



## เครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อม

เครื่องประดับที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดที่เพิ่งผุดขึ้นมาสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ

การรักษาสิ่งแวดล้อมไม่เคยเป็นกระแสที่ทันสมัยเช่นนี้มาก่อน แม้จะว่าคนยุคอียิปป์บูชาธรรมชาติ และนักอนุรักษ์ทำหน้าที่ของตนในการเชิดชูคุณค่าของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในช่วงหลายทศวรรษนับแต่นั้น แต่ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมนั้นไม่เคยแพร่เข้าสู่กระแสหลักดังเช่นในปัจจุบัน ถึงตอนนี้ไม่ใช่เรื่องแปลกที่ผู้บริโภคทุกระดับต่างซื้อสินค้าออร์แกนิกโดยใส่ในถุงผ้า ขั้วรถยนต์ไฮบริด และเลือกใช้พลังงานหมุนเวียน

ทั้งหมดนี้ล้วนแสดงให้เห็นว่าการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นกระแสที่กำลังมาแรง และบริษัทที่เข้ามาสู่ภาคสิ่งแวดล้อมก็มีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จ

จากข้อมูลโดยบริษัทวิจัยตลาดในสหรัฐอเมริกาอย่าง Unity Marketing ระบุว่า *ธุรกิจสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมอาจให้ประโยชน์แก่ภาคสินค้าหรูหราได้มากที่สุด*

รายงานแนวโน้มธุรกิจของบริษัทที่มีชื่อว่า *Green Marketing and the Luxury Consumer* อธิบายไว้ว่าผู้บริโภคกระเป๋านักโดยเฉพาอย่างยิ่งผู้หญิง จะพิจารณาแนวทางด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทก่อนซื้อสินค้ามากขึ้นเรื่อยๆ

เพื่อตอบสนองต่อผลการศึกษาดังกล่าว Pam Danziger ประธานของ Unity Marketing เขียนในจดหมายข่าว *Luxury Business Newsletter* ของทางบริษัทไว้ว่า “ผู้บริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อมทั่วไปไม่ได้เป็นคนทำทายแพชั่น กินซีเรียลธัญพืช และสวมรองเท้าแตะอีกต่อไปแล้ว ทุกวันนี้ลูกค้าที่สนใจสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้หญิงซึ่งมีอาชีพการงานมั่นคง มีฐานะดี และสวมชุดสุดทงของ Stella McCartney ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ใช้วัสดุจากสัตว์”

ภายใต้คำว่าสินค้าหรูหราที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นประกอบด้วยเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Jewelry) ซึ่งเป็นหมวดหมู่ที่ค่อนข้างใหม่ โดยหมายรวมถึงการรีไซเคิลเครื่องประดับเก่า การปรับปรุงหรือนำของไม้ใช้แล้วมาผลิตเป็นสินค้าใหม่ (Up-Cycling) การผลิตและการบรรจุหีบห่อที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้อัญมณีและโลหะมีค่าซึ่งผ่านกระบวนการเหมืองแร่ที่ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม

เครื่องประดับจาก “การค้าที่เป็นธรรม” หรือเครื่องประดับที่ผลิตขึ้นในสภาพการทำงานที่ถูกต้องและใช้วัตถุดิบที่จัดหาโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม ก็เป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่ง



ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับจำนวนมากตื่นตัวต่อแนวคิดเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อมนี้ในปี 2004 จากการก่อตั้งโครงการ No Dirty Gold อันเป็นโครงการของ Oxfam America ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สังคมหันมาสนใจผลกระทบจากการทำเหมืองทองอย่างไร้ความรับผิดชอบและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

ในปี 2006 จึงได้มีการประชุม Madison Dialogue ขึ้นในนิวยอร์ก อันถือเป็นเหตุการณ์สำคัญครั้งที่สองในประวัติศาสตร์ของเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้ผลิตเครื่องประดับและผู้บริหารเหมืองแร่ได้มาพบปะกับนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและตัวแทนจากสภาเครื่องประดับเพื่อกำหนดแผนการพัฒนาที่ยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง อันรวมถึง Kimberley Process และโครงการ Initiative for Responsible Mining Assurance ด้วย

