

Plastic...city

ฉัตรพงศ์ ตันติมณีวัฒน์ (kulachatakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้ออกไซด์ จำกัด

ใส่ถุงมัยคะ!!! วลีเด็ดของพนักงานร้านค้าสะดวกซื้อ มักพูดเสมอหลังจาก Check out สินค้าให้ลูกค้าแล้ว ซึ่งก่อนหน้านี้การซื้อหามากฝรั่ง 5 บาทเพียงแค่นั้นเดี๋ยวพนักงานก็ยังคงว่าถุงพลาสติกก็อปเก็บมาใส่ให้ ลูกค้าก็ว่าไปโดยไม่ได้อะไร ส่วนใหญ่แล้วจะนำไปทิ้งๆ ขว้างๆ ซึ่งพนักงานแคชเชียร์หุ่นยนต์จะทำหน้าที่ของเค้าไปตามที่อบรมมาว่าจะต้องใส่ถุงให้ลูกค้าเสมอ ลองคิดดูนะครับว่า 1 คน 1 ร้าน 1 ครั้ง ทุกๆวันจะต้องใช้ถุงพลาสติกเท่าไร แล้วร้านค้าสะดวกซื้อในปัจจุบันมีอยู่เท่าไร แค่นับคร่าวๆก็คิดไม่ตกแล้วครับกับปริมาณถุงพลาสติกที่เราใช้กันในแต่ละวัน ถุงพลาสติกที่ห้างร้านต่างๆ นำมาใส่สินค้าให้ลูกค้ามัน มักจะมี โลโก้ ตราสินค้า เพื่อย้ำเตือนและสร้างความระลึกถึง บางครั้งร้านค้าก็อ้างว่าการใส่ถุงพลาสติกให้ลูกค้าเพื่อเป็นสัญลักษณ์ว่าซื้อจริงๆ ไม่ได้ขโมยออกมา จริงแล้วเราใช้ถุงพลาสติกใส่ของกันเพียงคนละไม่กี่วันที่ เรามักจะทิ้งไปหรือเพราะอะไรไม่ใช้กันแน่ จนบ้านเมืองของเราจะกลายเป็นเมืองแห่งถุงพลาสติกไปแล้ว

แต่ในปัจจุบันเริ่มเห็นห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อ หลายแห่งเมื่อขายสินค้าชิ้นเล็กๆ จำนวนไม่มาก เริ่มเข้าใจพฤติกรรมซื้อของลูกค้าแล้วว่าถ้าไม่เหลือบ่าฝาดแรงสามารถถือไปได้ ลูกค้าก็จะมีแนวโน้มปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้า นอกจากจะเป็นการประหยัดถุงพลาสติกของทางร้านแล้ว ยังจะช่วยลดขยะพลาสติกที่ลูกค้าต้องนำไปทิ้งๆ ขว้างๆ ในถังขยะอีกซึ่งก็ไม่มีใครเหมือนกันว่าจะใส่ถุงให้ไปทำไม แต่สาเหตุที่พนักงานจำเป็นต้องถามลูกค้าให้แน่ใจก่อนหากลูกค้ามีเจตนาไม่รับถุงพลาสติกจริงๆ จะได้ไม่เป็นการผิดใจของพนักงาน การรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกเป็นตัวเลขเชิงสัญลักษณ์กันว่า “เราลดการใช้ถุงพลาสติกไปแล้วเป็นจำนวน.....ถุง” การปฏิเสธถุงพลาสติกจากร้านค้าต่างๆ เป็นพฤติกรรมใหม่ที่ผู้บริโภคเริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกันบ้างแล้ว เนื่องจากเห็นสภาวะขยะล้นเมือง จนมีการรณรงค์ให้นำถุงผ้ามาใส่สินค้า จำหน่ายถุงผ้าหรือแจกถุงผ้าเป็นโปรโมชั่นของร้านค้าเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกจากร้านค้า การใช้วัสดุจากชานอ้อย มันสำปะหลังหรือกระดาษมาทำบรรจุภัณฑ์ เพื่อการย่อยสลายในธรรมชาติที่เร็วกว่าพลาสติกและโฟม เนื่องจากพลาสติกและโฟมเมื่อไม่ใช้แล้วจะกลายเป็นขยะซึ่งจะย่อยสลายในธรรมชาติได้ต้องใช้เวลานานอย่างน้อย 400 ปี แต่หากบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ชานอ้อย มันสำปะหลังหรือกระดาษแล้วจะย่อยสลายในธรรมชาติได้ภายในเวลาเพียง 45 วัน ซึ่งหลายท่านเข้าใจว่าเป็นการเพิ่มต้นทุน แต่หารู้ไม่ว่าต้นทุนของบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นเพิ่มขึ้นอีกเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เมื่อเทียบกับต้นทุนของภาชนะโลกอื่น

ประเทศไทยมีปริมาณขยะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีขยะมูลฝอยประมาณ 16 ล้านตัน ซึ่งเป็นขยะใน กทม. ร้อยละ 22 หรือ เฉลี่ย 9,800 ตันต่อวัน ในที่นี้เป็นขยะที่ถูกกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการเพียง 5.8 ล้านตัน ที่เหลืออีก 10 กว่าล้านตันกลับถูกกำจัดในสิ่งแวดล้อมด้วยการเผาทิ้ง จากสถิติดังกล่าวข้างต้นแม้จะมีความพยายามลดปัญหาปริมาณขยะกันมากมาย แต่ปัจจุบันปริมาณขยะไม่ได้ลดลงเลยแต่อย่างใด เหตุเหล่านี้มาจากการทิ้งขยะในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค พฤติกรรมเหล่านี้เป็นผลพวงมาจากการตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างความสะดวก สร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์เพียงเพื่อห่อหุ้มเป็นอารมณ์แก่ผลิตภัณฑ์เท่านั้น เมื่อถึงเวลาผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็เลือกที่จะ “ทิ้ง”

อาหารว่างที่นิยมกินกันระหว่างมื้ออาหารที่เรียกว่า “เบรก” ส่วนใหญ่พบเห็นตามงานประชุม สัมมนา งานบุญ งานศพ ร้านค้าจะนิยมใส่กล่องติดโลโก้ร้าน เบอร์โทรศัพท์ สร้างเอกลักษณ์กันเต็มที่เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งได้ในโอกาสต่อไป แต่ในปัจจุบันธุรกิจรับจัดอาหารว่างใส่กล่อง (Snack Box) แข่งขันกันมากขึ้น จำเป็นต้องใส่กล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการขนส่งได้รวดเร็ว แต่นั่นหมายถึงการเพิ่มปริมาณขยะให้มากขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่เบรกแล้วก็ทิ้งกล่องบรรจุภัณฑ์ไว้กรูกรังเต็มไปหมดซึ่งของว่างบางชนิดไม่จำเป็นต้องใส่กล่องเลย หรือถ้าจำเป็นก็ควรเลือกที่จะใช้นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมหรือเลือกใช้กระบวนการจัดหน้าที่เป็นการลดขยะ เช่น เบรกแบบหยิบกิน (Finger Food) แล้วให้

ความรู้ในที่ประชุมสัมมนาหรืองานเลี้ยง งานศพที่เราคือกิจการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม “ขอภัย งดใช้กล่อง” นี้ คือ
นวัตกรรมทางความคิดที่มีแต่ผู้บริโภคจะชื่นชม
