

บ้าน



HEART



HEALTH



HOME

เมล็ดพันธุ์แห่งความยั่งยืน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

SUPPLY CHAIN TRACEABILITY FOR SUSTAINABILITY



SUSTAINABLE DEVELOPMENT

SD Story : สฤณี อาชวานันทกุล

“ชีพพลายเซนเป็นเรื่องความยั่งยืน เพราะเป็นความเสี่ยงในการทำธุรกิจ”

Creating a Better Life : ศุภชัย เจียรรวมนท์

วิธีการสร้าง ‘ห่วงโซ่อุปทาน’ (Supply Chain) ที่มีความรับผิดชอบในยุคโลกาภิวัตน์ 4.0

Open Mind : จักรชัย โฉมทองดี

‘วิสัยทัศน์’ และ ‘ความจริงใจ’... กุญแจแก้ปัญหาชีพพลายเซน

EDITOR'S NOTE

ไขความลับการจัดห่วงโซ่อุปทานโปร่งใสและยั่งยืน

“โรคภัย ปรมาลาภา ความไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ” เป็นสิ่งที่ทุกคนบนโลกใบนี้แสวงหา ‘โรคภัย’ หรือโรคภัยไข้เจ็บที่เกิดขึ้น ไม่เพียงเกิดจากสิ่งมีชีวิตที่เสื่อมถอย ร่างกายที่อ่อนแอจากสภาพอากาศและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปเท่านั้น ‘อาหาร’ ที่เราบริโภคเข้าไปทุกวันยังเป็นต้นเหตุการเกิดโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ตามมาได้

จะดีแค่ไหน!!! ถ้าเราบริโภคอาหารด้วยความมั่นใจว่า ‘ปลอดภัย’ และยังมีใจได้อีกว่า ไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันคาดหวังความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทาน... ถ้าทำให้เขาไปถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ สถานที่ผลิต กระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ก็จะทำให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น

การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างโปร่งใส จึงเป็นอีกหนึ่งความท้าทายของธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญและหาแนวทางพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน เพื่อสร้างให้เกิดความมั่นคงตลอดห่วงโซ่อุปทาน วารสารบ้านฉบับนี้ ได้นำเสนอแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยความรับผิดชอบต่อคุณศุภชัย เจียรวนนท์ CEO เครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งได้บอกว่า มีการคาดการณ์ประชากรโลกจะเพิ่มเป็น 9 พันล้านคน ภายในปี 2593 นั้นหมายถึง การผลิตอาหารจะเพิ่มขึ้นมหาศาล นำไปสู่ความท้าทายในการจัดการน้ำ การใช้ที่ดิน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพที่ไม่สมดุล ซึ่งการจะสร้างให้เกิดความสมดุลได้นั้นทุกภาคส่วนต้องร่วมกันและมุ่งมั่นในการตรวจสอบย้อนกลับและทำให้เกิดความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน (รายละเอียดเพิ่มเติมใน Creating a Better Life)

มีตัวอย่างของซีพีเอฟในฐานะผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ของโลก ให้ผู้บริโภคตรวจสอบย้อนกลับอาหารที่ผลิตผ่าน QR Code ที่ติดไว้บนซองบรรจุภัณฑ์กว่า 1,467 ผลิตภัณฑ์ และจะขยายให้ครบทุกผลิตภัณฑ์ในปี 2563 และยังได้รับซื้อข้าวโพดในระบบตรวจสอบย้อนกลับ ‘ไม่เขาไม่เผา เราซื้อ’ เพื่อรับซื้อในแหล่งที่ถูกต้อง ตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ช่วยแก้ปัญหาการบุกรุกพื้นที่ และยังช่วยลดปัญหาหมอกควันจากการเผาของเกษตรกรได้อีกด้วย (รายละเอียดเพิ่มเติมใน Think Forward)

ภายในเล่มนี้ยังมีตัวอย่างของ ‘เนสท์เล่’ ที่มีนโยบายจัดหาโกโก้อย่างยั่งยืน หลังจากเผชิญวิกฤติถูกโจมตีกรณีการใช้แรงงานเด็กในโกโก้ ตัวอย่างการรวมตัวของ 40 องค์กรธุรกิจ ในนามสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอฟฟี่แห่งประเทศไทย เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการทำธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืน และไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ ยังมีตัวอย่างกรณีของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลจากสัตว์น้ำเลี้ยงที่เรื่องการใช้แรงงานไม่เหมาะสม จึงได้รวมตัวตั้งกลุ่ม Seafood Task Force เพื่อให้มีการทวนสอบแหล่งที่มาของสินค้าทางทะเลได้ พร้อมทั้งพัฒนาแนวทางการใช้แรงงานที่ดีในทุกกระบวนการของห่วงโซ่อุปทาน ทำให้อุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและประมงไทยมีความยั่งยืนมากขึ้น (รายละเอียดเพิ่มเติมใน SD Story)

อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจให้ยั่งยืน ต้องกลับไปดูที่ห่วงโซ่อุปทาน มองให้ครบทั้งกระบวนการ และต้องมองไปถึงทุกบริษัท ทุกองค์กร ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของเรา ต้องทำให้เกิดความโปร่งใส มีการแบ่งปันความรับผิดชอบต่อ ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม รวมทั้งสิทธิของแรงงานด้วย

วันนี้ นอกจาก “โรคภัย ปรมาลาภา : ความไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ” แล้ว เราต้องมาช่วยกันทำให้เกิดความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ ‘สิ่งแวดล้อมปลอดภัย ไร้โรคภัย พาสังคมยั่งยืน’ ซึ่งจะเป็ลาภอันประเสริฐของประชากรทุกคนบนโลกใบนี้

ดร.ธีระพล วัฒนศักดิ์ยุทธ
บรรณาธิการบริหาร

GreenPrint
Carbon Neutral

1777-73851277-73851278-VCU-009

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเลือกผลิตวารสารเล่มนี้ผ่าน ‘นวัตกรรม การพิมพ์สีเขียว’ ที่มีส่วนช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต เทียบเท่าการปิดหลอดไฟ 1 ชั่วโมง ในการรณรงค์ลดโลกร้อน จำนวน 4,678 ดวง ต่อวารสาร 5,000 เล่ม และในส่วนที่ไม่สามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก ได้จัดทำคาร์บอนเครดิตมาชดเชยเท่ากับศูนย์ จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด 1.03 ตัน เพื่อให้ได้หนังสือคุณภาพดี และเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้โลกยั่งยืน



เมล็ดพันธุ์แห่งความยั่งยืน

โลกจะยั่งยืนได้ต้องอาศัยความร่วมมือในการขับเคลื่อน ภายใต้อาณาเขต

3HS HEART - HEALTH - HOME

HEART มุ่งมั่น...ทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน

HEALTH มุ่งมั่น...สร้างสังคมที่ยั่งยืน

HOME มุ่งมั่น...เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

บรรณาธิการบริหาร :

ดร.ธีระพล วัฒนศักดิ์ยุทธ

คณะบรรณาธิการ : สำนักกิจกรรม

สื่อสารองค์กร เครือเจริญโภคภัณฑ์

เจ้าของ : สำนักกิจกรรมสื่อสารองค์กร

บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทิวาเวอร์ด ชั้น 25 เลขที่ 18

ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง

เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ : 0-2858-6286,

0-2858-2964, 0-2858-6254

โทรสาร : 0-2858-2977

อีเมล : prcpgroup@cp.co.th

จัดพิมพ์โดย : บริษัท พรินท์ ซิตี้ จำกัด

29/45-46 ซอยวัดสามง่าม ถนนพระราม

ที่ 1 แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปกรรมโดย :

บริษัท เปเปอร์คอร์ด จำกัด

โทรศัพท์ : 0-2887-4830

โทรสาร : 0-2887-0486

อีเมล : paperchorus@hotmail.com

THINK FORWARD



เรื่อง : Greentea

นวัตกรรม 'ไม่เขา ไม่เผา เราซื้อ' เพื่อการปลูกข้าวโพดยั่งยืน



วันนี้ 'ข้าวโพด' ถูกสังคมมองว่าทำให้เกิดการบุกรุกป่าและทำลายทรัพยากรธรรมชาติและเป็นต้นตอของปัญหาหมอกควัน

แต่ในความเป็นจริง ข้าวโพดเป็นพืชไร่ที่สำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ปัจจุบันมีการพัฒนาเมล็ดพันธุ์ที่ก้าวหน้ามาก สามารถปลูกได้ในพื้นที่ที่น้ำน้อย เราจึงเห็นข้าวโพดปลูกได้แทบจะทุกภาคของประเทศ ทั้งในพื้นที่ราบและพื้นที่เขา

ภาคเหนือเป็นพื้นที่หนึ่งที่เกษตรกรนิยมปลูกข้าวโพดเป็นหลัก เพราะเกษตรกรไม่มีทางเลือกมากนัก เนื่องจากเกิดและโตอยู่ในสภาพพื้นที่เขา ประสบปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำเพาะปลูก ครั้นจะทำปุ๋ยสูตรก็ไม่มีอำนาจ จึงต้องเลือกพืชไร่ที่ปลูกง่าย และไม่ต้องการนํ้ามากอย่าง 'ข้าวโพด'

แต่การปลูกข้าวโพดต้องใช้เงินลงทุน ต้องมีพื้นที่สำหรับการปลูก เกษตรกรต้องกู้หนี้ยืมสินซึ่งเป็นภาระหนัก ทำให้เกษตรกรต้องบุกรุกพื้นที่เพื่อนำไปปลูกข้าวโพด ดังนั้น การจะทำให้เกิดกระบวนการที่จะช่วยลดพื้นที่

การปลูกได้ก็ต้องใช้ Market Driven โดยรับซื้อผลผลิตที่เป็นพรีเมียม

การที่จะทำแบบนี้ได้จะต้องมีเทคโนโลยีที่บอกให้เรารู้แหล่งที่มาของวัตถุดิบเครื่องเจริญโภคภัณฑ์จึงริเริ่มทำโครงการ 'ไม่เขา ไม่เผา เราซื้อ' รับซื้อข้าวโพดที่ปลูกในพื้นที่ที่ถูกตัด มีเอกสารสิทธิ์ ไม่บุกรุกพื้นที่ป่า หรือทำลายห่วงโซ่คุณค่า และไม่ส่งเสริมให้เกษตรกรเผาตอซังหรือเศษวัสดุทางการเกษตรซึ่งก่อให้เกิดปัญหาหมอกควันตามมา

ทั้งนี้ เกษตรกรที่เข้าร่วมต้องลงทะเบียนในระบบตรวจสอบย้อนกลับ หรือ Traceability ด้วยบัตรประชาชนหรือสมุดทะเบียนเกษตรกร พร้อมแนบเอกสารสิทธิ์ในที่ดินทำกิน โฉนดที่ดิน หนังสือรับรองการทำประโยชน์ในที่ดิน พร้อมกรอกข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลพื้นที่เพาะปลูก สถานที่เพาะปลูก และต้องปรับปรุงข้อมูลทุกครั้งที่มีการซื้อขายหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล ฯลฯ

'ระบบตรวจสอบย้อนกลับ' ทำให้รู้แหล่งที่มาของข้าวโพด ตรวจสอบไปยังเกษตรกร

ผู้ปลูกและพื้นที่เพาะปลูกได้อย่างชัดเจน เป็นเครื่องมือที่สนับสนุนคู่ค้าให้ทำธุรกิจภายใต้นโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน และคู่ค้าธุรกิจเองก็มีส่วนส่งเสริมเกษตรกรให้ปลูกข้าวโพดในพื้นที่ที่ถูกกฎหมายอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยและต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องอนาคตจะต้องพัฒนาไปให้ถึงเทคโนโลยีดาวเทียม และจีพีเอส เมื่อถึงตอนนั้นเราสามารถติดตามกระบวนการขนส่งได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

'ไม่เขา ไม่เผา เราซื้อ' ไม่เพียงบอกให้เราเห็นว่าข้าวโพดที่รับซื้อมาจากแหล่งผลิตใด ในพื้นที่ที่ถูกตัดหรือไม่ ยังเป็นการส่งเสริมการทำธุรกิจด้วยความยั่งยืน ป้องกันการใช้ที่ดินอย่างผิดกฎหมาย และยังช่วยลดปัญหาหมอกควันในภาคเหนือได้อีกด้วย

นี่เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมด้วยช่วยกันสร้างกระบวนการซื้อขายที่ถูกตัด เพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต 🌱



โดย : นายศุภชัย เจียรนวนนท์ ประธานคณะกรรมการ เครือเจริญโภคภัณฑ์

วิธีการสร้าง 'ห่วงโซ่อุปทาน' (Supply Chain) ที่มีความรับผิดชอบต่อในยุคโลกาภิวัตน์ 4.0



ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบนโลกใบนี้ ล้วนพึ่งพาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อการส่งมอบสินค้าและบริการไปทั่วโลกแบบไร้รอยต่อร่วมกันทั้งสิ้น

ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกล้วนเกี่ยวข้องกับชีวิต รวมถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบรรดาธุรกิจต่างๆ เกษตรกร และผู้บริโภคจำนวนมาก ความรับผิดชอบต่อและการแสดงออกถึงหน้าที่จึงเป็นสิ่งสำคัญซึ่งพวกเขาต้องยึดถือ นั่นคือต้องแน่ใจว่าห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก

มีบทบาทในการบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคม ตลอดจนยังประโยชน์แก่ทุกชีวิตในห่วงโซ่คุณค่านั้น

ในภูมิภาคเอเชียเอง นอกจากความท้าทายซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานและความจำเป็นในการหาแนวทางบริหารจัดการให้สอดคล้องกับนโยบายทางการเมือง การค้า และเศรษฐกิจที่ซับซ้อนแล้วนั้น ยังมีความท้าทายทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ห่วงโซ่อุปทานโลกมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอีกมากมาย

อีกทั้งมลพิษพลาสติกที่เป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญที่มีข้อมูลจากผลการศึกษาระดับนานาชาติ 5 ประเทศในภูมิภาคนี้ทิ้งขยะพลาสติกลงสู่มหาสมุทรรวมกันมากกว่าประเทศอื่นๆ ในโลกที่เหลือ

มลพิษทางอากาศและน้ำที่รุนแรงทำให้บางเมืองในทวีปเอเชียเป็นสถานที่ซึ่งมีมลพิษมากที่สุดในโลก ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อสภาพอากาศอันรุนแรงและระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น การใช้แรงงานทาสในปัจจุบันก็ยังคงส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก ซึ่งมีผลกับคนกว่า 40 ล้านชีวิต โดย 2 ใน 3 ของจำนวนผู้ได้รับผลกระทบอยู่ในทวีปเอเชีย

การแก้ปัญหาบรรจุดัชนีพลาสติก ของเสีย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสิทธิแรงงาน ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอันดับแรก แต่ด้วยความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทานโลก สิ่งเหล่านี้ก็เป็นปัญหาที่ซับซ้อนสำหรับองค์กรต่างๆ ในการแก้ไขเช่นกัน ไม่เพียงเท่านั้น ประชากรโลกซึ่งคาดว่าจะแตะ 9 พันล้านคน และการผลิตอาหารโลกที่จะต้องเพิ่มขึ้น 60% ภายในปี 2593 จากการคาดการณ์ขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ อุปสงค์ซึ่งเพิ่มขึ้นนี้จะผลักดันให้ปริมาณการผลิตอาหารสูงขึ้นอย่างมหาศาล อันจะนำไปสู่ความท้าทายอื่นๆ อาทิ อุปทานน้ำ การใช้ประโยชน์จากที่ดิน การตัดไม้ทำลายป่า และความหลากหลายทางชีวภาพอันเกินดุล การสร้างคุณภาพของความต้องการเหล่านี้จำเป็นต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจอันแน่วแน่ต่อการตรวจสอบย้อนกลับ และความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน

เราสามารถช่วยเพิ่มความโปร่งใสให้กับห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชน การใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมและกระบวนการในการใช้

เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากร และซัพพลายเออร์ เราเชื่อว่าภาคธุรกิจต่างๆ สามารถทำงานร่วมกับรัฐบาล รวมถึงองค์กรสาธารณประโยชน์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหามากมายที่ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ ผ่านช่องทางทั้ง 3 นี้

ประการแรก เราเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน ซึ่งกล่าวถึงก่อนหน้านี้ไม่สามารถแก้ไขได้ง่าย โดยองค์กรใดหรือประเทศใดเพียงลำพัง ทว่าต้องการความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก สิ่งนี้คือแรงจูงใจให้กลุ่มซีพีเป็นหัวหอกในสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทยขององค์กรการสหประชาชาติ เพื่อผลักดันโครงการด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต เครือข่ายนี้เติบโตขึ้นในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จนปัจจุบันมีบริษัท 40 แห่งในประเทศไทย ทำงานร่วมกับรัฐบาลเพื่อส่งเสริมการดำเนินการตามหลักปฏิบัติขององค์การสหประชาชาติ ว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนในการประกอบกิจการผ่านการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน การหารือ และการฝึกอบรม เพื่อส่งเสริมให้มีแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้นในอุตสาหกรรมอาหารทะเล เราได้เห็นผลการดำเนินงานของ Seafood Taskforce หรือ พันธมิตรความร่วมมือระหว่างบริษัทค้าปลีกอาหารทะเลชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา กับสหภาพยุโรป ผู้ผลิตอาหารทะเลไทย และองค์กรระหว่างประเทศอิสระ ในการพัฒนาและส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ รวมถึงการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารทะเล เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาการทำประมงเกินขนาด

นอกจากนี้เราเห็นถึงความสำคัญของการมีคณะพัฒนาระบบการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ประมงไทย (Thai Sustainable Fisheries Roundtable หรือ TSFR) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของบรรดาสมาคมอุตสาหกรรมการประมง องค์กรเพื่อการทำการประมงอย่างยั่งยืน และกองทุนสัตว์ป่าโลกสากลประจำประเทศไทย เพื่อพัฒนาแนวทางการจับปลาอย่างยั่งยืนในอ่าวไทย และทะเลอันดามันด้วย

ประการที่สอง เทคโนโลยี กระบวนการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม ยังเป็นกำลังสำคัญในการนำความสามารถด้านการตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ในห่วงโซ่อุปทาน

ทั่วโลกได้มากขึ้น เราได้เห็นผลกระทบเชิงบวกอย่างมหาศาลจากเทคโนโลยีการผสมผสานขั้นสูง อาทิ หุ่นยนต์ การตรวจสอบแบบเรียลไทม์ และเซ็นเซอร์ เพื่อช่วยให้ฟาร์มไก่และไข่ ฟาร์มสุกรแบบผสมผสาน และโรงงานผลิตถูกสุขอนามัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ระบบดาวเทียมช่วยให้เกษตรกรหาทำเลพื้นที่เพาะปลูกที่เหมาะสมได้ ส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ด้วยอินเทอร์เน็ต (IoT) ก็จะช่วยให้ระบบชลประทานจัดการการใช้น้ำได้ดีขึ้น ในขณะที่เครือข่ายการเก็บข้อมูลแบบบล็อกเชนช่วยให้ห่วงโซ่อุปทานมีความโปร่งใส โดยทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดตามสินค้าได้ตลอดกระบวนการผลิต กล่าวถึงการวิจัยและพัฒนา



ผมเชื่อว่าภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีบทบาทในการส่งเสริมห่วงโซ่อุปทานอันยั่งยืน และเราจำเป็นต้องกำหนดเหตุผลทางธุรกิจ (Business Case) เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบ



อย่างต่อเนื่องในเทคโนโลยีดาวเทียม เทคโนโลยีชีวภาพ นาโนเทคโนโลยี และหุ่นยนต์ ยังได้แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการปรับใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมแล้ว อาจมีผลอย่างมากในการช่วยให้เราเข้าใจโรคร้ายต่างๆ ที่เกิดกับสัตว์ ระบาดวิทยา รวมถึงวงจรชีวิตของสินค้า เพื่อรับประกันว่าฟาร์มของเรามีความยั่งยืนมากขึ้น

ประการสุดท้าย การฝึกอบรมและการมีส่วนร่วมของพนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน มีบทบาทสำคัญในการประกันว่ามีการนำหลักการความรับผิดชอบต่อมาใช้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เราได้เห็นความ

สำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้นำรุ่นใหม่ และนั่นคือเหตุผลที่เราฝึกอบรมบุคลากรให้เป็นตัวแทนของความยั่งยืน และให้อำนาจแก่พวกเขาให้นำความรู้และเป้าหมายกลับไปพัฒนาภาคส่วนต่างๆ ของธุรกิจ เราได้ก่อตั้งสถาบันผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อฝึกอบรมผู้บริหารรุ่นใหม่ในแต่ละปีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจไปพร้อมกับการเห็นคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคม เราให้พวกเขาได้ลงมือทำโครงการธุรกิจจริงเพื่อเปิดโอกาสให้พวกเขาได้แสดงออกถึงวิสัยทัศน์ใหม่ๆ รวมถึงมีความเข้าใจในผลลัพธ์ทางสังคมหรือคุณค่าต่อสังคมของธุรกิจของเรา เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงทิศทางใหม่ๆ ของเหล่านักลงทุนมองเห็นประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลง (Disruptor) พนักงาน และผู้บริโภครุ่นต่อไปของเรา เพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขา และปรับตัวเข้ากับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ภาคธุรกิจสามารถเป็นกำลังให้เกิดสิ่งดีๆ ในห่วงโซ่อุปทานโลกได้ หากเราเร่งสร้างพันธมิตรที่มีประสิทธิภาพให้ก้าวหน้าอย่างมั่นคง รวมถึงใช้ประโยชน์จากกระบวนการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และเทคโนโลยี และฟังเสียงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา

ผมเชื่อว่าภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีบทบาทในการส่งเสริมห่วงโซ่อุปทานอันยั่งยืน และเราจำเป็นต้องกำหนดเหตุผลทางธุรกิจ (Business Case) เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกร และผู้จัดส่งสินค้าวัตถุดิบ (Supplier) ยินดีและเต็มใจเป็นผู้จัดส่งผลิตภัณฑ์วัตถุดิบที่มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น

รวมถึงส่งเสริม สนับสนุน ให้บริษัทต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานของเราดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น และทั้งหมดนี้คือด้วยการทำงานร่วมกันเท่านั้นจะทำให้เราสามารถสร้างความแตกต่างที่ดีที่สุดที่ดีกว่าได้ อย่างแน่นอน ซึ่งหมายถึงการสร้างแรงจูงใจให้บรรดาเกษตรกรและซัพพลายเออร์มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น รวมถึงสนับสนุนให้บริษัทต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานของเรายึดแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น มันคือการทำงานร่วมกันเพื่อรังสรรค์สิ่งที่ดีกว่า

ที่มา : World Economic Forum <https://www.weforum.org/agenda/2019/07/how-to-create-responsible-supply-chains-in-the-age-of-globalization-4-0-0/?fbclid=IwAR26dTdNjIMZUxxdE2floxPCSTIyBtqYjAImWDrOCLfcsy7nDvdOwhUC-o>



เรื่อง : กองบรรณาธิการ ภาพ : เนาวรัตน์ และณอมศักดิ์ บุญวิภาส

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เพราะไถ่ราคาข้าวหนึ่งจานที่เรามักสั่งหรือทำกินเองบ่อยๆ ในแต่ละมื้อนั้น รู้หรือไม่ว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้างในระหว่างทางก่อนจะมาเป็นอาหารประจำจานโปรด

กะเพรา - เป็นหนึ่งในพืชที่มีสารตกค้างมากที่สุด จากการสำรวจของเครือข่ายเตือนภัยสารกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN) เมื่อปี 2560 โดยมีมากกว่ากะหล่ำปลีและพริกแดง และมีสารพิษตกค้างเกินมาตรฐานถึง 64% ซึ่งหนึ่งในสารตกค้างที่พบคือ พาราควอต ซึ่งเป็นสารกำจัดวัชพืช

ไก่ - เมื่อปี 2559 คนงาน 14 คน ฟ้องร้องฟาร์มไก่แห่งหนึ่งที่ จ.ลพบุรี ว่าถูกบังคับให้ทำงานวันละ 20 ชั่วโมง และต้องนอนในเล้าไก่เพื่อแลกกับค่าจ้างวันละ 230 บาท โดยไม่มีวันหยุดประจำปี ไม่มีประกันสังคม

เกษตรกรบางพื้นที่บุกรุกป่าต้นน้ำในการปลูกข้าวโพดเพื่อส่งขายให้บริษัทนำไปทำอาหารเลี้ยงสัตว์ ทำให้บางจุดกลายเป็นเขาหัวโล้น และยังเป็นต้นเหตุของหมอกควันพิษจากการเผาซึ่งข้าวโพดปรับพื้นที่

ข้าว - ผลการศึกษาจากอ็อกแฟมพบว่า ถ้าคุณซื้อข้าวราคา 100 บาท จะมีเงินเพียง 2.9 บาทเท่านั้น ที่ตกไปถึงชาวนา*

*ที่มา : ข้อมูลจาก <https://www.facebook.com/DearSupermarkets/>

เพราะเด็ดดอกไม้ย่อมสะเทือนถึงดวงดาว เช่นเดียวกัน การกระทำที่เกิดขึ้น ณ ต้นน้ำ ย่อมส่งผลกระทบต่อปลายน้ำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะปัญหาสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย สิทธิมนุษยชน การใช้แรงงาน เป็นต้น จึงถือเป็นหน้าที่ของบริษัทเจ้าของธุรกิจที่อยู่ปลายทางสุดท้ายก่อนส่งสินค้าถึงผู้บริโภคที่ต้องร่วมด้วยช่วยรับผิดชอบอย่างปฏิเสธไม่ได้ เพราะในโลกธุรกิจยุคใหม่ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนถือเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จที่แท้จริง

