

Thailand Gems & Jewelry Industrial Profile “Eco-Friendly Jewelry...ทางเลือกใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม”

ส่วน 1 ภาพรวมและ/หรือที่มา

จริยธรรมและความยั่งยืน มาตรฐานใหม่ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

จากแนวโน้มที่โลกกำลังเข้าสู่ภาวะวิกฤตทั้งทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และจริยธรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวม จึงเกิดกระแสเรียกร้องให้ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น องค์กรธุรกิจต่างๆ รวมถึงธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์หรือบริษัทให้เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค นำไปสู่การสร้างความสมดุลให้กับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน หรืออาจเรียกรวมว่าเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เป็นสิ่งที่ถูกพูดถึงมายาวนาน ทั้งในแง่การทำธุรกิจ การบริหารงานภาครัฐ รวมทั้งสินค้าและบริการที่มอบให้ลูกค้า เนื่องจากการปรับเปลี่ยนค่านิยมในการบริโภคที่มีมุมมองให้ความสำคัญกับผลกระทบด้านอื่นๆ นอกเหนือจากเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม เห็นได้จากหลายประเทศที่มุ่งเน้นเพียงอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวโดยปราศจากคุณภาพ ทำให้เกิดปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมา ซึ่งสอดคล้องกับรายงานพัฒนามนุษย์ (Human Development Report) ประจำปี ค.ศ. 1996 แห่งองค์การเพื่อการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme: UNDP) ที่ระบุว่า “คุณภาพ” ของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สำคัญกว่า “อัตรา” การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะคุณภาพมีความยั่งยืนกว่า

กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการค้าที่เป็นธรรม ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าของคนรุ่นใหม่ทั่วโลก จนทำให้หลายอุตสาหกรรมปรับตัวมุ่งไปสู่แนวทางการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability) มากขึ้น รวมทั้งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งนอกจากคุณภาพคุณค่า รูปแบบสินค้า ความไว้วางใจ และความภักดีต่อแบรนด์แล้ว ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับยังรวมไปถึงความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม การให้ความสำคัญต่อชุมชนและการจัดหาสินค้าอย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรมอีกด้วย

จากการศึกษาของ Global Web Index พบว่า คนทั่วโลกเกือบ 80% จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะคนรุ่น Millennials (อายุ 22-35 ปี) มีแนวโน้มมากกว่าคนรุ่นอื่นๆ โดยในสหรัฐฯ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จากผลสำรวจในปี 2561 พบว่า สำหรับผู้บริโภคในสหรัฐฯ ที่นิยมซื้อสินค้าที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นกว่า 75% เป็นกลุ่ม Millennials รองลงมาคือกลุ่ม Baby Boomers ส่วนสหราชอาณาจักรก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ประชาชนเริ่มหันมาให้ความสนใจกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดย Mintel องค์กรวิจัย

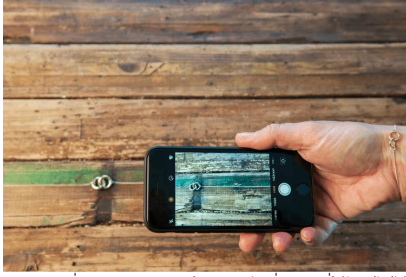
การตลาดชั้นนำพบว่า ในปี 2562 ปริมาณการซื้อขายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นถึง 71% และผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องประดับที่มาจากคาร์ไบไซด์เคลือบเพิ่มมากขึ้น

จากการที่ในปัจจุบันผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่เรียกร้องให้ผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ประเด็นเรื่องการจัดหาวัตถุดิบของภาคธุรกิจเครื่องประดับนั้น มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับสักชิ้นหนึ่งจากแบรนด์หรือร้านค้าปลีกค่อนข้างมาก คนรุ่นใหม่มีมุมมองที่มากกว่าคุณภาพและบริการของสินค้า โดยมองถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และพร้อมที่จะจ่ายแพงขึ้นสำหรับแบรนด์ที่มีแนวคิดเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

จากความนิยมสินค้ารักษ์โลกที่มีมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับเริ่มหันมาผลิตเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการนำวัสดุต่างๆ มารีไซเคิล ไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับจากขยะอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการสกัดทองคำจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานไม่ได้แล้ว เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และแผงวงจร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีเครื่องประดับที่มาจากหรือนำเศษของ โลหะมีค่าหรือเงิน กลับมารีไซเคิลและทำเป็นเครื่องประดับใหม่ แม้กระทั่งวัสดุสิ้นเปลือง เช่น กระจก หรือเศษงานที่แตกแล้ว หรือเครื่องประดับทำจากส่วนของขอบไม้ที่ถูกตัดทิ้งจากกระบวนการทำเฟอร์นิเจอร์ไม้และไม่สามารถใช้งานอย่างอื่นได้ ถูกนำมาผสมกับ Epoxy เป็นต้น

สินค้าแฟชั่นรักษ์โลกอาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป โดยรวมหมายถึงสินค้าแฟชั่นที่คำนึงถึงกระบวนการผลิตสินค้าครบวงจร ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบจนถึงปัจจัยแวดล้อมที่จะได้รับผลกระทบจากการผลิต รวมถึงประเด็นของการใช้แรงงานในกระบวนการผลิตอย่างเป็นธรรม ในปัจจุบัน ปัจจัยหลักของกระบวนการผลิตสินค้าและการแสวงหาวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าแฟชั่นรักษ์โลกให้ความสำคัญมี 5 ประการ ดังนี้

1. การใช้น้ำในกระบวนการผลิต ต้องมีการผลิตที่ก่อให้เกิดน้ำเสียจากกระบวนการผลิตในปริมาณที่ต่ำ
2. การใช้สารเคมีอันตรายในการผลิต ผู้ประกอบการจะเลือกผู้ผลิตที่มีความสามารถในการบริหารจัดการกับสารเคมีเหล่านี้หรือใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อทดแทนการใช้สารเคมีอันตราย
3. อายุการใช้งาน ต้องเลือกใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มีคุณภาพสูง ทนทาน การออกแบบควรเรียบง่าย ใช้งานได้หลากหลาย เพื่อลดการสร้างขยะและทำให้สินค้ามีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น
4. การจัดการขยะ เลือกใช้วัตถุดิบประเภทนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse, Repurpose, Recycle) มาใช้ในกระบวนการผลิต
5. วัตถุดิบจากธรรมชาติ เลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์เป็นวัตถุดิบในการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพเกษตรกรและการปนเปื้อนต่อสิ่งแวดล้อม



เครื่องประดับที่สกัดเศษทองจากโทรศัพท์เครื่องเก่าที่ใช้งานไม่ได้แล้ว



เครื่องประดับทำจากส่วนของขอบไม้ที่ถูกตัดทิ้งจากกระบวนการทำเฟอร์นิเจอร์ไม้และไม่สามารถใช้งานอย่างอื่นได้ ถูกนำมาผสมกับ Epoxy

ทุกวันนี้ ผู้ผลิตเครื่องประดับจึงใช้ถ้อยคำมากมาย เพื่อบรรยายถึงความตั้งใจที่จะยืนยันว่าสินค้าของตนไม่ได้มาจากการทำเหมืองด้วยวิธีการที่ไม่ถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็น “การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ” “การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม” “การทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ” และ “สินค้าหรูหราแบบยั่งยืน” เป็นต้น ดังนั้น การจัดหาวัตถุดิบตามหลักจริยธรรมทางการค้า จึงเป็นจุดเริ่มต้นและต่อยอดไปถึงภาคการผลิตและการค้าเครื่องประดับที่ควรดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพราะการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยุคใหม่นั้นมีพื้นฐานมาจากแนวทางที่ผู้ขายนำเสนอปัจจัยเหล่านี้

กระแสรักษ์โลกดังกล่าวที่เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลสำรวจของ ExJewel ซึ่งเป็นบริษัทศึกษาข้อมูลเพื่อส่งเสริมจริยธรรมและความโปร่งใสในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยบริษัทฯ ได้เปิดเผยว่า ในปี 2020 มีการค้นหาค่าที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมกับอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนี้ Ethical Jewelry, Ethical Diamond และ Ethical Gold เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 75%, 75% และ 73% ตามลำดับ การค้นหาค่าว่า Lab Grown Diamond เพิ่มขึ้น 83% ขณะที่คำว่า Sustainable Engagement Ring ได้รับความสนใจเพิ่มจากปีก่อน 65% และสไตล์เครื่องประดับที่ผู้คนให้ความสนใจอย่างมากคือ Art Nouveau Jewelry ที่ถูกค้นหาสูงขึ้นถึง 113% แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่หันมาให้ความสนใจกับเครื่องประดับที่มีจริยธรรม การมองหาเพชรสังเคราะห์ที่ใช้ทดแทนเพชรธรรมชาติ หรือแม้แต่สไตล์ที่สื่อถึงธรรมชาติ เช่น Art Nouveau ก็ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น



ความท้าทายของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ขั้นตอนการทำเหมืองหรือการจัดหาพลอยเป็นที่ทราบมานานแล้วว่า มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะวัตถุดิบเกือบทั้งหมดที่นำไปผลิตเครื่องประดับมาจากดิน เมื่อทำเหมืองแล้ว ดินจะใช้ทำประโยชน์ไม่ได้ และเต็มไปด้วยหลุมบ่อ อีกประการหนึ่ง กิจกรรมทำเหมืองพลอยมักอยู่ในประเทศกำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาทั่วโลก ดังนั้น จึงมักมีการเอารัดเอาเปรียบคนงานเหมือง ไซมุกก็มีปัจจัยเสี่ยง เพราะถึงแม้จะไม่ได้ถูกขุดในเหมือง แต่การชะล้างสิ่งมีชีวิตที่เติบโตบนหอยมุก ก็สร้างปัญหาที่ใหญ่หลวงจากการถูกทิ้งกลับไปยังมหาสมุทร ในฐานะเป็นขยะอินทรีย์ เพราะถ้าหากมีขยะอินทรีย์ในปริมาณมาก ปลาและสัตว์ทะเลชนิดอื่นๆ ก็ไม่สามารถย่อยอาหารได้ นำไปสู่การเติบโตของสาหร่ายและการขาดออกซิเจน

แต่เดิมผู้ค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไม่ค่อยจะเต็มใจรับหลักการปฏิบัติทางการค้าด้วยความโปร่งใส และการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพราะอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีห่วงโซ่อุปทานที่ยาวและค่อนข้างซับซ้อน จึงทำให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นเรื่องที่ท้าทายมาก เนื่องจากวัตถุดิบต้นน้ำ เช่น แร่โลหะและแร่อัญมณีส่วนใหญ่ถูกขุดออกมาจากพื้นดินในพื้นที่ที่มีปัญหาความยากไร้ ห่างไกลความเจริญ หรือเขตสงคราม ซึ่งต้องผ่านมือผู้คนมากมายกว่าจะไปถึงมือผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาด จึงเป็นการยากที่จะติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบเหล่านี้ได้ แต่จากการที่ผู้บริโภคยุคปัจจุบันเรียกร้องการค้าที่เป็นธรรม และการพัฒนาอย่างยั่งยืนมากขึ้น จึงเป็นประเด็นที่เปลี่ยนแปลงสภาพธุรกิจและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกอย่างมาก หรือเรียกได้ว่าเป็น Disruptive ต่ออุตสาหกรรม ส่งผลให้ผู้ค้า/ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวมุ่งสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนมากขึ้น

