

ใส่ถุงมัยคะ....???

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา (kulachatakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้ออกไซด์ จำกัด

วลีเด็ดของพนักงานร้านค้าสะดวกซื้อ มักพูดเสมอหลังจาก Check out สินค้าให้ลูกค้าแล้ว ซึ่งก่อนหน้านี้การซื้อหมากฝรั่ง 5 บาทเพียงแค่อื่นเดียวพนักงานก็ยังคว้าถุงพลาสติกก๊อปแปปมาใส่ให้ ลูกค้าก็คว้าไปโดยไม่โต้เถียงอะไร ส่วนใหญ่แล้วจะนำไปทิ้งๆ ขว้างๆ ซึ่งพนักงานแคชเชียร์หุ่นยนต์จะทำหน้าที่ของเค้าไปตามที่อบรมมาว่าจะต้องใส่ถุงให้ลูกค้าเสมอ ลองคิดดูนะคะ ครึ่ง 1 คน 1 ร้าน 1 ครั้ง ทุกๆวันจะต้องใช้ถุงพลาสติกเท่าไร แล้วร้านค้าสะดวกซื้อในปัจจุบันมีอยู่เท่าไร แต่คำนวณคร่าวๆก็คิดไม่ตกแล้วครับกับปริมาณถุงพลาสติกที่เราใช้กันในแต่ละวัน ถุงพลาสติกที่ห้างร้านต่างๆ นำมาใส่สินค้าให้ลูกค้านั้น มักจะมี โลโก้ ตราสินค้า เพื่อย้ำเตือนและสร้างความระลึกถึง บางครั้งร้านค้าก็อ้างว่าการใส่ถุงพลาสติกให้ลูกค้าเพื่อเป็นสัญลักษณ์ว่าซื้อจริงๆ ไม่ได้ขโมยออกมา จริงแล้วเราใช้ถุงพลาสติกใส่ของกันเพียงคนละไม่กี่วินาที เรามักง่ายเกินไปหรือเพราะอะไรไม่ใช่กันแน่???

แต่ในปัจจุบันเริ่มเห็นห้างสรรพสินค้า มีมินิมาร์ท ร้านสะดวกซื้อ หลายๆที่เมื่อขายสินค้าชิ้นเล็กๆ จำนวนไม่มาก เริ่มเข้าใจพฤติกรรมซื้อของลูกค้าแล้วว่าถ้าไม่เหลือบ่าฝ่าแรงสามารถถือไปได้ ลูกค้าก็จะมีแนวโน้มปฏิเสธการรับถุงพลาสติกจากร้านค้า นอกจากจะเป็นการประหยัดถุงพลาสติกของทางร้านแล้ว ยังจะช่วยลดขยะพลาสติกที่ลูกค้าต้องนำไปทิ้งๆ ขว้างๆ ในถังขยะอีกซึ่งก็ไม่มีใครเหมือนกันว่าจะใส่ถุงให้ไปทำไม แต่สาเหตุที่พนักงานจำเป็นต้องถามลูกค้าให้แน่ใจก่อน หากลูกค้ามีเจตนาไม่รับถุงพลาสติกจริงๆ จะได้ไม่เป็นความผิดของพนักงาน วันนี้เทสโก้ธรรมาภัณฑ์ลดการใช้ถุงพลาสติกเป็นตัวเลขเชิงสัญลักษณ์กันเลยว่า “เราลดการใช้ถุงพลาสติกไปแล้วเป็นจำนวน.....ถุง” การปฏิเสธถุงพลาสติกจากร้านค้าต่างๆ เป็นพฤติกรรมใหม่ที่นักซื้อทั่วโลกเริ่มเข้าใจและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกันบ้างแล้ว เพราะเริ่มมองเห็นสภาวะขยะล้นเมือง มีการรณรงค์ให้นำถุงผ้ามาใส่สินค้า จำหน่ายถุงผ้าหรือแจกถุงผ้าเป็นโปรโมชั่นจากร้านค้าเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกจากร้านค้า การใช้วัสดุจากชานอ้อย มันสำปะหลังหรือกระดาษมาทำบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดปัญหาการย่อยสลายในธรรมชาติที่เร็วกว่าพลาสติกและโฟม เนื่องจากพลาสติกและโฟมเมื่อไม่ใช้แล้วจะกลายเป็นขยะซึ่งจะย่อยสลายในธรรมชาติในช่วงชีวิตของคนเรา ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการย่อยสลายอย่างน้อย 400 ปี แต่หากบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ชานอ้อย มันสำปะหลังหรือกระดาษแล้วจะย่อยสลายในธรรมชาติได้ภายในเวลาไม่กี่วัน

ประเทศไทยมีปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 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” (Break) ส่วนใหญ่พบเห็นตามงานประชุม สัมมนา งานบุญ งานศพ ถ้าให้สะดวกหน่อยร้านค้าก็มักนิยมใส่กล่องติดโลโก้ร้าน เบอร์โทรศัพท์ สร้างเอกลักษณ์กันเต็มที่เพื่อให้ลูกค้าสามารถโทรสั่งได้ในโอกาสต่อไป แต่ในปัจจุบันธุรกิจรับจัดเบรกอาหารว่างมีจำนวนมากขึ้น แข่งขันกันมากขึ้น การขายจำนวนมากจึงจำเป็นต้องใส่กล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการขนส่งได้รวดเร็ว แต่นั่นหมายถึงการเพิ่มปริมาณขยะให้มากขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่รับประทานของว่างแล้วก็ทิ้งกล่องอาหารไว้กรูกรังเต็มไปหมด ทำให้ผู้ประกอบการไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมกันบ้าง จำเป็นหรือไม่ที่ต้องใส่กล่อง ทำไมไม่เลือกที่จะใช้นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมหรือเลือกใช้กระบวนการจัดหน่ายที่เป็นการลดขยะ เช่น เบรกแบบหยิบกิน (Finger Food) แล้วให้ความรู้ในที่ประชุมสัมมนาหรืองาน

เลี้ยง งานศพว่า “เราคือกิจการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม “ขอภัย งดใช้กล่อง” นี้ คือ นวัตกรรมทางความคิดที่มีแต่
ผู้บริโภคจะชื่นชม ว่าต่อไปเราจะเลือกใช้บริการของเจ้านี้เพราะห่วงใยสิ่งแวดล้อม
