คู่มือการจัดซื้อจัดจ้าง

ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาคเอกชน

TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE

TBCSD

รายนามผู้เขียนและผู้จัดทำ

บรรณาธิการ

ดร.ขวัญฤดี โชติชนาทวีวงศ์

กองบรรณาธิการ

ดร.อุรัจฉวี อุณหเลขกะ
คุณภิญญดา เจริญสิน
คุณเต็มสิริ ไทยฤทธิ์
คุณสศิพร เอี่ยมอ่อง

ดำเนินการผลิตโดย

องค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
๑๖/๑๕๑ เมืองทองธานี ถนนบอนด์สตรีท
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๒๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๕๐๓ ๓๓๓๓ โทรสาร ๐ ๒๕๐๔ ๔๘๒๖-๘
อีเมล์ tbcsd.tei@gmail.com

เว็บไซต์ http://www.tei.or.th/tbcsd

สารบัญ

คำจำกัดความ ๑

บทนำ ๓

- ทำไมทั่วโลกจึงให้ความสำคัญ ๓

แรงขับเคลื่อนภายในประเทศ ๕

ทำไมธุรกิจที่ดีจึงควรดำเนินการ "จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม" ๗

การวางระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ๑๐

- เหตุใดจึงต้องวางระบบ "จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม" ๑๐
- การกำหนดนโยบาย ๑๑
- การจัดตั้งคณะทำงาน ๑๑
- การจัดทำบัญชีสำรวจรายการพัสดุที่จัดซื้อ ๑๓
- การจัดทำฐานข้อมูลสินค้าที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม ๑๔
- การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ๑๖
- การติดตามและประเมินผล ๑๗
- การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑๗

การขยายผลการดำเนินงานไปสู่บริษัทคู่ค้า ๑๘

- ประโยชน์ของการขยายผลไปสู่คู่ค้าคืออะไร ๑๘

บทส่งท้าย ๑๙

บรรณานุกรม ๒๐

ภาคผนวก ๒๑

- ภาคผนวก ก. วิธีการสืบค้นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้ เครื่องหมายฉลากเขียว ๒๑
- ภาคผนวก ข. วิธีการสืบค้นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน ๒๓
- ภาคผนวก ค. การดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ๒๔

คำจำกัดความ

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หมายถึง การจัดซื้อสินค้าหรือจัดจ้างบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามรายการสินค้าและบริการที่ได้จัดทำเกณฑ์ข้อกำหนดไว้แล้ว หรือสินค้าที่ได้ฉลากสิ่งแวดล้อม เช่น ฉลากเขียว ฉลากลดคาร์บอน หรือ บริการที่ได้การรับรองด้านสิ่งแวดล้อม เช่น โรงแรมที่ได้รับเกียรติบัตรใบไม้เขียว

ฉลากสิ่งแวดล้อม

หมายถึง ฉลากที่บ่งบอกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมอบให้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนด นั่นหมายถึงสินค้านั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยลดมลพิษที่จะปล่อยสู่สิ่งแวดล้อมจากการผลิต รวมทั้งยังมีการใช้ทรัพยากรและพลังงานน้อยลง ไม่ว่าจะเป็นระหว่างการผลิตหรือระหว่างการใช้สินค้าดังกล่าว

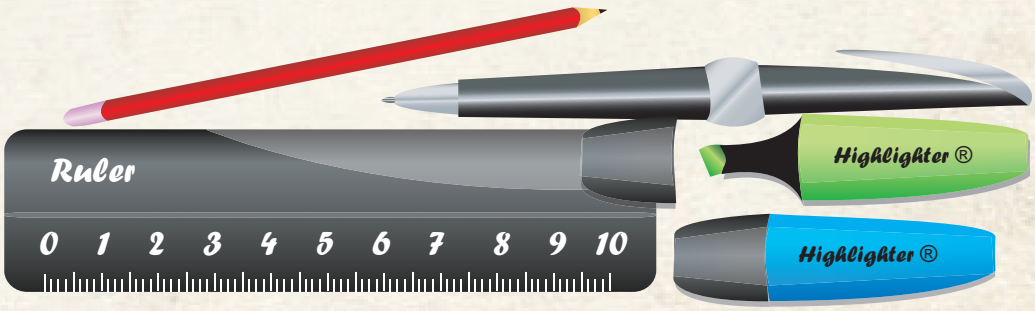
เกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หมายถึง คุณสมบัติของสินค้าหรือบริการด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งได้มาจากการพิจารณาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขั้นตอนต่างๆ ของสินค้าและบริการ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การให้บริการ การขนส่ง การใช้งาน และการจัดการของเสีย

การผลิตสินค้าที่คำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

หมายถึง การวิเคราะห์และประเมินค่าผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA) ตั้งแต่การได้มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การแจกจ่าย การใช้งานผลิตภัณฑ์ และการแปรรูป ตลอดจนการจัดการเศษซากของสินค้าหลังจากการใช้งาน หรืออาจกล่าวได้ว่าพิจารณาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เกิดจนตาย (Cradle to grave) เพื่อระบุปริมาณพลังงานและวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงของเสียที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม และทำการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีองค์ประกอบหลักของการผลิตผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

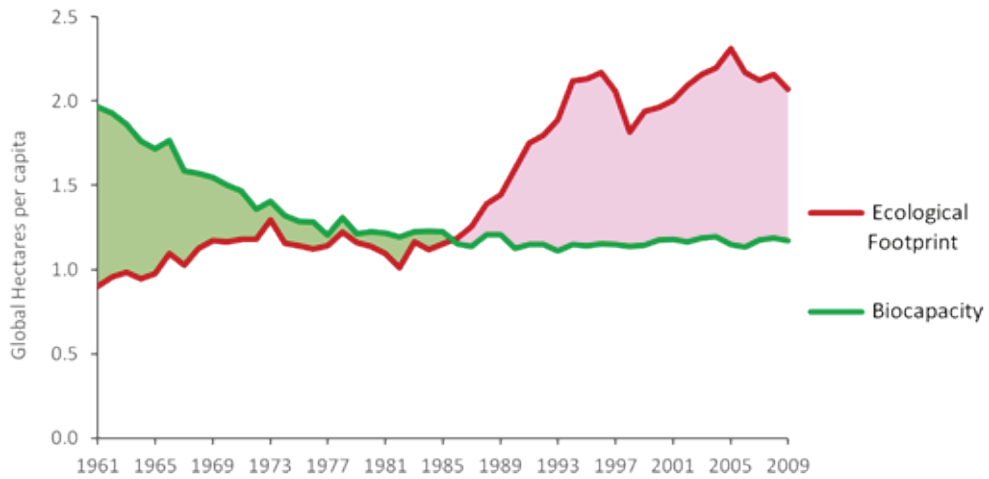
๑) การควบคุมแหล่งกำเนิดของเสีย
๒) การบำบัดของเสียอย่างเหมาะสม
๓) การใช้น้อย ใช้ซ้ำ ใช้หมุนเวียน
๔) การผลิตผลิตภัณฑ์ทดแทน
๕) การเพิ่มประสิทธิภาพทางพลังงานในอุตสาหกรรม ตามมาตรฐานสากล
๖) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
๗) การป้องกันมลพิษในอนาคต การป้องกันมลพิษอย่างยั่งยืน
๘) การบริการเพื่อการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
๙) เครือข่ายเฝ้าระวังทางสิ่งแวดล้อม