‘บัวบาน’ ฉบับนี้จึงพาทุกคนไปทำความรู้จักกับ ‘ห่วงโซ่อุปทาน’ ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างต้นน้ำถึงปลายน้ำ และความพยายามในการแก้ปัญหาซัพพลายเชน อันรวมไปถึงกลไกการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งตลอดห่วงโซ่อุปทานไปสู่ความยั่งยืนในที่สุด



“ซัพพลายเชนเป็นเรื่อง
ความยั่งยืน เพราะเป็น
ความเสี่ยงในการทำธุรกิจ”
สฤณี อาชวานันทกุล

เพราะเชื่อในความจำเป็นของการมีข้อมูลในการขับเคลื่อนและแก้ปัญหาหลากหลายที่เกิดขึ้นในประเทศให้สำเร็จลุล่วงและสร้างความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง เมื่อ 6 ปีก่อน **ยู๋ - สฤณี อาชวานันทกุล** กรรมการผู้จัดการด้านการพัฒนาความรู้ บริษัท ปาสาละ จำกัด นักวิชาการอิสระ นักเขียน และนักแปลอิสระ จึงร่วมกับเพื่อนก่อตั้ง ‘ปาสาละ’ ขึ้น เพื่อทำงานวิจัย ผลิตสื่อ และจัดสัมมนาในประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญในประเทศไทย ด้วยมุ่งจุดประกายให้เกิดการทำธุรกิจที่ยั่งยืนในประเทศไทย ทั้งนี้ งานวิจัย 2 ผลงานแรกของบริษัทนั้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ โครงการวิจัย ‘ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ จ.น่าน’

สนับสนุนโดย สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) และสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) รวมถึงโครงการวิจัย ‘ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมปลาปน จ.สงขลา’ ที่สนับสนุนโดย Oxfam GB (อังกฤษ) และนั่นเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ ‘บัวบาน’ นัดพูดคุยกับเธอในวันนี้

“งานหลักของบริษัทปลาสาละคือการทำงานวิจัยที่มีเนื้อหาหลากหลาย อย่างในส่วนที่เกี่ยวข้องกับซัพพลายเชน ตอนนี้อะก็ยังทำอยู่ เนื่องจาก 2 เรื่องแรกที่ทำตอนตั้งบริษัทเมื่อ 6 ปีก่อน คือเรื่องข้าวโพดต้นน้ำที่นานและห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมปลาปนสงขลา ก็ยังมีเหตุให้ต้องทำต่อเนื่องมาเรื่อยๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามันเป็นประเด็นที่ซับซ้อนและยังมีข้อมูลที่ต้องค้นหาอีกมาก เราจึงพยายามทำงานวิจัยที่เป็นสาธารณะที่เมื่อทำเสร็จแล้วใครอยากจะเอาผลการวิจัยไปใช้ทางไหนก็แล้วแต่เลย เพราะสังคมก็ควรจะเดินด้วยข้อมูลถูกมัย ซึ่งตอนนี้ประเทศไทยเรายังขาดข้อมูล และขาดแคลนงานวิจัยอีกเยอะมาก”

ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติทางธุรกิจ

หากว่ากันตามนิยามความหมาย ห่วงโซ่อุปทานคือกิจกรรมที่แปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และวัสดุอื่นๆ ให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จ แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย (End Customer) หรือผู้บริโภค โดยใช้ระบบทั้งของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้จัดหาไปยังลูกค้า ดังนั้นจะเห็นว่าในกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ กว่าจะไปถึงปลายน้ำ แม้จะเกี่ยวข้องกับหลายคน หลายส่วน หลายทอด หากถึงที่สุดแล้วภาคธุรกิจซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สุดท้ายก่อนส่งถึงมือผู้บริโภคนั้นควรที่จะต้องมึบทบาทร่วมรับผิดชอบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของ ยู่ย-สฤณี

“ความยั่งยืน ถ้ามองจากแว่นของการทำธุรกิจต้องมองว่าเป็น ‘ความเสี่ยง’ ยู่ยคิดว่าในเมื่อความเร่งด่วนของปัญหาหลายๆ ประเด็น ทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมันค่อนข้างชัดเจน ทั้งปัญหาที่เกิดจากธุรกิจเองมีส่วนก่อและปัญหาที่แม้จะไม่ได้มีส่วนเชื่อมโยงโดยตรงแต่ส่งผลกระทบต่อทางธุรกิจ ทำให้ในรอบไม่ถึง 10 ปีที่ผ่านมา คนเริ่มเห็นแล้วว่าที่จริงไม่ใช่ช่วงกลมเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม



ภาพจาก : <https://www.landjustice4thai.org>

3 วงพันกันในคอนเซ็ปต์ Triple Bottom Line (TBL - ไตรกำไรสุทธิ) แต่เศรษฐกิจอยู่ในสังคมของมนุษย์ แล้วทั้งหมดก็อยู่ในวงสิ่งแวดล้อมอีกทีหนึ่ง ซ้อนกันโดยที่สิ่งแวดล้อมเป็นกรอบนอกที่ใหญ่ที่สุด วันนี้ก็เลยมีการรณรงค์แนวคิดใหม่ให้เข้าใจว่าถ้าสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงมาก เราจะได้รับความเดือดร้อนต่างๆ สังคมมนุษย์ก็จะอยู่ยากมาก แล้วธุรกิจก็อยู่ไม่ได้

“ถ้าถอยไปในอดีต สัก 10-20 ปีที่แล้ว เวลาเราคาดหวังให้บริษัทรับผิดชอบกับเรื่องอะไรก็ตาม เราอาจจะไม่ได้คาดหวังไปถึงซัพพลายเชนของเขา แต่ทุกวันนี้เนื่องจากความรุนแรงและความเชื่อมโยงของปัญหา ในเมื่อมีตรัสสินค้าของเขาอยู่ บนผลิตภัณฑ์ ที่ขายให้กับผู้บริโภค ทางคนที่ใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ End User ก็เลยไม่ได้คาดหวังความรับผิดชอบในระดับบริษัทอีกต่อไป ไม่ใช่แค่โรงงานจะต้องดูแลพนักงานอย่างดี ต้องไม่ปล่อยสารพิษไม่ทำร้ายชุมชน แต่เขาเรียกร้องความรับผิดชอบในระดับที่ครอบคลุมหมดทุกระดับของห่วงโซ่อุปทาน จากเมื่อก่อนเจ้าของธุรกิจอาจไม่รู้ด้วยซ้ำว่าอาหารสัตว์ที่ใช้นั้นมีต้นตอวัตถุดิบมาจากไหนบ้าง ไม่จำเป็นต้องรู้จักเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด หรือชาวประมง แต่วันนี้ในโลกที่เชื่อมโยงกันหมดแล้ว เจ้าของแบรนด์คือคนที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะต้องมีความรู้ หน้าที่ของห่วงโซ่อุปทานตัวเองเป็นยังไง มีปัญหาเกิดขึ้นที่จุดไหนบ้าง ดังนั้น ถ้ามีความยั่งยืนในแง่ของธุรกิจก็สามารถลากเส้นความเชื่อมโยงในแต่ละมิติให้เห็นชัดเลยว่ามันกระทบกับตัวธุรกิจยังไง ธุรกิจจึงควรมองว่าปัญหาซัพพลายเชนเป็น ‘ความเสี่ยงทางธุรกิจ’ เพราะถ้าไม่สนใจว่าเกิดอะไรขึ้นใน

ห่วงโซ่อุปทานก็เสี่ยงว่าอาจเจอปัญหาต่างๆ จนกลายเป็นความเสียหายทางธุรกิจได้

“ดังนั้น ส่วนตัวมองว่าสุดท้ายแล้วซัพพลายเชนเป็นเรื่องความยั่งยืนเพราะเป็นความเสี่ยงในการทำธุรกิจ (Business Risk) จึงต้องมีบทบาทมากขึ้นในการดูแลซัพพลายเชนให้มีความยั่งยืน และสุดท้ายบริษัทที่ทำเรื่องนี้ก่อนก็อาจจะได้เปรียบคู่แข่ง สร้างความเชื่อถือให้ลูกค้า และเชิญชวนผู้บริโภคให้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบซัพพลายเชนไปกับองค์กรได้”

วิกฤติซัพพลายเชนในเมืองไทย

“ปัญหาซัพพลายเชนที่วิกฤติส่วนใหญ่ก็เกินข่าวไปหมดแล้ว อย่างเช่นปัญหาป่าต้นน้ำของห่วงโซ่ในเมืองไทยก็มีตั้งแต่เรื่องของการตัดไม้ทำลายป่า ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมน้ำหลากรุนแรงกว่าเดิม ปัญหาความแห้งแล้ง ปัญหาจากพฤติกรรมกรรมาทำให้เกิดหมอกควัน ส่วนต้นน้ำทางทะเลก็มีปัญหาตั้งแต่เราจับปลาเกินขนาดมาเยอะเกินไป มีปัญหาเกี่ยวกับการใช้แรงงานทาสในอุตสาหกรรมประมง จะเห็นว่าปัญหาซัพพลายเชนจากต้นน้ำมันพันกันหมด ทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องเศรษฐกิจ ทำไมคนจำนวนมากที่ภาคเหนือต้องปลูกข้าวโพดส่วนหนึ่งก็คือเขามิรายได้น้อย ไม่มีที่ดินของตัวเอง แรงกดดันทางเศรษฐกิจทำให้ต้องไปหาที่ว่างบนภูเขา หรือชาวประมงถ้าเลือกได้ก็ไม่มีใครอยากเป็นชาวประมงไปตลอด การมองไม่เห็นปัญหาที่ระดับต้นน้ำซึ่งเป็นจุดหนักหนาสาหัสที่สุดจึงเป็นปัญหาใหญ่จริงๆ เพราะคนที่เจอปัญหาไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ง่ายๆ และคิดว่าต้นน้ำก็คือจุดที่ค่อนข้างไกลหูไกลตาจากบริษัทที่อยู่กลางน้ำหรือปลายน้ำ”

ในเมื่อปัญหาค้นน้ำของซัพพลายเชนใน

บ้านเราไม่ใช่เรื่องที่จะแก้ไขได้ง่าย เนื่องจากผลผลิตสุดท้ายปลายทางล้วนเป็นอาหาร ซึ่งนับวันยังมีแต่ความต้องการเพิ่มขึ้น คนทางต้นน้ำย่อมมีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่จะผลิตสิ่งเหล่านี้ให้ได้มากขึ้น ความคาดหวังในการแก้ปัญหาจึงจะไปทางภาคธุรกิจซึ่งอยู่ระหว่างกลางถึงปลายน้ำ

“คำถามคือแล้วถ้าปัญหามันเกิดในจุดที่ไกลออกมาจากบริษัทจะทำอย่างไร การเปลี่ยนแปลงในซัพพลายเชนไม่สามารถทำได้ง่ายเหมือนกับเรื่องที่เกิดขึ้นในโรงงาน หรือว่าในสำนักงานบริษัทเอง ดังนั้น ก็ต้องมีวิธีคิดในการที่จะส่งต่อและหาวิธีการที่ไปกำหนดความรับผิดชอบ ถือเป็นประเด็นที่ทำหาย ต้องใช้เวลา ต้องอาศัยทั้งความร่วมมือหลายฝ่าย รวมถึงความเข้าใจในขีดความสามารถของแต่ละฝ่ายในการที่จะปรับตัวด้วย แต่สุดท้ายก็ต้องมุ่งหน้าไปทางนี้แหละ ซึ่งก็ล่อไปกับอีกกระแสหนึ่งที่กำลังมาแรงก็คือความคาดหวังเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืน (Responsible Consumption) บริษัทต้องคิดเผื่อลูกค้าด้วยว่าเราจะออกแบบสินค้าอย่างไรให้ลูกค้าลดการบริโภคลงหรือบริโภคอย่างรับผิดชอบมากขึ้น

