

ยุทธศาสตร์การบริโภคอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืนในบริบทไทย คำนึงถึงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาคการผลิตและการบริโภค อันได้แก่ ความจำเป็นในการบริโภคตามความต้องการพื้นฐาน ความต้องการที่นอกเหนือจากความจำเป็น และความตระหนักกับจิตสำนึกของประชาชน ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนวิถีการบริโภค โดยมีค่านิยม ความเชื่อ ความสนใจ ฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นตัวกระตุ้นความต้องการ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคผ่านทางการให้การศึกษา การเรียนรู้ ประสบการณ์ การปรับตัว และการปรับทัศนคติเพื่อลดความต้องการบริโภคให้อยู่ในระดับพอเหมาะ สำหรับภาคการผลิต การผลิตที่ไม่มีคุณภาพและประสิทธิภาพส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรและเกิดมลภาวะเพิ่มขึ้น หากไม่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของระบบนิเวศ และการหมุนเวียนทรัพยากร เพื่อกลับเข้าสู่วัฏจักรการผลิต ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์ในอนาคต การจะให้เกิดการผลิตที่ยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพในการผลิตและการหมุนเวียนทรัพยากรเพื่อให้เกิดความพอเพียงและสามารถตอบสนองคุณภาพชีวิตที่ดีได้ โดยอาศัยความรู้เพื่อสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนกฎหมาย อันได้แก่ กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เป็นตัวขับเคลื่อนรูปแบบการผลิตเพื่อตอบสนองการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจการผลิตด้วย

กรอบแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนมีหลักการ 3 ประการ คือ

1. การปรับพฤติกรรมบริโภคให้เป็นการบริโภคอย่างพอดี พอประมาณ

การปรับเปลี่ยนวิถีการบริโภค ให้อยู่ภายใต้เงื่อนไขของความพอดี และความพอประมาณตามความต้องการพื้นฐานและนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นเป้าประสงค์หลักประการหนึ่งในการขับเคลื่อนการบริโภคอย่างยั่งยืนในบริบทไทย ซึ่งต้องมีกลไกขับเคลื่อน 5 ประการ คือ

1.1) การสร้างค่านิยมในการบริโภคภายใต้เงื่อนไขของความพอดีพอประมาณ โดยใช้กลไกทางด้านศาสนา วัฒนธรรม และวิถีชุมชน ตลอดจนการสร้างทางเลือกของรูปแบบในการบริโภคที่ ต่างจากกระแสบริโภคนิยม โดยชี้ให้เห็นประโยชน์จากความสมดุล และความสุขในการดำเนินชีวิตที่สามารถพึ่งตนเองได้ และการแบ่งปันให้กับสังคมรอบข้าง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประเทศชาติ

1.2) การสร้างความรู้ ความตระหนักและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยให้การศึกษา และสร้างสังคมฐานความรู้ (Knowledge-based) และเร่งรัดให้มีจิตสำนึกในการบริโภคอย่างยั่งยืน ได้แก่ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และองค์ความรู้ ตลอดจนการพัฒนาหลักสูตรในระบบการศึกษาภาคบังคับ และ

หลักสูตรท้องถิ่นศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินโครงการการบริโภคอย่างยั่งยืนในระดับท้องถิ่น การให้ความรู้ในระเบียบ ข้อกฎหมาย และสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้คนไทยเกิดความตระหนักและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและนำเอาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมาประกอบในการตัดสินใจซื้อ

1.3) การพัฒนากลไกส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยการเร่งวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม การพัฒนากฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของสินค้าและบริการสีเขียวและสิทธิผู้บริโภค การส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถขององค์กรที่มีหน้าที่ดูแลสิทธิผู้บริโภคและองค์กรที่ส่งเสริมการผลิต การอนุญาต การกำกับควบคุม และการตรวจรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.4) การพัฒนาระบบและกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ด้านสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปเห็นความสำคัญของวิถีการบริโภคอย่างยั่งยืน การกำกับ ควบคุม ตรวจสอบ และลงโทษสื่อสารมวลชนที่มีการโฆษณาชวนเชื่อและมอมเมาอย่างเข้มงวดมากขึ้น รวมถึงสร้างมาตรการจูงใจเพื่อเพิ่มสื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น

1.5) การสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่ การจัดตั้งองค์กรและ เครือข่ายประชาชนและเยาวชนเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน การขยายฐานผู้บริโภคสีเขียว และการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและเฝ้าระวังของหน่วยงานรัฐ เอกชนและชุมชนทั้งในส่วนกลางและระดับท้องถิ่น

2. การส่งเสริมให้เกิดการตลาดที่รับผิดชอบต่อสังคม

การส่งเสริมให้เกิดการตลาดที่รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ จึงนับเป็นส่วนสำคัญที่สามารถปรับเปลี่ยนวิถีการบริโภคตามกระแสบริโภคนิยมไปสู่ความยั่งยืนได้ผ่านทาง

2.1) การสร้างกลไกส่งเสริมการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการเร่งรัดการผลิตและกระจายสินค้าสีเขียวแก่ผู้บริโภค ขยายตลาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการซื้อของหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดของประเทศ เพื่อให้เกิดความต้องการสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ตลอดจนร่วมมือกับภาคเอกชนเกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามสถานประกอบการต่างๆ

2.2) การพัฒนากลไกและรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสินค้าและบริการ เพื่อการบริโภคให้มีความหลากหลาย ตลอดจนสร้างโอกาสในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการสร้างเครือข่ายและขยายฐานผู้บริโภคสีเขียว การพัฒนาฐาน

อุมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารผ่านสื่อช่องทางต่างๆ เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเกณฑ์ในการจัดซื้อแก่ผู้บริโภคในทุกระดับ

2.3) การส่งเสริมให้มีการนำแนวคิดการตลาด เพื่อสังคมมาใช้โดยการเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ของภาคธุรกิจเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของการบริโภคกับผลกระทบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดจิตสำนึกสาธารณะ ปรับเปลี่ยนค่านิยม และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผ่านระบบการให้ข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเข้าถึงได้ง่าย

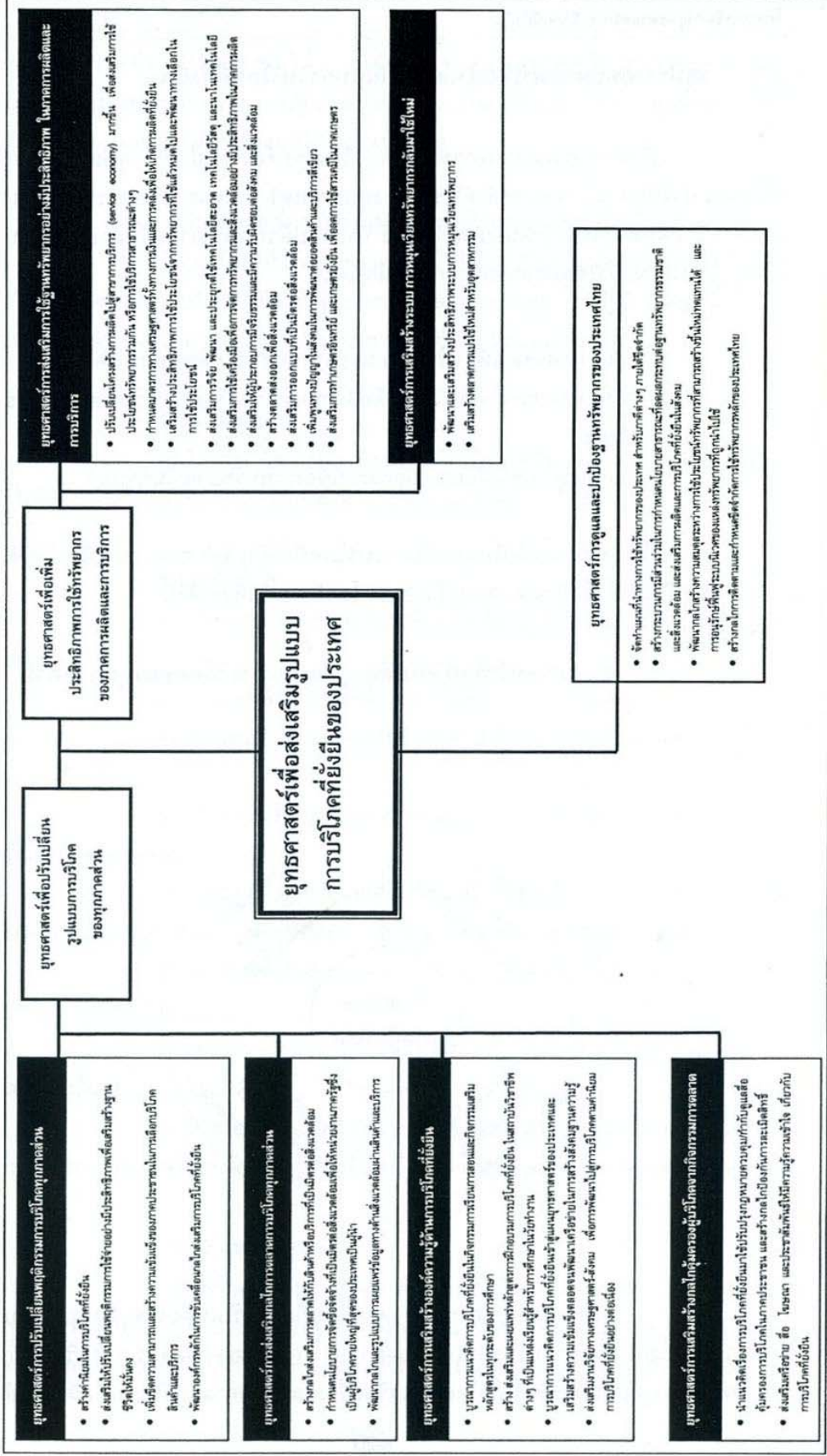
2.4) การสร้างธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจ ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สิ่งแวดล้อมและสังคม และเห็นความสำคัญของการส่งเสริมพัฒนาในด้านต่างๆ ผ่านระบบการศึกษา หลักสูตรฝึกอบรม และการจัดการองค์ความรู้ ตลอดจนจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานรองรับในการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการและเผยแพร่ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างองค์กรและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

3. การส่งเสริมการผลิตให้มีประสิทธิภาพและเกิดการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่

ภาคการผลิตและบริการ ต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพและการหมุนเวียนทรัพยากรและพลังงาน โดยนำเครื่องมือและองค์ความรู้ใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อการปรับย้ายฐานและกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมสู่ฐานการผลิตและบริโภคแบบยั่งยืน เนื่องจากการคิดค้นพัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีในการผลิต ทำให้ได้นวัตกรรมทั้งที่เป็นอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และองค์ความรู้ใหม่เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต ลดค่าบำบัดของเสีย ลดการใช้ทรัพยากร และได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่สะอาด สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจคู่แข่งและเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันให้กับประเทศ นอกจากนี้ ยังช่วยลดอันตรายและความเสี่ยงของพนักงาน ชุมชน ผู้บริโภค ทั้งนี้ ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ผู้ผลิตผลิตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ อย่างเข้มงวด และกำหนดนโยบายส่งเสริมผลิต โดยใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และสร้างแรงจูงใจให้นำเครื่องมือการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในภาคความสมัครใจมาใช้เพื่อลดต้นทุนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกระบวนการผลิต การออกแบบ และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.6.2 ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของประเทศ

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและหาความสัมพันธ์ในการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืนเพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์หลักและวัตถุประสงค์เพื่อบ่งชี้เป้าหมายจึงได้ยุทธศาสตร์ 3 กลุ่มหลัก ดังรูปที่ 3.6-1 ได้แก่



ที่มา : แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10
รูปที่ 3.6-1 ผังยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืน

1. กลุ่มยุทธศาสตร์เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคของทุกภาคส่วน
2. กลุ่มยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของภาคการผลิตและการบริการ
3. กลุ่มยุทธศาสตร์เพื่อการจัดการฐานทรัพยากรเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน

อนึ่ง ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน มีกำหนดเพื่อปฏิบัติการในระยะเวลา 5 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึง 2554 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคของทุกภาคส่วน สาระสำคัญของยุทธศาสตร์นี้อยู่ที่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคของภาคผู้บริโภค โดยการปรับทัศนคติของการบริโภคให้สอดคล้องกับการบริโภคที่ยั่งยืน รวมทั้งสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจโดยการเสริมสร้างตลาดสินค้าและบริการเพื่อสิ่งแวดล้อมให้มีราคาและคุณภาพที่สามารถแข่งขันได้ ภายใต้สภาพทางการตลาดที่มีการให้ข้อมูล-ข่าวสารอย่างสมดุลและเป็นธรรมระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความสุขที่แท้จริงนอกเหนือจากกระแสวัตถุนิยมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

1.1 ยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคทุกภาคส่วน

เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคทุกภาคส่วนให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคให้สอดคล้องกับค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืนโดยการสร้างเสริมกระบวนการรับรู้ข้อมูล-ข่าวสาร และกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ประกอบด้วย เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลัก ดังนี้

1.1.1 เป้าหมาย

คนไทยมีค่านิยมเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืนและมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคไปในทิศทางไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

1.1.2. ตัวชี้วัด

- 1) ประชาชนมีการออมในระดับครัวเรือนสูงขึ้น (อัตราการออมในภาค ครัวเรือน)
- 2) ภาวะหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในภาคครัวเรือนลดลง
- 3) การเพิ่มจำนวนของวิสาหกิจชุมชนที่มีการลงทุนและก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน
- 4) ประชาชนมีพฤติกรรมตามกระแสวัตถุนิยมลดลง (ปริมาณ/มูลค่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยลดลง)
- 5) ภาวะทุพโภชนาการและโภชนาการเกินในวัยแรงงาน เด็กและเยาวชนลดลง (อัตราการเจ็บป่วยจากอาการทุพโภชนาการในวัยแรงงาน เด็กและเยาวชนลดลง)

- 6) มีองค์กรหลักหรือเครือข่ายขององค์กรส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืนครอบคลุมทุกภาคส่วนของสังคมไทย
- 7) เครือข่ายผู้บริโภคเพื่อแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ด้านการบริโภคที่ยั่งยืนในสังคมไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 8) มีระบบข้อมูลของประเทศเรื่องสินค้า/บริการและความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคที่ไม่ยั่งยืน เพื่อให้ผู้บริโภคมีองค์ความรู้เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

1.1.3 แนวทางหลัก

1) **สร้างค่านิยมในการบริโภคที่ยั่งยืน** ให้เกิดเป็นบรรทัดฐานของสังคมในทุกภาคส่วน โดยมีการกำหนดและประกาศค่านิยมหลักอันจะนำไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืนของชาติรวมกับการส่งเสริมการใช้หลักศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิตตามวิถีไทย เพื่อปลูกฝังค่านิยมการบริโภคอย่างพอเพียง และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และรณรงค์ส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการบริโภคโดยคำนึงถึงความพอดีพอประมาณ และการจัดสรรการบริโภคภายใต้ขีดความสามารถในการแสวงหาของตนอย่างยั่งยืน การให้ความรู้โดยตรงจากสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันศาสนา การทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีและการทำกิจกรรมร่วมกัน ตลอดจน สร้างตัวอย่างชุมชนพอเพียง ที่มีการบริโภคตามความจำเป็น ผลิตโดยใช้ทรัพยากรของท้องถิ่น บนฐานภูมิปัญญาดั้งเดิม เน้นการเรียนรู้และพึ่งตนเอง

2) **ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างฐานชีวิตให้มั่นคง** ที่สามารถขยายผลได้อย่างเป็นระบบ ร่วมกับการพัฒนาระบบการเงิน ระบบสวัสดิการ และแหล่งระดมทุนในประเทศเพื่อเป็นหลักประกันในชีวิตของประชาชน ลดการพึ่งพิงการนำเข้าและประหยัดเงินตราต่างประเทศ มีมาตรการจูงใจร่วมกับการรณรงค์ ส่งเสริม เผยแพร่ และให้ความรู้เรื่อง การจัดการรายได้ ตลอดจนแนวปฏิบัติในการจัดทำระบบบัญชีเพื่อส่งเสริมการออมทั้งในระดับองค์กรและระดับครัวเรือนอย่างต่อเนื่อง มีเป้าหมายในการดำเนินการที่ชัดเจน