บทนำ

ทำไมทั่วโลกจึงให้ความสำคัญ

ปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต คือ มุ่งเน้นการบริโภคมากขึ้นและจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก ยิ่งก่อให้เกิดภาวการณ์บริโภคสินค้าสิ้นเปลืองมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการที่จะตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว ทำให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดในปริมาณที่มาก โดยผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติในการผลิต ดังนั้น หากการผลิตเกิดขึ้นโดยไม่คำนึงถึงปริมาณที่จำกัดของทรัพยากรก็จะส่งผลกระทบร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อมได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเกิดมลภาวะต่างๆ เป็นต้น



รูปที่ ๑ รอยเท้าเชิงนิเวศของประเทศไทย
(ที่มา http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/trends/thailand/)

จากการประมาณการณ์ปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของประชากรโลกใน พ.ศ. ๒๕๕๓ พบว่าเทียบเท่ากับโลก ๑.๕ ใบ หมายถึงโลกต้องใช้เวลายาวนานประมาณ ๑ ปีครึ่ง ในการฟื้นฟูทรัพยากรที่มนุษย์ใช้ไปในระยะเวลา ๑ ปีกลับคืนมา และถ้าแนวโน้มการบริโภคยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นนี้ องค์การสหประชาชาติ (United Nations; UN) ได้คาดการณ์ว่าภายใน พ.ศ. ๒๕๙๓ จะมีอัตราการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเทียบเท่ากับโลก ๓ ใบ นั่นคือ โลกจะต้องใช้เวลาถึง ๓ ปีในการฟื้นฟูตัวเองเพื่อชดเชยกับทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์ใช้เพียง ๑ ปี และเมื่อพิจารณารอยเท้าเชิงนิเวศ (Ecological footprint) ของประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวชี้วัดผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรโดยมนุษย์ จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ นั่นคือ โดยปกติจะมีพื้นที่ในการรองรับการบริโภคเพียง ๑๒,๐๐๐ ตารางเมตรต่อคน แต่การใช้จริงกลับสูงถึงคนละ ๒๔,๑๐๐ ตารางเมตร ซึ่งเกินกว่าขีดความสามารถที่โลกรองรับได้

ดังนั้น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตและการบริโภคให้ยั่งยืน จึงน่าจะเป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ด้วยการสร้างกลไกส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นั่นคือการใช้สินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่มีการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และลดการปล่อยมลพิษตลอดวัฏจักรชีวิตให้เหลือน้อยที่สุดจนไม่ส่งผลกระทบต่อคนรุ่นหลัง

ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Environment and Development; UNCED) ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๐-๒๒ มิถุนายน ๒๕๕๕ ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ได้มีสาระสำคัญในการมุ่งเน้นให้ทั่วโลกเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมกันในการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Consumption and Production; SCP) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙)

หลังจากนั้น ในระดับนานาชาติก็มีการเคลื่อนไหวในเรื่องดังกล่าว คือมีการอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือ “Workshop on Green Public Procurement in the Asia-Pacific Region: Challenges and Opportunities for Green Growth and Trade” โดยความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation; APEC) เมื่อ ๓๑ มกราคม – ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ณ กรุงจาการ์ตา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของสมาชิก APEC ตลอดจนความท้าทายและประโยชน์ที่จะได้รับจากนโยบายดังกล่าว ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการประสานความร่วมมือและเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันของสมาชิกฯ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถและนำแนวทางปฏิบัติที่ดีไปปรับใช้เพื่อสนับสนุนการเติบโตสีเขียวและการค้าของสินค้าและบริการด้านสิ่งแวดล้อม

แรงขับเคลื่อนภายในประเทศ

นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔) ซึ่งให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืนพร้อมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิต และให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิต และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ก็ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับทิศทางของกระแสโลกและการเจรจาระหว่างประเทศ อันมีสาระสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ

๑) การสนับสนุนกระบวนการผลิตที่สะอาด (Clean Development Mechanism; CDM)

๒) การสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๓) การให้สิทธิพิเศษด้านภาษีกับผู้ประกอบการหรือสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๔) การส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กรเอกชนผ่านห่วงโซ่อุปทาน

๕) การถ่ายทอดความรู้ในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

และเพื่อให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ไปสู่การปฏิบัติในการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน และการปรับฐานการผลิตภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การขับเคลื่อนของประเทศไทยในเรื่องนี้ที่สำคัญ คือ หน่วยงานภาครัฐได้รับการมอบหมายจากคณะรัฐมนตรีให้ดำเนินการตามแผนส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปี ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ซึ่งมีหน่วยงานรัฐเข้าร่วมแล้วกว่า ๑๗๐ หน่วยงานระดับกรม และเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการดำเนินการ กรมควบคุมมลพิษจึงจัดทำแผนส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของภาครัฐปี ๒๕๕๕-๒๕๕๙ โดยมุ่งเน้นเพื่อขยายให้มีการนำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสู่การปฏิบัติในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัย และองค์การมหาชน ซึ่งทิศทางต่อไปคือการมุ่งที่จะขยายขอบเขตไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่ยั่งยืน (Sustainable Public Procurement; SPP) ที่นำปัจจัยทางสังคมเข้ามาพิจารณาด้วย อาทิ การค้าที่เป็นธรรม (Fair trade) สิทธิมนุษยชน และเงื่อนไขทางแรงงาน เป็นต้น

ทำไมธุรกิจที่ดีจึงควรดำเนินการ "จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม"

จากเหตุผลทั้งสองประการข้างต้น อันจะก่อให้เกิดการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจสีเขียวของประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการลดมลพิษที่เกิดขึ้นจากการผลิตและการให้บริการด้วยการปรับปรุงรูปแบบที่เหมาะสม อีกทั้งขยายผลสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้เกิดกระบวนการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมจากภาคเอกชนซึ่งเป็นอีกภาคส่วนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและการให้บริการ อีกทั้งยังเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และสินค้า ซึ่งในแต่ละปี ภาคเอกชนได้ใช้เงินจำนวนมหาศาลในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ หากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดซื้อให้คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ก็จะก่อให้เกิดการส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมขึ้นได้

