

ทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้ว  
ประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้ว  
ประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2563



*วรรณลักษณ์ นกฟิ่งพุ่ม*

วรรณลักษณ์ นกฟิ่งพุ่ม  
ผู้วิจัย

*ดร. อดิศักดิ์*

ดร. อดิศักดิ์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

*สิริสุข รักถิ่น*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริสุข รักถิ่น,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

*ดร. อดิศักดิ์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

*สิริสุข รักถิ่น*

สิริสุข รักถิ่น,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงได้ หากผู้วิจัยไม่ได้รับความเมตตากรุณาและความอนุเคราะห์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอใช้พื้นที่กิตติกรรมประกาศนี้ในการกล่าวขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.ตฤณ ชนานุกัณฑ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ฉบับนี้ สำหรับความกรุณาให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางเกี่ยวกับการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยตระหนักและซาบซึ้งในความกรุณา ความทุ่มเท และความเอาใจใส่ของอาจารย์ที่มีแก่ศิษย์ทุกคน และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ พร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ศิริสุข รักถิ่น และ ดร.สิทธิชัย ตัณฑสิทธิ์ ประธานและกรรมการสอบสารนิพนธ์ สำหรับคำแนะนำต่างๆ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้สละเวลามาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ซึ่งเป็้องค์ประกอบสำคัญสำหรับการศึกษางานวิจัยนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ให้แก่ผู้วิจัย จนกระทั่งสามารถนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยและทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่ประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งคอยอำนวยความสะดวกทำให้การศึกษาวิจัยเป็นไปอย่างราบรื่น

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนเพื่อนๆ ที่คอยให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนอย่างดีเสมอมา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้งานวิจัยดำเนินและสำเร็จลุล่วงไปได้

สุดท้ายผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานสารนิพนธ์ฉบับนี้จะสามารถเป็นแหล่งอ้างอิงที่มีประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงนักวิจัยท่านอื่นๆ ที่สนใจงานวิจัยนี้ไปต่อยอด ทั้งนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

วรรณลักษณ์ นกพิงพุ่ม

ทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้ว ประเภทใช้ครั้งเดียวทั้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

ATTITUDE TOWARDS THE CAMPAIGN "EVERYDAY SAY NO TO PLASTIC BAGS": NO SINGLE-USE PLASTIC BAGS PROVIDED BY DEPARTMENT STORE, SUPERMARKET AND CONVENIENCE STORE

วรรณลักษณ์ นกฟิ่งพุ่ม 6150276

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษานิพนธ์: ตฤณ ธนานุศักดิ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D., สิทธิชัย ตันทสิทธิ์, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

จากการที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้เปิดตัวโครงการ "Everyday Say No To Plastic bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทั้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ เพื่อลดขยะพลาสติกและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ปราศจากพลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทั้งภายในปี 2565 ตาม Road map การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อโครงการนี้โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง Generation X และ Generation Y เพื่อศึกษาทัศนคติและรวบรวมแนวทางปฏิบัติและข้อเสนอให้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปปรับใช้ในโครงการ ผลการศึกษพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติทั้งด้านบวกและลบแบ่งได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสะดวก เนื่องจากการงดแจกถุงพลาสติกส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันทำให้ผู้ซื้อรู้สึกไม่สะดวกเวลาซื้อของ 2) ด้านสิ่งแวดล้อมในการช่วยลดปริมาณขยะพลาสติก 3) ด้านประสบการณ์จากอดีตที่เคยได้ยินหรือพบเห็นโครงการที่คล้ายกัน 4) ด้านความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนเนื่องจากเป็นโครงการที่รณรงค์ทั่วประเทศโดยมีแนวทางการปฏิบัติและการประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน 5) ด้านค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อถุงขยะพลาสติกและถุงผ้า จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้รวบรวมแนวทางปฏิบัติและข้อเสนอเพื่อนำไปปรับใช้ในโครงการดังนี้ 1) ควรมีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในส่วนของคุณข้อมูลโครงการให้มากขึ้นเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและตระหนักถึงปัญหาของขยะพลาสติกและประโยชน์ของโครงการ 2) ควรมีถุงพลาสติกจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ซื้อ และ 3) ควรนำถุงที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเข้ามาใช้ในโครงการ

คำสำคัญ : โครงการ "Everyday Say No To Plastic bags"/ การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้ว/ ทัศนคติ

## สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทคัดย่อ	ค
	สารบัญตาราง	ง
	สารบัญรูปภาพ	ช
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
	1.3 ขอบเขตงานวิจัย	5
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
	1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย	6
<b>บทที่ 2</b>	<b>ทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>7</b>
	2.1 ความรู้ทั่วไปเรื่องพลาสติกหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง	7
	2.2 แนวคิดโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags"	8
	2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	13
	2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
	3.1 รูปแบบของงานวิจัย	18
	3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
	3.3 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	19
	3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
	3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล	20
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>22</b>
	4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัย	23
	4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	23
	4.3 ทัศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>37</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	37
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	39
5.3 ข้อเสนอแนะ	45
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>55</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>60</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	61
ภาคผนวก ข ข้อมูลผู้เข้าร่วมวิจัย และสรุปผลการสัมภาษณ์	63
ภาคผนวก ค เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	71
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>72</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 รายละเอียดโครงการแจกถุงพลาสติกของแต่ละห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ	11
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัย	23
4.2 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่ม Generation X และ Generation Y	24
5.1 ภาษีถุงพลาสติกและรายได้จากการเก็บค่าถุงพลาสติกในช่วงปี 2002 ถึง 2013	44
5.2 อัตราการเก็บค่าถุงพลาสติกของแต่ละประเทศ	49





## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 ข้อมูลการนำเข้าขยะพลาสติกในอาเซียนปี 2561 ผู้ส่งออกขยะพลาสติกสู่อาเซียนสูงสุดประเทศต้นทางที่ส่งออกขยะพลาสติกมาไทยและประเทศปลายทางที่ไทยส่งออกขยะพลาสติก	2
2.1 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ	14
3.1 การสร้างรหัสคำและจัดกลุ่มสำหรับทัศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	21
5.1 พฤติกรรมการรับข่าวสารแบ่งตามช่วงวัย	42
5.2 Stop climate change before it changes you	46
5.3 What goes in the ocean goes in you	46
5.4 แคมเปญ “Everyday Say No To Plastic Bags”	47
5.5 ป้ายโฆษณา คุณ บอดีแสลม ในแคมเปญวันละถุง...คุณทำได้ของซีพีออลล์	48
5.6 ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพฯ ช่วงตุลาคม 2559 - กุมภาพันธ์ 2560	50
5.7 T-Shirt Bag ถุงพันธ์ใหม่ผลิตจากมันสำปะหลังย่อยสลายได้ 100%	52
5.8 ถุงพลาสติกสลายตัวได้สำหรับทิ้งขยะเศษอาหาร	53
5.9 ระยะเวลาการย่อยสลายในดินของถุงพลาสติกจากแป้งมันสำปะหลัง	53



## บทที่ 1

### บทนำ

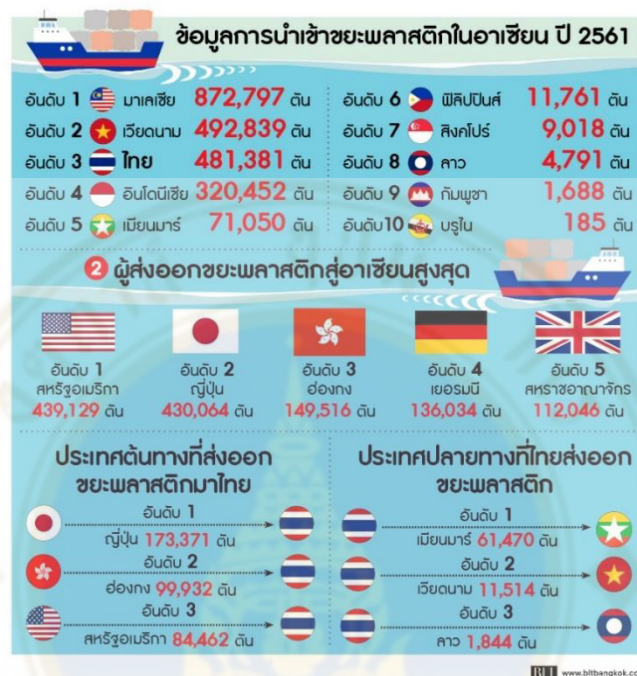
#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ขณะนี้ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญถึงปัญหาขยะที่มีปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ โดยข้อมูลวิจัยพบว่า ปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนจากทั่วโลก มีปริมาณมากกว่า 2.1 พันล้านตันต่อปี มีเพียงร้อยละ 16 หรือ 323 ล้านตันเท่านั้นที่ถูกนำไปเข้ากระบวนการรีไซเคิล (Maplecroft, 2019) โดยประเทศที่มีค่าเฉลี่ยการผลิตขยะต่อคนสูงที่สุดในโลกคือสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกามีประชากรเพียงร้อยละ 4 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในโลก แต่กลับสร้างปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนสูงถึง 239 ล้านตันต่อปี ซึ่งเป็น ร้อยละ 12 ของปริมาณขยะทั่วโลก โดยสหรัฐอเมริกาสามารถรีไซเคิลขยะมูลฝอยชุมชนได้เพียงร้อยละ 35 ของปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมดของประเทศ (Maplecroft, 2019) รวมถึงยังมีประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ เช่น ฝรั่งเศส ออสเตรีย แคนาดา ที่สร้างปริมาณขยะมากไม่แพ้กัน และ ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 61 ของโลก

ในส่วนของขยะพลาสติก ทั่วโลกมีการใช้ถุงพลาสติกมากถึง 5 แสนล้านใบต่อปี โดยแต่ละปีมีขยะพลาสติกจากทั่วโลกไหลลงสู่ทะเลกว่า 13 ล้านตัน ซึ่งมีขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งมากกว่าร้อยละ 50 (มติชนออนไลน์, 2561) โดยมีการจัดเรียงลำดับประเทศที่ทิ้งขยะพลาสติกลงทะเลมากที่สุดคือ จีน 8.82 ล้านตันต่อปี อินโดนีเซีย 3.22 ล้านตันต่อปี ฟิลิปปินส์ 1.88 ล้านตันต่อปี เวียดนาม 1.83 ล้านตันต่อปี ศรีลังกา 1.59 ล้านตันต่อปี ไทย 1.03 ล้านตันต่อปี อียิปต์ 0.97 ล้านตันต่อปี มาเลเซีย 0.94 ล้านตันต่อปี ไนจีเรีย 0.85 ล้านตันต่อปี และบังกลาเทศ 0.79 ล้านตันต่อปี (เจนนา อาร์. แจมเบ็ก, 2562) ซึ่งเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีปริมาณขยะทะเลมากที่สุดเป็นอันดับที่ 6 ของโลก โดยขยะในทะเลส่วนใหญ่มาจากแหล่งท่องเที่ยว เช่น ขวดน้ำพลาสติก ถุงพลาสติก ขวดแก้ว โฟม เป็นต้น และรวมถึงขยะจากการทำการประมง เช่น อวน เชือก เป็นต้น นอกจากนี้ขยะที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยว ขยะจำพวกนี้ยังเกิดจากกิจกรรมต่างๆในภาคครัวเรือนหรืออุตสาหกรรมที่ถูกนำเอาไปกำจัดอย่างไม่ถูกวิธี เช่น การปล่อยขยะลงแหล่งน้ำ จากลำคลอง คู่มือแม่น้ำ และท้องทะเล (ผู้จัดการสุดสัปดาห์, 2562)

วิธีการกำจัดขยะรูปแบบหนึ่งของประเทศที่พัฒนาแล้วคือการขนส่งขยะไปสู่ประเทศแถบเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีน เวียดนาม อินเดีย ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ และประเทศไทย

(Bltbangkok, 2562) จากสถิติระหว่างปี 2559-2561 พบว่า การนำเข้าขยะพลาสติกในอาเซียนสูงถึง ร้อยละ 171 จาก 836,529 ตันเป็น 2,265,962 ตัน โดย มาเลเซีย เวียดนาม และไทย เป็นเป้าหมายแรก ของขยะพลาสติก จากรูป 1.1 จะเห็นว่ามาเลเซียนำเข้าขยะพลาสติกมากสุดในอาเซียน 872,797 ตัน ตามด้วยเวียดนาม 492,839 ตัน และไทย 481,381 ตัน ดังรูปภาพที่ 1.1



รูปภาพที่ 1.1 ข้อมูลการนำเข้าขยะพลาสติกในอาเซียนปี 2561 ผู้ส่งออกขยะพลาสติกสู่อาเซียนสูงสุด ประเทศต้นทางที่ส่งออกขยะพลาสติกมาไทย และ ประเทศปลายทางที่ไทยส่งออกขยะพลาสติก ที่มา: bltbangkok (2562)

หลายประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้พยายามป้องกันการนำเข้าขยะพลาสติกและขยะอิเล็กทรอนิกส์จากทั่วโลก โดยประเทศจีนถือได้ว่าเป็นผู้นำเข้าขยะรายใหญ่ที่สุดของโลกประกาศหยุดรับพลาสติกรีไซเคิลในช่วงปลายปี 2560 ส่งผลให้การค้าขยะพลาสติกส่วนใหญ่เปลี่ยนเป้าหมายไปยังประเทศที่มีการควบคุมอ่อนแอกว่า โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่เมื่อกลางปี 2561 ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้บางประเทศได้มีมาตรการเพื่อกำจัดการนำเข้าขยะพลาสติกจากประเทศพัฒนาแล้ว โดยมาเลเซียยุติการให้ใบอนุญาตใหม่แก่การนำเข้าขยะพลาสติก เวียดนามยุติให้ใบอนุญาตใหม่สำหรับการนำเข้าขยะและจัดการกับการนำเข้าที่ผิดกฎหมาย และไทยประกาศห้ามนำเข้าขยะพลาสติกภายในปี 2564 (Bitbangkok, 2562)

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยมีความรุนแรงขึ้นไม่แพ้กับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก และถือว่าเป็นปัญหาที่ต้องรีบจัดการแก้ไข โดยประเทศไทยนั้นมีปริมาณขยะมูลฝอยแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แม้ว่าพลาสติกเหล่านี้ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค แต่สิ่งสำคัญที่หลายประเทศรวมถึงประเทศไทยเริ่มตระหนักถึงคือ พลาสติกเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งพลาสติกจำพวกนี้ใช้ระยะเวลาในการย่อยสลาย และยากต่อการนำไปกำจัด โดยในปี 2561 ประเทศไทยมีปริมาณขยะมูลฝอยจำนวนมากกว่า 27.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2552 3.71 ล้านตัน โดยมีขยะพลาสติกถึง 2 ล้านตันต่อปี (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562)

จากปัญหาสภาพแวดล้อมและขยะพลาสติกที่ทวีความรุนแรงขึ้น ทำให้ทุกหลายภาคส่วนพยายามช่วยกันเร่งหาทางแก้ไขปัญหา โดยเมื่อวันที่ 17 เม.ย. 2562 คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบ “(ร่าง) Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573” ตามที่ นายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีข้อสั่งการให้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกระทรวงมหาดไทย รณรงค์ร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ลดใช้วัสดุพลาสติกเพื่อใช้เป็นกรอบนโยบายการบริหารจัดการขยะพลาสติกในภาพรวมของประเทศ และเป็นกรอบแนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการ ด้านการจัดการขยะพลาสติกแบบบูรณาการของหน่วยงาน เพื่อก้าวเข้าสู่การจัดการพลาสติกที่ยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจหมุนเวียน (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2561 ) โดยมีสาระสำคัญดังนี้

**เป้าหมายที่ 1:** การลดละเลิกการใช้พลาสติกจำนวน 7 ชนิด ด้วยการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- ภายในปี พ.ศ. 2562 ลดและเลิกการใช้พลาสติกจำนวน 3 ชนิด ได้แก่ พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม พลาสติกผสมสารอ็อกโซ (Oxo) และไมโครบีคส์ (Microbeads)

- ภายในปี พ.ศ. 2565 ลดและเลิกการใช้พลาสติกจำนวน 4 ชนิด ได้แก่ พลาสติกประเภทหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน ก่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติก (แบบบางใช้ครั้งเดียว) และหลอดพลาสติก

**เป้าหมายที่ 2:** การนำขยะพลาสติกเป้าหมายกลับมาใช้ประโยชน์ ร้อยละ 100 ภายในปี พ.ศ. 2570

การดำเนินงานตาม Roadmap การจัดการขยะพลาสติก จะช่วยลดปริมาณพลาสติกที่ต้องนำไปกำจัดได้ประมาณ 0.78 ล้านตันต่อปี ประหยัดงบประมาณในการจัดการขยะมูลฝอย 3,900 ล้านบาทต่อปี ประหยัดพื้นที่รองรับและการกำจัดรวมทั้งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 1.2 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2561) โดยกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีก 11 แห่ง รวมทั้งบริษัทผู้ผลิตน้ำดื่มรายใหญ่ 5 ราย ร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) การขับเคลื่อนการเลิกใช้พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม หรือแคปซูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2562 เป็นต้นไป และตั้งเป้าที่จะทำให้สำเร็จภายในปี 2562 (นคริน วนกิจไพบูลย์, 2561) และเป้าหมายอีกอย่างหนึ่งก็คือการลดและเลิกการใช้พลาสติกจำนวน 4 ชนิด ได้แก่ พลาสติกประเภทหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน ก่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติก (แบบบางใช้ครั้งเดียว) และหลอดพลาสติก ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดำเนินโครงการ “ทำความดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม” วัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณขยะมูลฝอย ถุงพลาสติกหิ้ว และโฟมใส่อาหาร ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน และได้มีประกาศว่าตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้องดแจกถุงพลาสติกหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งให้แก่ลูกค้า