“ยกตัวอย่างตอนนี้ผลิตภัณฑ์จำนวนมากของหลายๆ รายก็เริ่มออกแบบใหม่ อย่างเช่นของที่เคยแยกชิ้นส่วนยากมาก ผู้ผลิตก็เริ่มเปลี่ยนระบบดีไซน์ให้มีการแยกชิ้นส่วนที่เข้าใจง่ายขึ้น หรือใช้ส่วนประกอบน้อยลง จะได้ง่ายต่อการจัดการขยะ หรืออย่าง Marks & Spencer รวมถึงบริษัทค้าปลีกอีกหลายเจ้า ก็ทำโครงการรณรงค์ยอมให้ลูกค้าเอาของเก่ามาแลกกับของใหม่ได้ อย่างแบรนด์แพชั่น ไอลีน ฟิชเชอร์ (Eileen Fisher) มีวิธีคิดอยากให้ผู้บริโภคใช้เสื้อผ้าของเขาให้คุ้มค่าที่สุด จึงจัดเวิร์กช็อปสอนการซ่อมแซมเสื้อผ้า วิธีนำเสื้อผ้าไปทำใหม่เป็นของใช้อย่างอื่น รวมถึง Levi's® ก็มีแคมเปญ ‘อย่าซักกางเกงยีนส์’ เพราะตัวเลขระบุว่าน้ำปริมาณมากหมดไปในวงจรของผู้บริโภคไม่ใช่ผู้ผลิต คือในวงจรการผลิตกางเกงยีนส์เองสามารถลดการใช้น้ำได้เยอะมากแล้ว แต่ผู้บริโภคต่างหากที่สิ้นเปลืองน้ำมากในการซักกางเกงยีนส์”

เมื่อถามถึงตัวอย่างความสำเร็จทั้งในด้านของวิธีการแก้ปัญหาที่เลือกใช้และผลสำเร็จ เป็นที่ยอมรับจากภาคประชาสังคม โดดเด่นที่สุดเห็นจะเป็นกรณีของ Starbucks ที่เคยถูกโจมตีเรื่องเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟได้รับค่าตอบแทนที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับราคากาแฟ

ที่ขาย และกาแฟ Starbucks ในบางประเทศปลูกในพื้นที่ปลูกป่าสงวนอันเนื่องมาจากปัญหาโลกร้อน (Climate Change) เกษตรกรจึงต้องไปหาพื้นที่ปลูกกาแฟบนภูเขาที่มีอากาศเย็นกว่าที่ราบ

“วิธีแก้ปัญหาของ Starbucks คือเข้าร่วมโครงการอนุรักษ์กาแฟหรือ Coffee Conservation Project กับ CI (Conservation International) เอ็นจีโอนานาชาติที่เก่งมาก และมีองค์ความรู้เรื่องการปลูกกาแฟได้ร่มไม้ใหญ่ (Shade-Grown-Coffee) เพื่อแก้ปัญหาปลูกพื้นที่ป่าสงวน อีกทั้งยังพัฒนามาตรฐาน C.A.F.E (the Coffee and Farmer Equity Practices) ของตัวเองขึ้นมาสำหรับใช้กับห่วงโซ่อุปทาน และยกระดับค่าตอบแทนของเกษตรกร เช่น ถ้าเกษตรกรหรือซัพพลายเออร์ทำตามมาตรฐาน Starbucks ได้ 85-90% ก็จะทำให้ราคารับซื้อกาแฟดีขึ้น Starbucks เองก็ได้รับประโยชน์จากการทำมาตรฐานขึ้นมาใช้ เพราะเมื่อมีข้อมูลเกี่ยวกับต้นน้ำมากขึ้น จึงสามารถจัดการเรื่องความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานได้ สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรไม่ยอมเปลี่ยนไปปลูกอย่างอื่นตามความผันผวนของราคา โดยปริยายจึงทำให้ซัพพลายเชนของตนเองมีความมั่นคง มีเสถียรภาพมากขึ้น ถือเป็นประโยชน์ทางธุรกิจ”

ความท้าทาย : ซัพพลายเชนกับความยั่งยืน

“การเริ่มต้นให้ความสำคัญกับซัพพลายเชนในเมืองไทย ยึดคิดว่ายังเป็นช่วงเริ่มต้นมากๆ เองง่ายๆ เราเดินไปซื้อลูกชิ้นปิ้งหน้าบ้านเรารู้ไหมว่า หมูที่อยู่ในลูกชิ้นมันเลี้ยงที่ฟาร์มไหน แม่ค้าก็รู้แค่ว่าซื้อจากตลาดไหน รู้จักแค่พ่อค้าสับหมูที่ตลาด ก็ต้องยอมรับว่าเรื่องของเส้นทางหรือองค์ประกอบของซัพพลายเชนไม่ใช่เรื่องง่าย บางทีไม่ใช่เรื่องที่อยู่ติดๆ เราจะรู้ได้เอง แต่ยึดคิดว่าถึงอย่างไรก็คงเป็นบริษัทเอกชนนี่แหละที่จะต้องมองซัพพลายเชนของตัวเองเป็นส่วนหนึ่งเวลาที่มองนโยบายด้านความยั่งยืน เพราะถ้าวันนี้บริษัทใดไม่สนใจซัพพลายเชนเลย คิดถึงความยั่งยืนในกรอบแคบๆ เฉพาะในโรงงานหรือในสำนักงาน เท่ากับว่าเราก็จะมองไม่เห็นความเสี่ยงที่เกิดในซัพพลายเชน”

ทั้งนี้ การจะบริหารซัพพลายเชนให้โปร่งใส ไม่ก่อปัญหาได้ตั้งแต่ต้นจนจบนั้นย่อมถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสำหรับองค์กรใหญ่ที่มีซัพพลายเชนซับซ้อน จึงเป็น

เรื่องที่ต้องใช้เวลาและอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

“สุดท้ายแล้วผู้เชื่อว่าความโปร่งใสจะเป็นเกราะป้องกันที่ดี บวกกับต้องมีการตั้งทาร์เก็ตที่ชัดเจนในแต่ละปี และแผนงาน (Action Plan) ของบริษัทนั้นๆ ก็มีหน้าที่ที่จะต้องพยายามรายงานให้ชัดว่ากำลังทำอะไรไปถึงไหน แต่ละปีมีความคืบหน้าอย่างไร ถ้าปีไหนที่ไม่คืบหน้าตามเป้าก็ลองวิเคราะห์หอกออกมาว่าเป็นเพราะอะไร อย่างกรณีของเครือซีพี ก็ควรให้เครดิตซีพีนะว่ามีประกาศที่มีความชัดเจน บอกเลยว่าภายในปีนี้ Tier 1 ซัพพลายเออร์จะต้องได้รับการตรวจสอบ 100% และพอประกาศแผนแล้วก็ควรจะรายงานว่าแต่ละปีทำตามแผนได้มากน้อยแค่ไหน”

ด้วยความที่บริษัทขนาดใหญ่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อซัพพลายเชนดังที่กล่าวแล้ว จึงจำเป็นที่ภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับการคิดหาแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการพัฒนามาตรฐานการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบย้อนกลับ การออกแบบมาตรฐานสากลเพื่อนำมาปรับให้เข้ากับธุรกิจ การแบ่งปันปันส่วนความรับผิดชอบในห่วงโซ่ ฯลฯ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงอันจะนำไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนที่สุด 🌱

*หมายเหตุ : ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ อ้างอิงจากการให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2562

นิยาม ‘ห่วงโซ่อุปทาน’

“ห่วงโซ่อุปทานคือเครือข่ายของบุคคล องค์กร ทรัพยากร กิจกรรม รวมถึงเทคโนโลยีทุกอย่างที่เกี่ยวข้องในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การส่งมอบวัตถุดิบต้นทางจากซัพพลายเออร์ไปยังผู้ผลิต จนถึงการส่งมอบแก่ผู้ใช้ในขั้นตอนสุดท้าย”

<https://whatis.techtarget.com>

“ห่วงโซ่อุปทานที่ดีที่สุดไม่เพียงแต่ต้องรวดเร็วและคุ้มค่า หากยังต้องปราดเปรียวและยืดหยุ่น รวมถึงมั่นใจได้ว่าผลประโยชน์ทั้งหมดของบริษัทเป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

ฮาว แอล. ซี
ศาสตราจารย์ด้านการดำเนินงาน ข้อมูล และเทคโนโลยี
แห่งบัณฑิตธุรกิจวิทยาลัยสแตนฟอร์ด

“เมื่อชีพพลายเช่นคุณมีปัญหา สินค้าหรือธุรกิจ
บริการของคุณก็อาจจะมีปัญหาเช่นกัน”

ดร.เนติธร ประดิษฐ์สาร



ยูเอ็นโกลบอลคอมแพค (UN Global Compact) เกิดจากการรวมตัวของภาคเอกชนทั่วโลก ภายใต้ข้อริเริ่มของนายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติ ในขณะนั้น เพื่อชักชวนให้ธุรกิจมาร่วมกับสหประชาชาติในการทำกิจกรรมเพื่อให้โลกมีความยั่งยืน (Sustainability) สอดคล้องกับสิ่งที่สหประชาชาติพยายามผลักดัน กล่าวคือบริษัทจะต้องทำธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่ละเมิดสิทธิและกฎหมายแรงงาน รักษาสิ่งแวดล้อม และไม่สนับสนุนการทำทุจริต โดย UN Global Compact กำหนดขึ้นมาเป็นหลักการสากล 10 ประการที่จะต้องให้บริษัทสมาชิกปฏิบัติ ซึ่งมีสมาชิกอยู่ทั่วโลกกว่า 13,000 องค์กร จัดว่าเป็นการรวมตัวของภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนที่ใหญ่ที่สุดในโลก

UN Global Compact มองว่าการรวมตัวกันในระดับโลกอย่างเดียวยังคงจะไม่เพียงพอในการจะขับเคลื่อนให้บริษัทเอกชนหันมาทำเรื่องความยั่งยืนอย่างจริงจัง จึงพยายามให้แต่ละประเทศมีแกนนำที่จะ

รวบรวมสมาชิกในประเทศนั้นๆ ตั้งเป็น UN Global Compact ระดับประเทศขึ้น “ประเทศไทยก็ได้จัดตั้งเครือข่ายลักษณะดังกล่าวเมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา ภายใต้ชื่อ สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพคแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand : GCNT) ล่าสุดมีสมาชิกอยู่ราว 40 บริษัท ประกอบด้วยองค์กรธุรกิจเอกชน มูลนิธิ และสถาบันวิจัยบางแห่ง” ในกรณีนี้ **ดร.เนติธร ประดิษฐ์สาร** ในฐานะกรรมการและรองเลขาธิการ GCNT จึงรับหน้าที่ฉายภาพภารกิจในการรวมตัวเพื่อสร้างความยั่งยืนของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันอย่างแนบแน่นกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

“หลักการของ UN Global Compact คือการสนับสนุนให้สมาชิกส่งเสริมทั้งด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต ไปพร้อมๆ กัน แต่ถ้าจะถามว่าในสิ่งเรื่องนี้ GCNT อาจจะเน้นกิจกรรมในช่วงแรกๆ เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่เคารพสิทธิมนุษยชนเป็นหลักก่อน เพื่อที่จะส่งเสริมให้ธุรกิจเข้าใจ

ว่าสิทธิมนุษยชนมีความสำคัญและเกี่ยวข้องต่อการทำธุรกิจอย่างไร และภาคธุรกิจต้องทำอะไรบ้างเพื่อที่จะนับว่าเป็นธุรกิจที่เคารพและส่งเสริมสิทธิมนุษยชน

“ยกตัวอย่างเช่นเรื่องแรงงาน ในสายการผลิตของคุณไม่ควรจะมีการใช้แรงงานที่อายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด การทำงานล่วงเวลา ควรจะได้รับการค่าตอบแทนที่เหมาะสม กระบวนการจัดการทำงานควรเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือแม้แต่ในการบริหารองค์กรก็ไม่ควรที่จะเลือกปฏิบัติ ผู้หญิงควรจะได้สิทธิและโอกาสในการบริหารทัดเทียมกับผู้ชาย หรือสิทธิของแรงงานในการพักผ่อน ความปลอดภัยในที่ทำงาน หรือแรงงานต่างชาติที่เข้ามาทำงานในไทย เขาโดนหลอกมาในลักษณะของเหยื่อการค้ามนุษย์หรือเปล่าน้ำเสียที่คุณปล่อยออกไปจากโรงงานไปทำลายแหล่งน้ำที่ชาวบ้านบริเวณนั้นอาศัยในการดำรงชีวิตหรือเปล่า สิ่งเหล่านี้เป็นประเด็นในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านสิทธิมนุษยชนทั้งสิ้น มันเชื่อมโยงกันหมด แต่บางครั้งภาคธุรกิจอาจไม่ได้ตระหนักหรือมองในแง่นี้”

ภารกิจระดับสิทธิมนุษยชนในกลุ่มธุรกิจ

จากการกำหนดจุดยืนดังกล่าว อย่างน้อยในช่วงสองสามปีนี้ ภารกิจหลักประการหนึ่งของ GCNT จึงมุ่งไปที่การจัดทำคู่มือและหลักสูตรอบรมเพื่อให้ภาคธุรกิจไทยเข้าใจและดูแลด้านสิทธิมนุษยชนในการทำธุรกิจของตนได้ โดยขณะนี้ GCNT กำลังร่วมมือกับพันธมิตร อาทิ กระทรวงยุติธรรม กระทรวงการต่างประเทศ UNDP (United Nations Development Programme) OECD (Organization Economic Cooperation and Development) และผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจและสิทธิมนุษยชน แพลตฟอร์มจากคู่มือการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Business Conduct) หรือ RBC ของ OECD - องค์กรซึ่งมีประเทศพัฒนาแล้วเป็นสมาชิก ถือเป็นต้นแบบของการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าว

