การสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โครงการการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อบูรณาการ

สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่การปฏิบัติ

(Mainstream Green Integration of Thailand: Transformation from Policy to Implementation)

วันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

ณ ห้องประชุม B603 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ การประชุมออนไลน์ Webex

สำหรับเข้าประชุม

สำหรับดาวน์โหลดเอกสาร

switchasia SCP FACILITY

Funded by the European Union

กรมควบคุมมลพิษ POLLUTION CONTROL DEPARTMENT

SCP THAI SCP NETWORK

สรุปงานภาพรวมของโครงการ และผลงานถึงปัจจุบัน

- (ร่าง) แผนขับเคลื่อนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- (ร่าง) แนวทางและเนื้อหาใน National Green Directory

Green / Sustainable Public Procurement

- Procure products/services by considering sustainability (Environmental, Social, and Economic consequences).
- **Initiated by governments.**
- Public spending, which accounts for an average of 12% of GDP in OECD countries, and **up to 30% in developing countries**.
- **Certified** products / or services are mean of compliance.

ฉลากสิ่งแวดล้อม
Eco-label ??

ฉลากสิ่งแวดล้อม

“เครื่องมือทางการตลาด ใช้สื่อสารกับผู้บริโภคว่าสินค้า/บริการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”

3 TYPES of Eco-labels identified by ISO

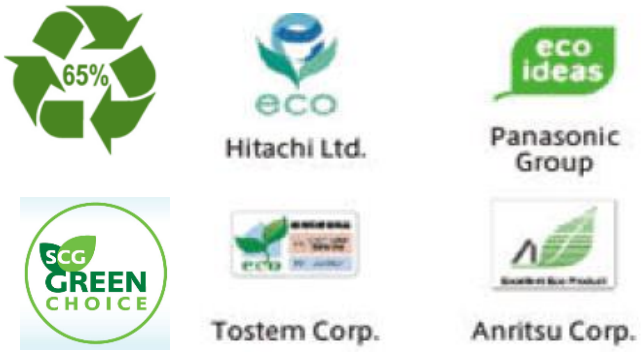
Type I (ISO 14024)

- Voluntary
- Multiple criteria
- Awarding by third party
- Life cycle consideration
- Germany is the first program (der Bluer Angel)
- 33 programs in more than 50 member countries
- Global Ecolabelling Network (GEN)

3 TYPES of Eco-labels identified by ISO

Type II (ISO 14021)

- Informative ***self-declared*** by manufacturers or retailers



3 TYPES of Eco-labels identified by ISO

Type III (ISO 14025)

- Voluntary
- Quantified environmental data (report cards/information labels)
- Verified and certified by third party
- Life cycle analysis (LCA)

CERTIFIED ENVIRONMENTAL PRODUCT DECLARATION

EPD Transparency Brief

COMPANY NAME	American Wood Council Canadian Wood Council
PRODUCT TYPE	Wood Products
PRODUCT NAME	North American Softwood Plywood
PRODUCT DEFINITION	Plywood is manufactured by peeling sheets of veneer from log "blocks" that are then combined with resin and arranged in layers that alternate orientation, and pressed into sheets of plywood.
PRODUCT CATEGORY RULE (PCR)	North American Structural and Architectural Wood Products FPInnovations, Version 1 (UN CPC 31, NAICS 321), 8 November 2011.
CERTIFICATION PERIOD	04/18/2013 - 04/18/2018
DECLARATION NUMBER	13CA24184.103.1

LIFECYCLE IMPACT CATEGORIES

The environmental impacts listed below were assessed throughout the product's lifecycle – including raw material extraction, transportation, manufacturing, packaging, use, and disposal at end of life.

	ATMOSPHERE			WATER		EARTH	
	Global Warming Potential refers to long-term changes in global weather patterns – including temperature and precipitation – that are caused by increased concentrations of greenhouse gases in the atmosphere.	Ozone Depletion Potential is the destruction of the stratospheric ozone layer, which shields the earth from ultraviolet radiation that's harmful to life, caused by human-made air pollution.	Photochemical Ozone Creation Potential happens when sunlight reacts with hydrocarbons, nitrogen oxides, and volatile organic compounds, to produce a type of air pollution known as smog.	Acidification Potential is the result of human-made emissions and refers to the decrease in pH and increase in acidity of oceans, lakes, rivers, and streams – a phenomenon that pollutes groundwater and harms aquatic life.	Eutrophication Potential occurs when excessive nutrients cause increased algae growth in lakes, blocking the underwater penetration of sunlight needed to produce oxygen and resulting in the loss of aquatic life.	Depletion of Abiotic Resources (Elements) refers to the reduction of available non-renewable resources, such as metals and gases, that are found on the periodic table of elements, due to human activity.	Depletion of Abiotic Resources (Fossil Fuels) refers to the decreasing availability of non-renewable carbon-based compounds such as oil and coal, due to human activity.
TRACI	129.77 kg CO2 eq.	0 kg CFC-11 eq.	22.28 kg O3 eq.	76.98 H+ moles eq.	0.0666 kg N eq.	0.59 kg	2111.96 MJ
CML							

FUNCTIONAL UNIT: The declared unit is 1 cubic meter of softwood plywood, which is equal to 1,130 square feet of plywood at 3/8 inch thickness. The average density of North American softwood plywood, including resins, is 491.17 kg/m3, excluding all moisture content. Results are expressed for a cradle-to-gate analysis and exclude use phase and end of life impacts.

Environment

switchasia

Funded by the European Union

PROMOTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

switchasia

Funded by the European Union

PROMOTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

Largest SCP programme supported by EU.

Nearly 300 Mil.Euros in funding since 2007

Total 24 countries in Southeast Asia, South Asia and Central Asia

Supported about 130 Grants Projects.

Benefiting up to about 80,000 MSMEs

Sustainable Consumption and Production (SCP) aims at improving the overall environmental performance of products throughout their life cycle, stimulates demand for better products and production technologies and helps consumers make informed choices. The European Union is committed to tackle these global challenges together with its partners in Asia and Central Asia. Launched in 2007, its SWITCH-Asia programme has achieved more than a decade of progress on SCP in 24 countries in the region.

MAIN OBJECTIVES

- Promote sustainable development.
- Contribute to economic prosperity and poverty reduction in Asia and Central Asia.
- Contribute to a transition towards a low-carbon, resource-efficient and circular economy.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

switchasia REGIONAL POLICY ADVOCACY

switchasia SCP FACILITY

switchasia GRANTS PROGRAMME

switchasia

Funded by the European Union

PROMOTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

Main objectives

Promote sustainable development.

Contribute to economic prosperity and poverty reduction in Asia and Central Asia.

Contribute to a transition towards a low-carbon, resource-efficient and circular economy.

3 Components

switchasia REGIONAL POLICY ADVOCACY

Funded by the European Union

Implemented by

UN environment

switchasia SCP FACILITY

Funded by the European Union

Implemented by

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

adelphi

IGES Institute for Global Environmental Strategies

switchasia GRANTS PROGRAMME

Funded by the European Union

Managed by

European Commission

24 Target Countries

SOUTH ASIA (8 countries)

Afghanistan, Bangladesh, Bhutan, India, Maldives, Nepal, Pakistan, Sri Lanka.

SOUTH EAST ASIA (11 countries)

Cambodia, China, DPR Korea, Indonesia, Lao PDR, Malaysia, Mongolia, Myanmar, Philippines, **Thailand**, Vietnam.

CENTRAL ASIA (5 countries)

Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan, Uzbekistan.

Technical Assistance to Thailand

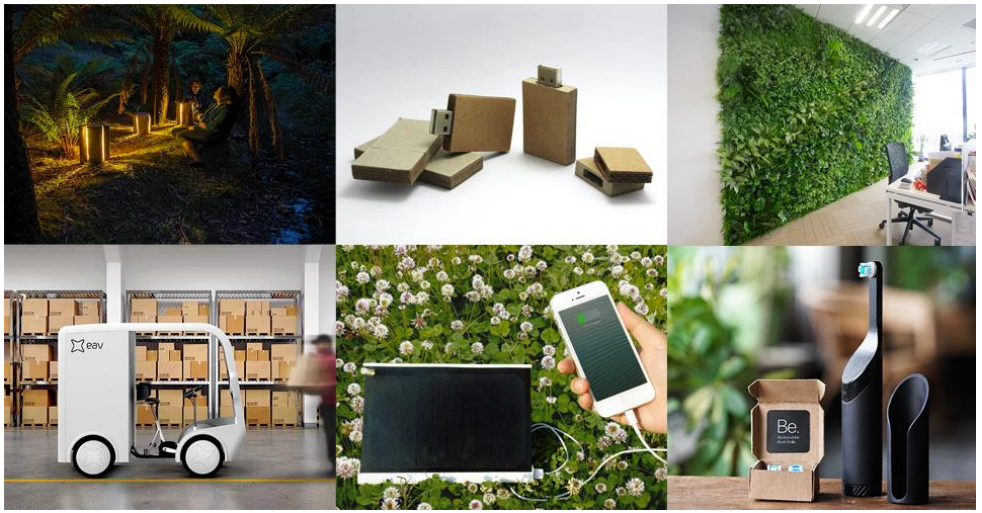
Mainstream Green Integration of Thailand: Transformation from Policy to Implementation

โครงการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อบูรณาการสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่การปฏิบัติ

June 2020 – August 2021

Partners:

- Pollution Control Department (PCD)
- Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning (ONEP)
- Department of Environmental Quality Promotion (DEQP)



Objectives

- **Enhance the procurement** of environmentally friendly products and services.
- Study and **cluster** environmentally friendly products and services for effective management.
- Develop the **policy and action plan** for environmentally friendly products and services.
- Provide **knowledge and information** for raising awareness on environmentally friendly products and services.
- **Share experiences** on the environmentally friendly products and services through good practices and lesson learnt among ASEAN and leading SCP countries.

Expected Outputs

- **Draft policy, action plan, and National Green Directory.**
- **Increased awareness of governments, private sector and general consumers.**
- **Strengthen SCP network in Thailand and ASEAN countries**.