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับตื่นตัวรับกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สิ่งหนึ่งที่คนรุ่น millennials ในศตวรรษที่ 21 ต้องการ คือ ความกระหายข้อมูล ซึ่งทำให้เกิดความตระหนักในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพราะเมื่ออุตสาหกรรมดังกล่าวตระหนักถึงความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงต่างๆ จึงเริ่มก่อตัวขึ้น

ผู้บริโภคที่ใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมหลายราย มักมองหาบริษัทที่ใช้ทองและอัญมณีจากการค้าที่เป็นธรรม หรือเข้าร่วมโครงการโลหะรีไซเคิลอย่างเป็นทางการ กลุ่มคนรุ่นใหม่ต้องการให้การซื้อโลหะมีค่าของตน ช่วยปรับปรุงวิถีชีวิตของคนงานเหมืองและคนงานอื่นๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการ หรืออย่างน้อยการซื้อนี้ก็ต่อไม่ไปมีส่วนทำให้เกิดการรบกวนสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการทำเหมือง ในมุมมองของคนกลุ่มนี้ การซื้อเครื่องประดับที่ผ่านการจัดหาวัตถุดิบอย่างถูกต้อง น่าจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า ส่งผลดีต่อการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานโดยรวม

ดังนั้น ในการจัดหาวัตถุดิบสำหรับผลิตเป็นเครื่องประดับ ผู้ผลิตเครื่องประดับจึงควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าตนเองไม่ได้ใช้วัตถุดิบ เช่น ทองและอัญมณีจากเหมืองที่ใช้แรงงานเด็กหรือเกี่ยวข้องกับความขัดแย้ง รวมถึงอุตสาหกรรมเหมืองทองและอัญมณีนั่นดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกโดยสามารถตรวจสอบได้

นอกจากผู้ผลิตเครื่องประดับมีหน้าที่ต่อผู้บริโภคและชุมชนในพื้นที่เหมืองแร่ในแง่การจัดหาวัตถุดิบด้วยความรับผิดชอบอย่างแท้จริงแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการอย่างโปร่งใสด้วยการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดหาวัตถุดิบแก่สาธารณชน ความโปร่งใสดังกล่าวจะช่วยให้แน่ใจได้ว่าค่างานเหมืองและชุมชนที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างไร ซึ่งผู้บริโภคและสาธารณชนจะสามารถตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัท และเปรียบเทียบว่าค่าแกลงของบริษัทตรงกับกรกระทำหรือไม่

ความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเครื่องประดับ

ผู้ผลิตเครื่องประดับควรหลีกเลี่ยงการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน โดยอาจหันมาตรวจสอบว่าตนเองมีห่วงโซ่อุปทานที่โปร่งใสและสามารถติดตามข้อมูลได้หรือไม่ รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ ในขั้นต้นผู้ผลิตเครื่องประดับต้องแน่ใจว่าวัตถุดิบโลหะมีค่าและอัญมณีนั้นมาจากไหน เพื่อสามารถประเมินความถูกต้องด้านสิทธิมนุษยชน ติดตามประเด็นเกี่ยวกับสิทธิแรงงาน สิทธิของชนพื้นเมือง สิทธิด้านสุขภาพ และการปกป้องพลเรือนในสงคราม การตรวจสอบดังกล่าวมีหลายวิธี ทางเลือกหนึ่งก็คือการหามาตรฐานการรับรองที่เข้มงวดเพื่อตรวจสอบสภาพการทำงานภายในเหมืองและลดความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น องค์กรที่ให้การรับรองเหมืองทอง เป็นต้น ดังจะกล่าวต่อไป อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตเครื่องประดับอาจหาวัตถุดิบโดยตรงจากเหมืองที่ได้รับการรับรองและติดตามข้อมูลผ่านโครงการขององค์กรภาคเอกชนได้เช่นกัน

การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ

การสร้างแตกต่างและปรับตัวตามความต้องการและความสนใจที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค จึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจเครื่องประดับในทุกวันนี้ การมีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการพัฒนาธุรกิจของท้องถิ่น การดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อม การประชาสัมพันธ์แบรนด์โดยแสดงให้เห็นหลักการทางจริยธรรมและคุณค่า ตลอดจนการเข้าร่วมองค์กรที่สนับสนุนแนวทางความยั่งยืนในภาคอุตสาหกรรมล้วนเป็นความพยายามที่สำคัญ

ปัจจุบัน หลายองค์กรทั่วโลกที่มีบทบาทในภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ต่างส่งเสริมและผลักดันให้อุตสาหกรรมสร้างความโปร่งใสในกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และเร่งวางแนวทางการพัฒนาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อให้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนในการดำเนินงานของภาคธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายและตามหลักสิทธิมนุษยชน

องค์กรกำหนดมาตรฐานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น กลายเป็นกระแสที่สร้างความตื่นตัวในเรื่องจริยธรรมและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นทั่วโลก อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเองก็มีการตอบสนองและสร้างมาตรฐานด้านธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้น ดังที่ได้เห็นหลายองค์กรในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งเสริมและยกระดับการคัดลอกจนกระบวนการผลิตตลอด

ห่วงโซ่อุปทานให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม และไม่กระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็น CIBJO, Ethical Metalsmith, Fair Jewelry Action, Fairmined, Fairtrade, Responsible Jewellery Council (RJC) และ Natural Diamond Council (NDC) ซึ่งล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างมาตรฐาน และให้ความรู้ในการสร้างจริยธรรมและความโปร่งใสให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน ปัจจุบัน จากการศึกษาที่ผู้บริโภคหันมาใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงมักมองหาเครื่องประดับที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หลายแบรนด์จึงนำเสนอความรักโลกสอดแทรกเข้าไปในสินค้าเพื่อแสดงให้เห็นความเป็นแบรนด์ที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม นับตั้งแต่การทำเหมืองอัญมณีจนถึงการแปรรูปและนำออกจำหน่าย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

องค์กรข้างต้นจะให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนัก และให้ข้อมูลของผู้ผลิตวัตถุดิบและเครื่องประดับที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการกำหนดมาตรฐานที่เป็นแนวทางปฏิบัติไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนี้

Ethical Metalsmith (EM) เป็นองค์กรที่ตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกา มีภารกิจหลักในการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ประกอบการเครื่องประดับในการปฏิบัติเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยให้การศึกษาและอบรมแก่นักศึกษาในมหาวิทยาลัย เพื่อบ่มเพาะให้เป็นผู้ผลิตเครื่องประดับที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การเชื่อมต่อข้อมูลของผู้ประกอบการเพื่อแบ่งปันแนวทางการปฏิบัติที่ช่วยลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับนำโลหะเก่ามารีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นวิธีการจัดหาโลหะสำหรับเครื่องประดับที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

Fair Jewelry Action (FJA) เป็นเครือข่ายสิทธิมนุษยชนและความยุติธรรมด้านสิ่งแวดล้อมในสาขาเครื่องประดับ โดยส่งเสริมให้ธุรกิจเครื่องประดับดำเนินการค้าด้วยจริยธรรมและเป็นธรรม รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับและความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานเครื่องประดับ และเป็นเจ้าภาพในการรณรงค์เพื่อสนับสนุนสิทธิของชนพื้นเมือง ชุมชนและผู้ทำเหมืองขนาดเล็กที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรือโดยทางอ้อมจากสถานการณ์ที่ไม่ยุติธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำเหมืองอัญมณี

Fairtrade และ Fairmined เป็นองค์กรที่ออกมาตรฐานและให้การรับรองเหมืองทองคำ ซึ่ง จะทำการตรวจสอบสภาพการทำงานภายในเหมืองและลดความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จากการที่การทำเหมืองทองคำขนาดเล็ก คิดเป็นเกือบ 10% ของทองคำที่ขุดได้ทั้งหมดทั่วโลก ส่วนใหญ่อยู่ในประเทศด้อยพัฒนา และบ่อยครั้งอยู่ในสภาพที่ไม่มีกฎระเบียบ การใช้แรงงานเข้มข้น การละเมิดสิทธิมนุษยชน ดังนั้น **Fairmined** จะเน้นการปรับปรุงสภาพการทำงานของคนงานเหมืองทองคำและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ตามมา ปัจจุบัน มาตรฐานดังกล่าวให้การรับรองแล้วแก่เหมือง 7 แห่ง และผู้ค้าทองคำที่ได้รับใบรับรอง 12 ราย ในกว่า 15 ประเทศ ส่วน **Fairtrade** พัฒนาโดยหน่วยงาน FAIRTRADE Labelling Organizations ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองคุณภาพสินค้า ปัจจุบัน มีผู้ผลิตทองคำที่ได้รับการรับรองทองคำจากการค้าที่เป็นธรรม 3 รายและผู้ค้าทองคำจากการค้าที่เป็นธรรม 41 ราย

Kimberley Process เพชรอาจเป็นอัญมณีที่มีชื่อเสียงที่สุดในเรื่องการไม่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเพชรจากเหมืองเพชรบางแห่งในทวีปแอฟริกา มีทหารเข้ายึดเหมืองทองคำ และนำเงินที่ได้จากการจำหน่าย ไปซื้ออาวุธเพื่อทำสงครามหรือต่อสู้ในสงครามกลางเมือง ทั้งนี้ ทองคำที่ขุดจากเหมืองดังกล่าว จะรู้จักในนามของเพชรสีเลือด จากแหล่งไม่ชอบธรรม หรือ blood diamonds

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการคิดริเริ่มกระบวนการ Kimberley Process ในปี 2002 เพื่อจัดให้มีการรับรองการติดตามการค้าของเพชรที่ยังไม่ได้เจียรไน ซึ่งกระบวนการการรับรอง สามารถตรวจพบเพชรแห่งความขัดแย้งได้เกือบ 99% ของเพชรแห่งความขัดแย้ง ทั้งนี้ กระบวนการจริยธรรมของการค้าเพชร เน้นเพชรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ได้มาจากแหล่งที่มีการขัดแย้ง

CIBJO (The World Jewellery Confederation) เป็นองค์กรด้านอัญมณีและเครื่องประดับเพียงแห่งเดียวของโลกที่คณะรัฐมนตรีเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติแต่งตั้งให้เป็นที่ปรึกษา โดยมีหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางระหว่างประเทศในการส่งเสริมความร่วมมือ กำหนดมาตรฐาน และแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่ง CIBJO ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืน และความโปร่งใสในกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการสนับสนุนผ่านโครงการต่างๆ เช่น การอบรมให้ความรู้และผลักดันผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมให้ปฏิบัติตาม Due Diligence Guidance for Conflict-Free Supply Chains ของ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) เป็นต้น