ปัจจุบันผู้ประกอบการอิสระที่สนใจด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเข้าไปเจาะตลาดที่สร้างยอดขายมากขึ้นเรื่อยๆ นี้กำลังเป็นผู้นำขบวน โดยบริษัทในสหรัฐประสบความสำเร็จสูงสุด ตัวอย่างเช่น Hoover & Strong ผู้ผลิตในเวอร์จิเนีย เป็นผู้ผลิตสินค้าให้ผู้ขายเครื่องประดับจากรัฐกว่า 20 รัฐในสหรัฐ โดยใช้ Harmony Metals ปัจจุบันมีสินค้า 30,000 แบบที่ผลิตขึ้นจากทอง แพลทินัม แพลเลเดียม และเงินรีไซเคิล 100 เปอร์เซ็นต์ จับคู่กับเพชรถูกกฎหมายและพลอยจากการค้าที่เป็นธรรม

GreenKarat ธุรกิจทางเว็บในเท็กซัส ได้สร้างธุรกิจขึ้นในตลาดแต่งงานที่ทำกำไรสูง ด้วยการนำเสนอ myKarat การลงทะเบียนแบบใหม่ทางออนไลน์ที่ครอบครัวและเพื่อนฝูงสามารถสละเครื่องประดับเก่าของตนเพื่อนำมาหลอมและขึ้นรูปใหม่เป็นแหวนแต่งงาน

หลังจากโน้มน้าวห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ให้สั่งซื้อชุดเครื่องประดับรีไซเคิลระดับสูงซึ่งมาจากการค้าที่เป็นธรรมในชื่อว่า Clear Conscience Jewelry นักออกแบบและผู้ผลิตจากแคลิฟอร์เนียอย่าง Lori Bonn Design ก็กำลังทำงานกับ Madison Dialogue เพื่อพัฒนามาตรฐานการค้าที่เป็นธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับทั่วทั้งอุตสาหกรรมสำหรับโลหะและอัญมณีมีค่าทุกชนิด

เหล่านี้เป็นเพียงตัวอย่างส่วนหนึ่งของนักออกแบบจำนวนมากที่ทำธุรกิจอยู่ในตลาดเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้นเรื่อยๆ โดยหลักฐานสนับสนุนอีกส่วนหนึ่งมาจากการที่สาขาประจำสหรัฐของ European Gemological Laboratory เพิ่งเปิดตัว Envira Series Report อันเป็นใบรับรองความถูกต้องของเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับในออสเตรเลีย กระแสนี้ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น โดยมีผู้ออกแบบเครื่องประดับเพียงไม่กี่รายที่มุ่งผลิตเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อม



จากข้อเท็จจริงดังกล่าว บวกกับแนวโน้มของผู้บริโภคออสเตรเลียที่จะตามกระแสจากต่างประเทศ จึงมีโอกาสดังกล่าวสำหรับผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกที่จะดำเนินการเชิงรุกในการสร้างความแตกต่างให้ตนเอง ด้วยการใช้นวัตกรรมปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยเผยแพร่แนวทางนี้

Natasha Wernick จาก Babareki Beads อาจเป็นคนแรกที่เริ่มเดินทางนี้ในปี 2003 เมื่อเธอขายเครื่องประดับลูกปัดในชื่อ Eco Collection

“ในตอนนั้นเครื่องประดับของฉันไม่ได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่าตอนนี้ เพราะยังใช้ดินปืนแบบพอลิเมอร์เคลือบอยู่ซึ่งฉันเพิ่งรู้ว่ามันเป็นผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมพลาสติก” Wernick อธิบาย “ปัจจุบันลูกปัดผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น หินและเปลือกหอย หรือไม้ก็เป็นวัสดุรีไซเคิล ฉันกำลังทำงานกับสินค้าตัวใหม่ที่ใช้เชือกแทนที่จะใช้เส้นลวดชุบพลาสติก การทำให้ธุรกิจของคุณเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง”