การดำเนินงานที่ผ่านมา (Phase I) พฤษภาคม-ธันวาคม 2563

ศึกษา	นโยบาย กฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ ของประเทศต่างๆ นโยบาย และเกณฑ์ข้อกำหนดของฉลากสิ่งแวดล้อมที่มีในประเทศไทย	พฤษภาคม-กรกฎาคม 2563
วิเคราะห์	GAPs, SWOT, PESTEL ของ Green products and services	
จัดทำ	ร่างเกณฑ์การแบ่งกลุ่มฉลากสิ่งแวดล้อม ร่างนโยบายส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ร่าง National Green Directory	
สัมมนา	สัมมนาระดมความคิดเห็น (Focus group meetings) 2 ครั้ง สัมมนาระดมความคิดเห็น (Stakeholder consultation)	4 สิงหาคม และ 17 กันยายน 2563 8 ตุลาคม 2563
นำเสนอ	คณะอนุกรรมการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	To be confirmed

Focus Group # 1 วันที่ 4 ส.ค. 63

จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม 50 คน ณ กรมควบคุมมลพิษ

- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงเกณฑ์การจัดกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ต่อแนวทางการศึกษาจัดทำนโยบายและแผนปฏิบัติการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เกณฑ์พิจารณาเพื่อจัดระดับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- เป็นนโยบายประเทศ
- การให้การรับรอง (ความน่าเชื่อถือ)
- Life Cycle Thinking (แนวคิดวัฏจักรชีวิต
- การพิจารณาผลกระทบ (multiple and single issues)

ข้อเสนอแนะต่อการจัดระดับสินค้าและบริการฯ

- ลดจำนวนระดับลงจาก 5 ระดับ เป็น 3-4 ระดับ

ระดับ	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
1	ฉลากเขียว
2	ตะกร้าเขียว (คพ.)
3	ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์
4	• ฉลากคูลโหมด • ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 • ฉลากประสิทธิภาพพลังงานสูง
5	• ฉลากลดคาร์บอน • SCG Eco Value • Green For Life • Green Heart

ระดับ	บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
1	• Green Building • Green Hotel
2	Green Leaf
3	• Green Restaurant • Green National Park
4	Green Library
5	Green Meeting

Focus Group # 2 วันที่ 17 ก.ย. 63

จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม 37 คน ณ กรมควบคุมมลพิษ

- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อสรุปเกณฑ์การจัดกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ต่อแผนปฏิบัติการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2564 – 2565 (ร่างของ คพ.)

กลุ่มที่	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
1	ฉลากเขียว
2	• ตะกร้าเขียว (คพ.)* • ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ • ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 • ฉลากประสิทธิภาพพลังงานสูง • ฉลากคูลโหมด
3	• ฉลากลดคาร์บอน
4	• SCG Eco Value • Green For Life • Green Heart

กลุ่ม	บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
1	• Green Building • Green Hotel • Green Leaf
2	• Green Restaurant • Green National Park
3	• Green Library • Green Meeting

เห็นชอบกับการจัดกลุ่ม/ระดับสินค้าและบริการฯ

โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- ควรพิจารณาให้น้ำหนักสำหรับเกณฑ์จัดระดับโดยให้น้ำหนัก "ความน่าเชื่อถือ" มากที่สุด
- เพิ่มเติมบริการที่ได้รับการรับรองฉลากเขียวและตะกร้าเขียว (คพ.) ในกลุ่มบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

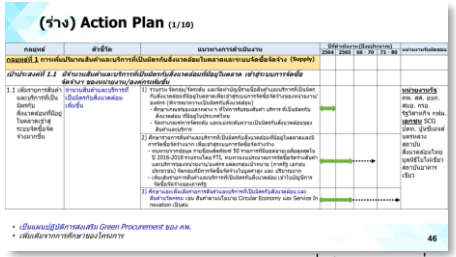
Stakeholder Meeting วันที่ 8 ต.ค. 63

จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม 107 คน ณโรงแรมรามาดา บาย วินแดม แบงคอก เจ้าประยาปาร์ค กรุงเทพฯ

- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ต่อร่างนโยบายและแผนปฏิบัติการ การบูรณาการ และขับเคลื่อนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ต่อร่างบัญชีพัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Review GP ต่างประเทศ / GAP, SWOT, PESTEL

ร่างนโยบายส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ร่างแผนปฏิบัติการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จัดกลุ่มสินค้า

จัดกลุ่มบริการ

National Green Directory

(ร่าง) แผนขับเคลื่อนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

6 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1

การเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดและระบบจัดซื้อจัดจ้าง

กลยุทธ์ที่ 2

การส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 3

การส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

กลยุทธ์ที่ 4

การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 5

การติดตามและรายงานผลการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 6

การบริหารและกำกับดูแลแผนปฏิบัติการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 1
การเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดและระบบจัดซื้อจัดจ้าง

การส่งเสริมให้มีการขอรับการรับรองฉลากสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2
การส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การยกระดับบริการ และองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 3
การส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

การส่งเสริมและผลักดันการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

การ**ขยายกลุ่มผู้บริโภค**ที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(1) องค์การมหาชน รัฐวิสาหกิจ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานในกำกับภาครัฐ

(2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ องค์การบริหารส่วนจังหวัด และเทศบาล

(3) หน่วยงานเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

(ร่าง) แนวทางและเนื้อหาใน National Green Directory

National Green Directory
บัญชีพัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การแบ่งกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
A	ฉลากเขียว ฉลากคูลโหมด
B	• ตะกร้าเขียว (คพ.) • ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ • ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 • ฉลากประสิทธิภาพพลังงานสูง
C	• ฉลากลดคาร์บอน
D	• SCG Green Choice (SCG Eco Value) • Green For Life • Green Heart

การแบ่งกลุ่มบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลุ่ม	บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
A	• Green Building • Green Hotel • Green Leaf • บริการที่ได้รับการรับรองฉลากเขียว • บริการที่ได้รับการรับรองตะกร้าเขียว (คพ.)
B	• Green Restaurant • Green National Park
C	• Green Library • Green Meeting

Platform รวบรวมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

<u>วัตถุประสงค์</u>

1. เพื่อเป็น**แหล่งข้อมูล** และอำนวยความสะดวก **แก่ผู้บริโภค**ในการเลือกซื้อ

2. เพื่อเป็น**แหล่งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขาย/ผู้ผลิต**สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เข้ามาลงทะเบียน

3. เพื่อสนับสนุนการติดตาม ประเมินผล และรายงานการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวของประเทศไทย

หมวดหมู่สินค้า (products)

อุปกรณ์สำนักงาน (Office supplies)

บ้านและที่อยู่อาศัย (Home & Living)

เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical & Electronics Appliances)

ยานพาหนะ (Vehicle)

ผลิตภัณฑ์กระดาษ (Paper products)

อาคารและวสดุกอสร้าง (Building and Construction material)

วัตถุดิบและอื่นๆ** (Raw materials and others) B to B

**ปัจจุบันยังไม่มีเกณฑ์ข้อกำหนดรับรอง

บริการ (Services)

โรงแรม
(Hotels)

การท่องเที่ยว
(Tourism)

ร้านอาหาร/
ภัตตาคาร
(Restaurants)

การจัดประชุม
(Meetings)

ห้องสมุด
(Library)

อาคารเขียว
(Green Buildings)

ทำความสะอาด
(Cleaning service)

บริการงานพิมพ์
(Printing service)

ศูนย์บริการรถยนต์/เปลี่ยน
ถ่ายน้ำมันเครื่อง
(Car maintenance service)

ปั๊มน้ำมัน
(Gas station)

ก่อสร้าง/ซ่อมแซมอาคาร*
(Construction service)

ซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ*
(A/C maintenance service)

บริการขนส่งพัสดุ*
(Logistics)

บริการส่งอาหาร*
(Food delivery)

บริการจัดเลี้ยง*
(Catering service)

เช่ารถยนต์*
(Car rental service)

เช่าอาคาร (Building
rental service)

** ปัจจุบันยังไม่มีเกณฑ์ข้อกำหนดรับรอง*

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ ในแต่ละหมวดหมู่ ใน National Green Directory

ข้อมูลทั่วไป

- **รุ่น** (Model)
- **ประเภท** (Type)
- **คุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม** (Environmental Performance)
- **ข้อมูลทางเทคนิค** (Technical Specification) / **โบรชัวร์**
- **ช่องทางการซื้อขาย** (Sales Channel)
- **ผู้ขายและรายละเอียดเพื่อติดต่อ** (Vendor List)
- **แผนที่แสดงที่ตั้ง** (Location map)

ข้อมูลฉลากสิ่งแวดล้อม

- **ฉลากสิ่งแวดล้อมที่ได้การรับรอง**
- **เลขที่ใบรับรอง** (Certification no.)
- **วันที่ออกใบรับรอง** (Issue date)
- **วันที่หมดอายุใบรับรอง** (Expiry date)
- **ประเด็นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** (Environmental claim)

ข้อมูลและผู้ติดต่อของบริษัทที่ได้การรับรอง

- **ชื่อบริษัท-ที่อยู่**
- **หมายเลขติดต่อ**
- **ชื่อผู้ติดต่อ** (Contact person)
- **หมายเลขติดต่อ, อีเมล**

การดำเนินโครงการนำร่อง
(pilot project)

รายละเอียดกิจกรรมนำร่อง (pilot project)

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริมผู้เข้าร่วมกิจกรรมนำร่องให้สามารถจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น
2. เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแผนปฏิบัติการ และนำมาปรับปรุงแผนปฏิบัติการให้เหมาะสมต่อการนำไปปฏิบัติยิ่งขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย

1. หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมควบคุมมลพิษ
2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาลนครรังสิต
3. ภาคเอกชน เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ระยะเวลาดำเนินงาน

มกราคม - มิถุนายน พ.ศ. 2564

แผนการดำเนินงานกิจกรรมนำร่อง

ที่	กิจกรรม	2564					
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
1	ศึกษาข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของหน่วยงาน (รายการตามงบประมาณ) ปัจจุบัน • ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • ตัวชี้วัดและเป้าหมายของการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • แบบฟอร์มบันทึกการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของหน่วยงาน • ปัญหาอุปสรรคในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
2	จัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2 ครั้ง						
3	ทดลองดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แผนปฏิบัติการภายใต้โครงการ						
4	ติดตามประเมินผลกิจกรรมนำร่อง						
5	ถอดบทเรียน และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจัดทำ 2nd draft Green Integration Policy and the National Green Directory						
6	มอบโล่เกียรติคุณแก่หน่วยงานนำร่อง						