โดยเฉพาะในขั้นตอนการได้มาซึ่งวัตถุดิบของอุตสาหกรรมพลอยสีนั้น CIBJO มีแนวคิดที่จะจัดทำมาตรการควบคุมการค้าพลอยก้อนโดยผลักดันให้เป็นไปในแนวทางเดียวกับอุตสาหกรรมเพชรที่ดำเนินการตามขั้นตอนการรับรองของ Kimberley Process โดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่ซึ่งมีการทำเหมืองแร่ เพื่อกำหนดแนวทางและจัดตั้งระบบการออกใบรับรองสำหรับพลอยก้อนที่ยังไม่ได้เจียรไนให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และเป็นที่ยอมรับของนานาชาติ

Initiative for Responsible Mining Assurance (IRMA) เป็นมาตรฐานที่จะช่วยปกป้องคนงานและพื้นที่ที่ได้รับกระทบจากการทำเหมือง IRMA จะรับรองบริษัทที่เข้าร่วมโครงการอย่างอิสระ และจะแบ่งมูลค่าทางการเงินให้กับผู้ค้าปลีกที่ซื้อพลอยจากเหมืองดังกล่าว

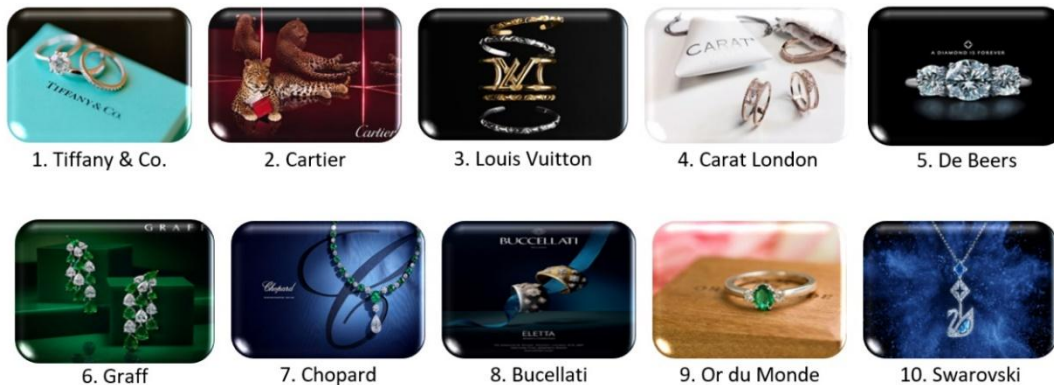
Alliance for Responsible Mining (ARM) เป็นองค์กรที่พัฒนาในปี 2004 ในฐานะเครื่องมือในการเปลี่ยนการทำเหมืองขนาดเล็กให้เป็นกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่เพิ่มคุณค่าให้กับชีวิตของคนทำเหมืองและสิ่งแวดล้อม

RJC (Responsible Jewellery Council) เป็นองค์กรระหว่างประเทศไม่แสวงหาผลกำไร เป็นผู้นำในการสร้างมาตรฐานการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่เหมืองจนถึงธุรกิจค้าปลีก ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เน้นจริยธรรมในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เกี่ยวกับสิทธิของมนุษยชนและสิทธิของคนงาน โดยเฉพาะในตลาดบนของเครื่องประดับ โดย RJC จะออกใบรับรองมาตรฐานให้แก่สมาชิก เพื่อให้เกิดมาตรฐานในระดับสากลและเป็นที่ยอมรับ

ซึ่งสมาชิกที่ได้รับการรับรองจะต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบบุคคลที่สาม เพื่อยืนยันความถูกต้องและสอดคล้องกับหลักการปฏิบัติของ RJC (RJC Code of Practices) โดยหลักการปฏิบัติมีทั้งหมด 4 ด้าน คือ จริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชนและการดำเนินงานทางสังคม การดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม และระบบการบริหารจัดการ ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการตั้งแต่เหมืองอัญมณีจนถึงค้าปลีกเครื่องประดับเข้าเป็นสมาชิกของ RJC เพื่อต้องการนำแนวทางมาประกอบในการดำเนินกิจการขององค์กร กว่า 1,100 รายทั่วโลก จากประมาณ 11 สมาคมการค้า ที่มียอดขายประมาณ 67 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเกือบหนึ่งในสามของการจำหน่ายอัญมณีหรือทั้งหมดมาจากสมาชิกของ RJC

ตัวอย่างแบรนด์ชั้นนำด้านจริยธรรม

ExJewel บริษัทศึกษาข้อมูลเพื่อส่งเสริมจริยธรรมและความโปร่งใสในอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับตามที่กล่าวไว้ข้างต้น มีการจัดอันดับแบรนด์เครื่องประดับที่มีจริยธรรมไว้ 10 อันดับดังนี้



Tiffany & Co. นับเป็นแบรนด์เครื่องประดับชื่อดังที่ดำเนินการด้านจริยธรรมและความโปร่งใสมายาวนาน สามารถย้อนไปได้ถึงปี 1995 ในการผลักดันไม่ให้มีการสร้างเหมืองทองใน Yellowstone National Park นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่สำคัญในการผลักดันเรื่องจริยธรรมและความโปร่งใส เช่น ในปี 1999 เป็นผู้นำในการผลักดันให้สหรัฐฯ มีส่วนร่วมใน Kimberley Process Certification Scheme (KPCS) ปี 2002 ก่อตั้ง Laurelton Diamonds Inc. เพื่อตรวจสอบคุณภาพเพชรและควบคุมห่วงโซ่อุปทานของเพชรที่จะนำมาผลิตเครื่องประดับให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เป็นหุ้นส่วน ในปี 2004 ยกเลิกการจำหน่ายเครื่องประดับที่ทำจากปะการังและหินปะการัง รวมทั้งชักชวนให้แบรนด์อื่นๆ ทำเช่นเดียวกัน ในปี 2005 เป็นผู้นำแบรนด์แรกที่ทำให้ความสำคัญกับการใช้ทองคำที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสามารถติดตามข้อมูลย้อนกลับไปยังเหมืองต้นกำเนิดได้ ในปี 2015 ร่วมกับแบรนด์อื่นๆ ในการตั้งเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์ ภายในปี 2050 และล่าสุดในเดือนตุลาคม ปี 2020 ดำเนินโครงการ Diamond Craft Journey สำหรับลูกค้าที่ซื้อเพชรขนาดตั้งแต่ 0.8 กะรัตขึ้นไป และลงทะเบียนข้อมูล จะได้รับรายละเอียดการเดินทางของเพชรตั้งแต่แหล่งกำเนิดเพชร สถานที่เจียรไน

การคัดเกรด ตรวจสอบคุณภาพ กระทั่งมาเป็นเครื่องประดับสู่มือลูกค้า ภายในกล่องสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ผลิตด้วยกระดาษจากแหล่งผลิตที่ใส่ใจความยั่งยืนภายใต้สัญลักษณ์ FSC (มาตรฐานด้านการจัดการป่าไม้และปลูกไม้ทดแทนที่นำไปใช้ในการผลิต) รวมทั้งมีการใช้วัสดุรีไซเคิลอีกด้วย

นอกจากนี้ แบรนด์ Tiffany and Co. แบรนด์ Cartier และผู้ผลิตเครื่องประดับจากเดนมาร์ก เช่น Pandora ก็ได้ตีพิมพ์รายงานประจำปีว่าด้วยการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบเช่นกัน

De Beers และบริษัทผู้ผลิตเพชรอีก 9 แห่ง ได้ร่วมกันจัดทำแผนการที่เป็นรูปธรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในกระบวนการผลิต หรือการขายเครื่องประดับที่มีการรับรองมาตรฐานจาก Responsible Jewelry Council (RJC) ซึ่งเป็นองค์กรที่กำหนดมาตรฐานสำหรับเครื่องประดับที่มีความใส่ใจตลอดห่วงโซ่อุปทาน

จากการที่ในปัจจุบัน ผู้ผลิตเครื่องประดับรายย่อยจำนวนมากเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบจากเหมืองที่สามารถติดตามตรวจสอบได้ผ่านองค์กรต่างๆ ตัวอย่างเช่น Anna Loucah ผู้จำหน่ายเครื่องประดับจากสหราชอาณาจักร ใช้ทองส่วนใหญ่จากเหมืองขนาดเล็กที่ติดตามข้อมูลได้ในเปรู ซึ่งเป็นเหมืองที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Fairtrade

บริษัทเครื่องประดับรายใหญ่ เช่น Chopard ผู้ผลิตเครื่องประดับจากสวิตเซอร์แลนด์ และ Cartier ผู้ผลิตเครื่องประดับจากฝรั่งเศส ก็ใช้ทองคำซึ่งบางส่วนสามารถติดตามข้อมูลกลับไปถึงเหมืองได้ และผู้ถลุงทองคำก็สามารถให้บริการถลุงทองคำแบบแยกส่วน เพื่อให้ทองคำยังคงระบุแหล่งที่มาได้ ทั้งนี้ Chopard หาทองคำบางส่วนจากเหมืองที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Fairmined ในละตินอเมริกา

ในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบเพชรนั้น แบรนด์ต่างๆ เช่น Forevermark ก็ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเพชรในตลาดโลก เพราะมีการรับประกันแหล่งที่มาที่ถูกต้องตามหลัก Kimberley Process และสนับสนุนให้ผู้หญิงได้ก้าวหน้าทางอาชีพการงาน ทั้งในฐานะคนงานเหมือง นักธรณีวิทยา และวิศวกรในประเทศผู้จัดหาวัตถุดิบเพชร

นอกเหนือจากแบรนด์ชั้นนำระดับโลกที่กล่าวมาแล้ว ยังมีแบรนด์เครื่องประดับที่น่าสนใจ เช่น SOKO ซึ่งก่อตั้งขึ้นมาในปี 2013 เพื่อต้องการช่วยเหลือกลุ่มช่างฝีมือเครื่องประดับในเคนยาที่มีความเป็นอยู่อย่างยากลำบาก ได้รับค่าตอบแทนไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ เนื่องจากตลาดในประเทศมีขนาดเล็กและไม่สามารถเข้าถึงผู้ซื้อในตลาดโลกได้ SOKO ได้เข้าไปช่วยเหลือด้วยการใช้ Virtual Factory แอปพลิเคชันมือถือ สนับสนุนการทำตลาด ดูแลคำสั่งซื้อและการจ่ายเงิน ซึ่งช่วยให้ช่างฝีมือเหล่านี้เชื่อมโยงกับลูกค้าทั่วโลก โดยการผลิตเครื่องประดับของ SOKO จะใช้ช่างฝีมือชาวเคนยาที่มีทักษะงานหัตถกรรมแบบดั้งเดิมผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างสรรค์งานเครื่องประดับที่สวยงามด้วยดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น วัตถุดิบหลักที่ใช้อย่างทองเหลืองก็มีการเลือกใช้ทองเหลืองรีไซเคิลกว่า 90% ของการผลิต ด้านการผลิตและแรงงาน มีทีมงานลงพื้นที่เพื่อควบคุมการผลิตและฝึกอบรมรวมทั้งคำนึงถึงชั่วโมงทำงานและการใช้แรงงานเด็ก ตามคำแนะนำขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) ด้วย นอกจากนี้ แบรนด์ยังคำนึงถึงกระบวนการผลิตที่ลดการใช้พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม ให้

คำตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำ สร้างชุมชนในเคนยาให้เข้มแข็งผ่าน การสร้างสรรค์งานฝีมือที่มีคุณภาพสูงและมีเกียรติ เพื่อบรรลุจุดหมายร่วมกัน

แบรนด์ Emma Aitchison ในสหราชอาณาจักร ก็มีการนำทองและเงินกลับมารีไซเคิล ทำเป็น เครื่องประดับชิ้นใหม่ หรือแบรนด์ Nowa Waste ที่สกัดเศษทองจากโทรศัพท์เครื่องเก่าที่ใช้งานไม่ได้แล้ว มา ทำเครื่องประดับ สำหรับประเทศไทยเอง ก็เริ่มมีหลายแบรนด์ที่ทำเครื่องประดับที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเช่น Nymheart ผลิตเครื่องประดับที่มีจุดขายจากการใช้เศษไม้เหลือใช้ผสม Epoxy สีใส ทำสร้อยและแหวน หรือ แบรนด์ P9 Bangkok ที่คำนึงถึงการรักษาทรัพยากรโดยนำวัสดุเหลือใช้ วัสดุที่ไม่ผ่านมาตรฐานจากโรงงาน มา ทำเครื่องประดับที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก เช่น เศษขามตราไก่จากจังหวัดลำปาง ที่เคยเป็นขยะเหลือทิ้ง มาต่อ ยอดเป็นชิ้นงานเครื่องประดับ เป็นต้น

กรณีศึกษาสมาชิก RJC

ปัจจุบันผู้ผลิต/ผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงรายใหญ่จากหลายประเทศ ทั่วโลก ต่างกำลังมุ่งปรับตัวสู่แนวทางการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนด้วยการเข้าเป็นสมาชิกองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรระหว่างประเทศเช่น RJC โดยมีตัวอย่างดังนี้

BULGARI S.p.A เป็นบริษัทเจ้าของแบรนด์ BVLGARI แบรนด์เครื่องประดับชั้นนำของโลก จากอิตาลี ก่อตั้งขึ้นในปี 1884 ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นแบรนด์เครื่องประดับหรูที่มีสาขาอยู่ในแหล่งช้อปปิ้งทั่วโลก โดยได้รับใบรับรองการเป็นสมาชิกจาก RJC เมื่อปี 2011 เนื่องจาก BULGARI เชื่อว่า ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อประเด็นการค้าอย่างมีจริยธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน และปกป้อง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทุกวันนี้ลูกค้าจะจดจำแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส จึงทำให้บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC เพื่อ ร่วมวางแผนการดำเนินงานกับ RJC ซึ่งมีหลักการปฏิบัติอย่างเป็นขั้นตอนและหนังสือคู่มือที่อธิบาย รายละเอียดของการประเมินตนเอง จนทำให้บริษัทบรรลุเป้าหมายของการเป็นบริษัทที่ดำเนินงานด้วย จริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้จนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการในแถบเอเชีย เช่น ไทย เวียดนาม อินเดีย จีน ญี่ปุ่น และฮ่องกง ที่ได้ตระหนักถึงประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC ด้วย เช่น

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ GIT ได้เข้า ร่วมเป็นสมาชิก RJC ทั้งนี้ GIT ในฐานะที่เป็นหน่วยงานกลางของประเทศ ได้ติดตามความคืบหน้าหรือ แนวโน้มต่างๆ ในอุตสาหกรรม และนำข้อมูลที่ได้รับมาถ่ายทอด/เผยแพร่ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ไทยในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ผ่านมา GIT ได้จัดสัมมนาและเชิญผู้แทนจาก RJC มา ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการไทย เป็นการจุดประกายให้ผู้ประกอบการไทยตื่นตัวและตระหนักในการ จัดทำมาตรฐานการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ปัจจุบัน GIT ได้ ขออนุญาตนำหลักการปฏิบัติของ RJC มาแปลเป็นภาษาไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยเข้าใจง่ายมาก ขึ้น และเห็นว่าบริษัทอัญมณีและเครื่องประดับไทยควรเข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC เพราะจะช่วยส่งเสริม

ภาพลักษณ์ในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ปัจจุบัน มีบริษัทของไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC ประมาณ 50 ราย

Julie Sandlau Vietnam เป็นบริษัทผลิตเครื่องประดับแท้ในเวียดนาม มีความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าคุณภาพสูงให้แก่ลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าจากธุรกิจที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน สมัครง่ายเป็นสมาชิกของ RJC เมื่อปี 2017 ซึ่งนอกจากบริษัทฯ จะเป็นสมาชิกของ RJC แล้ว ยังมีพันธสัญญากับ United Nations Global Compact ที่จะสนับสนุนด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน รวมถึงคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อต้านคอร์รัปชันอีกด้วย

Lallubhai & Brothers เป็นบริษัทค้าเพชรในอินเดีย ก่อตั้งขึ้นในปี 1989 บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะค้าเพชรอย่างถูกต้องโปร่งใส และลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยปฏิบัติตามหลัก Kimberly Process และเข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC เมื่อปี 2018 ซึ่งบริษัทฯ ปฏิบัติตามหลักการของ RJC Code of Practices และมีนโยบายชัดเจนที่จะไม่ค้าสินค้าที่เป็นการฟอกเงิน หรือสนับสนุนการก่อการร้าย การรายงานการเงินที่ผิดปกติแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ป้องกันการซื้อขายเพชรที่มีความขัดแย้ง โดยการเปิดเผยข้อมูลเพชรที่จำหน่าย ส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและสิทธิของเด็ก ไม่จ้างแรงงานเด็กหรือบังคับใช้แรงงาน และให้โอกาสพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ตลอดจนรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของพนักงาน และป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้เล่นหลักไม่มีทางเลือกนอกจากต้องทำตามสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ทั้งนี้ แนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คาดว่าจะมีดังนี้

1. เครื่องประดับรีไซเคิล

จากการสำรวจข้อมูลเมื่อเร็วๆ นี้ ของหน่วยงานปกป้องสิ่งแวดล้อม (Environmental Protection Agency) ของสหรัฐฯ การทำเหมืองโลหะเป็นตัวที่ก่อให้เกิดมลพิษอันดับหนึ่ง บริษัทต่าง ๆ จึงหันไปผลิตเครื่องประดับรีไซเคิลมากยิ่งขึ้น แทนที่จะทำเหมืองขุดโลหะใหม่ ๆ ขึ้นมา

บริษัทเครื่องประดับ เช่น KBH ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นทองคำรีไซเคิล และเรียกว่า เป็นมาตรฐานทองคำใหม่ ซึ่งการรีไซเคิลเป็นหนึ่งในวิธีที่ดีที่สุดที่จะส่งเสริมระบบนิเวศที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จึงคาดว่าบริษัทผลิตเครื่องประดับยักษ์ใหญ่จะดำเนินการตามมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต ทั้งนี้ ทองคำเป็นหนึ่งในวัสดุที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพ

2. เพชรที่ผลิตจากห้องแล็บ

บริษัทบางรายไม่สามารถดำเนินการผลิตเครื่องประดับสีเขียวได้ จากค่าใช้จ่ายที่สูงในการฟื้นฟูดินที่ทำเหมืองและการปฏิบัติด้านจริยธรรม จึงหันไปผลิตเพชรพลอยและเครื่องประดับจากห้องแล็บ อย่างไรก็ตามหากจะทำการตลาดว่า อัญมณีและเครื่องประดับดังกล่าวมาจากห้องแล็บที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะต้องมียุทธศาสตร์ที่หนักแน่นมาสนับสนุน

3. เทคโนโลยีบล็อกเชน

เมื่อผู้บริโภคกดดันให้มีการจัดหาอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ความจำเป็นในการดำเนินการในห่วงโซ่อุปทานก็ยิ่งมีมากขึ้น ดังนั้น ที่มาของเครื่องประดับจะเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

บริษัท เช่น DeBeers ร่วมมือกับบริษัท IBM ในการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อเพิ่มความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทาน DeBeers ได้เริ่มนำ Tracr ออกใช้ ซึ่งเป็นระบบบล็อกเชน ที่ติดตามเพชรจากเหมืองสู่หิ้งในร้านขายปลีก ซึ่งในการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว จะเป็นการบันทึกขั้นตอนต่างๆ อย่างถาวร และไม่มีใครสามารถเปลี่ยนได้ ซึ่งการทำธุรกรรมที่บันทึกไว้ทั้งหมดจะโปร่งใสและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และจะทำให้ผู้บริโภคทราบที่มาและเส้นทางทั้งหมดของสินค้า

ดังนั้น ในอนาคตอันใกล้ อัญมณีและเครื่องประดับที่ปกป้องสิ่งแวดล้อม มีจริยธรรม และความยั่งยืน จะกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และจะกลายเป็นกระแสหลักที่มาเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคจากการรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อม

ส่วน 2 ตัวอย่างและ/หรือโรงงานต้นแบบ (ธุรกิจ)

กระแสแฟชั่นรักษ์โลกเพื่อความยั่งยืน ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่วงการแฟชั่นเพิ่งจะทำ จะเห็นได้จากแบรนด์ระดับโลกที่หันมาสร้างความตระหนักเรื่องดังกล่าว ผ่านกิจกรรมมากมาย เช่น Stella McCartney แฟชั่นแบรนด์ชั้นนำที่ดำเนินกิจกรรมเรื่องรักษ์โลกอย่างจริงจัง จนเป็น signature ของแบรนด์ โดยณรงค์ให้งดใช้ขนสัตว์เพื่อร่วมกันอนุรักษ์และลดการทารุณกรรมในสัตว์ (Fur Free) จนกลายเป็นกระแสให้แบรนด์แฟชั่นชั้นนำ เช่น Gucci, Armani, Ralph Lauren, Calvin Klein, และ Versace ต่างเข้าร่วมด้วย หรือแบรนด์ MUJI ที่ออกแบรนด์ลูกชื่อ ReMUJI ปลุกกระแสแฟชั่นเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Fashion) โดยตั้งราคาขายเท่ากันหมดทุกชิ้น เพื่อมุ่งสื่อสารเรื่องวิถีชีวิตที่ยั่งยืน (Sustainable Lifestyle) มากกว่าการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก

เมื่อกล่าวถึงแฟชั่นที่ยั่งยืน มักจะหมายถึงฝ้ายอินทรีย์หรือโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล แต่มักไม่มีการกล่าวถึงอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งๆ ที่แบรนด์อัญมณีและเครื่องประดับมากมายหลายราย ดำเนินการต่างๆ ที่แสดงถึงการรักษ์โลก ซึ่งนอกจากจะผลิตอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ รักษาสิ่งแวดล้อม ลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ใช้วัตถุดิบที่รีไซเคิล มีความโปร่งใสและการตรวจสอบย้อนกลับได้ อีกทั้งมีการผลิตที่ลดขยะเพื่อป้องกันไม่ให้สิ้นสุกลงที่ขยะฝังกลบแล้ว ยังดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ด้วยการจัดหาทองคำเพชรพลอยจากการทำเหมืองที่เป็นธรรม หยุดวิถีการของความยากจนด้วยการจ้างงาน สนับสนุนชุมชนท้องถิ่นที่ผลิตเครื่องประดับ รักษาเทคนิคงานช่างฝีมือเดิม รวมถึงการให้ค่าจ้างแก่คนงานอย่างเป็นธรรมอีกด้วย โดยมีตัวอย่างแบรนด์อัญมณีและเครื่องประดับในต่างประเทศ ดังนี้

