การหาทางแก้ไข, ฟื้นฟู, เยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นเท่าที่เป็นไปได้ และเป็น การหาทางแก้ปัญหาพร้อมกันอย่างเสมอภาค

ขั้นตอนที่ 4 การแสดงเจตจำนงว่าเหตุการณ์เช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นอีก

การให้คำปรึกษา (counseling) เป็นบทบาทสำคัญในกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ที่ ผังอยู่ในทุกขั้นตอน

หลังเหตุการณ์สลายการชุมนุม กระบวนการปฏิรูป และกระบวนการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ เป็นสิ่งที่รัฐบาลพยายามผลักดันมากที่สุด แต่เนื่องจากรัฐบาลอยู่ในฐานะคู่ขัดแย้ง และมี ส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง กลไกที่รัฐบาลแต่งตั้งขึ้นจึงไม่ได้รับการยอมรับเท่าที่ควร

จตุพร พรหมพันธุ์ และ สมบัติ บุญงามอนงค์ แกนนำคนเสื้อแดง ประกาศจุดยืนชัดเจน ว่า การปรองดองจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้ารัฐบาลไม่ได้แสดงความรับผิดชอบต่อการบาดเจ็บ และเสียชีวิต ในเหตุการณ์ 10 เมษา และ 19 พฤษภาคม

เห็นได้ชัดว่าหัวใจของการสร้างความปรองดอง คือ การอำนวยการยุติธรรมให้กับผู้เสียชีวิต และบาดเจ็บ

แนวทางของการสมานฉันท์

แนวทางของการสมานฉันท์นั้น ถ้าใช้วิถีทางของสันติวิธีย่อมแก้ไขความขัดแย้งได้ในทุกๆ ทาง อย่างได้ผล อนึ่งพึงตราไว้ว่าความขัดแย้งในโลกนี้ย่อมแก้ไขได้โดย ๓ วิธีการ คือ

๑. ทำสันติภาพให้เกิดขึ้น หมายความว่า สกัดกันไม่ให้ผู้คนโจมตีกันและกัน แม้เกิดการรบราฆ่าฟันกันขึ้นแล้วก็หาทางให้ยุติเสียได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้ความรุนแรง

๒. ก่อสร้างสันติภาพขึ้น หมายถึงแผนการระยะยาวที่ก่อสร้างให้เกิดชุมชนและสมาคมที่รักความสงบ โดยมีหลักการที่จะอยู่ร่วมกัน ให้อภัยซึ่งกันและกัน

๓. รักษาสันติภาพเอาไว้ หมายความว่า ยุติความขัดแย้ง ความรุนแรง

ท่านนัทธันท์ ซึ่งเป็นพระเวียดนามและเป็นผู้ที่คิดคำขึ้นใหม่ในเรื่อง พุทธศาสนากับสังคัม (Engaged Buddhism) ท่านกล่าวว่า “ การที่จะป้องกันไม่ให้เกิดสงครามหรือไม่เกิดความรุนแรงในอนาคต เราต้องเริ่มแต่เดี๋ยวนี้ เมื่อเกิดความขัดแย้งอย่างรุนแรงขึ้นแล้วการจะแก้ไข เยียวยาอย่างใดก็อาจจะล่าช้าไปเสียแล้ว ถ้าเราและลูก ๆ ของเราเริ่มปฏิบัติอหิงสธรรมในชีวิตประจำวันก็เท่ากับเราเริ่มปลูกพืชพรรณทางสันติและทางสมานฉันท์ในจิตใจของเรา นั้นจะช่วยให้เราสามารถสถาปนาสันติที่แท้ขึ้นมาได้ และโดยวิธีนี้แหละ ที่เราสามารถจะป้องกันความขัดแย้งรุนแรง แม้กระทั่งการสงครามในอนาคตขึ้นได้”

ทะเล ลามะ แห่งธิเบต ก็รับสั่งว่า “ สันติภาพในโลกจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง ก็เมื่อเราแต่ละคนสร้างสันติภาวะขึ้นได้ภายในใจของเราเองก่อน แม้ี่จะเป็นเรื่องที่ยากเย็นประการใดก็ตาม แต่ก็ เป็นหนทางเดียวที่สันติภาวะจะเกิดขึ้นได้ในโลก”

การสร้างสรรคัวัฒนธรรมแห่งสันติ เราต้องเริ่มด้วยการสร้างสรรค์สังคัมให้ยุติธรรม และให้สิทธิในทางเท่าเทียมกันแก่ประชาชนทุกหมู่เหล่า

การสร้างสันติภาพย่อมเป็นกระบวนการที่จะก่อให้เกิดข้อตกลงระหว่างสองฝ่ายที่ขัดแย้งกัน ประเด็นสำคัญก็คือ การใช้วิธีสังสรรค์สนทนาซึ่งกันและกัน และที่สำคัญยิ่งกว่านั้นก็คือ การเปิดใจกว้างรับฟังอีกฝ่ายหนึ่ง

การสมานฉันท์เป็นกุญแจอันสำคัญในการสร้างสรรค์สันติภาพ และผู้ที่สามารถสร้างสรรค์สันติภาพได้ ย่อมสามารถก่อให้เกิดขึ้นได้ซึ่งวัฒนธรรมแห่งความสัตย์ แห่งการให้อภัย และความร่วมมือซึ่งกันและกันนั้นแล

ในเวทีสังคัมสนทนาเรื่อง “การเมืองสมานฉันท์” ที่วิทยาลัยการจัดการทางสังคัมจัดร่วมกับสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน และหน่วยงานภาคีอีกหลายองค์กร เมื่อวันที่ 23 มีนาคม ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศ.นพ.ประเวศ วะสี ราชภานุอาวุโสและนักคิดคนสำคัญของสังคัมไทย ได้ปาฐกถาในประเด็นสำคัญ ซึ่งสรุปได้ 3 ประการ คือ

1. ความสมานฉันท์ต้องเกิดจากความถูกต้อง จึงจะทำให้สังคัมดำเนินไปอย่างสันติสุข
2. ประชาธิปไตยไม่ได้มาจากการเลือกตั้งเท่านั้น หากแต่มีพื้นฐานมาจากความถูกต้อง ความมีศีลธรรม และการเคารพศักดิ์ศรีของทุกคนอย่างเท่าเทียม
3. ข้อค้นพบสำคัญคือ ประเทศไทยขาดงานวิชาการที่จะสนับสนุนให้ “ชุมชนท้องถิ่นเข้มแข็ง” ซึ่งเป็นหัวใจและรากฐานของประชาธิปไตย

นอกจากสาระสำคัญจากการปาฐกถาแล้ว ยังมีการนำเสนอกรณีตัวอย่างชุมชนท้องถิ่นที่สามารถสร้างการเมืองสมานฉันท์ใน 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 การเลือกตั้งนายก อบต. โดยผู้สมัครจะผ่านกระบวนการคัดสรรของชุมชน ก่อนที่จะเข้าสู่การเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ ทำให้การเลือกตั้งเป็นไปอย่างสันติ ไม่เกิดความแตกแยกในชุมชน ชุมชนที่มีการเมืองสมานฉันท์แบบนี้คือ ต.ควรรู อ.รัตภูมิ จ.สงขลา

รูปแบบที่ 2 การเลือกตั้งนายก อบต. แบบสมานฉันท์ โดยผู้สมัครมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติและเป็นเพื่อนกัน ทำให้บรรยากาศการหาเสียงและกระบวนการเลือกตั้งเป็นไปแบบสมานฉันท์

ตัวอย่างของชุมชนนี้ คือ ตำบลเสียว กิ่ง อ.โพธิ์ศรีสุวรรณ จ.ศรีสะเกษ และ ต.น้ำเกียน กิ่ง อ.ภูเวียง จ.น่าน

รูปแบบที่ 3 ประสบการณ์ของผู้ใหญ่บ้านหนองกลางตง ต.ศิลาตอย กิ่ง อ.สามร้อยยอด จ.ประจวบคีรีขันธ์ ที่มีการสร้างความสมานฉันท์ในชุมชนโดยใช้เวทีประชุมหมู่บ้านทุกเดือนเป็นเวทีระดมสมองแก้ปัญหาของชุมชน จนพัฒนาไปสู่ “สภาผู้นำ” ของชุมชน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญให้คนเกิดสำนึกรักท้องถิ่น และมาร่วมมือกันพัฒนาชุมชนจนถึงปัจจุบัน

ข้อสรุปสำคัญที่สะท้อนจากเวทีนี้คือ

1. เป็นการประกาศให้สังคมรับรู้ “การเมืองสมานฉันท์” สามารถเกิดขึ้นได้ มีอยู่จริง และมีมานานแล้ว
2. ธรรมเนียมปฏิบัติของพุทธศาสนา และธรรมเนียมปฏิบัติของชุมชนท้องถิ่น เป็นที่ยืนยันถึงการมีอยู่และการคงอยู่ของหลักการประชาธิปไตย
3. ผู้นำตามธรรมชาติเป็นผู้ที่ผ่านกระบวนการพิสูจน์ตัวเองอย่างละเอียดอ่อน มาจากการปฏิบัติจริง ไม่ได้มาจากการเลือกตั้ง
4. การสร้างสังคมให้มีความเข้มแข็ง ต้องมาจากฐานรากที่แข็งแรงก่อน
5. ควรช่วยกันเผยแพร่และขยายประสบการณ์ดีๆ ของชุมชนเข้มแข็งให้เป็นที่รับรู้ต่อสังคม เพื่อให้เป็นพลังในการสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เต็มแผ่นดิน

ความดีที่แตกต่าง...จุดเริ่มต้นการสมานฉันท์ในสังคม

การที่แนวคิดสมัยใหม่พยายามสร้างค่านิยมว่า ทุกศาสนาสอนให้เป็นคนดี โดยเพิกเฉยต่อการอธิบายต่อคำว่า “ดี” นั้นมีมุมมองที่แตกต่างกัน อาจคิดว่าสามารถทำให้คนไม่ทะเลาะกันในเรื่องศาสนาได้ แต่มันไม่ได้ส่งผลอย่างที่คิดนี้ต่อศาสนิกที่ปฏิบัติตามศาสนาต่างๆ ได้เสมอไป เพราะแนวคิดนี้มีข้อบกพร่องอย่างน้อยสองประการ

ประการแรก ศาสนิกมักคิดว่าศาสนาที่ตัวเองอยู่ยอมดีกว่าศาสนาอื่นเสมอ

ประการที่สอง คำว่า “ทุกศาสนาสอนให้เป็นคนดี” มักจะนำไปสู่การละเมิดระหว่างศาสนาต่างๆ

การอยู่ร่วมกันแบบสมานฉันท์จึงต้องเริ่มจากแนวคิด “ทุกศาสนาสอนความดีที่ต่างกัน” และจะนำไปสู่การเรียนรู้ “ความต่างกัน” เพื่อให้คนแต่ละความเชื่อรู้จักขอบเขตในการปฏิบัติระหว่างกันได้เหมาะสม

ประเด็น การสมานฉันท์ในสังคมจึงไม่ใช่การหลอมละลายความดีทั้งหมดให้เป็นแบบเดียว แต่เป็นการยอมรับให้มีความต่างกันของความดี

การสมานฉันท์และสันติวิธี

แนวความคิดของการสร้างความสมานฉันท์และสันติวิธี

1. บริหารจัดการคดีอย่างเป็นระบบตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงที่สุดกระบวนการ
2. คู่ความทุกฝ่ายต้องยินยอมเข้าสู่กระบวนการสมานฉันท์

3. แนวทางการสร้างความสมานฉันท์แตกต่างจากกระบวนการพิจารณาของศาลตามปกติ เนื่องจากกระบวนการพิจารณาคดีเป็นการค้นหาข้อเท็จจริงว่าผู้ใดถูก ผู้ใดผิด หรือเป็นการค้นหาความเสียหายที่แท้จริง แต่กระบวนการสร้างความสมานฉันท์เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ตามกฎหมาย

กระบวนการสร้างความสมานฉันท์และสันติวิธี

1. แยกคน คือมีการแยกผู้พิพากษาเพื่อทำหน้าที่สมานฉันท์ออกจากผู้พิพากษาที่พิจารณาคดีดังกล่าว ซึ่งจะทำให้คู่ความมั่นใจว่าผู้พิพากษาที่พิจารณาคดีไม่รู้ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่จำเลยพูดคุยกับผู้พิพากษาในห้องสมานฉันท์ฯ

2. แยกสำนวน คือจัดให้มีการแยกสำนวนสมานฉันท์ออกจากสำนวนเดิม ข้อเท็จจริงที่เกิดจากกระบวนการสมานฉันท์ถือเป็นความลับไม่สามารถใช้อ้างอิงเป็นพยานในการพิจารณาคดีได้

3. แยกห้อง คือจัดให้มีห้องสมานฉันท์แยกต่างหากจากห้องพิจารณาคดี

คดีอาญาความผิดต่อแผ่นดินทุกประเภทสามารถเข้าสู่ศูนย์สมานฉันท์และสันติวิธีได้

ประโยชน์ของกระบวนการสร้างความสมานฉันท์และสันติวิธี

1. เข้าใจ ทำให้คู่ความและประชาชนเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ตามกฎหมาย กระบวนการระงับข้อพิพาทในศาลและขั้นตอนการดำเนินคดีของศาลตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ผลดีผลเสีย ในการดำเนินคดีในศาล

2. เข้าถึง ทำให้คู่ความและประชาชนสามารถเข้าถึงความยุติธรรมมากขึ้น

3. พัฒนา ศาลก็สามารถพิจารณาคดีได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและเป็นธรรม

4. สะดวก วิธีการและขั้นตอนไม่ยุ่งยากและซับซ้อนตลอดจนมีความเป็นกันเอง

5. รวดเร็ว ใช้ระยะเวลาดำเนินการไม่นานก็สามารถให้คู่ความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

6. ประหยัด ไม่เสียค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายใดๆ

7. เป็นธรรม คู่ความเป็นผู้เสนอ ยอมรับและตัดสินใจว่าจะดำเนินคดีของตนอย่างไรต่อไป

8. ลดปริมาณคดีในศาล

“E-co Business” ..เขียว ช่วยโลก ธุรกิจรอด !!

“ธุรกิจสีเขียว ไม่ใช่แค่ทางเลือก แต่เราสามารถลดต้นทุนได้ มีผลกำไรเพิ่มขึ้น แข่งขันได้ในตลาด...นี่จึงไม่ใช่แค่ทางเลือก แต่เป็นทางรอดของธุรกิจในอนาคต”

หนึ่งในคำยืนยันจาก “เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร” กรรมการผู้จัดการ บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ผู้ร่วมวงเสวนา “จับตามองธุรกิจสีเขียว E-co Business : Trend and Future”

ความเป็นกรีนของ อำพลฟู้ดส์ ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงในโรงงานเท่านั้น หากพวกเขาใส่ใจกระทั่งวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า เพื่อเป้าหมาย คืนสิ่งดีสู่ผู้บริโภค “ตั้งแต่ปีที่เรารเริ่มทำเรื่องพวกนี้ จนถึงปัจจุบัน จะเห็นว่าค่าแรง ค่าใช้จ่ายต่างๆ เพิ่มขึ้นทุกปี แต่เราไม่เคยปรับราคาสินค้าเลย ทว่ายังคงได้กำไรเพิ่มขึ้น และเพิ่มขึ้นอย่างมาก นับเป็นการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยที่เราไม่ได้เอายอดขายเป็นตัวตั้ง แต่เอาเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นตัวตั้ง”

ในมุมมองของเขา การจะทำให้ธุรกิจรีนเกิดได้ในประเทศไทย แรงขับเคลื่อนสำคัญคือ “ผู้บริโภค” ที่ตระหนักในคุณค่าของสินค้าสีเขียว เมื่อความต้องการมีมากขึ้น ผู้ประกอบการหันมาสู่วิถีสีเขียวมากขึ้น วันหนึ่งราคาสินค้าที่เคยสูงก็จะลดลงมาเป็นราคาปกติได้

แต่กับ “ทรงกลด บางยี่ขัน” บรรณาธิการนิตยสาร a Day ในฐานะคนทำสื่อหัวใจสีเขียว และผู้บริโภคคนหนึ่ง เขายังเชื่อว่า สินค้ารีนราคาแพงได้ ถ้าเพียงผู้คนเห็นประโยชน์เท่านั้น

ในมุมมองของ “ดร.สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์” เลขาธิการมูลนิธิสีเขียว ยังเชื่อว่า E-co Business คือคำตอบที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ “สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต้องผลักดันนโยบายระดับชาติให้เกื้อหนุน ผู้ประกอบการสีเขียว และเมื่อพบว่าธุรกิจสีเขียว ให้ผลกำไรที่ดีกว่า อาจสร้างแรงจูงใจในการเข้ามาสู่วิถีนี้มากขึ้น ”

นั่นคือความหวังของพวกเขา กลุ่มคนที่เชื่อว่าสิ่งที่ดีไปกว่าความมั่งคั่งของกิจการ คือ การอยู่ร่วมกับโลกใบนี้อย่างมีความสุข ด้วยการทำธุรกิจที่ไม่ทำลายโลกและสิ่งแวดล้อม (จิราวัฒน์ คงแก้ว)

Green Business By K-Tips จากรายการ SME ตีแตก

พาโนราม่า ซอยอึ้ง [เทป 47 28-01-54]

ทองดี ศรีกุลศศิธร : “พาโนราม่า ซอยอึ้งค์ คือบริษัทผู้ผลิตหมักพิมพ์จากวัตถุดิบจากธรรมชาติ สำหรับอุตสาหกรรมหมักพิมพ์ ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ 100% จึงให้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม อยากให้ช่วยหันกลับมาใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ เพื่อความปลอดภัยในสุขภาพของทุกๆ คน และยังช่วยในการลดสภาวะโลกร้อน”

ผลิตภัณฑ์พรรณชาติ [เทป 45 14-01-54]

นัตยา เครือฉายา : “พรรณชาติ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติทั้งหมด แบ่งเป็น 2 หมวดด้วยกัน ก็คือน้ำยาแช่ผักผลไม้ แล้วก็เครื่องสำอางค์ชีวภาพ จุดเด่นของพรรณชาติ เนื่องจากเป็นสารธรรมชาติ ทั้งหมด ฉะนั้นย่อมปลอดภัยมากกว่าสารเคมี ก็อยากให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสารธรรมชาติ เพราะนอกจากจะดีกับคุณแล้ว ยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย”

Green Business By K-Tips จากรายการ SME ตีแตก

พาโนราม่า ซอยอึ้ง [เทป 47 28-01-54]

ทองดี ศรีกุลศศิธร : “พาโนราม่า ซอยอึ้งค์ คือบริษัทผู้ผลิตหมักพิมพ์จากวัตถุดิบจากธรรมชาติ สำหรับอุตสาหกรรมหมักพิมพ์ ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ 100% จึงให้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม อยากให้ช่วยหันกลับมาใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ เพื่อความปลอดภัยในสุขภาพของทุกๆ คน และยังช่วยในการลดสภาวะโลกร้อน”

ผลิตภัณฑ์พรรณชาติ [เทป 45 14-01-54]

นัตยา เครือฉายา : “พรรณชาติ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติทั้งหมด แบ่งเป็น 2 หมวดด้วยกัน ก็คือน้ำยาแช่ผักผลไม้ แล้วก็เครื่องสำอางค์ชีวภาพ จุดเด่นของพรรณชาติ เนื่องจากเป็นสารธรรมชาติ ทั้งหมด ฉะนั้นย่อมปลอดภัยมากกว่าสารเคมี ก็อยากให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสารธรรมชาติ เพราะนอกจากจะดีกับคุณแล้ว ยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย”

บรรจุกัญทีไบโอซานอ้อย [เทป 44 7-01-54]

นพ.วีรฉัตร กิตติรัตนไพบูลย์ : “จุดเด่นของบรรจุกัญทีไบโอซานอ้อยนะครับ ข้อที่หนึ่งไม่มีสารก่อมะเร็ง ข้อที่สองย่อยสลายได้ภายใน 45 วัน ข้อที่สามคือใส่น้ำร้อนได้ เข้าไมโครเวฟได้ และข้อที่สี่สามารถย่อยสลาย เป็นปุ๋ยเอาไปใช้กับต้นไม้ได้ ก็อยากฝากถึงท่านผู้ชมทุกท่าน ให้หันมาใช้บรรจุกัญทีจากซานอ้อย ซึ่งนอกจากดีต่อสุขภาพ ทำให้เราไม่เป็นมะเร็งแล้วนะครับ ยังช่วยกันลดโลกร้อนด้วยครับ”

Green Thai Product [เทป 43 24-12-53]

พจน์ เขียวชะอุ่ม : “Green Thai Product เราคือผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำวัสดุเหลือใช้นำมาออกแบบเพื่อคืนชีวิตให้ขยะในรูปแบบต่างๆ จุดเด่นของ Green Thai Product คือเรามีสินค้าให้เลือกหลากหลายขนาดนะครับ และสามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยเรานำวัสดุเหลือใช้มาออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าให้กับขยะครับ ก็อยากฝากไว้ว่าในช่วงเทศกาลสำคัญที่ใกล้จะมาถึงนะครับ อยากเชิญชวนคนรุ่นใหม่และผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เลือกของขวัญที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มอบให้คนสำคัญ เพื่อมีส่วนร่วมลดปริมาณขยะและภาวะโลกร้อนครับ”

เกสต์เฮ้าส์ บ้านน้อยนอนม่วน [เทป 39 19-11-53]

ฐาปนา อภิสริยะกุล : “สำหรับจุดเด่นของบ้านน้อยนอนม่วนเนี่ย คือการใช้วัสดุที่นำมาประยุกต์กลับมาใช้ใหม่ พวกรีไซเคิล ยกตัวอย่าง สุ่มไก่ ที่เราใช้เอาไก่ใส่ไปนึ่งไปนี่เราก็มาประยุกต์เป็นโคมไฟ หรือว่าถาดลายดอกก็นำมาใช้เป็นกระจกส่องห้องน้ำ อยากให้ทุกคนได้ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ นะครับ แล้วก็บ้านน้อยนอนม่วนเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะให้ผู้ที่มาพักเนี่ยได้สัมผัสวิถีชีวิตของความ เป็นเชียงใหม่ และก็ยังสามารถสัมผัสธรรมชาติอีกด้วยครับ...”