เมื่อภาคเอกชนนำแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในองค์กร จะถือเป็นอีกบทบาทหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีส่วนผลักดันให้เกิดกระบวนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ อีกทั้งกระตุ้นให้เกิดความตระหนักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากเครื่องหมายบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมบนสินค้า ได้แก่ ฉลากลดคาร์บอน ฉลากเขียว ฉลากประหยัดไฟเบอร์ ๕ ฉลากประสิทธิภาพสูง เป็นต้น นั่นคือ สามารถใช้กลไกการตลาดเพื่อเป็นช่องทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากภาคเอกชนนั้นมีบทบาททั้งเป็นผู้ผลิตและผู้บริโภค จึงมีความจำเป็นที่ต้องดำเนินการเรื่องจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนี้อย่างจริงจัง

หากภาคเอกชนดำเนินการตามแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กร นอกจากจะช่วยลดต้นทุนการผลิตและลดรายจ่ายด้านการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรในการมีส่วนร่วมช่วยฟื้นฟูสภาพแวดล้อม อีกทั้งการพัฒนาองค์กรยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับแผนพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปัจจุบันที่กำลังก้าวสู่ยุคประชาคมอาเซียน การส่งสินค้าออกสู่ประเทศคู่ค้า การตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมและการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงเพื่อการเติบโตในตลาดสากล และให้ประโยชน์ในหลายด้านซึ่งรวมถึง

• การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

การใช้กลยุทธ์การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแสดงให้เห็นถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมที่ดีและความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่คำนึงถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก เช่น การลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก การป้องกันการเกิดมลพิษทางอากาศ ดินและน้ำ และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังช่วยให้องค์กรดำเนินงานภายใต้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

• การลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้ก่อให้เกิดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการจัดซื้อจัดจ้างทั่วไป เพราะนอกจากช่วยให้เกิดการประหยัดทรัพยากรแล้ว ยังเป็นการบริโภคอย่างยั่งยืน เนื่องจากสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความคุ้มค่า ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาเพราะมีความทนทานและอายุการใช้งานยาวนาน อีกทั้งสามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ด้วย

• การลดความเสี่ยง

การหลีกเลี่ยงการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มีส่วนประกอบของสารเคมีอันตรายโลหะหนัก ใช้กระบวนการผลิตและวิธีการในการจัดการหลังการใช้ที่ไม่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงด้านสุขภาพของพนักงานและองค์กร

• การสร้างการเติบโตของรายได้

นอกจากการบรรจุนโยบายด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งในองค์กรแล้ว หากองค์กรมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตและบริการให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อผลักดันให้กระแสสีเขียวกลายเป็นค่านิยมของผู้บริโภคในสังคม องค์กรก็จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มอัตราการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้

นอกจากนี้ หากภาคเอกชนดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจสีเขียวขึ้นในสังคม อันจะก่อประโยชน์ ๓ ด้านด้วยกัน ได้แก่

๑) ผู้บริโภค

เนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นจากการผลิตที่คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด จึงทำให้เกิดมลพิษต่ำ ส่งผลดีต่อสุขภาพผู้บริโภค อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมค่านิยมที่ดีแก่ผู้บริโภคอีกด้วย

๒) ผู้ผลิต

หากผู้ผลิตปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จะทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการตอบแทนด้านเศรษฐกิจในระยะยาว เนื่องจากสามารถลดต้นทุนการผลิต และยังได้เปรียบในทางการตลาดอีกด้วย เพราะก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

๓) สิ่งแวดล้อม

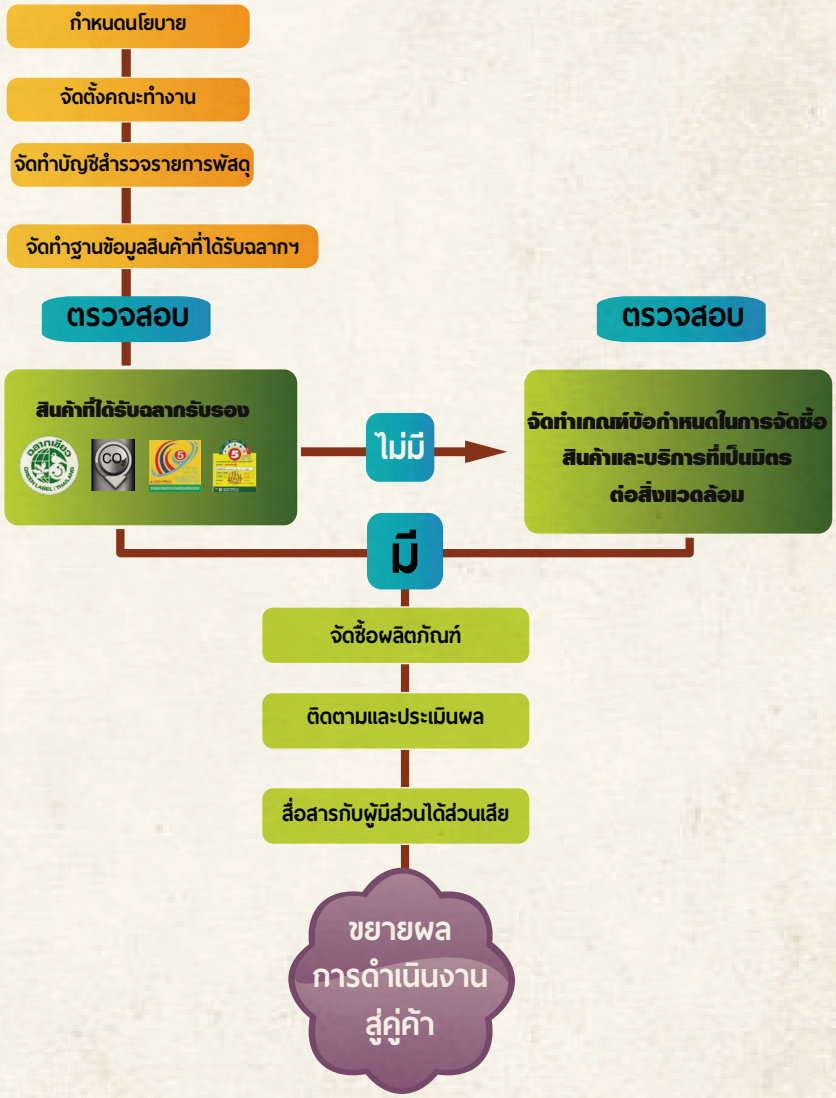
การประสานความร่วมมือกันของผู้ผลิตและผู้บริโภค อันจะส่งผลให้เกิดการผลักดันกลไกตลาดสีเขียวให้ประสบความสำเร็จ สามารถสะท้อนให้เกิดประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและสังคมได้