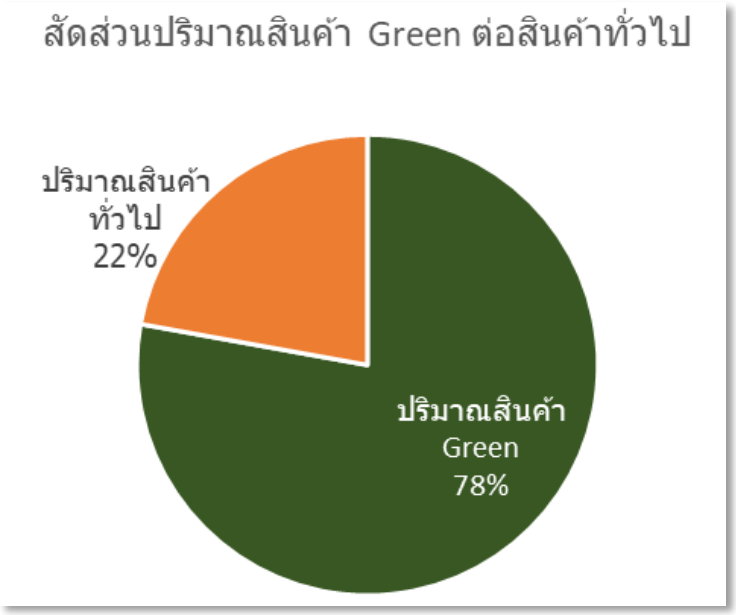
ตัวอย่าง ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เบื้องต้น ปี 2562 (จาก โครงการ Green Office)

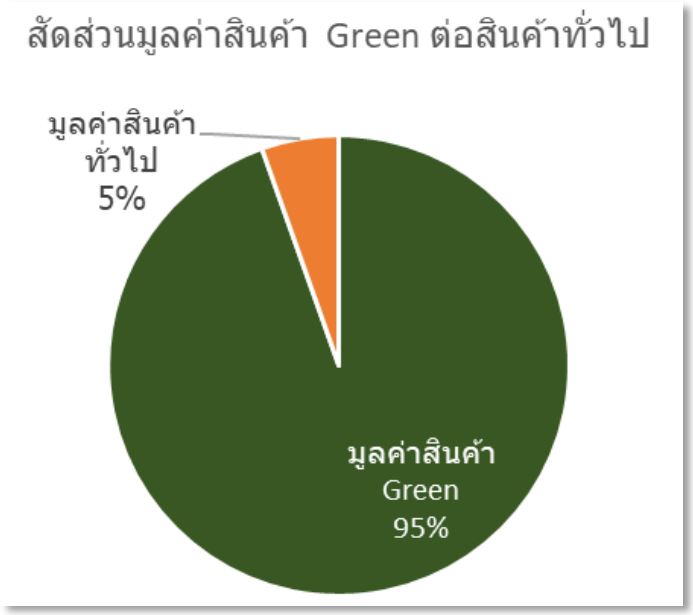
รายการสินค้า	Sum of ปริมาณสินค้าทั้งหมด(Unit)	สัดส่วน
1. ซองเอกสาร	100,000.00	50.49%
2. คลิปดำหนีบกระดาษ	27,480.00	13.88%
3. กระดาษชำระ	24,585.00	12.41%
4. กระดาษถ่ายเอกสาร	19,100.00	9.64%
5. ฟองน้ำล้างจาน	9,438.00	4.77%
6. ถ่านไฟฉาย	5,746.00	2.90%
7. ลวดเย็บกระดาษ	3,297.00	1.66%
8. แฟ้มซองพลาสติก	2,525.00	1.27%
9. ปากกาไวท์บอร์ด	1,772.00	0.89%
10.แฟ้มเอกสาร	1,206.00	0.61%
11.น้ำยาล้างภาชนะ	934.00	0.47%
12. กาว	841.00	0.42%
13. ผลิตภัณฑ์ลบคำผิด	510.00	0.26%
14. คอมพิวเตอร์	311.00	0.16%
15. เทปกาว	94.00	0.05%
16. ตลับหมึก	68.00	0.03%
17. ใบมีดคัดเตอร์	64.00	0.03%
18. สีทาอาคาร	51.00	0.03%
19. เจลแอลกอฮอล์	25.00	0.01%
20. เครื่องปรับอากาศ	1.00	0.00%
21. ถุงขยะ	-	0.00%
22. สมุดบันทึกงาน	-	0.00%
23. น้ำยาล้างมือ	-	0.00%
24. น้ำยาทำความสะอาดพื้น	-	0.00%
Grand Total	**198,048.00**	100.00%

รายการสินค้า	Sum of มูลค่าสินค้าทั้งหมด (บาท)	สัดส่วน
1. คอมพิวเตอร์	9,587,700.00	67.59%
2. กระดาษถ่ายเอกสาร	1,639,300.00	11.56%
3. กระดาษชำระ	1,515,751.38	10.69%
4. ตลับหมึก	383,551.00	2.70%
5. ซองเอกสาร	252,500.00	1.78%
6. ถ่านไฟฉาย	165,176.25	1.16%
7. น้ำยาล้างภาชนะ	123,755.00	0.87%
8. แฟ้มซองพลาสติก	93,380.75	0.66%
9. ฟองน้ำล้างจาน	84,186.96	0.59%
10. เจลแอลกอฮอล์	78,258.00	0.55%
11. แฟ้มเอกสาร	70,039.00	0.49%
12. สีทาอาคาร	57,815.00	0.41%
13. คลิปดำหนีบกระดาษ	30,277.00	0.21%
14. ผลิตภัณฑ์ลบคำผิด	28,384.50	0.20%
15. กาว	21,025.00	0.15%
16. ลวดเย็บกระดาษ	20,934.75	0.15%
17. ปากกาไวท์บอร์ด	15,539.00	0.11%
18. เครื่องปรับอากาศ	13,800.00	0.10%
19. ใบมีดคัดเตอร์	2,919.00	0.02%
20. เทปกาว	798.00	0.01%
21. ถุงขยะ	-	0.00%
22. สมุดบันทึกงาน	-	0.00%
23. น้ำยาล้างมือ	-	0.00%
24. น้ำยาทำความสะอาดพื้น	-	0.00%
Grand Total	**14,185,090.59**	100.00%

ตัวอย่าง ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เบื้องต้น ปี 2562

(จาก โครงการ Green Office)



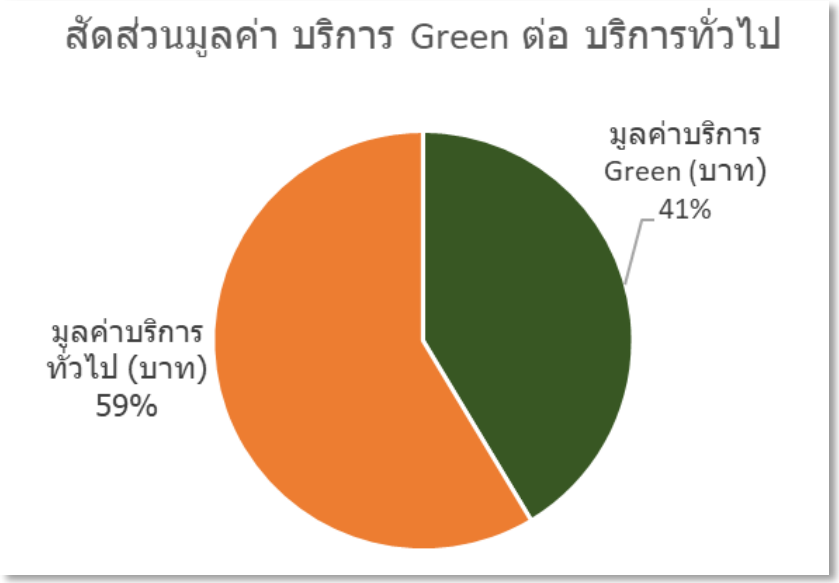


ตัวอย่าง ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เบื้องต้น ปี 2562

(จาก โครงการ Green Office)

รายการบริการ	Sum of ปริมาณบริการทั้งหมด(Unit)	สัดส่วน
เช่ารถ	32	88.89%
บริการรับ-ส่งเอกสาร	1	2.78%
บริการรักษาความปลอดภัย	1	2.78%
งานปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่สีเขียว	1	2.78%
บริการทำความสะอาด	1	2.78%
Grand Total	**36**	100.00%

รายการบริการ	Sum of มูลค่าบริการทั้งหมด (บาท)	สัดส่วน
บริการรักษาความปลอดภัย	56,971,117.93	41.76%
บริการทำความสะอาด	38,634,214.00	28.32%
เช่ารถ	33,347,111.00	24.44%
บริการรับ-ส่งเอกสาร	6,512,926.56	4.77%
งานปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่สีเขียว	964,958.20	0.71%
Grand Total	**136,430,327.69**	100.00%



ความคาดหวังในการขยายผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากรายการ 24 สินค้า เลือกซื้อสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองมากยิ่งขึ้น

การเลือกจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรในปัจจุบัน

ฉลากเขียว	
ตะกร้าเขียว	
เบอร์ 5	
Energy Star	
FSC	
Green by Spec	

(1)รายการที่เคยซื้อ Green อยู่บ้างแล้ว จะเพิ่มวงเงินได้อย่างไร

(2)รายการที่ไม่เคยซื้อ Green จะมีโอกาสอย่างไรบ้าง (ทั้งที่มี label/ eco-criteria ของไทยแล้ว

ระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ชื่อฉลาก/เกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	หน่วยงานให้การรับรองฉลากฯ	สัญลักษณ์
กลุ่ม A	ฉลากเขียว	สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย	
	คูลโหมด	องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.)	
กลุ่ม B	ตะกร้าเขียว	กรมควบคุมมลพิษ	
	ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร	องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.)	
	ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.)	
	ฉลากพลังงานประสิทธิภาพสูง	กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน	
กลุ่ม C	ฉลากลดคาร์บอน	สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย	
กลุ่ม D	ฉลาก SCG Green Choice	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (เอสซีจี)	
	ฉลาก Green For Life	บริษัท ในกลุ่ม ปตท.	
	ฉลาก Green Heart	บริษัท ในกลุ่มปูนซีเมนต์นครหลวง	

ความคาดหวังในการขยายผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากรายการ 5 บริการ เลือกซื้อสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองมากยิ่งขึ้น

การเลือกจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรในปัจจุบัน

ฉลากเขียว	
Green Seal	
Green by Spec	

(1)รายการที่เคยซื้อ Green อยู่บ้างแล้ว จะเพิ่มวงเงินได้อย่างไร

(2)รายการที่ไม่เคยซื้อ Green จะมีโอกาสอย่างไรบ้าง (ทั้งที่มี label/ eco-criteria ของไทยแล้ว

ระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ชื่อฉลากที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ระดับความมิตรฯ ภายใต้ฉลากแต่ละฉลาก	หน่วยงานให้การรับรองฉลากฯ	สัญลักษณ์
กลุ่ม A	Green Building	(1) ระดับแพลทตินัม (2) ระดับทอง (3) ระดับเงิน (4) ได้รับการรับรอง	สถาบันอาคารเขียวไทย	TGBI
	Green Hotel	(1) ระดับดีเยี่ยม (ทอง) (2) ระดับดีมาก (เงิน) (3) ระดับดี (ทองแดง)	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	G G G
	Green Leaf	(1) จำนวน 5 ใบ (2) จำนวน 4 ใบ (3) จำนวน 3 ใบ (4) จำนวน 2 ใบ (5) จำนวน 1 ใบ	มูลนิธิใบไม้เขียว	
	บริการที่ได้รับฉลากเขียว		สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย	
	บริการที่ได้รับการรับรองตะกร้าเขียว		กรมควบคุมมลพิษ	
กลุ่ม B	Green Restaurant	(1) ระดับดีเยี่ยม (ทอง) (2) ระดับดีมาก (เงิน) (3) ระดับดี (ทองแดง)	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	G G G
	Green National Park	(1) ระดับดีเยี่ยม (ทอง) (2) ระดับดีมาก (เงิน) (3) ระดับดี (ทองแดง)	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	G G G
กลุ่ม C	Green Library		สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี	ใบรับรอง
	Green Meeting	(1) Green Meetings Plus (2) Green Meetings	สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย	ใบรับรอง

ความคาดหวังในการขยายผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เพิ่มเติมรายการนอกเหนือจาก สินค้า 24 รายการ บริการ 5 บริการ

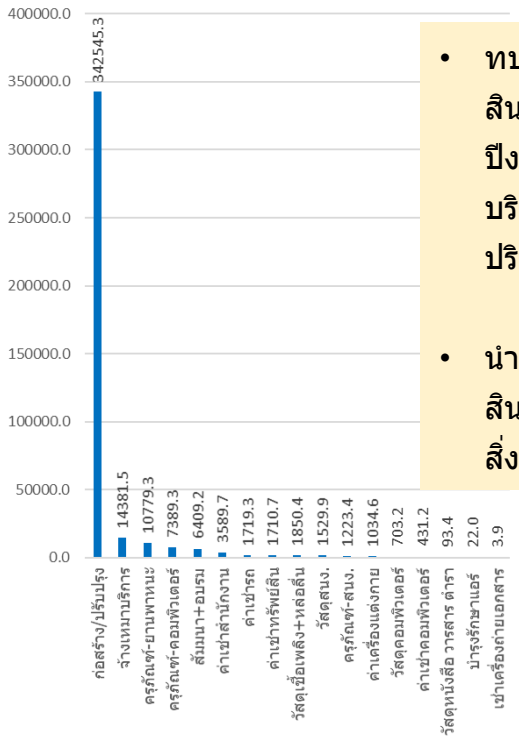
โดยพิจารณาจากข้อมูลงบประมาณของหน่วยงาน

ตัวอย่างการพิจารณารายการสินค้าและบริการที่ควรนำมาขยายผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมวดรายจ่ายงบประมาณ	ล้านบาท	เกณฑ์ด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ก่อสร้าง/ปรับปรุง	342545.3	ยังไม่มี
จ้างเหมาบริการ	14381.5	ฉลากเขียว (เช่น บริการทำความสะอาด/บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น, บริการจัดประชุม)
ครุภัณฑ์-ยานพาหนะ	10779.3	ฉลากเขียว
ครุภัณฑ์-คอมพิวเตอร์	7389.3	ฉลากเขียว,ฉลากเบอร์5
สัมมนา+อบรม	6409.2	Green Leaf, Green Hotel, Green Meeting
ค่าเช่าสำนักงาน	3589.7	ยังไม่มี
ค่าเช่ารถ	1719.3	ยังไม่มี
ค่าเช่าทรัพย์สิน	1710.7	ยังไม่มี
วัสดุเชื้อเพลิง+หล่อลื่น	1850.4	ฉลากเขียว
วัสดุสนง.	1529.9	ฉลากเขียว, ตะกร้าเขียว(คพ.),ฉลากเบอร์5
ครุภัณฑ์-สนง.	1223.4	ฉลากเขียว, ตะกร้าเขียว(คพ.)
ค่าเครื่องแต่งกาย	1034.6	ฉลากเขียว,คูลโหมด
วัสดุคอมพิวเตอร์	703.2	ฉลากเขียว(ผลิตภัณฑ์ระบบกำลังไฟฟ้าต่อเนื่อง)
ค่าเช่าคอมพิวเตอร์	431.2	ยังไม่มี
วัสดุหนังสือ วารสาร ตำรา	93.4	ฉลากเขียว (บริการสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทกระดาษ)
บำรุงรักษาแอร์	22.0	ยังไม่มี
เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	3.9	ตะกร้าเขียว(คพ.)

Ref. เอกสารงบประมาณรายจ่ายปี 2563 มีทั้งหมด 502 หน่วยงาน

งบประมาณตามหมวดรายจ่ายของแต่ละกระทรวงปี 2563 (ล้านบาท)



- ทบทวนข้อมูลรายการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการขององค์กรตามปีงบประมาณ เพื่อหารายสินค้าและบริการที่มีการจัดซื้อมูลค่ามาก และปริมาณมาก
- นำเข้าสู่กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมขององค์กรต่อไป

CONCEPT – GP ภาคเอกชน

งบประมาณ 100%

บุคลากร 40 %

จัดซื้อจัดจ้าง 60%

ตะกร้าเขียว คพ.
Green Office

Office

Products
24 รายการ

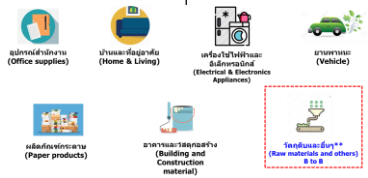
Services
5 รายการ

%Green

%Green

Pilot Project

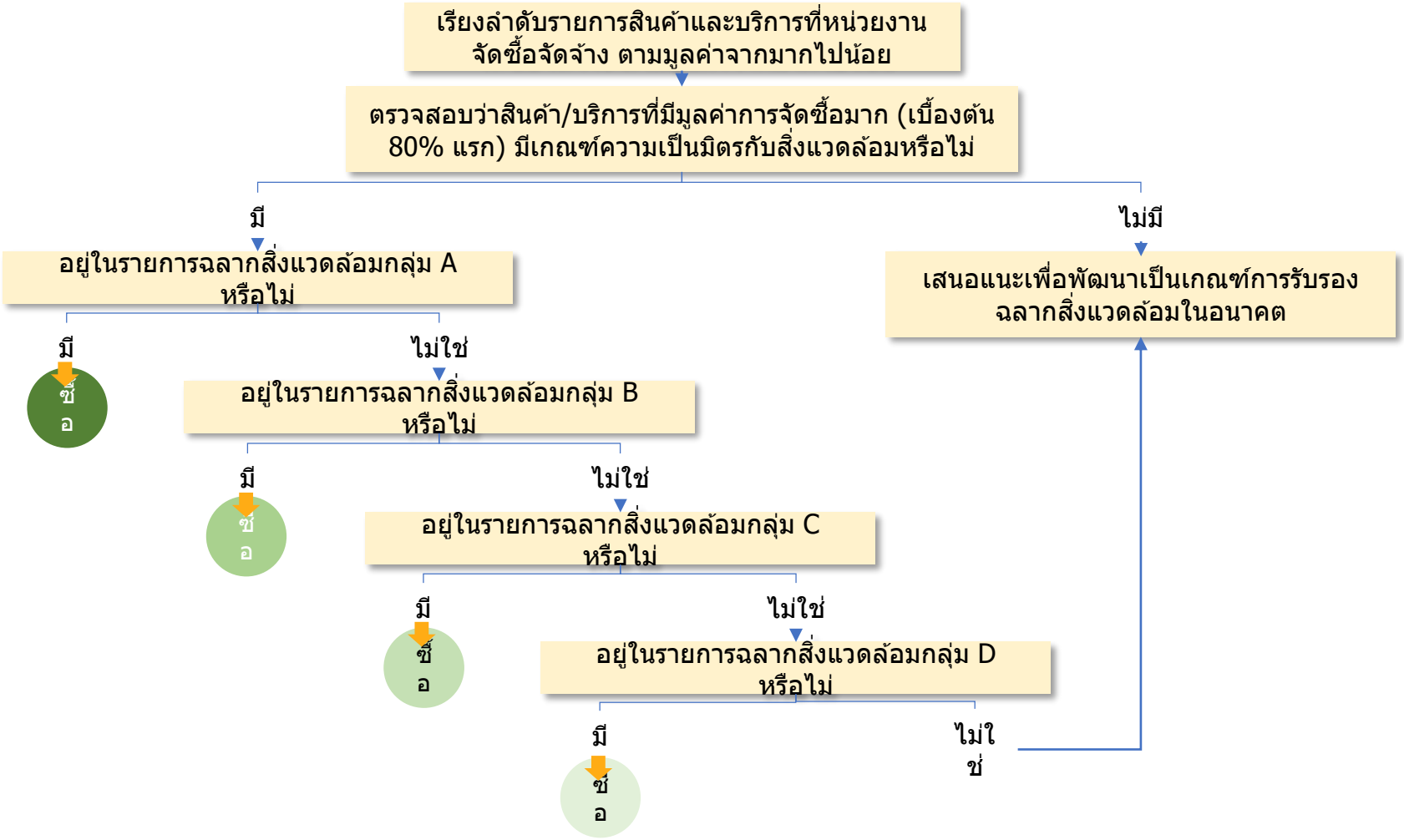
ทั้งองค์กร



%Green

%Green

แนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ข้อเสนอแนะต่อการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