Wernick ปิดร้านแสดงสินค้าของเธอนับแต่นั้นเพื่อมุ่งความสนใจไปยังการสร้างยอดขายจากเว็บไซต์ ([www.ecojewellery.com.au](http://www.ecojewellery.com.au))

“อุตสาหกรรมนี้ยังใหม่มากก็จริง แต่ฉันพบว่าเดี๋ยวนี้ร้านค้าปลีกหลายแห่งพยายามติดต่อเข้ามาที่ฉัน” เธอกล่าว “ผู้ค้าปลีกเริ่มเห็นคุณค่าของสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมเพราะรู้ว่าผู้ซื้อที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้นเรื่อยๆ ทันทึที่ลูกค้าเห็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลูกค้าจะรู้สึกนับถือผู้ค้าปลีกมากยิ่งขึ้นเพราะรู้ว่าผู้ค้าปลีกเหล่านี้ได้ดำเนินการทางจริยธรรม”

Ben Manning ก็ผลิตเครื่องประดับที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในออสเตรเลียเช่นเดียวกัน โดยเป็นเครื่องประดับที่ผลิตจากเงินซึ่งสกัดจากของเสียในกระบวนการเอ็กซ์เรย์และการล้างอัดภาพ ภายใต้การดำเนินงานของ Utopian Creations นั้น Manning ได้ซื้อเงินบริสุทธิ์จากบริษัทรีไซเคิลและผลิตเงินสเตอร์ลิงด้วยการเพิ่มทองแดงจากที่ชาร์ตโทรศัพท์เก่า เขายังใช้ประโยชน์จากไม้และเส้นด้ายถั่วเหลือง นำมาจากอุตสาหกรรมโทรคมนาคมมาผลิตเป็นสินค้าใหม่ รวมทั้งนำคริสตัลเก่ามาใช้ตกแต่งในชุดเดียวกันนี้ด้วย

แม้ว่าสินค้าของ Manning ส่วนใหญ่จะผลิตให้ผู้ค้าปลีกต่างประเทศ แต่เขาก็มองเห็นโอกาสสำหรับเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อมในออสเตรเลีย

“อุตสาหกรรมอื่นๆ ตอบรับต่อกระแสเพื่อสิ่งแวดล้อมเร็วกว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับ เพราะผู้บริโภคใกล้ชิดกับการผลิตมากกว่า” เขากล่าว “เช่นถ้าคุณปลูกบ้าน คุณก็จะรู้เรื่องวัสดุ ในขณะที่ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ คุณแค่เดินเข้าร้านไปเห็นสินค้าที่ผลิตสำเร็จแล้ว ยังคิดที่มี



บทความเขียนถึงการแต่งงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น และผมคิดว่ามันจะช่วยผลักดัน กระแสเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อมและขยายออกไปสู่เครื่องประดับแฟชั่น เพราะผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้มากขึ้น”

นอกจากนี้ Manning ยังทำงานด้านการให้ความรู้แก่ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคเกี่ยวกับ ความหมายของเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยการเปิดแหล่งให้ข้อมูลที่เว็บไซต์ [www.sustainablejewellery.com](http://www.sustainablejewellery.com)

“ปัญหาสำคัญที่สุดในการบุกเบิกเส้นทางเพื่อสิ่งแวดล้อมคือไม่มีศูนย์กลางแห่งเดียวให้เรา ค้นคว้าข้อมูล” เขาอธิบาย “ผมต้องใช้เวลาเป็นปีๆ เพื่อหาข้อมูลที่ต้องการ นั่นจึงเป็นเหตุผลให้ผม สร้างเว็บไซต์นี้ขึ้นมา”

