

บทที่ 8 กฎระเบียบการจัดซื้อ



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Aj. Nipawan Poojom

LAS2206 การบริหารการจัดซื้อจัดจ้าง

CONTENT

1. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารวัสดุ
2. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารสินค้าสำเร็จรูป
3. ระเบียบปฏิบัติงานทางบัญชีเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง
4. ระเบียบปฏิบัติงานธุรการ
5. จรรยาบรรณนักจัดซื้อ

กฎระเบียบการจัดซื้อ

ระเบียบการจัดซื้อของหน่วยงานของรัฐกิจ

แบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

1. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารวัสดุ
2. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารสินค้าสำเร็จรูป
3. ระเบียบปฏิบัติงานทางบัญชีเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง
4. ระเบียบปฏิบัติงานธุรการ

หมายเหตุ อ้างอิงจากบริษัท ผลิตภัณฑ์พลาสติกไทย จำกัด

1. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารวัสดุ

1.1 การตรวจรับวัสดุ

วัตถุประสงค์ : เพื่อกำหนดวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการตรวจรับวัสดุที่ได้มาจากการจัดหา ว่าถูกต้องทั้งปริมาณและคุณภาพตามความประสงค์หรือไม่

- ผู้มีอำนาจตรวจรับวัสดุต้องตรวจรับโดยคำนึงถึงประโยชน์บริษัทเป็นหลัก
- ต้องตรวจสอบให้ได้ทั้งปริมาณ คุณภาพ และเวลาที่ส่งมอบ
- ผู้ตรวจรับวัสดุเป็นผู้ประสานงานกับผู้จัดหา เช่น แจงข้อมูลการตรวจรับ
- หากวัสดุมีปริมาณไม่ครบตามที่ระบุไว้ในหลักฐานการซื้อ ให้รับวัสดุได้ตามปริมาณที่ส่ง พร้อมลงนามกำกับใบกำกับสินค้าหรือใบส่งของ แล้วติดต่อผู้จัดหา

2. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารสินค้าสำเร็จรูป

2.1 ระเบียบการรับสินค้าที่ผลิตเองเข้าคลังสินค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้การรับสินค้าสำเร็จรูปจากหน่วยผลิตเข้าเก็บในคลังสินค้า เป็นไปอย่างถูกต้อง และเพื่อให้การบริหารสินค้าสำเร็จรูปเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การรับสินค้าสำเร็จรูปเข้าคลังสินค้า ให้ใช้ใบนำส่งสินค้าสำเร็จรูป (Production Load Slip) การคืนสินค้าชำรุดที่มีสาเหตุมาจากการผลิต ให้ใช้ใบส่งคืนสินค้านระหว่างการผลิต (Return to Work - in - Process) โดยต้องผ่านการตรวจสอบจาก QC ก่อน

- หน่วยงานตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูป จะต้องตรวจสอบและเขียนใบนำส่งสินค้าสำเร็จรูปให้ถูกต้องตรงกับจำนวน ขนาด ประเภท พร้อมทั้งแยกประเภทของสินค้า

กฎระเบียบการจัดซื้อ

- หน่วยงานตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูป จะต้องตรวจสอบจำนวน ขนาด ประเภทของสินค้าที่ชำรุดบกพร่องที่มีสาเหตุมาจากการผลิต
- หน่วยงาน QC ตรวจสอบสินค้าชำรุดที่มีสาเหตุจากการผลิตโดยสุ่ม และเขียนระบุสาเหตุไว้ที่สินค้าเพื่อส่งคืนหน่วยงานตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูป

2. ระเบียบปฏิบัติงานการบริหารสินค้าสำเร็จรูป

2.2 ระเบียบการรับสินค้าเข้าและกระจายสินค้าออกจากคลังสินค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้การรับสินค้าเข้าเก็บในคลังสินค้า และการจ่ายสินค้า เป็นไปอย่างถูกต้องรัดกุม และมีการควบคุมที่ดี รวมทั้งการบริหารคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- การรับสินค้าเข้าคลังสินค้าจะต้องมีเอกสาร เช่น ใบนำส่งสินค้า ใบโอนสินค้า หรือใบรับฝากสินค้า เป็นต้น
- การจ่ายสินค้าออกจากคลังสินค้าจะต้องมีเอกสาร เช่น ใบจ่ายสินค้า หรือใบโอนสินค้า เป็นต้น
- ผู้ตรวจรับสินค้าและผู้ตรวจจ่ายสินค้าจะต้องตรวจประเภท / ขนาด และนับจำนวนสินค้าให้ถูกต้องครบถ้วนและตรงกับรายละเอียดในเอกสาร และลงนามในเอกสาร