ผู้วิจัยเห็นว่าโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อเป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างหนึ่งและเป็นโครงการที่ต้องทำเป็นระยะยาว ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องทำให้ประชาชนรู้สึกสนใจ มีส่วนร่วมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การลดใช้ถุงพลาสติกหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติ

ของคนไทยต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อที่จะเริ่มในวันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป เพื่อเข้าใจและเสนอแนวทางแก้ไขและปฏิบัติให้ทุกภาคส่วนนำไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ
2. เพื่อนำเสนอแนวทางปฏิบัติให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปปรับใช้ในโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

## 1.3 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างจากประชาชน Generation X และ Generation Y

โดยระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง มีนาคม 2563

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ
2. สามารถนำผลวิจัยไปนำเสนอแนวทางปฏิบัติให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปปรับใช้ในโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงด



แจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ขยะพลาสติก คือ พลาสติกที่ใช้แล้วถูกทิ้งเป็นขยะพลาสติก ส่วนหนึ่งถูกนำกลับมาใช้อีกในลักษณะที่แตกต่างกัน และอีกส่วนหนึ่งถูกนำไปกำจัดทิ้งโดยวิธีการต่างๆ เช่น การฝังกลบ การหลอม การรีไซเคิล

พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง คือพลาสติกจ้ำพวก ถุง ขวด หลอด และอื่นๆ ที่โยนทิ้งหลังจากใช้แล้วแค่ครั้งเดียว มีอายุการใช้งานสั้น แต่ใช้เวลาย่อยสลายนาน โดยมีตัวเลือกอื่นๆ อีกมากที่สามารถใช้แทนพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งได้ เช่น ถุงผ้า



## บทที่ 2

### บทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ทศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้า ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีมาปรับใช้ในการวิจัยให้เกิดประโยชน์ โดยจะเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเรื่องพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง
- 2.2 แนวคิดโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags"
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีทศนคติ
- 2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ความรู้ทั่วไปเรื่องพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียว

ถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ถูกผลิตจากเม็ดพลาสติกจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่ใช้เพลิงฟอสซิลเป็นวัตถุดิบ ซึ่งการผลิตถุงพลาสติกนั้นสามารถทำได้อย่างรวดเร็วในปริมาณมากและด้วยต้นทุนที่ต่ำ เมื่อนำมาใช้จะมีอายุการใช้งานสั้น และส่วนใหญ่เป็นการใช้เพียงครั้งเดียว

#### 2.1.1 ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในประเทศไทย

ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วในประเทศไทยมีมากถึง 45,000 ล้านใบต่อปี โดยมีแหล่งที่มาของถุงพลาสติกหูหิ้วจาก 3 แห่งด้วยกันคือ ร้อยละ 40 มาจากตลาดสดเทศบาล เอกชนและแผงลอย จำนวน 18,000 ล้านใบต่อปี ร้อยละ 30 มาจากร้านขายของชำ จำนวน 13,500 ล้านใบต่อปี และร้อยละ 30 มาจากห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ จำนวน 13,500 ล้านใบต่อปี โดยพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการใช้ถุงพลาสติกเฉลี่ย คนละ 8 ใบต่อวัน ทำให้มีขยะพลาสติกมากถึง 80 ล้านใบต่อวัน (มูลนิธิสืบนาคะเสถียร, 2562) ในปี 2561 ประเทศไทยมีปริมาณขยะพลาสติกมากถึง 2 ล้านตันต่อปี มีเพียง 0.5 ล้านตันที่สามารถนำกลับไปรีไซเคิลได้เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นขวดพลาสติก



ส่วนที่เหลือ 1.5 ล้านตัน ประกอบด้วยถุงพลาสติกจำนวน 1.2 ล้านตัน และพลาสติกจำพวก แก้ว ฝา ก่อ่ง ขวด และอื่นๆ 0.3 ล้านตัน (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562)

### 2.1.2 ปัญหาและผลกระทบ

ถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก เพราะต้องใช้เวลาอย่างน้อย 450 ปี ในการย่อยสลาย (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2562) ซึ่งถ้าไม่รอให้ถุงพลาสติกย่อยสลายไปเอง จะมีวิธีที่สามารถกำจัดขยะพลาสติกได้อยู่ 2 วิธี คือ วิธีการฝังกลบ ซึ่งวิธีนี้ต้องใช้พื้นที่เยอะกว่าปกติเพราะว่าพลาสติกมีความคงทนและสามารถทนต่อแรงอัดได้สูง ถ้าฝังกลบพื้นที่นั้นจะไม่สามารถทำการเกษตรได้อีกเพราะสารเคมีจากพลาสติกจะซึมและปนเปื้อนลงไปในพื้นที่ตรงนั้น อีกหนึ่งวิธีคือ วิธีการเผา ถ้าเผาไหม้ไม่สมบูรณ์จะมีก๊าซพิษ แต่แม้ว่าจะเผาไหม้สมบูรณ์ก็จะมีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นก๊าซเรือนกระจกที่ทำให้โลกร้อน แต่ในความเป็นจริงการเผาไหม้ไม่มีทางที่จะสมบูรณ์ 100% ได้ ทำให้มีทั้งก๊าซพิษและก๊าซเรือนกระจกทำให้เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม (Sanook, 2556)

พลาสติกถ้าไม่ถูกฝังกลบหรือเผา ส่วนหนึ่งก็จะหลุดรอดลงไปในทะเลปนเข้ากับ แม่น้ำ วาพ เต่า หรือสัตว์น้ำอื่นๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้มีข่าวเกี่ยวกับสัตว์น้ำเสียชีวิตจากการบริโภคพลาสติกเข้าไปเป็นจำนวนมาก เช่น กรณีของมาเรียม พะยูนน้อยที่เป็นขวัญใจของคนไทยได้เสียชีวิตลงจากสาเหตุที่ชิ้นส่วนพลาสติกอุดตันในลำไส้จนทำให้ลำไส้อักเสบนำไปสู่การติดเชื้อในกระแสเลือด ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นกับมาเรียมสามารถสะท้อนปัญหาเกี่ยวกับขยะ โดยเฉพาะขยะพลาสติกที่เป็นภัยคุกคามต่อสิ่งมีชีวิตในท้องทะเลเกินกว่าที่ทุกคนคาดคิด (พิมพ์ระพี พันธุ์วิชาติกุล, 2562)

## 2.2. แนวคิดโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

### 2.2.1 ที่มาของโครงการ

ตามแผน Road map การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตั้งเป้าหมายเลิกการใช้พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง 4 ชนิด ภายในปี 2565 ได้แก่ พลาสติกประเภทหูหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน ก่อ่ง โฟมบรรจุ

อาหาร แก้วพลาสติก(แบบบางใช้ครั้งเดียว) และหลอดพลาสติก (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวง  
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2561)

โดยในปี 2561 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม  
ดำเนินกิจกรรมรณรงค์ภายใต้โครงการ “ทำความดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม” ซึ่งประกอบไปด้วย  
5 กิจกรรม ดังต่อไปนี้

- 1) มาตรการลด และคัดแยกขยะมูลฝอยในหน่วยงานภาครัฐ
- 2) การรณรงค์ทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก
- 3) การลดใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วและโฟมบรรจุอาหารในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ
- 4) ทำความดีด้วยหัวใจงดใช้พลาสติกและโฟมในสวนสัตว์
- 5) การจัดการขยะบกู้ขยะทะเล ในพื้นที่ 24 จังหวัดชายทะเล

สำหรับกิจกรรม “รณรงค์ทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” นั้นเป็น  
กิจกรรมที่ทางรัฐบาลต้องการส่งเสริมห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ตลาดสด ลดใช้ถุงพลาสติกหู  
หิ้วและงดใช้โฟมบรรจุอาหาร รวมถึงสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชน ผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่  
การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้บรรจุภัณฑ์หรือภาชนะที่ใช้ซ้ำได้ โดยได้มีการลงนามในบันทึก  
ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) “ทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” ร่วมกับภาคี  
เครือข่ายภาคเอกชนจำนวน 43 แห่ง เพื่อยกระดับบริการถุงพลาสติกหูหิ้วในวันสิ่งแวดล้อมไทยและ  
วันที่ 4 ของทุกเดือน โดยมีห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อเป็นจำนวนมากเข้าร่วมและให้การ  
สนับสนุนโครงการตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไปมา ดังตารางที่ 2.1

ตาราง 2.1 รายละเอียดโครงการรณรงค์งดถุงพลาสติกของแต่ละห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

โครงการ	ร้านสะดวกซื้อ/ ห้างสรรพสินค้า	รายละเอียดโครงการ	สิ่งที่ได้รับจากการไม่รับ ถุงพลาสติก
“เดอะมอลล์ กรุ๊ป โก กรีน” (THE MALL GROUP GO GREEN)	บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด (ห้างสรรพสินค้าเดอะ มอลล์ ทุกสาขา, ดี เอ็ม โฟ เรียม, ดี เอ็มควอเทียร์, พารา กอน ดีพาร์ทเมนท์ส โดริ์, บลู พอร์ต หัวหิน แพลนกูร์เมต์ มาร์เก็ต และ โฮม เฟรช มาร์ท ทุกสาขา)	งดให้บริการถุงพลาสติกทุก วัน แต่ถ้าลูกค้ารับ ถุงพลาสติก จะขอความ ร่วมมือร่วมบริจาค 1 บาท ต่อถุงพลาสติก 1 ใบ เพื่อ นำไปสนับสนุนงานด้าน สิ่งแวดล้อมร่วมกับองค์การ กองทุนสัตว์ป่าโลกสากล	ได้รับคะแนน M Point สูงสุด 200 คะแนนต่อวัน (กูร์เมต์ มาร์ เก็ต, โฮม เฟรช มาร์ท สูงสุด 100 คะแนน และ ห้างสรรพสินค้า สูงสุด 100 คะแนน) และมีแคชเชียร์ช่อง พิเศษ Green Lane ให้นักค้าที่ ไม่รับถุงพลาสติก หรือนำถุงผ้า มาซื้อปั้งเอง ในแผนกกูร์เมต์ มาร์เก็ต และ โฮม เฟรช มาร์ท
Central Love the Earth: Say No to Plastic Bags	บริษัท เซ็นทรัลรีเทล คอร์ ปอเรชั่น จำกัด (ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลทุก สาขา, ห้างสรรพสินค้าเซน, โรบินสัน, ซูเปอร์สปอร์ต, บี ทูเอส, ออฟฟิศเมท, ร้านค้า ในกลุ่มเซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป (ซีเอ็มจี), เพาเวอร์บาย, ไทวัสดุ, บ้านแอนด์บียอนด์ และออโต้วัน)	งดให้บริการถุงพลาสติกทุก วัน	ได้รับคะแนนสะสมเดอะวัน เพิ่ม 10คะแนน และสูงสุดถึง 40 คะแนน
	เซ็นทรัล ฟู๊ด ฮอลล์, ท็อปส์ มาร์เก็ต, ท็อปส์ ซูเปอร์ส โตร์, ท็อปส์ เดลี่ และ ร้านมัทลีโม โตะ คิโยชิ	งดแจกถุงพลาสติกแก่ลูกค้า ทุกวันอังคาร	ได้รับคะแนนสะสมเดอะวัน เพิ่ม 8 คะแนน
	แฟมิลีมาร์ท (เพิ่มสาขาที่ไม่ บริการถุงพลาสติกอีก 10 สาขา ในพื้นที่กรุงเทพฯ จาก เดิมที่มีเพียง 1 สาขา )	ใช้โมเดล No Bag Stores งดให้บริการถุงพลาสติก ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน	

ตาราง 2.1 รายละเอียดโครงการงดแจกถุงพลาสติกของแต่ละร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า (ต่อ)

โครงการ	ร้านสะดวกซื้อ/ ห้างสรรพสินค้า	รายละเอียดโครงการ	สิ่งที่ไม่ได้รับการไม่รับ ถุงพลาสติก
โครงการภูมิใจ ไม่ใช้ถุง	เทสโก้ โลตัส	งดให้บริการถุงพลาสติก ทุกวันที่ 4 ของเดือนทั้ง 2,000 สาขาทั่วประเทศ และขอความร่วมมือลูกค้า ให้งดรับถุงเมื่อซื้อสินค้า น้อยกว่า 2 ชิ้น ตอนนี้มี ร้านค้าปลอดถุงพลาสติก 9 แห่ง และมีแผนขยาย จำนวนสาขาอย่างต่อเนื่อง งดให้บริการถุงพลาสติกทุก วัน	ได้รับแต้มคลับการ์ดเพิ่ม 50 แต้ม
งดแจก ถุงพลาสติกทั่ว ประเทศ	บิ๊กซีซูเปอร์มาร์เก็ต	งดให้บริการถุงพลาสติกทุก วันที่ 4 ของเดือน	ได้รับคะแนนเพิ่ม 200 คะแนน
7 Go Green (ลด วันละถุง...คุณทำได้)	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (7-11)	เชิญชวนคนไทยให้ไม่รับ ถุงพลาสติก	บริจาค 20 สตางค์ต่อถุงหนึ่งใบ ให้กับ โรงพยาบาลศิริราช, โรงพยาบาลในชุมชน และ โรงพยาบาลในถิ่นทุรกันดาร รวม 77 โรงพยาบาลใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ

จากนโยบายของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ถึงความร่วมมือกับ 43 ห้างสรรพสินค้า ต่อโครงการ “รณรงค์ทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” ที่ได้มีการงดใช้ถุงพลาสติกในวันสิ่งแวดล้อมไทย และวันที่ 4 ของทุกเดือนหรือวันอื่นๆเพิ่มเข้ามา โดยตั้งแต่วันที่ 21 กรกฎาคม 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2562 สามารถลดการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วได้มากกว่า 2,000 ล้านใบ หรือประมาณ 5.7 ล้าน กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่ากว่า 400 ล้านบาท ซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ถือว่าเป็นสัญญาณการเริ่มต้นที่ดีในการช่วยกันรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ปราศจากพลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งให้ได้ภายในปี 2565 ตามแผนตามแผน Road map การจัดการขยะพลาสติก กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงได้เปิดตัวโครงการ “Everyday Say No To Plastic bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ โดยตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่กว่า 43 ราย จะงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วแก่ลูกค้าทั่วประเทศ เพื่อเป็นการส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ถุงพลาสติก

การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วถือเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคครั้งสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคมีความเคยชินในการรับ และใช้ถุงพลาสติกเวลาไปซื้อของเพราะอำนวยความสะดวกสบาย ถึงแม้ว่าในปี 2561 และ 2562 ทุกหน่วยงานพยายามรณรงค์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความคุ้นชิน โดยการลดแจกถุงพลาสติก แต่ก็ยังมีตัวเลือกหรือวันอื่นๆที่ยังให้บริการแจกถุงพลาสติกให้แก่ลูกค้า แต่ตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป จะเป็นการงดแจกถุงพลาสติกในทุกวันอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการทราบทัศนคติของผู้บริโภคต่อโครงการนี้เพื่อเข้าใจและนำเสนอแนวทางใ้ภาครัฐและเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปรับปรุงและแก้ไขต่อไป



## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

### 2.3.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีทั้งการสนับสนุนหรือต่อต้านที่เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อม โดยที่ทัศนคติไม่อาจมองเห็นได้อย่างชัดเจน แต่เป็นการใช้วิธีแปลความหมายจากการแสดงออกต่อสิ่งนั้นๆ (รุ่งนภา, 2536) ทัศนคติอาจจัดเป็นความรู้สึก และความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือทางลบที่มีต่อเรื่องนั้น โดยที่ทัศนคตินั้นจะถูกแสดงออกมาจากทางความคิดเห็น จึงถือได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงทัศนคติของบุคคลนั้น (Thurstone & Chave, 1966, pp. 6-7)

ทัศนคติอาจหมายถึงท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกรวมๆ ของบุคคลที่เกิดจากความพร้อมหรือความโน้มเอียงของจิตใจ ซึ่งแสดงออกเพื่อโต้ตอบต่อสิ่งเรานั้น โดยจะแสดงออกในทางสนับสนุนหรือต่อต้านก็ได้ (บุญธรรม กิจปริดาภิวัตน์, 2540, หน้า 11-12) นอกจากนั้นทัศนคติ คือ สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาทที่จะตอบโต้ได้ อันเกิดจากประสบการณ์ที่จะกำหนดทิศทางหรือมีผลในการเปลี่ยนแปลงของการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ (Allport, 1968, p.77)

### 2.3.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

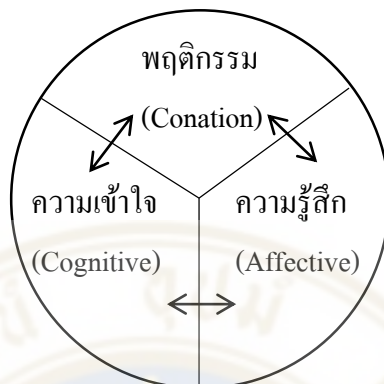
Zimbardo and Ebbesen (1970) กล่าวว่าองค์ประกอบของทัศนคติสามารถแยกได้เป็น 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบทางการรู้คิด (Cognitive Component) ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะประกอบด้วยความรู้หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อาจเป็นวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ เป็นความรู้หรือความเชื่อที่ใช้ประเมินค่าสิ่งนั้นได้

