

ความรับผิดชอบต่อสังคม โลจิสติกส์สีเขียว และโซ่อุปทานสีเขียว ความยั่งยืนอย่างแท้จริงหรือเป็นแค่กระแส ?

โดย ชัญญุศิริ สว่างาม

น.ศ. หลักสูตร Ph.D in Logistics and Supply Chain Management ม.ศรีปทุม

“องค์กรที่ให้ความสำคัญและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดีจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนำองค์กรไปสู่ความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง” แนวคิดนี้ได้ถูกนำมาใช้ในวงการธุรกิจมากขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้เกิดแรงกดดันต่อการดำเนินธุรกิจ ในการพยายามที่จะค้นหาแนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กร ทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรทางด้านผลิตสินค้าหรือบริการต่างมุ่งหวังผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด เพื่อเป้าหมายขององค์กรและการเป็นผู้นำทางธุรกิจ ยุทธศาสตร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่ามาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจ หรือที่เรียกว่า Environmental Sustainability in the Organization **แต่ในความเป็นจริง องค์กรเหล่านั้นได้นำยุทธศาสตร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้เพื่อให้เกิด “ความยั่งยืนอย่างแท้จริง” หรือ เป็นแค่เพียงการ “สร้างภาพ” เพื่อให้ทันกับกระแสโลกกันแน่?**

กระแสแนวคิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์

การดำเนินธุรกิจตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีแนวคิดที่พยายามส่งเสริมให้องค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรทางด้านธุรกิจได้เล็งเห็นความสำคัญในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินงานมากขึ้น ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญในมุมมองของผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว แนวคิดดังกล่าว ได้แก่

- ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR)
- โลจิสติกส์สีเขียว (Green Logistics)
- โซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain)

โดยแนวคิดทั้งหมดมุ่งเน้นให้ความสำคัญและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในที่นี้ผู้เขียนได้สรุปความต่างและความเหมือนในแต่ละแนวคิด โดยแยกหลักการในการนำมาใช้แต่ละสาขาหรือศาสตร์ต่าง ๆ ในบริบทของการทำธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกิจกรรมและการแสดงออกที่สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่มีทั้งความเหมือนและความต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางเปรียบเทียบแนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์

การปฏิบัติ	ความรับผิดชอบต่อสังคม	โลจิสติกส์สีเขียว	โซ่อุปทานสีเขียว
สาขาที่นำแนวคิดไปประยุกต์ใช้	การตลาด การจัดการ	การตลาด โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	การตลาด โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
หลักการ	การกำกับดูแลกิจการ โดยคำนึงถึงความถูกต้อง โปร่งใส มีจริยธรรม ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในภายนอกองค์กร ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	การบริหารจัดการด้านการขนส่งสินค้า การจัดเก็บและคลังสินค้า โดยมุ่งเน้นการมีต้นทุนต่ำ เกิดการสูญเสียต่ำและปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้น้อยที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดมลพิษและสร้างความสมดุลให้กับสิ่งแวดล้อม	การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมรวมกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ การผลิต การออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการ การผลิต กระบวนการทางด้านโลจิสติกส์ จนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือลูกค้า เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานขององค์กรโดยเน้น หลักการ พัฒนา และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
รูปแบบกิจกรรม	สิ่งแวดล้อม แรงงาน สิทธิมนุษยชน การมีส่วนร่วมกับชุมชน มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ การตลาด มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาองค์กร สุขอนามัย การศึกษาและการพัฒนาภาวะผู้นำ การบรรเทาสาธารณภัย	การขนส่ง การจัดเก็บ คลังสินค้า การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ	การผลิตสีเขียว การออกแบบสีเขียว โลจิสติกส์สีเขียว การบริโภคสีเขียว การรีไซเคิลสีเขียว

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญในการดูแลและแสดงความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย หรือที่เรียกว่า “Stakeholders” โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรควบคู่ไปกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งหมายถึง องค์กร ชุมชน สังคม และสภาพแวดล้อม โดยมีการแบ่งกิจกรรมของ CSR เป็น 7 กิจกรรมหลัก คือ

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause Promotion)
2. การตลาดที่เกี่ยวข้องโยงกับประเด็นทางสังคม (Cause-Related Marketing)
3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate Social Marketing)
4. การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy)
5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering)
6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices)
7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and Delivering Affordable Products and Services)

โลจิสติกส์สีเขียว (Green Logistics) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญในการขนส่งสินค้า (Green Transport) การจัดเก็บ และคลังสินค้า (Green Warehouse) โดยมุ่งเน้นการมีต้นทุนต่ำเกิดการสูญเสียต่ำและปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้น้อยที่สุด กิจกรรมที่องค์กรให้ความสนใจในเรื่องนี้ เช่น

1. รูปแบบการเคลื่อนย้ายหรือขนส่งที่เหมาะสม ลดการสูญเสียในการวิ่งเที่ยวเปล่า (Backhaul) โดยการขนส่งตรงแบบเต็มตู้ (Full Truck Load)
2. จัดสินค้าขึ้นรถและเส้นทางขนส่งอย่างชาญฉลาด ใช้ระบบ Intelligent System ในการเลือกเส้นทาง
3. เลือกใช้ขนาดรถและเชื้อเพลิงที่เหมาะสม ติดอุปกรณ์ช่วยลดแรงเสียด รวมถึงระบบการขนส่งในการลดต้นทุนรวมและปริมาณสินค้าคงคลังแบบ Milk Run
4. อบรมพนักงานให้ขับรถอย่างถูกวิธีแบบ Eco-Drive
5. การบรรจุภัณฑ์แบบ Eco-Packaging ในการนำรีไซเคิลใหม่ในกระบวนการผลิต เป็นต้น

โซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญในการนำการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมาบูรณาการกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานขององค์กร โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในการกำหนดเป้าหมายด้านวัสดุที่เป็นของเสีย พลังงานที่สูญเสีย การใช้ทรัพยากรในอัตราที่ต่ำกว่าและประโยชน์ที่ควรจะได้รับ ซึ่งกิจกรรมที่องค์กรให้ความสนใจในเรื่องนี้ได้แก่

1. การผลิตสีเขียว (Green manufacturing) คือ การผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่สะอาด เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด โดยใช้หลักการของ 3R คือ Reduce Reuse และ Recycle เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการทำกำไรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Design) คือ การเลือกวัตถุดิบ การจัดหา การผลิต การใช้งานผลิตภัณฑ์ของลูกค้าและการนำซากผลิตภัณฑ์กลับสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. โลจิสติกส์สีเขียว (Green Logistics) คือ การขนส่งสินค้า การจัดเก็บ และคลังสินค้า โดยมุ่งเน้นการมีต้นทุนต่ำเกิดการสูญเสียต่ำและปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้น้อยที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดมลพิษ และรักษาความสมดุลให้กับสิ่งแวดล้อม

4. การบริโภคสีเขียว (Green Consumption) คือ การที่ผู้ผลิตมีการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เหมาะสมในด้านการสื่อสารเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ทำให้เกิดผลประโยชน์ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างถูกวิธีมีความเหมาะสมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. การรีไซเคิลสีเขียว (Green Recycling) คือ การนำซากของผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่

ความยั่งยืนอย่างแท้จริงหรือแค่กระแส ?

กระแสการนำแนวคิดในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มีจุดเริ่มต้นตั้งแต่การทำ CSR, Green Logistics และ Green Supply Chain ต่างเป็นแนวคิดที่มีมุมมองในแง่เดียวกันคือ **“ทำอย่างไรให้องค์กรแข็งแกร่งภายใต้การรักษาความสมดุลให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชนและสภาพแวดล้อม”** องค์กรทางธุรกิจทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว และต่างนำแนวคิดเหล่านี้มาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมองว่า องค์กรใดไม่ดึงแนวคิดเหล่านี้มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันนับได้ว่าเป็นองค์กรที่ไม่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ใช้องค์กรในยุค Globalization

อดีตจนถึงปัจจุบัน การทำ CSR, Green Logistics และ Green Supply Chain มีความเข้าใจผิดในการนำแนวคิดและหลักปฏิบัติ อย่างไม่ถูกต้องมาใช้ อยู่ 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 ทำเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และสร้างแบรนด์ให้กับองค์กร

ประการที่ 2 การจัด Event ในการทำกิจกรรมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบริการ

ประการที่ 3 ทำเพราะเป็นกระแส เพราะถ้าไม่ทำดูเหมือนองค์กรจะไม่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม

ซึ่งการทำกิจกรรมดังกล่าว ไม่ได้ก่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง แต่กลับกลายเป็นค่านิยมขององค์กรโดยทั่วไปในการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยยึดถือและปฏิบัติตามกันมาจากองค์กรอื่นได้ทำมาก่อนหน้านี้ ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมแบบแอบแฝง และมีผลประโยชน์บางอย่างที่เอื้อต่อการเพิ่มผลประโชยชน์ทางธุรกิจอยู่เบื้องหลัง หรือผลประโยชน์ทางอ้อม ในความเป็นจริงแล้วการเลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ นั้น มีหลากหลายและขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อมในบริบทของการทำ CSR, Green Logistics และ Green Supply Chain โดยแต่ละส่วนย่อมมุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความแตกต่างกัน ตามที่ได้กล่าวมาในข้างต้น

ดังนั้นการทำ CSR, Green Logistics และ Green Supply Chain ควรทำให้ถูกต้อง เหมาะสม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริงและควรทำอย่างต่อเนื่องในระยะยาว องค์กรควรมุ่งมั่นในการ ปฏิบัติตามแนวคิด และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ไม่ควรมองถึงผลประโยชน์แอบแฝงที่เป็นตัวเงิน คือการมุ่งเน้นความคุ้มค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เช่น ตัวอย่างการทำ CSR ควรมุ่งเน้นเรื่องความยั่งยืนของการพัฒนาชุมชน สังคมและสภาพแวดล้อมในระยะยาว ตัวอย่างการทำ Green Logistics ควรมุ่งเน้นในเรื่องความยั่งยืนของการขนส่ง การใช้พลังงานที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตัวอย่างการทำ Green Supply Chain ควรมุ่งเน้นในเรื่องความยั่งยืนของนวัตกรรมการผลิตสินค้าและบริการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมช่วยลดโลกร้อน เป็นต้น ถึงจะทำให้เกิดความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น เมื่อกระแสโลกให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมมากขึ้น องค์กรในอนาคตควรให้ความสำคัญกับการร่วมรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อมอย่างจริงจัง ด้วยเช่นกัน แต่จะมีองค์กรกี่องค์กร ที่ได้นำแนวคิดมาใช้ให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ที่ไม่ใช่เป็นแค่การ “สร้างภาพ” เพราะ **“ถ้าหากองค์กรใด นำแนวคิด CSR, Green Logistics และ Green Supply Chain มาใช้โดยปราศจากจิตวิญญาณที่ขาดความสำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงแล้วไชร์นั้น ไม่ว่าจะนำแนวคิดใดมาใช้ก็ไม่สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรได้อย่างแท้จริงได้เช่นกัน”**