กฎระเบียบการจัดซื้อ

- กรณีการรับสินค้า หรือการจ่ายสินค้า ขาดหรือเกิน หรือรายละเอียดไม่ตรงกับเอกสารให้ผู้ตรวจรับสินค้าระบุไว้ในเอกสาร พร้อมกับให้ผู้ขนส่งสินค้าลงนามรับทราบด้วย เพื่อให้ผู้ส่งสินค้าต้นทางออกเอกสารเพื่อการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง
- ให้ผู้มีอำนาจรับสินค้า / จ่ายสินค้าตรวจนับสินค้าอีกครั้ง – เมื่อถูกต้องให้ลงนามในเอกสาร
- สินค้าที่รับเข้าเก็บในคลังสินค้าจะต้องแยกชนิด ประเภท และจัดตั้งเรียงให้เรียบร้อย
- หัวหน้างานคลังสินค้า / ชุรการสาขา จะต้องตรวจนับสินค้าโดยเปรียบเทียบกับรายงานสินค้าคงเหลือทุกวัน
- การจ่ายสินค้าจะต้องใช้ระบบ รับก่อน – จ่ายก่อน เพื่อป้องกันไม่ให้เป็นสินค้าเก่าเก็บ

3. ระเบียบงานทางบัญชีเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง

3.1 ระเบียบการตรวจจ่าย

วัตถุประสงค์ : เพื่อกำหนดวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการตรวจจ่ายของบริษัท ให้เป็นระเบียบ รัดกุม

เอกสารประกอบการจ่ายเงิน ได้แก่

- ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) หรือสัญญา หรือใบแจ้งจัดหา (Purchase Requisition) หรือเอกสารอื่นที่แสดงว่าการก่องหน้าได้รับอนุมัติถูกต้องแล้ว

- ใบรับวัสดุหรือใบเบิกวัสดุ ใบรับสินค้าสำเร็จจากภายนอก เอกสารอื่นที่มีผู้รับผิดชอบลงนามรับสินค้าหรือบริการแล้ว

- ใบแจ้งหนี้หรือใบส่งสินค้า หรือใบเสร็จรับเงิน

กฎระเบียบการจัดซื้อ

การจ่ายเงินที่มีเอกสารประกอบ ได้แก่

- การจ่ายเงินที่บริษัทมีหน้าที่ต้องชำระตามกฎหมาย เช่น จ่ายให้เจ้าหนี้ เป็นต้น
- การจ่ายชำระตามข้อผูกพันหรือสัญญา เช่น บุคคลภายนอก ได้แก่ ค่าเช่า ค่าใช้จ่ายอื่นๆที่มีมูลหนี้

ระเบียบวิธีการตรวจจ่าย

1. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเอกสารประกอบการจ่ายเงิน
2. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเอกสารประกอบ เช่น ตรวจสอบการลงนาม รับรองการรับวัสดุหรือบริการจากเอกสารต่างๆ ตรวจสอบอนุมัติในใบแจ้งหนี้ หรือ ใบเสร็จรับเงิน (ซึ่งแสดงว่า มีการตรวจสอบความถูกต้องของปริมาณ ราคา หรือ จำนวนเงินหรือบริหารที่ได้รับแล้ว)

กฎระเบียบการจัดซื้อ

ระเบียบวิธีการตรวจจ่าย

3. ตรวจสอบว่าการจ่ายเงินเป็นไปตามสัญญา หรือข้อตกลงหรือเงื่อนไขการชำระเงิน

4. กรณีจ่ายเงินโดยไม่มีใบขอให้จ่ายเงินต้องตรวจสอบว่ามีใบสำคัญที่ได้รับอนุมัติตามระเบียบบริษัท