2. องค์ประกอบทางความรู้สึก (Affective Component) ทัศนคติดีมีลักษณะที่สำคัญคือ อารมณ์ของบุคคลเกี่ยวกับวัตถุทางทัศนคตินั้น ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น โดยเป็นความรู้สึกที่มีทิศทาง เช่น ความชอบ ความไม่ชอบ ความพอใจ ความไม่พอใจ

3. องค์ประกอบทางการพร้อมกระทำ (Action Tendency Component) เมื่อบุคคลมีความรู้เชิงประเมินค่าและมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งเหล่านั้นแล้ว ซึ่งสิ่งที่สอดคล้องตามกันมาคือความพร้อมที่จะกระทำให้สอดคล้องกับความรู้สึกของตนต่อสิ่งนั้นด้วย

Schiffman และ Kanuk (2000, p. 200) ได้กำหนดองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้



### รูปภาพที่ 2.1 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

ที่มา: Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (1994). *Consumer behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

รูปภาพที่ 2.1 แสดงถึงองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ความเข้าใจ (Cognitive Component) คือความรู้ การรับรู้ ความเชื่อ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ความเร็วในการรับรู้จะขึ้นกับประสบการณ์และข้อมูลจากหลายแหล่งข้อมูล และความรู้ี้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ
2. ความรู้สึก (Affective) จะสะท้อนอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. พฤติกรรม (Conative component) จะสะท้อนถึงแนวโน้มพฤติกรรม หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกของผู้บริโภค

### 2.3.3 ประเภทของทัศนคติ

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (ดารณีพานทอง, 2542, หน้า 43) คือ

1. ทัศนคติในทางบวก คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือยอมรับ ความพอใจ เช่น ลูกค้ายอมที่จะไม่รับถุงพลาสติก เพราะรู้ว่าช่วยลดโลกร้อนได้
2. ทัศนคติในทางลบ คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่



พอใจ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย เช่น ลูกค้าไม่ยอมใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกเพราะว่าไม่ยอมต้องทำความสะอาดบ่อย

3. การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉย ๆ คือ มีทัศนคติเป็นกลางอาจเป็นเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในสิ่งเหล่านั้นหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มาก่อน

### 2.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 108) กล่าวว่าไว้ว่า ทัศนคติต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ หรือสถานการณ์ สามารถสร้างขึ้นได้ การที่ทัศนคติมีแนวโน้มจะมั่นคงหรือเปลี่ยนแปลงนั้นขึ้นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น เช่น บุคคลที่มาจากสภาพแวดล้อมเดียวกันหรือมาจากพื้นเพเดียวกันมักจะมีทัศนคติ หรือความเชื่อที่คล้ายๆกัน แต่บางทีก็อาจจะไม่ได้เป็นเช่นนี้เสมอไป ทั้งนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติของบุคคลสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ เป็นลักษณะเฉพาะบุคคล การมีทัศนคติพื้นฐานที่เป็นคนเข้าใจง่าย มีทัศนคติที่ดี จะทำให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย แต่หากมีพื้นฐานที่ต่อต้าน มีทัศนคติในทางลบ ก็จะค่อนข้างยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ยาก

2. ประสบการณ์ในอดีต ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ใดๆ อาจเกิดจากประสบการณ์ตรงจากการเคยใช้หรือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งประสบการณ์ของผู้บริโภคแต่ละรายที่มีต่อสินค้าหรือบริการจะแตกต่างกัน ฉะนั้นการให้ข้อมูลและทดลองใช้เพื่อให้เกิดประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้องทำการกระตุ้นต่อหลังจากที่เกิดทัศนคติให้ตัดสินใจซื้อ

3. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน ค่านิยมพื้นฐานของทัศนคติมักจะได้รับมาจากบุคคลที่ใกล้ชิดกับบุคคลนั้น เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิด โดยบุคคลต่างๆที่กล่าวมานั้นจะให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ทำให้สามารถสร้างทัศนคติและใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการสร้างทัศนคติได้

4. เครื่องมือทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการตลาดทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เช่น การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย โทรทัศน์ โฆษณา หรือหนังสือพิมพ์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค เพื่อที่จะเข้าถึงและสามารถจูงใจผู้บริโภคจนก่อให้เกิดทัศนคติได้ โดยเครื่องมือและรูปแบบในการสร้างทัศนคตินั้นมีหลากหลายจึงต้องเลือกวิธีให้เหมาะสมแก่กลุ่มที่สนใจ

5. การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ สื่อในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายมากขึ้น การเลือกใช้สื่อที่เข้าถึงได้มีประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล รวมถึงขนาดของข้อมูลที่มากเพียงพอ จะส่งผลต่อการเปิดรับของผู้บริโภคตลอดจนการประมวลผลและสร้างเป็นทัศนคติที่มั่นคงขึ้นได้

6. อิทธิพลทางสังคม กระแสสังคมในด้านต่างๆสามารถส่งผลต่อความรู้สึกในการเกิดความชอบ และไม่ชอบได้ หากบุคคลถูกปลูกฝังจากวัฒนธรรมเดียวกันและอยู่ในสังคมเดียวกัน มักจะมีทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน แต่หากบุคคลที่มีทัศนคติต่อต้านสังคม ก็อาจมีทัศนคติที่เข้มแข็งและยากต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล

### 2.3.5 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร

ประภา เพ็ญสุวรรณ (2526 หน้า 5) กล่าวว่า ทัศนคติ ของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากผู้อื่น หรือจากสื่อต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบของ ทัศนคติ ในส่วนของ การรับรู้ เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบ ส่วนอื่น จะมีแนวโน้ม ที่จะ เปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของ ทัศนคติ ในส่วนของการรับรู้ เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลง จะทำให้องค์ประกอบ ในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และ องค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

## 2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา โตทัย และ คณະ (2550) ได้วิจัยเรื่องความคิดเห็นของการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก เพื่อลดภาวะโลกร้อน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกเพื่อภาวะโลกร้อนของลูกค้าที่เดินสวนจตุจักร โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลลูกค้าที่เดินจตุจักรในวันเสาร์อาทิตย์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็น NON probability sampling โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน ผลการศึกษาทำให้ทราบว่าประชากรส่วนมากเป็นเพศหญิงอายุ 21-25 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ที่เดินเที่ยวในสวนจตุจักร พบว่าประชากรเห็นด้วยกับการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกเพื่อลดโลกร้อนในระดับมาก

อัจฉราพรรณ ลิพพันธ์ และ วิษณุ เหลืองละออ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องเจตคติและพฤติกรรมการลดใช้ถุงพลาสติกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi Stage โดยมีขั้นตอนที่หนึ่งคือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย ด้วยการแบ่งสถานที่เก็บแบบสอบถามเป็น 4 ที่คือ ศูนย์ราชการ แหล่งชุมชน มหาวิทยาลัย แหล่งการค้า และขั้นตอนที่สองคือ ใช้วิธีการ Accidental sampling โดยการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่อยู่ตามสถานที่นั้นๆ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 440 ตัวอย่าง ซึ่งจากผลการวิจัยภายใต้หัวข้อเหตุผลที่คิดว่า โครงการการลดใช้ถุงพลาสติกไม่ประสบความสำเร็จ โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่าอันดับแรก คือความเคยชินของพฤติกรรม

ผู้บริโภค ร้อยละ 35.86 อันดับสอง คือคนไม่มีจิตสำนึก ร้อยละ 24.24 อันดับสาม คือถุงพลาสติกเป็น  
สิ่งจำเป็น อำนวยความสะดวกและยังไม่มีวัสดุอื่นทดแทนได้ดีเท่า ร้อยละ 19.19 อันดับสี่คือ การ  
รณรงค์ไม่ต่อเนื่อง ร้อยละ 11.11 อันดับห้าคือผู้ขายยังคงใช้ใส่สินค้าให้ร้อยละ 7.58 และขาดการ  
สนับสนุนจากภาครัฐร้อยละ 2.02 (มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย, 2557)

อาทิตยา มุลมมงคล และคณะ (2551) ได้วิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าลดโลกร้อนของบุคคลทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทัศนคติ และการ  
รณรงค์การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกเพื่อลดภาวะโลกร้อนของบุคคลทั่วไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง  
แบบ Sample random Sampling โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 120 คน คือ บุคคลทั่วไปที่เดินในสวนจตุจักร  
ผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่ใช้ถุงผ้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ระหว่าง  
5,001-10,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีทัศนคติ  
ต่อการใช้ถุงผ้าลดโลกร้อนที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงให้ความสนใจการใช้ถุงผ้าลดโลกร้อน  
มากกว่าเพศชายเนื่องจากทัศนคติความเชื่อที่แตกต่างกัน

กนิษฐา รัตนสินธ (2561) ได้ศึกษาในส่วนของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้  
อันตรายที่เกิดจากพลาสติก พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้อันตรายที่เกิดจากพลาสติกนั้นมี  
ผลต่อการลดการใช้พลาสติกของประชากรในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้นภาครัฐและเอกชนจึงควรให้  
ความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในการร่วมรณรงค์ในหลากหลายช่องทาง โดยใช้สื่อ  
ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ประชากรได้ทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นต่อสุขภาพของตนเอง  
และสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการรณรงค์เรื่องของการลดโลกร้อนโดย  
ส่งเสริมให้ใช้ถุงผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวมาเป็นระยะเวลาอันนานแต่  
เนื่องจากยังไม่มีมาตรการไหนที่นำไปสู่การปฏิบัติโดยกว้างขวาง ส่วนหนึ่งเกิดจากขาดการ  
สนับสนุนการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทำ แต่เนื่องจากโครงการ "Everyday Say No To Plastic  
Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และ  
ร้านสะดวกซื้อ เป็นการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานทางภาครัฐ เอกชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
โดยโครงการนี้จะเริ่มมีผลบังคับใช้ทั่วประเทศตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป

จากที่ผู้วิจัยศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าข้อมูลส่วนใหญ่เป็นการเก็บข้อมูลเชิง  
ปริมาณและเป็นการเปรียบเทียบระหว่างเพศหญิงและชายดังข้อมูลข้างต้น แต่ยังไม่มีการ  
เปรียบเทียบทัศนคติต่าง Generation ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของประชาชน  
โดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้เข้าใจทัศนคติและความคิดเห็นเชิงลึกของประชาชนต่อ  
โครงการนี้ในเชิงลึกและสามารถที่จะนำผลวิจัยไปเสนอเพื่อปรับใช้ในโครงการได้อย่างเหมาะสม

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

#### 3.1 รูปแบบของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีเก็บการข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และเพื่อเป็นการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลจากมุมมองและทัศนคติของผู้ตอบ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการกำหนดคำถามให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา ทั้งนี้ก่อนเริ่มทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ให้แก่ผู้ถูกสัมภาษณ์ และได้ทำการขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อใช้สำหรับการตรวจทานความถูกต้องของข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ ทั้งนี้รูปแบบในการดำเนินการสัมภาษณ์ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการสัมภาษณ์แบบพูดคุยต่อหน้า โดยขึ้นอยู่กับความพร้อมและความสะดวกของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์ในเดือน มกราคม 2563

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมงานวิจัย และบทความจากเว็บไซต์ รวมทั้งใช้วิธีการสืบค้นฐานข้อมูลจากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น กรมควบคุมมลพิษ มติชนออนไลน์ เป็น



ต้น อันเป็นแนวทางในการนำไปสู่การสร้างเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ที่มีประสิทธิภาพเป็นลำดับต่อไป ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการสืบค้นข้อมูล ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562

### 3.3 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างของ Generation X กลุ่มคนที่อายุ 40-54 ปี เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง และถูกมองว่าพฤติกรรมการใช้ซื้อในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีพฤติกรรมการใช้ซื้อของออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กันไป (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2561) และอีกกลุ่มคือ Generation Y กลุ่มคนที่อายุ 23-39 ปี เป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และเป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมการใช้ซื้อของออนไลน์เป็นอันดับ 1 (Bitbangkok, 2019) ซึ่งถือได้ว่าพฤติกรรมการใช้ซื้อของ Generation Y กำลังเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เดินตามห้างสรรพสินค้าหรือออฟไลน์ มาเป็นออนไลน์มากขึ้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างละเท่าๆกัน รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ความคิดเห็นจากหลากหลายมุมมอง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็นสองกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : Generation X อายุ 40-54 ปี	15 คน
กลุ่มที่ 2 : Generation Y อายุ 23-39 ปี	15 คน

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) โดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยการศึกษาประเด็นคำตอบ จากการทบทวนวรรณกรรม โดยสร้างเป็นคำถามให้มีความครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยอันเป็นสิ่งที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

โดยลักษณะคำถามจะมุ่งเน้นศึกษา ทศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภท ใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 2 ส่วน สำหรับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัย
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย

ทั้งนี้รายละเอียดคำถามในการสัมภาษณ์ เช่น ทศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" ประสบการณ์ในต่างประเทศ ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน เป็นต้น พร้อมผลสรุปการสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยทุกรายสามารถดูได้จากในภาคผนวก

### 3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

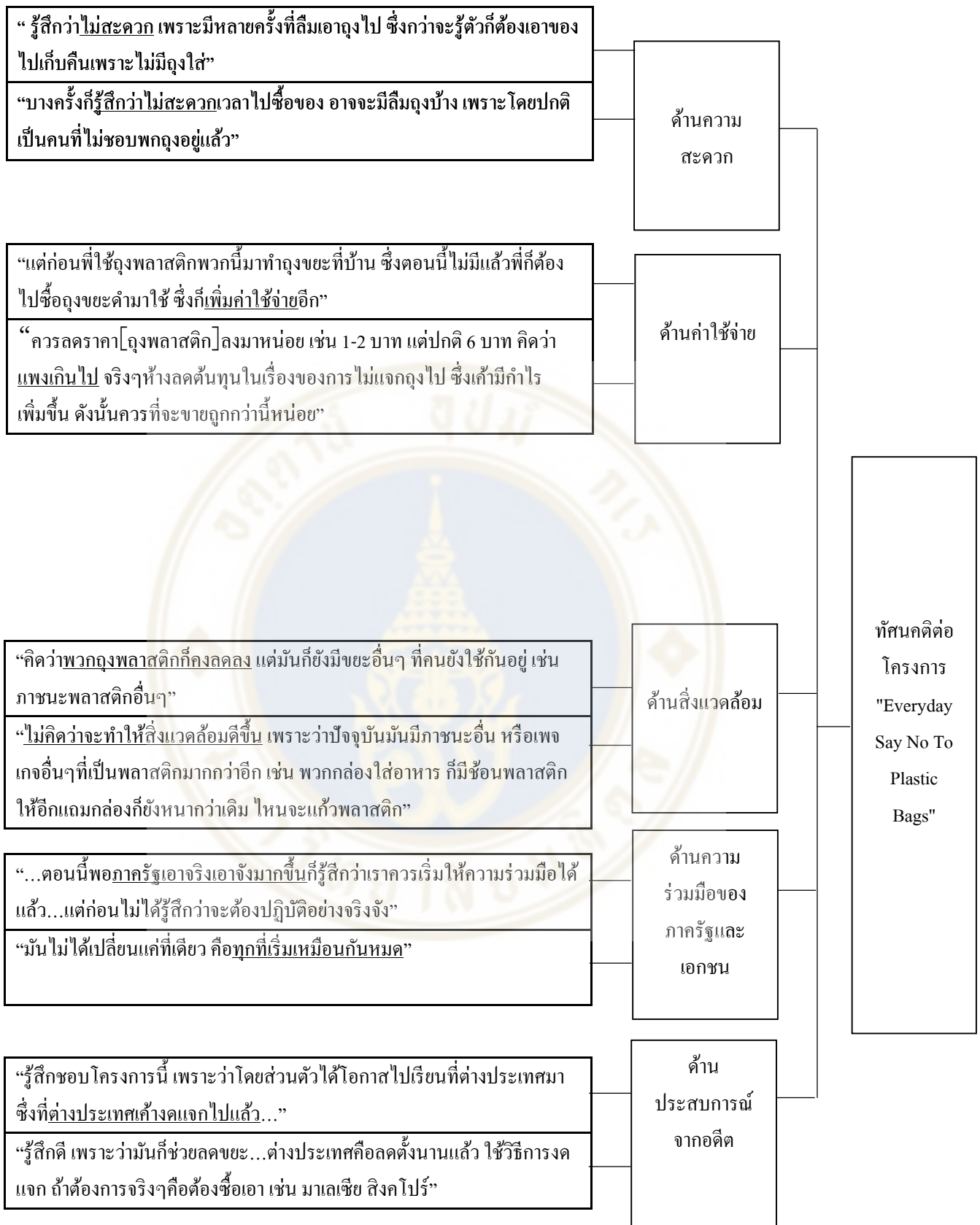
จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในข้อ 3.3 เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การแจกแจงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ในขั้นตอนการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนเพื่อนำเสียงที่บันทึกไว้มาถอดบทสัมภาษณ์ได้อย่างละเอียด และสรุปใจความสำคัญ

