27 มกราคม 2559

**จากความมุ่งมั่นบนเวทีโลกสู่การลงมือปฏิบัติจริงในระดับบุคคล: ความยั่งยืนเริ่มต้นที่บ้าน**

*โดยดร. ทิม เพ็ทซินน่า*

*(บทความนี้ได้รับการตีพิมพ์ครั้งแรกในหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการรายวัน 360°* *เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2559)*

เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา นักการทูต ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ สื่อมวลชนและนักเคลื่อนไหวมากกว่า 40,000 คน รวมตัวกันที่การประชุมว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศของสหประชาชาติ (United Nations Climate Change Conference) หรือที่รู้จักกันในชื่อ COP21 ในกรุงปารีส เพื่อขับเคลื่อนและบรรลุเป้าหมายข้อตกลงการปกป้องสภาพอากาศทั่วโลก

ก่อนถึงการประชุมที่ปารีส ผู้นำของประเทศไทยให้คำมั่นว่า ประเทศไทยจะช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 20 – 25 เปอร์เซ็นต์ภายในปี พ.ศ.2573 และส่งเสริมการผลิตพลังงานหมุนเวียน ในขณะเดียวกัน เฮงเค็ลซึ่งเชื่อว่าทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการสร้างความยั่งยืนให้เป็นจริง ได้ร่วมกับบริษัทชั้นนำจากทั่วโลกในการลงนามคำมั่นว่าด้วยสภาพอากาศของกลุ่มผู้นำองค์กร (CEO Climate Leaders) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่ารัฐบาลได้รับการสนับสนุนจากภาคอุตสาหกรรมในการดำเนินมาตรการสำคัญเพื่อปกป้องการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ

หนึ่งคำถามสำคัญยังคงอยู่: เราจะมุ่งสู่เป้าหมายได้อย่างไร เราจะก้าวจากความมุ่งมั่นบนเวทีโลกไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับท้องถิ่นและดำเนินมาตรการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างไร

ในขณะที่ผู้นำบนเวทีโลกมองหาวิธีในการผนึกหลากหลายประเทศเข้าไว้ด้วยกันเพื่อร่วมรักษาระดับการปล่อยก๊าซคาร์บอนอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพฯ นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ได้พัฒนาวิธีปฏิบัติและพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่บ้านเพื่อทำให้แนวคิดด้านความยั่งยืนเป็นจริงขึ้นมาได้ นักเรียนเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากแนวคิดริเริ่มใหม่ของเฮงเค็ลที่มุ่งสนับสนุนความยั่งยืนในโรงเรียนซึ่งพัฒนาร่วมกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) พนักงานของเฮงเค็ลในประเทศไทยซึ่งได้รับการฝึกอบรมให้เป็นผู้แทนด้านความยั่งยืนของเฮงเค็ล (Henkel Sustainability Ambassadors) เพื่อแบ่งปันความรู้ด้านความยั่งยืนได้มอบความรู้ด้านพฤติกรรมที่ยั่งยืนให้แก่เด็กนักเรียนในโรงเรียนหลายแห่งในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ทั้งโรงเรียนดาราคาม โรงเรียนสายน้ำทิพย์ โรงเรียนอนุบาลพิบูลเวศม์ โรงเรียนอนุบาลชลบุรี และโรงเรียนอนุบาลวัดอู่ตะเภา

ผลลัพธ์ที่ดีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและชัดเจนหลังจากใช้เวลาร่วมกับนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 อันดับแรก เด็กนักเรียนเหล่านี้เปิดรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต่างจากผู้ใหญ่ที่มักจำกัดอยู่ในกรอบของตนเอง เด็กๆ เปิดรับสิ่งใหม่และยอมรับแนวทางการปฏิบัติที่ดีกว่า ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติสิ่งง่ายๆ ภายในบ้านเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนมากขึ้น ตั้งแต่การปิดน้ำระหว่างการแปรงฟันไปจนถึงการปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ได้ใช้ การนำถุงพลาสติกจากซูเปอร์มาร์เก็ตมาใช้ซ้ำ หรือการรีดเสื้อผ้าปริมาณมากในครั้งเดียว

อีกหนึ่งความยอดเยี่ยมของเด็กๆ คือการที่พวกเขาสามารถชักจูงคนรอบข้างได้โดยเฉพาะเมื่ออยู่ที่บ้าน เด็กเป็นเป้าหมายหลักของนักการตลาดด้วยความหวังว่าพวกเขาจะชักจูงและโน้มน้าวให้พ่อแม่ผู้ปกครองซื้อและบริโภคสินค้า การสำรวจของนิคเคโลเดียนของเวียคอมในปี 2555 ชี้ว่า พ่อแม่ 71 เปอร์เซ็นต์ในสหรัฐอเมริการับฟังและพิจารณาความเห็นของลูกเมื่อต้องการซื้อสินค้า ขณะที่พ่อแม่ทั่วโลก 94% มีพฤติกรรมดังกล่าวเช่นกัน