ธุรกิจวัสดุทดแทนไม้ โคโคบอร์ด [เทป 38 12-11-53]

อรพินท์ สีนอมรเวช : “โคโคบอร์ด คือ วัสดุใช้แทนไม้ ที่แปรรูปจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ฟางข้าว ชูยไยมะพร้าว หนุ่คาหนุ่คาแพก รวมถึงปอกะเจา และเปลือกทุเรียนต่างๆ จุดเด่นของโคโคบอร์ดคือ เราใช้วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร จึงเป็นการลดการเผาทิ้งทำลายนะคะ ลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ รวมถึงยังเป็นการช่วยลดภาวะการตัดไม้ทำลายป่าด้วยคะ”

สามพรานฟาร์ม [เทป 37 05-11-53]

สุพรรณิ ธีรานูวัฒน์ : “สามพรานฟาร์ม มีการเลี้ยงหมูแบบธรรมชาติปล่อยทุ่ง ซึ่งจะทำให้หมูนี้มี สุขภาพแข็งแรง เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี และใช้สมุนไพรเข้ามาช่วยในการเลี้ยงด้วย จะทำให้เนื้อ หมูมีคุณภาพ มีคุณค่าทางอาหาร ทางโภชนาการสูง และยังมีคอเรสเตอรอลต่ำกว่าเนื้อหมูทั่วไปด้วย อยากให้ผู้บริโภคหันมาสนับสนุนสินค้าปลอดสารพิษ ดีต่อตัวเอง และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย ครับ”

Green Concept ที่ไม่ใช่เพียงการเปลี่ยนสีป้ายชื่อ

โดย ปณิต พงษ์ ตั้งศรีวงศ์

นิตยสารผู้จัดการ (ธันวาคม 2550)

เมื่อต้นปีที่ผ่านมา (2550) เซอร์เทอร์รี่ ลีซี ประธาน Tesco PLC ประกาศวิสัยทัศน์ สำคัญออกมาว่าเทสโก้จะเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (low-carbon economy)

ภายในปี 2563 เทสโก้ทั่วโลกจะลดการแพร่กระจายคาร์บอนออกสู่ชั้นบรรยากาศลงให้ได้ 50% ของตัวเลขที่เทสโก้ได้ปลดปล่อยออกไปในปี 2549

ภายหลังการประกาศพันธกิจ carbon footprint เทสโก้ได้ว่าจ้างบริษัท Environmental Resource Management (ERM) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของอังกฤษ ให้เข้าไปวัดการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกสู่บรรยากาศจากปฏิบัติการต่างๆ ของเทสโก้ทั่วโลกเพื่อนำมาใช้เป็น base line

สำหรับในประเทศไทยผลการวัดของ ERM พบว่าในปี 2549 ปฏิบัติการของเทสโก้ โลตัส ซึ่งหมายรวมทั้งสำนักงานใหญ่ สาขาทุกรูปแบบทุกแห่งในไทย รวมถึงศูนย์กระจายสินค้า 2 แห่ง และการขนถ่าย สินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกสู่ชั้นบรรยากาศประมาณ 4 แสนตัน

อนุวัฒน์ อรุณากร Head of Facility Management & Engineering บริษัทเอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม ผู้บริหารเทสโก้ โลตัสในไทย บอกกับ "ผู้จัดการ" ว่าเมื่อเทสโก้ โลตัสรู้ base line และโครงสร้างของ base line ดังกล่าวแล้ว ทำให้รู้ได้เลยว่าจะต้องลดการบริโภคพลังงานกับกิจกรรมใดเป็นจุดแรก รวมถึงวิธีการที่จะทำให้กิจกรรมดังกล่าวมีการบริโภคพลังงานที่ลดลง

"หลักๆ เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลง อุปกรณ์และเครื่องจักร รวมถึงการออกแบบให้เอื้อต่อการประหยัดการใช้พลังงาน และการนำพลังงานทดแทนเข้ามาใช้" อนุวัฒน์อธิบาย

ความพยายามโดยตรงถือเป็นสิ่งที่เทสโก้ โลตัสสามารถควบคุมได้แต่สิ่งที่ท้าทาย กว่าคือความพยายามทางอ้อมที่จะสร้างความตระหนักให้กับชุมชนรอบข้าง ลูกค้า รวมถึงคู่ค้า

ซึ่ง 1 ในพันธกิจ carbon footprint ก็คือการวัดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศในสินค้ากว่า 35,000 รายการ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกใช้เป็นเกณฑ์สำหรับโครงการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนของสินค้าต่อไปในอนาคต นั่นหมายความว่าในอนาคต สินค้าที่วางจำหน่ายในเทสโก้ โลตัส อาจถูกจัดเรตติ้ง ว่าชิ้นใดที่มีกระบวนการผลิตที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนออกสู่ชั้นบรรยากาศมาน้อยกว่ากัน เพื่อให้ผู้บริโภคได้พิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ

นับจากกลางปีที่ผ่านมาสาขาของเทสโก้ โลตัสหลายแห่งได้เริ่มเปลี่ยนสีของอาคารและป้ายชื่อห้าง จากเดิมสีน้ำเงิน-แดง มาเป็นสีเขียว-ขาว การนำสีเขียวเข้ามาใช้ไม่ได้เป็นเพียงสัญลักษณ์ของ green concept แต่ยังมีหมายถึงการนำ การลด การบริโภคพลังงาน มาเป็นตัววัดผลงานทางธุรกิจ (Businesss KPI) ของทุกหน่วยงานในแต่ละปีด้วยว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด เพราะการลดการบริโภคพลังงานก็คือ การลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลระยะยาว ที่ได้รับย่อมคุ้มค่ากว่า โดยเฉพาะในสายตาของผู้บริโภค

Green Corporation: กลยุทธ์บริษัทสีเขียว...ผลดอกออกใบทางธุรกิจ

ประเด็นหนึ่งที่กิจการที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งเริ่มนำมาใช้เพื่อสร้างเสริมความสามารถทางการแข่งขันนั้นคือการมุ่งเน้นที่การรักษา และปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติต่างๆ โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมที่เริ่มมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตของประชาชนในวงกว้างมากขึ้น

องค์กรข้ามชาติหลายแห่งเริ่มหันมาให้ความสนใจ และนำประเด็นดังกล่าวเข้ามากำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการนำไปสู่องค์กรสีเขียวอันจะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีและทำให้ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

กรณีศึกษาที่น่าสนใจอย่างเทสโก้ห้างค้าปลีกยักษ์ขนาดใหญ่จากอังกฤษก็ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางของตนให้เป็น "บริษัทสีเขียว" เช่นเดียวกัน ซึ่งผู้บริหารของเทสโก้เองยอมรับว่าลูกค้ามีแนวโน้มจะเลือกธุรกิจที่ให้ความใส่ใจกับสภาพแวดล้อมและมี Green Policy มากขึ้นเรื่อยๆ แต่คำว่า Green policy ในที่นี้มีใช้เพียงแค่การใส่ใจสิ่งแวดล้อมหรือมลพิษเท่านั้น ยังรวมไปถึงการมีนโยบายในการจัดการที่โปร่งใสการช่วยดูแลและจัดการกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั่วไปและเป็นการสร้างความเชื่อมั่น ช่วยจรรโลงสังคมให้ดีขึ้นด้วย

ประเด็นในเรื่องของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังถูกนำมาใช้ในการจัดอันดับบริษัทชั้นนำของโลก เนื่องจากความใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นของกิจการในปัจจุบัน และน่าจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต

ดังนั้นแนวโน้ม Green Corporation จะเป็นสิ่งที่ทุกกิจการไม่ว่าภาครัฐหรือภาคธุรกิจจะต้องปรับตัวเข้าหามากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากกลายเป็นสิ่งใกล้ตัวมากขึ้นทุกวันและแน่นอนว่าจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

การตลาดสีเขียว

คำว่า “ธุรกิจสีเขียว” หมายถึงบริษัทหรือองค์กรภาคธุรกิจ ที่มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจของตนโดยไม่ปรารถนาที่จะทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบใดๆ ต่อสภาพแวดล้อมของโลก และต่อสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น ชุมชน และสังคมที่อยู่รอบข้าง และยังอาจมีความหมายรวมถึง การไม่ต้องการสร้างผลกระทบร้ายแรงต่อระบบเศรษฐกิจอีกด้วย

ธุรกิจสีเขียว มักจะให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจใน 3 ด้านสำคัญ ที่เรียกว่า TRIPLE BOTTOM LINE ซึ่งได้แก่ PEOPLE ผลลัพธ์ที่จะเกิดต่อมนุษยโลกที่เกี่ยวข้อง, PLANET ผลกระทบที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม สภาวะอากาศ และการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติของโลกมนุษย์, และ PROFIT ซึ่งเป็นผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

เนื่องจากกิจกรรมทางการตลาด เป็นกิจกรรมสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่จะช่วยสร้างความเจริญเติบโตและความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ดังนั้น “ธุรกิจสีเขียว” จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการตลาดแบบ “สีเขียว” ไปด้วย

มีผู้รู้เสนอไต่เตว่า การทำการตลาดสีเขียว นั้น น่าจะมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. การนำเสนอให้ตลาดผู้บริโภคทั่วไปได้เห็นและเกิดความเข้าใจว่า สิ่งของบริษัทหรือองค์กรกำลังทำอยู่นี้จะช่วยเหลือสภาพแวดล้อมของโลกทั้งในเชิงกว้างและในระดับสังคม ชุมชนแวดล้อมได้อย่างไร

2. นำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ

3. ใช้วิธีการที่เป็นสีเขียวเช่นกันในการนำเสนอองค์ประกอบข้อ 1 และ ข้อ 2 ที่ได้กล่าวมา เช่น กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์เอกสารการตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ไม่สร้างมลภาวะ

นอกจากสื่อเอกสารทางการตลาดที่เป็นสีเขียวแล้ว วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบในกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ นักการตลาดก็สามารถเลือกใช้แต่สิ่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือเป็นวัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษหรือทำลายธรรมชาติ หรือใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็น การหันกลับมาใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะไม่ทำให้เกิดการสร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก

การใช้สื่อระบบอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบอินเทอร์เน็ต ก็อาจจะลดความสิ้นเปลืองของการทำการตลาดแบบเดิมๆ ไปได้มากเช่นกัน จึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่นักการตลาด “สีเขียว” อาจเลือกนำมาใช้ได้ (เรวัตติ์ ตันตยานนท์)

คอลัมน์ นวัตกรรมบริการ: สีเขียวมาแรง

กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554

ปรีดา ยังสุขสถาพร

preeda@nia.or.th

ในอดีต ผู้ผลิตปล่อยมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม เพราะต้องการแสวงหากำไรสูงสุดอย่างปราศจากความรับผิดชอบต่อ ดังนั้นโดยนัยหนึ่งแล้ว มลพิษแต่เดิมจึงหมายถึงผลกำไรของอุตสาหกรรม แต่ปัจจุบันมลพิษของอุตสาหกรรมหมายถึงการสูญเสีย และกำไรที่หดหาย เพราะเรามีระบบควบคุมอุตสาหกรรมที่ดีขึ้น ทั้งด้วยตัวบทกฎหมาย ระเบียบของทางการ และการควบคุมโดยชุมชนเอง โดยนัยนี้ อุตสาหกรรมที่ปล่อยมลพิษออกมา จึงเท่ากับการทำลายตัวเอง

ประชาชนเองก็มีมุมมองต่ออุตสาหกรรมเปลี่ยนไปด้วย เช่นกัน จากเดิมที่อยากให้มีโรงงานใกล้บ้าน เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพให้ชุมชน แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธและรักษาผลประโยชน์ของตนมากยิ่งขึ้น

แรงขับทั้งจากผู้ผลิต และผู้บริโภค จะทำให้โครงสร้างทางเทคโนโลยีเคลื่อนเข้าไปหาเส้นแนวโน้มของอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีก้าวหน้า ลดของเสียให้เหลือน้อยที่สุด ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาระดับการเติบโตของผลกำไรที่น่าพอใจได้

การเกิดขึ้นมา ของธุรกิจสีเขียว ไม่ได้แปลว่า ธุรกิจเดิมหายไป ตรงกันข้ามจะมีธุรกิจกลางน้ำ และปลายน้ำต่างๆ เกิดขึ้นอีกมาก เพื่อรับช่วงของเสียต่อมาทำการผลิตใหม่ ส่วนโรงงานที่ตั้งอยู่เดิมก็จะค่อยๆ หาสินค้าใหม่มาทดแทน หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้มีความสะอาดมากขึ้น ในระยะยาว อุตสาหกรรมทั้งหมดจึงถูกบังคับให้เป็นสีเขียวไปโดยปริยาย

ในวงที่กว้างจริงๆ ธุรกิจสีเขียวยังกินความนอกภาคอุตสาหกรรม ก้าวไปสู่ภาคเกษตรผ่านประเด็นเรื่องการรักษาสมดุลทางธรรมชาติ และความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของอาหาร แล้วก้าวข้ามไปยังฝั่งผู้ประกอบการรายย่อย ที่สามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากร ด้วยการคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่าย สุดท้ายไปสู่การเป็นผู้บริโภคสีเขียวที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจสีเขียว จึงไม่ใช่แค่เทรนด์ แต่เป็นอุตสาหกรรมจริงที่จะอยู่กับเราไปอีกหลายสิบปี

ถ้าหนึ่งในทางที่คุณเลือกคือผลิตภัณฑ์สีเขียว “ชาวพรรณ อัจฉินท์” เจ้าของแบรนด์ “ฟิงค์ธรรมชาติ” บอกแล้วว่าตัวตนและหัวใจของคุณก็ต้องสีเขียว

“ทำผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก คงไม่มีใครมารับรองสินค้าของเราได้ดีเท่ากับเรารับรองตัวเอง ว่าเราจะซื้อสตั๊ยกับลูกค้า ซื้อสตั๊ยกับอาชีพ..ทำสินค้าแบบไหน ตัวตนข้างในก็ต้องเป็นแบบนั้น ต้องเอื้ออาหารต่อผู้คนและธรรมชาติ” นี่คือนั่งหนึ่งในบทสนทนา ที่เราได้จาก “ชาวพรรณ อัจฉินท์” เจ้าของผลิตภัณฑ์ซึ่งโลดแล่นอยู่ในตลาดสีเขียว “ฟิงค์ธรรมชาติ” ธุรกิจที่ออกจะซื่อๆ เริ่มต้นจาก “ทำใช้เอง” มาเป็นของที่ “แบ่งๆ กันใช้” โดยมีเป้าหมายว่า อยากให้คนหันมาลดการใช้สารเคมี และฟิงค์ธรรมชาติให้มากขึ้น

นอกจากวัตถุดิบที่มาจากแปลงเกษตรอินทรีย์ของตัวเอง เมื่อความต้องการในตลาดมีมากขึ้น ชาวพรรณ จึงเริ่มไปรับซื้อผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกรภาคเหนือที่ทำเรื่องเกษตรอินทรีย์ โดยให้ราคาที่เป็นธรรม เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรหันมาปลูกพืชแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น ขณะที่ผู้บริโภคก็จะมีสินค้าดีๆ ใช้กันต่อไป

เธอยอมรับว่า ผู้ประกอบการสีเขียวหลายรายที่เข้ามาและหายไป เหตุผลสำคัญเพราะไม่ได้มี “ใจ” เป็นสีเขียวอย่างแท้จริง

“การทำธุรกิจสีเขียวต้องมาจากข้างในตัวเรา เราต้องรู้ตัวเองว่าทำอะไรอยู่ ไม่ใช่แค่สินค้าที่ขาย แต่รวมถึงพฤติกรรมของเราด้วย บางคนมาทำเพราะคิดว่าเงินดี ก็ทำไม่ได้ตลอดรอดฝั่ง ธุรกิจมันต้องเอื้ออาหารต่อกัน เอื้ออาหารต่อทุกๆ คน และทุกๆ อย่างรอบตัวเรา รวมถึงธรรมชาติ และนี่น่าจะเป็นคำตอบของธุรกิจสีเขียวที่จะยั่งยืนได้”

ถึงเวลา...สร้างองค์กรสีเขียวรึยัง?

ความหมายของ ‘Green Business’

“ธุรกิจสีเขียว” หมายถึง องค์กรที่ประกอบธุรกิจโดยมีปณิธานในการทำงานที่มุ่งอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติทั้งหลายของโลกมนุษย์ มีชีวิตอยู่ร่วมกันในระบบนิเวศวิทยาที่ดีที่สุดและอย่างยั่งยืนที่สุด

เมื่อใช้ก็ต้องทดแทน เมื่อรับเอาก็ต้องรู้จักให้คืน

การเป็นองค์กรสีเขียวหมายความว่า มีนโยบายและกระบวนการในการประกอบธุรกิจที่พยายามใช้ หรือทำลายสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และหากเป็นไปได้ก็ต้องพยายามสร้างขึ้นทดแทน หรือพยายามบำบัดสภาพแวดล้อมที่ถูกทำลายไปให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อมีการตัดไม้มาใช้ ก็ต้องปลูกป่าทดแทน เป็นต้น

การประกอบธุรกิจสีเขียวคือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของโลก

ระดับ ‘ความเขียว’ ของธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายแฝงอยู่ด้วยพอสมควร แต่องค์กรสามารถเลือกวางนโยบายได้ว่าตนเองมีความต้องการและความพร้อมที่จะ “เขียว” ขนาดไหน ซึ่งปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการเลือกระดับความเขียว (หรือระดับความรับผิดชอบต่อทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) มีดังนี้

ปัจจัยที่ 1 : ระดับศีลธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อเจ้าของบริษัทหรือ CEO

ปัจจัยที่ 2 : กฎหมายที่ควบคุมผู้ประกอบการ

ปัจจัยที่ 3 : ทศนคติของผู้บริโภคและสาธารณชน

ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องใคร่ครวญปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ให้ดีว่า บริษัทของตนเองควรจะมี ความเขียวในระดับใดจึงจะเหมาะสมกับเงื่อนไขต่างๆ นี้

เลขา สศช.ชู 'เศรษฐกิจสีเขียว' ปรับทิศทางประเทศสู่ความยั่งยืน

วันที่ 9 กันยายน 2554 19:10 โดย : กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กล่าวในการสัมมนากรุงเทพธุรกิจ "Green Forum : Green Economy ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจไทยยั่งยืน" เมื่อวันที่ 24 ส.ค. 2554 ที่โรงแรมสวิสโฮเต็ล เลอ คองคอร์ด ว่าปัจจุบันหลายประเทศกำลังพูดถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว หรือ "Green Economy" ซึ่งตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ กล่าวว่า หมายถึงการพัฒนาความเป็นอยู่ของมนุษย์ ส่งเสริมความเป็นธรรมทางสังคม รวมทั้งลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศน์

เศรษฐกิจสีเขียวจึงประกอบไปด้วย การลดคาร์บอน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน

ทั้งนี้ การเติบโตของประเทศตามทิศทางการเติบโตของเศรษฐกิจสีเขียว จึงถือเป็น "การเติบโตสีเขียว" เป็นการพัฒนาที่มุ่งไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่กิจกรรมภายใต้แนวทางการพัฒนาดังกล่าว มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อเกิดก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมและไม่สูญเสียความสมดุลในการที่จะคำนวณการดำรงชีพ และสนับสนุนวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของประชากรในทุกสาขาการผลิต

ในช่วง 50 - 60 ปีประเทศไทยพัฒนามาได้อย่างไร ผมจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง 1.ช่วงที่เราใช้ทรัพยากรเหลือเฟือ คือตั้งแต่ปี 2500 - 2539 เป็นช่วงที่เราใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย เพื่อมุ่งที่จะพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโต แต่ผลที่ตามมาคือผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสถาบันทางสังคม

ในช่วงที่ 2 ทรัพยากรไม่สามารถใช้อย่างฟุ่มเฟือยได้ เราต้องกลับมาดูความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาอย่างสมดุล ในช่วงปี 2540 หรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 8 เป็นต้นมา ก็เลยกำหนดทิศทางการพัฒนาต่อไปในอนาคตต้องใช้คนเป็นศูนย์กลาง การพัฒนาคนเป็นคำตอบว่าต่อไปประเทศของเราจะพัฒนาต่อไปได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณภาพของคน

ต่อมาในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 11 ก็มีสิ่งที่จะต้องเตรียมเข้าไปอีกก็คือ เรื่องเทคโนโลยี และการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ทำไมเราจึงต้องพูดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพราะมาตรฐานสินค้าจากภายนอกเริ่มกำหนดมากขึ้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

สิ่งที่อยากให้ รัฐบาลสนับสนุนสำหรับอุตสาหกรรมก็คือเรื่องของ 3R คือ Reuse Reduce และ Recycle เนื่องจากในอุตสาหกรรมในปัจจุบันนั้นต้องคำนึงถึงกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น ไม่ให้มีของเสียหรือมีน้อยที่สุด

ในบรรดาอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เราต้องพิจารณาให้มีมาตรฐานของสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น และการลงทุนขยายอุตสาหกรรมของไทย จะมุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมสะอาด และสินค้าที่มีความสร้างสรรค์

อีกสิ่งหนึ่งที่จะมุ่งเน้นก็คือการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว “Green Economy” มีเรื่องสำคัญคือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อการผลิตและการบริโภค ให้สินค้าที่เราใช้อยู่ในปัจจุบัน ทดแทนด้วยสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การจะไปสู่เศรษฐกิจแบบกรีนได้หรือไม่ต้องมีมาตรการจูงใจหรือมาตรการทางภาษี รวมทั้งมีการสนับสนุนอย่างเข้มข้นให้กับโรงงานต่างๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมสีเขียวดำเนินไปได้ รวมทั้งการสนับสนุนในเรื่องของเทคโนโลยี และที่สำคัญต้องมีการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

หากภาครัฐมีการสนับสนุนเรื่องพลังงานทดแทน นโยบายของภาครัฐก็ต้องออกมาจูงใจให้นโยบายเหล่านี้ประสบความสำเร็จ สุดท้ายผมขอจะเรียนว่าในส่วนของสภาพัฒนาที่จะมีบทบาทในการขับเคลื่อน ในแผนพัฒนาฉบับที่ 11 ก็อาจจะมีส่วนที่หยิบยกออกมาผลักดันร่วมกับบางภาคส่วน สิ่งที่เราอยากเห็นก็คือ การเรียนรู้ในเรื่องการประหยัดพลังงาน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

7 Green Concept

คือ แนวคิดที่ต้องการให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวพร้อมกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม

Green Heart หัวใจที่มีความเคารพในวิถีแห่งธรรมชาติ ธรรมชาติและครุฑในพลังอันยิ่งใหญ่ มีใช้เพียงแค่อคิดหรือพูดต้องลงมือทำ

Green Activity กิจกรรมที่คุณสามารถทำได้เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินราบเท่าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

Green Community ชุมชนท่องเที่ยวที่รู้เท่าทัน ผสานผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวพร้อมรักษาอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างสมบูรณ์

Green Logistics วิธีการเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางที่ผสมผสานแนวคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Green Service ธุรกิจการท่องเที่ยวทุกประเภทที่จริงจังด้วยการเลือกใช้วัตถุดิบและควบคุมการปล่อยของเสียกลับคืนสู่ธรรมชาติที่ผ่านการบำบัดทุกครั้ง

Green Attraction ประสานการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวกับสภาพดั้งเดิมของแหล่งไว้ให้ได้ ภายใต้การจัดการที่มีประสิทธิภาพ

Green Plus การให้คืนกลับแก่โลกใบนี้ด้วยความตั้งใจ ผ่านกิจกรรมอันหลากหลายที่แต่ละคนเลือกทำได้ตามสมัครใจ

(กองส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. 7Green Concept ท่องเที่ยว
สดใสใจสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

กระแส Green Concept กับ CSR

ข้อมูลจาก PSB Survey on Sustainability in the 2009 Recession ระบุว่า นอกจากปัจจัยในเรื่องราคา คุณภาพ ความสะดวกสบาย และคุณธรรมในการประกอบการแล้ว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือกระแสสีเขียว (Green) ได้กลายเป็นปัจจัยที่สาม (Third Factor) ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ด้วยอุปสงค์สีเขียว (Green Demand) นี้ ได้ผลักดันให้องค์กรธุรกิจต้องปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงาน สายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบริการต่างๆ ที่อิงกับ Green Concept เพิ่มขึ้น โดยองค์กรหลายแห่งได้พยายามผนวกความเป็นสีเขียวเข้าในฝั่งอุปทานให้ได้ตลอดทั้งสาย (Greening the Supply Chain) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) สู่ตลาด

แนวคิดสีเขียวจะถูกนำมาใช้ในกระบวนการต่างๆ อาทิ Green Design, Green Purchasing, Green Logistics, Green Meeting, Green Marketing, Green Services ฯลฯ รวมถึงการนำขยะหรือของเสียจากกระบวนการบริโภคกลับมาใช้ใหม่ด้วยการแปรรูปหรือแปรสภาพให้กลายเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตของภาคธุรกิจภายใต้หลักการ Greening Waste และคาดการณ์ว่าธุรกิจที่จะเติบโตมากในอนาคต คือ Green Business หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

รูปแบบธุรกิจ : Business Model

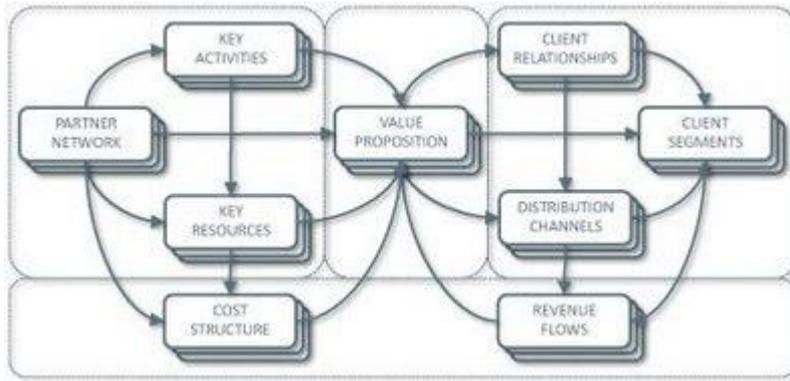
Business Model หรือรูปแบบการทำธุรกิจ มีคำนิยามที่แตกต่าง และหลากหลายมุมมอง แต่ทุกสำนักต่างมุ่งค้นหาคำตอบเดียวกันหมด คือ "จะออกแบบรูปแบบการทำธุรกิจอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในเชิงกลยุทธ์ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน"

การมีรูปแบบธุรกิจที่ดีสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ แม้ว่าสินค้าจะมีความคล้ายคลึงกันก็ตาม ทั้งนี้เพราะ Business Model ที่แตกต่างกัน นำมาซึ่งแหล่งรายได้ และวิธีหารายได้ที่แตกต่างกัน

ยกตัวอย่างเช่น มีฟาร์มเห็ด 2 ฟาร์ม ฟาร์มที่หนึ่งเพาะและจำหน่ายดอกเห็ดสดให้ตลาดส่ง (Wholesale Channel) ส่วนฟาร์มที่สอง เพาะเห็ดแบบเดียวกัน แต่นำไปทำเป็นส่วนประกอบในอาหารสุขภาพในร้านสไตล์ Farm to Folk (จากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร)

Value Proposition (คุณค่าที่นำเสนอให้ลูกค้า) ไม่เหมือนกัน กลุ่มลูกค้าและวิธีการทำธุรกิจก็ต่างกัน แหล่งที่มาของรายได้ และระดับกำไร (และระดับของการลงทุน) จึงแตกต่างกัน

เพื่อให้เข้าใจง่ายๆ ผมขอใช้ Business Model Conceptual Framework ของ Alexander Osterwalder มาอธิบาย ก่อนอื่นมาทำความเข้าใจกันก่อนว่า Business Model ทั้ง 9 ส่วนคืออะไร และมีความหมายว่าอย่างไร



1. Customer : กลุ่มลูกค้า
2. Value Proposition / VP : คุณค่าที่จะนำเสนอให้ลูกค้า (สินค้าเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งใน VP)
3. Distribution Channel : ช่องทางในการนำเสนอ Value Proposition
4. Customer Relation Management : การบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า
5. Revenue Model : วิธีการได้มาของรายได้
6. Cost Model : ต้นทุนทั้งหมดในการสร้างและนำเสนอ Value Proposition ให้ลูกค้า
7. Core Capabilities : ความสามารถหลักที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้สามารถสร้าง Value Proposition ที่กำหนดไว้ให้มีได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน
8. Partner Network : พันธมิตรธุรกิจที่จะช่วยสนับสนุนให้การสร้างและนำเสนอ Value Proposition อย่างได้เปรียบเชิงการแข่งขันมากขึ้น
9. Value Configuration : การปรับเปลี่ยนหรือการบริหารกิจกรรมภายในองค์กรเพื่อให้การสร้าง Value Proposition ทำได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น

