

## รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีไอ

รหัสโครงการ 11-IN-55-GE-TIA-C

# Capacity-building Workshop on Type I Ecolabeling

วันที่ 5-7 มีนาคม 2555

ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย



จัดทำโดย

ดร.ลัคนกร ประทุมรัตน์

ผู้จัดการโครงการ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

### 1.1 รหัสและชื่อโครงการ

11-IN-55-GE-TIA-C: Capacity-building Workshop on Type I Ecolabeling

### 1.2 ระยะเวลา

5-7 มีนาคม 2555

### 1.3 สถานที่จัด

กรุงเทพฯ ประเทศไทย

### 1.4 ชื่อเจ้าหน้าที่เอพีโอประจำโครงการ

Miss Yumiko Yamashita

### 1.5 จำนวนและรายชื่อวิทยากรบรรยาย

วิทยากรมีทั้งหมด 9 ท่าน ได้แก่

- 1) Mr. John Polak (Former Chairman of GEN)
- 2) Ms. Janine Braumann (Blue Angel, Germany)
- 3) Dr. Chaiyod Bunyagidj (Thailand Environment Institute)
- 4) Ms. Eva Eiderstrom (Good Environmental Choice Ecolabel, Sweden)
- 5) Ms. Linda W.P. Ho (Green Council, Hong Kong)
- 6) Ms. Nydia Suppen (LCA and ISO expert)
- 7) Dr. Martin Lichtl (Marketing expert, Germany)
- 8) Ms. Ju-yeoung Kim (Environmental Standard Management Office, KEITI, South Korea)
- 9) Ms. Liazzat Rabbiosi (UNEP)

### 1.6 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ

30 คน จากประเทศต่างๆ ได้แก่

ทวีปแอฟริกา ได้แก่ South Africa, Tunisia,

ทวีปเอเชีย ได้แก่ Rep. of China, Hong Kong, Indonesia, IR Iran, Israel, Malaysia, Japan, South Korea, Pakistan, Philippines, Sri Lanka, Vietnam

ทวีปอเมริกาใต้ ได้แก่ Chile, Brazil

ทวีปยุโรป ได้แก่ France, Germany, Russia, Ukraine

## ส่วนที่ 2 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

### 2.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

เนื่องจาก UNEP DTIE มีการดำเนินการโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถของประเทศกำลังพัฒนาเกี่ยวกับการจัดทำฉลากสิ่งแวดล้อม โดยการให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการและการให้การอบรม กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนที่นำทางที่โครงการดังกล่าวจัดทำขึ้น สอดคล้องกันกับที่ทาง APO ซึ่งเป็นหน่วยงานพัฒนาและส่งเสริมขีดความสามารถของประเทศสมาชิกในการนำฉลากสิ่งแวดล้อมไปเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้ภาคการผลิตมีการพัฒนาในแนวทางของการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย

วัตถุประสงค์ของโครงการ ได้แก่

(1) สนับสนุนให้ฉลากสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่และที่กำลังจะเกิดขึ้นนั้นดำเนินการตามหลักการของ ISO 14024 (Environmental Label: Type 1)

(2) แลกเปลี่ยนประสบการณ์ดำเนินงานด้านฉลากสิ่งแวดล้อม จากประเทศที่ประสบความสำเร็จ โดยเน้นการอภิปรายในเรื่องเกี่ยวกับทฤษฎีฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 การพัฒนาข้อกำหนด การให้การรับรองฉลาก ความน่าเชื่อถือของโปรแกรมฉลาก การทำการตลาดให้ฉลากเป็นที่รู้จัก บทบาทของมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินการด้านความร่วมมือระหว่างหน่วยงานฉลากสิ่งแวดล้อม

(3) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการรู้จัก และคุ้นเคยกับปรัชญาและหลักการของฉลากสิ่งแวดล้อม และฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1

(4) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการนำแนวคิดของวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและดำเนินการด้านฉลากสิ่งแวดล้อมให้มีความน่าเชื่อถือ

(5) ให้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการตลาดให้ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นที่รู้จัก เช่นการจัดซื้อสีเขียว การนำฉลากสิ่งแวดล้อมไปใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในด้าน Green Economy

## 2.1 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย

### 2.1.1 Product Sustainability Information

วิทยากร: Liazzat Rabbiosi (UNEP)

Liazzat กล่าวถึงภารกิจหลักของ UNEP ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการประเมินและทำความเข้าใจสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่โลกกำลังเผชิญ กระตุ้นให้เกิดการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมโดยผลักดันให้เกิดกฎหมายระดับสากลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ให้การช่วยเหลือด้านการพัฒนา การนำกฎระเบียบหรือมาตรฐานไปใช้ รวมถึงการยกระดับความสามารถและการสร้างเครือข่ายที่จะช่วยให้เกิดการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม UNEP แบ่งภารกิจสำคัญออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change) การบริหารจัดการด้านภัยธรรมชาติ (Disaster Management) นิเวศบริการ (Ecosystem service) ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental governance) สารเคมีอันตราย (Harmful substances) ประสิทธิภาพทรัพยากร (Resource efficiency) การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption and Production หรือ SCP)

ผลิตภัณฑ์ เป็นกุญแจสำคัญของการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างนั้นมีส่วนประกอบที่ซับซ้อน ผลกระทบสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์จึงมีความซับซ้อน ดังนั้นการให้ความสำคัญกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จึงเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวมได้

ข้อมูลต่างๆจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้สื่อสารผลการประเมินด้านสิ่งแวดล้อมหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีชื่อเรียกต่างๆเช่น มาตรฐานสมัครใจ (Private/voluntary standards) มาตรฐานการรับรอง (Certification standards)

ฉลากสิ่งแวดล้อม ฯลฯ การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์กับภาคธุรกิจนั้นเพื่อเป็นการบริหารจัดการให้เกิดการพัฒนาด้านศักยภาพ การสื่อสารกับผู้บริโภคนั้นก็เพื่อเป็นแนวทางช่วยตัดสินใจในการเลือกซื้อ ส่วนภาครัฐเองจะเน้นการสื่อสารข้อมูลเพื่อให้เกิดนโยบาย และส่งเสริมให้เกิดตลาดความต้องการสินค้าและบริการที่ยั่งยืนได้ โดยอาจกระตุ้นอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนโดยใช้มาตรการต่างๆ เช่น การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว

ระบบของข้อมูลแบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ภาคบังคับ (Mandatory) กับภาคความสมัครใจ (Voluntary) ตัวอย่างของข้อมูลในภาคบังคับ เช่น การให้สำแดงปริมาณหรือส่วนประกอบ (Declaration of contents) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานและการกำจัด (Usage/ disposal information) การติดฉลากผลิตภัณฑ์ (Product labeling) ใบรับรองความสอดคล้อง (Certificate of conformity) ส่วนภาคความสมัครใจนั้นโดยส่วนใหญ่จะเป็นฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทต่างๆ ได้แก่ Type I, Type II, Type III และฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทอื่นๆ โดยผู้บรรยายสรุปเกี่ยวกับแนวคิดของฉลากแต่ละประเภทในภาพกว้าง ว่าฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง (Type I Eco labels) ในปัจจุบันมีการดำเนินการอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก หน่วยงานเหล่านี้ได้รวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายฉลากสิ่งแวดล้อมโลก ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งนั้นใช้หลักการพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม ส่วนฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่สอง (Type II Eco-labels) เป็นการให้ข้อมูลสิ่งแวดล้อมด้วยตัวเอง (Self declaration) ส่วนฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่สาม (Type III Eco-labels) นั้น เป็นการให้ข้อมูลสิ่งแวดล้อมในเชิงปริมาณ (Environmental Product Declaration หรือ EPD) ทั้งนี้มีฉลากสิ่งแวดล้อมบางประเภทที่คล้ายกับฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง (Type I-like eco-labels) ในแง่ของการให้การรับรอง แต่ต่างตรงที่ฉลากเหล่านั้นเป็นการให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมเพียงด้านเดียว ยกตัวอย่างเช่น ฉลากพลังงานอย่าง Energy star ฉลาก FSC (Forest Stewardship Council) ที่มุ่งเน้นเรื่องการจัดการป่าเพียงด้านเดียว

#### บทบาทของ PSI ต่อ SCP

SCP เป็นวิธีการที่ทำให้สามารถเปลี่ยนรูปแบบนโยบายได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงใดๆก็ตามจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจทิศทางและความหมายของการเปลี่ยนแปลง ซึ่ง การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จึงถือเป็นสิ่งพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังนั้นการลงทุนในด้านทำให้มีความสำคัญเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งของวิธีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย

ฉลากสิ่งแวดล้อมในโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเนื่องจากความซับซ้อนขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์และห่วงโซ่การผลิตและการขายทำให้ยากต่อการควบคุมและตรวจวัดสิ่งที่อยู่ในผลิตภัณฑ์สุดท้าย (final product) ประกอบกับแรงกดดันทางการตลาดที่ผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและการค้นหาสิ่งที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

แนวโน้มของตลาดในโลกปัจจุบันเน้นเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) เป็นประเด็นหลักในการทำการตลาดและกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในปี 2009 ร้อยละ 18 ของผลิตภัณฑ์ที่มาจากไม้ ร้อยละ 17 ของการผลิตกาแฟ ร้อยละ 20 ของการส่งออกกล้วย และ ร้อยละ 8 ของการผลิตชา เป็นผลิตภัณฑ์ระดับโลกที่มีสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเพิ่มมากขึ้น

UNEP International Resource Panel มีการจัดลำดับความสำคัญของทรัพยากรและวัตถุดิบที่เป็นผลกระทบจากกิจกรรมการเกษตรและการใช้เชื้อเพลิง พบว่าการบริโภคอาหาร การคมนาคม และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ ดังนั้นการบริโภคจึงเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการผลิต ไม่ใช่แค่ระดับรายบุคคล (Individual) แต่หมายรวมไปถึงการจัดซื้อของภาคสาธารณะ (Public procurement)

การบริโภคระดับโลก มีมูลค่าประมาณ 1.7 พันล้านสหรัฐ จากการศึกษานี้ของ Greendex เมื่อปี 2010 พบว่า

- ประเทศที่น่าเป็นห่วงในเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืนได้แก่ อินเดีย บราซิล และจีน
- ประเทศที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง (False claim) มากที่สุดคือ รัสเซีย และจีน
- ร้อยละ 70 ของจำนวนตัวอย่าง คิดว่าการใช้ชีวิตในปัจจุบันไม่เรียกว่าเป็นความยั่งยืน
- ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 70 ในยุโรป ต้องการให้มีการเปิดเผยข้อมูลของผลิตภัณฑ์
- ผู้บริโภคมีความสับสนกับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามก็ดีที่ผู้บริโภคมองว่าฉลากที่รัฐให้การสนับสนุนหรือมีหลายภาคส่วนมาเกี่ยวข้องนั้นมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเข้าถึงข้อมูลต่างๆได้ง่ายขึ้น ทำให้เกิดความโปร่งใสของข้อมูลมากขึ้นกว่าแต่ก่อนและสามารถสืบย้อนหาที่มาของข้อมูลได้ ในส่วนของภาครัฐเอง การเป็นภาคการบริโภคขนาดใหญ่ทำให้มีแนวโน้มว่าภาครัฐจะดำเนินนโยบายการตลาดสีเขียวได้ ยกตัวอย่างประเทศฝรั่งเศสที่ได้วางแผนจะกำหนดกฎหมายบังคับให้ผลิตภัณฑ์ต้องมีการแสดงข้อมูลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพราะถือเป็นสิทธิของผู้บริโภค ในอนาคต Liazzat การดำเนินการเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์จะได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น และอาจมีการผนวกประเด็นเรื่องสังคมเข้าไปด้วย อีกทั้งเรื่องของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะนำมาใช้ในด้านการให้ข้อมูลมากยิ่งขึ้น สิ่งที่ UNEP ได้ดำเนินการไปแล้วได้แก่

