

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

การเพิ่มขึ้นของประชากร กิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ทั้งการผลิตและการให้บริการ ได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของคนทั้งโลกและรวมถึงคนไทยไปสู่การอุปโภคบริโภคที่มีการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมและการลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของปริมาณขยะมูลฝอยและมลพิษต่างๆ ตลอดจนการเกิดภาวะโลกร้อน

ในอดีตที่ผ่านมาการจัดการสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยมักจะมุ่งไปที่ผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้ก่อมลพิษโดยตรง เช่น มาตรการควบคุมมลพิษที่ปลายเหตุ การบำบัดน้ำเสีย การบำบัดอากาศเสีย หรือ การกำจัดของเสีย ต่อมาได้ส่งเสริมแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ตามแผนปฏิบัติการที่ 21 ที่เป็นผลมาจากการประชุมสุดยอดของโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ที่กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล การพัฒนาอย่างยั่งยืนประกอบไปด้วย การผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Production) และการบริโภคที่ยั่งยืน (Sustainable Consumption)

แนวทางการผลิตที่ยั่งยืน เช่น การใช้หลักการผลิตที่สะอาด และการป้องกันมลพิษ เพื่อลดมลพิษที่แหล่งกำเนิด และใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งยังคงเน้นการแก้ไขที่ผู้ผลิตซึ่งไม่ได้มีเพียงผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมภาคเกษตรกรรมและธุรกิจการให้บริการต่างๆ ซึ่งเป็นฝ่ายจัดหาสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค ตามความสัมพันธ์ของกลไกการตลาดที่เกิดจากอุปสงค์และอุปทาน

อุปสงค์ของผู้บริโภคสามารถใช้กำหนดอุปทานจากผู้ผลิตได้เนื่องจากในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิต การบริโภคที่ยั่งยืนได้คำนึงถึงประเด็นนี้ หากผู้บริโภคเรียกร้องให้ผู้ผลิตปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการในเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้ผลิตก็จะให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมตามความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตามสัดส่วนของกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมต้องมีปริมาณเพียงพอที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงของผู้ผลิตได้

ในด้านการบริโภคที่ยั่งยืนประเทศไทยได้นำการตลาดสีเขียว (Green Marketing) ที่เป็นกลยุทธ์หนึ่งของภาคธุรกิจมาใช้ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ทำให้ประเทศไทยเริ่มมีสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือสินค้าสีเขียว (Green Products) วางขายในตลาดมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การเติบโตของตลาดสีเขียวของประเทศไทยช้ากว่าประเทศอื่นๆ มาก เนื่องจากผู้บริโภคไทยยังไม่นิยมใช้ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ทำให้การตลาดสีเขียวของไทยยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร นั่นคือการขาดกลุ่มผู้บริโภคที่มีความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม (Green Consumers) อย่างจริงจัง

ภาครัฐทั้งหน่วยงานส่วนกลางและท้องถิ่นถือเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดที่จะสามารถสร้างแรงขับเคลื่อนให้ภาคการผลิตมุ่งไปสู่การผลิตและการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ

สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนได้ งบประมาณที่ใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมีสัดส่วนที่สูงประมาณร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) และภาครัฐยังมีการจัดซื้อจัดจ้างที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลากหลายตั้งแต่สินค้าทั่วไป จนถึง การก่อสร้างและบริการต่าง ๆ

ภาครัฐ จึงเป็นกำลังสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดอุปสงค์สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Demand) ในตลาด เพื่อให้เป็นกลไกขับเคลื่อนให้ผู้ผลิตและผู้ให้บริการใส่ใจรักษาสิ่งแวดล้อม (Greening the Supply Chain) โดยการออกข้อกำหนดสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่มีมาตรฐานฉลากเขียว การปรับปรุงกฎระเบียบให้หน่วยงานที่ภาครัฐต้องจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีการเลือกซื้อและใช้สินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ตลอดจนเป็นผู้นำของภาคประชาชนและเอกชนในการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2 การดำเนินงานที่ผ่านมา

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงได้มีนโยบาย กำหนดให้รัฐเป็นผู้นำในการจัดซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้มอบหมายให้กรมควบคุมมลพิษ เป็นหน่วยประสานและดำเนินการศึกษาคัดเลือก และกำหนดหลักเกณฑ์ของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้หน่วยงานในกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมนำร่องดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและนำไปสู่การปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ต่อไป