จุดประสงค์ของการร่าง Business Model จะทำให้เราเห็นภาพใหญ่ (Big Picture) หรือ Helicopter View คนที่สามารถมองเห็นและ "เข้าใจ" ภาพใหญ่ของแรงขับเคลื่อนทางธุรกิจมักเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จ เพราะจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ได้เปรียบคู่แข่งอยู่เสมอ

หากเราดูภาพรวมทั้งหมดจะเห็นได้ว่าสินค้าและบริการเป็นเพียงองค์ประกอบเล็กๆ ของ Value Proposition พยายามปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความแตกต่างเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอต่อสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน การแข่งขันจึงย้ายฐานจากการแข่งขันด้วยสินค้า มาเป็นการแข่งขันทั้ง Business Model

Green Business Model Innovation

รศ.ดร.พสุ เดชะรินทร์

ถ้าจะมีการนิยาม Green Business Model Innovation ก็คงพอจะนิยามได้ ว่าเป็นแนวทางในการคิดรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นมาที่เน้นสินค้า บริการ หรือธุรกิจที่คำนึงถึงประโยชน์ของสิ่งแวดล้อม เป็นสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดผลตอบแทนในเชิงธุรกิจด้วยเช่นกัน

Green Business Model Innovation นั้นมีความแตกต่างจาก Green Business หรือ ธุรกิจสีเขียว

เชี่ยวชาญๆ ไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของ Revenue Model หรือแนวทางในการได้มาซึ่งรายได้ของธุรกิจ ใน Green Business ทั่วๆ ไปนั้น องค์กรธุรกิจจะมุ่งเน้นในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ รายได้ของบริษัทก็จะมาจากการขายสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่างจากผู้อื่น เนื่องจากความเป็น Green Product แต่ถ้าเป็น GBMI (Green Business Model Innovation) แล้ว แหล่งที่มาของรายได้ของบริษัทจะไม่ใช่แค่การขายสินค้า หรือบริการเป็นหลัก แต่จะมาจากระบบทั้งระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบในการช่วยให้ผู้ใช้สินค้า หรือบริการสามารถประหยัดพลังงาน ลดต้นทุนหรือวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งทั้งหมดนั้นจะนำไปสู่ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

The Body Shop กับ Brand DNA

บุณชริกา สิริโกศาชัย

The Body Shop ถือเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจของ Green Business ระดับโลก นั้นเพราะแนวคิดในการทำตลาดที่ไม่เพียงยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง แต่ยังคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อม ฝังเป็น Green DNA ที่ทำให้ The Body Shop แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด Beauty & Cosmetics นับตั้งแต่ก่อตั้งขึ้นมาในปี 1976

ที่สำคัญ The Body Shop ได้นำเอา Big Idea ของการใส่ใจในบริบทเกี่ยวกับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมมาสร้างสรรค์เป็นแคมเปญ Cause-related Marketing (การตลาดโดยใช้ปัญหาสังคมเป็นประเด็นหลักของแคมเปญการสื่อสาร)

ในแง่ของสิ่งแวดล้อมทาง Dame Anita Roddick ได้ประกาศเอาไว้เป็น Mission Statement เป็นเวลากว่า 30 ปีมาแล้วว่า “การดำรงตนเป็น Green Business คือ DNA ของ The Body Shop” การบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำภายในองค์กรจึงถูกดำเนินการอย่างชัดเจน แผนก Environmental Project ได้ถูกสร้างขึ้นมารับรองรับไอเดียและเดินหน้ากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

ปี 2001 The Body Shop หยิบยกประเด็น Climate Change มาเป็นเป้าหมายในงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยจับมือกับ Greenpeace ให้ร้านค้าและออฟฟิศในสหราชอาณาจักร เปลี่ยนมาใช้รูปแบบพลังงาน Ecotricity พร้อมกับบุกเบิกการใช้บรรจุภัณฑ์ Refill/Recycle

ปี 2008 สั่งให้สาขาร้านค้าทั่วโลกเปลี่ยนจากที่ใช้ถุงพลาสติกมาเป็นถุงกระดาษ โดยพนักงานในร้านจะโปรโมทถุงผ้า Bag For Life ซึ่งใช้ได้ยาวนานกว่าไปด้วย

อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของการเป็น Carbon Neutral Retailer ภายในปี 2010 น่าจะเป็นอีก Movement สำคัญสำหรับธุรกิจ Beauty & Cosmetics อย่าง The Body Shop ในมิติการปกป้องรักษา DNA ของสิ่งแวดล้อมโลก

Green Business กับงานด้านสิ่งแวดล้อม อนาคตสดใสของโลกวันนี้

เขียนโดย Webmaster เมื่อ กุมภาพันธ์ 4, 2010 - 2:48pm

ธุรกิจสีเขียว หรือ Green Business คือ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมนี้ได้รับความสนใจจากทั่วโลก เนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจที่ล่มสลาย ราคากำลังงานและอาหารถั่วสูงขึ้นไปอย่างไม่หยุดยั้ง และสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยทั้งสามอย่างนี้ กลุ่ม Green New Deal อันประกอบไปด้วยนักคิด นักหนังสือพิมพ์และนักวิชาการตะวันตกที่มีจุดยืนร่วมกันในเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้เป็นไปอย่างยั่งยืนโดยไม่เบียดเบียนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรียกมันว่า Triple Crunch

ในอเมริกาและยุโรป ธุรกิจสีเขียวและการสร้างเศรษฐกิจสีเขียวได้รับความสนใจและสามารถสร้างงาน และรายได้ขึ้นมาจำนวนมาก โดยผู้นำของประเทศต่างๆ เห็นพ้องกันที่จะใช้งบประมาณกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาโครงการประหยัดพลังงานและโครงการนวัตกรรมเทคโนโลยีต่อสู้กับปัญหาโลกร้อน

ธุรกิจ ต่างๆ ในทุกวันนี้หากขาดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ยังถือเป็นการลดมูลค่าของสินค้าและบริการลง เพราะกลุ่มธุรกิจทั่วโลกได้ใช้เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นนโยบายสำคัญที่จะเลือกทำธุรกิจด้วย

แนวคิด Green Product ของ ดร. สิงห์ อินทรชูโต

by True Business

"ยิ่งไร้ค่า ยิ่งน่าคิด"

ผศ.ดร.สิงห์ อินทรชูโต อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และผู้ก่อตั้งบริษัท OSISU จำกัด เฟอร์นิเจอร์แบบ “Green Design” ของ อ.สิงห์ ผลิตขึ้นภายใต้แบรนด์ที่เขาถือกำเนิดขึ้นมาเอง

ทฐ: อาจารย์คิดว่าอะไรที่ทำให้อาจารย์ทำธุรกิจประสบความสำเร็จได้

ดร.สิงห์ : การที่มี concept ที่ชัดเจน แล้วเราก็มีความมุ่งมั่นที่จะทำให้มันให้เข้าถึงใจ เหมือนกับการที่เราเริ่มทำมาโดยไม่ได้คิดถึงในเรื่องของธุรกิจตั้งแต่แรก แต่จะเน้นในการปลูกจิตใต้สำนึก ซึ่งจริงๆแล้วลูกค้าเราคือคนที่มีความรู้และคนที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว ถ้าเค้าเป็นคนที่มีสติกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว ก็เพียงแค่ไปย้ำและให้ความรู้ ไม่ต้องไปเน้นเรื่องขายของมาก

ทฐ : เป้าหมายในอนาคตที่อาจารย์มองไว้สำหรับธุรกิจ

ดร สิงห์: ในอนาคตผมอยากขายความรู้ ก็สะสมไว้มากมายกองเลย ผมว่าการแก้ไขปัญหาเรื่องโลกร้อน หรือสภาพแวดล้อมที่มันไม่ดีขึ้นมันต้องช่วยกันทั้งโลก ผมคิดว่าผมก็จะเอาความรู้ไปขายคนทั้งโลกในทางต่อไป ประเทศไหนต้องการความช่วยเหลือบอกมา ถ้าทุกคนช่วยกันรอบโลกแล้วมันน่าจะมีพลังขึ้นมาบ้าง

ทฐ : ถ้าจะให้อาจารย์แนะนำ จะมีวิธีการไหน ที่จะไม่ให้ผู้ประกอบการ SME มีแนวคิด ที่จะสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตัวเอง

ดร สิงห์: ผมว่า SME SME นั้นอย่าคิดว่าการวิจัย และค้นคว้าไม่สำคัญ SME ของผมเติบโตมาจากการคิดค้นคว้าเล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่คิดอันใหญ่เลย ขอแนะนำเลยว่า SME อย่าเพิ่งมองแต่ไปยืมคนอื่นเค้าตลอดเวลา ต้องสร้างองค์ความรู้เอง

Green Concepts : Green Buildings

อาคารและที่อยู่อาศัย ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต่อชีวิตมนุษย์ เป็นปัจจัยที่มีส่วนแบ่งการใช้พลังงาน การใช้ทรัพยากร การก่อกมลพิษ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในอัตราที่สูง แนวคิดด้าน Green Architecture หรือ Green Building จึงเป็นแนวทางที่คนทั่วโลกให้ความสนใจ Green Building หรืออาคารเขียว นั้น มีหลักการสำคัญดังนี้คือ

1. การเลือกที่ตั้งโครงการและดำเนินโครงการโดยคำนึงถึงระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม (Ecology Concern)

2. การใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม (Energy & Resource Concern)

3. การใช้วัสดุก่อสร้าง วัสดุอาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม(Green Materials)

4. มีการออกแบบและการบริหารจัดการอาคารที่ดี(Design & Operating Concern)

จากหลักการของ Green Buildings ที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าส่งผลดีต่อทั้งผู้ใช้อาคาร ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และแม้แต่เจ้าของโครงการเองในการลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานและการบริหารจัดการอาคาร

แนวคิดสีเขียว นั้น จะประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตระหนักในความสำคัญ และมีความตั้งใจจริงที่จะพัฒนาโครงการเพื่อนำไปสู่การดำเนินงานอยู่ร่วมกันบนโลกใบนี้ มากกว่าจะเป็นการทำเพื่อหวังผลประชาสัมพันธ์ หรือเพียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรเท่านั้น

เครือข่ายตลาดสีเขียว

เครือข่ายตลาดสีเขียว เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงและขยายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคในรูปแบบการตลาดสีเขียว และส่งเสริม สนับสนุนสินค้า ผลิตภัณฑ์(Green product) บริการ ทั้งจากผู้ประกอบการสีเขียว(Green business producer) และชุมชน (community producer) อีกทั้งยังทำหน้าที่ในการกระตุ้นจิตสำนึกและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจต่อ การบริโภคที่ยั่งยืนและก่อให้เกิดการรวมกลุ่มผู้บริโภคสีเขียว(Green consumption) อีกด้วย

ผลิตภัณฑ์สีเขียว	ไม่ใช่สารเคมีทางเกษตร	Non-GMOs	มีการตรวจสอบรับรองโดยหน่วยงาน (CB)	การมองเห็นมลพิษระยะปรับเปลี่ยน ค.หลากหลายทางชีวภาพ สวัสดิภาพสัตว์	ใช้วัตถุดิบเกษตรปลอดสารเคมีในการแปรรูป ไม่น้อยกว่า 50 %	ใช้สารแต่งสีกลิ่นที่เป็นวัสดุธรรมชาติ ไม่น้อยกว่า 50 %
ปลอดภัย (safety)	X	✓	X	X	X	✓
ไร้สารเคมี (Chemical free)	✓	✓	X	X	✓	✓
เกษตรอินทรีย์ (Organic)	✓	✓	✓	✓	✓	✓

มาตรฐานผลิตภัณฑ์สีเขียว **กลุ่มสินค้าเกษตร**

<p>เกษตรอินทรีย์ (organic)</p>	<p>15. ได้รับการตรวจสอบและรับรองอย่างต่อเนื่องทุกปีจากหน่วยรับรองมาตรฐานที่มีฐานะเป็นบุคคลที่สาม 14. มีระยะเวลาปรับเปลี่ยนมาสู่การผลิตไม่ใช้เคมี+รักษาสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน 13. ไม่มีแปลงที่ผลิตแบบใช้และไม่ใช้สารเคมีในพื้นที่เดียวกัน 12. ไม่ใช้และป้องกันการปนเปื้อนสารเคมี ในขั้นตอนการเก็บเกี่ยว ล้าง ตัดแต่ง แปรรูป จัดเก็บ จนถึงส่งขาย 11. มีมาตรการป้องกันสารพิษเข้าสู่ฟาร์ม (เช่น แนวกันชน อย่างน้อย 1 ม.) 10. พื้นฟูสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพในฟาร์ม</p>
<p>ไร้สารเคมี (chemical free)</p>	<p>9. อนุญาตให้เก็บผลผลิตตามธรรมชาติได้ในพื้นที่ผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีของตนเอง 8. อนุญาตให้อาหารสัตว์ทั่วไปได้ในกรณีที่เกิดเองได้ไม่เพียงพอ 7. ไม่เลี้ยงสัตว์ขังกรงเดี่ยว และเลี้ยงอย่างหนาแน่น 6. ห้ามเผาเศษอินทรีย์วัตถุในไร่นา 5. ไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ทางการเกษตรทุกชนิด (ปุ๋ยเคมี/สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช/สารเร่งการเจริญเติบโตสังเคราะห์/ยาปฏิชีวนะ/สารเร่งสี)</p>
<p>ปลอดภัย (safety)</p>	<p>4. มีการจัดการของเสีย+ขยะสารเคมี ภายในฟาร์มและการปฏิบัติงานอย่างถูกสุขลักษณะและมีความปลอดภัย 3. แหล่งน้ำและพื้นที่ผลิตต้องไม่มีสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดการตกค้างและการปนเปื้อนวัตถุอันตราย 2. ไม่ใช้พันธุ์พืช/พันธุ์สัตว์ที่ตัดแปลงพันธุกรรม ผิดธรรมชาติ 1. ความคุมการใช้สารเคมีทางการเกษตรให้ถูกต้องและปลอดภัย</p>

มาตรฐานผลิตภัณฑ์สีเขียว **กลุ่มอาหารแปรรูป และ อาหารปรุงสำเร็จ**

<p>เกษตรอินทรีย์ (organic)</p>	<p>11. ต้องใช้วัตถุดิบจากการเกษตรอินทรีย์ที่มีการรับรองมาตรฐาน ไม่น้อยกว่า 70 %</p>
<p>ไร้สารเคมี (chemical free)</p>	<p>10. ต้องใช้วัตถุดิบจากการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมี และ/หรือ ผลผลิตจากธรรมชาติในพื้นที่ ไม่น้อยกว่า 50 %</p>
<p>ปลอดภัย (safety)</p>	<p>9. ผู้สัมผัสอาหารต้องมีสุขลักษณะที่ถูกต้อง (ตัดเล็บ/ใส่หมวก/สวมถุงมือ) 8. ต้องวางวัตถุดิบให้สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร 7. ไม่ใช้ถุงบรรจุสารเคมี ใส่วัตถุดิบสำหรับปรุงอาหาร เช่น ผักสด ผลไม้สด 6. ห้ามใช้ภาชนะที่เป็นพลาสติกใส่อาหารจำพวกของร้อน ของหมักดอง 5. ห้ามใช้ภาชนะใส่อาหารที่เป็นโฟม 4. ห้ามใช้ผงชูรส น้ำตาลฟอสเฟต สารแต่งสี แต่งกลิ่น ที่เป็นสารสังเคราะห์ 3. ห้ามใช้น้ำมันทอดซ้ำ 2. ห้ามใช้วัตถุดิบที่มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนสิ่งมีชีวิตตัดแปลงพันธุกรรม 1. อาหารแปรรูปและอาหารปรุงสำเร็จจะต้องไม่มีการปนเปื้อนสารเคมีตามประกาศ ก.สาธารณสุข (สารเร่งเนื้อแดง/สารฟอกขาว/สารกันรา/ฟอร์มาลิน/สารบอแรกซ์)</p>

มาตรฐานผลิตภัณฑ์สีเขียว
กลุ่มของใช้และเครื่องสำอาง

เกษตรอินทรีย์ (organic)	7. ไร่วัตถุติดจากการเกษตรอินทรีย์ ที่มีการรับรองมาตรฐาน ไม่น้อยกว่า 95 %
ไร้สารเคมี (chemical free)	6. ไร่วัตถุติด สารแต่งสี กลิ่น ที่เป็นวัสดุธรรมชาติไม่ผ่านการสังเคราะห์ทางเคมี ไม่น้อยกว่า 70-%
ปลอดภัย (safety)	5. มีข้อความบนฉลากบอกส่วนประกอบสำคัญ/วันที่ผลิต/วันหมดอายุ ไร่วัตถุติด 4. มีบรรจุภัณฑ์ที่ปิดสนิท 3. มีกระบวนการผลิตต้องมีสุขลักษณะ 2. ไร้สารเคมีและวัตถุกันเสียในปริมาณที่ปลอดภัย 1. ไร่วัตถุติด สารแต่งสี กลิ่น ที่เป็นวัสดุธรรมชาติไม่ผ่านการสังเคราะห์ทางเคมี ไม่น้อยกว่า 50 %

สู่เส้น ทางตลาด สีเขียวเพื่อความยั่งยืนและเป็นจริง

กระบวนการผลิตอาหารตามแบบวิธีดั้งเดิมและด้วยวิธีธรรมชาติ ไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมี แต่สามารถรักษาคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตได้โดยใช้วิธีการทางชีวภาพ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยรักษาความหลากหลายของพันธุ์พืชพันธุ์สัตว์ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

การปรุงอาหารที่ลดขั้นตอนการแปรรูปให้น้อยลง ไม่ต้องพึ่งพาสารสังเคราะห์เพื่อปรุงรสหรือสารกันบูด ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการใช้สารเคมี ผลดีที่ตามมาคือ การกระตุ้นระบบการผลิต-ซื้อ-ขาย ของท้องถิ่น เพื่อให้ชาวบ้านพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยลดการพึ่งพาระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม ของเสียจากกระบวนการผลิตก็น้อยและกำจัดได้ง่ายกว่า

Yvon Chouinard : ต้นแบบของ "Green Business" ในศตวรรษที่ 21 (ตอนที่1)

กำเนิดของ Patagonia

ในปี 1973 Patagonia เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ ด้วยผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ทำจากใยสังเคราะห์ "Synchilla" จากนั้นตามด้วยชุดชั้นในที่ผลิตจากใยโพลีเอสเตอร์ สินค้าขายดีเป็นเทน้ำเทท่า ยอดขายจาก 20 ล้านเหรียญฯ พุ่งเป็น 100 ล้านเหรียญฯ

คำถามที่ตามมาคือ ทำอย่างไรให้ Patagonia เป็นองค์กรที่เป็นประโยชน์ ช่วยพิทักษ์และคืนกำไรสู่สิ่งแวดล้อม และเป็นองค์กรที่เป็นต้นแบบให้ผู้ประกอบการอื่นเห็นว่าดีและเข้าร่วมโครงการด้วย ซึ่งเขาได้คำตอบจากแนวคิดของเซนที่ทุกอย่างต้องเริ่มจากตัวเอง ในฐานะผู้บริหารคนหนึ่งก่อน

"Let My People Go Surfing" เป็นทั้งชื่อหนังสือของ Yvon และเป็นศิลปะการบริหารงานแบบ Patagonia หมายถึง นโยบาย Flex-time ที่อนุญาตให้นักไต่คลื่นสามารถลาไปไต่คลื่นได้ในวันที่ยาวที่คลื่นใหญ่มาเยือน หรือทำกิจกรรมอื่นที่จำเป็น เพียงมีข้อแม้ว่าต้องมาทำชดเชยตามเวลาที่หายไปและต้องไม่เสียงาน ซึ่งต้องอาศัยความซื่อสัตย์และวินัยของทุกคนร่วมกัน

“เราต้องการคนทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าถาม ไม่ใช่ทำตามคำสั่งแต่อย่างเดียว และที่สำคัญต้องเป็นคนที่มีความเชื่อในสิ่งที่ Patagonia ทำ ซึ่งเขาจะทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างจริงจัง” เป็นคำกล่าวของ Yvon ต่อคนทำงานของเขา

การสื่อสารที่ชัดเจนเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารงานแบบ Patagonia สำนักงานใหญ่ของ Patagonia มีบรรยากาศแบบเปิด ไม่มีมุมส่วนตัว ทุกห้องไม่มีประตู ไม่มีผนังกัน

ระบบการทำงานที่ Patagonia ยึดความเสมอภาคเป็นหลัก ทุกคนมีความเท่าเทียมกัน ยึดความโปร่งใส พนักงานทุกคนมีสิทธิขอข้อมูล ผลการดำเนินการของบริษัท

การยึดมั่นในการต่อสู้เพื่อวิถีชีวิตสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ระดับรากหญ้า ด้วยการบริจาค 1% ของยอดขาย เพื่อสนับสนุนภารกิจปกป้องสิ่งแวดล้อม ยึดมั่นในนวัตกรรมการออกแบบที่พยายามรวมเอาความสะอาดเรียบง่ายของธรรมชาติ วัตถุประสงค์ที่มีคุณภาพ และการสมรรถนะสูงในการใช้งาน เข้าไว้ด้วยกัน และสุดท้ายคือ ยึดมั่นในวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ธรรมดา

การที่ Patagonia เป็นธุรกิจส่วนตัวของ Yvon ทำให้เขาไม่ต้องกังวลเรื่องผู้ถือหุ้น เขาสามารถตัดสินใจทางการเงินได้อย่างมีอิสระ เป็นอีกแง่คิดมุมหนึ่งว่า ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จไม่จำเป็นต้องใหญ่โตเกินตัว และไม่จำเป็นต้องแปรรูปแต่งตัวเข้าตลาดหลักทรัพย์ให้วุ่นวาย

ไม่มีธุรกิจใดไม่หวังเม็ดเงิน แต่เม็ดเงินของ Patagonia หมายถึง รายได้ที่จะทำให้องค์กรและสมาชิกขององค์กรอยู่รอด รายได้ที่จะแบ่งคืนให้แก่ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมที่องค์กรใช้ไป ซึ่งการจะบรรลุผลนี้ได้ขึ้นอยู่กับคำ 2 คำ คือ "สภาพคล่อง" และ "ประสิทธิภาพ" ซึ่งหมายถึง การเป็นหนี้ให้น้อยที่สุด และการมีเงินเก็บในกระปุก คือ การมีสภาพคล่องทางการเงินที่ไม่ได้มาจากการกู้ยืมเป็นจำนวนมากๆ นั่นเอง (นิตยสาร Outside และ www.patagonia.com)

เจาะเทรนด์ร้อน CSR ยุค 2010 เพิ่มเติกริ Green Business + New Normal

สถาบันไทยพัฒนา ในฐานะหน่วยงานที่ศึกษาวิจัยเรื่องบริษัทภิบาลในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และประเมินทิศทางซีเอสอาร์ของไทยเป็นประจำทุกปี ได้ทำการวิเคราะห์และประมวลแนวโน้มของซีเอสอาร์ในปี 2553 ภายใต้รายงานที่มีชื่อว่า 6 ทิศทางซีเอสอาร์ปี 2553

Repositioning your CSR เพื่อเป็นข้อมูลขับเคลื่อนซีเอสอาร์องค์กรธุรกิจ

3 C ตัวแปรขับเคลื่อน Repositioning CSR

ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา 'พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์' ให้ข้อสรุปและความเห็นว่า มีปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่ส่งผลให้องค์กรธุรกิจทบทวนการดำเนินงานหรือปรับตำแหน่งการดำเนินงานซีเอสอาร์องค์กร (Repositioning Your CSR) อันได้แก่ การปฏิบัติตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ (Constitution) กระแสสีเขียว และความตกลงการเปิดเสรีทางการค้า (Commerce)

ต่อการปฏิบัติตามกฎหมายรัฐธรรมนูญนั้น ธุรกิจได้รับผลกระทบจากความไม่ชัดเจนในเรื่องของการปฏิบัติตามบทบัญญัติใน รัฐธรรมนูญ ในปี 2550 มาตรา 67 ในส่วนของการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างรุนแรง จึงต้องศึกษาและประเมินผลกระทบต่อ

คุณภาพสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนในชุมชน อีกทั้ง ยังจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งองค์กฤษฎีการให้ความเห็นประกอบก่อนดำเนินการ จนนำไปสู่การฟ้องร้องต่อศาลปกครองและมีผลให้ระงับโครงการหรือกิจกรรม

กระแส Green Business พีเวอร์

ปรากฏการณ์ด้านซีเอสอาร์ในปีนี้อธิบายได้ว่าธุรกิจจะปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานรวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เน้น Green Concept มากขึ้น เนื่องจากกระแสโลกร้อนหรือการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ยังเป็นประเด็นคู่กับสังคมโลกไปอีกนาน อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคให้ทิศทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ได้ส่งผลให้องค์กรธุรกิจต้องปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานสาย ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆอิงกับกรีน คอนเซ็ปต์มากขึ้น

CSR ยุคเขตการค้าเสรี

จากนี้ไป มาตรการภาษีนำเข้า มาตรการโควตาภาษี และอุปสรรคการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs) ที่ขัดต่อความตกลงดังกล่าวจะต้องถูกยกเลิก ทำให้ประเทศต่างๆจะหันมาใช้มาตรการชนิดอื่นๆที่ได้รับการยกเว้น เพื่อป้องกันผลกระทบจากการเปิดตลาดเสรีทางการค้า อาทิ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคทางการค้า (TBT) กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (ROO) มาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (SG) ซึ่งมาตรการต่างๆดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับแนวทางปฏิบัติของซีเอสอาร์แทบทั้งสิ้น
(ผู้จัดการรายสัปดาห์)