- UNEP/SETAC Life cycle initiative จัดทำ comprehensive sustainability indicators
- UNEP-SCBI จัดทำ นิยามและการวัดความยั่งยืนของอาคาร
- ภาคอาหาร มีการจัดมาตรฐานด้านอินทรีย์ในระดับภูมิภาคเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน
- UNEP และ GRI ร่วมกันส่งเสริมมาตรฐานสากลในเรื่องการรายงานด้านเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR reporting standards)
- Tourism sustainability Council จัดทำมาตรฐานสากลเกี่ยวกับความยั่งยืนของภาคการท่องเที่ยว (Global Tourist Sustainability standards)
- ดำเนินโครงการเรื่องฉลากสิ่งแวดล้อม โดยการส่งเสริมความสามารถและกำหนดแผนที่นำทาง (Roadmap) ในด้านความร่วมมือระหว่างฉลากสิ่งแวดล้อม

## 2.1.2 ISO 14020 Standards

วิทยากร: Janine Braumann (Federal Environmental Agency, Germany)

Janine เล่าถึงจุดกำเนิดของ ISO 14020 (Environmental Labels) ว่าเนื่องจาก ISO พบว่าฉลากสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในช่วงปี 1989 นั้นมีความหลากหลาย จึงได้มีการจัดตั้ง Strategic Advisory Group on the

Environment (SAGE) ขึ้นในปี 1990 ซึ่งในรายงานของ SAGE ระบุว่าคณะกรรมการวิชาการ ISO คณะที่ 207 (ISO/TC 207) ซึ่งเป็นผู้จัดทำมาตรฐาน ISO 14000 series ได้รับการแต่งตั้งเมื่อปี 1993 นั้นมีคณะอนุกรรมการวิชาการคณะที่ 3 (SC 3) เป็นผู้จัดทำมาตรฐานด้านฉลากสิ่งแวดล้อม

ISO 14000 เป็นอนุกรมมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม จัดทำโดยคณะกรรมการวิชาการ (Technical Committee หรือ TC) คณะที่ 207 (ISO/TC 207) อนุกรมมาตรฐานนี้ประกอบด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ โดยในแต่ละด้านจะมีคณะอนุกรรมการ (Subcommittee หรือ SC) ของแต่ละด้าน ดังนี้

- Environmental Management Systems ดูแลโดย ISO/TC 207/SC 1
- Environmental Auditing ดูแลโดย ISO/TC 207/SC 2
- Environmental Labelling ดูแลโดย ISO/TC 207/SC 3
- Environmental Performance Evaluation ดูแลโดย ISO/TC 207/SC 4
- Life Cycle Assessment ดูแลโดย ISO/TC 207/SC 5

#### ISO 14020 Environmental labels and declarations

เป็นมาตรฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมและการแสดงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งในมาตรฐานนี้ระบุเกี่ยวกับข้อกำหนดสำหรับการสื่อสารข้อมูลได้อย่างชัดเจน เป็นมาตรฐานที่จัดทำขึ้นเมื่อปี 1998

หลักการของ ISO 14020 มีทั้งหมด 9 ข้อ ได้แก่

- การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง (Accurate information)
- การป้องกันไม่ให้เกิดการอุปสรรคต่อการค้า (Preventing trading obstacles)
- สามารถตรวจวัดได้ (Verifiable methods)
- การให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Information for interested parties)
- พิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Considering the life cycle of the product)
- หลีกเลี่ยงการขัดขวางนวัตกรรม (Avoiding innovation inhibitions)
- ความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ (Practicing moderation)
- เปิดรับข้อคิดเห็น (Open consultation)
- ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค (Information for purchasers)

ISO 14020 แบ่งฉลากสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 (Type I Eco-label) เป็นฉลากที่เน้นใช้กับผู้บริโภครายบุคคลและระดับองค์กร ซึ่งเป็นการกำหนดเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม มักเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อสีเขียว มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย เป็นฉลากที่มีการรับรองโดยบุคคลที่สาม และเน้นการมีส่วนร่วมของหลายภาคส่วน ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งนั้นจะดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 14024 ซึ่งได้ให้รายละเอียดแนวทางว่าองค์กรรูปแบบใดที่สามารถจัดทำเกณฑ์กำหนดของฉลากสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์ และคำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาจัดทำเกณฑ์ การพัฒนาเกณฑ์กำหนดด้านสิ่งแวดล้อม การทดสอบผลิตภัณฑ์ และการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ หลักการของ ISO 14024 มีดังนี้

- เป็นโปรแกรมภาคความสมัครใจ (Voluntary nature of the program)
- รับฟังความคิดเห็น (Consultation)
- มีการตรวจประเมินความสอดคล้อง (Compliance and verification)
- ความโปร่งใส (Transparency)
- ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
- เกณฑ์กำหนดด้านสิ่งแวดล้อมมีหลักการทางวิทยาศาสตร์รองรับ (Scientific basis of product environmental criteria)
- การพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life cycle consideration)
- อายุของข้อกำหนดและระยะเวลาในการทบทวน (Period of validity/ review period)

ในส่วนการตรวจประเมินและให้การรับรองนั้น ควรดำเนินการตาม ISO/IEC Guide 65 General requirements for bodies operating product certification systems

#### 1. ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 2 (Type II Eco-label)

เป็นฉลากประเภทรับรองตัวเอง (Self declaration) ว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดำเนินการตาม ISO 14021 ซึ่งความรับผิดชอบต่อข้อมูลทั้งหมดเป็นหน้าที่ของผู้รับรองตนเอง ฉลากประเภทนี้มุ่งเน้นในการสื่อสารกับผู้บริโภคสุดท้าย (end users) ส่วนใหญ่จะเป็นการให้ข้อมูลสิ่งแวดล้อมเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง

#### 2. ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 3 (Type III Eco-label)

เป็นฉลากที่ดำเนินการตาม ISO 14025 โดยเน้นการใช้สื่อสารกับผู้ใช้งานในกลุ่มการค้าและอุตสาหกรรม รวมถึงผู้บริโภคสุดท้าย ซึ่งสามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์และบริการทุกประเภท การให้ข้อมูลจะเป็นเชิงปริมาณโดยอาศัยหลักการประเมินวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life cycle assessment หรือ LCA) ซึ่งจำเป็นต้องมีบุคคลที่สามารถเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

### 2.1.3 The Evolution of Environmental Labelling and History of Sustainable Consumption

วิทยากร: Liazzat Rabbiosi (UNEP) และ Linda W.P.Ho (Green Council, Hong Kong, China)

ในยุค 1970 ประชาชนเริ่มกังวลเกี่ยวกับมลพิษทางสิ่งแวดล้อมจากโรงงานอุตสาหกรรม จากปัญหาระดับท้องถิ่นสู่ระดับโลก จึงได้มีการดำเนินการโดยกำหนดนโยบายจัดการปัญหาที่แหล่งกำเนิด ต่อมาในช่วงปี 1980 มีการพูดถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกิดจากการผลิตและการบริโภค และเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับการบริโภคอย่างมีสติ ในช่วงนั้นจึงเกิดมีนโยบายเกี่ยวกับการป้องกันมลพิษ (Pollution prevention) และการผลิตที่สะอาด (Cleaner production หรือ CP) ในปี 1978 ประเทศเยอรมนี จัดตั้งฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง เรียกว่า Blue Angel ขึ้น โดยเน้นหลักการของธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อมและการเป็นเครื่องมือภาคความสมัครใจ

ส่วนการบริโภคอย่างยั่งยืนนั้น เริ่มขึ้นในปี 1992 เมื่อ UNCED พบว่า Cleaner production ไม่ใช่แนวทางของความยั่งยืน ทั้งนี้ใน Chapter 4 ของ Agenda 21 มีการกล่าวถึงการเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคโดยมีกฎแ

สำคัญคือการป้องกันมลพิษ (Pollution prevention) และฉลาก (Labelling) ต่อมาก็เกิดกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นใน UNEP การจัดทำรายการวงจรชีวิต (Life cycle inventory)

วิวัฒนาการเกี่ยวกับกระแสสีเขียว (Green wave) แบ่งเป็น 4 ช่วง ตั้งแต่ช่วงปี 1970 ถึงปัจจุบัน

- ช่วงแรก (ปี 1970 – 1985) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริโภค การรีไซเคิล และการเกิดขึ้นของ Blue Angel
- ช่วงที่สอง (ปี 1986 – 2000) เป็นกระแสเกี่ยวกับหลักการการจัดตั้งองค์กรเกี่ยวกับผู้บริโภค Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) และการค้าที่เป็นธรรม (Fair trade)
- ช่วงที่สาม (ปี 2001 - 2010) ระดับความสนใจในเรื่องการบริโภคยั่งยืนได้รับความสนใจมาก เนื่องจากเป็นช่วงที่มี การใช้ Internet การให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การให้ข้อมูลด้านการตลาดเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งกระแสเรื่อง climate change เกิดขึ้นในช่วงนี้ด้วย
- ช่วงที่สี่ (ตั้งแต่ปี 2011 เป็นต้นไป) เป็นยุคที่ได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีการสื่อสาร สมาร์ทโฟน การค้าปลีก ผู้จัดซื้อ ซึ่งระดับความสนใจเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืนมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การเกิดขึ้นของฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งทั่วโลก แบ่งออกเป็นสามช่วง ซึ่งช่วงที่มีฉลากเกิดขึ้นมากคือช่วงปี 1988 – 1994

## 2.2.4 Introduction of GEN and its function

วิทยากร: Linda W.P. Ho (Green Council, Hong Kong, China)

เครือข่ายฉลากสิ่งแวดล้อมโลก (Global Ecolabelling Network, GEN) เป็นสมาคมไม่แสวงหาผลกำไร (Non-profit association) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1994 ประกอบไปด้วยองค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 (Type I Ecolabelling) ซึ่งดำเนินการตาม มาตรฐาน ISO 14024 ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 นั้นเป็นโปรแกรมภาคความสมัครใจ เกณฑ์มาตรฐานประกอบด้วยหลายเกณฑ์ด้วยกัน โดยการทำหนดเกณฑ์อาศัยหลักการพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิต (Life cycle consideration) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งการดำเนินการพัฒนาเกณฑ์ต่างๆจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส เป็นอิสระ โดยการให้การร้องต่อกระทําโดยบุคคลที่สาม โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้แก่ผู้บริโภคซึ่งยึดถือตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ เพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การดำเนินการด้านฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 ของประเทศสมาชิกเครือข่ายฉลากสิ่งแวดล้อมโลก นั้นเป็นไปในรูปแบบต่างๆกัน ได้แก่ การดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานกึ่งภาครัฐ (quasi-governmental bodies) องค์กรภาคเอกชน สมาคม สถาบัน และสภา ซึ่งหน่วยงาน/องค์กรที่เป็นสมาชิกของ GEN จะดำเนินการตามพันธกิจของ GEN โดยจะมีการติดตามตรวจสอบอยู่เสมอ ปัจจุบัน (ณ สิ้นปี 2554) GEN ประกอบด้วยสมาชิกทั้งสิ้น 28 หน่วยงาน และ 3 สมาชิกร่วม (associate member) กระจายอยู่ใน 45 ประเทศทั่วโลก รายชื่อหน่วยงานที่เป็นสมาชิกสามารถดูได้จาก [www.globalecolabelling.net](http://www.globalecolabelling.net)



GEN มีคณะกรรมการบริหาร ทั้งหมด 7 คน ผู้ทำหน้าที่ประธานกรรมการและกรรมการบริหารเครือข่าย  
ฉลากสิ่งแวดล้อมโลกมาจากการเลือกตั้งของสมาชิกทุกๆ 1 ปี

## สาเหตุ 5 ประการในการก่อตั้ง GEN

1. World summit on sustainable development recommendations/Guidance มีการกำหนดทิศทางของ  
การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืนให้เกิดการพัฒนาโดยการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือ

2. International business and trade issues ประเด็นเรื่องการทำธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศที่นับวัน  
จะเพิ่มสูงขึ้น ฉลากสิ่งแวดล้อมจึงต้องไม่ก่อให้เกิดการกีดกันทางการค้าและไม่ขัดกับหลักการของ WTO

3. Significant attention to environmental issues ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจและถูกนำมา  
เป็นเรื่องระบียบวาระของภาคการผลิต ตลอดจนภาครัฐ เช่น การจัดซื้อสีเขียว (green procurement) การ  
ออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-design) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร

4. ISO 14020 series standards development หลังจากที่มีการจัดทำมาตรฐาน ISO 14020 ขึ้นนั้นมีเพียง  
ภาคอุตสาหกรรมที่ดำเนินการกันเอง

5. Global growth of Ecolabelling มีหน่วยงานที่ดำเนินการฉลากสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นเรียงลำดับตามปีดังนี้  
ปี 1978 - เยอรมนี

ปี 1988/1989 - แคนาดา ญี่ปุ่น แคนาดา ญี่ปุ่น แคนาดา ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

ปี 1990/1991- ออสเตรเลีย อินเดีย นิวซีแลนด์ สวีเดน

ปี 1992 - ไต้หวัน เดนมาร์ก สหภาพยุโรป ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ สิงคโปร์ สเปน

ปี 1993 - บราซิล โครเอเชีย อิสราเอล และไทย

ปี 1994 - จีน และสาธารณรัฐเชค

ในช่วงก่อตั้ง GEN จึงมีหน่วยงานจากประเทศข้างต้นเข้าร่วมเป็นสมาชิก

## ภารกิจของเครือข่ายฉลากสิ่งแวดล้อมโลก

- ให้บริการสมาชิกฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่ 1 และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนาและส่งเสริม  
ผลิตภัณฑ์และความน่าเชื่อถือของฉลากสิ่งแวดล้อมทั่วโลก
- ส่งเสริมด้านความร่วมมือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความกลมกลืนกันระหว่างสมาชิกและ  
โปรแกรมฉลากสิ่งแวดล้อมอื่นๆ
- มีส่วนร่วมในเวทีระดับนานาชาติเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมงานด้านฉลากสิ่งแวดล้อม และสนับสนุน  
ให้เกิดอุปสงค์และอุปทานสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## วิวัฒนาการของ GEN

ช่วงเริ่มต้น (ปี 1994-1998) เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน ระเบียบวิธีปฏิบัติ และ  
การจัดทำข้อกำหนด สนับสนุนข้อมูลประสบการณ์การทำงานจริงเพื่อประกอบการจัดทำ ISO standards และ  
หารือร่วมกันในเบื้องต้นเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างประเทศ

ช่วงปี 1998 -2003 สมาชิก GEN ยังแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารโดยเน้นเรื่องกลยุทธ์ฉลากสิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ สมาชิกมีการสนับสนุนข้อมูลผลจากการนำหลักการของ ISO ไปฝึกปฏิบัติ และยอมรับการนำหลักการของ ISO 14024 ฉบับสุดท้ายนำไปยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศเช่นการทำ Mutual recognition agreement (MRA) ระหว่างสมาชิก และเริ่มมีการพูดถึงกระบวนการรับรองระบบคุณภาพการดำเนินงานของหน่วยงานสมาชิก เรียกว่า GEN's Internationally Coordinated Ecolabelling System หรือ GENICES

ตั้งแต่ปี 2004 เป็นต้นมา GEN ให้ความสำคัญกับงานใน 3 ด้านดังนี้

1. Capacity building เสริมสร้างความรู้ ความสามารถให้แก่สมาชิก และหน่วยงานที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิก โดยการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ มีการเชิญหน่วยงานที่สนใจเข้าร่วมในการประชุมและงานต่างๆของ GEN

2. Internal cooperation ความร่วมมือภายในระหว่างสมาชิก เช่น การทำข้อตกลงร่วม (MRA) การทำ common core criteria การให้ความช่วยเหลือในการพัฒนา/ปรับปรุงข้อกำหนด เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน (Harmonization)

3. External promotion and relations การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่หน่วยงานภายนอก โดยมีเป้าหมายเป็นหน่วยงานราชการ องค์กรระหว่างประเทศ และภาคอุตสาหกรรม ให้เกิดการนำฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งไปใช้ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นที่รู้จักและยอมรับในบริบทของสากลในฐานะที่ฉลากเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมที่ GEN กำลังดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องนี้ เช่น การปรับปรุงข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ GEN การจัดทำ e-newsletter การเข้าร่วมในงานประชุมสัมมนาที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่องานด้านฉลากสิ่งแวดล้อม จัดเวทีเสวนาเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับฉลากสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่รู้จัก ส่งเสริมให้ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมสำหรับองค์กรระดับต่างๆ

GEN มีการเข้าร่วมใน international forum อย่างสม่ำเสมอ เช่น ISO, IEC, UNEP, UNCTAD, OECD, ISEAL Alliance และได้รับเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในโครงการระดับสากล เช่น UNEP Ecolabelling Project

#### Global Ecolabelling Network's Internationally Coordinated Ecolabelling System (GENICES)

เป็นระบบการปฏิบัติงานที่ถือเป็นมาตรฐานที่ GEN กำหนดขึ้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการด้านฉลากสิ่งแวดล้อมที่เป็นสากล และสอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 14024 และ ISO/IEC Guide 65 ด้วยกระบวนการ peer review ระบบการปฏิบัติงานของสมาชิก โดยคณะกรรมการบริหารของ GEN

หน่วยงานที่ได้รับการรับรองระบบการปฏิบัติงาน (GENICES) จะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการให้การรับรองฉลาก ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการส่งออกสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และช่วยลดปัญหาการกีดกันทางการค้า ปัจจุบันมีหน่วยงานของประเทศสมาชิก GEN ที่ได้รับการรับรองระบบการปฏิบัติงานแล้วทั้งสิ้น 13 หน่วยงาน ได้แก่

1. The New Zealand Ecolabelling Trust ประเทศนิวซีแลนด์
2. TerraChoice Environmental Marketing ประเทศแคนาดา
3. Environment and Development Foundation ประเทศไต้หวัน
4. Czech Ecolabelling Agency สาธารณรัฐเช็ก
5. Thailand Environment Institute ประเทศไทย
6. Green Council เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน
7. Swedish Society for Nature Conservation (SSNC) ประเทศสวีเดน
8. Korea Eco-Products Institute-KOECO ประเทศเกาหลีใต้
9. St. Petersburg Ecological Union ประเทศรัสเซีย
10. Singapore Environment Council ประเทศสิงคโปร์
11. China Environmental United Certification Center Co., Ltd. สาธารณรัฐประชาชนจีน
12. The Standards Institute of Israel ประเทศอิสราเอล
13. Japan Environment Association (JEA) ประเทศญี่ปุ่น

#### 2.2.5 The structure and mechanism of a Type I Ecolabelling scheme

วิทยากร: John Polak (Expert, Former GEN Chairman, Canada Eco-labelling Programme)

ลักษณะเฉพาะของฉลากสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นได้ทั้งภาคบังคับหรือสมัครใจ
- ประเภทของฉลากเป็นได้ทั้งลักษณะของข้อมูล (Information) การแบ่งลำดับขั้น (Rating) การแสดงถึงการเป็นผู้นำทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental leadership)
- ฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งเป็นภาคความสมัครใจ ใช้หลักการพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ มีความเป็นอิสระ และครอบคลุมหลายภาคส่วน

การจัดตั้งฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. Take stock พิจารณาสถานะการณื่อด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และนโยบายสาธารณะ

- กำหนดวัตถุประสงค์ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การค้า
- พิจารณาทางเลือกว่า
  - จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นโปรแกรมระดับประเทศ หรือระดับภูมิภาค
  - ความสามารถในการทำตามเกณฑ์ของตลาดส่งออก
  - การนำเกณฑ์กำหนดของต่างประเทศมาใช้
  - การจำกัดขอบเขตว่าจะเปิดกว้างหรือไม่อย่างไร
  - ฉลากสิ่งแวดล้อมอื่นๆ
  - แหล่งเงินทุน ผู้เชี่ยวชาญ ความรู้และความต้องการของลูกค้า

- เมื่อพิจารณาทางเลือกแล้วตัดสินใจว่าควรจะดำเนินการต่อหรือไม่

## 2. Lay the foundation

2.1 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ นโยบายประเทศและจัดลำดับความสำคัญ วัตถุประสงค์ทางด้าน สิ่งแวดล้อม ข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์เพื่อหากลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลสิ่งแวดล้อม สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม ประเด็น สิ่งแวดล้อมที่สำคัญ โครงสร้างทางด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ และบริบทเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะด้าน สิ่งแวดล้อม

2.2 สรุปข้อมูลสำคัญที่รวบรวมได้ในข้อ 2.1 เพื่อนำไปกำหนดทางเลือกและกำหนดโครงสร้างและแหล่งทุน

## 3. Designing the program

ออกแบบโปรแกรมซึ่งเหมาะสมกับบริบทของประเทศให้มีความน่าเชื่อถือ มีประสิทธิภาพ ไม่ส่งผลกระทบทางด้าน การค้า เป็นที่ยอมรับ และชักจูงให้เกิดการมีส่วนร่วม

กิจกรรมหลักที่ควรมีได้แก่

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (category selection)
- การพัฒนาข้อกำหนด (criteria development)
- การให้การรับรอง (certification)
- การสื่อสาร (communication)

การเลือกผลิตภัณฑ์ (Category selection)

- ควรมีการจัดทำแบบสำรวจความสนใจของผู้ประกอบการ
- คิดวิธีการวัดระดับความแตกต่างในด้านการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม
- ออกแบบกระบวนการในการพิจารณาระดับของผลิตภัณฑ์ในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจ

การพัฒนาข้อกำหนด

- จัดทำวิธีการพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
- กำหนดความเข้มของเกณฑ์ เช่น ประมาณ 20% ของตลาดสามารถทำตามได้
- กำหนดคุณสมบัติของผู้จัดทำข้อกำหนด และผู้เชี่ยวชาญ
- ออกแบบการทำประชาพิจารณ์
- หลีกเลี่ยงประเด็นเรื่องการกีดกันทางการค้า

การให้การรับรอง เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีการจัดทำข้อกำหนดแล้ว สิ่งที่ต้องดำเนินการได้แก่

- กำหนดกระบวนการตรวจประเมิน
- กำหนดอัตราค่าธรรมเนียม
- กำหนดคุณสมบัติของผู้ตรวจประเมิน
- ออกแบบสัญญาการใช้ฉลาก

- จัดทำโปรแกรมการตรวจติดตาม

กระบวนการสื่อสาร เป็นกระบวนการเพื่อสร้างความตระหนัก เพิ่มอุปสงค์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง และโน้มน้าวให้ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์มาขอรับการรับรองฉลาก จึงควรมีสิ่งต่อไปนี้

- มีการออกแบบโปรแกรมการสื่อสารกับสาธารณะ
- ออกแบบการสำรวจความตระหนักและการรับรู้เกี่ยวกับฉลากสิ่งแวดล้อม
- พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอุปสงค์และอุปทาน
- ออกแบบวิธีการขาย
- ออกแบบเว็บไซต์

#### 4. Developing the business plan

- ควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์ กระบวนการ กรอบระยะเวลา และการประเมินความก้าวหน้า
- โดยทั่วไปจะประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ โปรแกรมและรูปแบบการนำเสนอ การประเมินตลาด แผนการเงิน กลยุทธ์การสื่อสาร SWOT และโครงสร้างของโปรแกรม

#### 5. Implementing the program

การจะดำเนินการโปรแกรมให้สำเร็จ จำเป็นต้องมีเงินทุนสนับสนุน ผู้เชี่ยวชาญ และระบบโครงสร้างพื้นฐาน จากนั้นให้ดำเนินการตามกระบวนการที่วางไว้ ตั้งแต่การเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ การพัฒนาข้อกำหนด การให้การรับรอง การออกใบอนุญาต การตรวจติดตาม อย่างไรก็ตาม โปรแกรมควรจะมีการยืดหยุ่น และตอบสนองต่อความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการดำเนินการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของภาคอุปสงค์และอุปทาน และคอยติดตามการพัฒนาในระดับสากลด้วย

#### 2.2.6 How to develop and revise product criteria

วิทยากร: John Polak (Expert, Former GEN Chairman, Canada Eco-labelling Programme)

