

Speakers: 1. **Mr. Kulvech Janvatanavit**
Partner, PricewaterhouseCoopers FAS Ltd.



2. **Dr. Sirikul Laukaikul**
Brand Strategist & Principal Consultant,
The Brandbeing Consultant Co., Ltd.



การเสวนา เรื่อง Breakfast Briefing on Sustainable Development - The Value Chain of Trust ที่จัดขึ้นโดย PriceWaterHouseCoopers นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะมาพูดคุย ทำความรู้จัก และทำความเข้าใจกับความยั่งยืน (Sustainability) โดยนำเอาเอกลักษณ์เฉพาะตน การสร้างตัวตนของเรา (Brand Identity) เข้ามาเชื่อมโยงสร้างให้เกิดห่วงโซ่ของความไว้วางใจขึ้นในหมุ่คณะของเรา รวมไปถึงผู้เกี่ยวข้องทั้งหลาย

แนวคิดที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน ได้แก่

- 1. แนวคิดที่ได้รับแรงเสริมมาจากภายนอก (Outside-In)** หมายถึงพลังขับเคลื่อนต่างๆ ที่อยู่ภายนอกบริบทของธุรกิจ อาจเปรียบเสมือนสภาพแวดล้อมของหน่วยงาน อันได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของตลาด การเปลี่ยนแปลงความนิยมในการบริโภคของลูกค้า เป็นต้น
- 2. แนวคิดที่ได้รับแรงเสริมมาจากภายใน (Inside-Out)** หมายถึงพลังขับเคลื่อนต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ภายในบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการผลักดัน การสนับสนุนจากผู้บริหารขององค์กร หรือหลักการของธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างให้เกิดความยั่งยืนขึ้นในธุรกิจของตน นอกจากนี้ อาจจะมาจากการต้องการของตัวพนักงานเองก็ได้ ที่ต้องการสร้างให้เกิดความยั่งยืนขึ้น หรืออยากที่จะมีส่วนร่วมในการทำให้เกิดความยั่งยืนขึ้นในธุรกิจที่ตนทำงานอยู่

สาระสำคัญที่ PriceWaterHouseCoopers เล็งเห็นว่ามีมาเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับความยั่งยืนของธุรกิจ ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบที่สำคัญ อันได้แก่ **การสร้างตัวตน (Brand) ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) สายโซ่ของมูลค่า (Value Chain) และความไว้วางใจและความผูกพัน (Trust & Engagement)**

- **การสร้างตัวตน (Brand)** คือ ปัจจัยสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความยั่งยืนขององค์กรในอนาคตซึ่ง Philip Kotler ได้กล่าวเอาไว้ นอกจากนี้ Kotler ยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่า Character ไม่ใช่บุคลิก และต้องมี Recognition
- **ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)** จะประกอบไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมใน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมควรดำเนินการในสิ่งที่เราชอบ หรือให้ความสนใจจริง ๆ เพราะจะทำให้เราปฏิบัติได้อย่างยั่งยืนและยาวนาน ดีกว่าที่จะเลือกกระทำตามสิ่งที่ธุรกิจอื่นเค้าถือปฏิบัติตาม ๆ กันมา
- **การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)** หมายรวมถึง เป้าหมายของการพัฒนาใน 3 ด้าน ได้แก่ เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- **สายโซ่ของมูลค่า (Value Chain)** ของหน่วยงาน หมายถึง ระบบของกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันและเชื่อมโยงกัน สิ่งที่สำคัญใน Value Chain คือ Leadership ซึ่งจะอยู่ในส่วนไหนของ chain ก็ได้ แต่ละบริษัทจะจับเรื่อง Value Chain มาเล่นไม่เหมือนกัน เช่น ธุรกิจ Coke จับ Chain เรื่องน้ำมาให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง เป็นต้น ดังนั้น จะไม่มี Standardization ในเรื่องของ Value Chain ขึ้นอยู่กับแต่ละธุรกิจว่าจะให้ความสำคัญกับเรื่องอะไร
- **ความไว้วางใจและความผูกพัน (Trust and Engagement)** เป็นสิ่งสำคัญลำดับสุดท้ายที่จะเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการสร้างให้เกิดความยั่งยืน

แนวคิดใหม่ในการทำ Sustainability

แนวคิดใหม่สำหรับการทำ Sustainability ของธุรกิจเอกชนหลาย ๆ แห่ง ตั้งอยู่บนหลักการที่นิยมเรียกกันว่าEPR ซึ่ง E (Extended) หมายถึงการขยายต่อยอดความยั่งยืน P (Producer) หมายถึงตัวผู้ผลิต (Producer) และ R (Responsibility) หมายถึงความรับผิดชอบ โดย EPR เป็นเรื่องของความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างระบบของกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน รวมทั้งลูกค้าด้วย ซึ่งความร่วมมือนี้จะนำไปสู่ Trust & Relationship อันหมายถึง Engagement นั้นเอง