3) **เพิ่มขีดความสามารถและสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการ** ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนสังคมไทยไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน โดยพัฒนาระบบการเผยแพร่และรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนแนวคิดและแนวปฏิบัติ ด้านการบริโภคของภาคประชาชน สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม สร้างความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการบริโภคที่ยั่งยืน การนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) มาใช้เป็นวิธีการหลักในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการบริโภคสินค้าหรือบริการสาธารณะ รวมทั้งให้ข้อมูลข่าวสารและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคที่ไม่ยั่งยืนหรือการปนเปื้อนของสารพิษต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคมีองค์ความรู้เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

4) **พัฒนาองค์กรหลักในการขับเคลื่อนกลไกส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน** โดยจัดให้มีองค์กรหลักหรือเครือข่ายที่มีบทบาท แนวทาง และวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนในการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืนที่เหมาะสมกับทุกภาคส่วนของสังคมไทยในเชิงรุก สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ และสนับสนุนการดำเนินการอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการติดตามประเมินผลการส่งเสริม และนำมาปรับเปลี่ยนรูปแบบฯ ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์กรดังกล่าวอาจเป็นของหน่วยงานภาครัฐ หรือเป็นองค์กรอิสระก็ได้

1.2 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกลไกการตลาดการบริโภคทุกภาคส่วน โดยกระตุ้นผู้บริโภคทุกภาคส่วนให้บริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืน และสร้างแรงจูงใจในภาคการผลิตให้เกิดตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งมีเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลัก ดังนี้

1.2.1 เป้าหมาย

ประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในตลาดเพิ่มขึ้นตามอุปสงค์ ที่เกิดจากการบริโภคของประชาชนที่มีรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนและมีการพัฒนาการตลาดสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.2.2 ตัวชี้วัด

- 1) มีแผนที่นำทางการส่งเสริมการบริโภคสินค้าและบริการสำคัญที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 2) หน่วยงานทุกภาคส่วน ทุกหน่วย มีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้า/บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 3) สัดส่วนมูลค่าของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่อสินค้าทั่วไปมากขึ้น
- 4) ปริมาณและความหลากหลายของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในตลาดเพิ่มขึ้น

1.2.3 แนวทางหลัก

1) **สร้างกลไกส่งเสริมการตลาดให้กับสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** โดยพัฒนานโยบายและเครื่องมือด้านกฎหมาย เศรษฐศาสตร์ สิ่งแวดล้อม และสังคม เพื่อสร้างตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่พัฒนาระบบฉลาก เพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ของประเทศ เช่น โครงการฉลากเขียว โครงการใบไม้เขียว โครงการประหยัดไฟเบอร์ 5 เป็นต้น ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบให้สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมระบบฉลากได้อย่างเต็มรูปแบบและมีกำลังดำเนินการได้อย่างเพียงพอกับความต้องการ การกำหนดนโยบาย ส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรม และจัดทำแผนที่นำทางการส่งเสริมสินค้าฉลากเขียวในทุกกลุ่มสินค้าและบริการที่สำคัญ กำหนดมาตรการส่งเสริมราคาสินค้าและบริการที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม

อม ซึ่งมีราคาสูงกว่าเนื่องจากรวมต้นทุนทางด้านสิ่งแวดล้อมในมูลค่าสินค้าให้สามารถแข่งขันกับสินค้าอื่น ๆ ได้อย่างเป็นธรรม ร่วมกับกิจกรรมรณรงค์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ และการวิจัยด้านการตลาด อย่างต่อเนื่อง กำหนดและให้รางวัลกับหน่วยงานที่เป็นองค์กรสีเขียวของภาครัฐ ตลอดจนส่งเสริมการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในองค์กรภาคเอกชนผ่านห่วงโซ่อุปทานสีเขียวหรือการจัดการสิ่งแวดล้อม ผ่านคู่ค้าทางธุรกิจ ควบคู่กับการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความร่วมมือในการ พิทักษ์สิทธิและเฝ้าระวัง

2) กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดของประเทศเป็นผู้นำ ปรับปรุงกฎ ระเบียบ วิธีการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐให้สามารถรองรับสินค้าดังกล่าว รวมทั้งกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน กลไกตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ตลอดจนนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์มาใช้สร้างแรงจูงใจต่อธุรกิจในการผลิตสินค้าสีเขียว เช่น การให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ผ่านกลไกภาษี เป็นต้น เพื่อให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น และร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริม เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจำหน่ายสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในสถานที่สาธารณะต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

3) พัฒนากลไกและรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมผ่านสินค้าและบริการ โดยการบูรณาการแนวคิดการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Marketing) เข้าในการบริหารของภาคธุรกิจ พัฒนาและจัดทำฐานข้อมูลสินค้าหลากหลายเขียว สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาระบบและกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการ ตลอดจนส่งเสริมให้มีระบบการรายงานผลดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของภาคการผลิตและระบบหลากหลายแสดงผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อมของสินค้าและบริการ

1.3 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริโภคที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มศักยภาพและภูมิปัญญาทางสังคมเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืน ผ่านกระบวนการให้การศึกษาตามระบบ การสร้างเครือข่ายสังคม และการสร้างเวทีการเรียนรู้ของชุมชน โดยมีเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลัก ดังนี้

1.3.1 เป้าหมาย

ประชาชนและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจในหลักการบริโภคที่ยั่งยืนเพิ่มขึ้น และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคในทิศทางที่ยั่งยืน

1.3.2 ตัวชี้วัด

1) มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่บูรณาการหลักการบริโภคที่ยั่งยืนในทุกระดับชั้นการศึกษาทั่วประเทศ