John บอกถึงวัตถุประสงค์ของฉลากสิ่งแวดล้อม (Purpose of Ecolabelling) ว่าเป็นการให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้แก่ผู้บริโภค โดยอาศัยกลไกทางการตลาด ผลักดันให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงทางด้านสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาว่าฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือทางการตลาด ในการพัฒนาข้อกำหนดจึงต้องพิจารณาถึงจำนวนประชากรซึ่งในนี้หมายถึงจำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องตลาดและทำเกณฑ์ที่มีผลิตภัณฑ์ 20% ในท้องตลาดสามารถทำตามได้ ทั้งนี้เมื่อเวลาผ่านไปควรมีการทบทวนเพื่อปรับเกณฑ์ให้เหมาะสม กล่าวคือสัดส่วนประชากรผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดยังคงเป็นสัดส่วนตามที่ตั้งไว้ ในเรื่องของความเข้มงวดของการพัฒนา (Progression of stringency) ทางทฤษฎีพบว่าระยะเวลาที่เหมาะสมกับการพิจารณาทบทวนเกณฑ์ข้อกำหนดเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ปี

โดยทั่วไป มาตรฐานแบ่งออกเป็นสามประเภทคือ Process standards, Design standards และ Performance standards ฉลากสิ่งแวดล้อมนั้นจัดเป็น Performance standard

ในการพัฒนาเกณฑ์กำหนดของฉลากสิ่งแวดล้อม มีสิ่งที่จะต้องดำเนินการดังนี้

- การวิจัยข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตลอดวงจรชีวิต รวมถึงการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อให้สามารถระบุคุณลักษณะที่แตกต่างได้
- การรวบรวมข้อมูลพื้นฐานต่างๆ
- จัดตั้งคณะกรรมการทบทวนข้อมูล (Review committee)
- อาจนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life cycle assessment) หรือ การพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life cycle consideration หรือ Life cycle thinking) ตั้งแต่ช่วงการได้มาซึ่งวัตถุดิบ การผลิต การขนส่งผลิตภัณฑ์ การใช้งาน และการทิ้งผลิตภัณฑ์

เกณฑ์กำหนดที่ใช้ อาจเป็นในรูปแบบต่างๆ ได้แก่

- Threshold เกณฑ์ค่าที่ยอมรับได้
- Load points การให้คะแนนตามปัจจัย เช่นการพิจารณาให้ค่าน้ำหนักตามระดับความสำคัญ
- Exclusion lists เกณฑ์กำหนดไม่ให้มี
- Product performance เกณฑ์กำหนดด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

เกณฑ์ที่ใช้กำหนดสามารถเป็นแบบใดแบบหนึ่งหรือมีทุกแบบในข้อกำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์ก็ได้ ส่วนประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อมที่นำมาออกเกณฑ์กำหนดอาจเป็นได้ทั้งประเด็นสิ่งแวดล้อมประเด็นเดียวหรือหลายประเด็นก็ได้

ขั้นตอนต่อไปของการจัดทำร่างข้อกำหนดคือการระดมความคิดเห็นจากภายนอก ก่อนจะนำมาสรุปเป็นร่างฉบับสุดท้าย ก่อนที่จะตีพิมพ์หรือประกาศใช้อย่างเป็นทางการต่อไป

## 2.2.7 How to certify products against product criteria

วิทยากร: Dr Chaiyod Bunyagidj (Vice President, Thailand Environment Institute)

กิจกรรมการให้การรับรองผลิตภัณฑ์เป็นหนึ่งในสี่กิจกรรมหลักของฉลากเขียวซึ่งประกอบไปด้วยการจัดทำข้อกำหนด การให้การรับรองผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ และความร่วมมือระหว่างประเทศ

มาตรฐานที่ใช้อ้างอิงในการให้การรับรองได้แก่

- ISO/IEC Guide 67: 2004 Conformity assessment-Fundamentals of product certification เป็นหลักเกณฑ์ระเบียบวิธีปฏิบัติและการจัดการในการประเมินความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์
- ISO/IEC Guide 65: 1996 General requirement for bodies operating product certification system เป็นข้อกำหนดทั่วไปสำหรับหน่วยรับรองผลิตภัณฑ์ เป็นหลักเกณฑ์/แนวทางให้หน่วยรับรองใช้ประเมินความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์
- ISO/IEC 19011: 2002 เป็นแนวทางในการตรวจประเมินด้านคุณภาพ และ/หรือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

### ลักษณะของการให้การรับรองผลิตภัณฑ์ (Product certification scheme)

- เลือกสุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม
- การตรวจตัวอย่าง สามารถใช้การทดสอบ (testing) การสำรวจ (Inspection) การตรวจแบบ (design appraisal) การประเมินด้านบริการ
- การประเมินจากเอกสาร
- การให้การรับรอง การออกใบอนุญาต ต่ออายุ พักใช้ และเพิกถอน
- หลักเกณฑ์ในการใช้ฉลาก/ใบอนุญาต
- การตรวจติดตาม (Surveillance) เป็นได้ตั้งแต่
  - การสุ่มตัวอย่างจากตลาดมาทดสอบ
  - การสุ่มตัวอย่างจากโรงงานผลิตมาทดสอบ
  - การตรวจประเมินระบบคุณภาพ ร่วมกันกับการสุ่มตัวอย่าง
  - การประเมินกระบวนการผลิตหรือบริการ

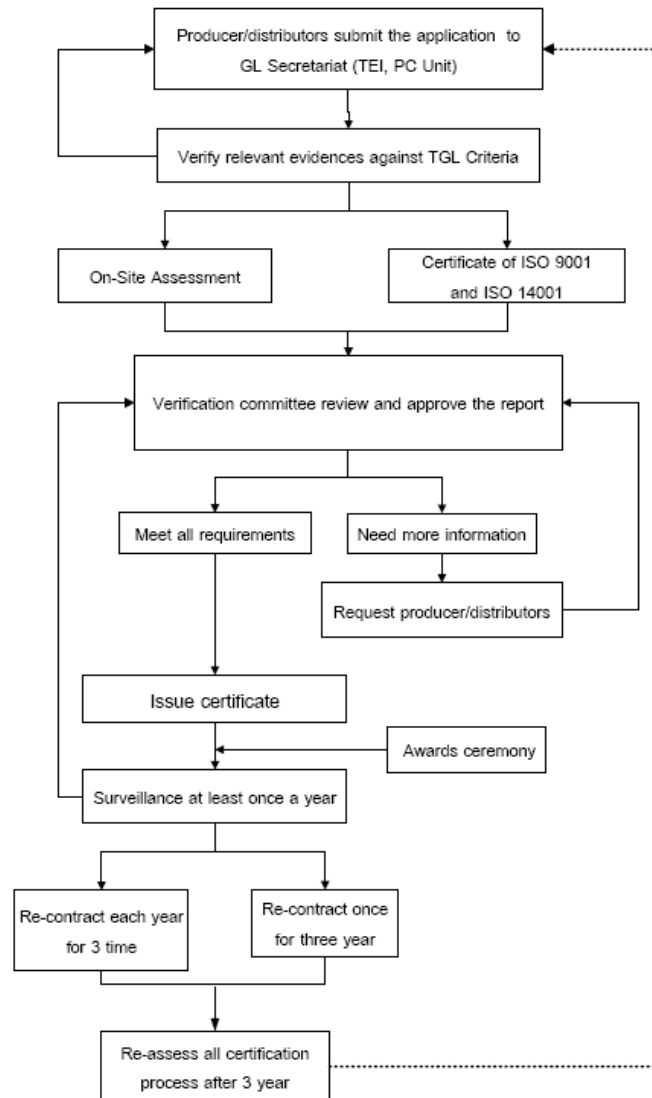
### ข้อกำหนดของ Green product แบ่งเป็น

1. ข้อกำหนดทั่วไป เป็นเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มักเป็นมาตรฐานระดับชาติ หรือมาตรฐานสากล รวมถึงการเป็นไปตามกฎหมาย
2. ข้อกำหนดเฉพาะ เป็นเกณฑ์ทางด้านสิ่งแวดล้อมบนหลักการของการพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life cycle consideration) ซึ่งจะมีการกำหนดมาตรฐานวิธีการทดสอบ

### ลักษณะของการให้การรับรองของฉลากเขียวประเทศไทย ประกอบด้วย

1. การสุ่มตัวอย่างตามหลักการของ สมอ.
2. การทดสอบ/ตรวจสอบตัวอย่าง
  - หากเป็นห้องปฏิบัติการทดสอบต้องได้รับการรับรอง ISO 17025
  - การตรวจสอบ เป็นการดำเนินการตามหลักการของ ISO 17020
3. การประเมินจากเอกสาร
  - การให้การรับรอง การออกใบอนุญาต ต่ออายุ พักใช้ และเพิกถอน
  - หลักเกณฑ์ในการใช้ฉลาก/ใบอนุญาต
  - การตรวจติดตาม (Surveillance) เป็นการตรวจประเมินระบบคุณภาพ ร่วมกันกับการสุ่มตัวอย่างจากโรงงานเพื่อส่งทดสอบ

## Product Certification Process of Thai Green Label



ทีมตรวจประเมินมีหน้าที่ประเมินความสอดคล้องของเอกสาร หลักฐานต่างๆว่าเป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนดหรือไม่อย่างไร การตรวจประเมินสถานประกอบการจะกระทำเมื่อโรงงานผลิตไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 และ ISO 14001 วัตถุประสงค์ของการตรวจประเมินสถานประกอบการคือเป็นการดูว่ามีการดำเนินการตามกฎหมายและมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่

ฉลากเขียวมีคณะกรรมการทำหน้าที่ตรวจสอบรายละเอียดความถูกต้องของเอกสาร/หลักฐานการสมัคร และเป็นคณะกรรมการที่มีอำนาจในการให้การรับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวหากผลการตรวจสอบพบว่าเป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ที่มีการยื่นขอ คณะกรรมการประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมควบคุมมลพิษ สภาอุตสาหกรรม และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย การประชุมคณะกรรมการชุดนี้จะจัดขึ้นเดือนละสองครั้ง ก่อนการประชุม คณะผู้ตรวจประเมินจะเป็นผู้รวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วนของเอกสารและรายงานผลการตรวจประเมินสถานประกอบการแก่คณะกรรมการเพื่อ



ประกอบการพิจารณาตัดสินใจให้การรับรองฉลากเขียว หลังจากให้การรับรองไปแล้ว เจ้าหน้าที่ตรวจประเมินจะดำเนินการตรวจติดตามสถานประกอบการปีละหนึ่งครั้ง

## 2.2.8 Life cycle thinking and assessment

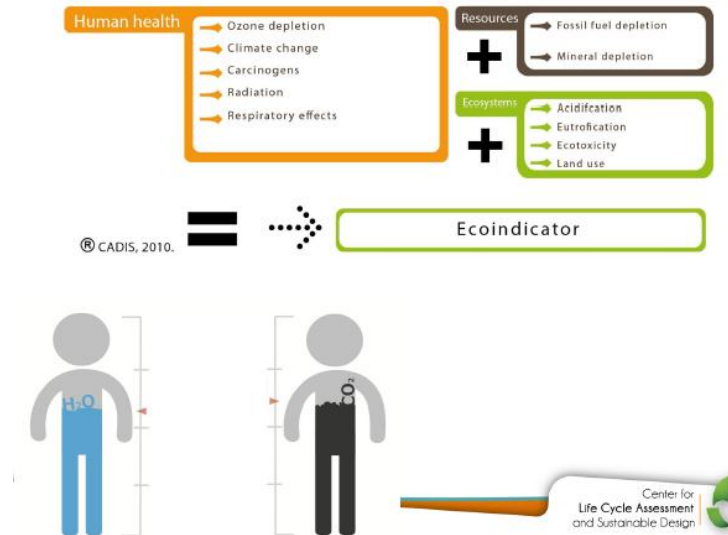
วิทยากร: Nydia Suppen (LCA and ISO Expert)

Life cycle thinking หรือการพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาเพื่อดำเนินการจัดการตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระบวนการของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้แก่

- การผลิต มีการจัดการด้วย Cleaner production
- การจัดซื้อ จะใช้การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green procurement)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใช้หลักการของการออกแบบที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม (Design for the environment)
- การบริหารจัดการ (Management) จะมีการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
- การกระจายสินค้า (Distribution) มีการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green distribution)
- การขายและการตลาด (Sales and marketing) สามารถจัดการด้วยการตลาดสีเขียว (Green marketing)

วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ได้แก่ การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การผลิต (Production) การขนส่ง (Transportation) การใช้งาน (Use) การทิ้งหลังใช้ (End of life) ปัจจุบันวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์กระจายออกไปทั่วโลก แหล่งทรัพยากรสถานที่ผลิต ประเทศปลายทางที่เป็นผู้ใช้งาน การส่งไปกำจัด/รีไซเคิล อาจเกิดขึ้นคนละประเทศ ดังนั้นการทำ LCA จึงเป็นเครื่องมือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างหนึ่งเพื่อตรวจวัดผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นแต่ละช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เกิดจนตาย (Cradle to grave) ประเด็นที่ประเมินแบ่งเป็นสามด้าน ได้แก่

1. ด้านสุขภาพของมนุษย์ จะเป็นการประเมินข้อมูลในเรื่องของ การลดลงของโอโซน (Ozone depletion) การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) การก่อมะเร็ง (Carcinogens) การแผ่รังสี (Radiation) ผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ (Respiratory effects)
2. ด้านทรัพยากร ได้แก่ การลดลงของเชื้อเพลิงซากดึกดำบรรพ์ (Fossil fuel depletion) และการลดลงของสินแร่ (Mineral depletion)
3. ด้านระบบนิเวศ ได้แก่ การเกิดฝนกรด (Acidification) การเกิดภาวะ Eutrofication ความเป็นพิษต่อระบบนิเวศ (Ecotoxicity) และการใช้ที่ดิน (Land use)

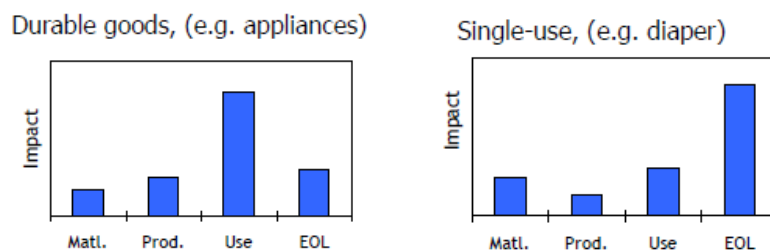


LCA นั้นดำเนินการตามหลักการของอนุกรมมาตรฐาน ISO 14040 (Environmental management - Life cycle assessment - Principles and framework) สามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ทุกประเภท การเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์สามารถทำได้บนพื้นฐานของหน่วยฟังก์ชันการทำงาน (Functional unit) ผลการทำ LCA นั้นสามารถเป็นได้ในรูปของ

- พื้นฐานข้อมูลของวงจรชีวิต (Life cycle inventory หรือ LCI) เช่นการปล่อยมลพิษ
- ผลการประเมินวงจรชีวิต (Life cycle impact assessment หรือ LCIA) เพื่อแยกผลกระทบสิ่งแวดล้อมออกเป็นหมวดหมู่
- ผลในรูปของค่าน้ำหนัก (One index) อาจได้รับอิทธิพลจากความเห็นส่วนตัว (Subjective) ขึ้นกับนโยบายที่อ้างอิง มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ และความพอใจของสังคม

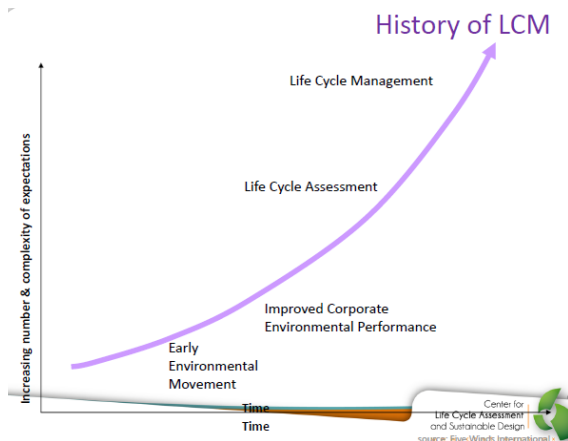
### ตัวอย่างโครงสร้างของวงจรชีวิต (Life cycle profile)

กรณีผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน (Durable goods) เช่นอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า หลักการในการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในช่วงการใช้งาน การอนุรักษ์พลังงาน การกำจัดสารพิษและส่วนประกอบอื่นที่จะทำให้เกิดความยุ่งยากซับซ้อนในการบำรุงรักษาและการปรับปรุง



ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ลักษณะการใช้งานเป็นแบบใช้ครั้งเดียว (Single-use) เช่นผ้าอ้อม ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่สำคัญจะอยู่ที่ช่วงทิ้งหลังการใช้งานเพราะก่อให้เกิดขยะ ดังนั้นควรป้องกันผลกระทบโดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถย่อยสลายได้ (Biodegradable) การกำจัดวัสดุที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหลังการกำจัด

การจัดการตลอดวงจรชีวิต (Life cycle management) มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆตามเวลา



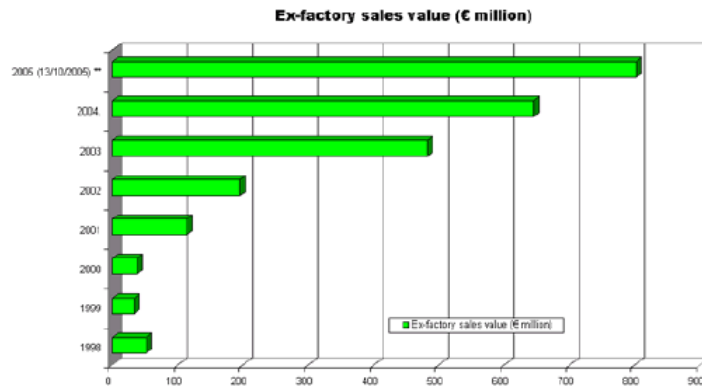
### การประยุกต์ใช้ LCA กับฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง

- LCA เป็นภาษาของความยั่งยืน และในยุคของการยืนยันด้วยฉลากเขียว (Green label declaration) เป็นภาษาของการยืนยันอย่างยั่งยืน ความโปร่งใสของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการที่จะเปลี่ยนการตลาดให้ไปในแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตและการใช้ผลิตภัณฑ์ LCA เป็นเครื่องมือที่สามารถผนวกเข้ากับฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งเพื่อป้องกันการเคลื่อนย้ายปัญหาไปยังวงจรชีวิตขั้นอื่นๆ วัสดุอื่นๆ ปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ประเทศอื่น และอนาคต
- LCA เป็นเครื่องมือช่วยกำหนดทิศทางในกำหนดนโยบาย โดยให้ความสนใจกับแผนนโยบาย ยุทธศาสตร์ การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ LCA ยังมีอิทธิพลต่อรูปแบบการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน เช่นการผลิตที่สะอาด (Clean production) ฉลากสิ่งแวดล้อม การเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

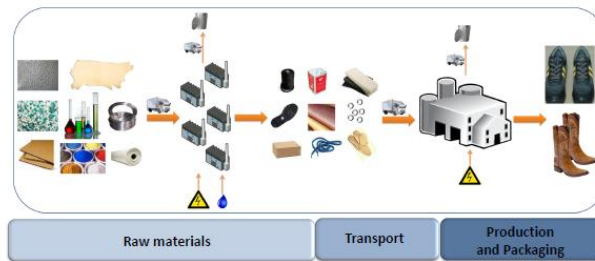
ฉลากสิ่งแวดล้อมทั้งสามประเภทตามอนุกรมมาตรฐาน ISO 14020 มีความเหมือนกันคือเป็นการให้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งนั้นใช้หลักการของการพิจารณาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์หรือ Life cycle thinking (LCT) ดังนั้นการติดฉลากสิ่งแวดล้อมที่ผลิตภัณฑ์ก็เป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภคว่าผู้ผลิตมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ข้อดีของฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งคือการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคซึ่งจะช่วยทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้รวดเร็วขึ้น

ในสหภาพยุโรป มีการทำสถิติเกี่ยวกับมูลค่าการขายสินค้า (Sales value) ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง (ฉลาก EU-Flower) โดยจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี 2005 เป็นต้นมา มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าสิบเท่าตัวเมื่อเปรียบเทียบกับปี 1998

- Example of diffusion: Evolution of sales of EU-Flower labelled products



Nydia ยกตัวอย่างการนำ LCA มาใช้กับฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง ว่าเมื่อปี 2007 EU Flower มีโครงการปรับปรุงข้อกำหนดผลิตภัณฑ์รองเท้าในเวลา 2 ปี โดยให้มีการศึกษา LCA เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาว่าควรจะปรับปรุงเกณฑ์ให้ทันสมัยได้อย่างไร

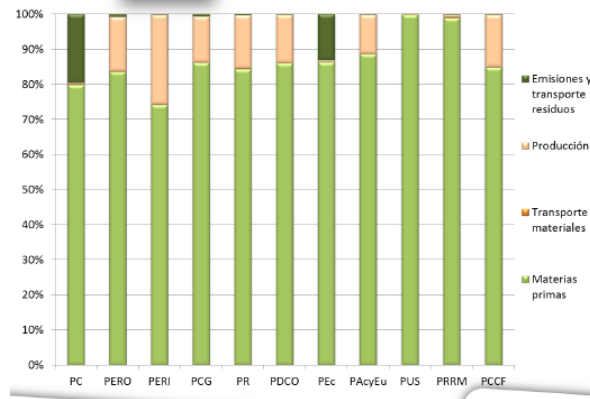


ซึ่งรายการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์รองเท้า (Life cycle inventory) แบ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากชิ้นส่วนที่เป็นองค์ประกอบของรองเท้าดังแสดงในรูป





## Life cycle impact assessment



จะเห็นได้ว่าเมื่อทำการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แล้วพบว่า การใช้วัตถุดิบเป็นช่วงที่ก่อให้เกิดผลกระทบมากที่สุด EU flower จึงได้ปรับปรุงข้อกำหนดของแต่ละช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์รองรับเท่าดังนี้

- ช่วงการได้มาซึ่งวัตถุดิบ มีการกำหนดให้ลดผลกระทบที่จะเกิดต่อประชาชนและทรัพยากร เกณฑ์ที่กำหนดนั้นยกตัวอย่างเช่น การสกัดเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้จะต้องไม่รบกวนต่อระบบน้ำใต้ดินหรือน้ำผิวดินที่มีอัตราการไหลมากกว่า 5 ลบ.ม/วินาที การกำหนดให้ยื่นรายงานการดำเนินการว่าเป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
- การเลือกวัตถุดิบ เป็นการจำกัดการใช้สารอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การกำหนดว่าวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นรองเท้าจะต้องไม่มีสารก่อมะเร็ง สารพิษ สารก่อให้เกิดการกลายพันธุ์ ฯลฯ ที่ระบุใน Directive 67/548/EEC
- กระบวนการผลิต เน้นที่การลดมลพิษจากน้ำเสีย อากาศเสีย ขยะ และลดปริมาณการใช้น้ำ เช่น การกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับการหมุนเวียนน้ำมาใช้ใหม่ (Water recycle ratio) เกณฑ์ปริมาณโลหะหนักในน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต กำหนดให้มีการคัดแยกของเสียในโรงงาน
- การใช้งาน เป็นการกำหนดให้ลดความเป็นอันตราย เช่น กำหนดปริมาณตะกั่วและแคดเมียมในสารเคลือบเงารองเท้า กำหนดให้มีคู่มือการใช้งานให้แก่ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพด้านการใช้งาน (performance)

### 2.2.9 Quality management of and standard procedures for a Type I Programme

วิทยากร: Janine Braumann (Federal Environmental Agency, Germany)

เรามักพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นส่วนเล็กน้อย ซึ่งสิ่งที่ประชาชนไม่ทราบก็คือกว่าจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นปัจจุบันมีปัจจัยและกระบวนการต่างๆที่เกี่ยวข้องมากมาย

กรณีฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งของประเทศเยอรมนี (Blue Angel) เกิดขึ้นในปี 1978 Blue Angel เป็นฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งที่เกิดขึ้นครั้งแรกในโลก โดยความร่วมมือกันของสี่หน่วยงานได้แก่

