

ซีอีโอ “มาร์ส” เผยภาคธุรกิจต้องปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน เพื่อจัดการกับภัยคุกคามทางสังคมและสิ่งแวดล้อม



- แกรนท์ ริด ซีอีโอบริษัทมาร์ส กล่าวก่อนการประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติและการประชุม Climate Week เปิดฉากว่า กลไกขับเคลื่อนธุรกิจโลก นั่นคือ ห่วงโซ่อุปทาน กำลังเสียหาย และต้องแก้ไขด้วยความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่
- เขากล่าวว่า การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติและความตกลงปารีส จะประสบความสำเร็จได้เมื่อมีการขยายขอบข่ายความสนใจให้ครอบคลุมผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากการดำเนินงานโดยตรง
- ซีอีโอบริษัทมาร์สแสดงความคิดเห็นเนื่องในโอกาสเปิดตัว “Sustainable in a Generation Plan” โดยทางบริษัท จะทุ่มทุนเกือบ 1 พันล้านดอลลาร์ในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้า เพื่อรับมือกับภัยคุกคามเร่งด่วน ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความผิดเคืองในห่วงโซ่อุปทาน และการขาดแคลนทรัพยากร
- M&M’s หนึ่งในแบรนด์ชั้นนำของโลก เชิญชวนให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งยวด

แกรนท์ เอฟ ริด ซีอีโอบริษัทมาร์ส กล่าวว่า ภาคธุรกิจต้องเป็นผู้นำในการ “เปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่” เพื่อจัดการกับภัยคุกคามที่เร่งด่วนที่สุดที่โลกและมนุษย์กำลังเผชิญ

คุณริดกล่าวก่อนการประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติและการประชุม Climate Week จะเปิดฉากในเดือนนี้ที่นิวยอร์กว่า ภาคธุรกิจกำลังเผชิญกับความรับผิดชอบอันใหญ่หลวงที่สุด “หากเราต้องการบรรลุเป้าหมายที่ได้ตกลงกันไว้ในความตกลงปารีสและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ เราจำเป็นต้องสร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ตอนนี้หลายบริษัทกำลังเดินหน้าส่งเสริมความยั่งยืน ทว่าความคืบหน้าที่เกิดขึ้นยังห่างไกลจากคำว่าเพียงพอ”

“มาร์สสืบทอดธุรกิจมานานถึง 4 รุ่น และจะทำต่อไปอีก 4 รุ่น ซึ่งความปรารถนานี้จะเป็นจริงได้ก็ต่อเมื่อเราทำในสิ่งที่แตกต่าง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าโลกของเราจะสมบูรณ์น่าอยู่ และผู้คนทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทานจะมีโอกาสเจริญก้าว

หน้า เราจำเป็นต้องร่วมมือกัน เพราะกลไกขับเคลื่อนธุรกิจโลก นั่นคือ ห่วงโซ่อุปทาน กำลังเสียหาย และต้องแก้ไข ด้วยความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่”

คุณรีดได้ยกประเด็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขึ้นมาเป็นตัวอย่างว่า ธุรกิจหลายภาคส่วนซึ่งรวมถึงมาร์ส มีความคืบหน้าอย่างมากในแง่ของผลจากการดำเนินงานโดยตรงของบริษัท แต่ยังคงคืบหน้าไม่พอในแง่ของห่วงโซ่อุปทานโดยรวม ขณะเดียวกัน ความพยายามจัดการปัญหาความยากจนและสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานโลกถือว่าเป็นเจตนาที่ดี แต่ก็ยังไม่ปรากฏความก้าวหน้าในระดับที่น่าพอใจ

“ข้อมูลและการเชื่อมต่อช่วยให้เราได้รับทราบผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจมากขึ้นทุกปี ทุกวันนี้ วิทยาการด้านสภาพภูมิอากาศมีความชัดเจน และเราก็เข้าใจความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมในห่วงโซ่อุปทานมากกว่าที่เคยเป็นมา ซึ่งทำให้เราตระหนักว่า เราจำเป็นต้องเข้าไปแก้ปัญหาในเชิงรุกให้มากกว่านี้ ขณะนี้เป็นเวลาอันสมควรแล้วที่ภาคธุรกิจจะต้องหันมาทบทวนบทบาทและหน้าที่ของตนตามหลักฐานที่ได้รับ”

เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ วันนี้มาร์สได้ประกาศแผน “Sustainable in a Generation Plan” ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมายที่จะส่งผลในวงกว้างและมีหลักการทางวิทยาศาสตร์รองรับ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อขับเคลื่อนผลลัพธ์ทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทาน และเพื่อเร่งบรรลุเป้าหมายดังกล่าว มาร์สจะทุ่มทุนราว 1 พันล้านดอลลาร์ในแผน Sustainable in a Generation Plan โดยเน้นไปยังขอบข่ายที่มาร์สสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อปัญหาที่หนักหน่วงที่สุดของโลก ดังที่ระบุไว้ในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ทั้งนี้ Sustainable in a Generation Plan ประกอบด้วยเป้าหมายที่เชื่อมโยงถึงกัน 3 ประการ ได้แก่

โลกน่าอยู่ – มุ่งลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตามหลักวิทยาศาสตร์ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้โลกของเราสมบูรณ์น่าอยู่ โดยเน้นไปที่การจัดการภาวะโลกร้อน ทรัพยากรน้ำ และที่ดิน โดยมาร์สประกาศว่าจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทลง 67% ภายในปี 2593 ซึ่งเป็นการต่อยอดจากเป้าหมายเดิมในการลดก๊าซเรือนกระจกในสายการผลิตของบริษัท

คนก้าวหน้า – มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของคน 1 ล้านคนในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เพื่อเปิดโอกาสให้เจริญก้าวหน้า โดยเน้นไปที่การเพิ่มรายได้ การเคารพในสิทธิมนุษยชน และการเปิดโอกาสให้สตรี โดยมาร์สได้จัดตั้งกองทุน Livelihoods Fund for Family Farming เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนและลดปัญหาความยากจนทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งจัดตั้ง Farmer Income Lab ที่มุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อขจัดปัญหาความยากจนในกลุ่มเกษตรกรรายย่อย

คุณภาพชีวิตดี – มุ่งยกระดับวิทยาศาสตร์ นวัตกรรม และการตลาด เพื่อช่วยให้ผู้คนและสัตว์เลี้ยงหลายพันล้านชีวิตมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยมาร์สได้เดินหน้านำระดับความปลอดภัยของอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และส่วนประกอบอาหาร รวมถึงทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

คุณรีดกล่าวเสริมว่า “แผนการนี้ไม่เพียงแต่จะสร้างสรรค์สิ่งที่ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการลงทุนในสิ่งที่จำเป็นด้วย เราทำเพราะเป็นสิ่งที่ถูกต้องและเป็นสิ่งที่ดี นอกจากนี้ การมอบประโยชน์ให้กับทุกคนในห่วงโซ่คุณค่าของเราพร้อมกับบรรเทาผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ก็เป็นทางเลือกทางธุรกิจที่ดี และเราตระหนักดีว่าผู้บริโภคจำนวนมากก็ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ไม่น้อยไปกว่าเราเลย”

ระหว่างการประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติ มาร์สเตรียมเปิดเผยแผนการเชิญชวนผู้บริโภคให้เข้ามามีส่วนร่วมผ่านทางแบรนด์สินค้ายักษ์ใหญ่ระดับโลกอย่าง M&M's โดยแคมเปญใหม่จะเปิดทางให้มาร์สเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนและตอกย้ำความจำเป็นในการรับมือกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ มาร์สได้ซื้อไฟฟ้าพลังงานลมเพื่อนำมาใช้ทดแทนไฟฟ้าในโรงงานผลิต M&M's ทั่วสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ พลังงานหมุนเวียนยังมีบทบาทสำคัญในแผน Sustainable in a Generation Plan โดยตลาดหลักๆของมาร์ส (สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร) ได้หันมาใช้พลังงานหมุนเวียนในสายการผลิตแบบ 100% และจะเดินหน้าขยายไปยังตลาดอื่นๆในปีหน้า

คุณรีดกล่าวว่า “แบรนด์ที่ทั่วโลกชื่นชอบอย่าง M&M's จะช่วยให้เราสามารถทำให้ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นนี้ และเห็นถึงคุณค่าของพลังงานหมุนเวียน อันเป็นโซลูชันสำคัญที่จะช่วยให้เราเอาชนะภัยโลกร้อน ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ”