เนื่องจากการช่วยกันลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตจนกระทั่งการกำจัดของเสียที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดการปลดปล่อยมลพิษที่ส่งผลต่อสุขภาพมนุษย์อีกด้วย

คู่มือเล่มนี้จึงถูกสรรสร้างขึ้นด้วยการสนับสนุนขององค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรเอกชนและหน่วยงานอื่นๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร พร้อมทั้งมีรายการผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม อีกทั้งตัวอย่างของข้อกำหนดหลักเกณฑ์ของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กร รวมถึงขั้นตอนการประเมินผลการดำเนินงานและการขยายผลไปสู่สังคมในวงกว้างอีกด้วย

เหตุใดจึงต้องวางระบบ...
"จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม"

การวางระบบจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กร ถือเป็นแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อการลดและบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ ด้วยความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการมุ่งดำเนินธุรกิจโดยอาศัยหลักจริยธรรมและการจัดการที่เหมาะสม อันจะส่งผลดีต่อสังคม นั่นคือ ก่อให้เกิดการอนุรักษ์พลังงาน การประหยัดทรัพยากร การลดปริมาณขยะจากผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และการลดการเกิดมลพิษต่างๆ องค์กรธุรกิจที่จะเริ่มดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถดำเนินการได้ ตามแนวทางต่อไปนี้



รูปที่ ๒ ผังการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กร

๑. การกำหนดนโยบาย

ผู้บริหารต้องมีความมุ่งมั่นในการกำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ หรือหากองค์กรมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว ก็สามารถผนวกนโยบายดังกล่าวเข้าเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมได้โดยทั่วไป นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควรประกอบด้วย ๓ ส่วนหลัก ได้แก่

๑) การประกาศความมุ่งมั่น

เพื่อแสดงเจตนารมณ์ของผู้บริหาร วิสัยทัศน์ขององค์กร และทิศทางของการดำเนินงานที่จะนำพาให้องค์กรเกิดการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๒) กำหนดวัตถุประสงค์

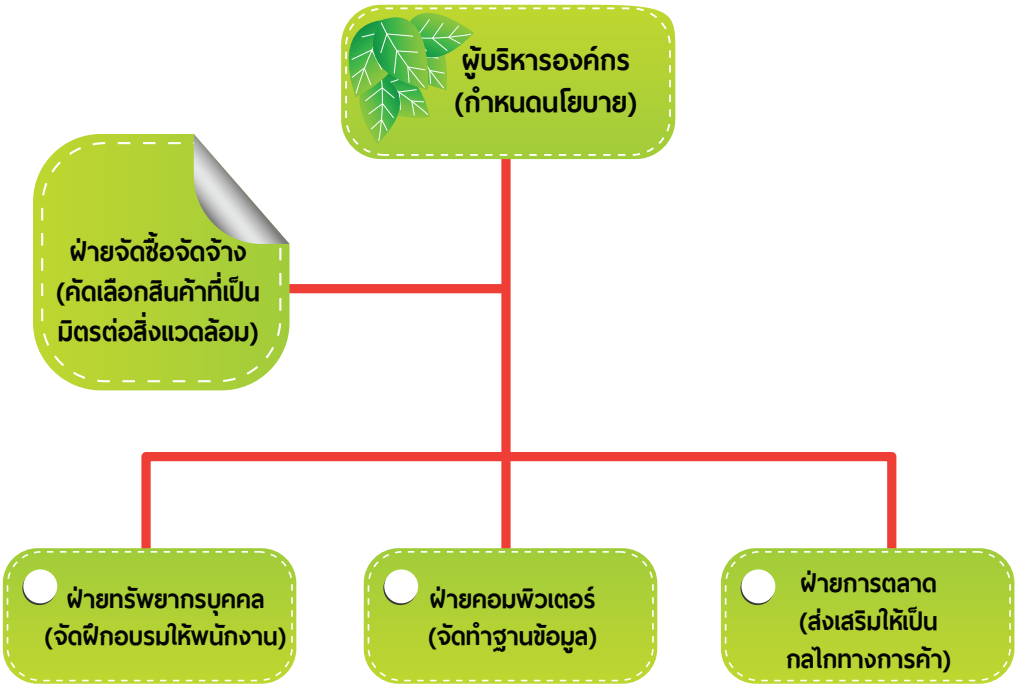
เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ชัดเจนและมีเป้าหมาย จึงควรมีการระบุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความยั่งยืนขององค์กร โดยพิจารณาถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมกับบริบทขององค์กร

๓) ขอบเขตของนโยบาย

เพื่อให้ทราบถึงขอบเขตในการดำเนินงาน เมื่อกำหนดนโยบายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ควรทำการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรทั้งองค์กรรวมถึงบริษัทคู่ค้าได้รับทราบ เพื่อแสดงให้เห็นการให้ความสำคัญขององค์กรต่อนโยบายดังกล่าว และแสดงเจตนารมณ์ในการสนับสนุนการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับบริษัทคู่ค้า

๒. การจัดตั้งคณะทำงาน

เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนนโยบายที่ถูกกำหนดขึ้นไปสู่การปฏิบัติภายในองค์กร จึงควรจัดตั้งคณะทำงานโดยเน้นให้เกิดความร่วมมือกันในทุกฝ่าย โดยมีฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงาน ทั้งนี้ ควรกำหนดบทบาทหน้าที่และผู้รับผิดชอบในแต่ละกระบวนการให้ชัดเจน



รูปที่ ๓ โครงสร้างคณะทำงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความสำเร็จของการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับในองค์กร ซึ่งสามารถกระทำได้ ผ่านกระบวนการต่อไปนี้

๑. เสริมสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานทุกคนด้วยการ

- จัดให้มีการฝึกอบรมถึงแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการสิ่งแวดล้อม
- จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึก เช่น ปรับพฤติกรรมในการลดของเสียที่แหล่งกำเนิด รณรงค์เพื่อการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างรู้คุณค่า (อาทิ ไฟฟ้า น้ำ กระดาษ เป็นต้น) รณรงค์เพื่อสร้างความตระหนักในการใช้สินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในทุกโอกาสที่เป็นไปได้