2. สรุป Key word ที่ได้รับจากผู้ให้สัมภาษณ์โดยการให้รหัสคำต่างๆ (Coding) ที่มีลักษณะเหมือนกันและที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้เข้าร่วมวิจัย หลังจากนั้นจึงนำกลุ่มคำสำคัญทั้งหมดทำการจัดกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่น มีผู้เข้าร่วมวิจัยกล่าวว่า “แต่ก่อนพี่ใช้ถุงพลาสติกพวกนี้มาทำถุงขยะที่บ้าน ซึ่งตอนนี้ไม่มีแล้วพี่ก็ต้องไปซื้อถุงขยะดำมาใช้ ซึ่งก็เพิ่มค่าใช้จ่ายอีก” นอกจากนี้มีผู้เข้าร่วมวิจัยที่มีความเห็นว่า “ควรลดราคา[ถุงพลาสติก]ลงมาน้อย เช่น 1-2 บาท แต่ปกติ 6 บาท คิดว่าแพงเกินไป จริงๆห้างลดต้นทุนในเรื่องของการไม่แจกถุงไป ซึ่งเค้ามีกำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้นควรที่จะขายถูกกว่านี้หน่อย” ซึ่งจะเห็นได้ว่าไม่ว่าเป็นในส่วนของ การซื้อถุงขยะพลาสติกหรือการซื้อถุงพลาสติก ณ จุดชำระเงินก็เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับผู้ซื้อทั้งนั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้รหัสคำว่า “ด้านค่าใช้จ่าย”

ผู้วิจัยได้ทำซ้ำขั้นตอนข้างต้นจนสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติทั้งด้านบวกและลบสามารถแบ่งได้เป็น 5 ด้านได้แก่ 1) ด้านความสะดวก 2) ด้านสิ่งแวดล้อม 3) ประสบการณ์จากอดีต 4) ด้านความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน 5) ด้านค่าใช้จ่าย ซึ่งจะอธิบายรายละเอียดของแต่ละด้านในบทถัดไป

3. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ไปดำเนินการค้นหาและเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อทำการวิเคราะห์และสรุปผลสิ่งที่ค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้และนำไปสู่การอภิปรายและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป



รูปที่ 3.1 การสร้างรหัสคำและจัดกลุ่มสำหรับทัศนคติต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags"



## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง ทศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 : Generation X อายุ 40-54 ปี                      15 คน

กลุ่มที่ 2 : Generation Y อายุ 23-39 ปี                      15 คน

การนำเสนอผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ จะนำเสนอผลการวิจัยในประเด็นหลักที่สำคัญแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัย

4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

4.3 ทศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

ทั้งนี้ เพื่อปกปิดข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัย เมื่อมีการอ้างอิงถึงชื่อของผู้เข้าร่วมวิจัย ทางผู้วิจัยจะแทนชื่อของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นนามสมมุติทั้งหมด

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 30 ราย จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มตัวอย่าง Generation X อายุ 40-54 ปี เป็นเพศหญิง ทั้งหมด 15 ราย มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี และปริญญาโท กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่ม Generation Y อายุ 23-39 ปี แบ่งเป็น ชาย 4 ราย และ หญิง 11 ราย มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท โดยทั้งสองกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทและมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัย

		Generation X (อายุ 40-54 ปี)	Generation Y (อายุ 23-39 ปี)
เพศ	ชาย	-	4
	หญิง	15	11
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3	-
	ปริญญาตรี	11	12
	ปริญญาโท	1	3
อาชีพ	ค้าขาย	2	-
	พนักงานบริษัท	12	14
	แม่บ้าน	1	-
	ธุรกิจส่วนตัว	-	1
ภูมิลำเนา	กรุงเทพมหานคร	11	11
	อื่นๆ	4	4

#### 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

เนื่องจากโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ เป็นโครงการที่ริเริ่มเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2563 ซึ่งนับเป็นโครงการที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประชาชน ดังนั้นผู้วิจัยจึง

ต้องการทราบถึงความคิดเห็นหรือความเข้าใจของผู้เข้าร่วมวิจัยต่อการประชาสัมพันธ์ของโครงการ และการรับรู้วัตถุประสงค์ของโครงการ

#### 4.2.1 การประชาสัมพันธ์ของโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ของโครงการ ผู้วิจัยต้องการทราบถึงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 2 กลุ่มในด้านความเหมาะสม ความครอบคลุมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

##### 1) ช่องทางการประชาสัมพันธ์โครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งกลุ่ม Generation X และ Generation Y พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนเคยได้ยินการประชาสัมพันธ์ของโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อบ้างแล้ว โดยส่วนใหญ่ได้ยินการประชาสัมพันธ์ของโครงการตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 เป็นต้นมา โดยผู้เข้าร่วมวิจัยแต่ละรายได้ยินการประชาสัมพันธ์จากหลายหลายช่องทางแตกต่างกันดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่ม Generation X และ Generation Y

ช่องทางการประชาสัมพันธ์	Generation X	Generation Y
โทรทัศน์	13	3
วิทยุ	3	-
อินเทอร์เน็ต	6	11
ร้านสะดวกซื้อ	4	9
ห้างสรรพสินค้า	12	3
ได้ยินจากบุคคลอื่น	2	-

จากข้อมูลในตาราง 4.2 ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย Generation X ได้มากที่สุด คือ ทางโทรทัศน์ ห้างสรรพสินค้า อินเทอร์เน็ต และร้านสะดวกซื้อตามลำดับ โดยคุณนุชนันท์ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของโครงการว่า “ได้ยินจากทางทีวี ข่าว...” และคุณอัจฉรา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “เคยได้ยิน มาจากทางทีวี วิทยุ และฟังมาจากคนอื่น” ในขณะที่ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย Generation Y ได้มากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า และ

โทรทัศน์ตามลำดับ โดยคุณชนชาติ (เพศชาย, Gen Y) ได้กล่าวถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์ของโครงการว่า “ได้ยื่นตามสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก” เช่นเดียวกับคุณศศิพันธ์ (เพศหญิง, Gen Y) ที่ได้กล่าวว่า “ได้ยื่นจากไลน์ เฟซบุ๊ก แล้วก็สื่อโฆษณาต่างๆ ข่าวสาร” รวมถึงคุณเมธาวิ (เพศหญิง, Gen Y) ที่ได้กล่าวว่า “เคยได้ยื่นมาจากร้านสะดวกซื้อ และเห็นจากทาง Social media”

จากความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมวิจัยแสดงให้เห็นว่าช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์เกิดจากการดูข่าวและโฆษณา ส่วนห้างสรรพสินค้านั้นจะเห็นตามป้ายประกาศหรือการบอกกล่าวของพนักงาน และทางอินเทอร์เน็ตผ่าน เฟซบุ๊ก ไลน์นิวส์ และ อินสตาแกรม

#### 2) ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์โครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ทั้งกลุ่ม Generation X และ Generation Y มีความคิดเห็นว่ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมดีแล้ว เพราะว่ามีกรเริ่มรณรงค์ตั้งแต่วางปีที่แล้ว โดยมีการแจ้งล่วงหน้าประมาณ 1-2 เดือนก่อนงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ดังที่กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย คุณมัทยา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “เคยได้ยื่นโครงการนี้ตั้งแต่ตุลาคม ปี 2562” เช่นเดียวกับคุณปรารถนา (เพศหญิง, Gen X) ที่ได้ยื่นมาตั้งแต่ปี 2562 กล่าวว่า “ได้ยื่นมานานเป็นปีแล้วว่าจะมีโครงการนี้” และคุณปวีณา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ได้ยื่นมาตั้งแต่ปีที่แล้ว” ในขณะที่กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย Generation Y มีความคิดเห็นคล้ายกันกับ Generation X โดย คุณเจนจิรา (เพศหญิง, Gen Y) กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ก็ค่อนข้างโอเค เพราะว่ามีกรแจ้งล่วงหน้า” สอดคล้องกับ คุณชนชาติ (เพศชาย, Gen Y) ที่กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ ก็ถือว่ากระจายไปได้ดี มีการประกาศมาก่อนว่าจะเริ่มเลิกใช้ ก็รู้ว่าปี 63 จะเลิกใช้ถุง” และคุณธิมา (เพศหญิง, Gen Y) กล่าวว่า “ได้ยื่นมาช่วงปีที่แล้ว ก่อนปีใหม่” ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่เคยได้ยื่นการประชาสัมพันธ์โครงการนี้ก่อนที่จะเริ่มโครงการในวันที่ 1 มกราคม 2563

#### 4.2.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

เนื่องจากโครงการนี้ถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการลดปริมาณขยะพลาสติก และกำจัดขยะพลาสติกให้ได้ตามแผน Roadmap การจัดการขยะพลาสติกที่ได้ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากราบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นทราบถึงวัตถุประสงค์ของจัดตั้งของโครงการนี้หรือไม่

จากผลสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการที่ทำไมขึ้นมามาเพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกเพราะถุงพลาสติกย่อยสลายยากและเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่ม คุณปรารถนา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ถุงพลาสติกทำให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ หรือการทำลายถุงพลาสติกต้องใช้พลังงานทรัพยากรเยอะ ย่อยสลายยากการทำ

โครงการนี้ขึ้นมา ก็เพื่อจะลดปัญหาพวกมลภาวะในการกำจัดพลาสติก” และ คุณปวีณา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “เคยได้ยินมาจากในสื่อที่เป็นพวกข่าวว่าสัตว์ต่างๆกินพลาสติกเข้าไป เลยอยากให้ ธรรมชาติเลิกใช้ถุงพลาสติก” อย่างไรก็ตาม ผู้ร่วมวิจัยส่วนใหญ่รู้สึกไม่มั่นใจว่าวัตถุประสงค์ของ โครงการนี้คืออะไร เนื่องจากไม่ได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ แต่พอที่จะคาดเดาได้ว่า โครงการนี้น่าจะเป็นการช่วยลดปริมาณขยะพลาสติก และช่วยลดโลกร้อน โดย คุณเมษา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “คิดที่น่าจะเป็นเรื่องกับสิ่งแวดล้อม อยากจะให้ลดเรื่องของขยะ ตอน ประชาสัมพันธ์ไม่ได้บอกถึงวัตถุประสงค์ตรงนี้” ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกับ คุณกฤษณ์ (เพศชาย, Gen X) ที่กล่าวว่า “น่าจะอยากให้คนไทยงดใช้ถุงพลาสติก หรือว่าใช้ลดลง เพราะว่ามันเป็นปัญหา ระดับโลกว่ามีขยะพลาสติกเยอะ” และคุณแคทริยา (เพศหญิง, Gen Y) ที่แสดงความคิดเห็นว่า “น่าจะลดปริมาณขยะในประเทศเราด้วย และลดปริมาณขยะทั่วโลกด้วย การประชาสัมพันธ์บอกแก่ เราจะลดและงดแจก แต่ไม่ได้บอกว่าทำไปเพื่ออะไร”

จากความคิดเห็นข้างต้นทำให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของโครงการยังขาดในส่วน ของการประชาสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งผู้ร่วมวิจัยหลายรายคิดเห็นว่าการ ประชาสัมพันธ์โดยบอกวัตถุประสงค์ และประโยชน์โทษของถุงพลาสติกจะเป็นการช่วยให้ ประชาชนเข้าใจในโครงการนี้มากขึ้น โดย คุณจินตนา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ควรมีการ ประชาสัมพันธ์ในส่วนของ ประโยชน์ โทษ ทำไมเราถึงต้อง งดรับถุง เพื่ออะไร ประโยชน์คืออะไร จะได้ทำให้คนเข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้นมากขึ้น...” และ คุณโสธยา (เพศหญิง, Gen X) แสดงความ คิดเห็นว่า “ภาครัฐและเอกชนควรพยายามสื่อให้เห็นว่าขยะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขนาด ไหน และโซว์ภาพที่เห็นขยะเป็นกองๆ ปลุกฝังตรงนี้ให้มันเยอะๆ ให้เห็นว่าโทษของพวกขยะ พลาสติกเป็นยังไง” รวมถึงคุณปวีณา (เพศหญิง, Gen X) ได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายกันคือ “ควร จะมีสื่อโฆษณาให้เยอะขึ้น มีการติดป้ายรณรงค์ ลดถุงพลาสติกไปช่วยทำให้เกิดผลยังไงบ้าง” ซึ่ง ความเห็นที่กล่าวมานั้น มีความสอดคล้องกับกลุ่ม Generation Y ที่คิดเห็นว่าการ มีการ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อดีข้อเสียหรือผลกระทบของถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งเพื่อทำให้ ประชาชนมีความรู้และความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น โดยคุณเมธาวิ (เพศหญิง, Gen Y) แสดงความคิดเห็น ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ว่า “ต้องรณรงค์ต่อไปเรื่อยๆ ให้คนเห็นภาพของสัตว์ทะเลที่โดน ผลกระทบจากการทิ้งถุงพลาสติก ทำให้คนมี awareness เพิ่มมากขึ้น...” และ คุณธิดา (เพศหญิง, Gen Y) ที่ได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ หรือ โปสเตอร์ข้อดีข้อเสีย สร้างความเข้าใจกับประชาชน ให้มากขึ้น หรือว่ามีออกเป็นโฆษณา ให้ความรู้ ให้คนรู้สึกมีส่วนร่วมต่อโครงการนี้” เช่นเดียวกับ คุณบุศราคัม (เพศหญิง, Gen Y) ที่ได้กล่าวว่า “ทำให้เขามี awareness ในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ว่าการ ใช้ถุงพลาสติกเยอะๆมันให้โทษอะไรบ้างแล้วถ้าถุงพลาสติกลดลงไปได้มันจะมีประโยชน์



อะไรบ้าง ถ้ามีการทำข้อมูลตรงนั้นให้เขามี awareness ตรงนั้นขึ้นมา เราว่ามันจะทำให้โครงการประสบความสำเร็จ”

### 4.3 ทศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”

เนื่องจากการงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคครั้งสำคัญเนื่องจากผู้บริโภคมีความเคยชินในการรับถุงพลาสติกมาเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการทราบทัศนคติของผู้บริโภคต่อโครงการนี้ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอทัศนคติของ Generation X และ Generation Y เพื่อให้ได้เห็นทัศนคติและมุมมองที่หลากหลายจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งสองกลุ่มพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมีทัศนคติด้านบวกและด้านลบต่อโครงการนี้จากหลายสาเหตุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอสรุปสาเหตุหลักเพื่ออธิบายความคิดเห็นหรือทัศนคติต่อโครงการของผู้เข้าร่วมวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 4.3.1 ด้านความสะดวก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านลบต่อโครงการเนื่องจากโครงการนี้ได้ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันเพราะก่อให้เกิดความไม่สะดวกสบายในการซื้อของ จากสาเหตุดังนี้ 1) ความไม่สะดวกในการซื้อของเมื่อลืมนำถุงผ้าหรือถุงพลาสติกไป 2) สินค้าบางอย่างไม่สามารถใส่รวมกันได้ 3) วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าที่ต่างกัน

##### 1) ความไม่สะดวกจากการลืมนำถุงผ้าหรือถุงพลาสติกติดตัวไปด้วย

เมื่อเกิดโครงการนี้ขึ้นทำให้ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้องดแจกถุงพลาสติก ส่งผลให้ผู้ซื้อจำเป็นต้องพกถุงผ้าหรือถุงพลาสติกไปเอง แต่ในบางที่ผู้ซื้ออาจจะลืมพกถุงผ้าหรือถุงพลาสติกติดตัวเวลาออกไปข้างนอก หรือเวลาทำธุระอยู่ข้างนอกแล้วเกิดต้องการซื้อของกระป๋องหันหันทำให้ไม่สามารถซื้อของที่ต้องการได้ ดังนั้นการที่ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ไม่มีถุงพลาสติกหรือภาชนะสำรองไว้ทำให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อโครงการนี้ โดยคุณอุไรวรรณ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “บางครั้งก็รู้สึกที่ไม่สะดวกเวลาไปซื้อของ อาจจะมีลืมถุงบ้าง เพราะโดยปกติเป็นคนที่ไม่ชอบพกถุงอยู่แล้ว รวมถึงกระเป๋าก็ใช้ก็ใช้ใบเล็ก” สอดคล้องกับคุณปวีณา (เพศหญิง, Gen X) ที่กล่าวเช่นเดียวกันว่า “ทำให้ชีวิตเราไม่ค่อยสะดวกจริงๆเพราะบางทีก็ลืมเอาไป” ซึ่งสอดคล้องกับผู้เข้าร่วมวิจัย Generation Y ที่มองว่าการงดแจกถุงพลาสติกทำให้เกิดความไม่สะดวกสบายเนื่องจากต้องเตือนตัวเองตลอดเวลา