ตัวอย่างธุรกิจที่มีความโดดเด่นในเรื่องการสร้างให้เกิดความยั่งยืน

▪ Innocent: Famous Natural Drinks in UK

ตัวอย่างธุรกิจน้ำผลไม้ของประเทศอังกฤษ ธุรกิจน้ำผลไม้ เริ่มดำเนินกิจการจากธุรกิจเล็ก ๆ คัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติ คำนึงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเป็นหลัก ต่อมาจึงได้ขยายกิจการใหญ่โต โดยได้ริเริ่มนำเอาหลักความยั่งยืนเข้ามาใช้ในการบริหารธุรกิจ จนกระทั่งประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าโดยทั่วกัน หลักความยั่งยืนที่ธุรกิจนี้ได้ นำเข้ามาใช้นั้น เรียกได้ว่าครบ Chain เลยกี่ว่าได้ โดยเริ่มตั้งแต่ *การคัดเลือกส่วนผสมที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ประสิทธิภาพในเชิงธุรกิจ และการมีส่วนร่วมของพนักงานในทุกขั้นตอน*



innocent fruit tubes



บทสรุป

บทสรุป...ทำอย่างไรถึงจะเป็นส่วนหนึ่งของ Supply Chain of Trust

1. ต้องทำความเข้าใจกับ Value Chain ของเราว่าเป็นอย่างไร โดยต้องลงไปดูในทุกกระบวนการ
2. ต้องเข้าใจความหมายของความยั่งยืนอย่างแท้จริง และพิจารณาถึงผลกระทบที่ธุรกิจของเราจะได้รับจากการสร้างให้เกิดความยั่งยืน ที่สำคัญต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องของพนักงานเราทุกคน
3. ทำให้ Compliance นำไปสู่ Opportunity หมายความว่า เปลี่ยนจากการทำตาม การถูกบังคับให้ไปสู่โอกาสความก้าวหน้าของเรา เช่น ต้องทำ Packaging ของเราให้เล็กลง หรือ ให้ Green มากขึ้นมัย
4. เปลี่ยนจาก Plan ไปสู่ Do the Business หมายความว่า ทำอย่างไรให้แผนไม่เป็นแผน แต่มีลักษณะเป็นธุรกิจแทน ซึ่ง ณ ขณะนี้ Mark&Spencer ถือว่าเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องนี้
5. ต้องทำให้บุคลากรของเรามีความพร้อม มีความเข้าใจในเรื่องความยั่งยืน ในอันจะนำไปสู่วงจรของ Supply Chain of Trust ในที่สุด

'We may be as sustainable as the weakest link in our value chain...'

การประยุกต์ใช้

การประยุกต์แนวคิดเรื่องความยั่งยืนกับการบริหารงานของภาครัฐ จำเป็นหรือไม่จำเป็นประการใด?

สังคมที่ยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญจากทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นเพื่อให้การบริหารของภาครัฐสู่ประชาชนมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลอังกฤษได้ตระหนักถึงความจำเป็นและความสำคัญของการสร้างให้เกิดความยั่งยืน โดยรัฐบาลอังกฤษได้จัดทำนิตยสารเพื่อความยั่งยืนของรัฐบาลขึ้น (Government Sustainability Magazine: The Business Magazine for Sustainable Government, www.governmentsustainability.co.uk) ซึ่งเป็นนิตยสารที่จะคอยรายงานผลการปฏิบัติงานที่ผ่านของภาครัฐ ผลผลิตหรือโครงการใหม่ ๆ ที่ภาครัฐจะส่งเสริม สนับสนุน รวมถึงความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ โดยเฉพาะในเรื่องการลดภัยคุกคามของสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป (Climate Change) นอกจากนี้ การสร้างให้เกิดความยั่งยืนยังสามารถกระทำผ่านขั้นตอนของการส่งข่าว ข้อความในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะช่วยทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างฉับไว และสะดวกรวดเร็ว โดยส่วนใหญ่แล้วรัฐบาลอังกฤษจะมุ่งเน้นการสร้างให้เกิดความยั่งยืนในด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon Emission) พลังงาน (Energy) การปรับสภาพอากาศให้แก่ชุมชนถิ่นที่อยู่อาศัย (Community Regeneration) และการกำจัดของเสียรวมทั้งการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Waste Management and Recycling) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อมองย้อนมาที่สังคมไทยของเรานั้น ดูเหมือนว่าภาครัฐอาจยังห่างไกล หรือยังไม่ค่อยตื่นตัวต่อกระแสการสร้างให้เกิดความยั่งยืนเท่าที่ควรนัก ในขณะที่ภาคเอกชน ธุรกิจใหญ่ ๆ ต่างล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจตนมากกว่าการมุ่งเน้นแค่การสร้างผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญว่าความยั่งยืนคือกุญแจสำคัญในการไขไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

.....