มาร์สเดินหน้านับสนุนความยั่งยืนร่วมกับองค์กรอื่นๆมาโดยตลอด ซึ่งรวมถึงการช่วยจัดตั้งกลุ่มความร่วมมือด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับโลก โดยเมื่อปีที่แล้ว มาร์สได้เข้าร่วมการประชุมภาคีอนุสัญญาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศครั้งที่ 22 หรือ COP 22 ที่เมืองมารีราเกช ประเทศโมร็อกโก และได้ลงนามในหนังสือเรียกร้องให้ผู้นำประเทศทั่วโลกปฏิบัติตามความตกลงปารีส นอกจากนี้ยังได้เปิดทุ่งกังหันลม Moy ในบริเวณที่ราบสูงของสกอตแลนด์ ซึ่งสามารถผลิตไฟฟ้าได้เทียบเท่ากับปริมาณไฟฟ้าที่บริษัทมาร์สใช้ในสหราชอาณาจักร

แบร์รี พาร์กิน ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายสุขภาพและความยั่งยืนของมาร์ส กล่าวว่า “เราตระหนักดีว่า เราไม่สามารถเติบโตและเจริญก้าวหน้าได้ หากคน ชุมชน และโลกที่เราอาศัยอยู่ปราศจากความเจริญและความสมบูรณ์นำอยู่”

“การทำสิ่งที่ถูกต้อง มิใช่เพียงทำสิ่งที่ดีกว่าเดิม ถือเป็นหัวใจหลักของแผนการใหม่ของเรา เราจะก้าวข้ามขีดจำกัดและขยายขอบเขตความมุ่งมั่นทั่วทั้งซัพพลายเชน เมื่อเราทำเช่นนี้และคนอื่นๆก็ทำร่วมกับเรา ผลที่ได้จะมีประสิทธิภาพสูงสุด”

รับชมข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Sustainable in a Generation Plan ของมาร์สได้ที่ www.SustainableInAGeneration.com

เกี่ยวกับ มาร์ส อินคอร์ปอเรเท็ด

มาร์ส เป็นธุรกิจครอบครัวที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่าหนึ่งศตวรรษ โดยเป็นผู้ผลิตสินค้าและนำเสนอบริการ

อันหลากหลายทั้งสำหรับคนและสัตว์เลี้ยงแสนรัก มาร์สเป็นธุรกิจระดับโลกมียอดขายเกือบ 3.5 หมื่นล้านดอลลาร์ และเป็นเจ้าของแบรนด์อันเป็นที่โปรดปรานของผู้คนทั่วโลก ได้แก่ M&M's(R), SNICKERS(R), TWIX(R), MILKY WAY(R), DOVE(R), PEDIGREE(R), ROYAL CANIN(R), WHISKAS(R), EXTRA(R), ORBIT(R), 5(TM), SKITTLES(R), UNCLE BEN'S(R), MARS DRINKS และ COCOAVIA(R) ทั้งยังมีบริการเกี่ยวกับสุขภาพสัตว์ ซึ่งรวมถึงโรงพยาบาลสัตว์ BANFIELD(R) บริษัทมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ย่านแม็คลินในรัฐเวอร์จิเนีย และดำเนินธุรกิจในกว่า 80 ประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ หลัก 5 ประการของบริษัท ได้แก่ คุณภาพ ความรับผิดชอบ ความสัมพันธ์ ประสิทธิภาพ และอิสระ เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ร่วมงานกว่า 85,000 คนของมาร์ส สร้างสรรค์คุณค่าให้แก่พันธมิตรและผลักดันให้บริษัทเติบโตอย่างภาคภูมิใจ

รับชมข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับมาร์สได้ที่ www.mars.com หรือติดตามเราทาง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ลิงค์อิน อินสตาแกรม และ ยูทูป

วิดีโอ -

http://origin-qps.onstreammedia.com/origin/multivu_archive/PRNA/ENR/GrantReid_SIAG_External.mp4

รูปภาพ -

http://mma.prnewswire.com/media/551384/Mars_Incorporated_Moy_Wind_Farm_Scotland.jpg

รูปภาพ -

http://mma.prnewswire.com/media/551385/Mars_Incorporated_Mesquite_Creek_Wind_Farm_TX.jpg

โลโก้ - http://mma.prnewswire.com/media/74984/mars__incorporated_logo.jpg

โลโก้ - http://mma.prnewswire.com/media/551388/Mars_Incorporated_SIG_Logo.jpg