Green Marketing การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์สร้างจิตสำนึก

ในยุคที่พลังงานมีราคาแพง สภาพแวดล้อมเป็นพิษ การกำจัดขยะทำได้ยากขึ้นและบทบาทของพลาสติกเข้ามาแทนที่ในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้บริโภคคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและเกิดกระแสสำนึกต่อสภาพแวดล้อมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดการตลาดทั้งหลายต่างต้องแสวงหาโอกาสทางการตลาดเพื่อความเป็นผู้นำ สร้างนวัตกรรม ความแตกต่างทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังต้องมองหาเครื่องมือทางการตลาดที่คืนกำไรให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเรียกว่าการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Marketing)

กลยุทธ์ Green Marketing มีหลักคิดอยู่ 7 ประการ

1. ธุรกิจต้องทำการบ้านในเรื่องของสิ่งแวดล้อมใหม่ทั้งด้านข้อกำหนด การเมือง เทคโนโลยี สังคม วัฒนธรรม เรียกอีกอย่างว่าคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders)
2. การผลิตสินค้าต้องให้ได้คุณภาพทั้งตัวสินค้าและการขจัดสิ่งแวดล้อม
3. ให้ทางเลือกแก่ประชาชนผู้บริโภคในการที่จะได้รับคุณค่าและคุณประโยชน์
4. สร้างความน่าเชื่อถือทางการตลาด
5. ดึงสมาคมชมรมสิ่งแวดล้อมมารวมมือกันพัฒนาและรับประกันคุณภาพ
6. ทำการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจอันดีกับสังคมว่าธุรกิจมีการรักษาสิ่งแวดล้อม
7. อย่าเพ้อจนกว่าจะทำให้ "โลกสะอาด"

กรีนมาร์เก็ตติ้งกับส่วนประสมทางการตลาด

ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องเริ่มตั้งแต่การผลิตสินค้า คือ การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือการลงทุนเพิ่มเพื่อปรับให้กระบวนการผลิตสินค้าในทุกขั้นตอนทุกกระบวนการ สินค้าต้องเป็น "สินค้าสีเขียว" หมายถึง สินค้าที่ผลิตออกมานั้นสามารถย่อยสลายง่ายและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ทางด้านราคา (Price) หากใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพก็จะก่อให้เกิดของเสียและมลพิษ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตที่เกิดจากการใช้วัตถุดิบ อันจะทำให้สินค้ามีราคาแพงจนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้

การจัดจำหน่าย (Place) ต้องคำนึงถึงวิธีการเลือกการกระจายสินค้าที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ใช้ทุกวิธีร่วมกันในการที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค และผู้ประกอบการด้วยกันให้เกิดความใส่ใจอย่างจริงจังกับสิ่งแวดล้อม

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม มีลักษณะดังนี้

1. แสวงหากำไรอย่างยั่งยืน ไม่ใช่แสวงหากำไรสูงสุด (Sustainable profit not maximized profit)
2. เป็นการแข่งขันกันแบบเกื้อกูลและเอื้ออาทรต่อกัน
3. ทำเพื่อประโยชน์ของลูกค้าและสังคม ไม่ใช่เพื่อลูกค้าเพียงอย่างเดียว (Customer and Social Benefit not only Customer)
4. ส่งเสริมให้ความรู้มิใช่เพื่อการขายเพียงอย่างเดียว

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Frame Work)

เอสซีจี ได้ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

1) บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) ดำเนินธุรกิจตามอุดมการณ์และจรรยาบรรณอย่างมีคุณธรรมตามหลัก “เปิดเผย โปร่งใส และตรวจสอบได้”

2) เศรษฐกิจ (Economy) มุ่งสร้างคุณค่าให้แก่ทั้งลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างสมดุล โดยมีเป้าหมายสูงสุด ไม่ใช่เป็นเพียงผลกำไร แต่เป็นการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน โดยได้ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ Green Business ดังนี้

- กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Process)
- สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Products & Services)

3) สังคม (Society) ร่วมสร้างสรรค์สังคมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในทุก ๆ ที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ

- ด้านการพัฒนาศักยภาพของคน (Human Development) พัฒนาขีดความสามารถของเยาวชน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา
- ด้านสาธารณประโยชน์ ช่วยเหลือชุมชนให้ความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

4) สิ่งแวดล้อม (Environment) มุ่งมั่นดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยครอบคลุมตลอด Supply Chain และให้ความสำคัญต่อทรัพยากรธรรมชาติในส่วนต่าง ๆ อาทิ

- ส่งเสริมให้ใช้พลังงานอย่างประหยัด การใช้พลังงานทางเลือก
- บริหารจัดการโดยใช้ หลัก 3R (Reduce, Reuse/Recycle and Replenish)
- มีนโยบายดูแลรักษาความสมบูรณ์ของระบบนิเวศในทุกพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ และจัดกิจกรรมฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

การดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่ได้เป็นการเพิ่มภาระให้กับองค์กร แต่เป็นการสร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจให้อยู่ควบคู่กับสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สุริโยตร MSU (sasi.n@acc.msu.ac.th)

Thailand Fact Sheet (150): Green Business, save the world

สำหรับธุรกิจที่มีอยู่ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดก็ตาม เมื่อใดที่ธุรกิจเริ่มรู้สึกห่วงหา
สิ่งแวดล้อมหรือมุ่งไปสู่ “ความยั่งยืน” ของอนาคตแล้ว เป้าหมายนั้นจะชัดเจนได้ด้วย “กลยุทธ์” ที่
เคลื่อนไปสู่ความสำเร็จได้จริง

กลยุทธ์ธุรกิจสีเขียว (Green Business Strategy) จึงเป็นกลยุทธ์ขั้นเยี่ยมในการกระตุ้นและ
ขับเคลื่อนสังคมให้มีจิตสำนึกต่อโลก ธุรกิจที่มุ่งเน้น “ความยั่งยืน” จึงมีกลยุทธ์เป็นจุดดึงดูดที่สำคัญ
ให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จในทิศทางของความยั่งยืน

ถึงแม้ว่านวัตกรรมในปัจจุบันจะก้าวล้ำไปไกล แต่กระบวนการสีเขียวที่ช่วยบรรเทาให้เกิด
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อโลกน้อยที่สุด นวัตกรรมสีเขียวก็ได้ถูกนำมาพัฒนาในกระบวนการ
ทางด้านนวัตกรรม เพิ่มระดับการห่วงหาในความเป็นโลกใบนี้ โดยมีแนวคิดมุ่งไปสู่ความยั่งยืน
(Sustainable)

จะเห็นได้ว่าการปลูกกระแสให้มนุษย์เราตื่นขึ้น และตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมและโลก เกิดจากการได้รับผลกระทบจากภัย
ธรรมชาติมากมาย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ด้วยการสนับสนุนของธุรกิจในกลุ่มสีเขียว ซึ่งบางครั้งอาจไม่สามารถหยุดยั้งภัยธรรมชาติ แต่อาจ
เป็นสิ่งหนึ่งที่ยั่งยืนหรือบรรเทาให้ภัยธรรมชาติที่จะเกิดขึ้นกับมนุษย์ลดน้อยลง

ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-efficiency; EE) เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

Eco-efficiency คืออะไร

ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ หรือ Eco-efficiency มาจากการรวมกันของคำ
ว่า Ecology และ Economy กับคำว่า Efficiency ดังนั้น คำว่า Eco-efficiency คือ การจัดการให้
ภาคธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม

แนวคิด Eco-efficiency นี้ ริเริ่มโดยคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก หรือ World
Business Council for Sustainable Development หรือ WBCSD โดยได้กำหนดแนวทางที่จะ
ช่วยให้การดำเนินงานด้านธุรกิจประสบความสำเร็จในเชิงนิเวศเศรษฐกิจ 7 ประการ ดังนี้

- 1) ลดการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตและการบริการ
- 2) ลดการใช้พลังงานในการผลิตและการบริการ
- 3) ลดการระบายสารพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม
- 4) เสริมสร้างศักยภาพการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่
- 5) ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน
- 6) เพิ่มอายุของผลิตภัณฑ์ และ
- 7) เพิ่มระดับการให้บริการแก่ผลิตภัณฑ์และเสริมสร้างธุรกิจบริการ

แนวคิด Eco-efficiency เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจ
(การเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กร) และการรักษาระบบนิเวศโดยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ

กัน นอกจากนี้ ยังเป็นดัชนีชี้วัดความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน อันเป็นเป้าหมายโดยรวมของนานาประเทศในระยะยาวต่อไป

2. ประโยชน์ที่ได้จากการทำ Eco-efficiency ของผลิตภัณฑ์ องค์กร หรือภาคธุรกิจ

ด้านธุรกิจ / การค้า / การตลาด

- ช่วยประเมินให้เห็นถึงสภาพของผลิตภัณฑ์ องค์กร หรือภาคธุรกิจ ในช่วงระยะเวลาต่างๆ ที่ผ่านมา
- นำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
- ช่วยลดต้นทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์
- ใช้ในการกำหนดบทบาทเชิงนโยบายสำหรับการดำเนินงานในอนาคตได้
- ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต หรือเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม
- ใช้เป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดและส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท

ด้านสิ่งแวดล้อม

- ช่วยลดมลพิษทางด้านสิ่งแวดล้อม
- ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

ขั้นขั้นตอนการทำ Eco-efficiency²

การประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-efficiency) ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมนั้น โดยปกติแล้ว เป็นการคำนวณเพื่อหาสัดส่วนระหว่างมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or service value) กับผลกระทบสิ่งแวดล้อม(Environmental impact)

$$\text{Eco-efficiency} = \frac{\text{Value of a product or service}}{\text{Environmental impact of a product or service}}$$

ในการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมจึงต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องพยายามลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด

แฟคเตอร์คืออะไร?

แฟคเตอร์ (Factor) คือ สัดส่วนระหว่างประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่ต้องการจะประเมิน (Eco-efficiency of product subject to assessment) กับประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่นำมาเปรียบเทียบ (Eco-efficiency of the benchmark product) โดยปกติแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่นำมาเปรียบเทียบ (Benchmark product) มักจะเป็นรุ่นที่เก่ากว่า (Previous model)

แฟคเตอร์ที่ได้จากการคำนวณอาจได้ค่าเป็นจำนวนใดๆ เช่น 0.5, 1.0, 1.2, 3.0, 5.0 เป็นต้น แล้วแต่ความสามารถในการพัฒนาและปรับปรุงขององค์กรนั้นๆ จึงมักเรียกแฟคเตอร์ตัวนี้ว่า Factor X โดย X แทนจำนวนใดๆ

เครื่องมือด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ Eco-Efficiency

การประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment; LCA) เป็นเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต หรือกิจกรรมต่างๆ ในเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิต

เทคโนโลยีสะอาด (Cleaner Technology, CT) คือ การพัฒนา เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของกระบวนการผลิต การบริการ และการบริโภค โดยเกิดผลกระทบและความเสี่ยงต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ในขณะนั้น

การออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Economic & Ecological Design หรือ EcoDesign) เป็นกระบวนการที่ผนวกแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์และด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)

ค้นคว้าและเรียบเรียงโดย

นางสาวหนึ่งฤทัย พานิชชวลิต และ นายพุฒิพงศ์ พัฒนกิจติพิงศ์

ห้องปฏิบัติการการประเมินวัฏจักรชีวิต (LCA LAB)

ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ

114 อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

โทร. +(66)2564-6500 ต่อ 4857

โทรสาร +(66)2564-6404

ทิศทาง CSR ไทย ปีเสื่อ

ทิศทางที่ 1 ธุรกิจจะปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เน้น GREEN CONCEPT มากขึ้น

ทิศทางที่ 2 ความคาดหวังในบทบาทของรัฐต่อเรื่อง CSR จะสูงขึ้น หลังจากกรณีการถูกฟ้องให้ปฏิบัติหน้าที่ตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ มาตรา 67

ทิศทางที่ 3 การปรับจุดยืนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมสู่จุดปกติใหม่ (New Normal) จะเกิดขึ้น สำหรับธุรกิจที่ไม่ต้องการลดทอนคุณค่า CSR ขององค์กรในระยะยาว

ทิศทางที่ 4 มาตรฐาน ISO 26000 จะเริ่มลงหลักปักฐานในองค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม

ทิศทางที่ 5 ประเด็นทาง CSR จะถูกหยิบยกเป็นมาตรการทางการค้าเพิ่มขึ้น ด้วยอัตราเร่งจากการเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ

ทิศทางที่ 6 เรื่อง CSR จะแผ่ขยายลงไปสู่สถานศึกษาในระดับโรงเรียนเป็นครั้งแรก หลังจากการตอบรับในระดับอุดมศึกษาอย่างกว้างขวาง

เรื่องของ Green Productivity จะเข้ามามีส่วนในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเกิดขึ้นในอีก 4 ปีข้างหน้า

เมื่อวันพุธที่ 31 สิงหาคมที่ผ่านมา สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม จับมือกับอีก 2 หน่วยงานสำคัญคือ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา และ กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จัดสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ในหัวข้อ “จับตามแนวโน้มกระแสสีเขียว สู่ทิศทางการบริหารองค์กรอย่างยั่งยืน” ซึ่งมีประเด็นน่าสนใจและควรเผยแพร่สร้างความเข้าใจในประเทศมากขึ้น

ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เด่นชัดขึ้นเรื่อยๆ ทำให้สังคมโลกตั้งคำถามถึงการสร้างความสมดุลระหว่างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในหลายประเทศต่างหันมา Going Green และนำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไปสู่ในกระบวนการผลิตและการบริโภคมากขึ้น เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจและสังคม

องค์กรหรือธุรกิจสีเขียวหลายแห่ง ได้ผนวกเอาแนวคิด Green เข้าไปประยุกต์ใช้ในทุกระดับตอนกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) สอดคล้องกับแนวคิดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญตั้งแต่การออกแบบจนกระทั่งหมดอายุการใช้งาน

กระแสในเรื่องของ Green ยังมาพร้อมกับการเปิดกว้างของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ ASEAN Economic Community (AEC) ซึ่งในเรื่องของ Green Productivity จะเข้ามามีส่วนในการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน เพราะจะเป็นกรอบที่ทำให้ผู้ผลิตที่อยู่ในประชาคมอาเซียนต้องมีการปรับกระบวนการผลิตขนาดใหญ่ เพื่อให้เป็นการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

CSR (Corporate Social Responsibility) หรือ SD (Sustainable Development) จะกลายเป็นกรอบแนวคิดของการจัดการองค์กรยุคใหม่ โดยที่แนวทางการดำเนินการแบบ GP (Green Productivity) จะเป็นเครื่องมือภาคปฏิบัติ ที่ช่วยให้เห็นนโยบาย ทิศทาง และเป้าหมายบรรลุผลนั่นเอง

สิ่งที่ยืนยันความสำเร็จของการนำ GP ไปใช้ คือความมุ่งมั่นต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำไปปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ลดการใช้น้ำ พลังงาน สารเคมี การใช้สารอินทรีย์ที่มาจากธรรมชาติทดแทน การหมุนเวียน และการนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นการคำนวณผลกระทบในฝั่งผู้ผลิต (Production based) และได้มีการทดลองนำไปปฏิบัติแล้วในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนขององค์การผลิตภาพแห่งเอเชีย (Asian Productivity Organization)

การบริหารคนสีเขียว (Green Human Resource Management) 21 มี.ค. 2554

ผู้เขียน: ชัยทวี เสนะวงศ์

งาน HR สีเขียวโดยภาพรวมจะเป็นกระบวนการบริหารคนที่ “เป็นการบูรณาการการบริหาร สิ่งแวดล้อม ชีวอนามัย ความปลอดภัย และการบริหารคนให้เป็นเนื้อเดียวกัน” HR สีเขียวจะมุ่งเน้นในการประยุกต์ใช้กิจกรรมของการบริหารคนที่จะมีส่วนช่วยให้องค์กรคิดใหม่ ปรับปรุงใหม่ และลดกระบวนการในการปฏิบัติงานต่างๆที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อันจะนำมาซึ่งการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรอย่างยั่งยืนนั่นเอง

แนวคิดในการแปลงโฉมงาน HR ให้เป็น HR สีเขียวนั้น จะเป็นกระบวนการในการออกแบบระบบงานในภารกิจหลักๆของ HR ตั้งแต่คนเริ่มเข้ามาทำงาน จนคนออกไปจากองค์กร ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรในการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

แนวคิดในการแปลงโฉมงาน HR ให้เป็น HR สีเขียวนั้น จะเป็นกระบวนการในการออกแบบระบบงานในภารกิจหลักๆของ HR ตั้งแต่คนเริ่มเข้ามาทำงาน จนคนออกไปจากองค์กร ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรในการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

การบริหารภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นองค์กรสีเขียว (Green Employer Branding)

ปัจจุบันการนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรสู่สาธารณะชนจะเป็นส่วนหนึ่งของงาน HR ในแง่ของภาพลักษณ์ที่จะเป็น Green Employer ควรจะมีดังต่อไปนี้

- 1.1 ปรับเป้าประสงค์ขององค์กรให้เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- 1.2 การดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 1.3 การทำ CSR ขององค์กรจะต้องเป็นการทำที่จริงจัง สม่ำเสมอ ที่เรียกว่า CSR แท้

การสรรหาและคัดเลือก (Recruitment and Selection)

การสรรหา

ปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ ขององค์กรไปสู่การทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การลงโฆษณารับสมัครงานจะต้องพิจารณาเลือกสื่อหรือช่องทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การรับสมัครงานเน้นพิจารณาผู้สมัครงานที่เป็นผู้สมัครงานสีเขียว (Green job candidates)

การคัดเลือก

การสัมภาษณ์ควรมีการสอบถามถึงความคิดเห็นของผู้สมัครงานในเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย

พิจารณาความคิดเห็นของผู้สมัครในเรื่องของสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย

การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ต้องชี้แจงถึงนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรอย่างชัดเจน

การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development)

HR สีเขียวต้องพัฒนาพนักงานให้เข้าใจเรื่องของภาวะโลกร้อน เพื่อเปลี่ยนแนวคิดและการตระหนักรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานให้ไปในทิศทางเดียวกับที่องค์กรปฏิบัติอยู่

ควรมีการเพิ่มสมรรถนะทางด้านการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้เป็นสมรรถนะพื้นฐานที่พนักงานจะต้องมีด้วย

ออกแบบระบบข้อเสนอแนะที่เน้นนโยบายการปรับปรุงด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร

การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)

ระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานตามแนวคิดของ HR สีเขียวจะเป็นการเชื่อมโยงนโยบายและเป้าหมายในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ชีวอนามัย และความปลอดภัย ที่องค์กรกำหนดไว้เข้าสู่การ

ปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งควรเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมด้วย และมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน เช่นการนำกระดาษใช้แล้วมาใช้ใหม่ ตัวชี้วัด ลดค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อกระดาษลง ร้อยละ 10

การให้รางวัลใจพนักงาน (Reward Management)

HR สีเขียวจะเชื่อมโยงการให้รางวัลพนักงานที่อิงกับผลลัพธ์ของกิจกรรมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งการให้รางวัลนี้ไม่ควรจะเน้นที่เป็นตัวเงินมากนัก แต่ควรเป็นรางวัลทางด้านจิตใจประกอบด้วย เช่น การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กรว่าเป็นหน่วยงานหรือพนักงานดีเด่นด้านสิ่งแวดล้อม

การรักษาพนักงานไว้กับองค์กร (Retention)

HR สีเขียวใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะผูกใจพนักงานไว้กับองค์กรได้ และก็เป็นทิศทางของคนรุ่นใหม่ ที่เริ่มมาใส่ใจในการทำงานที่ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในฐานะพลเมืองดีของโลกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

HR สีเขียวจะเป็นจุดเริ่มต้นเล็กๆ อันหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กร ประเทศ สังคม ในการรักษาโลก ยืดอายุให้โลก ที่จะเป็นโลกที่น่าอยู่อาศัย (Green planet) อย่างยั่งยืนตลอดไป

ช่องทางการตลาดของธุรกิจสีเขียว

"เครือข่ายตลาดสีเขียว" ได้จัดกิจกรรมเสวนาเรื่อง "ธุรกิจสีเขียวกับอาหารท้องถิ่น" ขึ้น โดยเชิญตัวแทนผู้ผลิตและผู้ประกอบการด้านเกษตรอินทรีย์มาร่วมเสวนาด้วยกัน 3 ท่าน ได้แก่ คุณพูลเพ็ชร สีเหลืองอ่อน แกนนำกลุ่มเกษตรอินทรีย์ อ.สนามชัยเขต คุณพฤติ เกิดชูชื่น ผู้จัดการ บริษัท แดรี่โฮม จำกัด และ คุณพัฒนา กิจไกรลาส เจ้าของร้าน Health Me แต่ละท่านก็ได้ช่วยกันระดมสมองเพื่อหาทิศทางของการอยู่รอดของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และหาช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบัน ได้บทสรุปเป็นข้อ ๆ ดังต่อไปนี้

1. สินค้าต้องดีและมีคุณภาพจริง ๆ
2. เปลี่ยนผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภค
3. ราคาเป็นธรรม
4. เข้าถึงใจผู้บริโภคด้วยการสื่อสาร
5. สวนกระแส แต่ไม่ปฏิเสธช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)
6. ต่อรอง (แกมخور่อง) เพื่อการค้าที่เป็นธรรม
7. หาผู้บริโภคให้เจอ ไม่พึ่งพาช่องทางการขายเพียงทางใดทางหนึ่ง แต่กระจายไปหลาย ๆ

แห่ง

8. รวมตัวกันเป็นเครือข่ายธุรกิจสีเขียว เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

เรียบเรียงจากบทความเรื่อง ช่องทางการตลาดของธุรกิจสีเขียว "ได้ผลผลิตมาแล้ว จะเอาไปขายใคร" โดย อาศิรา พนาราม www.tcdconnect.com

ธุรกิจสีเขียวช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย Green Business Can Assist Your Company to Cut Spending

ผู้เขียน : Karlo Quiambao

แปล/เรียบเรียง : สารคดีดี.คอม

การส่งเสริมสิ่งแวดล้อมช่วยธุรกิจของคุณมากกว่าแค่การส่งเสริมภาพลักษณ์ การดำเนินการแบบธุรกิจสีเขียวยังสร้างความรู้สึกที่ดีทางการเงินด้วย

วิธีที่เร็วที่สุดในการลดปริมาณขยะและของเสียก็คือการเริ่มปฏิบัติ ตรวจสอบการดำเนินงานทั้งหมดและประเมินผลอย่างระมัดระวังในเรื่องเกี่ยวกับการสร้างของเสีย หากยังมีเศษขยะหลงเหลืออยู่เท่ากับมีเศษเงินตกหล่นอยู่ด้วย

บริษัทจำนวนมากเปลี่ยนไปใช้ระบบการเรียกเก็บเงินและใบแจ้งหนี้โดยไม่ใช้กระดาษ

ด้วยการลดจำนวนการเดินทางในการทำธุรกิจ คุณไม่เพียงประหยัดเงินแต่ยังคงลดของเสียที่องค์กรสร้างขึ้น

ค่าใช้จ่ายสำหรับบำรุงรักษาพื้นที่สำนักงานมีราคาค่อนข้างสูง หากคุณใช้พื้นที่สำนักงานให้น้อยลง คุณจะเสียค่าใช้จ่ายน้อยลงด้วย

ด้วยการเปลี่ยนแปลงนี้คุณสามารถปรับภาพลักษณ์องค์กรของคุณได้อย่างรวดเร็ว สร้างขวัญและกำลังใจให้พนักงาน ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม และประหยัดค่าใช้จ่าย

การลดภาษีและเงินช่วยเหลือสำหรับธุรกิจที่ต้องการปรับเปลี่ยนให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กำลังเพิ่มจำนวนขึ้นในอัตราที่สูง ธุรกิจสีเขียวเป็นแนวทางสู่ออนาคต ที่ได้ผลคุ้มค่ากับสิ่งที่จ่ายไป

อุตสาหกรรมสีเขียว โรงงานสื่อสารกับชุมชนได้

วันอาทิตย์ ที่ 02 ตุลาคม 2554 เวลา 0:00 น

แนวทางการสร้างเครือข่ายสีเขียวเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สมดุลและยั่งยืนถือเป็นยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้จัดงานพิธีมอบใบรับรอง “อุตสาหกรรมสีเขียว” และจัดเสวนาเรื่อง บทบาทของ GREEN CEO ในการขับเคลื่อนสู่กรีนอินดัสทรี (GREEN INDUSTRY)

นพ.วรรณรัตน์ ชาญนุกูล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า กระทรวงเร่งเดินหน้าโครงการ “อุตสาหกรรมสีเขียว” ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมมุ่งสู่อุตสาหกรรมสีเขียวเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน คือการทำให้โรงงานสามารถสื่อสารกับชุมชนได้โดยตรง รับฟังความคิดเห็นของชุมชนมากขึ้น ทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจด้วย

ด้าน ดร.วิฑูรย์ สิมะโชคดี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า เหล่าซีอีโอของภาคอุตสาหกรรมถือเป็นแนวร่วมที่จะร่วมผลักดันให้อุตสาหกรรมสีเขียวประสบความสำเร็จ อุตสาหกรรมสีเขียวเป็นแค่จุดเริ่มต้นของนโยบายของกระทรวงที่จะผลักดันให้ภาครัฐและภาค เอกชนใส่ใจกับการพัฒนาธุรกิจควบคู่กับการอยู่ร่วมกันได้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมในระบอบนิเวศ

นายวิกรม กรมดิษฐ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อมตะคอร์ปอเรชัน จำกัด เล่าถึงวิธีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมของอมตะ ว่า ทำให้พื้นที่เป็นเมืองสมาร์ตซิตี้ หมายถึงทำให้คนทำงานร่วมกับอุตสาหกรรมได้ เป็นเมืองประหยัดพลังงาน และจัดสรรให้มีพื้นที่สีเขียว

ด้าน นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูล ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด กล่าวถึงการเติบโตของโตชิบา ว่า ครั้งที่บุกเบิกใช้คำว่าสวนอุตสาหกรรมไม่ใช่คำว่าเขตอุตสาหกรรม ด้วยเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้คืออุตสาหกรรมต้องอยู่กับคนได้ ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมตั้งแต่วันแรกจนถึงวันนี้ ภายใต้นโยบาย 5 กรีน

ด้าน นายกานต์ ตระกูลสุน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า พบว่าสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถ้ามีราคาเท่ากับสินค้าปกติคนจะซื้อ แต่ถ้าแพงกว่าไม่ซื้อ เรื่องนี้จะต้องวิจัยและพัฒนาสินค้าไปเรื่อย ๆ

การเดินทางส่งเสริมให้เกิดภาพของ “อุตสาหกรรมสีเขียว” ขึ้นในประเทศไทยจัดอยู่ในลำดับประเทศแรก ๆ ของโลกที่จะเป็นตัวอย่งของการเกิด กรีนอินดัสทรี อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม แต่ที่สุดแล้วต้องเริ่มจากศรัทธาของผู้ประกอบการก่อน.

รัฐเดินทางพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว

28 November 2011

นายวิฑูรย์ สิมะโชคดี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า การส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียว จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยแข่งขันกับภูมิภาคได้ดี เพราะเป็นการผลักดันให้อุตสาหกรรมมีศักยภาพสูงขึ้น

ด้านนายพยุหศักดิ์ ชาตีสุนทรผล ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กล่าวว่า ส.อ.ท.ต้องการให้นโยบายอุตสาหกรรมสีเขียวใช้กับเอสเอ็มอีเพิ่มขึ้น และภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำมาตรฐานไอเอสโอ 26000 ว่าด้วยการรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ ซึ่งมาตรฐานนี้ไม่มีการตรวจรับรอง แต่จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปใช้

นายกานต์ ตระกูลสุน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า เอสซีจีได้เริ่มโครงการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวตั้งแต่ปี 2547 ซึ่งราคาสินค้าจะสูงกว่าสินค้าทั่วไป 15-20%

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย: ควรหันมามองธุรกิจของตนเองว่ามีการดำเนินการสอดคล้องกับนโยบายจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวแล้วหรือยัง เนื่องจาก ปัจจุบัน ทั้งภาครัฐและคู่ค้าธุรกิจได้ปรับใช้นโยบายดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามกระแสโลกการค้าของหลายประเทศไม่ว่าจะเป็นสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น หรืออีกหลายประเทศ

(หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ: www.bangkokbiznews.com (26 กันยายน 2554))

ถาม-ตอบ: อุตสาหกรรมเป็นสีเขียว (H-48)

จากคุณ : ศิรกาญจน์ เหลืองสกุล / สกอ.กรอ. - [28/9/2554 22:08:17]

1. อุตสาหกรรมสีเขียว คืออะไร มีผลดีอย่างไรต่อผู้ประกอบการ ต่ออุตสาหกรรมไทย?

ตอบ – กระทรวงอุตสาหกรรมดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว โดยมีวัตถุประสงค์ให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน ซึ่ง ได้นิยามไว้ดังนี้ “อุตสาหกรรมสีเขียว คือ อุตสาหกรรมที่ยึดมั่นในการประกอบกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดห่วงโซ่อุปทาน”

2. กิจกรรมของอุตสาหกรรมสีเขียวเป็นอย่างไร?

ตอบ – อุตสาหกรรมสีเขียวแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่

ระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) คือความมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีการสื่อสารภายในองค์กรให้ทราบโดยทั่วกัน

ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) คือการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้สำเร็จตามความมุ่งมั่นที่ตั้งไว้

ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) คือการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) คือการที่ทุกคนในองค์กรให้ความร่วมมือร่วมใจดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในทุกด้านของการประกอบกิจการ

ระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) คือการแสดงถึงการขยายเครือข่ายตลอดห่วงโซ่อุปทานสีเขียว

นรินทร์ องค์กรินทร์ (2009)

ธุรกิจนั้นย่อมมีโอกาสอยู่รอดและโรจน์รุ่งในโลกธุรกิจสีเขียวได้อย่างภาคภูมิใจส่วนรยที่ยังทำธุรกิจแบบเก่าๆ ใช้กลยุทธ์แบบเก่าๆ และไม่สามารถปรับตัวรับกระแสด้านสิ่งแวดล้อมที่นับวันจะมาแรงขึ้นทุกทีได้ ไม่ต้องสงสัยเลยว่าธุรกิจพวกนี้จะมีฉากลงเอยอย่างไร

“อนุสรณ์ แสงนิมิต” บริหารสมดุล “กำไร-สังคม”

“อนุสรณ์ แสงนิมิต” กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด(มหาชน) ฉายให้เห็นถึงแนวทางการบริหารธุรกิจที่ต้องเดินคู่ไปกับการดูแลสังคม โดยเฉพาะการเป็นผู้นำด้านพลังงานทดแทนว่า หากมองย้อนหลังกลับไปจะรู้ได้ว่าบางจากให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ก่อนที่รัฐบาลจะโหมโรงเรื่องพลังงานทดแทนเสียด้วยซ้ำ

เมื่อ 10 ปีที่แล้ว บางจากเป็นรายแรกที่บุกเบิกนำเอทานอลมาใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตแก๊สโซฮอล์ ต่อมาก็ทำไบโอดีเซล ต่อมาเราลงทุนปลูกพืชอย่างต้นปาล์มด้วยตัวเองเพื่อประกันว่าจะมีผลผลิตป้อนการผลิตไบโอดีเซลแน่นอน สมัยก่อนปีมบางจากไม่เคยได้รับความสนใจจากคนขับรถแท็กซี่ แต่พอราคาน้ำมันเริ่มแพงขึ้น ผู้คนเริ่มรู้จักบางจากในฐานะผู้ให้บริการน้ำมันจากพลังงานทดแทนทำให้เราสามารถแข่งขันน้ำมันเอสโซซินามาได้มีมาร์เก็ตแชร์อันดับสองรองจาก ปตท.

อนุสรณ์ ยังบอกว่า อีกธุรกิจด้านพลังงานทดแทนที่จะตอบโจทย์หลักการบริหารความเสี่ยงของบางจากได้ดี คือการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่บางจากให้ความสำคัญอย่างมากโดยได้ศึกษาเรื่องนี้มากกว่า 5 ปี นอกจากช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อม ในทางธุรกิจอนุสรณ์บอกว่า บางจากยังได้ EBITDA ต่อปีที่ 2,800 ล้านบาท แม้จะไม่มากเมื่อเทียบกับการขายน้ำมัน แต่มีความมั่นคงสูงลดความผันผวนจากราคาน้ำมันและค่าการกลั่นที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วได้

บอสใหญ่บางจาก ยังมองอนาคตพลังงานแสงอาทิตย์ว่า ในอนาคตจะมีต้นทุนที่ถูกลงเรื่อย ๆ นอกจากนี้ส่วนตัวยังเชื่อว่า ถ้าธุรกิจพลังงานแสงอาทิตย์ในไทยเติบโตขึ้นจะเกิดการสร้างงานในประเทศอีกมาก เช่น โรงงานประกอบแผงโซลาร์เซลล์

เขากล่าวทิ้งท้ายว่า บางจากยังคงยึดแนวทางที่จะเป็นผู้นำด้านพลังงานทดแทนต่อไป แม้จะมีคนมองว่าสวนทางกับเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจและการเป็นบริษัทในตลาดหุ้น แต่จริงแล้วเราได้สร้างความสมดุลระหว่างผลกำไรและประโยชน์ต่อสังคม ถ้าไปดูผลประกอบการบางจากก็ยิ่งเติบโตขึ้นในขณะที่เรากำลังสร้างพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เมืองไม่เอาถ่าน

เมืองไม่เอาถ่านหรือชื่อทางการคือ เมืองลดคาร์บอน (Low-carbonCity) คือ เมืองที่ดำเนินการตามแนวคิดในการสร้างสังคม “คาร์บอนต่ำ”(Low-carbon Society) ภายใต้หลักการสำคัญ 3 ประการ คือ

Carbon Minimization เป็นสังคมที่มีกระบวนการหรือกิจกรรมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้จริง

Simpler and Richer กิจกรรมการลดก๊าซเรือนกระจกสามารถกระทำได้ง่ายในชีวิตประจำวันและสร้างรายได้ให้แก่สังคม

Co-Existing with Nature เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องไปกับสภาพแวดล้อม และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

ดร.วรพจน์ อังกสิทธิ์ แห่งสถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม (ฟีโบ้) ได้นำทีมนักวิจัยของฟีโบ้ทำงานร่วมกับนักวิจัยขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก(องค์การมหาชน) ดำเนินการ “โครงการส่งเสริมการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อมุ่งสู่การเป็นเมืองลดคาร์บอน” ทีมวิจัยได้ติดต่อประสานงานและทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 4 แห่ง คือ เทศบาลนครภูเก็ต เทศบาลเมืองสีคิ้ว เทศบาลเมืองแก่ง และเทศบาลตำบลอัมพวา เมืองไม่เอาถ่านเหล่านี้มีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

การประเมินก๊าซเรือนกระจกเพื่อใช้เป็นเส้นฐาน และการพยากรณ์(Conduct a baseline emission inventory and forecast)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ตามเป้าหมายในปีที่ตั้งไว้ (Adopt an emissions reduction target for the forecast year)

การพัฒนาแผนงานเพื่อบรรเทาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Develop a Local Climate Action Plan)

การนำกฎระเบียบและข้อกำหนดแนวทางในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปปฏิบัติและวัดผล (Implement policies and measures)

การติดตามและตรวจสอบผลลัพธ์(Monitor and verify results)

ผมขอแสดงความยินดียิ่งต่อเมืองไม่เอาถ่าน “นาร่อง” ทั้งสี่แห่งที่ดำเนินการกล้าหาญและเป็นต้นแบบให้แก่เทศบาลอื่น ๆ ของประเทศ ในขณะเดียวกัน สถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม(ฟีโบ้) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของมิติทางเทคโนโลยีและมิติทางนโยบายจึงได้จัดตั้งศูนย์คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขึ้นเพื่อให้การสนับสนุนวิทยาการ การจัดการและข้อมูลเชิงนโยบาย เพื่อให้สนับสนุนกิจกรรมด้านนี้ของประเทศ

ถอดรหัสปฏิวัติเขียว

เมื่อความแรงของเทรนด์ด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมยังไม่อ่อนแรง ตราสัญลักษณ์ GMP(Good Manufacturing Practice: หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร) กับเครื่องหมายอย. จึงไม่เพียงพอสำหรับการครองใจผู้บริโภค ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องมองหาตัวช่วยใหม่ที่แสดงถึงการลดใช้พลังงาน ซึ่งคำตอบก็คือฉลากเขียวหรือ “คาร์บอนฟุตพริ้นท์”

ฉลากเขียวการ์นต์

รุ่งโรจน์ บุญฤทธิ์ลักษณ์ กรรมการบริษัท ไทยรีซพูดส์ กรุ๊ป จำกัด กล่าวว่า ประโยชน์ของฉลากคาร์บอนจะช่วยบอกกับลูกค้าได้ว่า สินค้าที่ผลิตเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมากน้อยแค่ไหน

ข้อดีอีกประการของการทำคาร์บอนฟุตพริ้นต์ คือสามารถบริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยคิดต้นทุนการผลิตสินค้าและจัดการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายได้อย่างแม่นยำ

เก็บเล็กผสมน้อย

นิรมิต บุญช่วย ผู้จัดการฝ่ายผลิต วี อาร์ ฟู้ดส์ กล่าวว่า โรงงานใช้เวลา 2 เดือนลองผิดลองถูกกับการจัดการเชื้อเพลิงในกระบวนการผลิต เช่นตรวจสอบการเชื่อมต่อสภาพของเตาแก๊สและเปลี่ยนมาใช้หัวเตาแก๊สประหยัดพลังงาน เทียบเป็นรายปีแล้วสามารถประหยัดพลังงานได้ถึง 3.5 แสนบาท เขายังปรับปรุงระบบละลายน้ำแข็งในห้องเย็นทำให้ประหยัดค่าไฟลงไปได้มากถึง 2 หมื่นบาทต่อเดือน ทั้งหมดนี้เป็นเพียงจุดเล็ก ๆ ที่เกิดขึ้นทุกวันจนกลายเป็นความเคยชิน ซึ่งหากหันกลับมามองและพิจารณาให้ดี การเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยได้สร้างมูลค่ามหาศาล

มองหาความได้เปรียบ

สุพร คุณตะเทพ ผู้เชี่ยวชาญด้าน Green Productivity กล่าวว่า สถาบันอาหารใช้เวลา 2 ปี เสริมเขียวเล็บให้กับอุตสาหกรรมอาหาร ด้วยมาตรการลดใช้พลังงานอย่างจริงจังกับโรงงานนำร่อง 84 แห่งทั่วประเทศ และ Green product tivity (GP,การเพิ่มผลผลิตสีเขียว) เป็นอีกหนึ่งมาตรการที่นำมาใช้

“การใส่ใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมทำให้อุตสาหกรรมจำเป็นต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ทำอย่างไรจึงจะเพิ่มผลผลิตควบคู่ไปกับการจัดการสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม ทุกวันนี้อุตสาหกรรมได้นำเอาเทคโนโลยีรวมถึงเทคนิคต่างๆ เข้ามาช่วยสร้างระบบการจัดการที่ดีกว่าในยุคก่อน”

การจัดการด้านพลังงาน น้ำเสีย สารพิษตกค้างอย่างมีระบบ จะทำให้สินค้าไทยมีความได้เปรียบมากขึ้นในอนาคต

วิกฤตนำทางความคิดสร้างสรรค์ กริชแบ่งปัน-ชุดเครือข่ายบาร์เตอร์

ครั้งแรกที่ซื้อไข่ นม แยมจากตลาดกลางแจ้งโดยใช้สกุลเงินแบบไม่เป็นทางการแทนยูโร อีโคโนโดรส มาวริติส ช่างไฟฟ้าตงงานตื่นเต็นและรู้สึกเป็นอิสระอย่างมาก มาวริติส คือผู้ร่วมก่อตั้งเครือข่ายหน่วยอัตราแลกเปลี่ยนทางเลือกของท้องถิ่น หรือ “เทม” ในโวลอส เพื่อใช้แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

ขณะที่กริชประสบปัญหาค่าแรงตกต่ำ ภาษีแพงขึ้น และมีความกังวลมากขึ้นว่าจะใช้ยูโรต่อไปหรือไม่ ส่งผลให้ประชาชนต้องมองหาวิธีรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ แนวคิดของเครือข่ายเหล่านี้เรียบง่าย กล่าวคือ ผู้สนใจสมัครสมาชิกทางออนไลน์และรับช่องทางเข้าถึงฐานข้อมูล โดยอัตราแลกเปลี่ยน 1 เทมมีค่าเท่ากับ 1 ยูโร ใช้แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการได้ สมาชิกจะเริ่มต้นบัญชีจาก 0 และสะสมเครดิตจากการเสนอสินค้าและบริการนอกจากนั้นยังกู้เงินได้

300 เทม แต่ต้องจ่ายคืนภายในเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ยังมีระบบการให้คะแนนโดยสมาชิก ซึ่งถือเป็นกลวิธีในการควบคุมคุณภาพอย่างโปร่งใส

หลังการแพร่ระบาดของลัทธิบริโภคนิยมและสินเชื่อที่ปล่อยกันอย่างง่ายดายนมาแรมปี มาวันนี้ความคิดริเริ่มเช่นสกุลเงินทางเลือกกำลังปลูกฝังอารมณ์ใหม่ให้แก่กรีซ นอกเหนือจากการแลกเปลี่ยนแล้ว ยังปรากฏสัญญาณการร่วมมืออื่น ๆ เช่น ตอนที่พนักงานรถเมล์และรถไฟใต้ดินประท้วงเมื่อเดือนที่แล้ว ชาวเอเธนส์ทวิตกันอวดลุดเพื่อฟาคาร์พูล กลายเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกเกี่ยวกับปัญหาการขนส่งในเมืองหลวง และเป็นข่าวครึกโครมเนื่องจากเป็นสัญญาณของสิ่งที่ไม่เคยมีใครนึกถึงก่อนเกิดวิกฤต

ธุรกิจ SME ก็ต้องมี CSR หัวใจอยู่ที่เริ่มจากภายใน (สุวัฒน์ ทองธนากุล,

ผมมักเจอคำถามว่า “กิจการขนาดเล็กขนาดย่อมจะมีปัญหาทำ CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างบริษัทยักษ์ใหญ่หรือ ? แต่ละถ้ามองในแง่พลังคนและกำลังเงินรายเล็ก รายกลางหรือ SME ย่อมสู้รายใหญ่ไม่ได้อยู่แล้ว แต่สำคัญกว่านั้นผู้นำองค์กรคือตั้งแต่ผู้บริหารสูงสุด (CEO) ลงมาทุกระดับต้องมีความเชื่อเรื่องการค้าเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นไม่ว่ากิจการขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ล้วนต้องอยู่ในแนวทางของหลัก CSR ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจพัฒนา “สู่ความยั่งยืน” แน่นอน!

ด้วยเหตุนี้จึงมีเนื้อหาจากการสัมมนาเรื่อง “ถอดรหัสความยั่งยืน SMEs ด้วย ซีเอสอาร์” จึงยืนยันสิ่งที่ผมกล่าวข้างต้น

สุกิจ อุทินทุ ผู้อำนวยการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร บมจ.ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล กล่าวว่า การพัฒนา CSR ใน SMEs เพิ่งเริ่มต้น จึงต้องค่อยเป็นค่อยไป เริ่มจากการรับผิดชอบต่อสังคมจากข้างในองค์กรก่อน “CSR ที่ดีที่สุดมันอยู่ภายในองค์กร การดูแลพนักงานได้ความเท่าเทียมกัน การเริ่มต้นจากการหาวัตถุประสงค์ที่ดีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จริง ๆ การทำ CSR ไม่จำเป็นต้องใช้เงินเลยเพราะมันอยู่ในกระบวนการ และสำคัญอย่างยิ่งเริ่มจากผู้นำขององค์กร ถ้าเริ่มมีความคิดแบบนี้ มันจะถูกสื่อไปยังกลไกต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง อยากให้มองให้ลึกซึ้ง ดูให้เห็นถึงกระบวนการธุรกิจว่า มีการปรับปรุงอะไรบ้าง ด้านสิทธิมนุษยชน ดูแลลูกค้า ดูแลสิ่งแวดล้อมและชุมชนอย่างไร

สุทธิชัย เอี่ยมเจริญยิ่ง กรรมการผู้จัดการบริษัท วันเดอร์เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด แนะนำให้พิจารณาสมการที่เป็นปัจจัยสู่ความยั่งยืน คือ โอกาส - CSR = วิกฤต หรือ วิกฤต + โอกาส ยกตัวอย่างการสร้างซีเอสอาร์จากภายใน ที่ไม่ใช่การทำกิจกรรมบริจาค ซึ่งที่บริษัทเขาทำแล้วพบว่าดีมาก คือ การสร้างความสุขให้คนภายในองค์กร เช่น โครงการปลดหนี้ให้พนักงาน

“นิสสัน” ชู Zero Emission สูเป้าหมายผู้นำยั่งยืน (ศรัณยู ต้นติเสรี,กรุงเทพธุรกิจ ธันวาคม 2554

การประกาศของ คาลอส โกลสัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นิสสันมอเตอร์ ประเทศญี่ปุ่น บนเวทีโตเกียว มอเตอร์โชว์ 2011 แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายและจุดยืนที่มุ่งไปสู่การเป็นผู้ผลิตรถยนต์ Zero Emission หรือการเป็นผู้นำด้านการไม่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ สำหรับแผนดังกล่าวถือเป็นนโยบายสำคัญในระยะ 6 ปี ภายใต้ชื่อ “นิสสัน กรีน โปรแกรม 2016”

ปี 2548 นิสสันมีนโยบายในการผลิตรถที่ต้องการควบคุมการปล่อยมลพิษออกสู่อากาศและปี 2553 ก้าวไปอีกขั้นด้วยนโยบายการผลิตรถยนต์ ที่เน้นการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ

เป้าหมายในอนาคต 2559 จะต้องก้าวไปสู่การผลิตที่ต้องลดการพึ่งพาพลังงานน้ำมันให้ได้มากที่สุด ควบคู่ไปกับการจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม

“นิสสัน กรีน โพรแกรม 2016” ประกอบด้วย 4 แผนหลัก คือ

1. การผลิตรถที่มีการปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ โดยมีเป้าหมายที่จะผลิตรถยนต์ไฟฟ้าร่วมกับพันธมิตรให้ได้ 1.5 ล้านคัน ภายในปี 2559 และเป็นผู้นำในการผลิตแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า

2. ขยายการผลิตรถที่สามารถใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป้าหมายคือ ต้องลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ลดการใช้เชื้อเพลิงให้ได้ 35% ภายในปี 2559 และลดลง 90% ภายในปี 2593 ควบคู่ไปกับการปรับปรุงระบบเครื่องยนต์และสายส่งด้วยการพัฒนาหลาย ๆ รุ่น

3. ลดการปล่อยคาร์บอนออกสู่ชั้นบรรยากาศ มีเป้าหมายในการลดการปล่อยคาร์บอนจากรถยนต์ให้ได้ 20% ภายในปี 2559 จากสถิติฐานในปี 2548 และลดลงถึง 80% ภายในปี 2593 จากปี 2548 ที่สำคัญลดการปล่อยคาร์บอนจากฐานการผลิตของ นิสสันทั่วโลก และหันมาใช้พลังงานทดแทนมากขึ้น

4. ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ โดยมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนรถยนต์ที่สามารถนำมารีไซเคิลได้เป็น 25% จากการผลิตทั้งคัน ภายในปี 2559 และลดให้ได้จนมีสัดส่วน 70% ภายในปี 2593 และลดการใช้ทรัพยากรใหม่ๆ ด้วยการเพิ่มการใช้ชิ้นส่วนที่สามารถนำมารีไซเคิลได้

ผู้บริโภคนิวเจน เจเนอเรชันที่มีน้ำใจ-แบ่งปัน

หลังจากเกิดวิกฤติอุทกภัยในประเทศไทย ช่วงนี้จะพบว่ามีการเติบโตของสังคมและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในกลุ่มที่เรียกว่า Generation G หรือ Generatiosit Generosity (ความมีน้ำใจเผื่อแผ่) โดยมีแนวคิดที่ว่า “การให้” จะทำให้เราได้รับสิ่งตอบแทนที่ดี ในขณะที่การแบ่งปัน คือ การให้และความเสียสละ

“เทรนด์วอชิง” มีรายงานตัวเลขที่น่าสนใจ กล่าวคือ 87 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในโลก คาดหวังไว้ว่าบริษัทต่างๆ จะให้ความสำคัญกับการให้คืนกลับสู่สังคมพอกๆ กับผลกำไรทางธุรกิจ

กลุ่ม Generation G นั้นจะให้ความสำคัญกับความมีน้ำใจและการให้ โดยหลายๆ คนได้เปลี่ยนแนวความคิดจากการเอาแต่ได้ หรือจากการเป็นผู้รับมาเป็นผู้ให้ เผื่อแผ่จนได้รับการยอมรับจากสังคม ดังนั้นธุรกิจควรหันมาให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงนี้อย่างจริงจัง

หนทางที่จะเป็นผู้ให้ง่ายๆ คือการบริจาคหรือการให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือต่างๆ โดยเริ่มต้นจากการทำกิจกรรมเพื่อรับผิดชอบต่อสังคม

R.A.K.(Random Acts of Kindess) การทำให้อย่างจริงใจโดยไม่นึกถึงผลประโยชน์ของตัวเอง ผู้บริโภคปัจจุบันมองหาความจริงใจ ฉะนั้นแบรนด์ควรมั่นใจได้ว่ากิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมทุกชิ้นที่ทำให้ผู้บริโภคนั้นตรงตามความต้องการและจะสามารถเชื่อมโยงและสานสัมพันธ์กับผู้บริโภคในอนาคตได้จริงๆ (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ)

SCG ต้นแบบพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับโลก

Dow Jones Sustainability Indexes หรือ DJSI เป็นดัชนีหลักทรัพย์สินที่ประเมินประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทชั้นนำระดับโลก วิธีการประเมินนั้นดาวโจนส์จะคัดเลือกบริษัทในตลาดหุ้นทั่วโลกที่เป็นผู้นำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประมาณ 2,500 ราย

และประเมินผลจากข้อมูลของบริษัทเหล่านั้น เพื่อคัดเลือกให้เหลือ 10 เปอร์เซ็น ซึ่งจะได้รับเชิญเป็นสมาชิกใน DJSI พร้อมทั้งจัดลำดับผู้ที่คะแนนสูง 3 ระดับคือ Gold Silver และ Bronze