- 2) มีหลักสูตรต้นแบบการบริโภคที่ยั่งยืนสำหรับสถาบันหรือองค์กรวิชาชีพต่างๆ สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากร
- 3) จำนวนงานวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ สังคมเพื่อพัฒนาสังคมไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืนมีมากขึ้น

1.3.3 แนวทางหลัก

1) **บูรณาการแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนในหลักสูตรการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรในทุกระดับของการศึกษา** โดยการจัดให้มีสถานศึกษา และพัฒนาหลักสูตรตลอดจนบุคลากรทางการเรียนการสอนต้นแบบที่สามารถบูรณาการแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนสู่การเรียนการสอนในระบบการศึกษาไทยในทุกระดับทั่วประเทศ ผ่านเครือข่ายครูด้านสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีสะอาดที่มีการเสริมสร้างความเข้มแข็งและขยายผลอย่างต่อเนื่อง

2) **สร้าง/ส่งเสริมและเผยแพร่หลักสูตรการฝึกอบรมการบริโภคที่ยั่งยืน ในสถาบันวิชาชีพต่างๆที่เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับการศึกษาในวัยทำงาน** โดยพัฒนาหลักสูตรต้นแบบการบริโภคที่ยั่งยืนที่สามารถใช้เป็นหลักในการทำหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากร รวมทั้งประชาชนทั่วไปให้เข้าใจแนวคิด รวมทั้งหลักปฏิบัติของการบริโภคที่ยั่งยืน สำหรับสถาบันหรือองค์กรวิชาชีพต่างๆ ตลอดจนส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมในสถานที่ทำงานและชุมชนในทุกภาคส่วนอย่างทั่วถึง

3) **บูรณาการแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์ของประเทศและเสริมสร้างความเข้มแข็งตลอดจนพัฒนาเครือข่ายในการสร้างสังคมฐานความรู้** โดยจัดให้มีการกำหนดและบูรณาการองค์ความรู้ เรื่องการบริโภคที่ยั่งยืนให้เป็นสาระสำคัญของยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายในการสร้างสังคมฐานความรู้ผ่าน กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสร้างเสริม ความเข้มแข็งและสนับสนุนเครือข่ายสังคมฐานความรู้ด้านการบริโภคที่ยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของประชาชน พัฒนากระบวนการแลกเปลี่ยน/เรียนรู้จากต้นแบบด้านการบริโภคที่ยั่งยืนเสริมสร้างภาคการลงทุนในระดับท้องถิ่นในสังคมไทย และจัดให้มีการถ่ายทอดบทเรียนระหว่างเครือข่ายในเรื่องหลักการและแนวปฏิบัติของการบริโภคที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในสังคมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนจัดให้มีการประเมินผลเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการแยกแยะและเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ สามารถเลือกบริโภคข้อมูลที่มีคุณภาพประกอบการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง

4) **ส่งเสริมงานวิจัยทางเศรษฐศาสตร์-สังคม เพื่อการพัฒนาไปสู่การบริโภคตามค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง** โดยส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัยกำหนดหน่วยงานหรือองค์กรวิจัยในระดับพื้นที่ในทุกภาคส่วนของสังคมเพื่อหาแนวทางการปรับเปลี่ยนสังคมไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน ในทุกประเด็นปัญหาของการบริโภคภาคประชาชนที่สำคัญเร่งด่วนอย่างต่อเนื่องและเกิดองค์ความรู้ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

1.4 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างกลไกคุ้มครองผู้บริโภคจากกิจกรรมการตลาดเพื่อลดการคุกคามกระบวนการตัดสินใจในการบริโภค จากการให้ข้อมูลทางเดียวที่มีลักษณะครอบงำความคิดหรือบิดเบือนทัศนคติต่อสินค้าหรือบริการ จากสื่อประเภทต่างๆ ทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนสร้างกลไกการป้องกันการละเมิดสิทธิ โดยใช้เครื่องมือทางกฎหมาย เศรษฐศาสตร์ สิ่งแวดล้อม และสังคมที่เหมาะสม โดยมีเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลักดังนี้

1.4.1 เป้าหมาย

มีการป้องกันการละเมิดสิทธิเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้เครื่องมือทางกฎหมาย เศรษฐศาสตร์ สิ่งแวดล้อม และทางสังคมที่เหมาะสม

1.4.2 ตัวชี้วัด

- 1) มีกฎหมายควบคุมและกำกับสื่อต่างๆ ให้ครอบคลุมสาระที่สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนสังคมไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน
- 2) มีการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้น
- 3) จำนวนเหตุร้องเรียนเนื่องจากไม่ได้รับความเป็นธรรมในการบริโภคสินค้าและบริการลดลง

1.4.3 แนวทางหลัก

1) นำแนวคิดเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืนมาใช้ปรับปรุงกฎหมายควบคุม/กำกับดูแลสื่อคุ้มครองการบริโภคในภาคประชาชน และสร้างกลไกป้องกันการละเมิดสิทธิ โดยการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านการควบคุมสื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค การป้องกันการละเมิดสิทธิ ให้ครอบคลุมสาระสำคัญในเรื่องกระบวนการ ความรับผิดชอบ การบังคับใช้กฎหมาย การให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ และเข้ามามีบทบาทในการปรับเปลี่ยนสังคมไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งและพัฒนากลไกเรื่องการคุ้มครองสิทธิโดยชอบธรรมตามกฎหมาย และป้องกันการนำไปแสวงหาผลประโยชน์อย่างไม่เป็นธรรมให้สามารถควบคุมและบังคับใช้ได้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนจัดให้มีศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสิทธิของตนมากขึ้น

2) ส่งเสริมเครือข่าย สื่อ โฆษณา และประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคที่ยั่งยืน โดยจัดให้มีเครือข่ายให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจด้านการผลิตสื่อเผยแพร่และโฆษณาตระหนักถึงความสำคัญ เกิดความรู้ ความเข้าใจ และมีจิตสำนึกเรื่องการบริโภคที่ยั่งยืน สามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตสื่อเผยแพร่โฆษณาที่เอื้อต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

2. ยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของภาคการผลิตและบริการ

ยุทธศาสตร์หลักสู่เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากวิถีการบริโภคของภาคการผลิต และภาคบริการ ประกอบด้วยสองยุทธศาสตร์สำคัญ คือ การส่งเสริมการใช้ฐานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับของระบบนิเวศ (Carrying Capacity) และ การเสริมสร้างระบบรีไซเคิลทรัพยากรเพื่อรองรับของเสียที่เกิดขึ้น เงื่อนไขความสำเร็จอยู่ที่สำนักรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจเอง รวมทั้งความรู้หรือทักษะในการจัดการการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสภาพการทางธุรกิจที่เอื้ออำนวยให้เกิดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการใช้ฐานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในภาคการผลิตและบริการ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรเกินขีดความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศจากการบริโภคทรัพยากรของภาคการผลิตและบริการ โดยมีเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลัก ดังนี้

2.1.1 เป้าหมาย

ภาคการผลิต ภาคบริการ ของประเทศไทยมีการใช้ฐานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ขีดจำกัดฐานทรัพยากรตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากภาคการผลิตลดลง

2.1.2 ตัวชี้วัด

- 1) เกิดแผนที่นำทางระดับพื้นที่ในการส่งเสริมภาคธุรกิจเพื่อการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและคำนึงถึงขีดความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศในทุกภาคส่วน
- 2) สัดส่วนการใช้พลังงานต่อมูลค่ารวมของผลผลิตมวลรวมในประเทศลดลง
- 3) สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนต่อการใช้พลังงานทั้งหมด
- 4) มูลค่ารวมของผลผลิตมวลรวมของภาคบริการเพิ่มขึ้น
- 5) มีการใช้เทคโนโลยีสะอาดในกลุ่มธุรกิจประเภทต่างๆ ในภาคการผลิตและบริการที่มีความหลากหลายและมีจำนวนมากขึ้น

2.1.3 แนวทางหลัก

1) **ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตไปสู่สาขาการบริการ (Service Economy) มากขึ้น เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรร่วมกันหรือการใช้บริการสาธารณะต่างๆ** โดยการปรับโครงสร้างฐานการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมไปสู่การขยายฐานเศรษฐกิจของภาคบริการและการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value creation) และเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นในภาคการผลิตให้สูงขึ้น ร่วมกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การเงิน และการบริหาร

ความเสี่ยงให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและพลังงานภายในประเทศ ตลอดจนสร้าง กลไกรองรับและผลักดันแนวทางการใช้ ประโยชน์จากระบบบริการสาธารณะต่างๆ

2) **กำหนดมาตรการทางเศรษฐศาสตร์ทั้งทางการเงินและการคลัง เพื่อให้เกิด การผลิตที่ยั่งยืน** รวมทั้งปรับโครงสร้างภาษีเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จูงใจให้เกิดการประหยัดการใช้ ทรัพยากรและพลังงานในการผลิต และจูงใจสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการผลิต ที่สะอาด เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมการใช้ทรัพยากร ลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการที่นำวัสดุใช้แล้วมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต สนับสนุนการลงทุนแก่ผู้ผลิตสินค้าจากวัสดุใช้แล้ว รวมทั้งลดหย่อนภาษีนำเข้าเทคโนโลยีสะอาดและภาษี เงินได้นิติบุคคลแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนผลักดันให้สถาบันการเงินพิจารณาให้สินเชื่อเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ แก่ผู้ประกอบการที่ใช้กระบวนการผลิตที่สะอาด จัดให้มีมาตรการจูงใจและการให้สิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริม ให้ภาคการผลิตและบริการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน เช่น การผลิตและใช้ประโยชน์จากพลังงานชีวมวล (Biomass) บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ (Biodegradable packaging) และพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar cell) เป็นต้น

3) **เสริมสร้างประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป และพัฒนาทางเลือกในการใช้ประโยชน์** โดยการพัฒนาเทคโนโลยีเสริมสร้างประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปให้เกิดประโยชน์สูงสุด และพัฒนาทางเลือกในการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือ วิธีการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรประเภทที่กำลังหมดลงของประเทศที่ใช้อยู่เดิมเพื่อลดผลกระทบจากการ ใช้ฐานทรัพยากรเกินขีดจำกัดของระบบนิเวศ โดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคการ ผลิต โดยให้การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต การจัดการพลังงานแบบบูรณาการ การกำหนด มาตรฐานสินค้าด้านประสิทธิภาพพลังงาน การเพิ่มต้นทุนทางสังคมในค่าพลังงานเพื่อให้สะท้อนต้นทุนที่ แท้จริง และให้กลไกทางการตลาดทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนให้มีการผลิตพลังงาน หมุนเวียนประเภทชีวมวลโดยเฉพาะในภาคเกษตรที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่มากโดยใช้กลไกราคา