4. ระเบียบปฏิบัติงานธุรการ

4.1 ระเบียบการเบิกยืมสินค้าสำเร็จรูป

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้การเบิกยืมสินค้าสำเร็จรูปจากคลังสินค้า ดำเนินการอย่างรวดเร็ว สะดวกแก่การติดตาม และมีการควบคุมที่ดี

การเบิกยืมสินค้าสำเร็จรูปจากคลังสินค้า ต้องได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจ ต้องส่งคืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด

กรณีไม่สามารถส่งคืนได้ ต้องทำเรื่องชี้แจงให้หน่วยงานคลังสินค้ารับทราบ และทำการเบิกสินค้าออกไปเพื่อตัดบัญชีสินค้าสำเร็จรูป

4. ระเบียบปฏิบัติงานธุรการ

4.2 ระเบียบใบอนุญาตนำทรัพย์สินออกนอกบริเวณบริษัท

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้การนำวัสดุ / เครื่องมือ / ทรัพย์สินอื่นๆ ออกนอกบริษัทฯ มีการอนุมัติถูกต้องมีการควบคุมและติดตามที่ดี

- ใบอนุญาตนำทรัพย์สินออกนอกบริเวณบริษัทฯ มี 2 ประเภท คือ

แบบ ก. ใบอนุญาตวัสดุ / สิ่งของที่ไม่กลับคืนบริษัทฯ

แบบ ข. ใบอนุญาตสำหรับทรัพย์สินที่ต้องส่งคืนบริษัทฯ

- แผนกธุรการ มีหน้าที่ออกเอกสารและควบคุมใบอนุญาตทั้ง 2 ประเภท แผนกที่ต้องการใช้ใบอนุญาตฯ ต้องติดต่อผ่านแผนกธุรการ

กฎระเบียบการจัดซื้อ

- หน่วยงานรักษาความปลอดภัยจะต้องตรวจสอบวัสดุ / ทรัพย์สิน ที่นำออกมา
ถูกต้องตรงกับใบอนุญาตฯ ก่อนอนุญาตให้ผ่านประตู
- หน่วยงานที่ขออนุญาตต้องเป็นผู้ติดตามวัสดุ / ทรัพย์สินที่ต้องส่งคืนบริษัทฯ
เมื่อครบกำหนด

5. จรรยาบรรณนักจัดซื้อ

1. นักจัดซื้อจะต้องพิจารณาถึงประโยชน์ และนโยบายของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญ
2. นักจัดซื้อจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นของคนผู้ที่เกี่ยวข้อง ถ้ามีเหตุผลก็พร้อมที่จะปฏิบัติด้วยความเต็มใจ
3. นักจัดซื้อจะต้องมุ่งที่ประโยชน์และคุณค่าที่บริษัท จะได้รับมากที่สุด ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว หรือผู้อื่น
4. นักจัดซื้อจะต้องเป็นผู้มีความกระตือรือร้น ในการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับพัสดุ กระบวนการผลิต และมุ่งพัฒนาวิธีปฏิบัติงานให้ทันสมัย เพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์
5. นักจัดซื้อจะต้องทำหน้าที่อย่างซื่อสัตย์ ยุติธรรม สม่ำเสมอ

5. จรรยาบรรณนักจัดซื้อ

6. นักจัดซื้อจกต้องเป็นผู้มีสัมมาคารวะให้การต้อนรับที่สุภาพ รวดเร็ว เท่าที่โอกาสจะอำนวยสำหรับผู้ที่มาติดต่อ
7. นักจัดซื้อจกต้องทำหน้าที่ทางธุรกิจที่ดี รู้ถึงความรับผิดชอบของตนเองและของผู้ร่วมงาน
8. นักจัดซื้อจกต้องเป็นผู้มีความสุจริตรอบคอบ หลีกเลี่ยงการกระทำที่หุนหันพลันแล่น
9. นักจัดซื้อจกต้องเป็นผู้อ่อนน้อมถ่อมตน พร้อมทั้งจะให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือกับทุกคนที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อเท่าที่มีโอกาส
10. นักจัดซื้อจกต้องให้ความร่วมมือกับหน่วยงานทุกหน่วยงาน และทุกบุคคล ในการทำงานที่จะพัฒนา และคงไว้ซึ่งภาพพจน์ที่ดีของฝ่ายจัดซื้อ