กรมควบคุมมลพิษจึงได้ดำเนินการศึกษาคัดเลือก และจัดทำเกณฑ์ข้อกำหนดสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งหมด 17 ประเภท ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 โดยมีการจัดตั้งคณะทำงานการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และกรมควบคุมมลพิษได้จัดการประชุมร่วมกับภาคเอกชนในแต่ละประเภทสินค้าและบริการ เพื่อพิจารณาเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความพร้อมของผู้ผลิต

กรมควบคุมมลพิษได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการจัดการประชุมและสัมมนาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2548-2550 เพื่อเผยแพร่แนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเกณฑ์ข้อกำหนดสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และอำนวยความสะดวกและเผยแพร่ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของภาครัฐข้อมูลแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการจัดทำคู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ จัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยสามารถสืบค้นได้ทางเว็บไซต์ของกรมควบคุมมลพิษ

กรมควบคุมมลพิษได้ดำเนินการติดตามประเมินผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานภาครัฐนำร่องได้แก่ หน่วยงานภายในกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุก 6 เดือน

กรมควบคุมมลพิษได้ดำเนินการจัดทำร่างแผนการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ ปี พ.ศ. 2551 – 2554 และดำเนินการศึกษาผลกระทบของการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.3 วัตถุประสงค์

คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้เกี่ยวข้องในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของภาครัฐ ทั้งนี้ การดำเนินการตามคู่มือนี้ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในระเบียบของทางราชการเป็นสำคัญ

1.4 ขอบเขต

สินค้าและบริการที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกและจัดทำเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไว้แล้ว ได้แก่ สินค้า 14 ประเภทและบริการ 3 ประเภทดังต่อไปนี้

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. กระจกคอมพิวเตอร์ กระจกสีทำปก | 10. ปากกาไวต์บอร์ด |
| 2. กระจกชำระ | 11. ผลิตภัณฑ์ลบคำผิด |
| 3. กล้องใส่เอกสาร | 12. แฟ้มเอกสาร |
| 4. เครื่องถ่ายเอกสาร | 13. สีทาอาคาร |
| 5. เครื่องพิมพ์ | 14. หลอดฟลูออเรสเซนต์ |
| 6. เครื่องเรือนเหล็ก | 15. บริการทำความสะอาด |
| 7. ซองบรรจุภัณฑ์ | 16. บริการโรงแรม |
| 8. ตลับหมึก | 17. บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร |
| 9. แบตเตอรี่ปรุ้มภูมิ | |

1.5 นิยาม

1) สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง สินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การใช้งาน และการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน

2) บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง ธุรกิจบริการที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรและพลังงานในช่วงการให้บริการและการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากการให้บริการน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการให้บริการอื่นที่มีลักษณะอย่างเดียวกัน

3) การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง การจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือจัดจ้างบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามรายการสินค้าและบริการที่ได้จัดทำเกณฑ์ข้อกำหนดไว้แล้ว หรือสินค้าที่ได้ฉลาก

สิ่งแวดล้อม เช่น ฉลากเขียว หรือ บริการที่ได้รับการรับรองด้านสิ่งแวดล้อม เช่น โรงแรมที่ได้รับเกียรติบัตรใบไม้เขียว

4) ฉลากสิ่งแวดล้อม

หมายถึง การใช้ฉลากในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากนี้มีมาตรฐานเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า เช่น ฉลากเขียว โดยที่การพัฒนาและการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 ที่ผ่านการรับรองโดยองค์กรกลาง เป็นไปตามมาตรฐาน ISO 14024

5) ISO 14001

คืออนุกรมมาตรฐานว่าด้วยเรื่องมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม สามารถขอการรับรองได้ ประกอบด้วยนโยบายสิ่งแวดล้อม การวางแผน การดำเนินการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม การตรวจสอบและการแก้ไข การทบทวนและการพัฒนา เพื่อให้ภายในองค์กรนั้นมีการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ

6) ISO 14024

คืออนุกรมของมาตรฐานว่าด้วยฉลากเพื่อสิ่งแวดล้อมที่อธิบายหลักการขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับการพัฒนาและการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 ที่ผ่านการรับรองโดยองค์กรกลาง

7) เกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง คุณสมบัติของสินค้าหรือบริการด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งได้มาจากการพิจารณาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขั้นตอนต่างๆ ของสินค้าและบริการ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การให้บริการ การขนส่ง การใช้งาน และการกำจัดทิ้ง