ว่าห้ามลิ้มเอาถุงไปด้วย ดังที่คุณประวิทย์ (เพศชาย, Gen Y) ได้กล่าวว่า “รู้สึกลำบากตัวเองจริงๆ ลดใช้ถุงพลาสติกได้ แต่ทำไมถึงไม่มีภาชนะอะไรมาใส่ให้เลย คิดว่ามันค่อนข้างลำบากโดยเฉพาะช่วงแรกๆ ใช้ปรับตัวประมาณ 2-3 อาทิตย์เหมือนกันถึงจะเริ่มชิน...” การไม่แจกถุงพลาสติกนั้นส่งผลกระทบต่อคนที่ใช้รถสาธารณะเนื่องจากไม่สะดวกในการถือของ โดยคุณกิริติ (เพศหญิง, Gen Y) กล่าวว่า “ปกติเวลาไปห้างคือไม่ได้ขับรถไป ก็เลยจะรู้สึกว่ายกแบกถ้าไม่มีถุงพวกนี้มันจะไม่สะดวก... ยิ่งไงก็ควรที่จะต้องมีถุงไว้ให้ในตอนแรกๆ เพื่อให้เราปรับตัวก่อน” นอกจากนี้การที่ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ ร้านสะดวกซื้อไม่แจกถุงพลาสติก และไม่มีภาชนะสำรองให้ นั้นทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเกือบทุกรายตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าน้อยลงหรือไม่ซื้อสินค้าเลย โดย คุณศศินันท์ (เพศหญิง, Gen Y) กล่าวว่า “บางครั้งเราลิ้ม แต่เราต้องการซื้อของ เราก็ไม่ซื้อดีกว่า ทำให้เราไม่สะดวกที่จะซื้อของที่เค้าไม่ได้ใส่ถุงให้... บางทีถ้าเราเจอรถไกล ระยะห่างเกินไป เราก็รู้สึกไม่สะดวกถ้าเราไม่มีถุงหิ้วของไปที่รถ” รวมถึง คุณเจษฎา (เพศชาย, Gen Y) ได้แสดงความคิดเห็นคล้ายกันว่าเริ่มซื้อสินค้าจำนวนน้อยลง เอาเท่าที่ถือสะดวกไม่ซื้อเยอะเหมือนเมื่อก่อน ดังที่กล่าวว่า

ถ้าไม่ได้เตรียมถุงไปใส่ ก็จะเลือกที่จะซื้อน้อยลง เท่าที่ถือได้ หรือจะกลับไปเอาถุงที่รถ แต่ว่าจะไม่ซื้อถุงที่ขาย ณ จุดชำระเงิน เช่น ปกติจะซื้อน้ำเปล่าใน 7-11 มากินที่ออฟฟิศ ซึ่งพอตอนนี้ 7-11 ไม่แจกถุงแล้ว ก็รู้สึกว่าไม่สะดวกดังนั้นตอนนี้ก็เริ่มที่จะไม่ซื้อแล้ว หรือซื้อแค่ขวดเดียวพอ

## 2) ความไม่สะดวกเนื่องจากสินค้าบางอย่างไม่สามารถใส่รวมกันได้

ส่วนใหญ่เวลาคนไปซื้อของหรือพกถุงไปเองก็จะนำถุงไปแค่ถุงเดียวซึ่งบางทีอาจจะใส่ของไม่พอหรือของบางอย่างไม่สามารถใส่ปนกันได้ เช่น สินค้าจำพวกอาหาร ผัก ผลไม้ ไม่ควรปนกับสินค้าจำพวกที่มีสารเคมีหรือสิ่งของเครื่องใช้ โดยคุณมัทศยา (เพศหญิง, Gen X) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ปกติก็จะพกถุงผ้าแต่ละคนละ 1 ถุง เพราะฉะนั้นเราก็ต้องคิดแล้วว่าเราจะซื้ออะไร อย่างเช่น ถ้าเราจะซื้อยาฆ่าแมลงรวมกับอาหารก็ไม่ได้ เราก็ต้องแยกถุง” ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณดารารัตน์ (เพศหญิง, Gen X) ที่กล่าวว่า “ของบางอย่างอย่างเช่น กระเทียม ใส่กรอกพวกนี้มันก็ต้องใส่ถุงพลาสติกแยกไปอยู่แล้ว จะมาใส่ปนกับของอย่างอื่นได้ยังไง” หรือแม้กระทั่งสินค้า เช่น พวกเสื้อผ้า รองเท้า ที่ไม่สามารถใส่รวมกับของอย่างอื่นได้ คุณมัทศยา (เพศหญิง, Gen X) ยังได้แสดงความคิดเห็นอีกว่า “การงดแจกถุงทำให้ร้านสะดวกซื้อกลายเป็นร้านไม่สะดวกซื้อไป ทำให้เราซื้อของได้น้อยลงหรือทำให้เราลำบากมากขึ้นในการซื้อของ... พี่เคยไปซื้อรองเท้าแล้วเค้าไม่มีถุงให้ พี่เลยต้องถือกล่องรองเท้าเดินห้างเลย” ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสินค้าบางอย่างนั้นยังจำเป็นต้องมีถุงพลาสติกไว้บริการ



### 3) ความไม่สะดวกเนื่องจากวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าที่ต่างกัน

ผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายกล่าวว่าโครงการนี้ไม่ได้กระทบแค่คนที่ใช้รถโดยสารสาธารณะ แต่ยังกระทบถึงผู้ที่นำรถยนต์ไปเองด้วย เพราะบางครั้งวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งอาจจะแตกต่างกันออกไป เช่น ซื้อของใช้เอง ซื้อของฝากผู้อื่น หรือซื้อของเข้าออฟฟิศ เป็นต้น ดังนั้นการที่ไม่มีถุงพลาสติกไว้บริการให้ นั่นก่อให้เกิดความไม่สะดวกเป็นอย่างมาก โดยคุณมัทศยา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “บางทีเราก็ไม่ได้ซื้อของกลับบ้านอย่างเดียว แต่ซื้อของฝากผู้ใหญ่ด้วย ซึ่งคราวที่แล้วตอนไปซื้อของที่ต้องอุ้มทั้งลงไปให้ลูกค้าแต่ละเจ้า ซึ่งไม่โอเค” สอดคล้องกับคุณนุชนันท์ (เพศหญิง, Gen X) ที่โดยปกติจำเป็นต้องซื้อเข้าบริษัททีละหลายๆ ก็รู้สึกถึงความไม่สะดวก ดังที่กล่าวว่า “เป็นภาระมาก...แล้วบางทีถ้าซื้อของเยอะมาก ก็ต้องเอาไปหลายๆถุง”

สิ่งที่เห็นได้จากทั้งสอง Generation คือ โครงการนี้ส่งผลให้ผู้ซื้อเกิดทัศนคติในแง่ลบ เพราะมีผลกระทบต่อความสะดวกสบายในการซื้อของ โดยพฤติกรรมการซื้อของจะเปลี่ยนแปลงไปโดยจะเลือกซื้อเท่าที่ถือได้หรือเลือกที่จะไม่ซื้อ ดังนั้นเพื่อไม่ให้กระทบกับยอดขายมากนัก ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ควรมีถุงหรือภาชนะอื่นรองรับไว้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

### 4.3.2 ด้านสิ่งแวดล้อม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมีทัศนคติทั้งด้านบวกและด้านลบต่อโครงการนี้ในด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่คิดว่าโครงการนี้ช่วยทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายคิดเห็นว่าโครงการนี้อาจจะยังไม่สามารถช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นได้

#### 1) ช่วยลดขยะพลาสติก และช่วยลดโลกร้อน

ผู้เข้าร่วมวิจัยกลุ่ม Generation X หลายรายแสดงความคิดเห็นว่าการมีโครงการนี้จะช่วยทำให้สิ่งแวดล้อมตรงนี้ดีขึ้น เนื่องจากการช่วยลดปริมาณขยะ ลดโลกร้อน โดยคุณโสธยา (เพศหญิง, Gen X) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “รู้สึกชอบ เป็นโครงการที่ดี น่าทำ เห็นด้วย เข้าร่วมโครงการนี้เพราะเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อม อยากเห็นสิ่งแวดล้อม ต้นไม้ ยังเป็นธรรมชาติของมันอยู่” สอดคล้องกับคุณนุชนันท์ (เพศหญิง, Gen X) ที่มีความคิดเห็นคล้ายกันว่า “ชอบ [โครงการนี้] หลายคนช่วยๆกันก็จะทำให้ขยะน้อยลง...” และคุณอัจฉรา (เพศหญิง, Gen X) ที่กล่าวว่า “คิดว่า [โครงการนี้] ดีมาก ชอบ เพราะจะได้ช่วยลดโลกร้อน” ซึ่งความคิดเห็นนั้นได้สอดคล้องกับกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย Generation Y โดยผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่คิดว่าโครงการนี้ดี ช่วยลดปริมาณขยะและช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อม มีผู้เข้าร่วมวิจัยหลายรายทราบถึงโทษของถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้

ครั้งเดียวทิ้งว่าใช้เวลาย่อยสลายนาน กำจัดยากและใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการจัดการ ดังนั้นการมีโครงการนี้จะช่วยทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นได้ ดังที่คุณประวิทย์ (เพศชาย, Gen Y) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “[โครงการนี้มีขึ้น]เพื่อลดขยะพลาสติก เพราะปริมาณขยะพลาสติกในโลกเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงกำจัดยากด้วย” ซึ่งสอดคล้องกับ คุณบุศราคม (เพศหญิง, Gen Y) ที่กล่าวว่า

พลาสติกใช้เวลาในการย่อยสลายนาน จำไม่ได้ว่ากี่ร้อยปี ซึ่งถ้ามันย่อยสลายไม่ได้มันก็จะเป็นขยะและด้วยความที่มันย่อยสลายเองไม่ได้มันจะต้องมีการกำจัดขยะอย่างถูกวิธีซึ่งมีค่าใช้จ่าย และการกำจัดขยะของประเทศไทยก็ยังไม่ดีมีประสิทธิภาพขนาดนั้น จะทำการเผาหรือฝังดินมันจะกระทบกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว หรืออาจจะเอาไปทิ้งตามทะเลมันก็กระทบกับพวกสัตว์น้ำอีก

นอกจากความคิดเห็นของคุณประวิทย์และคุณบุศราคมข้างต้นแล้ว ยังมีผู้เข้าร่วมวิจัยอีกหลายท่าน ที่มีความคิดเห็นคล้ายกันในส่วนของการช่วยลดปริมาณขยะและทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น เช่น คุณแคทริยา(เพศหญิง, Gen Y) ที่กล่าวว่า “คิดว่าส่งผลให้[สิ่งแวดล้อม]ดีขึ้น เพราะว่าเป็นการลดปริมาณขยะลง ลดกำลังการผลิตลงไป ซึ่งก็น่าจะช่วยได้ส่วนหนึ่ง” และคุณธนชาติ (เพศชาย, Gen Y) ที่กล่าวว่า “คิดว่าลด[ปัญหาเรื่องขยะ] เพราะเหมือนกับเป็นการจำกัดปริมาณ ณ ต้นทางเพราะคนไม่ได้รับไป”

## 2) ยังคงมีภาชนะพลาสติกชนิดอื่นอยู่เป็นจำนวนมาก

ในขณะที่เดียวกันมีผู้เข้าร่วมวิจัยบางท่านที่แสดงความคิดเห็นตรงกันข้าม และมองว่าโครงการนี้ไม่ได้ช่วยในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากนัก เนื่องจากยังมีภาชนะอื่นที่เป็นพลาสติกอยู่อีกเป็นจำนวนมาก โดยคุณดารารัตน์ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ไม่คิดว่า[โครงการนี้]จะทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น เพราะที่ปัจจุบันมันมีภาชนะอื่นหรือแพ็คเกจอื่นๆที่เป็นพลาสติกมากกว่าอีก เช่นพวกกล่องใส่อาหาร... ไหนจะแก้วพลาสติก ที่ปัจจุบันทำออกมาหลากหลายสวยงาม เพราะงั้นมองว่าไม่ช่วยเลย” สอดคล้องกับ คุณฟ้าใส (เพศหญิง, Gen Y) ที่แสดงความคิดเห็นว่า “อาจจะช่วย แต่ไม่เยอะ เพราะว่ามันยังมีพวกภาชนะอื่นที่เป็นพลาสติกอยู่...”

นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยังมีความสงสัยว่าการใช้ถุงผ้าหรือถุงพลาสติกที่หนานั้นจะสามารถถูกกำจัดหรือย่อยสลายได้ง่ายกว่าถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งรีเปลา หรือว่าจริงๆแล้วอาจจะย่อยสลายได้ยากกว่าด้วยซ้ำ ดังที่คุณเมษา (เพศหญิง, Gen X) น่าจะคุ้นเคยมากกว่าถุงพลาสติก น่าจะใช้เวลาย่อยสลายมากกว่า” เนื่องจากชีวิตประจำวันกล่าวว่า “...คนก็หันไปใช้ถุงอย่างอื่นมากขึ้นที่มันหนากว่าเดิม เลยไม่มั่นใจว่าถุงพวกนั้นใช้เวลานานกว่าเดิมในการย่อยสลายรีเปลา...” และคุณดวงพร(เพศหญิง, Gen Y) กล่าวว่า “เห็นมีถุงหนาๆขายเยอะมาก...ส่วนตัวไม่ซื้อถุงสปีนบอนด์ เพราะเหมือนเคยได้ยินมาว่าพวกนี้เราไม่สามารถลดการใช้ถุงพลาสติกได้ร้อยเปอร์เซ็นต์อยู่แล้ว

ดังนั้นสิ่งที่สำคัญกว่านั้นคือการกำจัดขยะที่ถูกวิธีรวมถึงการมีภาชนะอื่นที่สามารถย่อยสลายได้มาทดแทน โดย คุณเมธาวิ (เพศหญิง, Gen Y) แสดงความคิดเห็นว่าการกำจัดขยะที่ถูกวิธีเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยกล่าวว่า “คิดว่า[โครงการนี้]มันเป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้น มองว่าถ้าภาครัฐไม่มีการกำจัดขยะที่ถูกต้อง สุดท้ายพวกถุงพลาสติกพวกนี้ก็ยังไม่ลงทะเลอยู่ดี คิดว่าจริงๆแล้วการลงทุนในการกำจัดขยะสำคัญว่าการลดใช้ด้วยซ้ำ” ซึ่งสาเหตุต่างๆเหล่านี้ทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยยังมีความรู้สึกไม่เชื่อมั่นในโครงการว่าจะสามารถช่วยสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นได้

#### 4.3.3 ประสบการณ์จากอดีต

การที่ผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นเคยมีประสบการณ์ ไม่ว่าจะเป็นการได้ยินหรือพบเห็นโครงการที่คล้ายกันมาก่อนสามารถส่งผลต่อทัศนคติที่เกิดขึ้นต่อโครงการนี้ โดยผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายมีความรู้สึกที่คุ้นเคย ไม่ได้รู้สึกแปลกใหม่มากเพราะเคยได้ยินโครงการในลักษณะนี้มาก่อนทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวกต่อโครงการ แต่ถ้าบางรายที่ไม่เคยได้ยินโครงการที่คล้ายกันมาก่อนหรือมีการเปรียบเทียบกับโครงการที่ได้เคยเห็นหรือได้ยินมา ก็อาจจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกต่อต้านโครงการนี้ได้

ผู้เข้าร่วมวิจัยกลุ่ม Generation Y ส่วนมากมีประสบการณ์เคยพบเห็นหรือได้ยินโครงการที่คล้ายกันจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการได้พบเจอจากประสบการณ์ของตนเอง หรือการได้ยินจากข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยและมีความรู้สึกในด้านบวกต่อโครงการ จากประสบการณ์ต่างๆที่ผ่านมามีทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยรู้สึกว่าการที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านสะดวกซื้อแจกถุงพลาสติกนั้นเป็นเรื่องที่ดีและเราทุกคนควรปฏิบัติตาม โดย คุณแคทริยา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “รู้สึกชอบโครงการนี้ เพราะว่าโดยส่วนตัวได้โอกาสไปเรียนที่ต่างประเทศมา ซึ่งที่ต่างประเทศเค้าแจกไปแล้ว ดังนั้นทำให้เรารู้ว่าจริงๆแล้วชีวิตที่ไม่มีถุงพลาสติกมันไม่ได้ยากขนาดนั้น ก็ยังใช้ชีวิตได้ปกติ แถมยังช่วยลดโลกร้อน ลดมลพิษได้อีก” สอดคล้องกับ คุณเบญญาภา (เพศหญิง, Gen X) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ครั้งแรกที่ได้ยินว่าจะมีโครงการนี้คือรู้สึกดี เพราะว่ามันก็ช่วยลดขยะ ลดโลกร้อน เวลาจะเริ่มอะไรก็ควรเริ่มจากเล็กๆก่อน ค่อยเป็นค่อยไป ก็ถือว่าเป็นความคิดที่ดี ต่างประเทศคือลดตั้งนานแล้ว ใช้วิธีการแจก ถ้าต้องการจริงๆก็ต้องซื้อเอา เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์” เช่นเดียวกับ คุณเจษฎา ที่ได้ยินการแจกถุงพลาสติกจากต่างประเทศเหมือนกันกล่าวว่า “เคย[ได้ยิน]นะ บางทีก็เป็นถุงกระดาษไปเลย หรือบางทีก็เป็นถุงพลาสติกที่บางๆมาก น่าจะย่อยสลายได้”

สำหรับผู้เข้าร่วมวิจัยกลุ่ม Generation X บางรายที่เคยได้ยินโครงการนี้มาจากต่างประเทศก็แสดงความคิดเห็นว่ารู้สึกดีกับการที่ประเทศไทยเริ่มที่จะมีโครงการแบบนี้บ้าง แต่