“อันนี้เป็นประสบการณ์ที่ได้จากตอนที่เริ่มคุยกับภาคธุรกิจมากขึ้น เราพบว่ามันไม่พอที่จะไปบอกเขาว่า ธุรกิจควรจะส่งเสริมความเป็นศักดิ์ศรีของมนุษย์ เคารพสิทธิมนุษยชนนะ เขาก็จะถามต่อว่า แล้วสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวกับเขาคือประเด็นไหนบ้าง ต้องทำอย่างไรที่จะส่งเสริมความเป็นศักดิ์ศรีของมนุษย์ จะมีคำถามตามมาเกี่ยวกับวิธีการนำไปปฏิบัติ ซึ่งบางทีคู่มือที่มีก็ไม่ได้อิงเข้ากับภาคธุรกิจจริงๆ โดย

เฉพาะในกรณีของไทย ทำให้ไปต่อไม่ได้ ซึ่งตรงนี้สำคัญมาก

“เราต้องคิดเหมือนคนผลิตสินค้าว่าขั้นที่หนึ่งถึงสิบคุณต้องทำยังไง เพื่อที่องค์กรธุรกิจจะได้ไปทำต่อได้ ทั้งหมดนี้อยู่ในช่วงการวางหลักสูตร กำหนดแล้วเสร็จไว้อย่างเร็วปลายปีนี้หรือต้นปีหน้า แน่แน่นอนว่าเราจำเป็นต้องร่วมมือกับภาครัฐ โดยตอนนี้ภาครัฐ คือกระทรวงยุติธรรม ในฐานะแม่ข่ายด้านสิทธิมนุษยชนของประเทศ กำลังทำร่างเอกสารฉบับหนึ่งเรียกว่าแผนปฏิบัติการชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (National Action Plans on Business and Human Rights) เพื่อขับเคลื่อนในระดับนโยบาย ทั้งนี้เป็นไปตามหลักการของ UN ว่าด้วยเรื่องของธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนที่บอกบทบาทไว้ 3 ด้าน คือ หนึ่ง ภาครัฐจะต้องให้ความคุ้มครองด้านสิทธิมนุษยชน สองภาคเอกชนหรือธุรกิจมีหน้าที่ในการเคารพสิทธิมนุษยชน และสามจะต้องมีการเยียวยา ซึ่งนี่คือหน้าที่ทุกคนต้องมาช่วยกัน

“และถ้าทุกบริษัทได้ไปตรวจสอบประเด็นสิทธิมนุษยชนในระบบการผลิตของตัวเองมาแล้วอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) ก็จะมีรู้แล้วว่าอะไรเป็นปัญหา อะไรที่จะต้องปิดช่องว่าง อะไรที่ยังขาดอีกเกิน รู้ว่าจุดอ่อน จุดแข็งของตัวเองอยู่ที่ไหน ก็จะช่วยลดความเสี่ยงที่จะไปละเมิดสิทธิมนุษยชนได้”

Supply Chain Sustainability = การผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อ

“Supply Chain Sustainability ผมเรียกว่ามันเป็นการผลิตที่รับผิดชอบต่อ ซึ่งหมายความว่าคุณรับผิดชอบต่อคนงาน สิ่งแวดล้อม หรือแม้แต่หลักการบรรษัทภิบาลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตนั้นๆ ดังเช่น การที่คุณจะสามารถผลิตโทรศัพท์มือถือได้ 1 เครื่อง ชีพพลายเซนสำหรับชิ้นส่วนต่างๆ ที่มาประกอบร่างเป็นโทรศัพท์ของคุณมีอะไรบ้าง ในกรณีแรงงานเคยลงไปสอดส่องดูแลไหมว่าโรงงานผลิตนี้เองที่อาจจะตั้งอยู่ในต่างจังหวัดนั้นเขาใช้แรงงานต่างชาติผิดกฎหมายหรือแรงงานเด็กหรือเปล่า ดังนั้น กระบวนการผลิตหรือการทำธุรกิจของคุณจะยั่งยืนได้จะต้องมีการตรวจสอบรอบด้าน จะต้องทำแผนภูมิขึ้นมาก่อนว่าในห่วงโซ่อุปทานนั้นมีใครเป็นใครบ้าง แล้วคุณสามารถสอดส่องลงไปได้ถึงที่ไหน ถ้ายังไม่มีการตรวจสอบต้องเร่งทำ เพราะว่ามันเป็นจุดอ่อน และเมื่อชีพพลายเซนคุณมีปัญหา สินค้าหรือธุรกิจ

บริการของคุณก็อาจจะมีปัญหาเช่นกัน เนื่องจากปัญหาดังกล่าวอาจกลายเป็นประเด็นลุกลามใหญ่โตขึ้นมาได้

“ดังนั้น การที่สมาชิกทั้ง 40 บริษัทของสมาคมฯ จะสามารถดำเนินธุรกิจยั่งยืนได้อย่างแท้จริงเขาจะต้องกลับไปดูในห่วงโซ่อุปทานของตัวเองด้วย ซึ่งหมายความว่าทุกบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่เหล่านั้นก็ต้องทำธุรกิจอย่างยั่งยืนตามไปด้วย เพราะตอนนี้กระบวนการผลิตของโลกซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ มีแหล่งผลิตจากทั่วโลก ชีพพลายเซอร์



บริษัทใหญ่ต้องมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมให้บริษัททุกขนาดที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานสามารถทำธุรกิจอย่างยั่งยืนได้เช่นเดียวกัน



การจัดกระจาย บริษัทใหญ่จึงต้องมีบทบาทในการยกระดับให้บริษัทกลางและบริษัทเล็กสามารถปรับตัวได้ช่วยส่งเสริมให้บริษัททุกขนาดที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานสามารถทำธุรกิจอย่างยั่งยืนได้เช่นเดียวกัน”

แนวทางส่งเสริมด้านสิทธิมนุษยชนของเครือเจริญโภคภัณฑ์

“สำหรับเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งหลายบริษัทในเครือฯ เป็นสมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทยด้วย และต่างเป็นองค์กรใหญ่ มีชีพพลายเซนที่ซับซ้อนเราก็คงต้องพยายามที่จะสอดส่องที่จะลดปัญหาให้ได้มากที่สุด นำไปสู่โจทย์ที่ต้องทำ Human Rights Due Diligence เพื่อที่จะทราบว่ามีปัญหาหรือโอกาสในการเกิดปัญหาอยู่ตรงไหน ช่องว่างมันอยู่ตรงไหน อะไรที่ยังไม่ได้ทำ สิ่งที่เกิดขึ้นในเครือฯ ที่ทำแล้วคือการ

สำรวจหา Salient Human Rights Issue หรือประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความสำคัญต้องเฝ้าระวัง ออกมาเป็น 5 ด้านที่จะต้องให้ความสำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย แรงงานบังคับ การใช้แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งก็ส่งผลให้ของการจ้างแรงงานต่างชาติตอนนี้ ทาง CPF เป็นบริษัทที่คนงานอยากจะทำมาทำงานด้วย เพราะมีชื่อเสียงดี ให้สิทธิประโยชน์และผลตอบแทนดี ก็ช่วยได้ในแง่ความมีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ”

DID YOU KNOW?

Nestlé Cocoa Plan กับการพัฒนาการจัดการโกโก้ที่ยั่งยืน

หลังจากพบความจริงอันน่าเจ็บปวดว่ามีการใช้แรงงานเด็กเกิดขึ้นในไรโกโก้ทั่วประเทศโกตดิวัวร์ (ไอวอรีโคสต์) จากต้นเหตุหลายประการ อาทิ ความยากจน เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร รวมถึงครอบครัวของแรงงานเด็ก เนสต์เล่จึงดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวผ่านการพัฒนาแหล่งปลูกโกโก้ที่ยั่งยืนตามแผนที่วางไว้ (Nestlé Cocoa Plan) โดยเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเพาะปลูกโกโก้ รวมถึงสังคมซึ่งพวกเขาอาศัยอยู่เป็นอันดับแรก

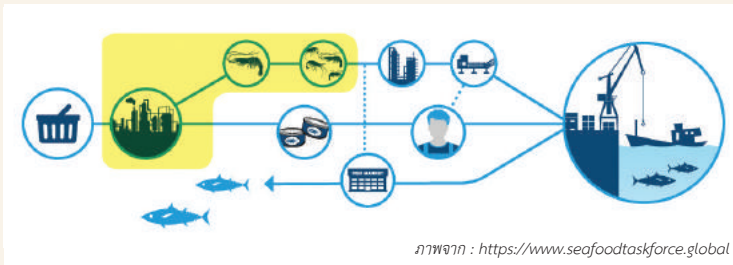
เกษตรกรกว่า 6,000 ราย ในประเทศโกตดิวัวร์จึงได้เข้าร่วมการอบรมในปี 2555 และขยายไปอีกหลายหมื่นรายทั่วโลกในปีต่อๆ มา นอกจากนี้ เนสต์เล่ยังได้แจกจ่ายต้นโกโก้ที่มีคุณภาพดีหลายล้านต้นให้แก่เกษตรกรเหล่านี้ อีกทั้งยังร่วมมือกับสมาคมโกโก้โลก (World Cocoa Foundation) ในการสร้างและบูรณะโรงเรียนในหลายชุมชนด้วย สามปีหลังจากนั้น บริษัทก็ได้ออกมาประกาศบรรลุเป้าหมายการใช้โกโก้จากแหล่งที่ได้รับรองการผลิตยั่งยืน 100 เปอร์เซ็นต์ไปพร้อมกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และความสุขของชุมชนที่เกิดขึ้นในไรโกโก้ทั่วทุกมุมโลกซึ่งอำนาจต่อรองของเนสต์เล่เข้าไปถึง

ที่มา : <https://siamrath.co.th/r/73103>

เครือข่ายกับแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของเครือข่ายดำเนินการภายใต้กรอบการดำเนินงานบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain Management) ซึ่งเป็นการจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานให้บรรลุตามนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทาน จรรยาบรรณของคู่ค้า และเป้าหมายการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าหลักที่มีความสำคัญ และมีความเสี่ยงสูง ตลอดจนสื่อสารให้ผลการดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง

Seafood Task Force



กลุ่ม Seafood Task Force คือการรวมกลุ่มธุรกิจของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารทะเล ทั้งผู้ซื้อต่างประเทศ ผู้ส่งออกในประเทศ โรงงานแปรรูป โรงงานอาหารสัตว์ ไปจนถึงองค์กรอิสระด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน องค์กรด้านเทคโนโลยี การติดตามการประมง และภาครัฐบาลไทย ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ปี 2557 จากการที่อุตสาหกรรมประมงและสินค้าเกี่ยวเนื่องในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกุ้งเลี้ยง โดนสื่อต่างชาติกล่าวหาเรื่องการใช้แรงงานอัน

ไม่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้ซื้อในสหภาพยุโรปและอเมริกาหยุดการนำเข้าสินค้าทะเลจากไทย จึงทำให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อปรับปรุงระบบทวนสอบแหล่งที่มาของสินค้าทางทะเล พัฒนาแนวทางการใช้แรงงานที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการใช้แรงงานในแต่ละหน่วยการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน (โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรือประมง) มีความสอดคล้องตามมาตรฐานด้านแรงงานระดับสากล และเพื่อแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตลอดจนสร้างความยั่งยืนอันชัดเจนขึ้นต่ออุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและประมงไทย

ทั้งนี้ ปิตินพงษ์ เตชะจรรกุล รองกรรมการผู้จัดการ สำนักสวัสดิภาพอาหารสัตว์ สำนักสวัสดิภาพอาหารสัตว์ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ ได้ชี้แจงถึงมุมมอง 'ความยั่งยืน' อย่างแท้จริงตามบริบทของกลุ่ม Seafood Task Force ว่าหมายถึงการได้มาซึ่งมาตรฐานหรือแนวทางปฏิบัติอันเป็นสากลที่มีความสอดคล้องกับแต่ละพื้นที่ของแต่ละประเทศ โดยจะก่อให้เกิดมิติของการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง และได้มาซึ่งแรงงานที่ถูกต้องตามหลักสากล รวมถึงทรัพยากรอันเพียงพอต่อความต้องการของห่วงโซ่อุปทาน อีกทั้งมิติในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมอาหารทะเลทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการผลิตและส่งออกสินค้าทะเล ด้านเศรษฐกิจที่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งด้านสังคมในประเด็นของการใช้แรงงานที่ถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดนั่นเอง 🌱