1. The Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety เป็นหน่วยงานเจ้าของฉลาก และแจ้งประชาชนเกี่ยวกับมติคณะกรรมการ (Environmental Label Jury)
2. The Federal Environmental Agency ทำหน้าที่พัฒนาข้อกำหนดผลิตภัณฑ์
3. The Environmental Label Jury เป็นคณะกรรมการอิสระที่มีหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับเกณฑ์ในข้อกำหนด ประกอบด้วยผู้แทนจากหลายภาคส่วน เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการผลิต ภาคการบริโภค หน่วยงานภาครัฐ ด้านการค้า สื่อมวลชน องค์กรอิสระ ฯลฯ
4. The RAL gGmbH เป็นหน่วยงานอิสระที่ทำหน้าที่จัดประชุมระดมความเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเกณฑ์ข้อกำหนด และเป็นหน่วยรับสมัครและให้การรับรองฉลาก Blue Angel

#### การประเมินความสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อกำหนด ได้แก่

- ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน ISO หรือมาตรฐานสากล มาตรฐานระดับประเทศ มาตรฐานระดับภูมิภาค ที่เป็นที่ยอมรับ
- วิธีการที่สามารถทดสอบแล้วให้ผลออกมาเหมือนกัน (Repeatable and reproducible methods) โดยดำเนินการตามหลักการ Good laboratory practice ที่ Blue Angel กำหนด

#### การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวของภาคสาธารณะ (Green Public Procurement หรือ GPP)

Blue Angel กลายเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทาง GPP เนื่องจากมีการนำเกณฑ์ข้อกำหนดของ Blue Angel ไปใช้ในการกำหนด specification ของสินค้าและบริการเวลาที่มีการประมูลจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เนื่องจากเกณฑ์กำหนดต่าง ๆ นั้นสามารถตรวจสอบได้โดยหลักการทางวิทยาศาสตร์ ทั้งนี้ใน EU Directive 2004/18/EC on the coordination of procedures for the award of public works contracts, public supply contracts and public service contracts มาตรา 23 ย่อหน้าที่ 6 อนุญาตให้มีการระบุเกณฑ์กำหนดฉลากสิ่งแวดล้อมลงใน specification ได้

ปัจจุบัน (ณ สิ้นปี 2011) มีจำนวนข้อกำหนดทั้งสิ้น 120 ผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมาย Blue Angel แล้วทั้งสิ้น 13,000 ผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้รัฐบาลเยอรมัน โดย The German Federal Environment Ministry ได้ริเริ่มโครงการเกี่ยวกับการปกป้องสภาพภูมิอากาศ (National Climate Initiative) โดยให้การสนับสนุนโครงการระดับชาติและระดับสากลที่จะช่วยให้เกิดการปกป้องสภาพภูมิอากาศ ซึ่งในประเทศเยอรมนีเองมีโครงการ “The Blue Angel and Climate protection – Project TOP 100” วัตถุประสงค์ของโครงการคือการขยายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพพลังงาน และเป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศในรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่มีใน Blue Angel โดยการพัฒนาและปรับปรุงข้อกำหนดประมาณ 100 ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยปกป้องสภาพภูมิอากาศ โครงการดังกล่าวใช้เวลาดำเนินการ 3 ปี (ปี 2009 – 2012)

Product Groups - Climate protection	
Low-emission and Energy-saving Gas-fired Calorific-Value Heating Devices Small-Scale Liquid-Fired Electric Ovens for Household Use Solar Collectors Soda Makers Television Sets Workstation Computers Car Sharing Wood pellet stoves Key Boards Low-Noise and Fuel-Saving Automobile Tires Technically Dried Wood Chips / Wood Pellets Net books Low-Energy Hot-Air Hand Driers Compact Hi-Fi Systems power strip with master/slave switching Electronic Ballasts for Fluorescent Lamps Household Cooker Hoods Water boilers, electric kettles Portable Computers Microwave Ovens	Digital cordless phone Espresso Machines / Coffee machines with high pressure Voice over IP Energy-Efficient Hot-Water Storage Tanks Washing machines Household Dishwashers Digital Projectors Refrigerators Router Office Equipment with Printing Function (Printers, Copiers, Multifunction Devices) Gas cooker and gas-fired cooking appliances Solar-powered Products as well as Mechanical Clocks and Torches Energy-Efficient Heat Pumps using an Electrically Powered Compressor External Thermal Insulation Composite Systems (ETICS) Energy-Efficient and Water-Saving Hand-Held and Overhead Shower Heads Photovoltaic Products Household Energy Meters Wood pellet boilers

## 2.2.10 Introduction of the Korean Eco-labeling system and green procurement



วิทยากร: Ju Yeong Kim (Environmental Standard Management Office, KEITI, South Korea)

### ประวัติความเป็นมาของ Korea Eco-label

Korea Eco-label ก่อตั้งโดย Ministry of Environment ในปี 1992 ต่อมาในปี 1994 ได้มีการกำหนดกฎหมายเกี่ยวกับ Korea Eco-labeling program อยู่ใน Act on Environmental Technology Development and Support จากนั้นในปี 1997 Korea Eco-label เข้าร่วมเป็นสมาชิก GEN

เมื่อปี 2005 ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Act on the Promotion of the Purchase of Environment-Friendly Products) ปัจจุบัน Korea Eco-label อยู่ภายใต้การดูแลของ Korea Environmental Industry and Technology Institute (KEITI) มีจำนวนข้อกำหนด สำหรับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 148 รายการ มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองแล้วทั้งสิ้น 8,040 ผลิตภัณฑ์

ฉลากที่อยู่ภายใต้การดูแลของ KEITI ได้แก่

 <p><b>Korea Eco-label</b> Type I Eco-labeling ISO14020, ISO14024 Certification of eco-products</p>	<p>1. ฉลาก Korea Eco-label</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เป็นฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่ง ดำเนินการตาม ISO 14020 และ ISO 14024</li> <li>ให้การรับรองกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> </ul>
 <p><b>Carbon Footprint Label</b> <b>Low Carbon Product Label</b> Certification of carbon footprint and low carbon products</p>	<p>2. ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และฉลากผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ให้การรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และผลิตภัณฑ์ที่ปลดปล่อยคาร์บอนต่ำ</li> </ul>

 <p><b>New Excellent Technology</b></p> <p>Verification and certification of the performance and field applicability of new technologies</p>	<p>3. New Excellent Technology (NET)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ตรวจสอบประเมินและรับรองเทคโนโลยีใหม่ๆที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้งานได้จริง</li> </ul>
 <p><b>Green Certification</b></p> <p>Certification of green technology and green projects</p>	<p>4. Green Certification</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ให้การรับรองแก่เทคโนโลยี และโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> </ul>

วัตถุประสงค์ของ Korea Eco-label ได้แก่

- ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- กระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาการผลิต และผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- เพื่อสนับสนุนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Environmental Technology and Industry Act) เนื่องจาก ในมาตรา 17 ของกฎหมายนี้ระบุให้ Ministry of Environment มีอำนาจกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน ให้ต้องได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการของ Korea Eco-label ได้แก่

1. Environmental Standard Management Office มีหน้าที่จัดทำข้อกำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์
2. Eco-label Certification Office และ Environmental Standard Management Office จะทำงานร่วมกัน

ในการให้การรับรองและการตรวจติดตาม (Surveillance)

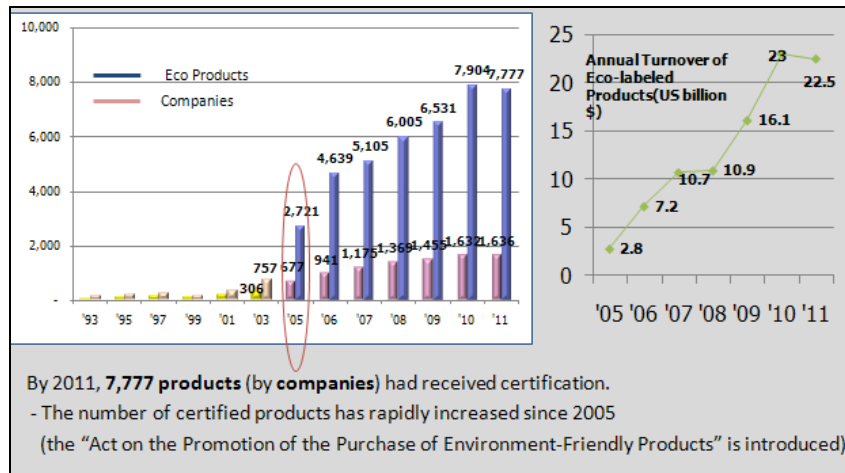
3. Green Product Promotion Office และ Green Lifestyle Spreadability Office ทำหน้าที่ในการ

ประชาสัมพันธ์ กระจายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง Korea Eco-label เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี 2005 รัฐบาลประกาศกฎหมายเกี่ยวกับการจัดซื้อสีเขียว โดยรัฐบาลให้สิทธิประโยชน์แก่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม ได้แก่

1. ได้สิทธิขึ้นทะเบียนซื้อขายกับหน่วยงานภาครัฐ
2. ได้รับคะแนนพิเศษ เมื่อมีการแข่งขันประกวดราคา
3. ได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษเมื่อมีการขายให้กับหน่วยงานท้องถิ่น (local government organizations)
4. สนับสนุนการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศ
5. ได้ขึ้นทะเบียนอยู่ในรายชื่อ Good Products ของ Office of Supply

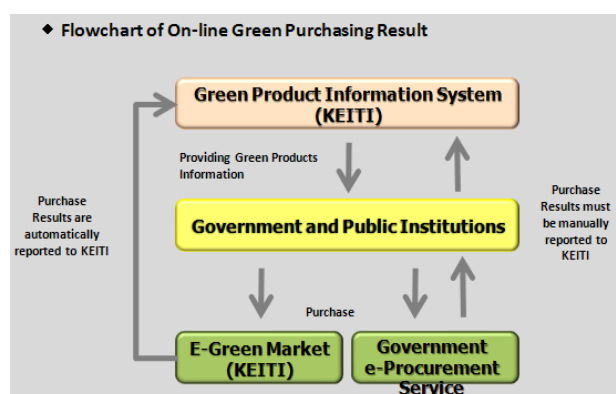




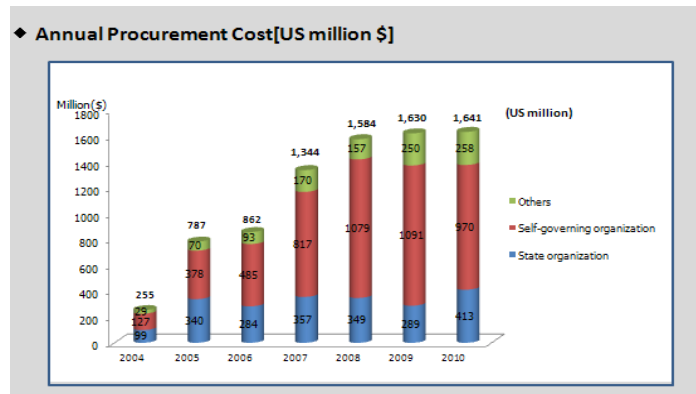
### ระบบการจัดซื้อสีเขียว (Green Procurement System)

หน่วยงานสาธารณะ (Public institutions) มีการจัดซื้อสีเขียวตั้งแต่ปี 2005 โดยภาครัฐนำระบบนี้มาใช้ บังคับให้เกิดการจัดซื้อสีเขียว ซึ่งมีทั้งที่เป็นการจัดซื้อสินค้า หรือการจัดจ้าง เช่นงานบริการทำความสะอาด หน่วยงานเป้าหมายการดำเนินการมีจำนวนทั้งสิ้น 833 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรสาธารณะ ในกฎหมายได้ กำหนดขอบเขตของ Eco products ว่าครอบคลุมถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลาก Good Recycle Mark และผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามเกณฑ์กำหนดของ Ministry of Environment

ในทุกสิ้นเดือนมกราคมของทุกปีภาครัฐจะมีการจัดทำแผนการจัดซื้อตามแนวทางที่ระบุไว้ในคู่มือ Guideline for Purchasing Green Products ผลการจัดซื้อจะประกาศในเดือนกุมภาพันธ์ของปีถัดไป โดยข้อมูล ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจะได้รับการขึ้นทะเบียนในระบบจัดซื้อบนเว็บไซต์ <http://www.greenproduct.go.kr/> นอกจากนี้ National Public Procurement Service ได้ดำเนินการเกี่ยวกับเว็บไซต์แสดงรายละเอียดและข้อมูล ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมให้แก่องค์กรสาธารณะด้วย