4) **ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสะอาด เทคโนโลยีวัสดุ และนาโนเทคโนโลยี** เพื่อเพิ่มผลิตภาพ (productivity) และให้เกิดการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมี ประสิทธิภาพ ตลอดจนลดมลพิษจากภาคการผลิต โดยให้ดำเนินการร่วมกับภาคเอกชนที่จะเป็นผู้นำองค์ ความรู้ดังกล่าวไปใช้ในเชิงพาณิชย์ และชุมชนที่มีองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาดั้งเดิมให้ต่อยอด และ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันแล้ว ส่งเสริมการผลิตที่สะอาดในภาคอุตสาหกรรมและบริการ โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมขนาดกลาง ขนาดเล็กที่ก่อมลพิษ รวมทั้งขยายผลประสบการณ์เรียนรู้ด้านการผลิตที่สะอาด จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ พัฒนาบุคลากร ด้านเทคโนโลยีสะอาด โดยเฉพาะสำหรับ SMEs ในกลุ่ม วิชาหกิจและคู่ค้าธุรกิจ

5) **ส่งเสริมการใช้เครื่องมือเพื่อการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพในภาคการผลิตและบริการ** โดยจัดให้มีหน่วยงานส่งเสริมภาคธุรกิจให้สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือด้านการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและคำนึงถึงขีดความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศ เช่น การจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานพัฒนาองค์กรด้วยเทคโนโลยีสะอาด การจัดทำรายงานผลปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม การจัดทำบัญชีสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ เป็นต้น พัฒนาแผนที่นำทาง และส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายธุรกิจที่มีการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนจัดให้มีกระบวนการมีส่วนร่วมของเครือข่ายธุรกิจในการส่งเสริมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการนำเครื่องมือในการบริหารจัดการต่างๆ ไปสู่การปฏิบัติใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6) **ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม** โดยเสริมสร้างแนวคิดในการผลิตและบริการที่รับผิดชอบต่อสังคม ให้เกิดเป็นค่านิยมหลักในการดำเนินธุรกิจ โดยจัดให้มีการแข่งขันและมอบรางวัลเกียรติยศจากสังคมแก่องค์กรที่มีการผลิตและบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกพื้นที่ทั้งระดับชุมชน จังหวัด ภูมิภาค และระดับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมผู้ผลิตสินค้าและบริการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมไปใช้ในการทำการตลาด

7) **สร้างตลาดส่งออกเพื่อสิ่งแวดล้อม** โดยการพัฒนากลไกและโครงสร้างพื้นฐานรองรับในการจัดหาแหล่งจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยไม่กระทบต่อการบริโภคสินค้าและบริการภายในประเทศ อย่างเป็นระบบผ่านกลไกการตลาด และเงื่อนไขข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่เป็นธรรม ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตในประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าและลดการใช้ฐานทรัพยากรของประเทศ

8) **ส่งเสริมการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนางานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและฐานข้อมูลด้านการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการพิจารณาทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนจัดให้มีระบบและโครงสร้างพื้นฐานในการส่งเสริมการนำองค์ความรู้และเทคโนโลยีจากการศึกษาวิจัยมาประยุกต์ใช้ในภาคการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9) **เพิ่มพูนทางปัญญาในสังคมในการพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการสีเขียว** โดยการพัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมของชุมชน ที่สามารถปรับปรุงไปสู่การผลิตการควบคุมและพัฒนาคุณภาพเพื่อเพิ่มคุณค่า ตลอดจนจำหน่ายสินค้าและบริการได้อย่างเป็นธรรม ร่วมกับการส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดสินค้าและบริการสีเขียวที่เกิดจาก ท้องถิ่นต่างๆ เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้าง การผลิตจากเดิมที่มุ่งเน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญไปสู่แนวทางที่ยั่งยืน

10) **ส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรยั่งยืนเพื่อลดการใช้สารเคมีในภาคเกษตร** โดยส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสะอาดในภาคเกษตร ส่งเสริม

การทำเกษตรโดยใช้ปุ๋ยชีวภาพ พัฒนาถ่ายทอดเทคนิคและความรู้ด้านเกษตรยั่งยืน มีการประกันความเสียหายผลผลิตจากการปรับเปลี่ยน การทำเกษตรกระแสหลักมาทำเกษตรยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายด้านรองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ตลอดจน ส่งเสริมให้มีการนำวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์

2.2 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างระบบการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่เพื่อ เพิ่มศักยภาพการหมุนเวียนของเสียเพื่อใช้ซ้ำหรือผลิตซ้ำ อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรในภาพรวม โดยมีเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลักดังนี้

2.2.1 เป้าหมาย

มีระบบการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่แบบครบวงจร

2.2.2 ตัวชี้วัด

- 1) อัตราการนำของเสียมาใช้ประโยชน์ในภาคการผลิตสูงขึ้น
- 2) สินค้ารีไซเคิลมีปริมาณเพิ่มขึ้นในตลาด

2.2.3 แนวทางหลัก

1) **พัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบการหมุนเวียนทรัพยากร** โดยการส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานและระบบรองรับการบริหารจัดการการหมุนเวียนทรัพยากรของประเทศ โดยอยู่บนพื้นฐานของหลักการพิจารณาตลอดทั้งวัฏจักรชีวิต ตั้งแต่การลดที่แหล่งกำเนิด การยืดอายุการใช้ทรัพยากรและส่งเสริมการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า การขนส่ง การจัดเก็บ การกำจัด การฟื้นฟูสภาพ การใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่ ตลอดจนส่งเสริมการออกแบบเพื่อการแปรใช้ใหม่ ที่สามารถขยายผลการหมุนเวียนทรัพยากรได้อย่างต่อเนื่อง

