

# มุ่งสร้างแบรนด์ไทย ให้ 'กรีน' ทั่วยุโรป

## ■ กนกนภา เพิ่มบุญพา

**พ**าย พิศาล มาดณพัฒน์ เอกอัครราชทูตไทย ประจำเบลเยียม ลักเซมเบิร์ก ซึ่งเป็นหัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำประชาคมยุโรป ได้กล่าวถึงภาพรวมของประเด็นสิ่งแวดล้อมในทุกประเทศของกลุ่ม **สหภาพยุโรป** (อียู) ว่าอียูเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญกับประเด็นสิ่งแวดล้อมระดับแนวหน้า เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ของโลก

ที่ผ่านมา สถานทูตได้จัดสัมมนาธุรกิจด้าน **สิ่งแวดล้อม** ในยุโรปสองครั้งด้วยกัน โดยครั้งแรก ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญมาพูดในประเด็นที่ว่า ดำเนินธุรกิจอย่างไรไปพร้อมๆ กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำไมถึงทำได้เช่นนั้นได้

ครั้งที่สอง ได้มีนักธุรกิจไทยมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ ทั้งบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจขาย **คาร์บอนเครดิต** และยังไม่ประสบความสำเร็จว่าเป็นอย่างไร ซึ่งผู้ที่ประสบความสำเร็จ ก็พูดด้วยความภูมิใจ

**แต่บริษัทที่ประสบความสำเร็จก็ยอมรับว่า จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องใช้เวลา ต้องฝ่าฟัน และต้องใช้ความพยายามอย่างมาก**

ท่าว่าประสบการณ์ตรงที่ถ่ายทอดออกมา นั้นกลับเป็นกำลังใจให้คนที่นั่งฟังได้อย่างดี ทำให้เข้าใจว่าการทำธุรกิจบนพื้นฐานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เรื่องที่เป็นไปไม่ได้ และทุกวันนี้บริษัทเหล่านี้ก็ได้รับดอกผลของแรงกายแรงทรัพย์ที่ทุ่มเทลงไปแล้ว

**อย่างไรก็ตาม นายพิศาล ยอมรับว่า สิ่งที่มีบริษัทเหล่านี้ต้องการขอจากรัฐบาลคือเรื่องภาษี และไม่เข้าใจว่า เพราะเหตุใด รัฐบาลจึงยังเก็บภาษีในอัตราเดียวกับพวกเขาอยู่**

คำถามดังกล่าวเป็นโจทย์ที่ภาครัฐต้องเข้ามาช่วย หมายความว่า สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่เอกชนตามทัน แต่ภาครัฐบางหน่วยงาน อาจ

จะยังตามไม่ทัน ซึ่งหากภาครัฐเข้ามาช่วยอีกสักหน่อย จะมีคนเข้ามาพร้อมมากขึ้น

ภาครัฐและภาคเอกชนต้องทำงานด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่สอดคล้องกัน เพราะเรื่องนี้ไม่ได้เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบของอียูอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบของไทยด้วย ในเรื่องภาษี โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ **CDM (Clean Development Mechanism)**

เอกอัครราชทูตไทย ประจำกรุงบรัสเซลส์ กล่าวด้วยว่า เรื่องภาษีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่สามารถทำความเข้าใจได้ และขณะนี้ สถานทูตได้จัดทำรายงานเกี่ยวกับเรื่องนี้ลงในเว็บไซต์ชื่อ **THAIEUROPE.NET**

สถานทูตยังเตรียมจัดทำหนังสือเพื่อให้ข้อมูลในส่วนนี้ เพราะไม่อยากให้เอกชนไทยกลัวเรื่องมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมเนื่องจากอียูไม่ได้กำหนดมาตรฐานตัวนี้เพื่อใช้กับไทยประเทศเดียว แต่ใช้มาตรฐานนี้กับชาติสมาชิกอื่นๆ อีก 27 ประเทศของอียูด้วยเช่นกัน

**"ภาคเอกชนไทยมีความสามารถอยู่แล้ว หน้าที่ของภาครัฐ คือ ให้ข้อมูล เปิดประตู สนับสนุนมาตรฐานต่างๆ ภายในรวมทั้งเรื่องภาษี ยกตัวอย่าง ตั้งแต่กรมประมงร่วมมือกับเอกชนไทย ทำกุ้งแบบย้อนกลับไปตรวจสอบได้ทุกจุดตั้งแต่ต้น ไทยก็ไม่มีปัญหาเรื่องมาตรฐานกุ้ง กุ้งของไทยเป็นที่ยอมรับ และก็ขายได้"**

หัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำประชาคมยุโรปเห็นว่าขณะนี้อียูต้องให้ความสำคัญกับเรื่องภายในกลุ่มของตนเอง อาทิเช่น เรื่องการให้สัตยาบันสนธิสัญญาสิทธิบัตร และการรักษา นโยบายตลาดเดียว (single market) ไว้ให้เหนียวแน่น อาทิเช่น ทำอย่างไรให้ตลาดเดียวของอียูคงความศักดิ์สิทธิ์ต่อไป และต้องกำจัดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เพราะหลักการของการตั้งอียู คือ

การเป็นตลาดเดียวที่ศักดิ์สิทธิ์ถ้าไม่ศักดิ์สิทธิ์ ผลประโยชน์ของการมีตลาดเดียวก็จะไม่เกิดขึ้น ขณะที่การให้ความสำคัญกับประเทศคู่ค้าต่างๆ ก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอียูเช่นกัน

**"ผมมีหน้าที่ปักธงไทยในอียูและสนับสนุนให้อียูมีบทบาทเชิงสร้างสรรค์มากขึ้นในไทยและอาเซียน ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีพลวัตที่เร็วมาก ยกตัวอย่างเช่น ผมได้บอกเขาว่าไทยมีแผนเฉพาะของไทยในเรื่องการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคม เฉพาะ**

**รถไฟอย่างเดียวก็ไม่รู้จักพันล้านยูโร ถ้ารวมทั้งภูมิภาค เอกชนของอียูที่ต้องการขายเทคโนโลยีด้านคมนาคมขนส่ง จะมองเห็นว่านี่คือโอกาสทองของพวกเขา"**

นายพิศาล ยังเดินทางนโยบายสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้เป็นประเทศอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านสโลแกน **"Thailand's Naturally Green"**

ล่าสุด กำลังจัดทำธุรกิจไฮเคิลและหนังสือท่องเที่ยวชื่อ **Travel Green** เขียนโดยนักข่าวชาวสวีเดน ที่รักประเทศไทย เป็นหนังสือที่เกิดจากความร่วมมือกับเอ็นจีโชนำเข้าของโลกด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็น **กลุ่มเคลื่อนไหวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (กรีนพีซ) สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (ยูเอ็น ดีพี) องค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (ดับเบิลยูดับเบิลยูเอฟ)** เพื่อสร้างแบรนด์ให้เห็นว่าไทยเป็นประเทศอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยธรรมชาติ ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม เข้าใจ

กระแสสิ่งแวดล้อม และอยู่ในกระแสที่จะช่วย  
โลกทั้งใบในส่วนที่เรารับผิดชอบ

“สิ่งที่ทำไม่ได้จำกัดอยู่แค่สินค้าแต่ทำ  
แบรนด์เนมประเทศ เพราะเรื่องสิ่งแวดล้อม  
เป็นสิ่งที่เข้าถึงประชาชนทุกจุด ที่เป็น  
ประชาธิปไตย ถ้าเข้าถึงประชาชนของยุโรป  
ได้ ก็จะได้สะท้อนภาพของไทยในสาย  
ตาเขาได้ชัดเจนขึ้น และเขาก็มีทัศนคติกับ  
ไทยดียิ่งขึ้น ทำให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบวก  
ยิ่งขึ้น และจะส่งผลให้การท่องเที่ยวใน  
อนาคตของไทย เติบโตอย่างยั่งยืน นอก  
เหนือจากสินค้าไทยในตลาดยุโรป”

ขณะนี้ กระทรวงสิ่งแวดล้อมของอียูได้  
ออกฉลาก “Tourism Eco Label” ซึ่งนาย  
พิศาล กล่าวว่า จะนำฉลากหรือตรานี้ ไปขยาย  
ผลในประเทศไทยเพื่อสร้างความมั่นใจแก่  
ผู้บริโภคต่างชาติที่ต้องการท่องเที่ยวแบบ  
คุณภาพในไทย เช่นเดียวกับตรา “อียู ฟลาว  
เวอร์” ซึ่งเป็นฉลากด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับสิ่ง  
ทอของสหภาพยุโรป

เบื้องต้นหนังสือ Travel Green และ  
ธงรีไซเคิลที่จะทำออกมาในช่วงปลายปีนี้  
จะแจกกลุ่มเป้าหมาย คือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
กลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับสูงของรัฐบาล และ  
กลุ่มผู้นำนักธุรกิจในกรุงบรัสเซลส์ก่อนจาก  
นั้นจะขยายไปยังประเทศอื่นๆ ทั่วทวีปยุโรป  
โดยแปลเป็นภาษาต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้า  
ถึงทุกคนได้ และตีตราหนังสือไว้ที่ 12  
ยูโร เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่หนังสือ