จากการรายงานผลการจัดซื้อสีเขียวของประเทศเกาหลีใต้ พบว่ามีมูลค่าการจัดซื้อเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อสิ้นปี 2010 พบว่ามีมูลค่าการซื้อเท่ากับ 1,641 ดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าตัว เมื่อเทียบกับปี 2005



### 2.2.11 Greenwashing: How to identify false claims

วิทยากร: John Polak (Expert, Former GEN Chairman, Canada Eco-labelling Programme)

ทุกวันนี้มีการกล่าวอ้างเกี่ยวกับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์จำนวนมาก ซึ่งวัตถุประสงค์ของการกล่าวอ้างอาจเป็นการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์หรืออาจเป็นการระบุถึงความเป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อม

John ได้พูดถึงหลักการในการหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่เป็นจริง (False claims) ได้แก่

#### 1. Avoid hidden tradeoff หลีกเลี่ยงประเด็นซ่อนเร้น ยกตัวอย่างเช่น

- ผลิตภัณฑ์ไม่ที่กล่าวอ้างเรื่องประเด็นการรีไซเคิล แต่ไม่ได้ระบุถึงผลกระทบจากกระบวนการผลิต
- ฉนวนกันความร้อนซึ่งกล่าวอ้างเกี่ยวกับประโยชน์ด้านคุณภาพอากาศแต่ไม่ได้พูดถึงประเด็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่น
- อุปกรณ์สำนักงานที่กล่าวอ้างว่าส่งเสริมการประหยัดพลังงานแต่ละเลยเรื่องการก่อกวนปัญหาคุณภาพอากาศ หรือการใช้ตลับหมึกที่มาจากการทำใหม่ (Remanufactured toner cartridges)
- สีทาบ้านที่กล่าวอ้างว่าเป็น low VOC แต่ไม่สามารถทาทดบนผนังได้

#### 2. Ensure verifiability ต้องมั่นใจว่าสามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักฐานต่างๆ ซึ่งควรมีบุคคลที่สองหรือบุคคลที่สามารถเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของสิ่งที่กล่าวอ้าง

#### 3. Be specific, avoid vagueness ระบุให้ตรงประเด็น ไม่กำกวม

คำที่มักก่อให้เกิดความสับสนหรือกำกวม เช่น

- Natural
- Chemical-free
- Sustainable
- Non-toxic
- Green
- Environmentally friendly

4. Ensure relevance ต้องมั่นใจว่าประเด็นที่กล่าวอ้างนั้นเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น
- การกล่าวอ้างบางอย่างที่ถึงแม้จะเป็นความจริงแต่ไม่ใช่ประเด็นสิ่งแวดล้อมสำคัญของผลิตภัณฑ์นั้น
  - ผู้เขียนที่กล่าวอ้างว่าเป็น CFC Free ในประเทศที่มีกฎหมายห้ามใช้ CFC อยู่แล้ว
5. Avoid promoting attributes of a product that is by definition harmful to the environment การกล่าวอ้างคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ตัวมันเองเป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว แม้ว่าสิ่งที่กล่าวอ้างนั้นจะเป็นความจริงก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น
- ผลิตภัณฑ์หรือที่กล่าวอ้างว่าเป็น organic หรือบรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุรีไซเคิล หรือมีปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ
  - ยาฆ่าหญ้า ที่กล่าวอ้างว่า Green เพราะมันสามารถย่อยสลายได้อย่างรวดเร็ว
6. Be truthful การให้ข้อมูลควรต้องมีความจริงใจและถูกต้อง อาจจำเป็นต้องมีการอธิบายเพิ่มเติมเข้าไป

## 2.2.12 The process of equivalency, confidence, mutual recognition, and needs of markets where established Type I eco-labels already operate

วิทยากร: John Polak (Expert, Former GEN Chairman, Canada Eco-labelling Programme)

### Equivalency and mutual recognition

John ให้คำจำกัดความของทั้งสองคำไว้ดังนี้

- Equivalency หมายถึง เหมือนกันทุกประการ (Identical) หรือมีความเท่าเทียมกันในเรื่องของผลลัพธ์
- Mutual recognition หมายถึง การยอมรับร่วมกันโดยไม่ต้องมีการตรวจสอบกันอีก

### ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานฉลากสิ่งแวดล้อม แบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่

1. Information exchange การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การให้ความรู้ (Capacity building)
2. Mutual confidence การให้ความมั่นใจแก่ทั้งสองฝ่าย เช่น การยอมรับผลทดสอบที่มาจากทั้งสองประเทศว่ามีเงื่อนไขเป็นไปตามที่แต่ละประเทศกำหนด
3. Mutual recognition of verification การยอมรับความสามารถในการตรวจประเมินของทั้งสองฝ่าย เช่นการทำข้อตกลงร่วมในการให้แต่ละฝ่ายสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจประเมินแทนกันได้
4. Mutual recognition of certification การยอมรับใบรับรองของกันและกัน โดยปกติแล้วจะไม่มีหน่วยงานใดทำเพราะเปรียบเสมือนการยอมรับทั้งหมด

### ประโยชน์ของ GENICES

- ช่วยให้สามารถเริ่มต้นโปรแกรมฉลากใหม่ได้เร็วขึ้น
- บริษัทที่เป็น multinational จะให้ความสนใจ
- ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผลิตภัณฑ์ที่เน้นการส่งออก
- ช่วยเพิ่มบทบาทและความสำคัญของ GEN
- ช่วยลดปัญหาเรื่องการกีดกันทางการค้าได้

GENICES เป็นภาคความสมัครใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสมาชิก ดังนั้นหน่วยงานที่จะขอการรับรองระบบการปฏิบัติงาน (GENICES) ต้องเป็นสมาชิกของ GEN เท่านั้น การตอนการสมัครและดำเนินการมีดังนี้

1. การสมัคร เอกสารประกอบการยื่นขอต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับ
  - การเลือกผลิตภัณฑ์
  - การประเมินความสอดคล้อง
  - การพัฒนาข้อกำหนด
  - การตรวจประเมินตามข้อกำหนด
  - ความโปร่งใส
  - การรักษาไว้ซึ่งความเป็นกลาง
  - การเข้าถึงข้อมูล
  - การหลีกเลี่ยงประเด็น conflict of interest
  - เอกสารอื่นๆที่ควรมี ได้แก่ รายละเอียดเกี่ยวกับการคิดค่าธรรมเนียม การรายงาน การควบคุมคุณภาพ การทำ mutual recognition การกำหนดคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่และผู้ตรวจประเมิน
2. Panel review ครั้งที่ 1 โดยคณะกรรมการบริหาร GEN
3. Site visit คณะกรรมการบริหารของ GEN จะมาตรวจประเมินหน่วยงานผู้สมัครว่ามี การดำเนินการตามหลักการของ ISO 14024 และ ISO Guide 65 หรือไม่
4. Panel review ครั้งที่ 2 โดยคณะกรรมการบริหาร GEN
5. Award ออกใบรับรอง

## 2.2.13 Policy issues related to international trade and WTO

วิทยากร: John Polak (Expert, Former GEN Chairman, Canada Eco-labelling Programme)

### Government perspective

ภาครัฐมีนโยบายอยู่ 3 ลักษณะคือ การออกกฎหมาย เศรษฐศาสตร์ และการศึกษา ผลิตาสีงแวดล้อมสามารถใช้เป็นเครื่องมือนโยบายด้านการตลาด ในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ทั้งด้าน เศรษฐศาสตร์และสิ่งแวดล้อม และเป็นเครื่องมือช่วยในการเปลี่ยนรูปแบบการตลาด (Market transformation)

### Ecolabelling and trade

เป็นข้อโต้แย้งกันมายาวนานแต่ก็ยังไม่ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนว่าผลิตาสีงแวดล้อมนั้นถือเป็น non product related production and process method (npr PPM) หรือไม่ อย่างไรก็ดี WSSD (The World Summit on Sustainable Development หรือ Earth Summit 2002) สนับสนุนการให้ข้อมูลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดให้แก่ผู้บริโภค อย่างเช่นการให้ข้อมูลบนผลิตาสีงแวดล้อม

## World Trade Organization (WTO)

มีข้อตกลงอยู่บางประการที่เกี่ยวข้องกับฉลากสิ่งแวดล้อม ได้แก่

1. GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) ความตกลงทั่วไปว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร และการค้า เป็นความตกลงระหว่างชาติเพื่อส่งเสริมประโยชน์ทางการค้าและเศรษฐกิจที่ร่วมกัน มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการค้าเสรีโดยการลดภาษีศุลกากรระหว่างชาติ ซึ่งยังมีคำถามเกี่ยวกับการใช้ข้อกำหนดของฉลากสิ่งแวดล้อมนั้น จัดเป็น npr PPM ที่ทำให้สินค้าประเทศอื่นเข้ามาขายไม่ได้หรือไม่

2. TBT (Technical Barriers to Trade) อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้าระหว่างประเทศโดยทั่วไป ได้แก่ การกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับทางเทคนิค มาตรฐานและระบบใบรับรองสำหรับสินค้าส่งออกและนำเข้า ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ GEN จึงได้มีการกำหนดมาตรฐานด้านจริยธรรม (Code of good conduct) สำหรับฉลากสิ่งแวดล้อม ไว้ดังนี้

- ไม่เลือกปฏิบัติต่อประเทศใดประเทศหนึ่ง
- ไม่ก่อให้เกิดอุปสรรคทางการค้าที่ไม่จำเป็น
- ใช้มาตรฐานที่เป็นสากล
- การกลมกลืนกัน (Harmonization) เช่นการทำ MRA
- มีการเผยแพร่ข้อมูลของโปรแกรมฉลาก

## Trade concern

GEN ได้มีศึกษาเกี่ยวกับข้อกำหนดเกี่ยวกับ npr PPM ของแต่ละประเทศสมาชิกแล้วพบว่าทุกประเทศเปิดกว้างสำหรับการเข้าถึง อีกทั้งพบว่าการศึกษาจากหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นของ OECD, UNEP, UNDP, UNCTAD ไม่ได้ระบุว่าฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งเป็นสิ่งที่สร้างปัญหาทางการค้า

## 2.2.14 Ecolabelling experiences in Sweden, coexistence of different schemes

วิทยากร: Eva Eiderstrom (Good Environmental Choice Ecolabel, Sweden)

ฉลากสิ่งแวดล้อมของประเทศสวีเดนนั้นมีต้นกำเนิดมาจาก Consumer guide on paper products ในปี 1987 และตามมาด้วย Consumer guide on everyday products ในปี 1988 ฉลากสิ่งแวดล้อมแรกที่เกิดขึ้นที่ประเทศสวีเดนคือ Good Environmental Choice ก่อตั้งขึ้นในปี 1989

ปัจจุบันฉลากสิ่งแวดล้อมที่ใช้อยู่ในประเทศสวีเดนได้แก่

1. Nordic Swan พบมากในงานบริการ และสินค้าอุปโภค
2. Bra Miljoval พบมากในสินค้าอุปโภค
3. EU Flower พบมากในสินค้าอุปโภค
4. TCO พบมากในอุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน เช่นจอคอมพิวเตอร์
5. FSC พบมากในสินค้าที่ผลิตจากไม้
6. EU organic, KRAV, MSC พบในสินค้าประเภทอาหาร

ข้อกำหนดที่สวีเดนถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ได้แก่

1. Labelling of services ได้แก่ บริการโรงแรม บริการทำความสะอาด
2. Labelling of service systems ได้แก่ การประกัน (Insurance)
3. Labelling of virtual products ได้แก่ การประกันคุณภาพ (Quality assurance)
4. Labelling of products allowing for productification of homogeneous markets ได้แก่ ไฟฟ้า และการขนส่ง
5. Labelling of product chain ได้แก่ ร้านค้าปลีก
6. Horizontal labelling ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเคมี

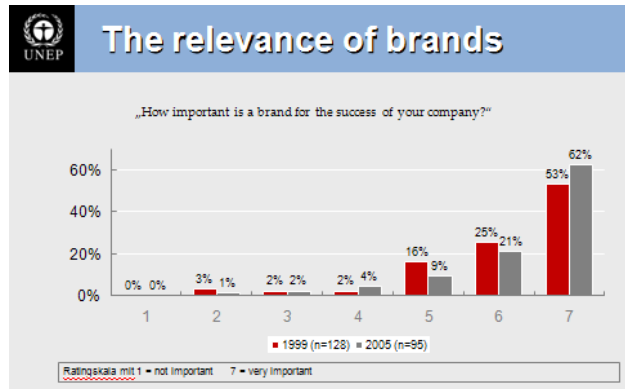
## 2.2.15 Marketing of the label

วิทยากร: Dr Martin Lichtl (Marketing Expert, Germany)

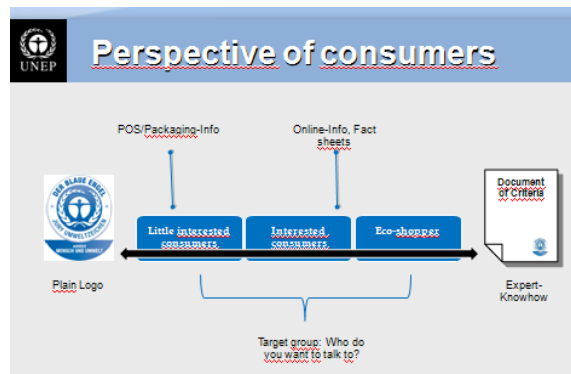
### Brand and sustainability communications

ฉลากสิ่งแวดล้อมจัดเป็นแบรนด์อย่างหนึ่ง โดยทั่วไปแล้ว แบรนด์ หมายถึงแบรนด์ขององค์กร หรือของผลิตภัณฑ์ ซึ่งกว้างขึ้นเป็น Collective brand ซึ่งไม่ได้เป็นขององค์กรเพียงอย่างเดียว แต่สามารถให้คนอื่นนำไปใช้ได้ ยกตัวอย่างเช่น ฉลากสิ่งแวดล้อม

แบรนด์ที่ดีต้องมีความเป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจน เห็นแล้วต้องทราบได้ทันทีว่าหมายถึงสิ่งใด ในแง่สังคม  
 แบรนด์เป็นสัญลักษณ์ของ Life style สิ่งสำคัญที่สุดของแบรนด์คือการสร้างความตระหนักและการเป็นที่รู้จัก  
 จากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนพบว่าร้อยละ 62 ให้ความสำคัญกับแบรนด์ และร้อยละ 53 มี  
 ความเห็นว่าทุกวันนี้เราใช้ชีวิตอยู่ในโลกที่เต็มไปด้วยแบรนด์



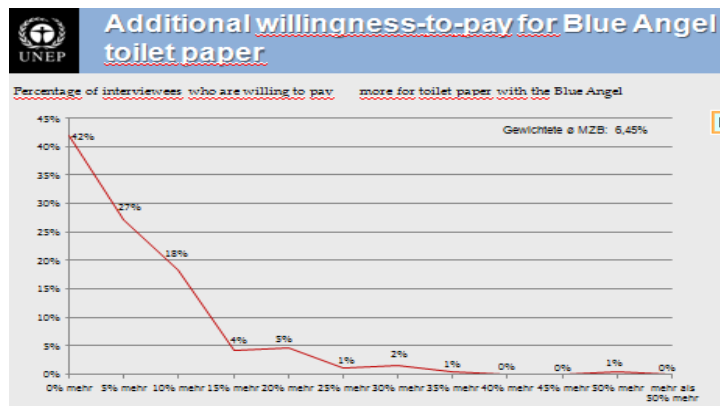
ปัจจุบันผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น และอ่อนไหวต่อประเด็นด้านสุขภาพมากพอกับมลพิษ  
 สิ่งแวดล้อม มีความรู้เกี่ยวกับความยั่งยืนอย่างเช่น Climate change, water pollution, social standard  
 นอกจากนั้นการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทำให้เกิดความโปร่งใสมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติการบริโภคที่ขอบ  
 จำกัด



การศึกษาของ Blue Angel แบ่งกลุ่มผู้บริโภคเยอรมันออกเป็นสามกลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีแนวทางในการ  
 สื่อสารแตกต่างกันออกไป ในการทำการตลาด เราจำเป็นต้องทราบว่าคนกลุ่มไหนที่เราต้องการสื่อสารด้วย  
 (target group)

ผลการศึกษาของ Dr Lichtl พบว่าประชาชนแหล่งข้อมูลที่พวกเขาไว้วางใจมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหา  
 น้อยได้แก่

1. NGOs
2. State institutions
3. Media
4. Industry/retailers



ผลการศึกษาความเห็นต่อการยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อซื้อกระดาษทิชชูที่ได้รับการรับรองฉลาก Blue Angel พบว่ามีประชาชนประมาณร้อยละ 20 ยินดีที่จะจ่ายเงินแพงขึ้น 10%

### How ecolabels are promoted?

Dr Lichtl บอกว่าเราสามารถโปรโมทฉลากสิ่งแวดล้อมได้ 3 ทางได้แก่

1. โปรโมทโดยหน่วยงานที่ดำเนินการฉลากเอง (Competent body) ปกติหน่วยงานดำเนินการฉลากต้องทำเรื่องนี้เป็นพื้นฐานอยู่แล้วในเรื่องของภาพลักษณ์ และการวางตำแหน่งของฉลากในตลาด แต่อาจสร้างการรับรู้ได้ไม่มากเพราะมีงบประมาณน้อย สิ่งที่ทำได้จะเป็นสื่อทางเว็บไซต์ social media แผ่นพับ การเขียนข่าว/บทความ ตีพิมพ์ในสื่อต่างๆ การจัดนิทรรศการ ฯลฯ



2. โปรโมทโดยคนที่ได้รับสิทธิ์ให้ใช้ฉลาก (Licenser holder) สามารถทำได้โดยการแสดงฉลากบนบรรจุภัณฑ์ การโฆษณาสินค้า





3. โปรโมทโดยการทำการตลาดโดยอาศัยความร่วมมือของอุตสาหกรรมหรือผู้ค้าปลีก (Industry/retailor) กับหน่วยงานดำเนินการฉลาก โดยทั่วไปกลุ่มของอุตสาหกรรมหรือผู้ค้าปลีกจะสร้างการรับรู้ด้วยการลงทุนจำนวนมากกับสื่อ การมีเครือข่ายของสื่อมวลชนจะช่วยให้ฉลากเป็นที่รู้จักได้รวดเร็วขึ้น



การสื่อสารกับกลุ่มคนที่มีความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมน้อย ควรเน้นการเข้าถึงในลักษณะของ Emotional approach



#### State to business (S2B) Communication

รูปแบบของการสื่อสารไปยังกลุ่มธุรกิจนั้นต้องการ การระดมกำลังผู้ได้รับสิทธิให้ใช้ฉลากในการสื่อสารอย่างแท้จริง โดยเป้าหมายขอการสื่อสารกับภาคธุรกิจคือ

- การชักชวนให้ใช้ฉลาก และเพื่อการใช้ฉลากในการสื่อสารกับผู้บริโภค
- การนำเสนอประโยชน์ทางการตลาดจากการโปรโมทสินค้าที่ได้รับการรับรองฉลาก

เครื่องมือที่จะช่วยในการสื่อสารกับคนกลุ่มนี้ได้แก่

- แพนพับ โปปลิว เว็บไซต์
- เครื่องขายสื่อมวลชนที่มี และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ
- บทสนทนา
- การมีส่วนร่วมในงานแสดงสินค้า

เครื่องมือแต่ละรายการนั้นมีความจำเพาะ ต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจ

ขั้นต่อไปคือการเลือกบริษัทที่มีลักษณะดังนี้

- Market leader เป็นผู้นำตลาด
- Strong brand and image มีภาพลักษณ์และแบรนด์ที่เข้มแข็ง
- Being known as an innovator เป็นที่รู้จักในฐานะผู้สร้างนวัตกรรม

กำหนดตัวบุคคลที่จะเข้าพบ ตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยได้แก่

- CEO หรือ Board members
- Marketing and sales leader
- Environmental management/quality management
- PR/corporate communications

### ขั้นตอน

1. ทำจดหมายถึงผู้บริหารระดับสูง (CEO) ในจดหมายควรมีข้อความเกี่ยวกับ

- การเข้าถึงลูกค้ากลุ่ม green consumer
- การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
- ง่ายต่อการส่งออกสินค้าไปตลาดต่างประเทศ เช่น EU
- ง่ายต่อการเข้าถึงผู้จัดซื้อ
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นผู้สร้างนวัตกรรมและการขับเคลื่อนสิ่งแวดล้อม
- ได้รับการยอมรับจาก NGO ต่างๆ

2. โทรศัพท์เพื่อติดตาม ควรโทรไปขอนัดหมายวันเวลาเข้าพบ เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับฉลากสิ่งแวดล้อม และประโยชน์ของการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อม

### Consumer communication

หลักการของการสื่อสารกับผู้บริโภคมี 7 ขั้นตอน ได้แก่

- Step 1 Situation and communication need ปัญหาที่มักพบในการสื่อสาร ได้แก่
  - การรับรู้: ไม่รู้จัก
  - ภาพลักษณ์: ทศนคติที่ไม่ถูกต้อง
  - การยอมรับ: ไม่ชอบ
  - ความต้องการ: ไม่ต้องการ

- Step 2 Communication goal เช่น
  - สร้างการรับรู้แก่เด็ก ๆ และวัยรุ่น เกี่ยวกับฉลาก
  - การอธิบายเรื่องฉลากกับการปกป้องสภาวะอากาศ
  - นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- Step 3 Target groups กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- Step 4 Positioning and key messages กำหนดตำแหน่งของฉลาก และถ้อยคำสำคัญที่ต้องการสื่อสาร ยกตัวอย่างเช่น
  - Blue Angel กำหนด Positioning ของฉลากว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ Blue Angel เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ในบรรดากลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้นำเสนอสูงสุดด้านสิ่งแวดล้อม (“Blue Angel products are the best green products within a product group – backed up by the top environmental opinion leaders.”)
  - ส่วน Key message ของ Blue Angel ในกลุ่มผู้โรงเรียน คือ คุณสามารถทำอะไรสักอย่างด้วยความแข็งขันเพื่อปกป้องสภาพภูมิอากาศและทรัพยากร (“You can actively do something for climate and resources protection”)

Step 5 Strategy กำหนดกลยุทธ์

**Step 6: Strategy**

*Mechanics:*

1. “Buy the Blue Angel college block”
2. Cooperation with industry, NGOs and others

*Media strategy*

1. Wording for young people
2. Trade media education
3. Social media



- Step 6 Instruments / activities การใช้เครื่องมือและกิจกรรมที่เหมาะสม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมี Concrete communication tools อย่างเช่นเว็บไซต์ โบรชัวร์ การจัดงานอีเว้นท์ และมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน
- Step 7 cost and time plans วางแผนเรื่องงบประมาณและเวลา

### 3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

#### 3.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

การเข้าร่วมการอบรมในโครงการนี้ช่วยให้ผู้เขียนมีความเข้าใจในหลักการของฉลากสิ่งแวดล้อมและความเกี่ยวข้องกันของการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคในสังคม ประกอบกับได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ในด้านการตลาดจากผู้เชี่ยวชาญประเทศเยอรมนี ผู้ซึ่งช่วยให้ฉลาก Blue Angel เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างกว้างขวาง

#### 3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

หน่วยงานที่ผู้เขียนสังกัดอยู่นั้นเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการฉลากสิ่งแวดล้อมประเภทที่หนึ่งของประเทศไทย (ฉลากเขียว) การสัมมนาครั้งนี้ทำให้ฉลากเขียว และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยเป็นที่รู้จักแก่ประเทศที่ไม่เคยมีการดำเนินการฉลากสิ่งแวดล้อมในประเทศมาก่อนและประเทศที่สนใจจะพัฒนาโปรแกรมฉลากสิ่งแวดล้อมขึ้นในประเทศ ทำให้เกิดเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความช่วยเหลือทางวิชาการต่อกันได้ในอนาคต

### 4. เอกสารแนบ

#### 4.1 กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)

#### 4.2 เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)