๒. ประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กร

- จัดสัมมนาเพื่อชี้แจงทิศทางการดำเนินงานในเรื่องดังกล่าวขององค์กร
- สื่อสารให้ทราบถึงผลการดำเนินงานและผลประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อองค์กรและสังคมโดยรวม
- ใช้ช่องทางที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลให้แก่เจ้าหน้าที่อย่างทั่วถึง เช่น อีเมล์ บอร์ด แผ่นพับ เว็บไซต์

๓. เปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ทุกคนสามารถนำเสนอแนวความคิด และสะท้อนความคิดเห็น

- ผ่านการจัดประชุมในองค์กร
- จัดทำกล่องรับข้อเสนอแนะตั้งที่จุดต่างๆ

๔. สร้างแรงจูงใจให้แก่เจ้าหน้าที่

- จัดประกวดแผนกที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดีเด่น
- ยกย่องชมเชยผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอกองค์กร

๓. การจัดทำบัญชีสำรวจรายการพัสดุที่จัดซื้อ

แต่ละองค์กรมีความต้องการใช้สินค้าที่แตกต่างกันไปทั้งประเภทและปริมาณ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นที่ต้องจัดทำบัญชีสำรวจรายการพัสดุที่จัดซื้อสำหรับองค์กรขึ้น เพื่อให้ทราบชนิดและจำนวนสินค้าที่องค์กรมีความต้องการใช้ แล้วจึงพิจารณาคัดเลือกสินค้าที่มีการสั่งซื้อในปริมาณมากในการเริ่มต้นการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรืออาจคัดเลือกจากคุณสมบัติอื่นๆ ของสินค้าได้ตามความเหมาะสม อาทิ ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนสูงสุด ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมสูงสุดในระหว่างการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่มีข้อกำหนดทางกฎหมายเป็นพิเศษ หรือต้องมีใบอนุญาต เป็นต้น

หัวข้อหลักที่ควรบรรจุไว้ในบัญชีสำรวจรายการพัสดุ ได้แก่

๑) รายการสินค้า (ระบุยี่ห้อ/รุ่นที่ใช้)
๒) ปริมาณที่สั่งซื้อ
๓) ราคาต่อหน่วย
๔) ช่วงเวลาที่ทำการจัดซื้อ (ระบุเดือน)
๕) ชื่อและสังกัดของผู้สำรวจ

ตัวอย่างบัญชีสำรวจรายการพัสดุที่จัดซื้อ

รายการ	ยี่ห้อ	รุ่น	ปริมาณที่จัดซื้อ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ช่วงเวลาการจัดซื้อ
๑. ปากกาลูกลื่น (ด้าม)					
๒. ปากกาเน้นข้อความ (ด้าม)					
๓. น้ำยาลบคำผิด (ชุด)					
๔. ดินสอกด (ด้าม)					
๕. ตลับหมึก (กล่อง)					
๕.๑ เครื่องถ่ายเอกสาร					
๕.๒ เครื่องพิมพ์					
๕.๓ เครื่องโทรสาร					
๖. กระดาษ (รีม)					
๖.๑ กระดาษถ่ายเอกสาร					
๖.๒ กระดาษสี					
๗. แฟ้มเอกสาร (เล่ม)					
๘. ผงซักฟอก (ถุง)					
๙. ยางลบ (ก้อน)					
๑๐. หลอดฟลูออเรสเซนต์ (หลอด)					
๑๑. กระดาษชำระ (ม้วน)					
๑๒. ปากกาไวท์บอร์ด (ด้าม)					

ผู้บันทึกข้อมูล.....สังกัด.....วันที่บันทึก.....

๔. การจัดทำฐานข้อมูลสินค้าที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม

เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่ง่ายต่อการสืบค้นและช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง แต่ละองค์กรควรจัดทำฐานข้อมูลสินค้าที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม โดยอาจกระทำผ่านเว็บไซต์ขององค์กรเอง ซึ่งฐานข้อมูลควรประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ กล่าวถึงรายละเอียดของสินค้าแต่ละชนิด ได้แก่ ยี่ห้อ-รุ่น-ผู้ผลิต-รูปประกอบ-ข้อมูลอื่นๆ ภายใต้หมวดหมู่ต่างๆ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา

๒. ข้อมูลผู้ผลิตและผู้ให้บริการ ประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการติดต่อประสานงาน ทั้งก่อนและหลังการจัดซื้อจัดจ้าง ได้แก่ ชื่อบริษัท-ประเภทธุรกิจ-ประเภทสินค้าที่จำหน่าย-ยี่ห้อ-ที่อยู่-เบอร์โทรศัพท์-เบอร์โทรสาร-อีเมล์-เว็บไซต์-ชื่อผู้ประสานงาน

ตัวอย่างฐานข้อมูลสินค้าที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม

สินค้า	ยี่ห้อ	รุ่น	ข้อมูล	บริษัทผู้ผลิต
หลอดฟลูออเรสเซนต์				
๑. เดย์ไลท์	*	**	- แบบหลอดตรง - ขั้วหลอดแบบ G 13 - ขนาด ๓๖ วัตต์ - อายุการใช้งาน ๒๐,๐๐๐ ชั่วโมง - ค่าความสว่างไม่น้อยกว่า ๒,๖๙๐ ลูเมน	*
รูปประกอบ				
๒. คูลไวท์	*	***	- แบบหลอดตรง - ขั้วหลอดแบบ G 13 - ขนาด ๓๖ วัตต์ - อายุการใช้งาน ๒๐,๐๐๐ ชั่วโมง - ค่าความสว่างไม่น้อยกว่า ๓,๑๐๐ ลูเมน	*
รูปประกอบ				

ตัวอย่างฐานข้อมูลสินค้าที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม

สินค้า	ยี่ห้อ	รุ่น	ข้อมูล	บริษัทผู้ผลิต
๓. วอร์มไวท์	*	**	- แบบหลอดตรง - ขั้วหลอดแบบ G 13 - ขนาด ๑๘ วัตต์ - อายุการใช้งาน ๒๐,๐๐๐ ชั่วโมง - ค่าความสว่างไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ลูเมน	*
รูปประกอบ				

๕. การจัดทำเกณฑ์และข้อกำหนดในการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หากสินค้าที่จะทำการจัดซื้อจัดจ้าง ไม่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทใดประเภทหนึ่ง ให้องค์กรกำหนดคุณสมบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ตามประเภท ซึ่งแบ่งออกได้เป็น

- ข้อกำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่ระบุรายละเอียดของวัตถุดิบและส่วนประกอบ
- ข้อกำหนดสำหรับบริษัทคู่ค้า อาทิ ต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO หรือมีการจัดทำรายงานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ประเด็นที่ใช้ในการกำหนดเกณฑ์และข้อกำหนดในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ควรพิจารณาจาก

- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นหลักของการดำเนินธุรกิจ
- สังคมให้ความสนใจ
- หาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด
- ราคาตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ไม่แพงเกินไป
- มีข้อมูลประกอบด้านสิ่งแวดล้อม

๖. การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยทั่วไป การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถผนวกรวมกับรูปแบบการจัดซื้อเดิมขององค์กรได้ ด้วยการเพิ่มขั้นตอนการพิจารณาจัดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม หรือมีคุณสมบัติสอดคล้องตามเกณฑ์และข้อกำหนดสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ตั้งไว้ให้มากที่สุด หรืออาจกำหนดให้มีการจัดทำข้อตกลงในสัญญาจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมต่อบริษัทคู่ค้าเพิ่มเติม เพื่อให้ง่ายต่อการสอบกลับ แล้วจึงทำการชี้แจงให้ผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนบริษัทคู่ค้าได้รับทราบและเข้าใจถึงกระบวนการที่ชัดเจน โดยจัดในรูปแบบการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่หรือหนังสือเวียน เมื่อมีการจัดทำบันทึกแจ้งความจำนงในการจัดซื้อสินค้าจากผู้ที่ต้องการใช้งาน ควรระบุรายละเอียดเฉพาะต่างๆ ของสินค้า พร้อมแนบคุณสมบัติตาม “เกณฑ์และข้อกำหนดในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” สำหรับสินค้าแต่ละชนิด โดยสามารถสืบค้นได้จาก

- **เกณฑ์ข้อกำหนดกลางขององค์กร**
- **เว็บไซต์ทำเนียบผลิตภัณฑ์ต่างๆ อาทิ ฉลากเขียว ฉลากลดคาร์บอน เป็นต้น**

ภายหลังจากที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างตรวจสอบความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ และพิจารณาว่าเป็นไปตาม “เกณฑ์และข้อกำหนดในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (รวมถึงวงเงินที่ใช้เพื่อจัดหาใบเสนอราคา) จึงดำเนินการขออนุมัติการสั่งซื้อไปยังผู้มีอำนาจอนุมัติ

เมื่อได้รับสินค้า ฝ่ายจัดซื้อควรตรวจสอบความถูกต้องจากผู้ขาย ตลอดจนพิจารณาเอกสารที่เกี่ยวข้อง อันรวมถึงเอกสารรับรองที่ออกโดยผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่ระบุว่าสินค้านั้นเป็นไปตาม “เกณฑ์และข้อกำหนดในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” ของสินค้าประเภทดังกล่าว

๗. การติดตามและประเมินผล

ในแต่ละปี องค์กรควรติดตามตรวจสอบและประเมินผลการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาให้เกิดการปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร โดยประเด็นของการพิจารณาประเมินผลอาจประกอบด้วย

๑. การประเมินความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในองค์กร ที่มีต่อการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๒. การใช้เครื่องมือ SWOT ในการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงาน โดยรับฟังข้อคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่ทุกแผนก

๓. การวิเคราะห์ปริมาณและมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เปรียบเทียบกับการจัดซื้อทั้งหมด

๔. การประเมินผลกระทบของการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม อาจแสดงในรูปของปริมาณการลดลงของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือปริมาณการลดลงของทรัพยากรต่างๆ เช่น ปริมาณการใช้พลังงาน ปริมาณการใช้น้ำ เป็นต้น แล้วนำเสนอให้ผู้บริหารองค์กรได้รับทราบ เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาการประกาศทิศทางการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรในปีต่อไป

๘. การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

นอกจากการประชาสัมพันธ์ให้เจ้าหน้าที่ทุกคนในองค์กรเข้าใจและมุ่งมั่นในการดำเนินนโยบายจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว การเผยแพร่การดำเนินงานให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ อาทิ ลูกค้า/ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน อีกทั้ง ชุมชนใกล้เคียง ได้รับทราบ ก็มีความจำเป็นเช่นกัน เพื่อก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืนขึ้นในสังคม

การขยายผลการดำเนินงานไปสู่บริษัทคู่ค้า

การจัดการสิ่งแวดล้อมผ่านคู่ค้าทางธุรกิจ (Greening the supply chain) ถือเป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้ภาคเอกชนได้มีบทบาทในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้หากองค์กรของท่านได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจนประสบผลสัมฤทธิ์ การเชิญชวนให้บริษัทคู่ค้าเล็งเห็นถึงความสำคัญและร่วมเป็นส่วนหนึ่งด้วยการริเริ่มการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กร จะถือได้ว่าเป็นการชักชวนกันทำความดี ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนากลไกของตลาดสีเขียวที่สมบูรณ์ อันเป็นการขับเคลื่อนด้านการบริโภคอย่างยั่งยืนขึ้นในสังคมได้ต่อไป

ประโยชน์ของการขยายผลไปสู่คู่ค้าคืออะไร

๑. องค์กรมีการพัฒนาศักยภาพ เพื่อสร้างความตระหนักในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต การขนส่งและการจัดจำหน่าย

๒. ช่วยลดต้นทุนการผลิตตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบจนถึงการลดค่าใช้จ่ายในการจัดการของเสีย

๓. เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าในตลาดสีเขียว ซึ่งกำลังซื้อและความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมนั้นเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

๔. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมแก่องค์กร

๕. เพิ่มโอกาสการลงทุนจากกลุ่มนักลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคม ที่จะส่งเสริมองค์กรที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่พิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บทส่งท้าย

องค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันประกอบด้วย การใช้หลักการผลิตที่สะอาดและป้องกันมลพิษ เพื่อลดมลพิษที่แหล่งกำเนิด อีกทั้งยังรวมความไปถึงการบริโภคที่ยั่งยืน นั่นคือ การตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาถึงวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงความเหมาะสมในด้านคุณภาพ ราคา และการส่งมอบสินค้า/บริการที่กำหนดจึงเริ่มจากการจัดงานแถลงข่าว “การส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวในภาคเอกชน” (Sustainable and Green Procurement Initiative) ขึ้น ในปี ๒๕๕๕ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้บริษัทต่างๆ มีนโยบายในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นั่นคือสนับสนุนสินค้าที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม อาทิ ฉลากลดคาร์บอน ฉลากเขียว เป็นต้น เพื่อแสดงความตระหนักในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สะอาดและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งจนถึงปัจจุบัน ได้มีตัวแทนจากบริษัทเอกชนกว่า ๒๗ บริษัท เข้าร่วมในพิธีแสดงความมุ่งมั่นในการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวในภาคเอกชนและพิธีประสานความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งจัดทำรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวในภาคเอกชน ผ่านทางเว็บไซต์ http://www.tei.or.th/tbcsd เพื่อประชาสัมพันธ์ให้สังคมได้รับทราบถึงบทบาทสำคัญของภาคเอกชนที่เป็นส่วนหนึ่งของแรงขับเคลื่อนในการสร้างกลไกในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการผลักดันนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้แนวความคิด “การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน” และยังเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่นดำเนินการตามได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

กาญจนา กาญจนสุนทร. ๒๕๔๒. กลยุทธ์การจัดซื้อแบบกรีน ตอนที่ ๑ (Green Purchasing Strategy) จาก: http://logistics.dpim.go.th/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๒๐ มิถุนายน ๒๕๕๖).