บางรายยังมีความรู้สึกเปรียบเทียบว่าโครงการนี้ยังถูกดำเนินการอย่างไม่เหมาะสม โดยถึงแม้ที่อื่นจะมีโครงการงดแจกถุงพลาสติกเหมือนกันแต่ส่วนใหญ่จะมีภาชนะทดแทนให้ทั้งแบบที่ชำระเงินและไม่ต้องชำระเงิน โดยคุณมัทศยา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ที่สหรัฐอเมริกา ถ้าไม่แจกถุง แต่ก็มีถุงพลาสติกขายใบละ 1 บาท อยู่ที่เราเลือกว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อเท่านั้นเอง เพราะบางที่เราก็ซื้อของเยอะมาก หรือซื้อของบางอย่างที่ต้องแยกถุงกัน ทำให้ถุงที่เตรียมไปไม่พอใช้ เราก็ยังซื้อถุงพลาสติกมาใช้ได้” และคุณปรารถนา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “เคยได้ยินมาก่อน เช่น ส่องกง ถ้าอยากได้ถุงก็ต้องเสียเงินซื้อเพิ่ม” และคุณเมษา (เพศหญิง, Gen X) ที่กล่าวว่า “สหรัฐอเมริกา ตามซูเปอร์มาร์เก็ตเค้าก็ยังมีแจกอยู่ แต่จะมีถามเราว่ารับถุงมัย มีบางส่วนที่เอาถุงมาเอง แต่ถ้าไม่ได้เอามาแล้วเราต้องการใช้เค้าก็ไม่ได้มีการคิดเงินตรงนี้” นอกจากนี้ก็มีผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนที่ไม่เคยได้ยินการรณรงค์ในลักษณะเดียวกันจากต่างประเทศจึงทำให้รู้สึกว่าไม่คุ้นชินกับการลดแจกถุงพลาสติกแบบนี้ ดังนั้นการที่แต่ละคนมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันนั้นส่งผลทำให้การรับรู้และทัศนคติต่อโครงการนี้มีความแตกต่างกันออกไปด้วย

#### 4.3.4 ความร่วมมือกันของภาครัฐและเอกชน

ก่อนหน้าที่จะมีโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติก หูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทั้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ก็มีหลายโครงการที่พยายามรณรงค์ในส่วนของการลดใช้ถุงพลาสติกหรือการนำถุงผ้ามาใช้ในชีวิตประจำวันแต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก เนื่องจากขาดความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน เพราะไม่ได้มีการรณรงค์และปฏิบัติกันอย่างเป็นวงกว้าง แต่ด้วยโครงการนี้เป็นการร่วมมือกันของรัฐบาลร่วมกับภาคเอกชนเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมาย Roadmap การกำจัดขยะพลาสติก ดังนั้นทำให้เกิดความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนโดยเริ่มต้นจาก ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อชั้นนำใหญ่ๆ โดยคุณบุศราคม (เพศหญิง, Gen Y) ได้แสดงความคิดเห็นว่า

การที่ภาครัฐให้การสนับสนุน ถ้าออกมาตรการหรืออะไรอย่างเงี้ยมันจะช่วยให้มากกว่าภาคเอกชนเพราะเหมือนภาครัฐมีอำนาจในการออกกฎหมายมากกว่า เพราะฉะนั้นมันน่าจะมีเอฟเฟกต์มากกว่าที่ภาคเอกชนจะทำกันเอง ซึ่งก็จะเป็นตัวผลักดันให้โครงการประสบความสำเร็จ

รวมถึงการที่รัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการและการรณรงค์ครั้งนี้ทำให้โครงการดูมีความน่าเชื่อถือก่อให้เกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วมและปฏิบัติตาม โดยคุณฟ้าใส (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “...ตอนนี้พอภาครัฐเอาจริงเอาจังมากขึ้นก็รู้สึกว่าเราควรเริ่มให้ความร่วมมือได้แล้ว... แต่ก่อนไม่ได้รู้สึกว่าต้องปฏิบัติอย่างจริงจัง” และคุณธนชาติ (เพศชาย, Gen Y) ก็ได้แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันโดยทุกส่วนให้ความร่วมมือทำให้รู้สึกถึงความเปลี่ยนแปลง ดังที่กล่าวว่า



“มันไม่ได้เปลี่ยนแปลงที่เดียว คือทุกที่เริ่มเหมือนกันหมด” ดังนั้นเริ่มทำให้รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนควรที่จะปฏิบัติตามได้แล้ว

โดยผู้เข้าร่วมวิจัยหลายท่านได้แสดงความเห็นคล้ายกันว่านอกจากความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุนให้เกิดโครงการนี้แล้ว การที่ประชาชนเริ่มทำกันเป็นกลุ่มใหญ่และกระจายกว้างไปเรื่อยๆ ส่งผลทำให้ตนเองรู้สึกอยากมีส่วนร่วมไปด้วย ดังที่คุณดารรัตน์(เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “[การที่บุคคลอื่นๆ เข้าร่วมโครงการนี้ทำให้เกิดแรงกระตุ้น เราควรทำตามและมีจิตสำนึกเหมือนเค้า” และคุณกฤษณ์ (เพศชาย, Gen Y) กล่าวว่า “ถ้าเริ่มจากคนๆ หนึ่ง มันก็จะขยายต่อไปเป็นวงกว้างเรื่อยๆ ซึ่งมันก็น่าจะช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นได้” เพราะฉะนั้นการที่ภาครัฐเอกชนร่วมมือกัน จะส่งผลให้ประชาชนมีให้ความร่วมมือกับโครงการนี้มากขึ้น อย่างไรก็ตามมีผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายกล่าวว่า ถ้าเป็นไปได้ก็อยากให้มีความร่วมมือกับกลุ่มร้านค้าปลีกย่อยด้วย เพราะว่าตามร้านค้าปลีกย่อยก็ใช้ถุงพลาสติกเยอะมากซึ่งอาจจะมากกว่าตามห้างร้านรวมกัน ดังนั้นก็ควรที่จะมีการณรงค์กับร้านค้าปลีกย่อยด้วย เพื่อช่วยลดปริมาณขยะให้ได้มากขึ้น โดย คุณศศินันท์ (เพศหญิง, Gen Y) ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการนี้ว่า “[ปริมาณขยะพลาสติก]อาจจะลดลงสัก 30% เพราะว่าตอนนี้แค่ห้างใหญ่ๆ ที่แจก แต่พวกตามร้านข้างนอก ร้านโชห่วยยังมีอยู่หลักเดียวไม่ได้ที่จะไม่แจก เพราะฉะนั้นคงช่วยลดแค่นี้” และคุณเมธาวิ (เพศหญิง, Gen Y) ที่แสดงความคิดเห็นคล้ายกันว่าภาครัฐควรที่จะคำนึงถึงผู้ประกอบการรายย่อยด้วย ดังที่กล่าวว่า “ตอนนี้เริ่มการผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ต่อไปน่าจะต้องเป็นผู้ประกอบการรายย่อยลงมาโดยที่รัฐน่าจะต้องมีการเข้าไปช่วยเหลือด้วย เพราะพวกร้านเล็กๆ คงไม่ทำถุงผ้าออกมาเอง”

#### 4.3.5 ผลกระทบด้านภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น

ผู้เข้าร่วมวิจัยหลายรายกล่าวว่าโครงการนี้ทำให้ตนเองมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจาก 1) การซื้อถุงขยะมาใช้ในครัวเรือน และ 2) การซื้อถุงผ้าหรือภาชนะทดแทน

##### 1) การซื้อถุงขยะมาใช้ในครัวเรือน

ก่อนหน้านี้เวลาซื้อของส่วนใหญ่แล้วได้ถุงพลาสติกหิ้วมาก็จะนำมาใช้เป็นถุงขยะที่บ้าน แต่เมื่อมีโครงการนี้เกิดขึ้น ทำให้ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อแจกถุงพลาสติก จึงมีความจำเป็นต้องซื้อถุงขยะพลาสติกมาใช้ในครัวเรือนทั้งแบบถุงเล็กและถุงใหญ่ ซึ่งถุงขยะที่ซื้อมานั้นก็เป็นถุงพลาสติกเพราะฉะนั้นจึงไม่คิดว่าการงดรับถุงพลาสติกจะทำให้ขยะพลาสติกลดลง และการซื้อถุงขยะนี้ก็เป็นการเพิ่มรายจ่ายของครอบครัวด้วย โดยคุณจินตนา (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “แต่ก่อนพี่ใช้ถุงพลาสติกพวกนี้มาทำถุงขยะที่บ้าน ซึ่งตอนนี้ไม่มีแล้วพี่



ก็ต้องไปซื้อถุงขยะดำมาใช้ ซึ่งก็เพิ่มค่าใช้จ่ายอีก” และคุณปรารถนา (เพศหญิง, Gen X) ที่พบปัญหาเดียวกันก็ต้องซื้อถุงขยะมาใช้จากที่แต่ก่อนสามารถนำถุงพลาสติกที่ได้รับมาทำเป็นถุงขยะในบ้าน โดยกล่าวว่า “ปัญหาที่จะตามมาคือถุงใส่ขยะ ซึ่งปกติก็จะใช้ถุงพลาสติกที่ได้จากการซื้อของมาใส่ขยะที่บ้าน แต่ตอนนี้ต้องไปหาซื้อถุงขยะมาต่างหาก แต่โดยส่วนตัวแล้วจะซื้อถุงพลาสติกที่เขียนว่าย่อยสลายได้ ซึ่งราคาแพงกว่าปกติ”

## 2) การจำหน่ายถุงผ้า ถุงพลาสติก หรือภาชนะทดแทน

เนื่องด้วยโครงการนี้ทำให้ห้างสรรพสินค้า หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ตไม่แจกถุงพลาสติกแล้วแต่มีการนำถุงผ้า หรือถุงพลาสติกประเภทต่างๆมาขายแทน ซึ่งนอกจากค่าถุงขยะที่เพิ่มขึ้นแล้ว ถ้าเกิดลืมนำถุงพลาสติกไปและมีความจำเป็นที่จะต้องซื้อของ ก็จำเป็นต้องเสียเงินซื้อถุงตรงนี้อีก แต่อย่างไรก็ตามผู้เข้าร่วมวิจัยได้ให้ความเห็นแตกต่างกัน ดังนี้

### 2.1) ควรจำหน่ายถุงพลาสติกหรือถุงผ้า

ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่คิดว่าควรมีถุงพลาสติกจำหน่ายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนเพื่อในกรณีที่ลืมนำถุงมาด้วยตนเอง โดยคุณกฤษณ์ (เพศชาย, Gen Y) กล่าวว่า “ข้อดี[ของการมีถุงผ้าจำหน่าย]คือเป็นทางเลือกให้กับคนที่ถือของลำบาก หรือว่า ของเยอะ หนัก ก็ถือว่าเป็นทางเลือกให้เค้าได้ แล้วก็โอเคกับการเก็บเงิน เพราะจะทำให้คนนำถุงตัวเองมาครั้งต่อไป หรือไม่ก็เอาถุงนั้นมาใช้ซ้ำได้อีก เป็นการเตือนตัวเอง...” รวมถึงการที่มีถุงจำหน่ายนั้นก็ทำให้ห้างไม่เสียโอกาสในการขายสินค้าด้วย แต่อย่างไรก็ตามราคาของถุงที่จำหน่ายนั้นควรเหมาะสม และไม่แพงเกินไป ดังที่คุณแคทริยา (เพศหญิง, Gen Y) กล่าวว่า

“มองว่า [การที่มีถุงจำหน่าย] เป็นเรื่องที่ดีเพราะคนเราอาจจะมีหลงลืมได้ในบางวัน แต่วันนั้นเราตั้งใจแล้วว่าเราจะซื้อเพราะฉะนั้นการที่มีถุงจุกเงินไว้มันก็โอเค ไม่ได้หมายความว่าเราจะจุกเงินทุกวัน ราคาที่เต็มใจที่จะจ่ายคือ 1-5 บาท สำหรับถุงพลาสติกปกติ คิดว่าควรมีถุงพลาสติกเหมือนปกติมาจำหน่าย ถ้าถุงผ้า น่าจะอยู่ที่ 20-50 บาท แล้วแต่ไซส์”

นอกจากนี้คุณบุศราคม (เพศหญิง, Gen Y) ยังได้แสดงความคิดเห็นคล้ายกันกับการที่มีถุงจำหน่าย และราคาถุงไม่ควรแพงเกินไป ดังที่กล่าวว่า “จริงๆมันก็มีมันก็ดีนะสำหรับคนที่ลืมนะ และต้องการจะซื้อของจริงๆ แต่ถามว่าถ้าเป็นเราอะถ้าของไม่ได้จำเป็นขนาดนั้นเราก็จะยังไม่ซื้อยกเว้นว่าลายถุงผ้ามันน่ารักอยากได้ก็ซื้อ แต่ว่าก็ต้องดูด้วยว่าถุงผ้าเขามันราคาสมเหตุสมผลไหม ซึ่งถุงผ้าราคาก็น่าจะไม่เกิน 30 บาท...”

ในส่วนของผู้เข้าร่วมวิจัยกลุ่ม Generation X ส่วนใหญ่ก็เห็นด้วยกับการที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อที่มีถุงพลาสติก หรือถุงอื่นๆมาจำหน่าย แต่ทาง

ร้านควรตั้งราคาของถุงที่นำมาจำหน่ายให้เหมาะสมเพราะผู้เข้าร่วมวิจัยคิดว่าราคาถุงที่นำมาจำหน่ายในปัจจุบันนั้นมีราคาแพงเกินไป ดังที่คุณนุชนันท์ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า

“รู้สึกว่าจะต้องมี [การจำหน่ายถุง] อยู่แล้ว เพราะว่าถ้าเกิดถูกเงินก็ต้องมีจำหน่าย แต่จริงๆแล้วโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคก็ไม่อยากซื้อ หรือ [ถ้าซื้อ] จริงๆแล้วควรลดราคาลงมาหน่อยมัย เช่น 1-2 บาท แต่ปกติ 6 บาท คิดว่าแพงเกินไป จริงๆห้างลดต้นทุนในเรื่องของการไม่แจกถุงไป ซึ่งถ้ามีกำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้นควรที่จะขายถูกกว่านี้หน่อย”

ในขณะที่ผู้ร่วมวิจัยบางรายเห็นว่า ควรที่จะมีเป็นถุงพลาสติกมากกว่าถุงผ้า เพราะว่าราคาถูกกว่า โดยคุณอุไรวรรณ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ไม่ค่อยเห็นด้วยที่เอาถุงผ้ามาขาย ยังอยากให้มีถุงพลาสติกอยู่แต่เราก็เก็บเงิน คิดว่า 1 บาทต่อถุงเหมาะสมที่สุด” การเก็บเงินค่าถุงพลาสติก ผู้เข้าร่วมวิจัยหลายท่านคิดว่าเป็นเรื่องที่เหมาะสมแล้ว โดยคุณโสธยา (เพศหญิง, Gen X) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “[การที่มีถุงจำหน่าย]คิดว่ามันก็ดีในแง่ของผู้บริโภค และดีในแง่ของเจ้าของธุรกิจด้วย ราคาถุงที่คิดว่ายอมจ่ายไม่ควรเกิน 1 บาท ก็คือเป็นถุงที่มาทดแทน... พี่ก็มองว่ายังไงก็ควรจะต้องจ่ายเงิน เพราะว่าถ้ามีให้ฟรีมันดูเป็นการอะลุ่มอล่วยอยู่” หรือถ้าเป็นการจำหน่ายถุงผ้า ราคาที่ควรที่จะเหมาะสมเหมือนกัน โดยคุณกัญญา (เพศหญิง, Gen X) มีความคิดเห็นว่า “การที่ห้างลดแจกถุงแล้วมาขายถุงในกรณีที่เราไม่ได้เอาถุงมา ก็มองว่าเป็นสิทธิ์ที่ทางห้างทำได้แต่ราคาถุงผ้าที่ขายตามเค๊าเตอร์ชำระเงินมีราคาค่อนข้างแพง เช่น 80 – 90 บาท เป็นพวกถุงที่ดูแข็งแรงไปเลย ทำให้ไม่มีความสนใจที่จะซื้อถุงผ้าที่ขาย ณ ตรงนั้น ถ้าไม่ได้เอาถุงผ้ามา ก็เลือกที่จะไม่ซื้อของเลย”

## 2.2) ควรมีถุงบริการให้ฟรี

มีผู้เข้าร่วมวิจัย Generation X บางรายที่มีความคิดเห็นว่าทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อไม่ควรจำหน่ายถุงแต่ควรมีถุงไว้บริการฟรีตามจุดเงินแทนเนื่องจากประชาชนไปใช้บริการและซื้อสินค้าแล้ว ประชาชนก็ควรได้รับการอำนวยความสะดวกตรงนี้ และเนื่องจากทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ สามารถลดต้นทุนได้ การแจกถุงพลาสติกเป็นจำนวนมาก แล้วเพราะฉะนั้นไม่ควรเก็บค่าถุงเพราะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ดังที่ คุณจันทร์ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “ไม่ค่อยเห็นด้วย[ที่เอาถุงมาขาย] เพราะเค้าให้เราช่วยเราลดการรับถุงแต่เค้าไม่ได้ลดราคาให้เรา ซึ่งเราช่วยเค้าลดต้นทุนตรงนี้ เพราะฉะนั้นเค้าควรจะช่วยเราด้วย แต่พอเราไม่มีถุง เค้ากลับไม่มีถุงให้เรา ในขณะที่เดียวกันเอาถุงมาขายเพื่อหารายได้เพิ่มเติม เค้าควรที่จะมีอะไรให้เราบ้างเป็นสิ่งตอบแทน” นอกจากนี้ไม่ใช่ทุกครั้งที่เราจะลืมเอาถุงผ้าไป บางครั้งอาจจะลืมนำติดตัวไปด้วย ดังนั้นทางห้างควรมีบริการถุงหรือภาชนะอื่นๆทดแทนให้ ดังที่คุณกรรณิการ์ (เพศหญิง, Gen X) กล่าวว่า “จริงๆ มองว่าเราไปใช้บริการเค้า