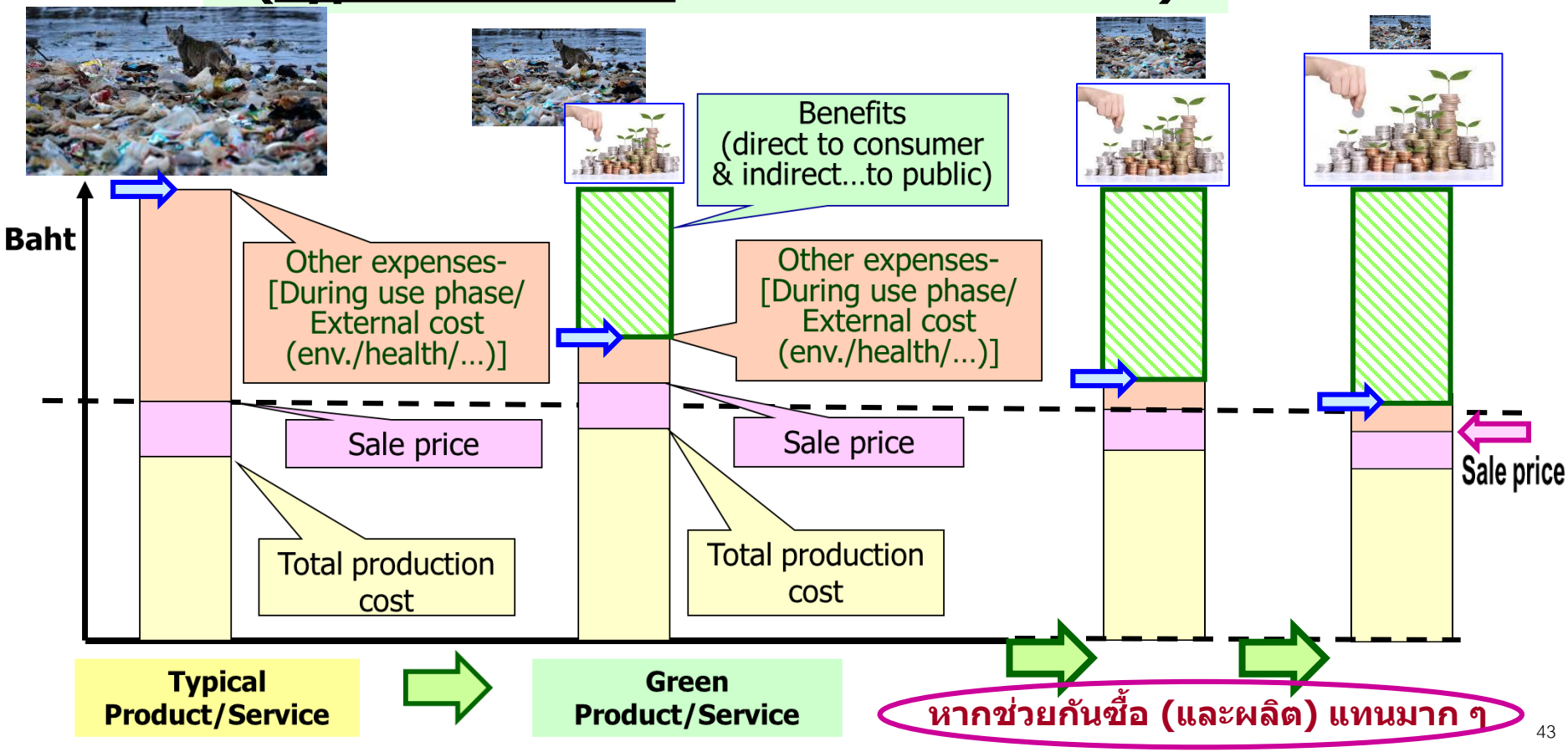
(1) รายการที่เคยจัดซื้อจัดจ้าง Green อยู่บ้างแล้ว จะเพิ่มวงเงินได้อย่างไร

(2) ข้อเสนอแนะต่อรายการที่ไม่เคยจัดซื้อจัดจ้าง Green จะมีโอกาสอย่างไรบ้างในอนาคต

ผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรมนำร่อง

1. ผลการขยายการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ตามนโยบาย / แผนปฏิบัติการ ภายใต้โครงการ)
2. ข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงนโยบาย แผนปฏิบัติการ และ National Green Directory
3. กลุ่มเป้าหมาย (หน่วยงานนำร่อง และผู้เข้าร่วมการสัมมนา) ได้รับความรู้เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น
4. ถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดี / ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค ในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานนำร่อง

Cost according to LCC concept (Typical vs. Green Products & Services)



สแกน QR Code
เพื่อตอบคำถาม 4 ข้อ

Thank
you

เอกสารเพิ่มเติม

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65) ดึงเฉพาะของเอกชน

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดและระบบจัดซื้อจัดจ้าง (Supply)						
วัตถุประสงค์กลยุทธ์ 1.1 มีจำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในตลาด เข้าสู่ระบบการจัดซื้อจัดจ้างฯ ของหน่วยงาน/องค์กรเพิ่มขึ้น						
1.1 เพิ่มรายการสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในตลาดเข้าสู่ระบบจัดซื้อจัดจ้างมากขึ้น	1) การรวบรวมและจัดกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย	เพื่อนำสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม เข้าสู่ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	รายการสินค้าและบริการที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อม	ไม่ต่ำกว่า 20,000 รุ่นผลิตภัณฑ์ และบริการภายในปี 2565	สามารถเพิ่มเติมรายการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ผู้ซื้อเลือกซื้อได้มากขึ้น	1. ทบทวนสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย และกำหนดฉลากสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่จะเข้าร่วมในบัญชี 2. จัดทำเกณฑ์การจัดกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3. จัดกลุ่มสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม 4. จัดทำเป็นบัญชีพัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5. ศึกษาจำนวนสินค้า / บริการเพื่อเป็น baseline data
	2) การเพิ่มเติมรายการสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อศึกษารายการสินค้าและบริการที่ควรพัฒนาให้เป็นสินค้าและบริการที่เป็นมิตกรับสิ่งแวดล้อม	มีรายการสินค้าและบริการที่จะนำมาพัฒนาเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น	ปีละไม่ต่ำกว่า 10 รายการสินค้าและบริการใหม่	สินค้าและบริการที่มีการจัดซื้อจัดจ้างในปริมาณ และมูลค่ามากได้รับการพัฒนาเป็นสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. ศึกษาข้อมูลการจัดซื้อสินค้าและบริการที่มีการจัดซื้อในปริมาณมาก/มูลค่ามาก จากแต่ละกลุ่มผู้บริโภค - รายการที่มีการเบิกจ่ายงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐมาก (กลุ่ม 80% แรกของงบประมาณที่ใช้) / รายการที่หน่วยงานภาคเอกชนมีการจัดซื้อจัดจ้างมาก (ภาคเอกชน) /รายการที่ประชาชนมีการซื้อ/จ้างมาก (ภาคประชาชน) - กลุ่มสินค้าและบริการที่มีความต้องการในตลาดเพิ่มขึ้นในอนาคต เช่น สินค้าตามนโยบาย Circular Economy และ Service Innovation, รวมถึงกลุ่มสินค้าที่ส่งผลกระทบสูง เช่น บริการ Food Delivery, สินค้าใน Online Platform, อาหาร, เกษตร และ Upcycle เป็นต้น 2. ตรวจสอบรายการสินค้าและบริการกับเกณฑ์ด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามฉลากสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ 3. จัดลำดับความสำคัญ และคัดเลือก เพื่อนำมาพัฒนาเกณฑ์ให้เป็นสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (เน้นการพัฒนาเกณฑ์ของฉลากเขียวเป็นสำคัญ) 4. ทบทวนรายการสินค้าและบริการในแต่ละปีที่ที่จะทำการเพิ่มเติม (เผื่อกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มสินค้าและบริการที่มีความต้องการสูงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต และรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนไป)

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดและระบบจัดซื้อจัดจ้าง (Supply)						
วัตถุประสงค์กลยุทธ์ 1.1 มีจำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในตลาด เข้าสู่ระบบการจัดซื้อจัดจ้างฯ ของหน่วยงาน/องค์กรเพิ่มขึ้น						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
1.2 ส่งเสริมให้มีการขอรับการรับรองฉลากสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	1) การส่งเสริมให้ผู้ผลิตขอรับการรับรองฉลากสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตนำสินค้าและบริการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับเกณฑ์เข้ารับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมตามคุณสมบัติที่สอดคล้อง (กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เคยรับการรับรอง แต่ไม่ได้ขอต่ออายุ / กลุ่มที่ผลิตสินค้าที่มีเกณฑ์อยู่แล้ว / กลุ่มที่คาดว่าผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้วแต่ยังไม่เคยมาขอการรับรอง)	- จำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการรับรองฉลากเพิ่มขึ้น - ร้อยละของจำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น (เทียบกับปีฐาน)	- ปีละไม่ต่ำกว่า .....รายการสินค้าและบริการ (พิจารณาสถิติเป้าหมายและค่าแนวโน้มจากแต่ละฉลาก) - เพิ่มขึ้นร้อยละ..... เทียบกับปีฐาน	1. ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 2. ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายเห็นโอกาส และประโยชน์จากการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม 3. ผู้ผลิต นำสินค้าและบริการเข้ารับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	1. จัดฝึกอบรม ประชุม สัมมนา หรือกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เกี่ยวกับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่อเนื่องให้ผู้ผลิตขอรับรองฉลากด้วยมาตรการสร้างแรงจูงใจ 2. จัดทำและเผยแพร่คู่มือรายชื่อ เกณฑ์ หรือข้อกำหนดของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแต่ละประเภท โดยให้มีการเผยแพร่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายสามารถเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้าและบริการกับเกณฑ์ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามฉลากประเภทต่าง ๆ และวิเคราะห์ความเหมาะสมของการขอการรับรองฉลากตามบริบทและความต้องการของตนเอง 3. จัดทำและเผยแพร่คู่มือการขอรับรองฉลากแต่ละประเภทเพื่อรองรับ National Green Directory เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเห็นช่องทางและโอกาสในการสร้างตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการรับรองฉลาก 4. สร้างแรงจูงใจ / สิทธิพิเศษ สำหรับผู้ที่ยื่นขอการรับรอง เช่น สิทธิพิเศษของสินค้าที่ได้รับการรับรอง - Promotion ของหน่วยงานให้การรับรอง - การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการขอการรับรองบางส่วน - ลดต้นทุนในการขอรับรอง และกำหนดราคากลางสำหรับการขอรับรองฉลาก - สร้างความสะดวกให้กับผู้ที่ยื่นขอการรับรอง เช่น จัดทำ One-Stop Service ให้บริการจัดทำฉลาก หรือขอรับรองฉลากสะดวกยิ่งขึ้น และปรับปรุงกระบวนการให้การรับรองโดยใช้เวลาน้อยลง 5. ผลักดันให้ผู้ผลิต พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นไปตามเกณฑ์ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับเข้าสู่กลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้น เช่น ชี้ให้เห็นโอกาสในการได้รับการเลือกซื้อก่อน หรือ มีการให้คำปรึกษาในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น 6. ถอดบทเรียน และวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริม และผลักดันให้ผู้ผลิตสามารถเข้ามาขอรับการรับรองฉลากได้