เกณฑ์การประเมินจะพิจารณาจากประเด็นหลัก 3 ด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ล่าสุดเมื่อต้นเดือนกันยายนปีนี้ เอสซีจีได้รับการประเมินและจัดอันดับให้เป็นองค์กรชั้นนำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในระดับ Gold Class ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างติดต่อกันเป็นปีที่ 4 (ปี 2551-2554) และยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นผู้นำกลุ่มวัสดุก่อสร้าง (Word Sector Leader) เพราะมีคะแนนสูงสุดของกลุ่มนี้อีกด้วย

บริษัทเอสซีจี จึงนับเป็นตัวอย่างที่ดีของกิจการของไทยที่มีอุดมการณ์มุ่งเพื่อสร้างคุณค่าในการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ดีพร้อมๆกับการบริหารกิจการที่มีคุณภาพประสิทธิภาพ จนได้รับผลการประเมินจากสังคมโลก (ส่ววัฒน์ ทองธนากุล)

อย่าทะเลาะกันเรื่องปรองดอง

สังคมนี้กำลังเถียงกันเรื่องใหม่ คือ เรื่องปรองดอง จึงนำลองฟัง “เจ้าภาพปรองดอง” อย่าง คอป.หรือ คณะกรรมการอิสระตรวจสอบและค้นหาความจริงเพื่อการปรองดองแห่งชาติ ที่มี ดร.กิตติพงษ์ กิตยารักษ์ ปลัดกระทรวงยุติธรรม เป็นตัวจักรสำคัญ เพื่อค้นหา “โรดแมพปรองดอง” หรือแผนที่เดินทางเพื่อก้าวข้ามความขัดแย้งครั้งรุนแรงที่สุดของสังคมไทย

บรรยากาศบ้านเมืองตอนนี้เป็นอย่างไรมองว่าเริ่มปรองดองแล้ว แต่บางคนมองว่าไม่เริ่มเลย

ต้องยอมรับว่าบรรยากาศการปรองดองชัดเจนขึ้นตั้งแต่ก่อนเลือกตั้งที่มีภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมออกมาเคลื่อนไหว ชวนหาเสียงทุกพรรคก็พูดเรื่องความปรองดอง เมื่อผ่านการเลือกตั้งพรรคการเมืองที่มีแนวโน้มจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่ ก็พูดเรื่องปรองดองว่าเป็นภารกิจสำคัญ ทำให้เกิดกระแสในสังคมว่า ต้องการความปรองดอง

แนวทางการทำงานที่จะเดินหน้าต่อไปคืออะไร

เราก็ได้คุยกับเครือข่ายว่าจะเดินหน้าอย่างไร ซึ่งได้เชิญมาหมดทั้งเครือข่ายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนักสันติวิธีนักวิชาการ และภาคประชาสังคม (ประชุมไปเมื่อวันที่ 7 ก.ค.) สิ่งสำคัญที่สุดที่ทางเครือข่ายของเราแสดงท่าทีออกมาก็คือต้องมีความเป็นอิสระและปลอดจากการแทรกแซงโดยฝ่ายการเมือง

แต่เดิมตั้งเป้าไว้ขนาดไหน

เพราะบรรยากาศที่สังคมเห็นตรงกันหมดว่าต้องหันหน้ามาปรองดองกันยังไม่เกิด ฉะนั้นเราจึงตั้งเป้าเอาไว้เบื้องต้นว่าเราคือ Truth for Reconciliation คือทำความจริงก่อน และป้องกันไม่ให้ตีกันเฉพาะหน้าก่อนส่วนกระบวนการปรองดองสมานฉันท์จะเป็นลำดับต่อไป

แต่เมื่อเกิดการเลือกตั้งแล้วบรรยากาศเปลี่ยนไป สังคมเห็นตรงกันว่าเป้าหมายของบ้านเมืองคือปรองดอง ก็ทำให้บรรยากาศดีขึ้น เราก็ทำงานง่ายขึ้น และปรับเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้นว่าจะเดินหน้าเรื่องปรองดองไปพร้อมกันได้โดยสร้างกระบวนการต่าง ๆ ขึ้นมา

หลายคนยังนึกภาพไม่ออกว่าจะปรองดองได้อย่างไร

เราจะเริ่มจากทำความจริงจากความขัดแย้งทำให้สังคมไทยได้เห็นภาพสะท้อนว่าความขัดแย้งเกิดจากอะไร จากนั้นจึงค่อยมาหาทางออกร่วมกันว่าจะทำอย่างไรถึงจะยุติความขัดแย้งนั้น

คนอยากรู้ว่าใครทำอะไร ที่ไหน เช่น ใครเป็นคนยิงประชาชน คอป.จะมีคำตอบหรือไม่
ตรงนั้นก็ต้องให้ความสำคัญ และต้องไม่ลืมผู้ที่ได้รับผลกระทบด้วย เรื่องหนึ่งที่ต้องทำให้เร็วที่สุดคือดูแลผู้ได้รับผลกระทบให้ได้รับการเยียวยาอย่างดีที่สุดอย่างที่เราควรจะเป็น

แต่ตลอดมามีการเรียกร้องให้เปิดเผยข้อเท็จจริงทั้งหมดเพื่อหาผู้รับผิดชอบ?

สิ่งสำคัญที่อยากทำความเข้าใจก็คือความจริงที่เราค้นหาไม่ได้มีเป้าหมายอยู่ที่ใครทำอะไรที่ไหน อย่างไร แล้วชี้ว่าใครเป็นคนผิด แต่เป้าหมายของการค้นหาความจริงคือการนำไปสู่ความปรองดอง ฉะนั้นการเปิดเผยข้อเท็จจริงก็ต้องมีศิลปะ ต้องดูจังหวะเวลาด้วย

ตอนนี้มีการตั้งคำถามเรื่องนิรโทษกรรมเยอะมาก คอป.มีความเห็นอย่างไร

ทั้งหมดทั้งสิ้นต้องให้สังคมช่วยกันคิดพิจารณาว่าจะหาทางออกร่วมกันอย่างไร สิ่งที่ยากก็ คือ เราต้องค้นหาสาเหตุของความขัดแย้งให้ได้เสียก่อนค่อยพูดถึงวิธีการ

นิรโทษกรรมคุณทักษิณ(พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร) อยู่ในแผนงานของ คอป.ด้วยหรือไม่

เราไม่มีแผนอะไรทั้งนั้น คอป.เป็นเพียงสะพานหรือกลไกเพื่อ 1.หาแนวทางโดยอิงหลักวิชาการว่าจะเดินอย่างไรต่อไป และ 2. สร้างกระบวนการให้เกิดขึ้นไปสู่เป้าหมายนั้นโดยใช้อำนาจความรู้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับแม้จะไม่เห็นด้วยเหมือนกันทั้งหมด แต่ต้องเป็นแนวทางที่ทุกฝ่ายยอมรับได้

ท่าทีของพรรคเพื่อไทยทำให้สังคมบางส่วนหวาดระแวงว่า คอป.อาจจะถูกแทรกแซงจากฝ่ายการเมือง ตรงนี้มีวิธีการป้องกันอย่างไร

เรารับผิดชอบต่อสาธารณะมีความโปร่งใสในการทำงาน หากกับเครือข่ายเวลาที่มีเรื่องยากๆต้องตัดสินใจ คอป. ไม่ได้ทำงานคนเดียวและที่สำคัญเราต้องดึงองค์ความรู้ต่างๆเข้ามาและดึงสังคมทั้งสังคมมาร่วมแก้ไขด้วยกัน

คุณทักษิณเป็นกลไกหนึ่งที่จะนำไปสู่การปรองดองด้วยหรือไม่ ?

เรื่องนี้ผมไม่ทราบ คงต้องไปถามรัฐบาล หลังจากนั้นกระบวนการสร้างความปรองดองต้องเกิดขึ้น คอป.เป็นองค์กรเล็ก ๆ ที่จะช่วยทำ ช่วยหาความจริงและหากระบวนการที่จะป้องกันปัญหาให้ได้ในระยะยาว

แล้วตอนนี้เราทราบหรือยังว่าอะไรคือต้นเหตุความขัดแย้งในเรื่องความเหลื่อมล้ำหรือไม่

ความเหลื่อมล้ำทางทรัพยากรก็เป็นปัจจัยหนึ่งอีกส่วนหนึ่งที่มีผลวิจัยรองรับชัดเจนก็คือ คนเสื้อแดงที่มาชุมนุมไม่ได้มีแต่กลุ่มรากหญ้าที่ไม่มีโอกาสเท่านั้น แต่จำนวนมากเป็นคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความยอมรับในด้านความคิดทางการเมืองในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ต้องสร้างความเข้าใจร่วมกันของสังคมและต้องหาคำตอบร่วมกัน

ทางออกก็ต้องจัดระบบสังคม ทั้งในและนอกการเมืองให้มีธรรมาภิบาลโปร่งใสและสร้างกระบวนการที่เอื้อต่อการพัฒนาประชาธิปไตย แต่การจะไปถึงจุดนั้นได้ กระบวนการยุติธรรมต้องมีประสิทธิภาพด้วย

Creative Catalysts

รวมกันเราอยู่ เดินหน้าสู่เครือข่ายผู้ประกอบการสร้างสรรค์

การส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างสรรค์และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเภทในภูมิภาคตะวันออกและสหราชอาณาจักรเป็นรูปร่างอย่างชัดเจนขึ้นอีกครั้ง เมื่อบริติช เคานซิล ประเทศไทย ร่วมกับ TCDC และเทศกาลออกแบบบางกอก จัดงาน Creative Catalysts in Bangkok ขึ้นวันที่ 8-15 ตุลาคม ที่ผ่านมา

สำหรับในครั้งนี้มีผู้ประกอบการจากสหราชอาณาจักร ไต้หวัน เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย และผู้ประกอบการไทย ร่วมกิจกรรม อันประกอบไปด้วยการแสดงผลงานของผู้ประกอบการแต่ละประเทศภายใต้เทศกาลออกแบบบางกอก การศึกษาดูงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ งานแสดงของขวัญและสินค้าในบ้าน BIG+BIH และการสัมมนาที่ TCDC ในประเด็นเรื่องผู้ประกอบการสร้างสรรค์และผู้ประกอบการเพื่อสังคม

(หนังสือ คิด Creative Thailand พฤศจิกายน 2552)

ผู้ประกอบการเพื่อสังคม : คนธรรมดาที่เปลี่ยนโลก

หนึ่งในประเด็นสำคัญภายใต้การสัมมนาของ Creative catalysts ครั้งนี้คือการประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) ซึ่งมีการคาดการณ์ว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะเป็นอาชีพใหม่ที่เกิดขึ้นในยุควิกฤติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ทอมมี่ ฮัทชินสัน (Tommy Hetchinson) ผู้ก่อตั้ง i-genius อธิบายว่า แนวโน้มนี้เกิดขึ้นเมื่อโลกเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เผชิญปัญหาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจตกต่ำ สังคมเสื่อมโทรม ภาครัฐไม่สามารถแก้ปัญหาได้ทั้งหมด ส่วนเอกชนเริ่มให้ความสำคัญเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CRS) เพราะเป็นการหล่อเลี้ยงรากฐานให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน ขณะที่คนทำงานรุ่นใหม่ก็ไม่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจกระแสหลักอีกต่อไป

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงเติบโตขึ้นและมีอัตราการขยายตัวมากกว่าภาคอื่นๆถึงสามเท่า โดยทางอังกฤษมีการจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนเช่น สำนักงานเพื่อธุรกิจที่สาม (Office for the third sector) ธนาคารเพื่อสังคมแห่งลอนดอน (London social stock Exchange)

(หนังสือ คิด Creative Thailand พฤศจิกายน 2552)

นวัตกรรมเพื่อสังคม

สังคมเปิด การเปลี่ยนแปลง และพลังสร้างสรรค์

เรื่อง: นันทิยา เล็กสมบูรณ์

Rethink, Redesign, Rebuild

เพื่อแก้ปัญหาเรื่องคุณภาพชีวิต สุขลักษณะและสาธารณสุขป็นพื้นฐาน การเข้าถึงบริการทางการแพทย์ การศึกษา รวมถึงความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมของชุมชนในอินเดีย บังเกอร์ รอย จึงได้เริ่มสถานศึกษาที่มีชื่อว่า “วิทยาลัยเท้าเปล่า” (Barefoot College) ขึ้นในแคว้นราชาสถาน เพื่อนำหญิงอินเดียที่ยากจนมาเข้ารับการฝึกฝนทางวิชาชีพด้านต่างๆ เพื่อกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชนของตนเองได้ โดยไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากภาครัฐแต่เพียงอย่างเดียว โครงการนี้ไม่เพียงแต่ทำให้ปัญหาอันเกิดจากความยากจนและความขาดแคลนได้รับการเยียวยา แต่ยังเป็นการใช้ทรัพยากรบุคคลของสังคมให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

จะดีแค่ไหน ถ้าเราไม่ต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อพลังงาน แต่ใช้การออกแบบช่วยให้เราผลิตพลังงานใช้ตัวเอง และทำรายได้จากพลังงานส่วนที่เหลือได้อีก?

Vauban คือ โครงการต้นแบบ “ชุมชนยั่งยืน” ในเมืองไฟร์บวร์ก ประเทศเยอรมนี ด้วยการสร้างให้เป็น Eco-town หรือเมืองที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบให้บ้านทุกหลังใช้พลังงานให้น้อยที่สุด และเป็นการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ โดยพลังงานส่วนที่เหลือจากการใช้จะถูกขายให้กับชุมชนเพื่อใช้สำหรับสาธารณูปโภคส่วนกลาง และยังเป็นการสร้างรายได้ให้ครัวเรือนอีกด้วย

การมาถึงของสังคมแบบเปิด

ในปัจจุบัน มีคนอย่างน้อย 250,000 คน ทั่วโลกกำลังทำงานโดยไม่ต้องการค่าใช้จ่ายหรือมีค่าใช้จ่ายน้อยมากๆ ผ่านโครงการในรูปแบบโอเพนซอร์ซและความร่วมมือต่างๆ ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่ายสังคม ก่อให้เกิดปรากฏการณ์การรวมพลังทางปัญญาที่เรียกว่า Collective Intelligence ปัญหานี้ใช้สำหรับการเรียกร้อง ร่วมคิด ร่วมมือ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคม และในขณะเดียวกันก็สร้างให้เกิดการยอมรับนับถือตนเอง นี่คืออีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้คนในยุคต่อจากนี้ไปจะไม่ทำงานเพื่อเงินเพียงอย่างเดียว

ไม่เพียงเท่านั้น โอกาสที่มาพร้อมกับเทคโนโลยี ยังทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับพลเรือนเปลี่ยนแปลงไป เราจึงกำลังจะได้เห็นโลกอีกใบหนึ่งที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการคิด สร้าง ดูแล และปกป้องสังคมของตนเองได้อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน และนำมาสู่นิยามใหม่ของคำว่า ‘พลเมืองโลก’ (Global Citizen) ของศตวรรษนี้ที่เปลี่ยน ‘หน้าที่พลเมือง’ ให้กลายเป็น ‘การมีส่วนร่วม’ (Participation) ทางสังคม

The Change We Need

เมื่อ 30 ปีก่อน ไม่มีใครรู้จักมูฮัมหมัด ยูนุส นักเศรษฐศาสตร์ ชาวบังคลาเทศผู้ก่อตั้งธนาคารมึนเพื่อเผยแพร่แนวคิดเรื่องไมโครเครดิต (Microcredit) หรือการให้กู้ยืมเงินแก่ผู้ยากไร้ ในวันนี้ไมโครเครดิตได้กลายเป็นแนวคิดที่แพร่หลายไปทั่วโลก และธนาคารมึนได้กลายเป็นต้นแบบของธุรกิจเพื่อสังคม ในขณะที่ยูนุสเองก็ได้รับรางวัลโนเบลในปี 2006

TYPN เครือข่ายคนใจบุญยุคใหม่

Thai Young Philanthropist Network หรือเครือข่ายอาสาสมัครคนรุ่นใหม่เพื่อสังคม คือโมเดลตัวอย่างของการใช้สื่อสังคมอย่างเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการระดมความคิดและพลังกำลัง ตามความสนใจและความสมัครใจของแต่ละคนได้อย่างไม่ยากเย็น ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม โครงการพัฒนาชุมชน การสอนหนังสือเด็ก

ความเชื่อมโยงของพลังสร้างสรรค์

นวัตกรรมเพื่อสังคมคือการเชื่อมโยงระหว่างความคิดและจินตนาการของคนเข้าด้วยกันกับองค์กรที่มีพลังและเงินทุนในการผลักดันให้ความคิดต่างๆ เกิดขึ้นได้ในความจริง สิ่งสำคัญสำหรับนวัตกรรมเพื่อสังคมก็คือ การหาตัวกลางที่เรียกว่า Social Connector ทำหน้าที่เชื่อมโยงทั้งคน ความคิด และทรัพยากรหรือเงินทุนเข้าด้วยกัน

ตัวกลางที่ว่ามีได้ตั้งแต่ระดับบุคคลที่ใช้ความสามารถในการเชื่อมโยงและประสานทรัพยากรต่างๆ เข้าหากันเพื่อผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามความถนัดหรือความสนใจของตน ไปจนถึงองค์กรระดับโลกที่มีองค์ความรู้และกระบวนการทำงาน รวมถึงการจัดการและแบ่งปันความรู้ นั้นอย่างเป็นระบบ

ChangeFusion: The Brokerage of Changes

Change Fusion คือหน่วยงานสนับสนุนนวัตกรรมเพื่อสังคมซึ่งเป็นที่รู้จักดีในเมืองไทย โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่างๆ เข้าหากัน เพื่อผลักดันโครงการต่างๆ ที่สร้างให้เกิดผลประโยชน์ทางสังคม

อีกบทบาทหนึ่งของ ChangeFusion ซึ่งอยู่ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ก็คือ การลงทุนเพื่อสังคม ซึ่งไม่จำกัดการลงทุนอยู่แต่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการสนับสนุนงานในต่างประเทศ โดยเน้นว่าไม่ใช่การ “ให้เปล่า” แต่เป็นการลงทุนที่มีผลตอบแทน โดยหนึ่งในการคัดเลือกโครงการที่น่าสนใจคือ

นักบุกเบิกรุ่นใหม่

การวิเคราะห์ทางธุรกิจแบบดั้งเดิมที่คำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ที่เรียกว่าโมเดล PEST (Political, Economic, Social and Technology) นั้น ไม่เพียงพออีกต่อไป แต่ต้องผนวกเอาเรื่องของสิ่งแวดล้อมความเป็นธรรมทางสังคม และบรรษัทภิบาล หรือโมเดล ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) เข้าไว้ด้วย

ไม่เพียงแต่ความเชื่อจากหลายฝ่ายว่า รูปแบบการจัดการแบบธุรกิจคือสิ่งที่ยั่งยืนที่สุดในเรื่อง การสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม สังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงก็ได้สร้างความ ต้องการอันหมายถึงโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ตระหนักถึงความจริงข้อนี้ ก็ได้เริ่มปรับโมเดลธุรกิจให้เป็นกันบ้างแล้ว

“ผมมีความเชื่อว่าธุรกิจคือผู้สร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงและเป็นกำลังสำคัญในการ แก้ปัญหาสภาพอากาศเปลี่ยนแปลงเพราะสิ่งที่ธุรกิจทำได้ดีที่สุดก็คือ การสร้างนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลง การจัดการความเสี่ยง และการค้นหาโอกาสในทุกๆ สิ่ง” ริชาร์ด แบรินสัน

People Planet Profit

การลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อสังคม หรือ SRI นี้ คือแนวคิดในการลงทุนที่มีจุดมุ่งหมายในการ สร้างผลตอบแทนทางการเงินและคุณภาพของสังคมสูงที่สุดในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไป นักลงทุนที่ รับผิดชอบต่อสังคมจะให้ความสนใจลงทุนในธุรกิจที่มีวิถึปฏิบัติที่ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม การ ปกป้องคุ้มครองผู้บริโภคสิทธิมนุษยชน รวมถึงส่งเสริมความหลากหลายในด้านต่างๆ หรือพูดง่ายๆ คือ เป็นการลงทุนที่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และ สิ่งแวดล้อม (Environment) นั่นเอง

วิถีใหม่ในทุกๆ อย่าง

เทคโนโลยีไม่เพียงแต่เปิดพื้นที่สำหรับความร่วมมือเท่านั้นแต่ยังรวมถึงรูปแบบหรือแพลตฟอร์มใหม่สำหรับทุกๆ อย่างไม่ว่าจะเป็นโมเดลธุรกิจ ตลาด การลงทุน โครงสร้างการทำงาน (ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคม) ลือไปจนถึงการตรวจสอบและประเมินผล

ดูเหมือนว่า การพัฒนาที่มุ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาในศตวรรษที่ผ่านมา จะไม่เพียงพออีกต่อไปในสังคมเปิดของศตวรรษที่ 21 นี้ แต่เราต้องการวิธีคิดแบบใหม่ ที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและพลังทางสังคม และทำให้การพัฒนาหมายถึงการสร้างให้เกิดคุณค่าต่อสังคมและมนุษยชาติ (Humanistic Value) ไปด้วยพร้อมๆ กัน (The Open Book of Social Innovation โดย The Young Foundation และ NESTA)

CSR หลายมิติเป้าหมายสู่ความยั่งยืน

การสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมหรือ Creating Shared Value ซึ่งที่เนสท์เล่เรียกว่า “CSV” เป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่ฝังลึกอยู่ในดีเอ็นเอ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทใน พ.ศ. 2409 เป็นต้นมา

ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์กูรูชื่อดังด้านบริหารจัดการ จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เพิ่งมานิยามชื่อของแนว CSV เมื่อ พ.ศ. 2548 โดยเอาทฤษฎีมาจับสิ่งที่องค์กรเนสท์เล่ได้ดำเนินการมาหลายสิบปีในการทำธุรกิจ และอธิบายว่าเป็นแนวทางที่นำไปสู่การเพิ่ม “ขีดความสามารถในการแข่งขัน” ขององค์กร ขณะเดียวกันก็เสริมสร้างศักยภาพและการเติบโตทางสังคมของชุมชนโดยรอบ จึงกล่าวได้ว่าเป็นแนวทางบริหารทรัพยากรเพื่อมุ่งไปสู่ความยั่งยืน (Sustainability) ที่องค์กรทำเพื่อสร้างคุณค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งองค์กรและสังคมให้ดีขึ้นไปพร้อมๆ กัน

อย่างเนสท์เล่(ไทย)มุ่งเน้น 3 ประเด็นสำคัญที่เหมาะสมกับศักยภาพขององค์กร ได้แก่

- 1.การพัฒนาด้านโภชนาการเพื่อผู้บริโภค
- 2.การบริหารจัดการทรัพยากร
- 3.การพัฒนาชุมชน

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฉบับที่ 161 วันที่ 2 – 8 มกราคม 2555)

อลิอันซ์ปาล์ม ติดอันดับผู้นำธุรกิจ เปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซคาร์บอน

The 2011 European Carbon Disclosure Project (CDP) ได้เผยแพร่รายงานระดับโลกและระดับประเทศเยอรมนีหลายฉบับ โดยระบุว่ากลุ่มอลิอันซ์ ได้คะแนนสูงสุดและได้รับยกย่อง ในฐานะบริษัทผู้นำด้านการเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซคาร์บอนซึ่งจะมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

แดเนียล เดิร์ค หัวหน้าศูนย์การพัฒนาความสามารถของกิจกรรมเพื่อสังคมและเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มอลิอันซ์ เปิดเผยว่า “ เพราะภาวะโลกร้อนได้ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในธุรกิจประกัน กลุ่มอลิอันซ์ จึงได้ดำเนินกลยุทธ์ที่มีช่วยลดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศเพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยผ่านทางผลิตภัณฑ์และการบริการ การลงทุน ตลอดจนการดำเนินงานภายในเพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบของภาวะโลกร้อนที่จะส่งผลกระทบต่อลูกค้าและธุรกิจของอลิอันซ์เอง”

อยุธยาอลิอันซ์ ซีพี ตระหนักถึงผลกระทบ จากภาวะโลกร้อน และได้ปรับเปลี่ยนขั้นตอนการดำเนินงานและนโยบายภายในองค์กร และในฐานะองค์กรธุรกิจที่ต้องมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมโลก

จึงได้แสดงจุดยืน สนับสนุนการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั่วโลก รวมถึงการรณรงค์ช่วยลดภาวะโลกร้อนทั้งในประเทศนอกรังค์ โดยการให้ข้อมูลแก่พนักงาน ตัวแทนฝ่ายขาย และลูกค้า เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ทุกคนร่วมกันแก้ปัญหาอย่างต่อเนื่อง (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฉบับที่ 159 วันที่ 19-25 ธันวาคม 2554)

แนวคิดการบริหาร Happy Planet Index

จริงๆ ก็ได้มีการพูดถึงไปถึงเรื่องของ GNH (Gross national happiness) กันมาพอสมควร แต่วันนี้อยากจะแนะนำอีกหนึ่งตัวชี้วัดที่น่าสนใจสำหรับการวัดความเป็นอยู่ที่ดีและมีความสุขของประชากร นั่นคือ happy planet Index ที่ NEF(New Economic Foundation) ของอังกฤษ ได้พัฒนาขึ้นมา ตัววัดนี้ไม่ได้ดูที่ความสุขอย่างเดียวแต่มองที่การใช้ทรัพยากรของประเทศด้วย

HPI เกิดจากการนำเอาเรื่องของความสุขหารด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