อย่างไรก็ดีสิ่งสำคัญคือผู้จัดหาและผู้ค้าปลีกเครื่องประดับออสตรเลียที่ต้องการประกาศตัว ว่าผลิตสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมก็จะต้องมีความตั้งใจจริงในการสร้างความยั่งยืน

การเกาะกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงผิดจริยธรรม แต่ ยังทำลายและสร้างความเสียหายแก่ความพยายามของผู้อื่นที่ตั้งใจเข้าไปจัดการวงจรอุปทานให้มีความใสสะอาดด้วย

การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ใช่เรื่องง่ายเสมอไป ในอุตสาหกรรมที่มีพื้นฐานจากการทำเหมืองและดำรงอยู่ได้ผ่านการมีส่วนร่วมของหลายฝ่ายและการใช้พลังงานปริมาณมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ค้าปลีกสามารถเตรียมพร้อมด้วยการหาข้อมูลชี้เฉพาะของสินค้า

“ผู้ค้าปลีกต้องถามผู้จัดหาว่าวัสดุมาจากไหนและเพราะเหตุใดจึงเชื่อได้ว่าวัสดุนั้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” Manning กล่าว “ถ้าตอบไม่ได้ คุณก็รู้แล้วว่าต้องมีบางอย่างผิดปกติ”

Wernick เห็นด้วย โดยเสริมว่า “คำแนะนำของผมต่อผู้ค้าปลีกคืออย่าหยุดศึกษาข้อมูล คุณต้องแน่ใจว่าสินค้าที่คุณสั่งมาผลิตขึ้นตามหลักการค้าที่เป็นธรรมและใช้พลังงานที่เหมาะสมในกระบวนการผลิต”

### อย่าหยุดแค่นั้น

การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่จำเป็นต้องจบลงที่เครื่องประดับเพื่อความยั่งยืน ต่อไปนี้เป็นเคล็ดลับง่ายๆ 10 ประการเพื่อช่วยสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับแผนการตลาด การจัดการร้าน และสิ่งแวดล้อมในโลกของเรา



- บริจาคกำไรบางส่วนให้แก่องค์กรสิ่งแวดล้อมหรือชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมเหมืองแร่
- เปลี่ยนหลอดไฟเป็นหลอดฟลูออเรสเซนต์ประหยัดไฟซึ่งใช้งานได้นานกว่า
- ติดตามข่าวสารในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพื่อสิ่งแวดล้อมทั่วโลกด้วยการเข้าไปที่ [www.fairjewelry.org](http://www.fairjewelry.org) ซึ่งเกาะติดสถานการณ์ในแวดวงนี้
- ใช้กระดาษและฝักรีไซเคิลในการบรรจุหีบห่อ
- สร้างระบบการติดป้ายเพื่อให้ข้อมูลเรื่องสิ่งแวดล้อม ลูกค้าน่าจะรู้ว่าเครื่องประดับแต่ละชิ้นผลิตขึ้นโดยใช้วัสดุประเภทใด
- ศึกษาผู้นำกระแสในอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งได้รับการติดตามอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรูหรากำหนดถึงสิ่งแวดล้อม
- ลดการใช้กระดาษด้วยการโฆษณาบนเว็บไซต์
- เปลี่ยนไปใช้พลังงานหมุนเวียนและให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกในการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตเครื่องประดับของตนด้วยการบริจาคเงินจำนวนไม่มากนักให้แก่บริษัทนั้นๆ
- เลือกเว็บไซต์ประหยัดพลังงานสำหรับธุรกิจเพื่อเผยแพร่ความพยายามด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทให้ทุกคนได้รู้

แปลและเรียบเรียงโดย ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

10 พฤษภาคม 2553

ที่มา: “Go Eco.” by Gretel Hunnerup. **JEWELLER**. (September 2009; pp. 44-46).

\*\*\* กรุณาอ้างอิง “ศูนย์ข้อมูล สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)” ทุกครั้งเมื่อนำบทความนี้ไปเผยแพร่ต่อ