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดและระบบจัดซื้อจัดจ้าง (Supply)						
วัตถุประสงค์กลยุทธ์ 1.1 มีจำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในตลาด เข้าสู่ระบบการจัดซื้อจัดจ้างฯ ของหน่วยงาน/องค์กรเพิ่มขึ้น						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
1.2 ส่งเสริมให้มีการขอรับการรับรองฉลากสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	2) การพัฒนาศักยภาพผู้ให้การรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมสำหรับสินค้าและบริการ	เพื่อให้ผู้ให้การรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมสำหรับสินค้าและบริการ มีความรู้ความเข้าใจ และเครื่องมือช่วยให้สามารถดำเนินการรับรองฉลากได้อย่างถูกต้องเป็นมาตรฐาน และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น	จำนวนผู้ให้การรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับการอบรม และส่งเสริมศักยภาพ	ปีละไม่ต่ำกว่า..... คน (ประเมินจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้การรับรองฉลากทุกฉลาก และแต่ละปีเป็นคนซ้ำกันได้)	1. เจ้าหน้าที่ให้การรับรอง มีความชำนาญในการดำเนินกระบวนการรับรองทำให้ลดเวลาในการให้การรับรองลง 2. สามารถตอบสนองความต้องการและให้บริการผู้ขอการรับรองได้มากขึ้น	1. วิเคราะห์ศักยภาพ และความต้องการของหน่วยงานรับรองฉลาก เมื่อพิจารณาจาก demand และ supply ของตลาดสินค้าติดฉลากสิ่งแวดล้อม 2. ส่งเสริมความรู้/เครื่องมือด้านวิชาการ ให้แก่หน่วยงานรับรองฉลาก 3. สนับสนุน ผู้เชี่ยวชาญไทย/ต่างประเทศ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่านการศึกษาดูงาน และเวทีความร่วมมือ เป็นต้น 4. สนับสนุนห้องแลปสำหรับทดสอบคุณสมบัติของสินค้าและบริการ (เมื่อวิเคราะห์แล้วว่าการทดสอบคุณสมบัติของหน่วยงานรับรองยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานให้การรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม) โดยประสานกับหน่วยงานที่มีศักยภาพทั้งของภาครัฐ และเอกชนในการสนับสนุนงานของหน่วยงานให้การรับรอง 5. ส่งเสริมให้หน่วยงานให้การรับรองมีการปรับปรุงเกณฑ์การประเมินให้มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อยกระดับให้สินค้าหรือบริการได้ขึ้นไปอยู่ในกลุ่มที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 6. จัดทำเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามผลการศึกษา (กลยุทธ์ที่ 1.1)

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Supply)						
เป้าประสงค์ที่ 2.1 เพิ่มฐานการผลิตสินค้าและภาคอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
2.1 พัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้จำหน่าย สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	เพื่อผลักดันและส่งเสริมให้ผู้ผลิตหันมาให้ความสำคัญ และปรับปรุงการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้	จำนวนสถานประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพิ่มขึ้นปีละ 10 ราย	1. ผู้ผลิตมีแนวทางและโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 2. มีสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นในตลาดมากยิ่งขึ้น	1. จัดกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ ต่อตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจัดกลุ่มความพร้อมต่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ผลิต (วิเคราะห์สถานะของผู้ผลิต จัดกลุ่ม) 2. ทบทวนกิจกรรมส่งเสริมผู้ผลิตจากโครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น GIM, อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ, CSR-DIW 3. กำหนดกิจกรรมส่งเสริมและยกระดับผู้ผลิต ให้สามารถผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามเกณฑ์การประเมิน (เน้นที่ฉลากเขียว หรือ ตามศักยภาพและบริบทความต้องการของธุรกิจ) โดยอาจบูรณาการกับโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น ผู้ผลิตรายใหญ่ ทำ Greening Supply Chain, ผู้ผลิต SMEs ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านคำปรึกษา, เทคโนโลยี เป็นต้น (กำหนดแนวทางการส่งเสริมให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม, ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม) 4. สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิต - เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับสถานประกอบการที่มีการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และขอการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม - รางวัลเชิดชูเกียรติสำหรับสถานประกอบการที่ให้ความสำคัญ และดำเนินการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ร่วมกับโครงการส่งเสริมสถานประกอบการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น GIM, Eco Factory เป็นต้น) - การสนับสนุน เงินทุน องค์ความรู้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการต่าง ๆ ให้ SMEs เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5. จัดทำ Best Practice ถอดบทเรียน และวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการส่งเสริม และผลักดันให้ผู้ผลิตพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นได้ เป็นช่องทางให้ผู้ผลิตรายใหม่ที่สนใจเริ่มต้นเข้ามาศึกษา

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Supply)						
เป้าประสงค์ที่ 2.1 เพิ่มฐานการผลิตสินค้าและภาคอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
2.1 พัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้จำหน่าย สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2) การยกระดับบริการ และองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อปรับปรุงระบบบริกรและองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันให้มีการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	จำนวนสถานประกอบการที่ให้บริการและองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ผลการศึกษา baseline จากข้อ 1 มาตอบเรื่องนี้ด้วย)	เพิ่มขึ้นปีละ 10 ราย	บริการและองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันมีการยกระดับดำเนินการเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	1. ปรับปรุงเกณฑ์บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้มีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. ให้ความรู้บริการ และองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเข้าใจเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 3. เพิ่มเติมบริการและองค์กรที่เป็นมิตกรับสิ่งแวดล้อมให้เพิ่มขึ้นในตลาด เช่น การรับเหมาก่อสร้างและซ่อมแซมอาคาร, ซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ, บริการขนส่งสินค้า, บริการส่งอาหาร, บริการจัดเลี้ยง และบริการเช่ารถยนต์ เป็นต้น (ต้องมีการทำเกณฑ์ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามกลยุทธ์ 1.1)

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Supply)						
เป้าประสงค์ที่ 2.1 เพิ่มฐานการผลิตสินค้าและภาคอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
2.2 ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนางานวิจัยด้านเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การพัฒนางานวิจัยและเทคโนโลยีด้านการออกแบบสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลาง ขนาดเล็ก และอุตสาหกรรมชุมชนท้องถิ่น	เพื่อนำงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ สามารถส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้	มีองค์ความรู้ด้านการผลิตและออกแบบสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพิ่มขึ้นปีละ 5 งานวิจัย (ค่า baseline เป็นเท่าไหร่ ที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นหรือไม่)	1. เกิดงานวิจัยเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 2. ผู้ผลิตสามารถนำงานวิจัยมาปรับใช้กับการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ลดต้นทุนในการศึกษาวิจัยเอง)	1. นำงานวิจัย/การศึกษาที่เกี่ยวข้องนำมาทบทวน เพื่อประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการแต่ละขนาด 2. ส่งเสริมให้การศึกษาวิจัยที่ตอบโจทย์ จากการวิเคราะห์ปัญหาปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการในอนาคต 3. ทดลองนำร่องนำงานวิจัยมาใช้ในเชิงปฏิบัติการและติดตามประเมินผล
	2) การสนับสนุนเครื่องมือเชิงวิชาการ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้	มีองค์ความรู้ด้านการผลิตและออกแบบสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพิ่มขึ้นปีละ 3 องค์ความรู้ (ค่า baseline เป็นเท่าไหร่ ที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นหรือไม่)	เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีนวัตกรรมกับผู้ผลิต ในการร่วมกันผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. รวบรวมเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการประเมินด้านสิ่งแวดล้อม เช่น LCA, LCC, SEEA (System of Environmental-Economic Accounting) สำหรับ Environmental Activity เพื่อให้ทราบต้นทุนและมูลค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ใช้ไป 2. ใช้เครื่องมือดังกล่าววิเคราะห์มูลค่าที่แท้จริงของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3. นำไปใช้ในการประเมินผลประโยชน์ทางอ้อมจากการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตกรับสิ่งแวดล้อม 4. เผยแพร่ผลการประเมินเพื่อให้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน (Demand) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน						
เป้าประสงค์ที่ 3.1 มีจำนวนผู้จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดเพิ่มขึ้น						
3.1 เพิ่มจำนวนผู้จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การส่งเสริมและผลักดันการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง	1. เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและ/หรือ ยกระดับให้สามารถจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการได้มากขึ้น 2. เพื่อให้กลุ่มองค์กรที่ได้รับการรับรองว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น	สัดส่วนขององค์กรที่เข้าร่วมและดำเนินการตามโครงการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่อจำนวนองค์กรทั้งหมดจำแนกตามประเภทองค์กร	(ตามเป้าหมายของ คพ.)	1. เป็นการรักษาฐานผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเดิม 2. เกิดการยกระดับการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น	1. ผลักดันให้องค์กร/หน่วยงานที่มีการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างฯ อยู่แล้ว ให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง - มี KPI การจัดซื้อจัดจ้างเพิ่มมากขึ้น - รายงาน performance การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของหน่วยงาน เป็นต้น - เผยแพร่รายชื่อสินค้าและผู้ผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายขึ้น 2. ส่งเสริม/ผลักดันให้องค์กร/หน่วยงาน ต่าง ๆ ที่ได้รับการรับรอง (Green Organization) เช่น Green Hospital, Eco School, Green National Park, Green Religion, UI Green, Green Meeting เป็นต้น มีข้อกำหนดที่จะต้องดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - กำหนดเกณฑ์ด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกณฑ์การประเมิน และติดตามผลการจัดซื้อจัดจ้างฯ ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน (Demand) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน						
เป้าประสงค์ที่ 3.1 มีจำนวนผู้จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดเพิ่มขึ้น						
3.1 เพิ่มจำนวนผู้จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2) การขยายกลุ่มผู้บริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ (จากแผนส่งเสริมฯ ระยะที่ 3 ของ คพ.) (1) องค์การมหาชน รัฐวิสาหกิจ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานในกำกับภาครัฐ (2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ องค์การบริหารส่วนจังหวัด และเทศบาล (3) หน่วยงานเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	เพื่อส่งเสริมให้เกิดผู้บริโภครายใหม่เข้ามาร่วมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	สัดส่วนขององค์กรที่เข้าร่วมและดำเนินการตามโครงการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่อจำนวนองค์กรทั้งหมดจำแนกตามประเภทองค์กร	(ตามเป้าหมายของ คพ.)	สามารถขยายฐานผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น	1. ศึกษาความพร้อมของการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม 2. กำหนดวิธีการส่งเสริมที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายที่มีความพร้อม (เป็นกลุ่มน่าร่อง) จัดทำแผนงาน/กิจกรรมส่งเสริม - ผ่านการสื่อสาร สร้างความร่วมมือในการจัดซื้อจัดจ้างฯ โดยตรง - ส่งเสริมผ่านกิจกรรม / โครงการต่าง ๆ เช่น G-Green, GIM, Eco-Factory, เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ เป็นต้น - ผู้ที่เข้าร่วมโครงการเข้าสู่ระบบการรายงานติดตามประเมินผลการจัดซื้อจัดจ้างฯ - กำหนดเป็น KPI ของผู้ว่าราชการจังหวัด และผู้บริหารระดับท้องถิ่น 3. สร้างความรู้ความเข้าใจ (อาศัยกลยุทธ์ที่ 3.3 โครงการ 1) 4. ดำเนินการตามแผนงานเพื่อขยายกลุ่มหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้างฯ ให้ครอบคลุมทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน สถานศึกษา ภาคเอกชนและประชาชน

