



สีเขียว กับการบริหาร



ดร.วิฑูรย์ สิงห์โชค
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ในขณะที่หลายๆ องค์กรและธุรกิจอุตสาหกรรมต่างเสาะหาแนวทางในการบริหารจัดการใหม่ๆ เพื่อที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่หารู้ไม่ว่าคำตอบกลับอยู่รอบๆ ตัวเองแล้ว สำหรับหลายๆ องค์กรแล้ว การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมคือ ปัญหาและอุปสรรคที่ขวางกั้นก้าวร่อนงาม โดยเฉพาะการที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หรือทำตามความกดดันของสาธารณชน

แต่เดิมนั้นเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม คือ การเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Shareholder) แต่ยุคสมัยนี้ได้เปลี่ยนไปเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น ด้วยการทำกำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (ต่อสังคม)

ดังนั้น องค์กร หรือธุรกิจอุตสาหกรรมต้องตระหนักว่า การเคลื่อนไหวใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐสิ่งแวดล้อม จึงไม่ใช่เรื่องแปลกแยกอีกต่อไป เพราะเราจะไม่สนใจ หรือไม่ทำก็ไม่ได้ แต่จะต้องทำให้เป็นแรงจูงใจที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่สภาพที่ดีขึ้น และมีผลประกอบการที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

“การบริหารจัดการสีเขียว” (Green Management) จึงเป็นมากกว่าความใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของการปรับเปลี่ยนทัศนคติในใจของเรา (Mindset) ที่ยึดเอา “สิ่งแวดล้อมเป็นศูนย์กลาง” ของการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการสีเขียวจึงต้องเป็นการบริหารจัดการทั่วทั้งองค์กร (Total Management) เช่นกัน เพราะมลภาวะจากการผลิตหรือดำเนินกิจการไม่ได้เกิดจากฝ่ายผลิตเพียงอย่างเดียว แต่สามารถเกิดได้ในทุกกระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ในองค์กร รวมทั้งคนอย่างพวกเราในองค์กรด้วย

บริษัทที่มีการบริหารจัดการสีเขียวส่วนใหญ่จะทราบดีว่า การลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมไม่ใช่ดูกันที่ปลายทางเท่านั้น แต่จะต้องดูที่ปัจจัยต่างๆ ที่นำเข้าสู่กระบวนการและที่อยู่ในระหว่างกระบวนการผลิตด้วย ซึ่งเราจะต้องทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมทั้งหมดขององค์กร เพื่อที่จะทำให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดีขึ้น

ตัวอย่างเช่น บริษัท AEG ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าชั้นนำของเยอรมนี ได้ใช้แนวความคิดเรื่อง “วงจรชีวิต” (Life Cycle) ในการ

ออกแบบเครื่องซักผ้า ทำให้ประสบความสำเร็จทางการตลาด ส่งผลให้ยอดขายของ AEG พุ่งสูงขึ้นมากกว่าคู่แข่งถึงร้อยละ 30 ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เนื่องจากบริษัทใส่ใจในสิ่งแวดล้อม จึงได้ออกแบบเครื่องซักผ้าที่กินไฟน้อย ลดการใช้ น้ำ และผงซักฟอกกระหว่างเดินเครื่อง รวมตลอดถึงกล่องบรรจุสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคในขณะนั้นที่กำลังมองหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Product) อย่างเดียวกับที่ AEG ได้วางตลาด

การบริหารจัดการสีเขียวจะยึดเป้าหมายแห่งความสำเร็จในระยะยาว (Long-Term Goal) เช่นเดียวกับตลาดการเงินการลงทุนที่ให้ความสำคัญกับบริษัทที่มองการณ์ไกลเป็นลำดับต้นๆ

การใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมักจะขยายแนวความคิดต่างๆ ของบริษัทในกรอบที่กว้างไกลออกไป ดังเช่น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ Mercedes-Benz ที่มักคาดคะเนความต้องการของลูกค้าและสาธารณชน ด้วยการนำร่องระบบเครื่องยนต์ที่สามารถลดการปล่อยมลพิษให้ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานและพยายามหาทางพัฒนาชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ ให้สามารถรีไซเคิลได้ จึงเป็นที่ทราบกันว่า Mercedes-Benz เป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยีเพื่อรีไซเคิลอุปกรณ์ลดสารพิษในท่อไอเสีย (Catalytic Converter) เนื่องจากบริษัทคิดว่าหากไม่ดำเนินการอะไรที่เกี่ยวกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนแล้ว ในไม่ช้าก็จะต้องถูกบังคับโดยรัฐบาลอยู่ดี

การบริหารจัดการสีเขียวจึงเป็นพันธสัญญาที่เกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพด้วย จึงไม่ใช่เพียงแต่ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่เป็นการปรับปรุงในทุกกิจกรรมขององค์กร หรือที่เรียกว่า “การบริหารจัดการสีเขียวทั่วทั้งองค์กร” (Total Green Management หรือ TGM) เช่นเดียวกับแนวความคิดในเรื่องของ TQM (Total Quality Management)

การบริหารจัดการอย่างครอบคลุมแบบครบวงจรชีวิต (Life Cycle) ตามหลักการสำคัญของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องของการบริหารจัดการที่ต้องมองอย่างเป็นระบบครบวงจร คือ ไม่ใช่บริหารจัดการแบบแยกกันเป็นส่วนๆ อย่างที่กำลังทำกันอยู่ครับผม ! 