จริง ๆ แล้ว ยังมีรายละเอียดซ่อนอยู่พอสมควรเช่น ในเรื่องของความสุขนั้นก็ดูที่อายุเฉลี่ยของประชากร (Life Expectancy) ซึ่งของประเทศไทยนั้นอยู่ที่ 69.6 ปี (ค่าเฉลี่ย67.84) และ life Satisfaction หรือความสุขในชีวิตซึ่งเป็นการสำรวจโดย Gallup World Poll ซึ่งเขาสำรวจในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจำนวน 143 ประเทศโดยของประเทศไทยนั้น ความพอใจในชีวิตของคนไทยนั้นอยู่ที่ 6.3 (ค่าเฉลี่ยโลกอยู่ที่ 5.92)

คราวนี้มาดูที่ตัวปัจจัยนำเข้าที่เขาวัดจาก Ecological Footprint และมีหน่วยเป็น Global Hectares (gha) ซึ่งสะท้อนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของแต่ละประเทศและค่าที่สูงก็แสดงว่ายังใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากครับ สำหรับของประเทศไทยนั้นอยู่ที่ 2.1 โดยที่ค่าเฉลี่ยของโลกอยู่ที่ 2.88

เมื่อนำค่าทั้งสองมาคิดเป็น HPI ค่า HPI ของไทยอยู่ที่ 50.9 หรืออันดับที่ 41 จาก 143 ประเทศที่มีข้อมูล ซึ่งถ้าดูเพียงแค่นี้ก็ดูเหมือนจะดีนะครับ แต่ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านเราจะพบว่า Happy Planet Index ของเราจะต่ำกว่าเวียดนาม อินโดนีเซีย พม่า ลาว มาเลเซีย ครับ

ถ้ารัฐบาลหันมาให้ความสำคัญต่อความสุขของประชาชนมากขึ้น ประกอบกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ให้อยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุดนั้น น่าจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศในระยะยาว

ทางเลือกใหม่ของคนไทย ฉลากคาร์บอนช่วยลดโลกร้อน

ฉลากคาร์บอน คือ อะไร ? : ฉลากคาร์บอนคือฉลากที่แสดงว่าการผลิตสินค้าหรือการให้บริการนั้นมีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับต่ำเพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า

การขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอนในประเทศไทย ใช้แนวคิดการประเมินวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment; LCA) เพื่อประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการโดยแสดงผลอยู่ในรูปของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Co2 equivalent) ก่อนนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบการขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอนต่อไป

ฉลากคาร์บอนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ฉลากคาร์บอนประเภทพิจารณาทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และ ฉลากคาร์บอนประเภทพิจารณากระบวนการผลิต

สินค้าและบริการจะได้รับการอนุมัติ เพื่อขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอนโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานต่อไปนี้

1. กระบวนการผลิตมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงเฉลี่ยตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไประหว่างปี พ.ศ. 2545 ถึงปีล่าสุดที่ครบ 12 เดือน
2. กระบวนการผลิตมีระบบผลิตไฟฟ้าจากวัสดุชีวมวลหรือจากของเสียเพื่อใช้ภายในโรงงาน หรืออาจซื้อไฟฟ้าจากผู้ผลิตภายนอกได้แต่ต้องไม่เกินร้อยละ 5 ของปริมาณไฟฟ้าทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตสินค้า ครั้งนี้จะไม่มีการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในกระบวนการผลิต (ยกเว้นเพื่อการเริ่มต้นเดินระบบผลิตไฟฟ้าและเพื่อการเคลื่อนย้ายสิ่งของภายในพื้นที่สถานประกอบการเท่านั้น) และไม่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากของเสีย (น้ำเสียหรือกากของเสีย/ขยะมูลฝอย)
3. กรณีที่กระบวนการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในภาคอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ ขณะทำงานส่งเสริมการใช้ฉลากคาร์บอนจะพิจารณาเป็นกรณีไป

ข้อดีสำหรับสินค้าที่ได้รับฉลากคาร์บอน : ก่อให้เกิดประโยชน์ใน 3 ภาคส่วนใหญ่ คือ

1. ภาคส่วนของผู้บริโภคจะเป็นการช่วยส่งเสริมให้ประชาชนผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจกโดยตรง
 2. ภาคธุรกิจจะได้รับประโยชน์ในมิติที่ว่า การลดก๊าซเรือนกระจกเป็นการลดต้นทุนการผลิต ทั้งยังเป็นการแสดงภาพลักษณ์และเจตนารมณ์ในการรับผิดชอบต่อสังคม
 3. ภาคสังคม ช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิตตระหนักและพิจารณาปรับปรุงกระบวนการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคของประเทศลดต่ำลง
- (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฉบับที่ 162 วันที่ 9 – 15 มกราคม 2555)

ฉลากเขียว ฉลากสิ่งแวดล้อมของไทย

ถึงแม้ว่าหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย ได้มีมาตรการด้านกฎหมายออกมาเพื่อควบคุมและป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ถ้ามองในแง่ของการผลิตและจำหน่ายสินค้า ผู้บริโภคถือเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางของตลาดที่สามารถผลักดันให้เกิดการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้เช่นกัน

ฉลากสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในนโยบายสิ่งแวดล้อม ที่ใช้การตลาดเป็นเครื่องมือ รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้กับผู้บริโภค เกิดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปนั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันฉลากสิ่งแวดล้อมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

ประเภทที่ 1 เป็นฉลากสิ่งแวดล้อมภาคความสมัครใจโดยผลิตภัณฑ์ต้องผ่านเกณฑ์การทดสอบด้านมาตรฐานคุณภาพและด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งพิจารณาจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Consideration) โดยมีบุคคลที่สามเป็นผู้ให้การรับรอง

ประเภทที่ 2 เป็นฉลากสิ่งแวดล้อมที่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการทำการรับรองตนเองว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนประเภทที่ 3 เป็นฉลากสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณของผลิตภัณฑ์ ภายใต้เงื่อนไขในการวัดผลตามกลุ่มค่าที่กำหนดโดยองค์การอิสระที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โดยเงื่อนไขในการกำหนดเกณฑ์ต้องเป็นไปตามหลักการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life cycle assessment)

สำหรับฉลากเขียวของประเทศไทยนั้นจัดเป็นฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1

โครงการฉลากเขียวเกิดขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 โดยคณะกรรมการนักธุรกิจ เพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Business Council For Sustainable Development : TBCSD) ซึ่งได้รับความเห็นชอบและความร่วมมือจากกระทรวงอุตสาหกรรมกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และองค์กรเอกชนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยทำหน้าที่เลขานุการโครงการ (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฉบับที่ 162 วันที่ 9 – 15 มกราคม 2555)

โตโยต้า พาวิลเลียน

สร้างสรรค์สังคมแห่งความยั่งยืน

“โตโยต้า พาวิลเลียน” ในงานบีไอโอแอร์ 2011 จัดแสดงภายใต้แนวคิด “Toyota Leads The Way Towards Better Sustainable Mobility Society” เพื่อสื่อถึง การสร้างสมดุลระหว่างมนุษย์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมอย่างกลมกลืนและก่อให้เกิดสังคมแห่งความยั่งยืน ใน 3 โชน คือ โชน Happy Living With Toyota จัดแสดงการมีส่วนร่วมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการยกระดับการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตจากภายในสู่ชุมชนผ่านเครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

โชน Advanced Technology With Toyota สัมผัสความล้ำสมัยกับรถยนต์แบบ “Prius C” ที่สะท้อนความเป็นผู้นำนวัตกรรมยานยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โชน Sustainable Future Living With Toyota เทคโนโลยีแห่งอนาคต “Smart Grid” ระบบบริหารจัดการพลังงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อพลังงานที่สะอาดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึง การแสดงบรรยากาศจำลองแห่งอนาคตแบบ 3 มิติ ที่แสดงเรื่องราวการใช้ชีวิตในโลกอนาคต ด้วยการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 9 – 15 มกราคม 2555)

สูตรปั้นคน CPF จิตอาสาพื้นฐานสู่ CSR ทั้งระบบ

สุวัฒน์ ทองธนากุล

อดิเรก ศรีประทักษ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ซีพีเอฟ อธิบายว่า “CPF WAY ถือเป็นตัวจักรสำคัญที่ทำให้คนของซีพีเอฟ เป็นคนเก่ง คนดี มีจริยธรรม และนำพาธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารพัฒนาไปอย่างยั่งยืน และทำให้พนักงานของเรามีจิตอาสาพร้อมที่จะทำเพื่อสังคม”

“เราเชื่อว่าที่บริษัทประสบความสำเร็จเติบโตมาได้ทุกวันนี้ก็เพราะคนของเรามีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และคุณธรรม และที่สำคัญคือเราคำนึงถึงประโยชน์ชุมชน สังคม ประเทศชาติโดยการพัฒนา พนักงานทุกคนจะถูกปลูกฝังเรื่องการมีจริยธรรมที่ดีที่การทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมและเน้นการทำธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและโปร่งใสในทุกขั้นตอน

การพัฒนาคนให้เก่ง พนักงานต้องเก่งแบบมืออาชีพ คือรู้จริงและปฏิบัติได้จริง โดยทุกกลุ่มธุรกิจจะมีศูนย์การเรียนรู้สู่ความเป็นมืออาชีพ (เก่งงาน) มีการเรียนในชั้นเรียน และเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แล้วประเมินผลโดยการสอบว่ารู้จริงและเก่งจริงหรือไม่ จากนั้นก็จะมี การ Coach โดยผู้เชี่ยวชาญ ที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้สู่พนักงานทุกระดับ

ส่วนการพัฒนา “ภาวะผู้นำ” (Leadership) ในตัวผู้บริหารนั้น ผู้นำของซีพีเอฟต้องเก่งระดับมาตรฐานโลก โดยนอกจากจะต้องเป็นทั้งคนเก่งและคนดีแล้ว ยังต้องมีคุณสมบัติอีก 6 ประการ

ได้แก่ การรู้จักปรับปรุงตัวเองตลอดเวลา, การรู้จักให้, มีความจริงใจ, รู้จักให้อภัย, เป็นครูที่สามารถสอนคนในองค์กรได้ทุกระดับ และต้องขยันกว่าคนอื่น

การที่จะให้คนของซีพีเอฟเป็นทั้งคนเก่งและคนดีตามเป้าหมายนั้น พนักงานจะต้องมีความสุขในชีวิตเสียก่อน เราจึงต้องทำให้พนักงานมีความสุขพินและรักองค์กร โดยต้องตอบสนองพนักงานใน 5 มุมมอง ได้แก่ 1)การมีรายได้ดีมีสวัสดิการที่เหนือกว่าบริษัทอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน 2) การมอบหมายงานที่มีคุณค่าและท้าทาย 3)มีโอกาที่จะเจริญก้าวหน้า 4)ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 5)อยู่ในบรรยากาศการทำงานดี ซึ่งซีพีเอฟเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้ที่สุดแล้วจะกลายเป็นแรงกระตุ้นให้บุคลากรเกิดจิตอาสา นำไปสู่ CSR ได้อย่างยั่งยืน

ข้อคิด...

ผลลัพธ์ทางธุรกิจเป็นคำตอบที่ยืนยันได้ว่า เมื่อผู้บริหารสูงสุด (CEO) มีความเชื่อมั่นและสนับสนุนหลักการ CSR ทั้งกระบวนการบริหารธุรกิจ ก็จะเป็นพื้นฐานนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainable Growth)

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 26 กันยายน – 2 ตุลาคม 2554)

กฟผ.เคลื่อนองค์กรยั่งยืน CSR เป็นยุทธศาสตร์หลัก

สุวัฒน์ ทองธนากุล

ผมได้มีโอกาสเปิดดูหนังสือรายงานประจำปีฉบับล่าสุดของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ที่บอกเจตนารมณ์ว่า “เราเปลี่ยน...โลกเปลี่ยน”

เปลี่ยน พลังความจงรักภักดี เป็นพลังแห่งการสร้างสรรค์

เปลี่ยน ก๊าซคาร์บอนได้ออกไซด์ เป็นอากาศบริสุทธิ์

เปลี่ยน พลังธรรมชาติ เป็นพลังงานสะอาด

เปลี่ยน วันนี้เพื่อพรุ่งนี้ที่ดีกว่า

เป็นการแสดงจุดยืนที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึงการบริหารองค์กรที่ยึดหลัก CSR หรือ Corporate Social Responsibility อย่างมียุทธศาสตร์

เมื่อได้สนทนากับ ธวัช วัจนะพรสิทธิ์ รองผู้อำนวยการกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อมก็ยิ่งชัดเจนว่า กฟผ.นั้นมอง CSR ว่าจะต้องเริ่มจากภายในองค์กร แสดงว่าต้องมีกิจการที่ดี และเก่งคือมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และคุณธรรม ก่อนที่จะพูดเรื่องออกไปช่วยเหลือสังคมภายนอก

ทิศทางการดำเนินงานด้าน CSR ของ กฟผ. เริ่มจากผู้ว่าการ สุทัศน์ ปัทมสิริวัฒน์ ที่มีบทบาทนำด้วยการประกาศนโยบาย CSR เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

มิติแรก กฟผ.เน้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR-in process) โดยคำนึงถึงการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ กฟผ. ซึ่ง กฟผ. มุ่งดำเนินการให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO26000)

มิติที่สอง กฟผ.มุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือมุ่งให้พนักงานเห็นความสำคัญและมีส่วนร่วม

รองผู้ว่าธวัช กล่าวถึงแผนงานในปี นี้ว่าจะเน้นการประสานงานเชิงรุกกับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล ในการดูแลเสถียรภาพความมั่นคงและยั่งยืนด้านพลังงานไฟฟ้าของประเทศไทย ขณะเดียวกันด้านกิจกรรมจะมุ่งที่การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมและประโยชน์ที่สังคมชุมชนจะได้รับ โดย

ต้องการเห็นชุมชนที่อยู่รอบหน่วยงาน กฟผ.มีคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง และอยู่ร่วมกันด้วยความเข้าใจกันเสมือนญาติใกล้ชิด

ข้อคิด...

กฟผ.มีการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล (CG) ที่ยืนยันความถูกต้อง เป็นธรรม และโปร่งใส รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการดำเนินงาน

เห็นได้ชัดจากการที่เป็นรัฐวิสาหกิจแรกที่มีการจัดตั้งสายงานระดับรองผู้ว่าการดูแลกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม และถึงขนาดกำหนดให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินกิจการ

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน วันที่ 12 – 18 กันยายน 2554)

ถอดรหัสกิจกรรมได้กุ่มงั้นจัดการขยะชายหาด

สุวัฒน์ ทองธนากุล

โครงการอนุรักษ์ชายฝั่งสากล เป็นโครงการที่กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา จัดขึ้นมาต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ปีนี้ กลุ่มธุรกิจ “โค้ก” ในประเทศไทย ร่วมกับกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และอำเภอปะทิว ระดมอาสาสมัครกว่า 400 คน ซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชนใกล้เคียง และพนักงานของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ร่วมกันเก็บขยะและแยกขยะ บริเวณชายฝั่งทะเลหาดทุ่งวัวแล่น จ.ชุมพร ยิ่งกว่านั้น กรมฯ จัดนักประดาน้ำกว่า 40 คน ร่วมเก็บขยะใต้ท้องทะเลในบริเวณเดียวกัน นี่จึงนับเป็นโครงการระดับโลกในไทยที่มีอาสาสมัครร่วมใจเก็บขยะชายหาดครั้งใหญ่ที่สุดของโลก

อาร์ชวิส เจริญศิลป์ ผู้อำนวยการองค์กรสัมพันธ์และการสื่อสาร บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “แม้ว่าการเก็บขยะในโครงการอนุรักษ์ชายฝั่งสากลที่ทำกันทั่วโลกนั้น จะมีขึ้นปีละครั้ง แต่ก็ถือเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้โคคา-โคลา มีความมุ่งมั่นของเราในด้านการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิด “LIVE POSITIVELY ร่วมทำสิ่งดีๆ เพื่อเรา...เพื่อโลก” ด้วยการลดการใช้ (Reduce) และนำกลับมาเพื่อส่งไปรีไซเคิล”

ข้อคิด...

“เพราะเห็นความสำคัญของแหล่งน้ำต่อสังคม จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นตัวอย่างที่ดีในการทำธุรกิจควบคู่ไปกับการอนุรักษ์น้ำและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การดำเนินธุรกิจและกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยก็ด้วยความมุ่งหวังว่าจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกได้”

การที่นำข้อมูลจากการเก็บขยะของ “โครงการอนุรักษ์ชายฝั่งสากล” ในประเทศไทยไปศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ไข และสร้างจิตสำนึกด้านมลภาวะทางน้ำ และเป็นแรงผลักดันสำคัญในการสร้างนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของโคคา-โคลาทั่วโลก จึงเป็นตัวอย่างที่ดีที่มีการต่อยอดไปสู่นวัตกรรมระดับโลกได้

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 3 – 9 ตุลาคม 2554)

ธุรกิจมี CSR เกี่ยวอะไรกับความยั่งยืน

สุวัฒน์ ทองธนากุล

จากดัชนีชี้วัดความยั่งยืนธุรกิจ “Down Jones Sustainability Indexes” พบความเชื่อมโยงที่น่าสนใจ ก็คือ “ธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม มีการเติบโตทางการเงินอย่างต่อเนื่อง และอยู่ในระดับที่สูงกว่าบริษัททั่วไป

ข้อมูลนี้เป็นเครื่องหมายยืนยันได้ระดับหนึ่งว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือการมี CSR มีผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของธุรกิจ

เพื่อผมได้รับข้อมูลจากการปาฐกถาเรื่อง “CSR กับการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน” โดยนพพร เรืองสกุล ประธานกรรมการคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ซึ่งน่าสนใจดี ผมจึงขอเรียบเรียงมาบอกต่อครับ

มาดูว่าความยั่งยืนที่พูดๆ กัน คืออะไร ความยั่งยืนเป็นการอยู่ การทำธุรกิจ ที่ต้องทำตามหน้าที่ เป็นคนที่อยู่เบา ไม่เบียดเบียนตัวเอง และไม่เบียดเบียนสภาพแวดล้อม เพราะฉะนั้น งานรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดความยั่งยืนขึ้นมา เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะต้องทำงานโดยกระบวนการที่ไม่เบียดเบียนคนอื่น และทำประโยชน์ให้กับสังคม ในฐานะที่เป็นผู้ให้ร่างกาย และความคิดที่ได้ประโยชน์ทั้งต่อกิจการและต่อสังคม

ในต่างประเทศมหาวิทยาลัยชั้นนำอยู่ในกลุ่มที่ใส่ใจในอนาคตของตัวเองและมีกลุ่มที่จะทำให้เกิดการผลักดันให้เกิดความสนใจในสังคม และเกิดเป็นนโยบายสาธารณะ เป็นต้นแบบให้กับนักศึกษา มหาวิทยาลัยหลายแห่งมีนโยบายว่า การสร้างอาคารใหม่ทุกอาคารต้องได้มาตรฐาน Leed ระดับทอง มีสวนผัก และดอกไม้ ซึ่งนักศึกษาปลูกกันเอง ไม่ได้จ้างคนอื่นมานั่งปลูกให้นักศึกษาดู ปลูกเอง และผลผลิตเหล่านี้ก็ใช้กินกันเองในมหาวิทยาลัย ตัดการใช้พลังงานลง มีนโยบายว่าจะตัดลงได้ก็เปอร์เซ็นต์ต่อปี

ทำไมเราต้องทำเรื่องนี้ อาจจะเป็นเรื่องสำคัญเรื่องต่อไป เรื่องนี้เป็นการเรียกร้องจากฝ่ายผู้ซื้อ เพราะทั้งโลกทำกัน ฝรั่งเศสบังคับด้วยมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่เลยไปถึงกระบวนการผลิต ตามมาด้วยการโน้มน้าวด้วยรายงาน ไม่แน่ว่าต่อไปอาจจะเป็นกึ่งบังคับ อาจจะมีมองได้ว่าเป็นการกีดกันทางการค้ารูปแบบหนึ่ง แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์

ถ้าหากว่าเราจะหาจุดขายประเทศไทยของเราในด้านการเป็นจุดหมายปลายทางที่ต่อไปก็ต้องแข่งขันในด้านนี้ด้วย เพราะผู้ตัดสินใจที่จะเลือกที่จัดประชุมที่ประเทศไหน จะนำตัวนี้เป็นตัววัดในการที่จะเลือกประเทศ นี่เป็นพลังของฝ่ายที่มีอำนาจซื้อที่จะกลับมาบังคับผู้ผลิต

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 25 ธันวาคม 2554 – 1 มกราคม 2555)

ชิงแชมป์โลก “SIFE” จุดพลังอาสาพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

สุวัฒน์ ทองธนากุล

ถ้าจะกล่าวถึงบทบาทของนิสิตนักศึกษาในแง่ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR ด้านการพัฒนาชุมชน ยุคนี้ระดับโลกกำลังจับตาที่โครงการ SIFE (Students in Free Enterprise) ซึ่งดำเนินการโดย SIFE Worldwide ที่เป็นองค์กรระดับโลกที่ไม่แสวงหากำไร

มูลนิธิรากแก้ว ผู้บริหารโครงการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน หรือ SIFE ในประเทศไทย ได้นำทีมนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นทีมชนะเลิศประกวดโครงการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนระดับประเทศ เดินทางไปเข้าร่วมแข่งขันแชมป์โลก SIFE World Cup 2011 ซึ่งจัดที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย โดยมีทีมที่เข้าร่วมประกวดจาก 39 ประเทศทั่วโลก มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 1,500 คน

ที่มนิสิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เสนอผลงาน ด้วยโครงการ “Soil Booster” ที่ช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนโดยการลดการใช้ปุ๋ยเคมีด้วยการทำน้ำปุ๋ยหมักมูลไส้เดือน

ส่วนอีกโครงการหนึ่ง Amazing Kohkred (อเมซิ่งเกาะเกร็ด) เป็นการสร้างรายได้ หล่อเลี้ยงวัฒนธรรม เยาวชนภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง

แม้ที่มนิสิตจุฬาฯ จะเข้าไม่ถึงรอบสุดท้าย แต่ผมก็ได้เห็นความตั้งใจและความภาคภูมิใจที่ได้อัปเกรดเวทีระดับโลกในการเสนอแผนกิจกรรมพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ที่มีกระบวนการเชิงกลยุทธ์ (หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ วันที่ 17 – 23 ตุลาคม 2554)

แนวโน้ม “กระแสสีเขียว”

ทิศทางบริหารองค์กรอย่างยั่งยืน

สัปดาห์ที่ผ่านมาสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนาและกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จัดงานสัมมนา “จับตาแนวโน้มกระแสสีเขียว สู่ทิศทางการบริหารองค์กรอย่างยั่งยืน” เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบและโอกาสที่มาพร้อมกับกระแสเรื่องการให้ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิตและการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้องค์กรธุรกิจต่างๆ ในทุกภาคส่วนปรับตัวและเตรียมความพร้อมรับมือกับการแข่งขันทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในการเปิดกว้างของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) ในปี 2558

พานิช เหล่าศิริรัตน์ ผู้อำนวยการสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน กลายมาเป็น Megatrend ที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบแนวคิดของความยั่งยืนดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หากยังถือเป็นโอกาสทางธุรกิจอย่างหนึ่ง

“มีบางคนพูดว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่พอเราตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อม จะพบว่าทั้งสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจสามารถเติบโตไปด้วยกันได้ ในการพัฒนาองค์กรจะต้องทำสองเรื่องนี้ไปพร้อมกัน” ผู้อำนวยการสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ อธิบาย

วัชรศรณี ลิ้มสวัสดิ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าการพัฒนา อธิบายว่า มาตรการปรับค่าคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดน (Border Carbon Adjustment : BCA) ที่ต้องมีเพราะ 23% ของค่าคาร์บอนเกิดจากการส่งออกจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่ง และหนึ่งส่วนสี่ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในจีนเกิดจากการผลิตเพื่อส่งออก

เหตุผลจริงๆ ของการเกิด BCA ขึ้นมาก็คือ ประการแรก ป้องกันเรื่องสิ่งแวดล้อม ประการที่สอง มีการย้ายฐานการผลิตของนักลงทุนจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ไปยังประเทศกำลังพัฒนาที่มีความเข้มงวดน้อยในเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทำให้ประชาชนอเมริกันตกงาน

ไชยยศ บุญญาภิกิจ รองประธานสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยกล่าวว่า ในทำเนียบผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีประเทศที่มีสินค้าอยู่ในลิสต์มากที่สุดคือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือจีน ส่วนประเทศไทยอยู่ในอันดับ 4 ซึ่งสินค้าที่จะอยู่ในลิสต์ได้ต้อง ประการแรก คุณภาพดี ประการที่สอง เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บางคนสงสัยว่าความเป็นกรีนกับองค์กรนั้นจะไปด้วยกันอย่างไร รมผู้อำนวยการสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ คลายข้อสงสัยว่า หลายองค์กรที่ทำเรื่อง LEAN มาก่อนจะทำเรื่องนี้ได้เร็วมาก

เนื่องจากในกระบวนการ LEAN ได้พูดถึงเรื่องเหล่านี้ไว้พอสมควร สิ่งที่ต้องควรทำในปัจจุบันคือ ต้องปรับเรื่องแนวคิด ด้วยการเริ่มจากการวางแผนกลยุทธ์องค์กรว่าบริการหลักหรือผลิตภัณฑ์หลักขององค์กรคืออะไร จากนั้นวางแผนต่อไปว่าองค์กรจะต้องใช้วัตถุดิบอะไรบ้าง