AGMES แบรนด์ AGMES จากนิวยอร์ก ผสมผสานการออกแบบเชิงสถาปัตยกรรมกับความมุ่งมั่นเกี่ยวกับความยั่งยืน โดยลดฟุตพริ้นท์ด้านสิ่งแวดล้อม มีการผลิตด้วยมือในท้องถิ่น ทั้งนี้ วัตถุดิบผลิตจากวัสดุรีไซเคิล เพื่อให้แน่ใจว่า จะไม่มีการสูญเสียวัตถุดิบในกระบวนการผลิต

SVNR ผลิตภัณฑ์ต่างหูสีสดใสทำด้วยมือ ผลิตจากวัสดุที่ผ่านกระบวนการ upcycle หรือวัตถุดิบธรรมชาติ Christina Tung ผู้ก่อตั้งแบรนด์ อธิบายว่า แบรนด์ดังกล่าว เป็นการ “ผสมผสานระหว่างจริยธรรมและความสวยงาม” และผลิตงานแต่ละชิ้นด้วยตัวเอง

Akola ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเข้าถึงได้ทุกชิ้นของ Akola ผลิตในแอฟริกา โดยใช้เทคนิคท้องถิ่นและจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ วิสัยทัศน์ของแบรนด์ คือ การสร้างพลังให้แก่สตรีในการทำงาน และการมีส่วนในการเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจในแอฟริกา แบรนด์ดังกล่าวมีโครงการสำหรับคนงานที่เป็นสตรีทั้งหมด โดยเน้นความเป็นผู้นำ และความรู้ด้านการเงิน เป็นต้น

Alighieri เครื่องประดับทองของแบรนด์ Alighieri ทุกชิ้นทำจากทองสัมฤทธิ์หรือเงินที่รีไซเคิล แล้วชุบด้วยทอง

Washed ashore ตั้งแต่บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ทั้งหมด ไปจนถึงเครื่องประดับที่ทำจากทอง เงินที่รีไซเคิล และพลอยที่ผ่านการบริโภค แบรนด์ Washed Ashore จะใช้วิถีของความยั่งยืนในทุกมิติ และเป็นพันธมิตรกับ Carbonfund.org ในการรับมือกับภาวะโลกร้อนและสนับสนุนอนาคตของพลังงานสะอาด Washed Ashore เป็นแบรนด์ที่มีความตระหนักสูง โดยนอกจากจะใส่ใจต่อการจ่ายค่าตอบแทนแก่คนงาน

และการปฏิบัติต่อลูกค้าแล้ว ยังคำนึงถึงแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบ วัตถุดิบประเภทหลัก คือ การปกป้องมหาสมุทร และสิ่งแวดล้อม และผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่รีไซเคิล 100% ทั้งนี้ แบรินด์ดังกล่าวระบุว่า สามารถลดการปลดปล่อยคาร์บอนได้ถึง 98% เทียบกับพลอยที่ขุดจากเหมือง

แบรินด์ดังกล่าวยังใช้วิธี upcycle โดยใช้เปลือกหอยเปลือกจากฟาร์มแห่งหนึ่งที่ถูกทิ้ง ซึ่งเป็นผลพลอยได้ของอุตสาหกรรมอาหาร เพราะมีฉะนั้น ก็จะถูกทิ้งไป และใช้ไข่มุก Keshi ของญี่ปุ่น ที่เป็นผลพลอยได้ของอุตสาหกรรมไข่มุก โดยหาซื้อจากผู้ผลิตที่มีความรู้และเชื่อถือได้ในการเข้าถึงไข่มุก Keshi ที่ขายไม่ออก ซึ่งจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่ๆ ในการผลิตเครื่องประดับ

Zoë Chicco ยึดมาตรฐานเพชรที่เคร่งครัด เพชรทั้งหมดของแบรินด์ไม่ได้มาจากสถานการณ์ที่มีการขัดแย้ง ในขณะที่เครื่องประดับก็ทำจากทอง 14 กะรัตที่รีไซเคิล 100%

Poppy Finch ผลิตภัณฑ์ของแบรินด์ ทำจากทองที่รีไซเคิล แบรินด์จัดหาเพชรพลอยอย่างมีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้มาจากสถานการณ์ที่มีการขัดแย้ง นอกจากนี้ แบรินด์ยังลดต้นทุนการผลิต จ่ายแรงงานท้องถิ่น และตั้งราคาที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้

Laura Lombardi เครื่องประดับหลายชิ้นของ Laura Lombardi ไม่ว่าจะเป็แหวนหรือโซ่ ทำจากวัตถุดิบที่รีไซเคิล

Grace Lee แบรินด์ Grace Lee ออกแบบที่นคร Los Angeles โดยแหวนของแบรินด์จะเป็นที่รู้จักกันมากที่สุด ทั้งนี้บ่อยครั้ง แบรินด์ใช้ทองที่รีไซเคิลและจัดซื้อแต่เพชรที่ไม่ได้มาจากการทำเหมือง

Kat Kim Katherine Kim เจ้าของแบรินด์ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการผลิตด้วยความโปร่งใส เครื่องประดับทุกชิ้นของเธอทำด้วยมือที่นคร Los Angeles และใช้ทองที่รีไซเคิลทุกครั้งที่ทำได้

Wolf Circus ตั้งอยู่ที่นคร Vancouver แคนาดา ผลิตผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่รีไซเคิล โดยหลอมให้ละลายแล้วจึงหล่อใหม่ ห่วงแก้วสี แหวนรูปโดม และสร้อยคอที่ใช้โซ่คล้องรูปทรงดอกไม้ของแบรินด์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมในหมู่ชาวนิวยอร์ค

Meadowlark ผู้ก่อตั้งแบรินด์ Meadowlark มองว่า เครื่องประดับเป็นผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (circular) ดังนั้น เครื่องประดับทุกชิ้นจึงสามารถนำไปรีไซเคิลให้เป็นชิ้นใหม่ได้ โดยจะไม่มีเศษที่จะจบลงที่ขยะฝังกลบ นอกจากนี้ แบรินด์ยังผลิตเครื่องประดับเกือบทุกชิ้นตามลูกค้าสั่ง ด้วยวัตถุดิบที่จัดหาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ สำหรับ Meadowlark แล้ว เป็นการยึดมั่นในระยะยาวต่อการผลิตที่มีความยั่งยืน

Bagatiba Jessie Andrews แห่งแบรินด์ Bagatiba ผลิตคอลเล็กชันสร้อยคอและต่างหูที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผลิตจากวัตถุดิบที่รีไซเคิล ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถบริจาคเครื่องประดับที่ไม่ต้องการแล้ว ของแบรินด์ก็ได้ และจะได้รับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ของแบรินด์ Bagatiba ครั้งต่อไป ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการหมุนเวียนของวัตถุดิบในอุตสาหกรรม แทนที่จะจบลงที่ขยะฝังกลบ

Mejuri ตั้งอยู่ที่เมือง Toronto แคนาดา หลักการของแบรินด์ คือ การปกป้องสิ่งแวดล้อม การจัดหาพลอยอย่างมีจริยธรรม การซื้อทองคำด้วยการค้าที่เป็นธรรม การตรวจสอบย้อนกลับได้ และการจ้างงานที่เป็นธรรม Mejuri ไม่ต้องการให้ลูกค้าสวมใส่เครื่องประดับในโอกาสพิเศษเท่านั้น แต่

ต้องการให้สวมใส่ทุกวัน แบรินด์ยังนำเสนอแหวน ต่างหู สร้อยคอ และสร้อยข้อมือ ที่ทำด้วยมือ จากช่างฝีมือทั่วโลก เช่น ในอิตาลี อินเดีย เกาหลีใต้ เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบประกอบด้วยไข่มุกน้ำจืดเลี้ยง เพชรพลอยที่ซื้อจากผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีจริยธรรม และไม่เกี่ยวข้องกับการขัดแย้ง Mejuri จะผลิตในปริมาณน้อย และจะผลิตขึ้นที่เป็น limited edition ใหม่ ๆ เป็นระยะ ๆ Mejuri เสนอเครื่องประดับหรูที่ยั่งยืนโดยไม่เพิ่มราคา โดยจะตัดพ้อค่าคนกลางออกไป และจำหน่ายโดยตรงไปยังลูกค้า โดยตั้งราคาให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ขึ้นเครื่องประดับคุณภาพสูงของแบรนด์ ทำจากวัตถุดิบที่รีไซเคิลหรือขุดจากเหมืองที่ดำเนินธุรกิจอย่างยุติธรรม แบรินด์ช่วยสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นที่ผลิตเครื่องประดับดังกล่าว และจะยังคงยึดมั่นที่จะปรับปรุงสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อมต่อไป

Catbird ตั้งอยู่ที่เขต Brooklyn มหานครนิวยอร์ก จัดซื้อทองที่รีไซเคิล พลอยที่ไม่ได้มาจากการขัดแย้ง รวมทั้งเพชรที่รีไซเคิล ที่เอาออกมาจากเครื่องประดับขึ้นเก่า จึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังจัดให้มีสภาพการทำงานที่ดี และค่าจ้างที่เป็นธรรมอีกด้วย แบรินด์ Catbird ซึ่งมีสตรีเป็นเจ้าของและดำเนินการ ผลิตเครื่องประดับเองทั้งหมดภายในโรงงานที่นครนิวยอร์ก ทีมงานช่างฝีมือกว่า 40 คนได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และผลิตเครื่องประดับทั้งสำหรับใส่ทุกวัน และแหวนหมั้นและแหวนแต่งงาน นอกจากนี้ กองทุน Catbird Giving Fund ยังบริจาค 1% ของยอดขายทั้งหมด (ไม่เฉพาะกำไร) ให้กับองค์กรต่างๆ เช่น สหภาพเสรีภาพพลเมืองอเมริกัน (American Civil Liberties Union หรือ ACLU) และธนาคารอาหารแห่งนครนิวยอร์ก (Food Bank of New York City)

ABLE ตั้งอยู่ที่ เมือง Nashville รัฐ Tennessee ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ จ้างคนงานสตรี มีสภาพการทำงานที่ดีและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และจัดหาวัตถุดิบที่มีความรับผิดชอบและที่รีไซเคิล จากพ่อค้ารายย่อย ABLE ผลิตเครื่องประดับภายในโรงงาน จัดให้มีโอกาสทางธุรกิจที่มีความยั่งยืนสำหรับสตรีที่ยากจนในเมือง Nashville ทั้งนี้ แบรินด์ดังกล่าวเน้นการจ้างและการมอบอำนาจให้สตรี เพื่อแก้ปัญหาความยากจน จึงลงทุนในการฝึกอบรมและการให้การศึกษาแก่สตรี ให้มีอาชีพและหลุดพ้นจากวัฏจักรความยากจน แบรินด์ดังกล่าวก่อตั้งขึ้น หลังจากที่เจ้าของแบรนด์ได้พบกลุ่มสตรีในเอธิโอเปีย ที่ต้องการความช่วยเหลือในการหางาน ในช่วงแรก แบรินด์ฝึกให้ผลิตผ้าพันคอ แล้วจึงขยายเป็นกระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับ นอกจากนี้ แบรินด์ดังกล่าวยังใช้หีบห่อที่รีไซเคิล 100% และรีไซเคิลวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตเครื่องประดับทั้งหมด