โครงการเกษตรฟิงตัน ข้าวโพดยั่งยืน



ภาพจาก : cpenews.com

บริษัท กรุงเทพโปรตีนอส จำกัด (มหาชน) หรือ BKP ผู้จัดหาวัตถุดิบอาหารสัตว์ให้โรงงานผลิตอาหารสัตว์ของ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ริเริ่มโครงการ 'เกษตรฟิงตัน ข้าวโพดยั่งยืน' มาตั้งแต่ปี 2557 โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ในการปลูกข้าวโพดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการให้กับเกษตรกรในพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์กว่า 8,700 ราย ครอบคลุมพื้นที่ปลูก 225,700 ไร่ ใน 25 จังหวัดทั่วประเทศ จนได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีคุณภาพดี และลดต้นทุนจากการใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมกับสภาพดิน ตลอดจนใช้วิธีการปลูกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รองรับนโยบายการจัดการวัตถุดิบยั่งยืนของซีพีเอฟ บนพื้นฐานตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่ปลูกมาจากพื้นที่ซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

ที่มา : https://siamrath.co.th/r/73103

แม่โครส่งเสริมเกษตรกรปลูกผักและผลไม้อย่างถูกวิธี



ภาพจาก <https://www.thairath.co.th>

บริษัท สยามแม่โคร จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า ‘แม่โคร 4.0’ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม พร้อมทั้งการดำเนินการเรื่องอาหารคุณภาพและปลอดภัย โดย

ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิต และความปลอดภัยของสินค้าแก่ผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน

ในการนี้ บริษัท สยามแม่โคร จำกัด (มหาชน) ยังได้ร่วมมือกับหน่วยงานราชการ

เครือข่ายภาคเอกชน มหาวิทยาลัยชั้นนำ ทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาและให้ความรู้แก่เกษตรกรตั้งแต่แหล่งผลิตจนถึงแหล่งจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีความปลอดภัย ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีการตรวจสอบย้อนกลับอันทันสมัยเพื่อใช้ตรวจสอบแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ผ่านการสแกน QR Code ช่วยยกระดับความสามารถของเกษตรกรไทยให้ก้าวไกลอย่างยั่งยืน และมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรกับเกษตรกรโดยตรง ไปพร้อมๆ กับเป็นช่องทางการจำหน่ายและกระจายสินค้าเกษตรสู่ภูมิภาคต่างๆ ผ่านสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศ นับเป็นการสร้างงาน สร้างโอกาส และสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร รวมถึงเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมด้วย 🌱

ที่มา : www.siammakro.co.th

โครงการฟาร์มสุกรสีเขียว



ภาพจาก : facebook CPF

ซีพีเอฟยกระดับฟาร์มสุกรของบริษัทสู่มาตรฐานฟาร์มสีเขียว เป็นรายแรกของประเทศมาตั้งแต่ปี 2552 โดยมีบรรยากาศและภูมิทัศน์ที่ดี ช่วยป้องกันและลดผลกระทบเชิงนิเวศ สามารถคุ้มครองพืชเฉพาะถิ่นและสัตว์พื้นเมืองเฉพาะถิ่นให้คงอยู่ และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากรที่ใช้ในฟาร์มได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังใช้ระบบฟาร์มสีเขียวแบบเต็มรูปแบบหรือที่เรียกว่า ‘From (Green) Farm to Table’ ซึ่งบรรจุเป้าหมายอาหารปลอดภัยหรือ Food Safety อย่างแท้จริง เพราะมีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิตอาหารหมู การเพาะพันธุ์ การเลี้ยงดู และการแปรรูป ผู้บริโภคทั่วโลกจึงมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เนื้อหมูของซีพีเอฟปลอดภัย ไร้เนื้อแดง ยาปฏิชีวนะ หรือสารปนเปื้อนใดๆ พร้อมผ่านการรับรองความปลอดภัยจากสัตว์แพทย์ของกรมปศุสัตว์ จึงนับเป็นการดำเนินการผลิตเนื้อสัตว์อนามัยแบบยั่งยืน และดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่ทำประโยชน์แก่ตนเอง ประชาชน และประเทศชาติไปพร้อมๆ กัน 🌱

ที่มา : <https://www.facebook.com/CPFGroup>



เปิดตำราเรียนห่วงโซ่อุปทานระดับโลกไปกับ ‘วอลมาร์ต’



การจัดลำดับของฟอร์จูน นิตยสารด้านธุรกิจรายใหญ่ของโลก พบว่าบริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่อย่างวอลมาร์ตทำรายได้เป็นอันดับ 1 มาตั้งแต่ ค.ศ. 2012-2018 และปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการบริหารห่วงโซ่อุปทานอันยอดเยี่ยมคือเบื้องหลังของความสำเร็จดังกล่าว

เหตุผลที่วอลมาร์ตถือเป็น Best Practice ในแง่มุมมองกล่าวจนทั่วโลกต้องเปิดตำราเพื่อเรียนรู้ นั่นคือ ความสามารถในการบริหารงานทั้งภายในและภายนอกบริษัทให้เชื่อมถึงกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งไม่เพียงแต่ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย หากยังการันตีได้ถึงความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ อีกทั้งส่งผลดีต่อสังคมโดยรวมอย่างยั่งยืนด้วย

ทั้งนี้ เมื่อ 32 ปีที่แล้ว ระบบดาวเทียมสื่อสารส่วนตัวซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกมูลค่า 24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ของวอลมาร์ต ได้ถือกำเนิดขึ้นเพื่อเชื่อมโยงเข้ากับทุกภาคส่วนในองค์กร รวมถึงสำนักงานใหญ่สาขาต่างๆ ทำให้ทั้งหน้าร้าน คลังสินค้า ไปจนถึงรถขนส่งสามารถติดต่อกันได้ผ่านวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ บริษัทจึงสามารถย่นระยะเวลาการทำงานและลดการใช้แรงงานคน รวมถึงค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ อาทิ ค่าโทรศัพท์ซึ่งต่ำลงถึง 20-30% การตัดบัตรเครดิตของลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและแม่นยำมากกว่าเดิม พนักงาน

หน้าร้านรู้จำนวนสินค้าที่เหลืออยู่ในโกดัง ผู้บริหารที่สำนักงานใหญ่รับรู้ถึงความเป็นไปทุกอย่างในร้านสาขา นอกจากนี้ บรรดาคู่มือของวอลมาร์ตยังสามารถนำสินค้าจากโรงงานของตนมาส่ง ณ ร้านสาขาที่ใกล้ที่สุดได้โดยไม่ต้องรอคำสั่งซื้อใดๆ เพราะทางบริษัทได้ส่งข้อมูลยอดขายในแต่ละช่วงเวลาไปให้อย่างสม่ำเสมอ ด้วยเหตุนี้วอลมาร์ตจึงสามารถจัดส่งสินค้าให้แก่สาขาต่างๆ เมื่อได้รับคำสั่งซื้อในเวลาไม่ถึง 24 ชั่วโมง ในขณะที่คู่แข่งต้องใช้เวลาเฉลี่ยถึง 5 วัน ส่วนต้นทุนในการจัดส่งสินค้าก็มีเพียง 3% ของยอดขาย ในขณะที่คู่แข่งสูงถึง 4.5-5% คงพอจะเห็นภาพชัดขึ้นแล้วว่ากลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานของวอลมาร์ตนี้ส่งผลให้บริษัทมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันอันยั่งยืนหลายประการ ซึ่ง ดิ๊ก แมคมิลลอน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารวอลมาร์ตคนล่าสุดขยายความว่า

“ปัจจุบันวอลมาร์ตกำลังเป็นผู้นำด้านการปฏิรูปโดยผนวกร้านค้าและชุมชนของเราเข้ากับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้วันยาๆ ของทุกครอบครัวเป็นเรื่องง่าย และสิ่งที่เรากำลังทำนี่ก็เป็นมากกว่าแค่การจับจ่ายใช้สอย เทคโนโลยียกระดับความโปร่งใสขึ้นไปอีกขั้น และลูกค้าก็อยากจ่ายเงินให้กับร้านค้าซึ่งพวกเขาไว้วางใจ เพื่อที่จะเป็นบริษัทอัน

สร้างมูลค่าทั้งทางธุรกิจและสังคมอันน่าเชื่อถือที่สุด เราจึงไม่เพียงต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานในแต่ละวัน หากยังต้องทำงานร่วมกับเหล่าซัพพลายเออร์ NGOs บุคคลหรือองค์กรที่เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา ไปจนถึงเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเปลี่ยนระบบต่างๆ ใหม่ทั้งหมด เราต้องการเป็นผู้นำในการตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ซึ่งมีความสำคัญต่อลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และชุมชนของเราอย่างที่สุด”

คำกล่าวข้างต้นไม่ใช่เพียงคำพูดสวยหรูที่อวดอ้างขึ้นลอยๆ หากแต่วอลมาร์ตยังมีโปรแกรมชีวิตดีชีวินความยั่งยืน (SIP) เป็นของตนเอง อันเป็นส่วนหนึ่งของโครงการลดก๊าซเรือนกระจกจำนวน 1 พันล้านเมตริกตันจากห่วงโซ่คุณค่าโลกภายใน ค.ศ. 2030 ผ่านความร่วมมือของบรรดาซัพพลายเออร์ด้วย ซึ่งเมื่อเดือนเมษายน ค.ศ. 2019 วอลมาร์ตได้กลายเป็นบริษัทล่าสุดที่ใช้เงินทุนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน โดยร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์เอกชน HSBC ปล่อยสินเชื่ออัตราพิเศษให้กับบรรดาคู่มือที่บรรลุเป้าหมาย SIP นับเป็นครั้งแรกที่วอลมาร์ตใช้กลยุทธ์ดังกล่าวในการโน้มน้าวให้บริษัทต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานเห็นความสำคัญของความยั่งยืน ไปพร้อมๆ กับการประหยัดต้นทุนและสร้างผลผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งเมื่อธุรกิจเติบโตเคียงคู่กับการมีส่วนร่วมในเชิงบวกต่อโลกใบนี้ ก็จะสามารถจุดประกาย รวมถึงสร้างมูลค่าอันยั่งยืนได้สืบไป

จึงไม่น่าแปลกใจที่ทั่วโลกต่างจับจ้องการดำเนินงานด้านห่วงโซ่อุปทานของวอลมาร์ตอย่างใกล้ชิด ในฐานะบทเรียนอันทรงคุณค่าซึ่งสามารถปรับใช้ได้กับทุกองค์กร ดังเช่นที่ พันเอกเวอร์นอน แอล บิตตี้ ผู้ซึ่งใช้เวลา 1 ปีในการเรียนรู้ระบบการจัดการของวอลมาร์ตผ่านโครงการฝึกอบรมด้านอุตสาหกรรมของกองทัพสหรัฐอเมริกา ถึงกับออกปากว่า

“การจัดการห่วงโซ่อุปทานคือการเคลื่อนย้ายสินค้าอันเหมาะสมไปสู่มือของลูกค้าผู้มีความต้องการในเวลาอันเหมาะสมด้วยวิธีการที่ทรงประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งหมดทั้งมวลนี้ไม่มีใครทำได้ดีไปกว่าวอลมาร์ตอีกแล้ว” 🌍



เรื่อง : ชัย อารังค์กุล ภาพ : ธนอมศักดิ์ บุญวิภาส / ภาพประกอบ : dearsupermarkets.com

จักรชัย โฉมทองดี

‘วิสัยทัศน์’ และ ‘ความจริงใจ’... กุญแจแก้ปัญหายาเสพติด



กว่า 20 ปีของการเติบโตในสายงานด้าน NGO ซึ่งเป็นทั้งความสุขที่ได้ตอบโจทย์ตัวเอง และสังคมไปพร้อมๆ กัน ทำให้เราได้เห็นชื่อของผู้ชายคนนี้ปรากฏอยู่ตามสื่อต่างๆ ในฐานะนักเคลื่อนไหวเพื่อสังคมอยู่เนืองๆ และปัจจุบันกับขวบปีที่ 6 แล้วภายใต้องค์กรระดับโลกซึ่งมีภารกิจหลักตรงกับสิ่งที่เขาสนใจ อีกทั้งยังสร้างโอกาสในการเรียนรู้ใหม่ๆ จากปัญหามากมายที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน ทำให้ **จักรชัย โฉมทองดี** ผู้จัดการด้านนโยบายและงานรณรงค์ องค์กรออกแคม (Oxfam) สามารถชี้ภาพในหลายมิติของห่วงโซ่อุปทานแบบเชื่อมโยงกันได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสำหรับตัวเขาเองนั้น ปัญหาดังกล่าวไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่อยู่ที่จะมองจากมุมใดมากกว่า

ความจริงที่ซ่อนเร้น

“ในประเทศไทยยังมีความไม่โปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานอยู่มาก มีหลายอย่างที่เรารู้สึกว่าแม้กระทั่งผมเองซึ่งทำงานด้านนี้ยังมีปัญหาบางอย่างที่ไม่เคยรู้หรือเข้าถึงได้เลย แม้ผู้บริโภคจำนวนมากอาจยังไม่ตื่นตัว แต่ข้อมูลพวกนี้ควรเป็นสาธารณะ เพราะมันช่วยให้ทั้งเราที่เป็นคนกินปลอดภัย และเกษตรกรไม่ถูกเอาเปรียบ”

จักรชัยเปิดประเด็นด้วยข้อเท็จจริงที่ทำให้หลายคนสะท้อนใจถึงความไม่ยินดีในรายในการเลือกของ เลือกซื้อสินค้ามาตลอดหลายสิบปี...