กรมควบคุมมลพิษ. ๒๕๕๕. คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. จาก: http://ptech.pcd.go.th/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๖).

กองปรับปรุงประสิทธิภาพอุปกรณ์ไฟฟ้า. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. โครงการฉลากประหยัดไฟเบอร์ ๕. จาก: http://labelno5.egat.co.th (วันที่ค้นข้อมูล: ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๖).

ผู้จัดการออนไลน์. ๒๕๕๖. ภาคธุรกิจผนึกจุดยืนจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว. จาก: http://www.manager.co.th/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๖).

ส่วนเทคโนโลยีการจัดการมลพิษ ฝ่ายคุณภาพสิ่งแวดล้อมและห้องปฏิบัติการ กรมควบคุมมลพิษ. ๒๕๕๐. จาก: http://ptech.pcd.go.th/gp/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๖).

สัณห์ โอฬาพิริยกุล. ๒๕๕๔. ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทต่างๆ. จาก: http://app.eng.ubu.ac.th/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๕๖).

สิทธิชัย ฝรั่งทอง. ๒๕๕๕. การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม. Energy saving. ๔ (๔๔), ๗๘-๘๓.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. ๒๕๕๖. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมผ่านคู่ค้าทางธุรกิจ. จาก: http://about.b2bthai.com/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๖).

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.๒๕๔๙. แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ.๒๕๕๐-๒๕๕๔). จาก: http://plan.phatthalung1.go.th/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๕๖).

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. ๒๕๕๕. ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ ๒ ตามมาตรฐาน ISO 14021. จาก: http://www2.mtec.or.th/ (วันที่ค้นข้อมูล: ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๖).

อภิพร เกศกนกวรกิจ. ๒๕๕๖. การส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ.

APEC Secretariat. 2013. Green Public Procurement in the Asia Pacific Region: Challenges and Opportunities for Green Growth and Trade. Available at: http://publications.apec.org/ (Accessed 18 June 2013).

Don Speer. n.d. Writing a Green Purchasing Policy. Available at: www.greenteam.ky.gov/ (Accessed 18 June 2013).

Global Footprint Network. 2013. World Footprint. Available at: http://www.footprintnetwork.org/ (Accessed 27 August 2013).

Global Dynamic Insights. 2013. Green 7. Available at: http://www.globaldynamicinsights.com/ (Accessed 27 August 2013).

Greening Greater Toronto. 2011. Commitment to buy Green: Green Purchasing Guide. Available at: https://interact.gsa.gov/ (Accessed 20 July 2013).

ภาคผนวก ก.

วิธีการสืบค้นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้เครื่องหมายฉลากเขียว

ขั้นตอนการสืบค้นรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากเขียว

ขั้นตอนที่ ๑ : เข้าสู่หน้าเว็บไซต์ “รายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้เครื่องหมายฉลากเขียว” ที่ http://www.tei.or.th/greenlabel/thnamelist.html จะปรากฏให้เลือกช่วงเวลาที่เราต้องการทราบข้อมูล

ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2554
มกราคม NEW	มกราคม	มกราคม	มกราคม
กุมภาพันธ์	กุมภาพันธ์	กุมภาพันธ์	กุมภาพันธ์
มีนาคม	มีนาคม	มีนาคม	มีนาคม
เมษายน	เมษายน	เมษายน	เมษายน
พฤษภาคม	พฤษภาคม	พฤษภาคม	พฤษภาคม
มิถุนายน	มิถุนายน	มิถุนายน	มิถุนายน
กรกฎาคม	กรกฎาคม	กรกฎาคม	กรกฎาคม
สิงหาคม	สิงหาคม	สิงหาคม	สิงหาคม
กันยายน	กันยายน	กันยายน	กันยายน
ตุลาคม	ตุลาคม	ตุลาคม	ตุลาคม
พฤศจิกายน	พฤศจิกายน	พฤศจิกายน	พฤศจิกายน

รูปที่ ๔ หน้าเว็บไซต์ “รายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้เครื่องหมายฉลากเขียว”

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้เครื่องหมายฉลากเขียว

ที่	บริษัท	เครื่องหมายการค้า	ผลิตภัณฑ์	จำนวนรุ่น	สถานภาพสัญญา*	รายละเอียดสัญญา	
						เลขที่สัญญา	วันหมดอายุ
1. ผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรใช้ใหม่							
			(TGL-1-R1-06)				
1	บริษัท เฟลเทค แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	Laysafe	ประเภท แผ่นสักหลาดสังเคราะห์รองได้พรม ได้แก่ FDX 32 (น้ำหนัก 1,085 กรัม/ตรม. ความหนา 7-8 มม.)	1	GL2011/536 GL2012/651 GL2013/713	GL2013/713	13 ก.พ. 57
			ประเภทแผ่นสักหลาดสังเคราะห์รองได้พรม ได้แก่ FDX 28 (น้ำหนัก 950 กรัม/ตรม. ความหนา 6 มม.)	1	GL2011/566 GL2012/647 GL2013/743	GL2013/743	11 พ.ค. 57
2	บริษัท ยูนิโปร แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	คูลเทค	ประเภท ฉนวนกันความร้อน ความหนา 90 มิลลิเมตร	1	GL2013/761	GL2013/761	2 มิ.ย. 57
2. หลอดฟลูออเรสเซนซ์							
			(TGL-2-R2-02)				
1	บริษัท ไทยโตชิบาไลท์ติ้ง จำกัด	TOSHIBA	1) ประเภทเดย์ไลต์ แบบหลอดตรง ขั้วหลอดแบบ G13 ใช้สตาร์ตเตอร์ กำลังไฟฟ้าที่กำหนด 18 วัตต์ (Model; FL18W/T8/D) 2) ประเภทเดย์ไลต์ แบบหลอดตรง ขั้วหลอดแบบ G13 ใช้สตาร์ตเตอร์ กำลังไฟฟ้าที่กำหนด 36 วัตต์ (Model; FL36W/T8/D) 3) ประเภทคูลไวต์ แบบหลอดตรง ขั้วหลอดแบบ G13 ใช้สตาร์ตเตอร์ กำลังไฟฟ้าที่กำหนด 18 วัตต์ (Model; FL18W/T8/W) 4) ประเภทคูลไวต์ แบบหลอดตรง ขั้วหลอดแบบ G13 ใช้สตาร์ตเตอร์ กำลังไฟฟ้าที่กำหนด 36 วัตต์ (Model; FL36W/T8/W) 5) ประเภทวอร์มไวต์ แบบหลอดตรง ขั้วหลอดแบบ G13 ใช้สตาร์ตเตอร์ กำลังไฟฟ้าที่กำหนด 18 วัตต์ (Model; FL18W/T8/WW) 6) ประเภทวอร์มไวต์ แบบหลอดตรง ขั้วหลอดแบบ G13 ใช้สตาร์ตเตอร์ กำลังไฟฟ้าที่กำหนด 36 วัตต์ (Model; FL36W/T8/WW)	6	GL2013/779	GL2013/779	15 ก.ค. 57