Ten Thousand Villages ตั้งอยู่ที่เมือง Akron รัฐ Pennsylvania โดยมีช่างฝีมืออยู่ทั่วโลก แบรินด์ดังกล่าวเป็นสมาชิกของสมาคมการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Federation) โดยจัดหาวัสดุที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน และผลิตผลิตภัณฑ์โดยช่างฝีมือที่ได้รับค่าจ้างอย่างเป็นธรรม เป็นเวลากว่า 75 ปี ที่แบรนด์ Ten Thousand Villages เป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวด้านการค้าที่เป็นธรรม โดยได้วางรากฐานเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในกว่า 30 ประเทศ กำลังพัฒนา ผ่านทางการให้อำนาจและโอกาสในการจ้างงาน เครื่องประดับผลิตด้วยมือ โดยกลุ่มช่างฝีมือ สหกรณ์ โรงงานเล็กๆ ที่เป็นอิสระ โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น วัตถุดิบที่รีไซเคิลและหมุนเวียน และ

รักษาทักษะที่ถ่ายทอดกันมา นอกจากนี้ ยังผลิตเสื้อผ้า และของใช้ในบ้าน เป็นต้น Ten Thousand Villages จึงเป็นมากกว่าแบรนด์อัญมณี เพราะเป็นผู้บุกเบิกที่ให้ความสำคัญต่อคนงานและสิ่งแวดล้อม

Nisolo ตั้งอยู่ที่เมือง Nashville รัฐ Tennessee ได้รับมาตรฐานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Certified B Corp) จัดซื้อวัตถุดิบที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน มีการผลิตที่โปร่งใสและมีจริยธรรม Nisolo ทำงานร่วมกับช่างฝีมือท้องถิ่นในเปรู เม็กซิโก และเคนย่า ในการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ โดยให้ค่าจ้างสูง มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และดูแลสุขภาพของคนงาน Nisolo ไม่เพียงแต่ผลิตเครื่องประดับสำหรับสวมใส่ประจำวันที่สวยงามและไม่เคยล้าสมัยแล้ว แต่ยังขับเคลื่อนสังคมให้มีความเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและให้เกียรติแก่คนงาน โดยเน้นคุณภาพเหนือราคา

Aurate ตั้งอยู่ที่มหานครนิวยอร์ก จัดซื้อวัตถุดิบรีไซเคิลที่มีความยั่งยืน จัดให้มีสภาพการทำงานที่มีจริยธรรม และจ้างคนงานที่เป็นช่างฝีมือที่เป็นทายาทรุ่นที่เจ็ด Aurate ใช้ทองที่รีไซเคิล 100% โดยได้รับแรงบันดาลใจจากสถานที่สำคัญของมหานครนิวยอร์ก เช่น สะพาน Brooklyn Bridge และออกแบบและผลิตด้วยมือด้วยสไตลิ่งที่งดงาม มีคุณภาพ แต่เรียบง่ายอย่างยั่งยืน โดยมีกระบวนการทดสอบในโรงงานเพื่อมาตรฐานคุณภาพสูงสุด จึงเหมาะสำหรับผู้บริโภคสตรีสมัยใหม่ นอกจากนี้เน้นราคาที่เป็นธรรมแล้ว แบรินด์ยังรีไซเคิลชิ้นส่วนที่เป็นส่วนเกิน และผลิตเครื่องประดับตามสั่ง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการสต็อกสินค้า

Accompany ตั้งอยู่ที่มหานครนิวยอร์ก ได้รับมาตรฐาน Certified B Corp ผลิตผลิตภัณฑ์โดยช่างฝีมือ และดำเนินการค้าที่เป็นธรรม Accompany ปิดช่องว่างระหว่างเครื่องประดับที่ผลิตโดยช่างฝีมือ และความต้องการในการขายตรงให้แก่ผู้บริโภค ด้วยแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่าย แบรินด์ร่วมมือกับแบรนด์ เช่น Soko และ Makua ในการผลิตเครื่องประดับที่มีลักษณะพื้นเมือง ซึ่งสะท้อนมรดกทางวัฒนธรรม และจัดซื้อวัตถุดิบที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ Accompany ยังผลิตเครื่องประดับด้วยมือเป็นรุ่น limited edition และมีเป้าหมายที่จะให้โอกาสชุมชนด้วยโอกาส ในการพึ่งตัวเองได้ และทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น

31 Bits ตั้งอยู่ในอินโดนีเซีย อุกันดา และสหรัฐฯ โดยจัดให้มีสภาพการทำงานที่มีจริยธรรม ให้ค่าจ้างที่เป็นธรรม และดูแลคนงานที่เป็นช่างฝีมืออย่างดี 31 Bits ทำงานกับช่างฝีมือในยูกันดาและอินโดนีเซีย เพื่อผลิตเครื่องประดับแฟชั่นคุณภาพสูง โดยจ้างสตรีและให้ทั้งค่าปรึกษาเรื่องการดูแลสุขภาพ การศึกษา และการทำธุรกิจ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้าของแบรนด์มีส่วนในการพัฒนาผู้หญิงทั่วโลก

Omi Woods ตั้งอยู่ที่เมือง Toronto แคนาดา โดยจัดซื้อวัสดุที่มาจากการค้าที่ยุติธรรมและปราศจากการขัดแย้ง จัดให้มีสภาพการทำงานที่ดี และให้ค่าจ้างที่เป็นธรรม Ashley Alexis McFarlane ที่มีบรรพบุรุษมาจากจาไมก้า ได้เปิดตัวแบรนด์ Omi Woods ที่ผลิตด้วยมือ เพื่อเป็นเกียรติแก่วัฒนธรรมของแอฟริกา ทองคำจากแอฟริกาจัดซื้อจากการค้าที่เป็นธรรม จากเหมืองขนาดเล็ก ที่ให้ค่าจ้างที่ยุติธรรมแก่แรงงาน และปราศจากการขัดแย้งใดๆ โดยสร้อยคอ ต่างหู และกำไลข้อ

เท้าของแบรนด์เต็มไปด้วยความหมาย นอกจากนี้ แบรินด์ยังมีส่วนในการปรับปรุงการดูแลสุขภาพ การศึกษา และสภาพความเป็นอยู่ทั่วแอฟริกา

Made Trade แบรินด์ MadeTrade ผลิตเครื่องประดับสมัยใหม่ มีสไตล์ ด้วยราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อค่าจ้างที่ยุติธรรมมากกว่าผลกำไร ความยั่งยืนมากกว่าการผลิตแบบ mass และคุณภาพมากกว่าการบริโภค นอกจากเครื่องประดับแล้ว ยังจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า และคอลเลกชันจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาจากสัตว์

Taylor & Hart แบรินด์ Taylor & Hart เชี่ยวชาญด้านการผลิตแหวนหมั้นและแหวนแต่งงานตามคำสั่งซื้อ และใช้เพชรพลอยแพลทินั่มรีไซเคิล ที่จัดซื้อมาด้วยจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และด้วยการค้าที่เป็นธรรม

Arlokea แบรินด์ Arlokea จำหน่ายเครื่องประดับที่ทั้งสวยเก๋ และราคาไม่แพง ส่วนใหญ่ผลิตโดยการมีจริยธรรมและมีห่วงโซ่อุปทานที่โปร่งใส อีกทั้งยังเน้นการต่อสู้กับความไม่ชอบธรรมทางสังคม ในฐานะบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ลดขยะ ประหยัดพลังงาน และลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจก และเน้นประเด็นสังคมที่กว้างกว่า คือ สุขภาพ การศึกษาและชุมชน

ส่วน 3 แนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง

นอกจากแบรนด์ในต่างประเทศ ที่ปรับตัวตามกระแสโลกด้านความยั่งยืน จากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งรวมการจัดหาวัตถุดิบและการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและถูกต้องตามหลักจริยธรรมแล้ว แบรนด์อัญมณีและเครื่องประดับของไทยหลายราย ก็ได้ปรับตัวเข้ากับกระแสดังกล่าว เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ โดยตัวอย่างแบรนด์ต่างๆ มีดังต่อไปนี้

Basic Teery เป็นแบรนด์ที่นำวัสดุที่เหลือทิ้ง เช่น กระจาด กระจาด เศษด้าย มาสร้างสรรค์ใหม่ให้เป็นเครื่องประดับ โดยนำมาถักทอเข้าด้วยกันเป็นเครื่องประดับที่แตกต่าง แต่มีสไตล์และใส่ได้ทุกวัน

Nymheart เป็นแบรนด์เครื่องประดับที่มีจุดขายจากการใช้ไม้เป็นความคิดตั้งต้น ส่วนของขอบไม้ที่ถูกตัดทิ้งจากการบวนการทำเฟอร์นิเจอร์ไม้และไม่สามารถใช้งานอย่างอื่นได้ จะถูกนำมาผนวกกับวัสดุ Epoxy Resin อัดผสมเพื่อเพิ่มความแข็งแรง ผ่านการออกแบบที่เน้นความทันสมัยและเรียบง่าย ซึ่งแต่ละชิ้นจะมีเอกลักษณ์ตามลวดลายของเนื้อไม้ชิ้นนั้นๆ

P9 Bangkok เป็นแบรนด์ที่คำนึงถึงการรักษาทรัพยากรและการนำวัสดุเหลือใช้ หรือวัสดุที่ชำรุดหรือที่ไม่ผ่านมาตรฐานจากโรงงาน เช่น เศษขามตราไก่จากจังหวัดลำปาง ที่เคยเป็นขยะเหลือทิ้ง มาต่อยอดเป็นชิ้นงานเครื่องประดับ ออกแบบให้เป็นองค์ประกอบของดอกไม้มงคล สื่อถึงความโชคดี

Piroom Jewelry นำเสนอความเป็นไทยในการสร้างสรรค์เครื่องประดับ ผ่านเรื่องราวของโขนไทย โดยใช้วัสดุรีไซเคิล เช่น Paper Clay เพราะต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการออกแบบผลงาน

แพนดอร่า แบรนด์อัญมณีและเครื่องประดับสัญชาติเดนมาร์กรายใหญ่ของโลก ที่มีการลงทุนสูงเป็นอันดับต้น ๆ ของไทย ได้เข้ามาตั้งโรงงานในประเทศไทยตั้งแต่ปี 1989 แพนดอร่าผลิตและส่งออกเครื่องประดับอัญมณีจากประเทศไทยไปยังกว่า 100 ประเทศ ใน 6 ทวีปทั่วโลก สร้างรายได้นับแสนล้านบาทต่อปี และได้เปิดโรงงานขนาดใหญ่เป็นฐานการผลิตแห่งที่สองที่จังหวัดลำพูน ในปี 2017 ซึ่งได้รับมาตรฐานระดับโลกทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสร้างโรงงานด้วยแนวคิด “โรงงานสีเขียว” ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความเป็นผู้นำด้านการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Leadership In Energy And Environmental Design) มาตรฐาน LEED ระดับทอง จากสภาอาคารสีเขียวแห่งสหรัฐอเมริกา (USGBC: U.S. Green Building Council) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับและแพร่หลายมากที่สุดทั่วโลกในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืน จากการลดการใช้พลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเมื่อเปรียบเทียบกับโรงงานผลิตเครื่องประดับอัญมณีทั่วไป โรงงานแห่งใหม่สามารถประหยัดไฟฟ้าได้ถึง 18% และประหยัดน้ำได้ถึง 45% นอกจากนี้ โรงงานแห่งใหม่ยังมีเทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับที่ทันสมัย และสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการเครื่องประดับอัญมณี ทั้งในด้านขนาดของกำลังการผลิต ความรวดเร็ว และระยะเวลาในการผลิต อีกทั้งยังผสมผสานเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยเข้ากับศิลปะการสร้างสรรค์เครื่องประดับด้วยฝีมืออันประณีต