เป้าหมายของเฮงเค็ลในการร่วมมือกับสสวท. คือการสอนให้เด็กมีพฤติกรรมที่มีความยั่งยืน ซึ่งพวกเขาสามารถนำพฤติกรรมดังกล่าวกลับไปใช้กับครอบครัวที่บ้าน ‘ลดการใช้ การใช้ซ้ำ และนำกลับมาใช้ใหม่’ หรือ ‘Reduce, Reuse and Recycle’ กลายเป็นคำขวัญของนักเรียนในประเทศไทย และพวกเขาสร้างอิทธิพลเพื่อการเปลี่ยนแปลงในบ้านได้อย่างแท้จริงเมื่อสามารถลดค่าไฟฟ้าและค่าน้ำลงได้

กลยุทธ์ของเราซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสสวท. คือการชักจูงคนรุ่นใหม่ ทั้งคนทั่วไปและผู้นำองค์กรแห่งอนาคตให้แสดงความรับผิดชอบส่วนบุคคลเพื่อความยั่งยืนตั้งแต่เนิ่นๆ และวางรากฐานให้มั่นคงสำหรับการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง และสร้างโลกที่มีความยั่งยืน การจุดประกายนักเรียนไทยให้กลับไปที่บ้านและโน้มน้าวครอบครัวของพวกเขาให้ประหยัดน้ำ ใช้ไฟฟ้าให้น้อยลงและรีไซเคิลทุกสิ่งที่ทำได้ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดขึ้นแล้วได้ส่งผลในประเทศไทยอย่างแท้จริง

การสร้างกรอบนโยบายการทำงานระดับโลกสำหรับรัฐบาลถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก ขณะเดียวกัน การสร้างความเชื่อมั่นว่าเด็กๆ จะสามารถปรับวิธีปฏิบัติที่มีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่นและส่งเสริมอนาคตที่ยั่งยืนอย่างแข็งขันก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน

ในขณะที่เราเริ่มต้นปี พ.ศ. 2559 เรามีความยินดีที่ได้นำความรู้ของเราเกี่ยวกับการลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงพฤติกรรมความยั่งยืนอีกมากมายมาสู่นักเรียนไทยเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมอบความรู้ดังกล่าวสู่พ่อแม่ผู้ปกครองและญาติๆ

เราทุกคน ตั้งแต่เวทีการเมือง องค์กรธุรกิจระดับโลกไปจนถึงห้องเรียนในกรุงเทพฯ ล้วนต้องลงมือปฏิบัติตามหน้าที่ของเราทั้งสิ้น

 *(ดร. ทิม เพ็ทซินน่า ดำรงตำแหน่งประธานเฮงเค็ล ประเทศไทยและได้รับการฝึกอบรมให้เป็นผู้แทนด้านความยั่งยืน ในแต่ละปี เฮงเค็ลให้ความรู้นักเรียนหลายพันคนทั่วโลกเกี่ยวกับการลดการใช้ การใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่ สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการความยั่งยืนของเฮงเค็ล เข้าชมได้ที่* [*www.Henkel.com*](http://www.Henkel.com)*)*

###

**เกี่ยวกับ เฮงเค็ล**

เฮงเค็ลดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยการเป็นผู้นำด้านแบรนด์และเทคโนโลยีในสามกลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (Laundry & Home Care) ผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม (Beauty Care) และเทคโนโลยีกาว (Adhesive Technologies) เฮงเค็ลก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1876 โดยครองตำแหน่งผู้นำตลาดโลกทั้งในกลุ่มธุรกิจสำหรับผู้บริโภครายย่อยและกลุ่มธุรกิจภาคอุตสาหกรรมอย่างผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี อาทิ เพอร์ซิล ชวาร์สคอฟ และล็อคไทท์ เฮงเค็ลมีพนักงานเกือบ 50,000 คน มียอดขาย 16.4 พันล้านยูโรและกำไรจากการปฏิบัติงานหลังการปรับปรุง 2.6 พันล้านยูโรในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี

ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

**อลิซาเบธ เตียว ประภาศรี วสุหิรัญ**

**โทรศัพท์ +65 6424 7024 0 2684 1551-2 ต่อ** 18, 13

**โทรศัพท์มือถือ +65 6266 1161** 0 2684 1553

**อีเมล** elizabeth.teo@henkel.com prapasri@veropr.com **และ** patsuda@veropr.com