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/ กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน (Demand) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน						
เป้าประสงค์ที่ 3.2 มีสัดส่วนปริมาณ/มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อสินค้าและบริการที่จัดซื้อจัดจ้างทั้งหมดเพิ่มขึ้น						
3.2 เพิ่มสัดส่วนปริมาณ/มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อสินค้าและบริการทั้งหมด	1) การสร้างแรงจูงใจผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความสนใจ และเกิดการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	- สัดส่วนของปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อปริมาณของการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการรวมแยกตามรายการ		1. ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความสนใจ และเข้ามาร่วมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น 2. มีปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างสินค้างและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	1. ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม 2. จัดทำมาตรการสร้างแรงจูงใจที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม 3. ดำเนินมาตรการสร้างแรงจูงใจ และติดตามผลการดำเนินกิจกรรม 4. ศึกษา baseline data ของสัดส่วนปริมาณการจัดซื้อจดัจ้างสินค้าและบริการฯ ภายใต้มาตรการสร้างแรงจูงใจต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลฐานในการติดตามประเมินผลในอนาคตและปรับปรุงมาตรการ

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน (Demand) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน						
เป้าประสงค์ที่ 3.3 ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
3.3 สร้างการรับรู้ความรู้ความเข้าใจจิตสำนึกต่อการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การสื่อสารเชิงรุกและสร้างศักยภาพสื่อมวลชนด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. เพื่อเพิ่มช่องทาง / กิจกรรม / เครื่องมือ ในการสื่อสารแก่ผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งสื่อประเภทออนไลน์ และออฟไลน์ 2. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจัดทำเนื้อหาที่ถูกต้อง ให้กับสื่อมวลชน ให้สร้างการสื่อสารที่ส่งเสริมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น	- จำนวนช่องทางการสื่อสาร - จำนวนชุดความรู้ - จำนวน content การสื่อสาร GPP จากสื่อมวลชน		1. สื่อมวลชนจากช่องทางต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม มีการแผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการให้สังคมได้รับรู้มากยิ่งขึ้น 2. ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจและสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น	1. พัฒนาเครื่องมือ / เนื้อหาสำหรับการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เช่น - คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างฯ (handbook) อย่างง่าย, - เครื่องมือและเวทีต่าง ๆ เช่น workshop, conference, helpdesk, publications, platforms, networks, e-learning เป็นต้น - สื่อการเรียนรู้ออนไลน์ในรูปแบบ E-Learning หรือ ยูทูป (เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอ) - ผลักดันแนวคิด Circular Economy แก่ผู้บริโภค - สร้างความเชื่อมั่นในพัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับผู้บริโภค ในมุมมองของราคาที่แพงกว่า แต่มีคุณภาพดีกว่าพัสดุทั่วไป 2. สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค 3. พัฒนารูปแบบและแผนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ในด้านการสื่อสารมาช่วยพัฒนา) สามารถสื่อสารได้ 2 ทาง (ผู้บริโภคสามารถแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะได้) 4. ทำการสื่อสารผ่านช่องทางกิจกรรมต่าง ๆ ตามกลุ่มผู้บริโภค 5. ติดตามประเมินผลการสื่อสาร และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง 6. วิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ของการสื่อสารเชิงรุก กับผลการรับรู้ของผู้บริโภคเพื่อจัดทำเป็น baseline ในการกำหนดค่าเป้าหมายการพัฒนาสื่อในอนาคต

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน (Demand) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน						
เป้าประสงค์ที่ 3.3 ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
3.3 สร้างการรับรู้ความรู้ความเข้าใจ จิตสำนึกต่อการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2) การมหกรรมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ผลิต พบผู้บริโภค	1. เพื่อเป็นเวทีให้ผู้ผลิต/ผู้จัดหานำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นโอกาสให้ผู้ผลิต/ผู้จัดหา ได้เห็นภาพตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ กับกลุ่มผู้ผลิต / ผู้จัดหาด้วยกันได้ 2. เพื่อเป็นการพบปะกันระหว่างผู้ผลิต/ผู้บริโภค ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สอบถามความคิดเห็นผู้บริโภค (ความต้องการของตลาด) โดยตรง	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน / ระดับความพึงพอใจ		เกิดพื้นที่ในการพบปะระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ทำให้เกิดการตื่นตัว และการขับเคลื่อนของตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	1. ศึกษาความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้บริโภค แต่ละกลุ่มเป้าหมาย (รัฐ เอกชน ประชาชน) ในการร่วมงานนิทรรศการ/มหกรรม 2. หารือกลุ่มผู้ผลิต /ผู้จัดหา ในการวางรูปแบบ/ตาราง กิจกรรมนิทรรศการ/งานมหกรรม ศึกษารูปแบบงานที่สร้างความน่าสนใจ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค / ศึกษาแนวทางการจัดงาน และถอดบทเรียนการจัดงานที่มีประสิทธิภาพ (เช่น ในประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้) 3. ประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการ/มหกรรม ในวงกว้าง เพื่อเชิญชวนผู้บริโภคเข้าร่วมกิจกรรม 4. ดำเนินการจัดนิทรรศการ/มหกรรม ตามแผนการดำเนินงาน 5. ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน / ประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการจัดงาน และเป็นค่า baseline ในการกำหนดค่าเป้าหมาย
	3) การพัฒนาเครือข่ายการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อสร้างแนวร่วมกลุ่มผู้บริโภคในลักษณะของเครือข่าย และส่งเสริมความร่วมมือด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในด้านต่าง ๆ ที่เครือข่ายแต่ละแห่งสามารถช่วยได้	จำนวนภาคีหรือเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		เกิดความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่าง ๆ จากเครือข่ายต่าง ๆ มากขึ้น	1. สร้างการรับรู้ให้กับเครือข่ายด้านการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ในการเข้ามามีส่วนร่วมขับเคลื่อนงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. จัดกลุ่มเครือข่ายเพื่อกำหนดบทบาทของแต่ละกลุ่มเครือข่ายในการมีส่วนร่วมส่งเสริมและขับเคลื่อนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3. ร่วมกำหนดแผนงานกับเครือข่าย เพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในรูปแบบต่าง ๆ ตามศักยภาพและบทบาทของแต่ละกลุ่มเครือข่าย 4. ดำเนินการตามแผน และติดตามประเมินผล 5. ทบทวนความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับเครือข่ายต่าง ๆ และกำหนดเป็นค่าเป้าหมายรายปี (ร่วมมือกับเครือข่ายปีละกี่เครือข่าย)

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน (Demand) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน						
เป้าประสงค์ที่ 3.3 ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
3.4 สถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนในภาคการศึกษา	1. เพื่อพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอนที่สอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ในภาคการศึกษา 2. เพื่อสร้างความมีส่วนร่วมให้หน่วยงานภาคการศึกษามีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	จำนวนเนื้อหา/หัวข้อ ในเรื่องของการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนและการเลือกใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่แทรกในหลักสูตร	1 หลักสูตร	1. นักเรียน นักศึกษา พนักงาน บุคลากรในภาคการศึกษา มีความรู้ความใจเกี่ยวกับการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนมากขึ้น 2. ภาคการศึกษามีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. จัดทำหลักสูตรการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (บูรณาการกับหลักสูตรอื่น ๆ ในภาคการศึกษา เช่น CE GenEd, หลักสูตรสิ่งแวดล้อม เป็นต้น) 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมให้ความรู้ และแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับหน่วยงานภาคการศึกษาผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Green University, Green Office หรือ เครือข่ายภาคการศึกษาต่าง ๆ เช่น กลุ่มราชภัฏ กลุ่มราชมงคล กลุ่มอาชีวะ เป็นต้น 3. ติดตามผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของภาคการศึกษาผ่านระบบการรายงานผลกลางของประเทศ

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 4 การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ส่งเสริม Supply)						
เป้าประสงค์ที่ 4.1 มีมาตรการ/เครื่องมือ ทางเศรษฐศาสตร์ การเงินการคลัง สนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
4.1 การใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์ การเงิน การคลัง และมาตรการที่จูงใจผู้ผลิต และบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การสนับสนุนมาตรการด้านการเงิน ด้านภาษีและการลงทุน เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการขอรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม	เพื่อใช้มาตรการ/เครื่องมือ ทางเศรษฐศาสตร์ การเงินการคลัง สนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	จำนวนมาตรการ/เครื่องมือสนับสนุนทางเศรษฐศาสตร์ การเงินการคลัง		1. เกิดการนำผลประโยชน์ที่เกิดจากกระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มาต่อยอดให้เกิดการขยายการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไปในอนาคต 2. ผู้ผลิตมีความสนใจและหันมาผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดมากขึ้น	1. หน่วยงานภาคอุตสาหกรรมการผลิต กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และภาคการเงิน การคลัง ร่วมกันวิเคราะห์ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาใช้พิจารณาประกอบการมาตรการทางเศรษฐศาสตร์ การคลัง เพื่อใช้สนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตให้มีกำลังในการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นในตลาด 2. สนับสนุนมาตรการด้านการเงิน ด้านภาษีและการลงทุน เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการขอรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม เช่น - ค่าใช้จ่ายจากการขอการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมสามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้ - ลดค่าใช้จ่าย หรือลดภาษีสำหรับการขอรับรองสินค้าและบริการ - ลดค่าธรรมเนียมในการต่ออายุใบอนุญาตสถานประกอบการ - สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการ (ขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือ OTOP) ผ่านโครงการส่งเสริมการผลิตต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น - ส่งเสริมการลงทุนของ BOI สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตในกลุ่มเป้าหมายที่ส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 3. วิเคราะห์ ผลการส่งเสริมการสนับสนุนมาตรการด้านการเงิน ด้านภาษีและการลงทุน ที่มีผลต่อการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมการขอการรับรองฉลากสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้เป็น baseline data ของค่าเป้าหมาย ในอนาคต