นอกจากนี้ ไม่เพียงแต่มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมระดับโลก แพนดอร่ายังได้เคยสร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยด้วยรางวัลองค์กรดีเด่นด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคมแห่งปี 2017 (Sustainability Initiatives of the Year) จากนิตยสาร Jewellery News Asia ซึ่งเป็นรางวัลระดับโลกที่มอบให้แก่องค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีที่ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นในระดับนานาชาติเท่านั้น นับเป็นการสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการอัญมณีไทยด้วยโรงงานจิวเวลรี่ ที่เน้นแนวคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

แพนดอร่ายังมุ่งมั่นที่จะตอบสนองลูกค้าที่มีความต้องการเครื่องประดับอัญมณีรูปแบบสวยงามในราคาที่สามารเข้าถึงได้ มีการทำงานที่คล่องตัว และลดระยะเวลาการผลิตสินค้า ด้วยการใช้นวัตกรรมและแนวคิดการผลิตแบบ Flow Line ซึ่งถือเป็นรูปแบบการผลิตใหม่ในวงการเครื่องประดับอัญมณี โดยพนักงานที่มีทักษะงานที่แตกต่างกันจะนั่งทำงานอยู่ด้วยกัน และส่งต่อชิ้นงานไปเรื่อยๆ จนถึงสุดกระบวนการผลิต และสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพการผลิตด้วยระบบการบันทึกและติดตามข้อมูล พร้อมการบริหารการจ่ายงานแบบเรียลไทม์ ให้ความรวดเร็วมากขึ้น ลดระยะเวลานับตั้งแต่การออกแบบสินค้า ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าไปยังร้านค้า

บริษัท แพนดร้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ เป็นผู้นำธุรกิจในการผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีกเครื่องประดับอัญมณี โดยได้ผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน และการประเมินตามข้อกำหนดจาก RJC ในทุกขั้นตอน (Responsible Jewellery Council เป็นองค์กรระหว่างประเทศไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้นำในการสร้างมาตรฐานการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับตลอดห่วงโซ่อุปทาน) โดยบริษัทฯ เป็นหนึ่งในบริษัทไทยประมาณ 50 รายที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC โดยต้องทำการคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งที่ตรวจสอบได้ ประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้ใบรับรองมาตรฐานจาก RJC เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2018 มีผลเป็นระยะเวลา 3 ปี (23 กุมภาพันธ์ 2018 – 23 กุมภาพันธ์ 2021)

จากการที่โลกเผชิญกับภัยธรรมชาติ และภัยทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดปัญหาสังคมตามมามากมาย กลายเป็นที่มาของการที่ภาคธุรกิจกว่า 13,000 ราย จาก 160 ประเทศทั่วโลก รวมตัวกันในนาม "สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก" (UN Global Compact-UNGC) ซึ่ง แพนดร้าฯ เป็นหนึ่งในบริษัทในสมาคมนั้น เพื่อมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งนี้ หลักการของ UN Global Compact ต้องการสร้างความไว้วางใจในการทำธุรกิจ ให้คนมองว่าไม่ใช่ "นายทุน" ที่จ่ายเงินเพื่อหวังผลประโยชน์ และเป็นผู้ใช้ทรัพยากรโลกที่เริ่มจะมีไม่เพียงพอ เมื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ในแก้ไขปัญหาโลก 17 ข้อ (Sustainable Development Goals-SDGs หรือ SDGs) เริ่มเข้มข้นและขยายวงกว้างมาสู่ประเทศไทย จึงเกิดเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand) หรือ GCNT ตั้งแต่ปี 2016 โดยองค์กรดังกล่าวยึดแนวคิด "ความสำเร็จของธุรกิจ คือการสร้างความสุขให้กับผู้คนที่เกี่ยวข้อง" ซึ่งถือเป็นหลักการเดียวกับ SDGs โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อกำไรทางธุรกิจ คน และสิ่งแวดล้อมโลก (Profit-People-Planet) กลายเป็นเข็มทิศธุรกิจสำคัญที่ทำให้แพนดร้าฯ อยู่รอดในทุกวิกฤติ และการเปลี่ยนแปลงของโลก แม้แต่ช่วงการระบาดของ COVID-19 ที่กระทบธุรกิจทั่วโลก แต่แพนดร้าฯ กลับ

เป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก จากคำสั่งซื้อที่ย้ายจากประเทศที่มีการติดเชื้อ COVID-19 อย่างหนักเช่น อินเดีย มาสู่ฐานการผลิตในไทย ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความเชื่อมั่นในบริษัทฯ ที่ดำเนินการด้านความยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง

แพรנדต้าฯ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาโดยตลอด โดยกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่คำนึงถึงความเสมอภาคทางสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีการนำวัตถุดิบพลอยและอัญมณีจากแหล่งกำเนิดที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และไม่สร้างความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม สำหรับหลักการบริหารจัดการกลยุทธ์ธุรกิจอย่างยั่งยืนของแพรנדต้าฯ มีดังนี้

1. จัดสรรทรัพยากรและการบริหารอย่างสมดุล ระหว่างยอดขายสินค้ารับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) 50% และสินค้าแบรนด์ของตนเอง (OBM) 50%
2. พัฒนาระบบบริหารการเงินให้มีประสิทธิภาพ
3. รักษาวินัยและป้องกันความเสี่ยง
4. บริหารบนความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
5. ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ ตามพันธะสัญญาโลกของสหประชาชาติ (UN Global Compact) อย่างเคร่งครัด
6. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

บริษัทฯ เริ่มต้นจากการดูแลคน หรือพนักงาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ ผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กร ทำให้พนักงานรู้สึกที่ทำงานเป็นเหมือนบ้านหลังที่สอง มีสวัสดิการอาหาร และที่พัก รวมไปถึงแปลงผัก ตลอดจนมีการตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ให้กับพนักงาน เมื่อพนักงานมีความสุขและมีความสุขในการทำงาน ก็มีการพัฒนาทักษะพนักงานให้มีจิตวิญญาณของผู้รังสรรค์งานศิลป์ หรือเป็น The Architecture of Craftsmanship และภาคภูมิใจในงานที่ทำ บริษัทฯ มองว่า อุตสาหกรรมอื่นยังสามารถนำแรงงานต่างชาติมาทดแทนแรงงานคนไทยได้ แต่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นการผลิตของมีค่า เป็นงานละเอียด ต้องใช้แรงงานที่มีทักษะฝีมือ จึงต้องฝึกคน และดูแลให้อยู่กับบริษัทฯ ไปนาน ๆ โดยมุ่งเน้นการจ้างคนท้องถิ่น

สำหรับในยุคที่แรงงานขาดแคลน และมีการแข่งขันสูง แพรנדต้าฯ เตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยการแบ่งสินค้าที่เน้นปริมาณการผลิตโดยใช้เครื่องมือทดแทนหรือแรงงานถูก มีการลงทุนฐานการผลิตตั้งโรงงานในเวียดนาม และอินโดนีเซีย เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงในกลุ่มสินค้ารับจ้างผลิต (OEM) เมื่อต้องแข่งขันด้านราคา ในขณะที่สินค้าแบรนด์มีมูลค่าสูง ยังยึดไทยเป็นฐานการผลิตหลัก และมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในบางสายการผลิตที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ สินค้าที่บริษัทฯ ส่งออกไปต่างประเทศ ได้รับการยอมรับว่า ไม่มีการเบียดเบียนสิทธิเสรีภาพของแรงงาน เพราะผู้บริหารยุคปัจจุบันที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีความตระหนักรู้และเรียกร้องมากขึ้น จึงต้องการเป็นเจ้าของสินค้ามูลค่าสูงของแบรนด์ที่เป็นที่ไว้วางใจของสังคม

บริษัท อินทราเมณี จำกัด เป็นบริษัทผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ได้เข้าเป็นสมาชิก RJC เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2019 โดยมีนโยบายดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม ปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันทันที มีจรรยาบรรณและอยู่ในกรอบของกฎหมาย ให้ความสำคัญและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน โดยกำหนดนโยบายทางด้านอาชีพอนามัย มีการดูแลด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากลูกค้าหลักของบริษัทเป็นประเทศในยุโรปและอเมริกา จึงเรียกร้องสินค้าจากบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การเข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC ทำให้บริษัทฯ ได้รับรับรองจาก RJC ซึ่งจะช่วยเพิ่มมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ และจะส่งผลให้ยอดขายของบริษัทฯ ในตลาดยุโรปและอเมริกาเพิ่มขึ้น

บริษัท เอ็มอีโอ จิวเวลรี่ จำกัด ผู้ผลิตและส่งออกเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับทอง เข้าเป็นสมาชิก RJC เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2020 โดยวัฒนธรรมหลักของบริษัทฯ คือ การฝึกสติ ปลูกฝังความเอาใจใส่ ความคิดสร้างสรรค์ และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและชุมชน โดยให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านหลากหลายโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน ชุมชนในท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม เช่น สนับสนุนการนั่งสมาธิสำหรับเยาวชนที่วัดผาณิตาราม จัดสัมมนาและอบรมไทยซีให้กับเจ้าหน้าที่ในโรงงาน และสินค้าทั้งหมดของโรงงานได้รับการรีไซเคิลอย่างเหมาะสม เป็นต้น อเมริกาเป็นตลาดหลักของบริษัทฯ ดังนั้น ใบรับรองของ RJC เป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่า สินค้าของบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หากบริษัทฯ ต้องการรักษามาตรฐานลูกค้าในตลาดสหรัฐอเมริกาไว้ ก็จำเป็นต้องเข้าร่วมเป็นสมาชิก RJC และเชื่อมั่นว่าการเป็นสมาชิก RJC จะได้ประโยชน์มาก เพราะน่าจะทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น เพราะหากไม่เข้าเป็นสมาชิก RJC ยอดขายในสหรัฐอเมริกาอาจลดลง และอาจไม่มีคำสั่งซื้อสินค้าอีกในอนาคต