ทุกวันนี้คุณรู้หรือไม่ว่าอาหารที่ลูกของคุณกำลังตักเข้าปากนั้นผ่านการให้อะไรมา มีสารเคมีอะไรที่ติดซึมอยู่บ้าง มีการใช้ฮอร์โมน หรือยาปฏิชีวนะหรือไม่... เมื่อคุณซื้อส้ม คุณรู้



ซูเปอร์มาร์เก็ตที่รักของคุณ 'ดี' แค่ไหน?

หรือเปล่าว่ามันมาจากไหน ปลูกที่จังหวัดอะไร ใส่สารมากน้อยแค่ไหน ฉีดยาฆ่าแมลงหรือเปล่า หรือทุกครั้งที่คุณถามแม่ค้า คำตอบที่ได้ ก็มักจบลงแค่ที่ตลาดไท...

“จนถึงตอนนี้ แม้กระทั่งสูตรอาหารสัตว์ ก็ยังเป็นความลับ สำหรับผมมันไม่แพร่กับคนกิน และคนที่อยู่ต้นทางของห่วงโซ่อุปทานนั้น น่าเป็นห่วงยิ่งกว่า เพราะเมื่อข้อมูลมันถูกปิด เขาอาจกำลังถูกเอารถเอาเปรียบอยู่ก็เป็นได้”

เขาชี้แจงลึกลงไปให้เราเห็นภาพ เหมือนละครที่เขาออกมาเป็นฉากๆ หลังจากที่เรารวบรวมข้อมูลถึงการเดินทางในวิชาชีพจนมาถึง ประเด็นชีพพลายชนในประเทศ พร้อมยกตัวอย่างกรณีคนงานทำงานเกินค่าแรงที่ได้รับ หรือเด็กที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตอาหารต้องขาดโอกาสจนไม่ได้รับการศึกษา ไปจนถึงการทารุณกรรมแรงงานทาสบนเรือกลางทะเล และตอกย้ำว่าปัญหาเหล่านี้จะได้รับการแก้ไขต่อเมื่อทุกฝ่ายมองเห็นความเชื่อมโยง เห็นข้อต่อ เห็นภาพครบเหมือนกัน

“เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องเล่าที่มีพลัง เราเชื่อว่าพอทุกคนเห็นว่าตัวเองมีความสัมพันธ์กับอะไรก็จะมองเห็นบทบาทว่าเขาสามารถทำอะไรได้บ้าง ควรแก้ไขตรงจุดไหน อย่างไร แต่ละคนมีศักยภาพต่างกัน หากบริษัทใหญ่ๆ ในประเทศหนึ่งประกาศนโยบายต่อสาธารณะอย่างชัดเจนพร้อมทำจริง ก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกได้ การมองในเชิงชีพพลายชนจึงสำคัญมาก เพราะสามารถนำไปสู่ทางออกได้”

บทบาทของบริษัทเอกชนเองก็สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เพราะจักรชัยและทีมงานของอ็อกแฟมมองว่าภาคธุรกิจนั้นเป็นทั้งปัญหาและทางออกของห่วงโซ่อุปทาน ทว่าหลายเรื่องมีความลงตัวอยู่ในผลประโยชน์ ความเปลี่ยนแปลงที่คนส่วนใหญ่อยากเห็นจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

“มีคำอยู่เสมอคำซึ่งสำคัญมากคือ ‘วิสัยทัศน์’

และ ‘ความจริงใจ’ เพราะฉะนั้นภาคธุรกิจต้องไม่มองแค่ผลกำไรในปีนั้นเท่านั้น แต่ต้องมองว่า จะสามารถขับเคลื่อนบริษัทและสร้างกำไรที่อาจไม่เยอะที่สุดเฉพาะหน้าแต่สามารถทำให้อุตสาหกรรมอยู่ได้ยาวนาน นั่นคือสิ่งที่เรียกว่า ‘วิสัยทัศน์’ อันจะกลายเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย ส่วน ‘จริงใจ’ ในที่นี้คือไม่ได้เพียงสร้างให้ภาพของบริษัทออกมาในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืน

SUPER MARKET

ที่รัก



หากบริษัทใหญ่ๆ ในประเทศหนึ่ง ประกาศนโยบายต่อสาธารณะอย่างชัดเจน ก็จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกได้ การมองในเชิงชีพพลายชนจึงสำคัญมาก เพราะสามารถนำไปสู่ทางออกได้



เท่านั้น แต่ต้องลงมือปฏิบัติจริง มิใช่แค่เพื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งต้องวัดกันที่การเปลี่ยนแปลงจริงของนโยบายบริษัทซึ่งสะท้อนหรือการดำเนินการใน Core Business ด้วย”

จักรชัยเน้นย้ำถึงมุมมองที่มีต่อผู้ประกอบการอันเปรียบเสมือนข้อต่อชิ้นใหญ่ ซึ่งอยู่ตรงกลางระหว่างผู้ผลิตต้นน้ำกับผู้บริโภคที่สามารถสร้าง Big Change ระลอกมหิมาให้กับ

DID YOU KNOW?

- คณะนักที่ทาง ‘โครงการซูเปอร์มาร์เก็ตที่รัก’ ให้ ไม่ได้มาพร้อมกับเงื่อนไขหรือบทลงโทษใดๆ แต่เป็นการสื่อสารให้ซูเปอร์มาร์เก็ตและผู้บริโภคเข้าใจปัญหาของเกษตรกรและแรงงานผู้ผลิตอาหาร และร่วมด้วยช่วยกันในการคลี่คลาย จากการศึกษาของอ็อกแฟม การที่จะทำให้อุตสาหกรรมคนต้นทางผู้ผลิตอาหารมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่ได้ทำให้สินค้าแพงขึ้นมากมายอย่างที่กลัวกัน หลายสินค้าอาหารราคาเพิ่มขึ้นเพียงหนึ่งหรือสองบาทสามารถช่วยให้ผู้ผลิตต้นทางมีรายได้พ้นจากความยากจน อีกทั้งบริษัทตัวกลางไม่จำเป็นต้องผลักภาระให้ผู้บริโภคก็ได้ ทั้งนี้ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาบริษัทค้าปลีกปลายทางยังได้ส่วนแบ่งของราคาสินค้าอาหารเพิ่มขึ้นถึง 30 เปอร์เซ็นต์ อีกด้วย
- จากการรายงานผลประเมินภายใต้โครงการซูเปอร์มาร์เก็ตที่รักพบว่า ที่ให้ความสำคัญกับผู้ผลิตและได้คะแนนสูงกว่าที่ไม่ได้ขายสินค้าแพงกว่าที่อื่นๆ เลย
- ประเทศไทยยังมีช่องว่างของค่าตอบแทนของผู้หญิง ผู้ชาย ที่ทำงานแบบเดียวกันสูงมากกว่าค่าเฉลี่ยของโลกอีกด้วย



ห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนได้ เพียงแค่ลงมือปรับวิธีการทำงานและเปลี่ยนขั้นตอนการดำเนินงานบางส่วนสำคัญขององค์กรให้โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ตัวอย่างเช่น มีการตรวจสอบจริงเพื่อไม่นำอาหารที่ซูตริตเกษตรกรชาวประมง แรงงาน มาขาย รวมถึงส่งเสริมการนำอาหารที่ยั่งยืน ปลอดภัย ให้มาถึงผู้บริโภค ในทางกลับกัน หากบริษัทขาดความจริงใจโดยเพียงคำพูดว่ายั่งยืนหรือแค่ทำโครงการเพื่อประชาสัมพันธ์ ความเปลี่ยนแปลงก็คงไม่สามารถเกิดขึ้นได้

ซูเปอร์มาร์เก็ตที่เราชอบ คืออีกหนึ่งคำตอบของปัญหา

ด้วยความที่ผู้คนเข้าร้านค้าปลีกทุกวัน ออกแฟมจึงผูกใจเดียวในการเข้าไปดูนโยบายสาธารณะของบริษัทต่างๆ โดยใช้ตัวชี้วัดสากลที่มีอยู่แล้วทั่วโลก อาทิ การลงนามในเอกสารระหว่างประเทศเรื่องสิทธิสตรี สิทธิแรงงาน นโยบายความเท่าเทียมของค่าจ้างในองค์กร การประเมินความเสี่ยงในเรื่องสิทธิมนุษยชน ฯลฯ มาเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนนความน่ารักของซูเปอร์มาร์เก็ต ภายใต้ชื่อ ‘โครงการซูเปอร์มาร์เก็ตที่รัก’ ซึ่งในประเทศไทยมีมูลนิธิผู้บริโภคและเครือข่ายกินเปลี่ยนโลกเข้ามาเป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อน และมีอายุครบ 1 ปีแล้ว

ปัจจุบันโครงการดังกล่าวมุ่งเน้นไปยังสถานที่จำหน่ายอาหารสดเป็นหลัก โดยขณะนี้มีอยู่ 7 แปรณต์ร้านค้าที่ได้รับการประเมิน โดยคะแนนมีอยู่ 4 หมวด คือ ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ แรงงาน ผู้ผลิตรายย่อย และความเท่าเทียมกันในเพศสภาพ ซึ่งในปีต่อไปจะเพิ่มด้านสิ่งแวดล้อม และผู้บริโภคเข้ามาด้วย

“เราปล่อยคะแนนออกไปครั้งแรกเมื่อกลางปีที่แล้ว และจะอัปเดตข้อมูลในช่วงเดียวกันนี้ของทุกๆ ปี โดยเราให้ความเคารพทุกคน ภาคธุรกิจก็เช่นกัน เราจึงส่งคะแนนไปให้ดูก่อน แล้วสามารถมานั่งคุยกันได้ว่าตรงไหนไม่ครบ ไม่ตรง ก่อนจะอัปเดตเป็นสาธารณะ เพราะเราเข้าใจว่าบริษัททำธุรกิจมูลค่ามหาศาล



คะแนนนี้จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ Core Business และเราอยากให้เกิดการประกาศนโยบายต่อสาธารณะเพื่อที่องค์กรจะได้ทำทนายตัวเองด้วย



เรื่องแบบนี้จึงมีความละเอียดอ่อน หากบริษัทไทยมีนโยบายด้านสังคมมากก็ยิ่งได้คะแนนมาก ทว่าคะแนนที่ปรากฏก็ไม่สามารถบอกได้ทั้งหมดว่านโยบายเหล่านั้นมีการปฏิบัติจริงหรือไม่ จะสามารถถึงกับบอกได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น หากคะแนนต่ำ เราอยากให้มองเป็นการเดินทางเพื่อที่จะได้เกิดการพัฒนาย่าง ขึ้นไป ซึ่งตัวคะแนนนี้จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ Core Business และเราอยากให้เกิดการประกาศนโยบายต่อสาธารณะเพื่อที่องค์กร



จะแสดงความจริงใจต่อลูกค้าและได้ทำทนายตัวเองด้วย”

เป็นความน่ายินดีว่าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา มีผู้บริโภคไทยให้ความสนใจและลงชื่อร่วมสนับสนุนโครงการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีข้อเสนอแนะฝากผ่านมาถึงบรรดาซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวนมาก อาทิ ต้องการให้มีโซนสินค้าออร์แกนิกมากขึ้น พร้อมแสดงข้อมูลที่มาของสินค้า ไปจนถึงอยากให้เห็นค่าและข้อมูลเหล่านี้เข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมสามารถเข้าไปจับจ่ายใช้สอย สำหรับในปีต่อไป จะเริ่มเชื่อมโยงกับภาครัฐ เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงมีความยั่งยืนและขยายตัวเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน ด้วยความเชื่อที่ว่า การเข้าถึงอาหารของคนไทยไม่ควรจำกัดแค่ที่ใดที่หนึ่ง โครงการซูเปอร์มาร์เก็ตที่รัก จึงวางแผนชวนตลาดนัดและตลาดสดซึ่งมีความพร้อมและสนใจมาเข้าร่วมโครงการตลาดสดที่รัก และตลาดนัดที่รักอันจะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย 🌱

ABOUT OXFAM

Oxfam คือองค์กรที่ทำงานด้าน การพัฒนาในระดับสากล เป็นหนึ่งในเอ็นจีโอที่เก่าแก่ที่สุดในโลก โดยเริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ สมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ณ กรุงออกซ์ฟอร์ด ประเทศอังกฤษ จึงเป็นที่มาของชื่อ Oxfam ปัจจุบันมีสำนักงานหลักกระจายอยู่ประมาณ 20 แห่งทั่วโลก สำหรับประเทศไทยเอง Oxfam เข้ามาทำงาน นานกว่า 16 ปีแล้ว



เรื่อง : ชัย อารังค์กุล

ตรวจสอบย้อนกลับ... สำคัญกับชีวิตอย่างไร?