5. จรรยาบรรณนักจัดซื้อ

1. จะไม่ใช้เวลาหรือข้อมูล หรือทรัพยากรใดๆ จากองค์กรที่ตนสังกัดอยู่ไปใช้กับกิจการส่วนตัว
2. จะไม่รับเงินและสิ่งของมีค่าใดๆ จากซัพพลายเออร์อันอาจจะมีผลทำให้การตัดสินใจทำธุรกิจบกพร่อง หรือเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานที่ควรเป็น
3. สิ่งของและบริการที่ได้รับมาจากซัพพลายเออร์ อันอยู่ในขอบข่ายที่องค์กรอนุญาตให้รับได้นั้น ควรแจกจ่ายให้แก่พนักงานอื่นผู้ซึ่งมิได้มีความเกี่ยวข้อง
4. จะไม่ให้เงินและสิ่งของมีค่าใดๆ รวมถึงการเลี้ยงรับรองและบริการ พิเศษทุกชนิดแก่ผู้ใด

กฎระเบียบการจัดซื้อ

5. จรรยาบรรณนักจัดซื้อ

5. จะไม่ขอให้ซัพพลายเออร์เสนอราคาโดยที่รู้อยู่แก่ใจว่าจะไม่ซื้อ เพียงเพราะอยากรู้หรือเพื่อนำมาใช้กดดันรายอื่น
6. จะไม่เปิดเผยราคาและเงื่อนไขของซัพพลายเออร์ให้รายอื่นทราบ
7. จะไม่ถือหุ้นในบริษัทของซัพพลายเออร์
8. หากตนเองหรือเพื่อนหรือญาติเป็นผู้บริหารหรือทำธุรกิจกับซัพพลายเออร์ รายใด ตนเองจะไม่เข้าไปร่วมหรือมีส่วนใดๆ
9. จะไม่ขอรับการบริจาคจากซัพพลายเออร์

การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



CONTENT

1. การรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม
2. การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ประโยชน์ของการจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. กลยุทธ์การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. คุณสมบัติสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มิติภายใน

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม
2. สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน
3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง
4. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร
5. บรรษัทภิบาลและความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ

มิติภายนอก

1. การจัดการกับ Supplier และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partners) ที่รับผิดชอบต่อสังคม
2. การดูแลผู้บริโภค
3. ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง (Local Communities)
4. ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม
5. การรับผิดชอบต่อโลก

การรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) หรือ บรรษัทภิบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

Corporate หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อแสวงหาผลกำไร

Social หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีวิถีร่วมกันทั้งโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนา รวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รายรอบ

Responsibility หมายถึง การยอมรับทั้งผลที่ไม่ดีและผลที่ดีในกิจการที่ได้ทำลงไปหรือที่อยู่ในความดูแลของกิจการนั้นๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระดำเนินการป้องกันและปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึงการสร้างสรรค์และบำรุงรักษาผลที่ดีซึ่งส่งกระทบไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)

ในยุคการค้าไร้พรมแดน การที่จะผลิตส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ ย่อมต้องผ่านกฎระเบียบและข้อบังคับของแต่ละประเทศ ซึ่งปัจจุบันทุกประเทศต่างให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม คัดค้านสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เข้ามาจ้างผู้ผลิตก็ไปถึงระดับวัตถุดิบ จำเป็นเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม วัตถุดิบที่ผลิตได้เป็นไปตามกฎข้อบังคับในเรื่องของ **Green Procurement**

การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)

การจัดซื้อหรือจัดจ้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดย คำนึงถึงความเหมาะสมทางด้าน คุณภาพ ราคา การส่งมอบสินค้าหรือบริการตามที่กำหนด และการลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตและบริการ โดยพิจารณาตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตของ ผลิตภัณฑ์

การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวช่วยทำให้เกิดตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียว (Demand-side) กระตุ้นให้ผู้ผลิตหันมาใส่ใจผลิตผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เกิดการ แข่งขันกันปรับปรุงคุณภาพสินค้า หรือบริการของตนเพื่อตอบสนองความต้องการของ ตลาด

โดยมีฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือแยกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออก จากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด และให้ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องของ ผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค สำหรับประเทศไทยใช้คำว่า "ฉลากเขียว"

การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)

ฉลาดสิ่งแวดล้อม

หมายถึง การใช้ฉลาดในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากนี้มีมาตรฐานเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า

สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง สินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การใช้งาน และการจัดการหลังหมดอายุ การใช้งานน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน

บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง ธุรกิจบริการที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรและพลังงานในช่วงการให้บริการและการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ น้อยกว่าเมื่อเทียบกับการให้บริการอื่นที่มีลักษณะอย่างเดียวกัน

การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)



แคนาดา



ญี่ปุ่น



ไทย



เยอรมนี



สหรัฐอเมริกา



สิงคโปร์



อินเดีย



นอร์เวย์

การจัดซื้อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)

หน่วยงานราชการที่ดูแล

1. สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
2. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (สมอ.)

สมการ Green Procurement

การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว = คุณภาพ + ราคา + การส่งมอบ + ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือจัดจ้างบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หมายถึง กระบวนการในการเลือกและทำให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่มีผลให้เกิดผลกระทบในเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดตลอดวงจรอายุ (life cycle) ของการผลิต การขนส่ง การใช้ และการนำกลับไปใช้ใหม่ รวมไปถึงการกำจัดด้วย

ประโยชน์ของ Green Procurement

- การเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน
- บรรลุวัตถุประสงค์ 3 R ซึ่งได้แก่

Reduce การลดการนำเข้าทรัพยากรมาใช้งาน

Reuse/Recycle การนำเอาของใช้แล้วมาใช้ซ้ำหรือแปรรูปของเสีย

Replenish การฟื้นฟูหรือใช้ทางเลือกใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติน้อยกว่าเดิม

Green Procurement Strategy

1. การกำหนดนโยบายอย่างชัดเจนจากผู้บริหารระดับสูง:

มีคณะกรรมการพัฒนาสู่ความยั่งยืนเป็นบอร์ดดูแลภารกิจดังกล่าวโดยเฉพาะ โดยกำหนดให้หน่วยงานต่างๆดำเนินการตามหลักเกณฑ์การจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. กำหนดแนวคิดจากหลักพื้นฐาน 4 ข้อ เพื่อประกอบการพิจารณา ได้แก่

2.1 สินค้าั้นมีความจำเป็นจะต้องใช้หรือไม่

2.2 สินค้าั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

2.3 ดูว่าซัพพลายเออร์นั้นใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมหรือไม่

2.4 รวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลซัพพลายเออร์เพื่อประกอบการตัดสินใจ

3. การเลือกเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการ มีขั้นตอนอย่างละเอียดรอบด้าน อาทิ

3.1 ดูว่ามีปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมากหรือไม่ ผลกระทบที่นั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงหรือไม่ **ราคาไม่แพงจนเกินไป (คิดราคาตลอดวงจรการผลิต)**

3.2 สินค้าหรือบริการสามารถหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด มีข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมให้ความสนใจ

ทั้งนี้ สินค้าและบริการนั้น ได้จัดแบ่งเป็นกลุ่ม 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1. Indirect Materials หรือ วัสดุทางอ้อม อาทิ อุปกรณ์เสริมต่างๆ

2. Direct Materials หรือ วัสดุทางตรง ได้แก่ ชิ้นส่วน อะไหล่ และวัสดุ

หลัก

4. การเจรจาและขอความร่วมมือจากผู้ขาย

4.1 มีการชี้แจงให้ซัพพลายเออร์ (Suppliers) และคอนแทรคเตอร์ (contractors) ทราบถึงนโยบายการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากนั้นก็ชักชวนและแนะนำให้มองหาทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าเดิม พร้อมทั้งมีการกระตุ้นและให้การช่วยซัพพลายเออร์และคอนแทรคเตอร์

4.2 มีเป้าหมายหลัก เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม สำหรับซัพพลายเออร์ที่ไม่ให้ความร่วมมือ บริษัทฯ ก็จะมีวิธีการอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงจุดยืนที่แน่นอนกับซัพพลายเออร์รายนั้น ถ้าจำเป็นก็อาจต้องมีการคัดเลือกเป็นทางเลือกขั้นสุดท้าย