เมื่อวางแผนกลยุทธ์แล้ว วิธีต่อไปคือการทำให้สำเร็จ (Implement) ไม่ใช่แค่วางแผนเท่านั้น แต่ต้องบุคลากรเข้าไปดูแลด้วย

บางบริษัทมีการวางแผนดี แต่ผลลัพธ์ออกมาไม่ดี จริงแล้วมันเกี่ยวข้องกับขบวนการ LEAN ที่พูดถึงเรื่อง Waste 7 ประการที่เกี่ยวกับการลดการใช้ทรัพยากร การวาง KPI ใดๆในเรื่องการควบคุมสิ่งแวดล้อมเป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะต้องไม่กระทบต่อการผลิตสินค้า เพราะ LEAN เริ่มจากลูกค้าก่อนว่าต้องการอะไร แล้วมีกระบวนการอะไรจึงจะไปตอบสนองความต้องการนั้นได้ ที่สำคัญต้องตั้งโจทย์ของคำว่า “กำไร” ใหม่ว่าจะได้กำไรจากการลดใช้ทรัพยากรเท่าไร ไม่ใช่ได้กำไรจากการเพิ่มราคา

ชลธร ดำรงศักดิ์ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมคุณภาพงาน บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) อธิบายถึงเหตุผลที่ต้องหันมาให้ความสนใจกับกระแสสีเขียวว่า ประการแรก เนื่องจากโลกเปลี่ยนแปลงเยอะมาก ประการที่สอง การใช้ และทำลายทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับการทำไอโค แวลู ของเอสซีจี ไม่ใช่เรื่องที่เพิ่งคิดกันวันนี้ และทำวันนี้ แต่คิดมานานแล้วดังจะเห็นได้จากวิสัยทัศน์ที่วางไว้ตั้งแต่ปี 2550 ที่ว่า จะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องบรรษัทภิบาล และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 12 – 18 กันยายน 2554)

ธุรกิจขนาด SME โดดเด่นด้วย CSR ในธุรกิจ

เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิง จำกัด กล่าวถึงคุณค่าที่เกิดขึ้นหลังจากการเปลี่ยนแนวคิดจากการทำธุรกิจเพื่อมุ่งแต่ผลกำไร มาเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมว่า การจัดการกระบวนการจัดการภายในอย่างมีประสิทธิภาพ ที่อาจจะถูกมองว่าเป็นค่าใช้จ่ายในตอนแรก นั้นได้คืนทุนอย่างรวดเร็ว และให้ผลคุ้มค่า ทำให้หลายปีมานี้ เขาสามารถยึตราคาสินค้า โดยไม่เพิ่มราคา ทั้งๆที่ต้นทุนเพิ่ม

เราทำเรื่องสิ่งแวดล้อมก่อน พยายามให้พนักงานมีส่วนร่วมจัดเป็นทีม ซึ่งพอทำแล้วก็พบว่า เป็นการลงทุนที่คุ้มค่ามาก ทุกเรื่องคืนทุนอย่างรวดเร็วมาก

อีกเรื่องก็คือ การดูแลพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน

ล่าสุดเรื่องสิ่งแวดล้อมตามเกณฑ์ ISO 26000 ผมคิดว่า CSR คือสิ่งที่ทำด้วยความตั้งใจขององค์กรและคนในองค์กร ไม่ใช่แค่กฎหมายบังคับ

เกรียงศักดิ์ ยืนยันว่าแนวทางซีเอสอาร์ของอำพลฟูดส์นั้นจะดูแลทุกกระบวนการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ผู้บริหาร อำพลฟูดส์ ยืนยันว่า ทุกครั้งที่ออกสินค้าใหม่ทั้งฝ่ายวิจัยและฝ่ายพัฒนา (R&D) จะคำนึงว่าสินค้านั้นจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ขณะเดียวกันกลยุทธ์ “การตลาดเพื่อสังคม” ก็เป็นแนวทางที่ได้รับคำชื่นชมจึงมีผลดีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

บุญชาญ กุลวาทัญญู ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย เป็นอีกตัวอย่างที่มีบทบาทส่งเสริมให้กิจการขนาดย่อมมี CSR ได้ด้วย

ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา คิดถึงวิธีทำให้ธุรกิจ SME อยู่รอดแต่จริงๆ ก็คิดถึงตัวธนาคารเองว่าจะอยู่รอด ได้ยังไง เพราะถ้าลูกค้ารอด ธนาคารก็รอด ฉะนั้น จึงตบใจทยให้ได้ว่า อะไรคือ “หัวใจของความสำเร็จ”

บุญชาน กล่าวว่า CSR เป็นเรื่องของ “ข้างใน” คือ ต้องมาจาก “จิตใจ” ของเราที่อยากจะทำจริง ๆ ไม่ใช่ทำเพื่อสร้างภาพ ทำเพื่อภาพลักษณ์ขององค์กร

“สำหรับ SME ที่เราพยายามจะให้อंकความรู้ัน เรื่อง CSR เป็น 1 ในเรื่องที่เราคิดว่าต้องเป็น The Must คือ สิ่งที่เราต้องให้กับผู้ประกอบการจริง ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SME”

กติกาลูกโลกบังคับให้เราต้องทำ CSR อย่างจริงจัง พร้อมกับ AEC ซึ่งสองสิ่งนี้บุญชานกล่าวว่า ต้องทำควบคู่ไปซึ่งหมายถึงการเป็นกิจการที่ดี ขณะเดียวกันก็มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ทันต่อการแข่งขันในยุคประชาคมเศรษฐกิจเสรี

(หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฉบับที่ 142 วันที่ 15-21 สิงหาคม 2554)

ขยะ CSR กับกิจการเพื่อสังคม

Social enterprise มีเป้าหมายชัดเจนอยู่ที่การทำให้คุณภาพชีวิตคนยากจน หรือคนที่เสียเปรียบในสังคมดีขึ้น ไม่ใช่ด้วยการเอาเงินไปสงเคราะห์ หรือเอาของไปแจก แต่ไปทำธุรกิจ “ร่วม” กับคนเหล่านั้น ภายใต้รูปแบบต่าง ๆ กัน ตามแต่สภาพของแต่ละที่ หรือ คนแต่ละกลุ่ม

ลักษณะสำคัญของ Social enterprise คือการทำธุรกิจ ที่มุ่งทำให้เกิดประโยชน์ กับคนยากจน หรือคนที่ด้อยโอกาสในสังคม ไม่ใช่การทำโครงการให้ความช่วยเหลือคนยากจน

แปลว่า ต้องมีการหาสิ่งที่เรียกว่า รูปแบบทางธุรกิจ(business model) ให้เจอว่า จะทำธุรกิจ (ผลิต หรือขายของ หรือขายบริการ) อะไร และจะได้เงินมาทำให้กิจการอยู่ได้ ینگ และที่สำคัญสุดคือ ธุรกิจ หรือกิจการนั้น ๆ ทำให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายดีขึ้นینگ พุดง่าย ๆ คือ คนจน หรือคนด้อยโอกาส กลายเป็น “หุ้นส่วน” คนสำคัญของ กิจการ หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม

รูปแบบการเป็นหุ้นส่วน อาจแตกต่างกันในรายละเอียด แต่อย่างน้อยมี 3 เรื่องหลัก ๆ

เรื่องแรก คือ การได้ส่วนแบ่งที่เป็นธรรมจากธุรกิจ

เรื่องที่สอง คือ การแบ่งภาระความเสี่ยงที่เป็นธรรม

ส่วนที่สาม น่าจะเป็นการทำงานร่วมกัน อย่างมีศักดิ์ศรี อาจไม่ถึงกับร่วมตัดสินใจ ในทุกขั้นตอน แต่ก็ไม่ใช่เป็นแบบนายจ้างกับลูกจ้าง หรือหัวหน้ากับลูกน้อง

(ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 142 วันที่ 15-21 สิงหาคม 2554)

กติกา “รักษ์โลก” เป็นโอกาสหรืออุปสรรค

แนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Development ที่เรียกว่าย่อ SD เป็นที่อ้างอิงในยุทธศาสตร์ธุรกิจอย่างกว้างขวางมากขึ้น

การดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอน ทุกกระบวนการที่คำนึงถึงการผลิตเพื่อส่งสิ่งที่มีคุณค่าและความพอใจของผู้บริโภคโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมกันนับเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกเป็นสัญลักษณ์ว่า Green ซึ่งเป็นแนวทางที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายพร้อมจะคบ-ค้า และสนับสนุนซึ่งกันเป็นผลลัพธ์ให้เกิด “ความยั่งยืน” ของธุรกิจได้

การกำหนดให้สินค้าของกินของใช้ติดเครื่องหมายที่แสดงมาตรฐานความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีทั้งในระดับสากล ซึ่งแนวโน้มจะมีมากขึ้นที่มาพร้อมกับความตื่นตัวของผู้บริโภคที่ต้องการเครื่องหมายเป็นข้อมูลของการเลือกซื้อ

ประเทศไทยก็รับกระแสนี้มาแล้ว เช่น “ฉลากเขียว” ที่ให้ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบจาก สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมว่ามีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่ารายทั่วไป

ขณะเดียวกันเราเห็นสินค้า หรือบริการอย่างติด “ฉลากคาร์บอน” ก็เป็นจุดเด่นว่าช่วยลด “ภาวะโลกร้อน” คาร์บอนไดออกไซด์ หรือมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกระดับต่ำให้ผู้บริโภคที่เห็นเครื่องหมายนี้จะได้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า

กติกาเหล่านี้จึงเป็น “โอกาส” กับธุรกิจที่ต้องการปรับตัว ปรับกระบวนการผลิต แล้วกล้าส่งให้ตรวจสอบมาตรฐานเพื่อให้ได้สิทธิในการติดเครื่องหมายซึ่งจะเป็น “จุดขาย” เรื่องความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม ขณะที่นับว่าจะ เป็น “อุปสรรค” สำหรับธุรกิจที่ยังคิดแบบเก่าที่ไม่ยอมปรับเปลี่ยนแนวทาง (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 162)

Next Generation “กรีนคาร์” จะครองโลก

แนวคิดหลักของการจัดงานโตเกียว มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 42 ทาง Japan Automobile Manufacturers Association กำหนดว่าเป็น Mobility can change the world หรือความเคลื่อนไหวที่เปลี่ยนแปลงโลก แนวคิดหลักนี้เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิตรถยนต์ทั้งหลายได้แสดงเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จึงไม่แปลกหากงานจัดแสดงรถยนต์ครั้งนี้จะเห็นรถทุกประเภท ทุกยี่ห้อ ต่างโชว์เทคโนโลยีรถไฟฟ้า รถไฮบริด รถปลั๊กอินไฮบริด และรถที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซลสะอาด

การจัดงานโตเกียว มอเตอร์โชว์ ครั้งนี้ เป็นการสานต่อ และ วางอนาคตของรถยนต์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นรถยนต์ที่ทุกคนสามารถใช้งานได้จริง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ดังที่หลายค่ายรถยนต์ ทั้งญี่ปุ่น อเมริกา และฝั่งยุโรป ได้ดำเนินการมาระยะหนึ่ง

มาดูแนวทางขับเคลื่อนรถยนต์สีเขียวทางตะวันตกกันบ้าง ไม่นานมานี้สหภาพความวิตกทางวิทยาศาสตร์หรือ Union of Concerned Scientists เพิ่งเปิดตัว ผลิตภัณฑ์ทางเทคโนโลยี ที่เรียกว่า Model E crossover ที่สามารถปิดการทำงานได้ด้วยตัวเอง

Model E crossover เป็นต้นแบบของรถยนต์ที่มีความสุดยอดทางด้านเทคโนโลยีที่กำกับรถยนต์ที่ขับเคลื่อน 4 ล้อ ที่สามารถปรับประเภทของพลังงานไปใช้ในระบบไฮบริด หรือพลังงานผสมพลังงานไฟฟ้า ไฮโดรเจนเซลล์พลังงานไฟฟ้าอย่างเดียวกันได้

การที่มีการตอบรับที่ดีของเทคโนโลยีดังกล่าว สหภาพดังกล่าวได้เตรียมการที่จะพัฒนาให้มีความก้าวหน้าในรถยนต์ครอบครัวและรถกระบะ ที่มาสามารถใช้ Model E ได้เช่นเดียวกัน

ประเด็นสำคัญคือต้นทุนของเทคโนโลยีดังกล่าวจะต้องมีระดับราคาที่ไม่แพงมากนัก เพื่อไม่เป็นการโอนภาระต้นทุนดังกล่าวไปสู่ผู้บริโภคและสนับสนุนการใช้รถยนต์ที่มีเทคโนโลยีเหล่านี้มากขึ้น (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 162 วันที่ 9-15 มกราคม 2554)

แนวโน้มกลยุทธ์แบรนด์กระตุ้นการรีไซเคิลปี 2012

ในการสำรวจแผนงานทางการตลาดของแบรนด์ชั้นนำในระดับโลกพบว่า แบรนด์ส่วนใหญ่เตรียมที่จะจัดโครงการและโปรโมทพิเศษในการที่จะพัฒนากระบวนการรีไซเคิลของลูกค้ำของตนเองอย่างชัดเจนตลอดปี 2012

แนวโน้มดังกล่าวมาจากความตระหนักว่าผู้บริโภคมีความสนใจและยินดีจะร่วมในกิจกรรมใดๆ ที่ไม่เป็นการระดมทุน ทำให้สภาพแวดล้อมดีขึ้น และลดการสร้างปัญญากับสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันลูกค้ำได้เพิ่มการยอมรับในการมีรายจ่ายทางการเงินเพิ่มขึ้นในการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการรีไซเคิล

ในบรรดาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรีไซเคิล ที่ดำเนินต่อเนื่องมาจากปี 2012 ได้แก่ โครงการของไนกี้ ที่เรียกว่า Re-Use a shoe ที่เปิดให้ลูกค้ำสามารถแปลงไนกี้เก่าเป็นผิวหน้าของสนามเด็กเล่น หรืออย่าง แบรนด์พาตาโกเนีย ที่เปิดโครงให้ลูกค้ำนำสินค้าเก่ามาเปลี่ยนเป็นเสื้อใหม่ของแบรนด์ได้

นอกจากนั้นการศึกษาของ JWT ได้ชี้ว่าในอนาคตอาหารจะเป็นประเด็นที่หยิบยกขึ้นมาเป็นมุมของการเพิ่มการเอาใจใส่ต่อสภาพแวดล้อมมากขึ้น

ตามรายงานการศึกษาของ JWT เชื่อว่าในปี 2012 นี้ ผู้บริโภคจะเพิ่มความใส่ใจและความพยายามจะเข้าร่วมในกิจกรรมที่ละการหันไปตัดสินใจเลือกอาหารโดยเพิ่มปัจจัยในการเลือกจากประเด็นที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม รวมทั้งการรีไซเคิลอาหารเหลือทิ้งในรูปแบบที่เป็นธรรมชาติมากขึ้น (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 162 วันที่ 9-15 มกราคม 2554)

ประชุมโลกร้อนฉายแววสดใส

เมื่อวันที่ 4-7 ธันวาคมที่ผ่านมาได้มีการประชุมที่เกี่ยวข้องระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ครั้งที่ 15 ชื่อ Global Warming Earth Summit ที่ให้ความสำคัญกับกรีนเฮาส์ เอฟเฟกส์ และภาวะโลกร้อน

พิธีสารเกียวโตที่เป็นผลมาจากการประชุมที่เกี่ยวข้องได้เป็นหนึ่งในความพยายามที่จะหาทางออกที่ดีนี้ แต่ดูเหมือนว่าแทบจะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบรรยากาศของโลกในทางที่กระตือรือร้นมากนัก แม้ว่าจะกำหนดกันว่าประเทศที่ปฏิบัติไม่ได้จะต้องจ่ายค่าปรับด้วย เพราะหลายประเทศที่ร่วมมือในการประชุมหรือกลายเป็นผู้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากขึ้นแทนที่จะลดลง และการปฏิบัติตามพิธีสารดังกล่าวอาจถูกมองว่าเป็นผลเสียต่อเศรษฐกิจที่ยืดพันธ์ูกพันมากเกินไป ซึ่งหมายถึงผลประโยชน์ส่วนตนของประเทศตนเองยังมาก่อนประโยชน์ในภาพรวมของโลก

หลักการที่สำคัญของพิธีสารเกียวโต ได้เกิดการกำหนดข้อผูกพันทางกฎหมาย และพันธกรณีในการลดปริมาณในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศภาคี โดยรวมแล้วไม่น้อยกว่า 5% จากลำดับ การปล่อยโดยรวมของกลุ่มในปี 2533 ภายในช่วงปี 2551-2555 โดยปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เช่น 8% ในกลุ่มประชาคมยุโรป 10% กรณีนอร์เวย์ 6% สำหรับญี่ปุ่น เป็นต้น

มีการกำหนดชนิดของก๊าซเรือนกระจกที่ควบคุมภายใต้พิธีสารเกียวโต 6 ชนิด คือ คาร์บอน ไดออกไซด์ มีเทน ไนตรัสออกไซด์ ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน และ ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์

ในส่วนของไทยได้ลงนามรับรองพิธีสารเกียวโต เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2542 และให้สัตยาบันเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2545 ในฐานะภาคีสมาชิกในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา จึงไม่มีพันธกรณีใดๆ ภายใต้พิธีสารเกียวโต ยกเว้นดำเนินการตามความสามารถและสถานการณ์แต่ละประเทศด้วยความสมัครใจ

การประชุมครั้งล่าสุดได้มีการให้ความเห็นชอบกรอบดำเนินการใหม่ในปี 2563 พร้อมยึดอายุพิธีสารเกียวโตระหว่างชาติพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา

ในภาคปฏิบัติจริงๆทั่วโลกก็จะต้องอาศัยการติดตามอย่างต่อเนื่องว่า จากปีนี้เป็นต้นไป อัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศทั้งหลายจะลดลงจริงหรือเป็นเพียงการสร้างภาพอย่างที่เป็นมาก่อนหน้านี้

(ผู้จัดทราายสัปดาห์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 162 วันที่ 9-15 มกราคม 2554)

อุตสาหกรรมสีเขียว แบบ ไทย โมเดล

ที่มาที่ไปของโครงการ

ประเทศไทยมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development) ตามที่ให้เมื่อปี 2545 และปฏิญญามะนิลาว่าด้วยอุตสาหกรรมสีเขียว เมื่อปี 2552

กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยดำเนินการในเชิงรุก มุ่งเน้นการส่งเสริมและการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้เป็นรูปธรรมจึงได้เริ่มอุตสาหกรรมสีเขียว(Green Industry) ขึ้น เพื่อส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้มีการประกอบกิจการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมมีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ และประชาชนไว้วางใจ และเกิดการสร้างสรรค์ธุรกิจสีเขียว ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมสีเขียวของประเทศ(Green GDP) มีมูลค่าสูงขึ้นด้วย

ส่งเสริมให้สถานประกอบการทั่วประเทศใส่ใจในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวใน 5 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว(Green Commitment)

ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว(Green Activity)

ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว(Green System)

ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว(Green Culture)

ระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว(Green Network)

“การดำเนินการต่างๆเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังให้ภาคอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับสังคม ชุมชน และประชาชนอย่างยั่งยืน” ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าว

ผลการดำเนินการ

ปัญหา / อุปสรรค

การดำเนินการที่ผ่านมา กระทรวงอุตสาหกรรมแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาและดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และคณะอนุกรรมการ 3 คณะได้แก่

คณะกรรมการให้หารับรองอุตสาหกรรมสีเขียว

คณะกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์สิทธิประโยชน์ และ

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมสีเขียว

เพื่อการขับเคลื่อนและผลักดันให้ประสบผลสำเร็จ

การดำเนินในระยะต่อไป คณะกรรมการพัฒนาและดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวจะชี้แจงถึงแนวทางในการปฏิบัติสำหรับหน่วยงานในสังกัดภูมิภาค ให้คำแนะนำ และชี้แจงเงื่อนไขในโครงการแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ตลอดจนการเร่งรัด และผลักดันให้คณะกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์สิทธิประโยชน์ จัดทำสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมโครงการอย่างเป็นรูปธรรม และประชาสัมพันธ์ผ่านทางองค์กรสื่อต่างๆ

ปัญหาและอุปสรรคในช่วงที่ผ่านมา แบ่งออกเป็น 2 ด้าน

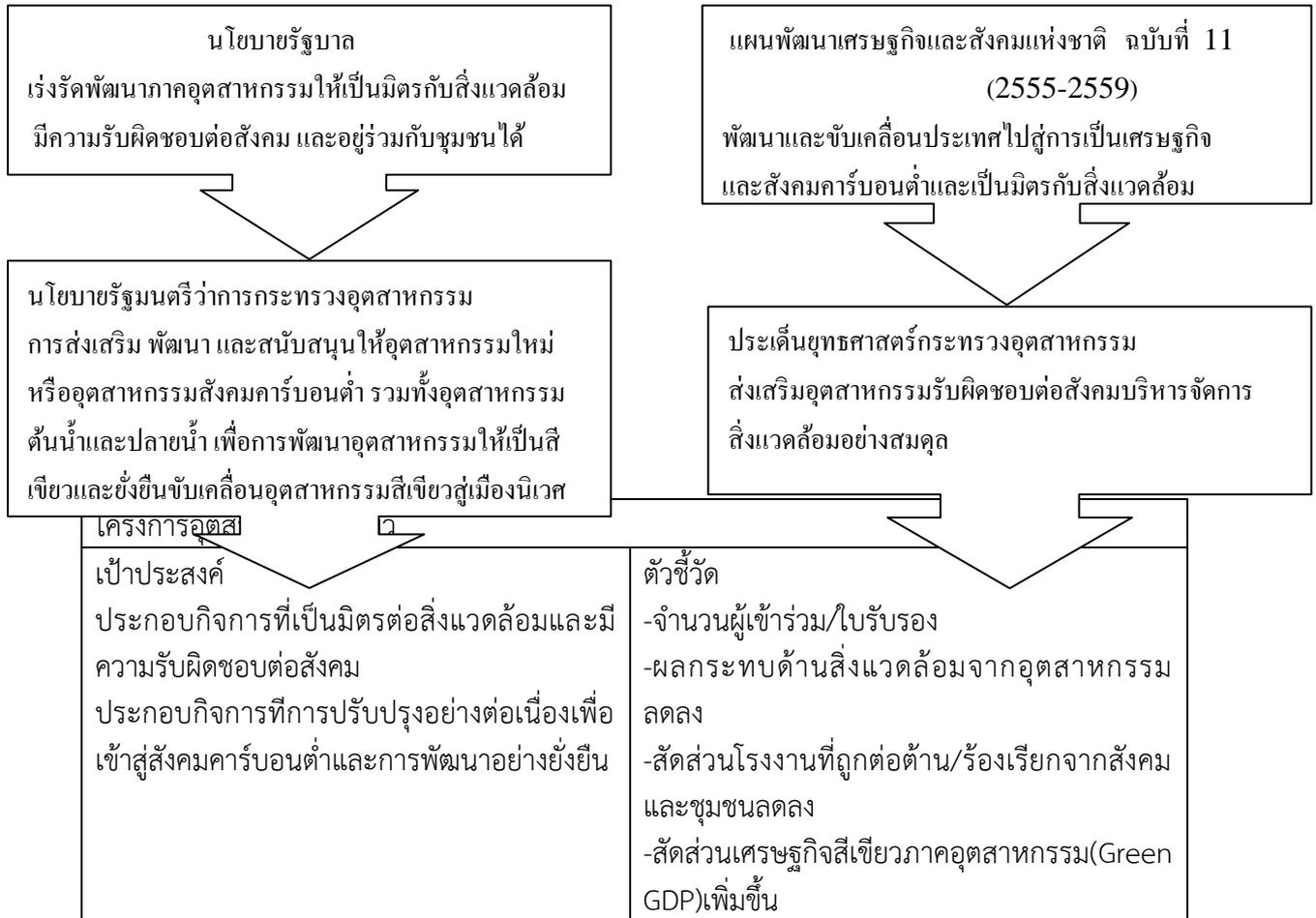
ด้านแรก ปัญหาอุปสรรคในเชิงนโยบาย เช่น หลักเกณฑ์และสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมโครงการ

ด้านที่สอง ปัญหาอุปสรรคในเชิงการดำเนินการ เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนถึงวัตถุประสงค์หลักของโครงการ

สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในเชิงนโยบายโดยการกำหนดนโยบายให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องนำเสนอแนวทางในการกำหนดหลักเกณฑ์หรือสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

ขณะที่การแก้ไขปัญหาอุปสรรคในเชิงการดำเนินงาน การเร่งรัด เผยแพร่ให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ในภูมิภาค เพื่อสร้างความเข้าใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้สู่ผู้ประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

แผนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสีเขียว



การขับเคลื่อน				
<p>การรับรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> -จัดทำหลักเกณฑ์ 5 ระดับ -ตรวจประเมิน -เทียบระดับ -ให้การรับรอง 	<p>การสร้างแรงจูงใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ให้สิทธิประโยชน์ -โอกาสทางธุรกิจ 	<p>การสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> -ผู้บริโภค -ผู้ประกอบการ -ประชาสังคม 	<p>การส่งเสริม</p> <ul style="list-style-type: none"> -สำนึกถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม -ปรับตัวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม -วิจัย/พัฒนา -ชี้ทิศทางอุตสาหกรรม 	<p>การติดตามผล</p> <ul style="list-style-type: none"> -จัดทำฐานข้อมูล -ตรวจติดตาม -วัดผลตามตัวชี้วัด