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 4 การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ส่งเสริม Supply)						
เป้าประสงค์ที่ 4.1 มีมาตรการ/เครื่องมือ ทางเศรษฐศาสตร์ การเงินการคลัง สนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
4.1 การใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์ การเงิน การคลัง และมาตรการที่จูงใจผู้ผลิต และบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2) การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์	เพื่อใช้มาตรการ/เครื่องมือ ทางเศรษฐศาสตร์ การเงินการคลัง สนับสนุนให้เกิดการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	จำนวนมาตรการ/เครื่องมือสนับสนุนทางเศรษฐศาสตร์ การเงินการคลัง		ผู้บริโภคให้ความสนใจในสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และปรับรูปแบบการบริโภคให้มีความยั่งยืนมากขึ้น ผ่านกลไก และระบบของตลาดที่ให้การรองรับ	1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ในการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับ และความพร้อมต่อระบบต่าง ๆ ที่ภาครัฐ/ผู้ประกอบการจะพัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (จัดทำเป็นตู้กดา ตัวเลือกแนวทาง จากทั้งในและต่างประเทศ และให้ผู้บริโภคเลือก เพื่อจัดลำดับระบบที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ) 2. พัฒนามาตรการสนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์ สำหรับผู้บริโภค (เช่น โปรโมชั่น, การสะสมแต้ม, subsidy ลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา) เช่น ระบบ credit card ระบบมัดจำ-คืนเงิน (Deposit-Refund System) บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นต้น 3. ทดลองมาตรการสนับสนุน และจัดทำระบบรองรับไว้ในตลาด 4. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน 5. วิเคราะห์ผลการใช้มาตรการสนับสนุน กับมูลค่า/ปริมาณ การบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้เป็น baseline data ในการกำหนดค่าเป้าหมายในอนาคต

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 4 การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ส่งเสริม Supply)						
เป้าประสงค์ที่ 4.2 มีการพัฒนากลไก กฎหมายกฎระเบียบ หรือวิธีปฏิบัติ						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์โครงการ/ กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
4.2 พัฒนา ปรับปรุง ทบทวนกฎหมาย กฎระเบียบ หรือวิธีปฏิบัติ เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การพัฒนาศักยภาพองค์กร บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกฎ ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง	เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกฎ ระเบียบในการจัดซื้อจัดจ้าง มีความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	กฎหมาย/ระเบียบพัสดุ/วิธีปฏิบัติ ที่จะเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐ สามารถจัดซื้อจัดจ้างฯ โดยใช้สิทธิทางด้านราคา		ผู้พัฒนากฎ ระเบียบ ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและสามารถร่วมพัฒนากฎ ระเบียบที่เอื้อต่อการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้	1. กระทรวงการคลัง และ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างความร่วมมือกันในการร่วมกันพัฒนาระเบียบข้อบังคับ ในการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. สร้างความรู้ความเข้าใจ และสื่อสารผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับหน่วยงานผู้ออกกฎระเบียบ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3. นำผลการดำเนินงานประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อประกอบการจัดทำกฎ ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างตามกระบวนการที่ถูกต้อง และสร้างความมั่นใจแก่ผู้จัดซื้อ

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 5 การติดตามและรายงานผลการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
เป้าประสงค์ที่ 5.1 สามารถติดตามและรายงานผลการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
5.1 พัฒนาโครงสร้างและกระบวนการในการติดตาม ประเมินและรายงานผลฯ	1) แผนงานพัฒนาโครงสร้างและกระบวนการในการติดตาม ประเมินและรายงานผลฯ	เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการ ติดตามประเมินผลและรายงานผล	โครงสร้างและกระบวนการติดตามประเมิน รายงานผลที่ชัดเจน	1 โครงสร้าง	ระบบติดตามประเมินผล และรายงานผล มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	1. ศึกษาแนวทาง จัดทำโครงสร้าง และผู้รับผิดชอบ/บริหารจัดการ ระบบติดตาม ประเมินและรายงานผล 2. กำหนดแผนการติดตาม ประเมิน และรายงานผลฯ ทั้งในระดับหน่วยงาน และระดับภาพรวมของประเทศ - ผนวกระบบการติดตามการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวเข้ากับระบบรายงานผลกลาง เพื่อลดภาระการรายงานผลของหน่วยงานต่าง ๆ - รูปแบบการรายงานผล (Format) ไม่ควรเปลี่ยนแปลงบ่อย และสามารถเชื่อมโยงเป็น Platform เดียวกันได้
5.2 พัฒนาฐานข้อมูลกลางในการรายงานการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การพัฒนาฐานข้อมูลกลางในการรายงานการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อให้มีฐานข้อมูลกลางในการรายงานการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	รายงานผลการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่ยั่งยืน ร้อยละหน่วยงานที่มีการรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างฯ	1 ฐานข้อมูล	มีระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการรายงานการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. ศึกษาแนวทาง และพัฒนาฐานข้อมูลกลาง เพื่อเป็นช่องทางในการรายงานการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า (1) สร้างช่องทางการรายงานการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (2) สร้าง/ปรับปรุงช่องทางการรายงานผลการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ภาคเอกชน ภาคประชาชน) 2. สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้อง สื่อสาร สร้างความรู้ความเข้าใจต่อระบบรายงานผล เพื่อการรายงานผลอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น (1) MoU/MoC ระหว่างกระทรวงทรัพย์ + กระทรวงการคลัง ทำระบบรายงานผล และ (2) กิจกรรมสร้างความร่วมมือให้ทุกหน่วยงานรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างฯ (3) จัดประชุมประจำปีระหว่างกรมบัญชีกลางและหน่วยงานจัดซื้อ (4) ทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Social Marketing) และมี Incentive ที่ดึงดูดภาคเอกชน ประชาสังคม ผู้บริโภคเห็นคุณค่า (Values) ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (5) ส่งเสริมการทำ Green Revenue สำหรับผู้ประกอบการ 3. จัดทำ และเผยแพร่ รายงานการผลิต การซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เปรียบเทียบกับตัวชี้วัดของประเทศ และสากล เช่น SDG12) - รายงาน E-Report และประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และ SROI - ส่งเสริมการรายงานสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และตั้งเป้าหมายการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ที่ 5 การติดตามและรายงานผลการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
เป้าประสงค์ที่ 5.2 สามารถประเมินผลกระทบที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
กลยุทธ์ย่อย	**แผนงาน**	**วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม**	**ตัวชี้วัด**	**ค่าเป้าหมาย**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**โครงการ/กิจกรรม**
5.3 พัฒนาระบบประเมินผลกระทบที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1) การศึกษาและพัฒนาระบบประเมินผลกระทบที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เพื่อให้สามารถประเมินผลกระทบ / ผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ มีความน่าเชื่อถือ เป็นไปตามหลักวิชาการ และสามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายได้	ผลการประเมินผลกระทบ		สามารถนำผลการประเมินผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบ จากการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ศึกษาและพัฒนาแนวทาง รูปแบบ วิธีการ ประเมินผลกระทบที่ลดลง ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น (ผลการประเมินที่ได้นำไปใช้ในการสื่อสาร สร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความตระหนักให้ผู้ผลิต และผู้บริโภค) - ประเมินผลกระทบและผลตอบแทนทางสังคม (Social impact assessment/Social return on investment) ที่เกิดจากการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เช่นสถาบันวิจัยเชิงนโยบาย (TDRI) ร่วมทำหน้าที่ประเมินผลกระทบ GPP ในด้านเศรษฐกิจที่มีต่อภาคการผลิตและการบริโภค 3. พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล เปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการดำเนินนโยบาย โดยวัดผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ 4. นำผลการศึกษากำหนดเป็นค่าเป้าหมายในการประเมินผลกระทบด้านต่าง ๆ และค่าของผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นค่า baseline data เพื่อใช้กำหนดค่าเป้าหมายในอนาคต

ร่างแผนขับเคลื่อน Green Procurement (ปี 64 – 65)

กลยุทธ์ย่อย	แผนงาน	วัตถุประสงค์โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	โครงการ/กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 6 การบริหารและกำกับดูแลแผนปฏิบัติการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
เป้าประสงค์ที่ 6.1 มีระบบการบริหารและกำกับดูแลแผนปฏิบัติการส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม						
6.1 บูรณาการการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในนโยบาย/แผนทั้งระดับนโยบายและปฏิบัติ	1) แผนงานบูรณาการการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในนโยบาย/แผน ทั้งระดับนโยบายและปฏิบัติ	เพื่อนำนโยบายและแผนไปสู่การปฏิบัติ	จำนวนแผน/นโยบายที่ได้รับการบรรจุให้เป็นเรื่องที่ต้องดำเนินการ		เกิดความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. นำเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างฯ บรรจุไว้ในนโยบายระดับชาติและระดับอื่น ๆ เช่น แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการส่งเสริมการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน แผนปฏิบัติราชการในระดับกระทรวงหรือกรม เป็นต้น 2. บูรณาการเป็นตัวชี้วัดร่วมกันของทุกหน่วยงานราชการ เพื่อดำเนินงานด้าน GPP ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 3. กำหนดเป็นระเบียบ หรือ ข้อบังคับ ให้หน่วยงานต่าง ๆ รายงานข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ใช้ในแต่ละกิจกรรมหรือโครงการ 4. กำหนดให้บริษัทในตลาดหลักทรัพย์, BOI, EIA หรือ SD Report, GRI มี KPI ด้านการจัดซื้อจัดจัดสีเขียว
6.2 ทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานตามกลยุทธ์ต่าง ๆ ในแผนฯ	2) แผนงานการทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานตามกลยุทธ์ต่าง ๆ ในแผนฯ	เพิ่มติดตามผลการดำเนินงานในภาพรวมตามกลยุทธ์การดำเนินงาน	รายงานผลการทบทวนการดำเนินงาน พร้อมระบุแนวทางการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน		สามารถติดตามผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	1. ทบทวนแนวทางดำเนินงานตามแผนฯ เทียบกับเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ 2. วิเคราะห์สถานการณ์การผลิต การบริโภค เพื่อระบุแนวทางปรับปรุงการดำเนินการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ 3. จัดทำรายงานประจำปี โดยทำในรูปคณะกรรมการ และเผยแพร่ผลการดำเนินงานทุกปี
6.3 บริหารจัดการฐานข้อมูล National Green Directory ให้เป็นที่ยอมรับ	3) แผนงานพัฒนาระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล National Green Directory ให้เป็นที่ยอมรับ	เพื่อให้ National Green Directory สามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นที่เชื่อถือ และยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้อง	- จำนวนสินค้าและบริการที่ขึ้นทะเบียนใน directory - จำนวนผู้ใช้งาน directory		สามารถใช้งาน Naional Green Diectory ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. รวบรวมรายการและรายละเอียดของสินค้าและบริการที่ได้การรับรองแต่ละฉลาก 2. สร้าง Platform สำหรับ National Green Directory 3. จัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการ National Green Directory 4. ศึกษาข้อมูลสำหรับทำ baseline data เพื่อใช้กำหนดค่าเป้าหมายในการดำเนินงานต่อไป