การรู้ที่มาที่ไปของสินค้าไม่เพียงแค่มอบความปลอดภัยให้กับตัวคุณเองและคนในครอบครัวเท่านั้น หากยังเพื่อแผ่ความสุขอันยั่งยืนให้กับอีกหลายชีวิตบนโลกใบนี้ได้โดยไม่น่าเชื่อ หากยังนึกภาพไม่ออก ลองมาฟังเสียงเล็กๆ ที่มีบทบาทในสังคมไทยของทั้ง 3 คนเหล่านี้



มณีนพร พรโชติทวีรัตน์ (เบลล่า) เจ้าของเพจ FB : เบลล่าพากิน By Bella the Food Hunter อายุ 34 ปี

“ด้วยความที่เบลล่าเป็นนักกินและเป็นเชฟ สินค้าหลักที่ซื้อประจำจึงอยู่ในหมวดอาหาร โดยเบลล่าจะซื้อสินค้าจากโครงการหลวง และ CP เพราะสะดวกและวางใจในมาตรฐาน เนื่องจากเบลล่ามั่นใจว่าทั้งสองบริษัทนี้มีการขึ้นทะเบียนกับทางภาครัฐแล้ว จึงสามารถตรวจสอบมาตรฐานของสินค้า รวมถึงที่มาที่ไปของอาหารได้ สำหรับเบลล่าแล้วแม้สินค้าจะคุณภาพดีแค่ไหน หากต้นตอที่มานั้นเบียดเบียนหรือเอาไรต์เอาเปรียบคนอื่น เบลล่าคิดว่าทุกคนล้วนอยากใช้ชีวิตแบบมีความสุข ไม่มีใครอยากโดนเอาไรต์เอาเปรียบหรือทรมาน เบลล่าเชื่อว่าสิ่งใดที่เราไม่ยอมให้เกิดขึ้นกับเราหรือลูกหลาน ก็ไม่ควรทำสิ่งนั้นกับคนอื่น การสร้างมาตรฐานในการตรวจสอบย้อนกลับจึงเป็นเรื่องที่ดีในฐานะผู้บริโภค และฐานะมนุษย์คนหนึ่งที่เราเห็นใจเพื่อนร่วมโลก สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้โลกของเราดีขึ้นในทุกๆ ทาง เพราะมันไม่ใช่แค่การได้ประโยชน์ที่ตัวเรา หากคนอื่น ๆ มีชีวิตที่ดี โคนเอาเปรียบ มีสภาวะอารมณ์ที่ดี อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความสุข ปัญหาสังคมต่างๆ ก็จะไม่ตามมาค่ะ”



วาราลักษณ์ สนิท (กิ) ผู้ช่วยผู้บริหารประจำสำนักอธิการบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อายุ 47 ปี

“ส่วนตัวคิดว่า การตรวจสอบย้อนกลับ ในฐานะแม่ที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าให้ลูกนั้น มีความจำเป็นและสำคัญมาก โดยเฉพาะเรื่องของอาหารการกิน ไม่ว่าจะเป็ผลไม้หรือผัก ต้องมาจากสวนหรือแหล่งที่ใช่ปุ๋ยอินทรีย์ ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน จึงจะรู้สึกปลอดภัยและอุ่นใจสำหรับลูกของเรา โดยจะเลือกซื้อจากโครงการหลวง หรือจากสวนที่ปลูกแบบออร์แกนิก/คลีนฟาร์ม ถ้าเป็นเนื้อสัตว์ก็ต้องมีแหล่งเลี้ยงที่ถูกสุขอนามัย เป็นระบบปิดปลอดภัย ไม่มีการปนเปื้อนของเชื้อโรค โรคระบาด หรือสารพิษ ซึ่งมักเลือกซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้ามากกว่าซื้อตามตลาดสดทั่วไป ซึ่งการตรวจสอบย้อนกลับนี้สามารถช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และเพิ่มรายได้ อีกทั้งยังทำให้สุขภาพของเกษตรกรคนงาน หรือเจ้าของฟาร์มดีขึ้น เพราะไม่ต้องใช้สารเคมีในการปลูก ขายได้ราคาที่สูงขึ้น เมื่อผู้ซื้อสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ก็จะเลือกซื้อสินค้าที่ปลอดภัยกับตัวเอง ทำให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจกับสินค้าที่ผลิต ถ้าเป็นการปลูกผักผลไม้ก็จะไม่ใช้สารเคมี ยาฆ่าแมลง จึงช่วยลดปริมาณสารเคมีปนเปื้อนในดิน อากาศ ในน้ำ และในร่างกายผู้ที่สัมผัสใกล้ชิดกับแหล่งผลิต สิ่งแวดล้อมก็จะดีขึ้นรอบด้านค่ะ”



ภาคภูมิ แสงวงศา (ภาค) เจ้าหน้าที่วิชาการ (Technical and Programme Development Officer) มุทนิธิรักษ์ไทย อายุ 39 ปี

“ในมุมมองของผมคิดว่าความสัมพันธ์เชิงอำนาจสมัยใหม่ ควรปรับเปลี่ยนจาก ‘นาย’ กับ ‘ลูกน้อง’ มาเป็น ‘หุ้นส่วนในการพัฒนา’ มากกว่า ก็คือต้องร่วมด้วยช่วยกันทำงาน เพื่อผลผลิตที่ดีและลูกจ้างมีความสุขครับ เพราะจากการทำงานด้านคดีแรงงานของมูลนิธิรักษ์ไทยมา 13 ปี เราได้พบว่าหลายครั้งแรงงานมาขอความช่วยเหลือโดยให้ข้อมูลหรือบอกปัญหาไม่หมด ตัวอย่างเช่น มาร้องเรียนเรื่องสภาพความปลอดภัยหรืออาชีวอนามัยไม่เหมาะสม แต่พอเจ้าหน้าที่สัมภาษณ์หนักเข้าก็กลายเป็นว่าเขาต้องการเปลี่ยนนายจ้างเพื่อไปอยู่กับแฟนหรือพี่น้อง หรือบางครั้งแรงงานหญิงมาขอความช่วยเหลือว่าถูกบังคับค้ามนุษย์ แต่พอไปร้องทุกข์กับพนักงานสอบสวนแล้วพบว่าข้อเท็จจริงกลับตาลปัตรโดยสิ้นเชิง ทางออกของปัญหาเหล่านี้หลายครั้งจึงต้องประเมินกันเป็นระยะ หรือต้องตรวจสอบย้อนกลับด้วยการติดต่อประสานงานไปที่นายจ้าง ผู้ประกอบการ หรือฝ่ายทรัพยากรบุคคล บางครั้งก็ต้องไปที่โรงงานด้วยตนเอง ผมก็เคยมองว่าการตรวจสอบย้อนกลับมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อสังคม”

CP FOR SUSTAINABILITY



Social Business Day 2019 จัดครั้งแรกในประเทศไทย เครือซีพี ร่วมแนวคิดขับเคลื่อน ‘ธุรกิจเพื่อสังคม’

● ศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูนูส (Muhammad Yunus) นักเศรษฐศาสตร์ เจ้าของรางวัลโนเบล ผู้ริเริ่มแนวคิด Social Business หรือธุรกิจเพื่อสังคม และ Yunus Foundation ได้ร่วมกับ Yunus Center at AIT ศูนย์ยูนูสเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ Thailand Social Business Initiative : TSBI จัดการประชุมระดับโลก Social Business Day 2019 ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย และครั้งที่ 9 ของโลก ระหว่างวันที่ 28-29 มิ.ย. 2562 โดยมีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้เกิดชุมชนธุรกิจเพื่อสังคมขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก และเพื่อเป็นเครือข่ายขับเคลื่อนแนวคิด ‘Social Business’ ให้เป็นต้นแบบ

ในการช่วยแก้ปัญหาสังคม หวังตบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน ในปีนี้จัดขึ้นภายใต้แนวคิด ‘Making Money is Happiness, Making Other People Happy is Super Happiness’ โดยมีนายศุภชัย เจียรนวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้รับเกียรติกล่าวในช่วง Closing Ceremony เพื่อแสดงให้เห็นถึงพลังของภาคธุรกิจไทยที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการนำแนวคิด Social Business หรือธุรกิจเพื่อสังคม ไปใช้ในการช่วยแก้ปัญหาสังคมต่อไป



‘แม็คโคร’ ย้าจุดยืนไม่แจกถุงพลาสติกเจ้าแรกในไทย

● บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ประกาศตัวเลขรับวันปลอดถุงพลาสติกสากล ในฐานะผู้นำร่องห้างไม่แจกถุงพลาสติกเจ้าแรกในประเทศไทย ตั้งแต่วันแรกที่เปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบันกว่า 30 ปี ลดถุงพลาสติกไปแล้วกว่า 5,400 ล้านใบ สร้างพฤติกรรมค่านิยมให้คนไทยไม่ใช้ถุงพลาสติกเวลาช้อปปิ้ง พร้อมเดินหน้าการเป็นผู้นำงดจำหน่ายโฟมบรรจุอาหาร เน้นกระตุ้นร้านอาหารใช้ผลิตภัณฑ์ย่อยสลายได้ หวังสร้างวัฒนธรรมปลอดขยะพลาสติกในไทย



ซีอีโอเครือซีพี ‘ศุภชัย เจียรนวนนท์’ บนเวที World Economic Forum

● นายศุภชัย เจียรนวนนท์ ประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้เป็น 1 ในบุคคลที่ได้รับเกียรติให้เป็นประธานร่วม หรือ Co-Chairs บนเวทีการประชุมระดับโลก World Economic Forum เพื่อหารือเกี่ยวกับ ‘ความเป็นผู้นำ 4.0 : การประสบความสำเร็จในยุคใหม่ของโลกาภิวัตน์’ หรือ ‘Leadership 4.0 : Succeeding in a New Era of Globalization’ โดยมี นายหลี่ เค่อเฉียง นายกรัฐมนตรีสาธารณรัฐประชาชนจีน ร่วมประชุมในครั้งนี้ด้วย นอกจากนี้ในเวทีเดียวกันคุณศุภชัยได้ร่วมแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์ใน Session ‘The Quest for Leadership 4.0’ กับนักธุรกิจและนักวิชาการชั้นนำระดับโลก ณ เมืองต้าเหลียน สาธารณรัฐประชาชนจีน



We live in an increasingly resource aware and resource constrained world. We need to live within our means and not borrow from the nature. To build a sustainable tomorrow we need to make our supply chain sustainable today. In fact, I firmly believe that increased sustainability in the supply chain reduces risks and increases profits for all organizations and stakeholders.



Kris Gopalakrishnan

Chairman of Axilor Ventures, a company supporting and funding startups
Former Executive Vice Chairman of Infosys, a global consulting and IT services company.



เราอยู่ในโลกที่ทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัดขึ้นทุกวัน
บนความตระหนักที่มากขึ้นทุกที
มนุษยชาติจำเป็นต้องดำรงชีวิตอยู่ในเส้นทางของตนเอง
โดยไม่หยิบยืมสิ่งใดๆ มาจากธรรมชาติ
เราต้องทำให้ห่วงโซ่อุปทานของเรายั่งยืนเสียตั้งแต่วันนี้
เพื่อสร้างความยั่งยืนในวันต่อๆ ไป
ผมเชื่อเหลือเกินว่าการยกระดับความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน
จะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มผลกำไรให้กับทุกองค์กร
รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกคน



คริส โกปาลากฤษนัน

ประธานบริษัท แอกซิลอร์ เวนเจอร์ส ซึ่งสนับสนุนและมอบทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ
อดีตรองประธานบริหารและประธานร่วมบริษัทอินโฟซิส ที่ให้คำปรึกษาและบริการด้านไอทีระดับโลก

คิดเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน

SUSTAINABLE LIFE

เดินทางทั่วไทย พร้อมเรียนรู้เรื่องราวความยั่งยืน กับโครงการดีๆ ในเครือเจริญโภคภัณฑ์
ที่จะชวนให้ทุกคนมาคิดและใช้ชีวิตเพื่อให้เราและโลกนี้มีความสุขอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน
ในรายการ**คิดเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน Sustainable Life**

ออกอากาศทุกวันจันทร์

ช่อง **TNN 16** ทลิ่งรายการ TNN ข่าวค่ำ | ช่อง **true4U 24** ทลิ่งข่าวในพระราชสำนัก

 CP for Sustainability | www.sustainablelife.co



รับชมรายการ Sustainable Life
#คิดเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน
#SustainableLife