2) **เสริมสร้างตลาดการแปรใช้ใหม่สำหรับอุตสาหกรรม** โดยจัดให้มีองค์กรศูนย์กลาง และเครือข่ายในการส่งเสริมการแปรใช้ใหม่และขยายผลในทุกภูมิภาค ตลอดจนการพัฒนาองค์ความรู้ และกรณีศึกษาในการนำของเสียหรือวัสดุที่ได้ออกจากการแปรใช้ใหม่ทดแทนการใช้วัสดุ การประยุกต์ใช้พลังงานทางเลือกที่ได้จากการแปรใช้ใหม่ทดแทนการใช้วัสดุและแหล่งพลังงานจากธรรมชาติที่ใช้แล้วหมดไปมากขึ้น และส่งเสริมกลไกการตลาดแปรใช้ใหม่ของเสียจากภาคอุตสาหกรรม

3. ยุทธศาสตร์การปกป้องฐานทรัพยากรของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของประเทศ ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์สำคัญ อันได้แก่ ยุทธศาสตร์การดูแลและปกป้องฐานทรัพยากรในประเทศ และยุทธศาสตร์การสร้างกลไกขับเคลื่อนและการติดตามประเมินผลการบริโภคที่ยั่งยืน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ยุทธศาสตร์การดูแลและปกป้องฐานทรัพยากรในประเทศ เพื่อให้สังคมมีข้อมูล ชัดจำกัดและสถานการณ์ด้านปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรที่สำคัญ โดยการวางกลไกการติดตาม ประเมินผลข้อมูลฐานทรัพยากรทั้งที่เป็นทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป (Non-renewable Resource) และที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ทดแทนได้ (Renewable Resource) ของไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางหลักดังนี้

3.1.1 เป้าหมาย

ฐานทรัพยากรของประเทศได้รับการปกป้องดูแลให้คงสภาพ และมีการฟื้นฟู ส่วนที่เสื่อมโทรมจนสามารถใช้เป็นทุนสำรองของประโยชน์ต่อไปได้ในคนรุ่นอนาคตได้

3.1.2 ตัวชี้วัด

1) มีแผนที่นำทางของการรักษาและการใช้ และแบ่งปันทรัพยากรทั้งที่เป็น ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปและที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ทดแทนได้ที่สำคัญของประเทศ

2) สัดส่วนการใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปต่อทรัพยากรทั้งหมดของประเทศลดลง

3) ประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรหมุนเวียนของประเทศสูงขึ้น

4) พื้นที่เสื่อมโทรมจากการใช้ทรัพยากรแบบไร้ประสิทธิภาพที่ได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศเพิ่มขึ้น

3.1.3 แนวทางหลัก

1) **จัดทำแผนที่นำทาง (Road Map) การใช้ทรัพยากรของประเทศสำหรับภาคต่างๆ ภายใต้ขีดจำกัด** โดยจัดให้มีกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาแผนที่นำทางการใช้ประโยชน์และการกระจายทรัพยากรอย่างเป็นธรรมทั้งที่เป็น ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปและที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ทดแทนได้ เพื่อกำหนดทิศทางการใช้ประโยชน์และการกระจายทรัพยากรของประเทศ โดยคำนึงถึงขีดจำกัดของฐานทรัพยากร และขีดความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศของประเทศเป็นเกณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสถานการณ์ปัจจุบันซึ่งมีการบริโภคทรัพยากรน้ำและทรัพยากรพลังงานอย่างฟุ่มเฟือยโดยไม่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของทรัพยากรธรรมชาติ จัดให้มีระบบฐานข้อมูลการใช้ทรัพยากรเชิงพื้นที่ตามหลักการรอยเท้าเชิงนิเวศ (Ecological Footprint) ของอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ เพื่อให้สามารถติดตาม ควบคุม และกำกับดูแลการใช้ทรัพยากรและลดผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรเกินขีดความสามารถหรือศักยภาพที่รองรับได้ของระบบนิเวศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) **สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะที่ลดผลกระทบต่อฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนในสังคม** เช่น การปรับนโยบายการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งที่ประหยัดพลังงาน คือ ระบบรางและการขนส่งทางน้ำแทนการขนส่งทางถนน การใช้ระบบขนส่งมวลชนแทนการใช้รถยนต์ส่วนตัว เพื่อให้เกิดการประหยัดทรัพยากร พลังงานและลดมลพิษ การกำหนดมาตรการทางภาษีและราคา เพื่อจูงใจให้เกิดการปรับเปลี่ยนแบบแผนการผลิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการดูแลรับผิดชอบการรักษาและใช้ฐานทรัพยากรของประเทศร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

3) **พัฒนากลไกสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ทดแทนได้ และการอนุรักษ์ฟื้นฟูระบบนิเวศของแหล่งทรัพยากรที่ถูกนำไปใช้** โดยการพัฒนาและกลไกตลอดจนกำหนดบทบาทหน้าที่ กระบวนการทำงาน ของหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในการสร้างความสมดุลการใช้ทรัพยากรที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ทดแทนได้และการอนุรักษ์ฟื้นฟูระบบนิเวศที่ได้รับผลกระทบ จากการนำทรัพยากรไปใช้ให้อยู่ในสภาวะสมดุลและมีศักยภาพในการรองรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ทรัพยากรได้

4) **สร้างกลไกการติดตามและกำหนดขีดจำกัดการใช้ทรัพยากรหลักของประเทศไทย** โดยกำหนดบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการติดตามประเมินผลการใช้ทรัพยากรของประเทศทั้งที่เป็นทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไปและที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ทดแทนได้ รวมทั้งกำหนดวิธีการหรือกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการบริโภคทรัพยากรน้ำและพลังงานโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้มีข้อมูลบ่งชี้ขีดจำกัดการใช้ทรัพยากรของประเทศที่ถูกต้องและทันสมัย