ที่	บริษัท	เครื่องหมายการค้า	ผลิตภัณฑ์	จำนวนรุ่น	สถานภาพสัญญา*	รายละเอียดสัญญา	
						เลขที่สัญญา	วันหมดอายุ
3. สี							
			(TGL-4-R3-08)				
1	บริษัท สีไทยกันไซเพ้นท์ จำกัด	ตราพัด	1) สีอิมัลชันทาภายนอก จำนวน 1 รุ่น ได้แก่ สีน้ำพลาสติกวีนี่ เอ็กซ์ตร้า (VINY EXTRA) 2) สีอิมัลชันทาภายใน จำนวน 1 รุ่น ได้แก่ สีน้ำพลาสติกวีนี่ เพ้นท์ (VINY PAINT) 3) สีรองพื้นสำหรับงานปูน จำนวน 1 รุ่น ได้แก่ สีรองพื้นคอนกรีตวีนี่ ซีลเลอร์ดับบลิว-75 (VINY SEALER W-75)	3	GL2011/550 GL2012/631 GL2013/733	GL2013/733	10 เม.ย.57
	บริษัท สีไทยกันไซเพ้นท์ จำกัด	ตราพัด	ประเภท สีสำหรับการก่อสร้าง กลุ่มพื้นผิวแร่ ประเภทสีทับหน้า ชนิดสีอิมัลชัน แบบกึ่งเงาและเงา จำนวน 1 รุ่น ได้แก่ 1) VINY SHIELD	1	GL2013/734	GL2013/734	3 มี.ค. 57
2	บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	TOA	1) 4 Seasons for Interior 2) Supershield All 3) Supershield Eco Plus 4) Timbershield 5) TOA 7in1	5	GL2013/719 GL2014/808	GL2014/808	16 ก.พ. 58
	บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	TOA	ประเภท สีสำหรับการก่อสร้าง กลุ่มพื้นผิวแร่ ประเภทสีทับหน้า ชนิดสีอิมัลชัน ได้แก่ 1. Supershield Decor Primer&Base 2. Supershield Decor Effect 3. Supershield Duraclean for Ceiling ประเภท สีสำหรับการก่อสร้าง กลุ่มพื้นผิวแร่ ประเภทสีทับหน้า ชนิดสีอิมัลชัน แบบกึ่งเงา ได้แก่ 1. Supershield Majestic Gold Primer 2. Supershield Majestic Gold 3. Supershield Decor Clear 4. Supershield Pearl Effect 5. Supershield Duraclean Oxygen Plus 6. Supershield Aqua Gloss	9	GL2012/617 GL2013/720 GL2014/809	GL2014/809	6 ก.พ. 58
	บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	TOA	ประเภท สีสำหรับการก่อสร้าง กลุ่มพื้นผิวโลหะ ประเภทสีทับหน้า ชนิดสีที่มีตัวทำละลายเป็นสารประกอบอินทรีย์ ได้แก่ 4 Seasons Enamel	1	GL2012/633 GL2013/717	GL2013/717	15 มี.ค. 57

รูปที่ ๕ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้เครื่องหมายฉลากเขียว

ขั้นตอนที่ ๒ : เมื่อทำการเลือกช่วงเวลาที่ต้องการตรวจสอบ จะปรากฏรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากเขียวในช่วงเวลาที่เลือก ในรูปแบบไฟล์ PDF ให้พิจารณาผลิตภัณฑ์ที่เราต้องการทราบข้อมูลโดยข้อมูลนั้นจะประกอบไปด้วย ชื่อบริษัท เครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ จำนวนรุ่น เลขที่สัญญา และวันหมดอายุ

ภาคผนวก ข.

วิธีการสืบค้นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน

ขั้นตอนการสืบค้นรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน

ขั้นตอนที่ ๑ : เข้าสู่เว็บไซต์ http://www.tei.or.th/carbonreductionlabel/namelist.html ปรากฏรายการผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน

รูปที่ ๖ หน้าเว็บไซต์แสดงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอน

ขั้นตอนที่ ๒ : พิจารณาผลิตภัณฑ์ที่เราต้องการทราบข้อมูล โดยข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์นั้นจะประกอบด้วย ชื่อบริษัท และข้อมูลผลิตภัณฑ์

ลำดับ	บริษัท	ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุมัติ
1	**บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด**	1. สตรอเบอร์รี่อบแห้ง ตรา ดอยคำ 2. น้ำดื่มบรรจุขวด PET ตรา ดอยคำ
2	**บริษัท ลำสูง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)**	1. น้ำมันปาล์มโอเลอีนบรรจุขวด ตรา หยก 2. น้ำมันปาล์มโอเลอีนชนิดถุงเติม ตรา หยก

รูปที่ ๗ ตัวอย่างรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุมัติ

ภาคผนวก ค.

การดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

กำหนดสินค้า และปริมาณที่ต้องการซื้อ

ตรวจสอบ

ทำเนียบที่ได้รับฉลากรับรอง

ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว
http://www.tei.or.th/greenlabel/thnamelist.html

ผลิตภัณฑ์ฉลากลดคาร์บอน
http://www.tei.or.th/carbonreductionlabel/namelist.html

มี

มี

ขอใบเสนอราคา

ดำเนินการจัดซื้อสินค้า

จัดทำบัญชีรายการสินค้าที่จัดซื้อ
เพื่อเป็นข้อมูลการจัดซื้อสินค้าครั้งต่อไป