Green Procurement Strategy

มาตรฐานด้านพฤติกรรม (Behavior Standards)

- การจัดซื้อที่กำหนดให้ผู้ขายต้องแสดงข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม เช่น วิธีการปลดปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม
- ตรวจสอบผู้ขายเพื่อประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
- กำหนดให้ผู้ขายต้องปฏิบัติและรักษาไว้ซึ่งระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System : EMS)
- กำหนดให้ผู้ขายต้องมีระบบการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (EMS) ที่ได้มาตรฐาน เช่น มาตรฐาน ISO 14001 และมาตรฐาน Responsible Care
- กำหนดให้ผู้ขายต้องได้รับใบรับรองอย่างเป็นทางการของระบบการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ความร่วมมือ (Collaboration)

- การทำงานร่วมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจะช่วยลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมได้จากการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้โดยกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์
- บริหารจัดการเชิงรุกในทุกแง่มุมของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เป็นวัตถุดิบไปจนถึงการกำจัดในขั้นสุดท้าย

5. การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนนี้จะมีแนวทางจัดซื้อและข้อกำหนด เพื่อให้ผู้ทำหน้าที่จัดซื้อใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการนำระบบการให้คะแนนใช้ร่วมกับเกณฑ์การจัดซื้อ อาทิ ราคา คุณภาพ ความปลอดภัย รวมถึงการใช้เกณฑ์ Eco-Level หรือการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพ เพื่อสิ่งแวดล้อม

มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (Product Standards)

- การซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ผลิตใหม่ และมีส่วนประกอบหรือวัตถุดิบที่ไม่เป็นพิษ (recycled materials, non-toxic ingredients)
- ซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงคุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ตีฉลากอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

6. จัดทำระบบการจัดซื้อ

โดยมีการกำหนดให้การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ในส่วนผู้มีหน้าที่ในการจัดซื้อก็จะมีการฝึกอบรม พัฒนาความรู้พื้นฐานให้ ขณะที่โครงสร้างในการทำงานร่วมกับหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม และหน่วยงานจัดซื้อก็มีการกำหนดขึ้น, จัดทำ E-catalog ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องด้วยหลัก PDCA

คุณสมบัติสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1. ใช้วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น วัสดุที่ไม่มีพิษ วัสดุหมุนเวียนทดแทนได้ วัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำในการจัดหามา
2. ใช้วัสดุน้อย เช่น น้ำหนักเบา ขนาดเล็ก มีจำนวนประเภทของวัสดุน้อย มีการเสริมความแข็งแรงเพื่อให้ลดขนาดลงได้
3. มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ใช้พลังงานที่สะอาด ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตและลดขั้นตอนของกระบวนการผลิต
4. มีความคุ้มค่าตลอดชีวิตการใช้งาน เช่น ทนทาน ซ่อมแซมและดูแลรักษาง่าย ปรับปรุงต่อเติมได้ ไม่ต้องเปลี่ยนบ่อย

คุณสมบัติสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. มีระบบขนส่งและจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ลดการใช้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ฟุ่มเฟือย ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่ใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ ใช้รูปแบบการขนส่งที่ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ และเลือกใช้เส้นทางการขนส่งที่ประหยัดพลังงานที่สุด

6. ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดในช่วงการใช้งาน เช่น ใช้พลังงานต่ำ มีการปล่อยมลพิษต่ำในระหว่างใช้งาน ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง (เช่น ต้องเปลี่ยนไส้กรองบ่อย) และลดการใช้ชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็น

7. มีระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การเก็บรวบรวมที่ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ มีการออกแบบให้นำสินค้าหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ง่าย หรือหากต้องกำจัดทิ้งสามารถนำพลังงานกลับคืนมาใช้ได้และมีความปลอดภัยสำหรับการฝังกลบ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำ Green Purchasing

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำ Green Purchasing ประกอบด้วย

- ประโยชน์ต่อผู้บริโภค
- ประโยชน์ต่อผู้ผลิต (Reuse , Repair , Reduce , Reject , Recycle , Refill , Return , Refuse , Rethink)
- ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม

Thank You !



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์