บริษัท ความสัมพันธ์ จำกัด เป็นบริษัทผลิตเครื่องประดับอัญมณี ที่มีดีไซน์หลากหลายมากกว่า 3,000 รูปแบบ รวมทั้งการผลิตเครื่องประดับสำหรับเด็ก โดยเป็นสมาชิกของ RJC เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2019 รวมทั้งยังผ่านการตรวจสอบด้านจริยธรรมทางการค้า (Sedex Members Ethical Trade Audit หรือ SMETA) อีกด้วย บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเดิมที่ทำธุรกิจกันมายาวนาน ด้วยความมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับมีผลจากห้องแล็บยืนยันในความปลอดภัย มีการเลือกใช้แหล่งวัตถุดิบที่โปร่งใสเป็นที่ยอมรับตามที่ลูกค้าร้องขอ โดยในทุกขั้นตอนมีระบบควบคุมคุณภาพที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงการบรรจุและจัดส่งสินค้าที่เน้นความปลอดภัย เพื่อให้สามารถส่งถึงมือลูกค้าทั่วโลกได้อย่างถูกต้องและตรวจสอบได้

บริษัท นาทาชา ครีเอชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิตเครื่องประดับทองคุณภาพสูงตั้งแต่ 10-18 กะรัต ประดับด้วยเพชรหรืออัญมณีมีค่าอื่นๆ เป็นสมาชิกของ RJC เมื่อเดือนเมษายน 2015 บริษัทฯ มีมาตรฐานด้านจรรยาบรรณที่ดีต่อลูกค้าในการรักษาความลับทางการค้า มีการตั้งมาตรฐานด้านจริยธรรมและความโปร่งใส โดยมีการตรวจสอบมาตรฐานผ่าน Audit ของลูกค้าเป็นประจำทุกปี รวมทั้งผ่านการตรวจสอบสารปนเปื้อน เช่น ตะกั่วในเครื่องประดับ ซึ่งลูกค้าในสหรัฐอเมริกาให้

ความสำคัญเป็นอย่างมาก ด้วยความมีมาตรฐานดังกล่าว จึงทำให้บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งจากสหรัฐอเมริกา และยุโรปเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

ส่วน 4 ปัจจัยแวดล้อมและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

กระแสความยั่งยืน

กระแสการเรียกร้องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการค้าอย่างเป็นธรรมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั่วโลก โดยเฉพาะในอเมริกาและยุโรปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับที่ทวีความสำคัญมากขึ้นในกลุ่มคนเหล่านี้ ดังนั้น ผู้ผลิต/ผู้ค้าส่งและค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จึงควรเร่งปรับธุรกิจให้ก้าวทันกระแสจริยธรรมทางการค้า ปรับตัวตามความต้องการและความสนใจของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปให้ทัน โดยการปรับตัวตามหลักจริยธรรมทางการค้า ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและโปร่งใส ซึ่งนอกจากผู้ประกอบการจะผลิตสินค้าตอบโจทย์กระแสรักษ์โลกของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่แล้ว ยังต้องใส่ใจใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ ไม่เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม หรือวัสดุรีไซเคิล ปกป้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดำเนินแนวทางมาตรฐานการรับรองต่างๆ ทั้งปัจจุบันและที่จะถูกกำหนดขึ้นต่อไปในอนาคต และพิจารณาไม่ใช้ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ซึ่งจะช่วยให้มูลค่าให้กับสินค้า ทำให้ขายสินค้าได้ง่ายและดียิ่งขึ้น อีกทั้งมีส่วนในการช่วยเหลือพัฒนาสังคม และชุมชน เพราะความตั้งใจของผู้ขายที่จะส่งเสริมความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดหาสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนชุมชน จะต้องรวมสิ่งเหล่านี้ให้เป็นองค์ประกอบหลักในคำมั่นสัญญาของแบรนด์ อีกทั้งควรสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพไปยังกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้สร้างการรับรู้ว่า แบรนด์มีจิตสำนึกทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ให้อยู่รอดต่อไปในระยะยาว

จะเห็นได้ว่าความนิยมสินค้ารักษ์โลกมีเพิ่มมากขึ้นทั่วโลกในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาและกำลังเป็นกระแสมากขึ้นเรื่อยๆ จากผู้บริโภคกลุ่มหลักของโลกทั้ง Gen Z และ Millennials จึงถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีภูมิปัญญาและความรู้ในการผลิตสินค้าจากธรรมชาติหลายชนิด จะใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาดผู้บริโภคกลุ่มหลัก ทั้งยังเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประเทศ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและส่งเสริมให้สินค้าเครื่องประดับรักษ์โลกของไทย สามารถขยายตลาดทั้งในประเทศและตลาดโลกได้มากขึ้นด้วย

การปกป้องสิ่งแวดล้อม

ในการดำเนินธุรกิจและอุตสาหกรรมสีเขียวรักษ์โลกในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จำเป็นต้องตระหนักถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้วัตถุดิบธรรมชาติ การหมุนเวียนของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Waste Recovery) ในกระบวนการผลิต การป้องกันปัญหามลพิษโดยใช้เทคโนโลยีสะอาด (Clean Technology) รวมทั้งการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Product) มีการแลกเปลี่ยนของเสียที่จะเป็นวัตถุดิบให้กับโรงงานอื่นๆ (Industrial Symbiosis) มีระบบ

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องระบบการจัดการของเสียและมลภาวะต่างๆ ระบบการจัดการพลังงาน ผลิตภัณฑ์ที่ใช่วัสดุรีไซเคิล ช่วยลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน การรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรไปโดยปริยาย โดยพนักงานจนถึงระดับบริหารจะรับทราบและปฏิบัติตามแนวทางอุตสาหกรรมสีเขียวซึ่งจะถูกกำหนดอยู่ในนโยบายขององค์กรที่ชัดเจนและแม้แต่ที่เป็นพื้นฐานที่รู้จักกันดี เช่น การใช้น้ำอย่างประหยัด การปิดไฟในเวลาพัก ใช้แก้วน้ำแทนกรวยกระดาษ ใช้กระดาษถ่ายเอกสาร 2 หน้า เป็นต้น และสนับสนุนให้ลูกค้าของโรงงานหรือโรงงานด้วยกันเข้าสู่กระบวนการสีเขียว เป็นพันธมิตรเพื่อสิ่งแวดล้อมร่วมกัน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ชุมชนและสังคมอีกด้วย

สำหรับแนวทางการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคมีแนวทางการเลือกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาคุณสมบัติสินค้าที่ผู้ผลิตมีความจำเป็นต้องตระหนัก ดังนี้

1. ใช่วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น วัสดุที่ไม่มีพิษ วัสดุหมุนเวียนทดแทนได้ วัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำในการจัดหามา
2. ใช่วัสดุน้อย เช่น น้ำหนักเบา ขนาดเล็ก มีจำนวนประเภทของวัสดุน้อย เช่น มีวัสดุหีบห่อน้อย มีการเสริมความแข็งแรง เพื่อให้ลดขนาดลงได้
3. มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ใช้พลังงานที่สะอาด ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต และลดขั้นตอนของกระบวนการผลิต
4. มีระบบขนส่งและจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เช่น ลดการใช้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ฟุ่มเฟือย ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่รีไซเคิลหรือหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ ใช้รูปแบบการขนส่งที่ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ และเลือกใช้เส้นทางการขนส่งที่ประหยัดพลังงานที่สุด
5. ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดในช่วงการใช้งาน เช่น ใช้พลังงานต่ำ มีการปล่อยมลพิษต่ำ ในระหว่างใช้งาน ลดการใช่วัสดุสิ้นเปลือง และลดการใช้ชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็น
6. มีความคุ้มค่าตลอดชีวิตการใช้งาน เช่น ทนทาน ซ่อมแซมและดูแลรักษาง่าย ปรับปรุงต่อเติมได้ ไม่ต้องเปลี่ยนบ่อย
7. มีระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การเก็บรวบรวมที่ก่อผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมต่ำ มีการออกแบบให้นำสินค้าหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ง่าย ตามหลักการ 3R's หรือ Reuse, Reduce, Recycle กล่าวคือ การลดของเสีย การใช้ซ้ำ และการนำวัสดุเหลือใช้/ของเสีย กลับมาใช้ประโยชน์ หรือหากต้องกำจัดทิ้ง สามารถนำพลังงานกลับคืนมาใช้ได้ และมีความปลอดภัยสำหรับการฝังกลบ

การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

จากการที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ตกเป็นจำเลยส่วนหนึ่งในเรื่องของทั้งประเด็นสิ่งแวดล้อมและมนุษยธรรม ดังนั้น หากกล่าวถึงการบรรลุความยั่งยืนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในโลกปัจจุบัน นอกจากการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่แล้ว สิ่งที่ควบคู่กัน ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเช่นกัน คือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ซึ่งครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทานเช่นกัน ตั้งแต่ความโปร่งใส การเคารพสิทธิ ความยุติธรรม การตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ว่า ประเด็นสังคมจะควบคู่กับประเด็นเศรษฐกิจในการดำเนินธุรกิจยุคใหม่ และเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยต้องตระหนัก หากต้องการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างยั่งยืนในตลาดโลก

ปัจจัยความสำเร็จ

ในการบรรลุความสำเร็จทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อมและจริยธรรมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปัจจัยของความสำเร็จอยู่ที่การวิจัยทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ออโตเมชัน การใช้ digital platform และพลังงานทดแทน การพัฒนากระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ วัสดุและแนวคิดหรือกระบวนการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มาตรฐานการรับรอง การพัฒนาบุคลากรทั้งการ reskill และการ upskill และการปรับตัว ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชน บางประเด็นอาจดูเป็นเรื่องของความท้าทายที่ไกลตัวในวันนี้ แต่จากกระแสการรักษ์โลกทั่วโลก และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของธุรกิจในโลกปัจจุบัน อาจเป็นเรื่องใกล้ตัวในวันนี้ และหากเตรียมความพร้อมในวันนี้ และประสบความสำเร็จ แม้เพียงในระดับหนึ่ง ก็จะสามารถนำมาซึ่งความยั่งยืนในวันนี้ ทั้งสำหรับผู้ประกอบการเองและโลกที่ผู้ประกอบการอาศัยอยู่

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
(Thailand Textile Institute)
สิงหาคม 2564

เอกสารอ้างอิง

1. <https://infocenter.git.or.th/article/article-20201229>
2. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2344.1.0.html>
3. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2104.1.0.html>
4. <https://www.smethailandclub.com/marketing-3408-id.html>
5. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2346.1.0.html>
6. <https://learningjewelry.com/guides/buying-diamonds/jewelry-industry-eco-friendly/>
7. <https://www.vogue.com/article/sustainable-jewelry-brands>
8. <https://www.thegoodtrade.com/features/fair-trade-jewelry>
9. <https://zerowastememoirs.com/ethical-sustainable-jewelry-brands/>
10. <https://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/58442>
11. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2346.1.0.html>
12. <https://www.komchadluek.net/news/economic/299235>
13. <https://mgronline.com/business/detail/9610000062889>
14. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/904469>
15. <https://www.komchadluek.net/news/economic/396372>
16. <https://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/58442>
17. [http://lib3.dss.go.th/fulltext/techno_file/CF103/CF103\(D10\).pdf](http://lib3.dss.go.th/fulltext/techno_file/CF103/CF103(D10).pdf)
18. http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/greenindustry.pdf
19. <https://www.bangkokbanksme.com/en/green-products-competitive-advantage>