แล้ว เขาก็ควรจะให้บริการถุงพลาสติกเราฟรีถ้าเราจ่ายเงินนะจุดนี้” สอดคล้องกับคุณเมษา (เพศหญิง, Gen X) ที่คิดว่าทางผู้ชายไม่ควรคิดค่าบริการถุงพลาสติก ดังที่กล่าวไว้ว่า “จริงๆแล้วคิดว่าทางห้างควรมีถุงพลาสติกไว้บริการยามฉุกเฉิน โดยที่ไม่เก็บค่าบริการ”



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง ทักษะคิดต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ มีวัตถุประสงค์สองประการคือ

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

2. เพื่อนำเสนอแนวทางปฏิบัติให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปปรับใช้ในโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ โดยสามารถสรุปผล และให้ข้อเสนอแนะของงานวิจัย ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยมีทัศนคติทั้งด้านบวกและด้านลบต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ โดยผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งกลุ่ม Generation X และ กลุ่ม Generation Y มีความเห็นในแต่ละด้านที่สอดคล้องและแตกต่างกันโดยสามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

### 1) ด้านความสะดวก

กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง Generation X และ Generation Y มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า โครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" ทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเกิดความรู้สึกไม่สะดวกสบายในการซื้อของเนื่องจากการพกถุงผ้าติดตัวตลอดเวลา และการที่ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อไม่มีภาชนะทดแทนให้ขนส่งผลกระทบต่อคนที่ใช้ทั้งรถยนต์ส่วนตัว และรถสาธารณะเนื่องจากไม่สะดวกต่อการถือหิ้ว เหตุผลเหล่านี้ทำให้เกิดทัศนคติด้านลบต่อโครงการ ซึ่งการที่ทัศนคติด้านลบนี้มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า และปริมาณการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

### 2) ด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ทั้ง Generation X และ Generation Y มีความคิดเห็นว่าการโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" ทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นเนื่องจากการลดปริมาณขยะ รวมถึงคนที่มีความรู้เกี่ยวกับขยะพลาสติกมีความเข้าใจว่าโครงการนี้จะช่วยอะไรได้บ้าง ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติด้านบวกต่อโครงการนี้ อย่างไรก็ตามมีผู้ร่วมวิจัยบางส่วนที่แสดงความคิดเห็นว่าโครงการนี้ไม่ได้ช่วยทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นเนื่องจากยังมีภาชนะพลาสติกชนิดอื่นๆที่นำมาใช้อย่างแพร่หลาย เช่น แก้วพลาสติก กล่องพลาสติกใส่อาหาร นอกจากนี้การที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตแจกถุงพลาสติกหิ้วใช้ครั้งเดียวทิ้ง แต่กลับนำถุงพลาสติกแบบที่หนาๆ หรือถุงผ้าสปันบอนด์มาจำหน่ายแทนอาจจะทำให้เกิดการย่อยสลายได้ยากหรือยังคงมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ดี ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายมีทัศนคติด้านลบต่อโครงการนี้

### 3) ประสพการณ์จากอดีต

การที่ผู้เข้าร่วมวิจัยเคยพบเห็นหรือมีประสบการณ์จากโครงการในลักษณะที่คล้ายกันมาก่อนจะทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ได้ง่ายขึ้น โดยกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย Generation Y ที่ส่วนใหญ่เคยได้ยินและได้เห็นการรณรงค์คล้ายๆกันกับโครงการนี้จากต่างประเทศจะมีทัศนคติด้านบวกต่อโครงการเพราะเห็นว่าประเทศอื่นๆก็ทำกันและดูไม่ได้ยากอะไร และเป็นสิ่งที่ดีที่ควรจะทำเพื่อทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น อย่างไรก็ตามผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายเคยได้ยิน โครงการลักษณะนี้มาก่อนเช่นกันแต่เป็นการเปรียบเทียบ เช่น มองว่าประเทศอื่นมีโครงการแบบนี้ก็จริงแต่ยังทำได้ดีกว่า เพราะอย่างน้อยยังมีภาชนะทดแทนให้ เช่น ถุงกระดาษ หรือ มีการจำหน่ายถุงพลาสติกหิ้วแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งเป็นทางเลือกให้ ซึ่งการเปรียบเทียบนี้ก็อาจจะทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบต่อโครงการได้



#### 4) ความร่วมมือกันของภาครัฐและเอกชน

เนื่องจากโครงการนี้เป็นการร่วมมือกันของรัฐบาลร่วมกับภาคเอกชน โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อชั้นนำใหญ่ๆ ส่งผลให้ภาครัฐและภาคเอกชนมีจุดมุ่งหมายและวิธีปฏิบัติไปในทางเดียวกัน โดยผู้ร่วมวิจัยทั้ง Generation X และ Generation Y ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อโครงการนี้เนื่องจากคิดว่าเป็นโครงการที่เกิดความร่วมมือของทั้งสองฝ่ายและมีการปฏิบัติอย่างเป็นจริงเป็นจังกว่าที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยหลายท่านได้แสดงความคิดเห็นว่า เคยได้ยินการณรงค์แบบนี้มาสักพักแล้ว แต่ไม่ได้มีกฎออกมาอย่างจริงจังเลยยังไม่ได้ปฏิบัติกันอย่างเคร่งครัด แต่อาจจะมีผู้วิจัยบางรายที่แสดงความคิดเห็นว่าภาครัฐควรที่จะเข้าไปช่วยผู้ประกอบการหรือโรงงานผู้ผลิตพลาสติก เนื่องจากการทิ้งดแจกถุงพลาสติกแบบนี้จะกระทบกับบริษัทผู้ผลิตถุงพลาสติกเป็นอย่างมากและจะกระทบกับพนักงานด้วย นอกจากนี้ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อแล้ว ทางภาครัฐควรคิดถึงพวกร้านค้า หรือผู้ประกอบการรายย่อยๆที่จะเกิดผลกระทบต่อไปด้วย

#### 5) ผลกระทบด้านภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น

ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ทั้งกลุ่ม Generation X และ Generation Y แสดงความคิดเห็นว่าโครงการนี้ทำให้ครอบครัวมีภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นการที่ต้องซื้อถุงขยะพลาสติกใบใหญ่มาใช้ขยะ เนื่องจากปกติจะใช้ถุงพลาสติกที่แจกมาจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อมาใช้ขยะในครัวเรือน ทำให้ค่าใช้จ่ายตรงนี้เพิ่มขึ้น รวมถึงการที่ลืมนำถุงผ้า หรือภาชนะใส่สินค้าไป ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการซื้อถุงเพิ่ม และเนื่องจากส่วนใหญ่ตามห้างสรรพสินค้า หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ไม่ได้จำหน่ายถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง แต่จะเป็นการขายถุงจำพวกผ้าสปันบอนด์ ถุงพลาสติกหนาๆ หรือเป็นถุงผ้า ซึ่งราคาค่อนข้างแพง ดังนั้นสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยมีทัศนคติด้านลบต่อโครงการนี้

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ 3 เรื่อง คือ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดทัศนคติ 2) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร 3) ผลกระทบจากการงดแจกถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง

### 5.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดทัศนคติ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของของผู้เข้าร่วมวิจัยต่อโครงการนั้นมีทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยทัศนคติที่เกิดขึ้น เกิดจากปัจจัยที่แตกต่างออกไปโดยผลการวิจัยนั้นมีความสอดคล้องกับ ทฤษฎีของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 108) ที่กล่าวไว้ว่า ทัศนคติต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ หรือสถานการณ์ สามารถสร้างขึ้นได้ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติของบุคคลนั้นสามารถแบ่งออกมาได้เป็น 6 ด้าน

1. **ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ** เป็นลักษณะเฉพาะบุคคล การที่พื้นฐานเป็นคนเข้าใจง่ายจะทำให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย แต่ถ้าหากมีการต่อต้านก็อาจจะยอมรับความเปลี่ยนแปลงได้ยาก ซึ่งผู้ร่วมวิจัยมีทัศนคติทั้งในเชิงเห็นด้วยและเชิงต่อต้านต่อโครงการ โดยผู้ที่เห็นด้วยหรือมีทัศนคติในทางบวกคือคิดว่าโครงการนั้นดีและช่วยรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมได้ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เห็นด้วยหรือมีทัศนคติลบต่อโครงการคือคิดว่ายังงโครงการนี้ก็ไม่สามารถทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นได้และนำมาซึ่งความไม่สะดวกสบายและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

2. **ประสบการณ์ในอดีต** เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยกำหนดทัศนคติ โดยจากผลการวิจัยจะเห็นว่าผู้ที่มีประสบการณ์ในอดีตและเคยพบเห็นโครงการที่คล้ายกันมาก่อนจะรู้สึกค่อนข้างดีกับโครงการนี้เพราะรู้สึกว่ามันดีกว่าที่อื่นเค้าก็ทำได้ ส่วนผู้ที่ไม่เคยเห็นหรือได้ยินมาก่อนอาจจะรู้สึกต่อต้านได้

3. **อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน** โดยมีผู้วิจัยบางรายกล่าวว่าเมื่อเห็นเพื่อนหรือใครใช้ถุงผ้า หรือไม่รับถุงพลาสติกก็อยากที่จะปฏิบัติแบบเดียวกัน หรือบางทีเห็นถุงผ้าลายสวยๆก็รู้สึกว่ายากมีบ้าง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทัศนคตินั้นก็ขึ้นอยู่กับบุคคลรอบข้างเราเหมือนกัน

4. **เครื่องมือทางการตลาด** เช่น การใช้สื่อ โซเชียลมีเดีย โทททัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค เพื่อที่จะเข้าถึงและสามารถจูงใจผู้บริโภคจนก่อให้เกิดทัศนคติได้ โดยเราจะเห็นการประชาสัมพันธ์โครงการนี้ผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทาง ออฟไลน์หรือทางออนไลน์

5. **การเลือกใช้สื่อที่เข้าถึงได้มีประสิทธิภาพ** ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล รวมถึงขนาดของข้อมูลที่มากเพียงพอ จะส่งผลกระทบต่อเปิดรับของผู้บริโภคตลอดจนการประมวลผลและสร้างเป็นทัศนคติที่มั่นคงได้ ดังนั้นจะเห็นว่าผู้ร่วมวิจัยที่ได้รับข่าวสารข้อมูล วัตถุประสงค์ของโครงการ หรือประโยชน์และโทษของขยะพลาสติกนั้นจะมีแนวโน้มที่เข้าใจและมีทัศนคติในด้านบวกต่อโครงการ

6. **อิทธิพลทางสังคม กระแสสังคมในด้านต่าง ๆ** สามารถส่งผลกระทบต่อความรู้สึกและทัศนคติได้ จากผลการวิจัยสามารถแสดงให้เห็นว่า ด้วยความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทำให้ผู้ร่วมวิจัยรู้สึกถึงความจำเป็น

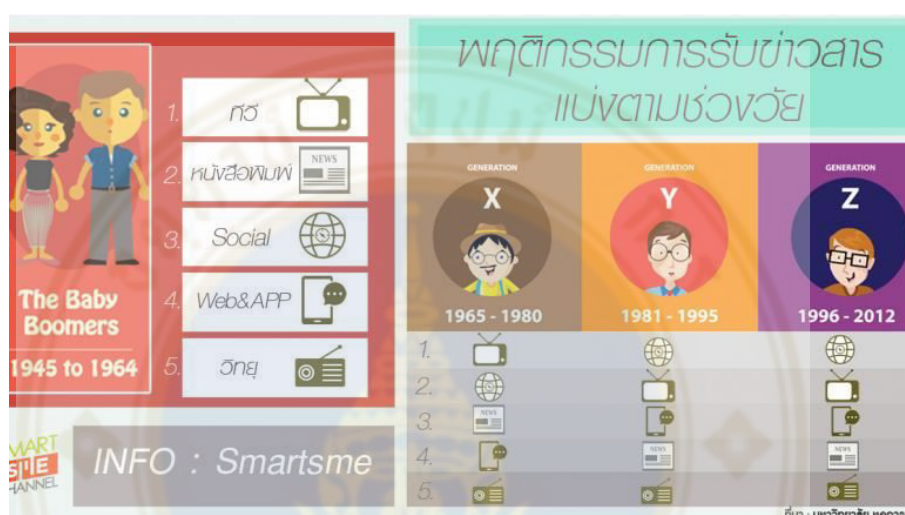
เดียว ก่อให้เกิดความรู้สึกต่อการรับผิดชอบและอยากช่วยเหลือสังคม แต่อย่างไรก็ตามถ้ามีกระแสสังคมในด้านลบ เช่น การงดแจกถุงพลาสติกเป็นการผลักภาระค่าใช้จ่ายมาให้ประชาชน หรือโครงการนี้ไม่ช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อมมากนัก ก็อาจจะทำให้ประชาชนรู้สึกไม่ดีต่อโครงการและเกิดการต่อต้านได้

### 5.2.2 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร

จากทัศนคติของผู้เข้าร่วมวิจัยต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” มีทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งทัศนคติทางด้านบวกนั้นเกิดจากการที่ผู้เข้าร่วมวิจัยมีความเข้าใจและทราบว่าถุงพลาสติกนั้นก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง หรือการที่ผู้เข้าร่วมวิจัยบางรายเคยมีประสบการณ์พบเห็น โครงการในลักษณะคล้ายๆกันนั้นสามารถช่วยให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเกิดความเข้าใจในโครงการหรือเกิดความคุ้นชินได้ แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนที่ยังไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งผู้เข้าร่วมวิจัยหลายรายแสดงความคิดเห็นว่า การสื่อสารกับประชาชนเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการให้ข้อมูล รายละเอียด และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จะช่วยให้ประชาชนเกิดความตระหนัก รับรู้และเข้าใจ ปัญหาสิ่งแวดล้อมและประโยชน์ของการรณรงค์ในโครงการนี้มากขึ้น

ซึ่งผลการวิจัยนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร (Attitude Change: Communication) ประภา เพ็ญสุวรรณ (2526 หน้า 5) ที่กล่าวว่า ทัศนคติ ของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากผู้อื่นหรือจากสื่อต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของ การรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติใน ส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลงจะทำให้องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา รัตนสินธ (2561) ที่ศึกษาในส่วนของปัจจัยพฤติกรรม ผู้บริโภคด้านการรับรู้อันตรายที่เกิดจากพลาสติก พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้อันตรายที่เกิดจากพลาสติกนั้นมีผลต่อการลดการใช้พลาสติกของประชากรในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้น ภาครัฐและเอกชนจึงควรให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในการร่วมรณรงค์ใน หลากหลายช่องทาง โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ประชากรได้ทราบถึงผลที่จะ เกิดขึ้นต่อสุขภาพของตนเองและสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามการเลือกช่องทางการสื่อสารนั้นควรที่จะเลือกให้เหมาะสมต่อช่วงอายุ ด้วยเนื่องจากการรับข่าวสารของแต่ละช่วงอายุนั้นจะมีความแตกต่างกัน ในส่วนของช่องทางการประชาสัมพันธ์ของโครงการ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารแบ่งตาม Generation พบว่าคนในช่วง Generation Y และ Z เป็นกลุ่มที่มีการรับข่าวสารผ่านสื่อ Social Media ต่างๆ เป็นอันดับหนึ่ง ขณะที่พฤติกรรมคนในกลุ่ม Baby Boomer และ Generation X ยังคงนิยมการรับข่าวสารผ่านทางทีวี และหนังสือพิมพ์ (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2559)



รูปภาพที่ 5.1 พฤติกรรมการรับข่าวสารแบ่งตามช่วงวัย (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2559) สืบค้นจาก <https://www.smartsme.co.th/content/54256#!>

จากรูปข้างต้นแสดงถึงพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ของคนแต่ละ Generation โดยพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ สามารถแบ่งออกเป็นแต่ละช่วงอายุ สำหรับ Baby Boomer อันดับ 1 คือ ทีวี อันดับ 2 หนังสือพิมพ์ อันดับ 3 Social สำหรับ Generation X อันดับ 1 คือ ทีวี อันดับ 2 Social อันดับ 3 หนังสือพิมพ์ สำหรับ Generation Y และ Generation Z อันดับ 1 คือ Social อันดับ 2 ทีวี อันดับ 3 เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ซึ่งจะสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงว่าช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึง Generation X เป็นอันดับแรกคือ การรับข่าวสารจากทางโทรทัศน์ และ Generation Y คือผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เนื่องจากโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” เป็นโครงการใหม่และเป็นโครงการที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในระยะยาว ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ของโครงการจึงถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เพราะต้องประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและตรงจุด ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการเลือกช่อง



ทางการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์หรือออฟไลน์ หรือการเลือกสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การเลือกช่องทางที่เหมาะสมจะสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง รวมถึงข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ต้องมีความครบถ้วนเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัย แสดงว่าโครงการ“Everyday Say No To Plastic Bags” ได้ใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมายแล้วแต่ยังขาดในส่วนของคุณภาพ และการให้ความรู้กับประชาชน เช่น วัตถุประสงค์ของโครงการ ประโยชน์และโทษของถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง หรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ตามมา ซึ่งการให้ข้อมูลที่ชัดเจนจะช่วยให้คนตระหนัก เข้าใจ และให้ความร่วมมือมากขึ้น

### 5.2.3 ผลกระทบจากการงดแจกถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง

จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า โครงการ“Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไม่สะดวกสบายในการซื้อสินค้าและมีทัศนคติทางด้านลบต่อโครงการ โดยผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ไม่ได้รู้สึกต่อต้านกับการที่จะต้องนำถุงผ้าของตัวเองไปซื้อของมากนัก แต่เหตุผลส่วนใหญ่ก็รู้สึกไม่พอใจที่ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านสะดวกซื้อไม่มีภาชนะใส่ของให้ยืมลูกเงินโดยเฉพาะผู้บริโภคที่เดินทางโดยใช้รถสาธารณะเกิดความไม่สะดวกในการถือหิ้วเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ของบางอย่างนั้นใส่รวมกันไม่ได้ เช่น ของสดปนกับของใช้ ดังนั้นผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่ซื้อของในวันนั้นเพราะไม่มีความสะดวกในการหิ้ว ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อยอดขายของทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านสะดวกซื้อด้วย โดยหลังจากที่โครงการนี้ได้เริ่มต้นไปหนึ่งเดือน หอการค้าไทยได้เปิดเผยข้อมูลโดยพบว่าห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีก และร้านสะดวกซื้อจำนวนมากได้รับผลกระทบจากการรณรงค์เลิกใช้ถุงพลาสติก จนทำให้ยอดขายลดลงเพราะผู้บริโภคลดการซื้อสินค้าให้น้อยขึ้นลง โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ได้นำถุงผ้าติดตัวมาด้วย จากเดิมผู้บริโภคจำนวนมากไม่ได้วางแผนว่าจะซื้ออะไร เดิมเมื่อเข้าร้านค้าหรือห้าง หากเห็นอะไรที่ชอบก็จะซื้อตอนนั้นเลย แต่หลังจากรณรงค์อย่างเข้มข้นให้เลิกแจกถุงพลาสติก ทำให้ลูกค้าลดจำนวนการซื้อลง (ไทยรัฐ, 2563)

ดังนั้นเพื่อช่วยเหลือทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ถึงแม้จะมีการรณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติกแต่ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านสะดวก ควรจะมีถุงหรือภาชนะสำรองไว้บริการให้แก่ลูกค้าในกรณีฉุกเฉิน โดยถุงที่ใช้ อาจจะเป็นถุงที่บางและย่อยสลายได้ง่าย

ในต่างประเทศก็เจอปัญหาเรื่องของขยะพลาสติกที่มีเป็นจำนวนมากซึ่งก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกันกับประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ในต่างประเทศนั้นมีการรณรงค์



เรื่องการลดใช้ถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งกันมาสักกระยะหนึ่งแล้ว เช่น ไอร์แลนด์ แคนาดา สเปน ใต้หวัน (ฐิตินันท์ ศรีสถิต, 2017) โดยประเทศเหล่านี้ล้วนประสบความสำเร็จในการลดใช้ถุงพลาสติกเป็นอย่างมาก วิธีที่แต่ละประเทศใช้คือการเก็บค่าบริการ หรือภาษีถุงพลาสติก โดยร้านค้าจะงดแจกถุงพลาสติกฟรีแต่ถ้าผู้บริโภคต้องการใช้จะต้องชำระค่าบริการถุงพลาสติก โดยแต่ละประเทศนั้นก็มีการคิดค่าบริการถุงพลาสติกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไอร์แลนด์ เป็นประเทศแรกในปี 2002 ที่นำโมเดลการเก็บเงินค่าถุงพลาสติกมาใช้โดยเริ่มจากการเก็บภาษีถุงพลาสติกที่ 0.15 ยูโร หรือประมาณ 5 บาทต่อหนึ่งใบ และในปี 2007 เพิ่มขึ้นมาเป็น 0.22 ยูโร หรือประมาณ 8 บาทต่อหนึ่งใบ ซึ่งรายได้จากการเก็บค่าภาษีถุงพลาสติกนี้จะถูกนำมาใช้ในการบริหารงานและโครงการด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งจัดการโดยกองทุนสิ่งแวดล้อมและกองทุนของไอร์แลนด์ หน่วยงานคุ้มครองสิ่งแวดล้อมสำหรับโครงการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม การประชาสัมพันธ์ และโครงการอื่นๆที่มีวัตถุประสงค์คล้ายๆกัน (Anastasio & Nix, 2016)

ตาราง 5.1 ภาษีถุงพลาสติกและรายได้จากการเก็บค่าถุงพลาสติกในช่วงปี 2002 ถึง 2013

Year	Levy Rate (€)	Plastic Bag levy (€m)
2002	0.15	10.4
2003	0.15	12.9
2004	0.15	15.3
2005	0.15	17.5
2006	0.15	19.9
2007	0.15/0.22 from 1 July	22.6
2008	0.22	26.7
2009	0.22	23.5
2010	0.22	17.5
2011	0.22	15.7
2012 Estimate (Cash Basis)	0.22	14.2
2013 Estimate (to 30 June 2013)	0.22	7.2
Total		203.4

ที่มา: <https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/0817a609-f2ed-4db0-8ae0-05f1d75fbaa4/IE%20Plastic%20Bag%20Levy%20final.pdf?v=63680923242>

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปี 2002 ถึง 2007 รายได้จากการเก็บถุงพลาสติกมีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่ปี 2008 เป็นต้นมาหลังจากที่รัฐบาลประกาศขึ้นราคาถุงพลาสติกเป็น 0.22 ยูโร ทำให้เห็นว่ารายได้จากการเก็บถุงพลาสติกลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรัฐบาลเห็นว่าเป็นเรื่องที่ดีแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นเพราะผู้บริโภคมีการจ่ายเงินซื้อถุงพลาสติกน้อยลงเรื่อยๆ โดยสัดส่วนการใช้ถุงพลาสติกลดลงไปถึง 90% นอกจากนี้ยังมีการประมาณการว่าปริมาณถุงพลาสติกในท้องทะเลลดลงจาก 5% ในปี 2001 เป็น 0.25% ในปี 2014 หลังจากที่มีการประกาศเก็บภาษีถุงพลาสติกนี้

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

ในส่วนของข้อเสนอแนะนั้นผู้วิจัยต้องการนำเสนอแนวทางปฏิบัติให้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปปรับใช้ในโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสำหรับผู้ที่สนใจทำการวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

##### 1. ควรมีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในส่วนของข้อมูลโครงการให้มากขึ้น

จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนจะเคยได้ยินการประชาสัมพันธ์ของโครงการนี้ผ่านหลากหลายช่องทางที่แตกต่างกัน เช่น Generation X รับทราบการประชาสัมพันธ์ของโครงการจากทางโทรทัศน์ และห้างสรรพสินค้าเป็นหลัก ในขณะที่ Generation Y รับทราบการประชาสัมพันธ์จากอินเทอร์เน็ต และ ร้านสะดวกซื้อเป็นหลัก แสดงให้เห็นว่าทางภาครัฐและภาคเอกชนมีการทำประชาสัมพันธ์แล้วหลายช่องทางและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ก็ยังมีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์นั้นอาจยังทำได้ไม่ดีเท่าที่ควรในส่วนของทำให้ข้อมูลของโครงการ ซึ่งข้อมูลของโครงการควรประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ของโครงการ โทษของถุงและขยะพลาสติก และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ตามมา เนื่องจากโครงการนี้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้น การสื่อสารที่ชัดเจนจะช่วยทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในโครงการมากขึ้นและจะช่วยส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เมื่อพูดถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ร่วมวิจัยหลายท่านได้เอ่ยถึง การตายของมาเรียม พะยูนน้อยขวัญใจชาวไทย ที่ส่วนหนึ่งของสาเหตุการตายคือการที่ขยะพลาสติกเข้าไปอุดตันที่ลำไส้ ดังนั้น การตายของมาเรียมได้ช่วยกระตุ้นกระแสรณรงค์ลด ละ เลิกขยะพลาสติกที่ประเทศไทยได้พยายามทำในช่วงเกือบสองปีที่ผ่านมาให้เห็นเด่นชัดยิ่งขึ้น และทำให้เห็นว่าโทษของของพลาสติกส่งผลต่อสัตว์น้ำอย่างไร (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) ดังนั้นการยกกรณีศึกษา หรือตัวอย่างที่ชัดเจนที่เกิดขึ้นจริงมาใช้ในการประชาสัมพันธ์จะช่วยทำให้คนมีความเข้าใจและตระหนักในปัญหาเหล่านี้มากขึ้น นอกจากนี้การใช้ภาพและคำที่มีความหมายสะท้อนถึงปัญหาจะช่วยทำให้คนมีความตระหนักถึงปัญหาได้มากขึ้น ดังรูปภาพ 5.2 และ 5.3 โดยในรูปภาพจะแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นถ้าเรายังไม่ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม



รูปภาพที่ 5.2 Stop climate change before it changes you (WWF, 2008)

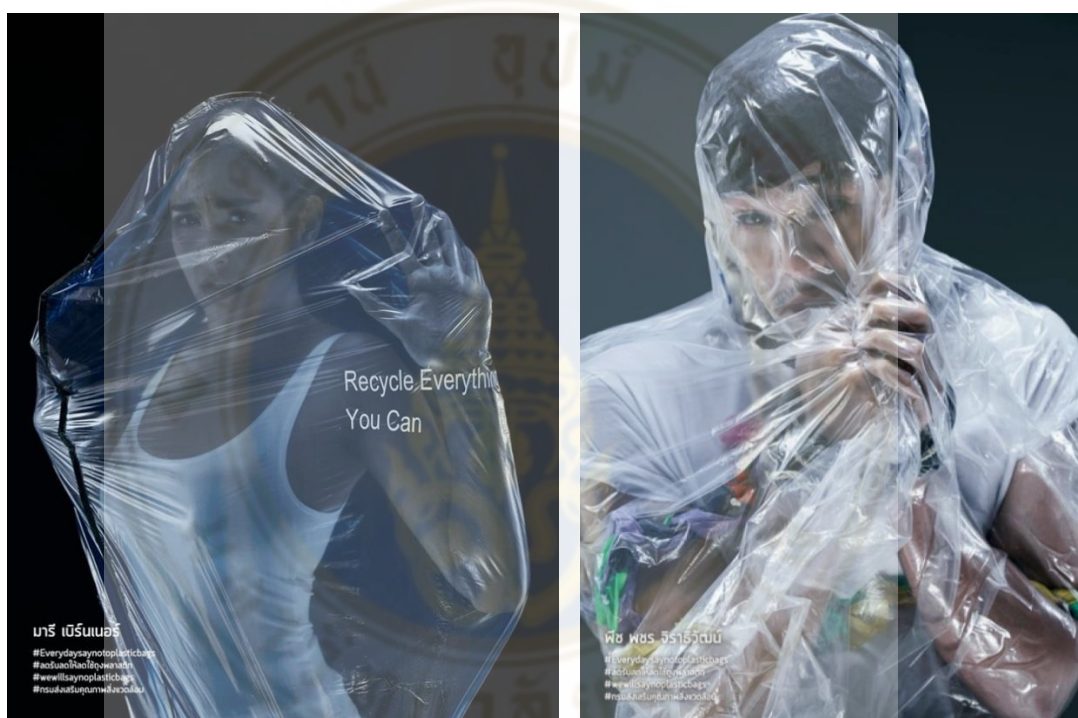
ที่มา <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/nov/15/top-10-climate-change-campaigns>



รูปภาพ 5.3 What goes in the ocean goes in you (Surfrider)

ที่มา: <https://tbarneyblog.wordpress.com/2017/10/12/what-goes-in-the-ocean-goes-in-you-a-visual-analysis/>

นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ควรรใช้ Influencer บุคคลที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม เพื่อเป็นการสร้าง Massive awareness เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่ต้องการความร่วมมือของประชาชนทุกคน ดังนั้น การที่มีบุคคลที่เป็นที่รู้จักหรือยอมรับในสังคมเป็นแบบอย่าง จะช่วยให้คนรู้สึกอยากทำตามด้วย อย่างไรก็ตามในช่วงปลายปี 2562 กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ร่วมกับศิลปินและดาราจิตอาสากว่า 58 ท่าน เปิดตัวโครงการนี้โดยการถ่ายภาพนอกเล่าความรู้สึกปัญหาขยะพลาสติก (Nation TV, 2019) ดังรูปภาพที่ 5.4 และ 5.5 ซึ่งภาพที่ถ่ายนั้นได้สะท้อนถึงความเดือดร้อนของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ จนต้องมาสังเวชชีวิตให้กับขยะพลาสติก



รูปภาพที่ 5.4 แคมเปญ "Everyday Say No To Plastic Bags" กับปัญหาขยะพลาสติก (Nation TV, 2019) สืบค้นจาก <https://www.nationtv.tv/main/content/378750170/>

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการประชาสัมพันธ์เฉพาะตอนเปิดตัวโครงการซึ่งอาจจะมีประชาชนบางส่วนที่ไม่เคยเห็นการประชาสัมพันธ์นี้มาก่อนหรืออาจจะตระหนักในช่วงแรกๆแล้วสุดท้ายอาจจะลืมไป ซึ่งถ้าเป็นไปได้เราควรรใช้ Influencer ที่มีภาพลักษณ์ที่เด่นชัดในเรื่องของการรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม เช่น อเล็กซ์ เรนเดล ผู้ก่อตั้ง ECC Thailand (ศูนย์สิ่งแวดล้อมศึกษา) โดโน่ ภาคิน จากโครงการ "ONE MAN & THE SEA หนึ่งคนว่าย หลายคนช่วย" เป็นต้น จากผลการวิจัยมีผู้ร่วมวิจัยหลายรายที่แสดงความคิดเห็นถึงร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ที่ได้ใช้ฟรีเซ็นเตอร์ขวัญใจวัยรุ่น รุ่น บอดี้แสลม มาร่วมรณรงค์งดใช้ถุงหิ้วพลาสติกในแคมเปญ "ลดวันละถุง... คุณทำได้" โดยเริ่มโครงการลดและเลิกใช้ถุงพลาสติกที่ร้านเซเว่น อีเลฟ



เว้นทั่วประเทศ เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกและปริมาณขยะถุงพลาสติก เมื่อลูกค้าที่มาใช้บริการหากปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติก ทางซีพี ออลล์จะเปลี่ยนเป็นเงิน 20 สตางค์ต่อถุง โดยเวลาที่ผู้บริโภครูดซื้อของและปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติก พนักงานจะทำการกดปุ่มที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ ซึ่งจะเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ทันที และจะปิดยอดทุกวันเวลา 00.00 น. และประกาศยอดบริจาคตอน 07.00 น. โดยในใบเสร็จจะระบุข้อความว่า “ขอบคุณที่ไม่รับถุงพลาสติก” นอกจากนี้ที่จุดชำระเงินจะมีตัวเลขขึ้นว่าเราช่วยกันลดถุงไปแล้วกี่ใบเพื่อรายงานผลให้ประชาชนรับทราบถึงผลลัพธ์ที่ทุกคนช่วยกัน ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในโครงการมากยิ่งขึ้น

สำหรับโครงการ “ลดวันละถุง... คุณทำได้” เริ่มตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม 2561 ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี โดยเฟสแรกสิ้นสุดวันที่ 31 มี.ค. 2562 ลดถุงได้ 285 ล้านกว่าถุง เปลี่ยนเป็นเงิน 57 ล้านบาท โดยนำไปสมทบทุนซื้ออุปกรณ์การแพทย์ มอบให้แก่โรงพยาบาลศิริราช และจากนั้นจึงเริ่มโครงการในเฟสสอง ซึ่งสามารถลดใช้ถุงพลาสติกได้ถึง 670 ล้านใบ คิดเป็นยอดเงินบริจาคจำนวน 77 ล้านบาท เพื่อมอบให้แก่โรงพยาบาล 77 แห่งใน 77 จังหวัด (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการใช้ Influencer เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์จะช่วยทำให้คนรู้สึกอยากมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคมมากขึ้น โดยในร้านเซเว่น อีเลฟเว่นจะมีการตั้งป้ายของ คุณ บอดีแสลมไว้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และย้ำเตือนผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง



รูปภาพที่ 5.5 ป้ายโฆษณาคุณ บอดีแสลม ในแคมเปญลดวันละถุง...คุณทำได้ของซีพีออลล์ สืบค้นจาก <https://news.mthai.com/pr-news/692253.html>



## 2. ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ควรมีถุงพลาสติกจำหน่าย

เนื่องจากโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" เป็นการรณรงค์แจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามการที่โครงการนี้เกิดขึ้นนั้นส่งผลต่อความไม่สะดวกสบายของผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อขยายของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ ทางห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ มีถุงพลาสติกจำหน่าย โดยถุงพลาสติกที่จำหน่ายอาจจะเป็นถุงพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย และ ราคาจำหน่ายควรอยู่ที่ถุงละ 2 บาท

นอกจากประเทศไอร์แลนด์ที่ได้กล่าวในส่วนของการอภิปรายผลข้างต้นแล้ว ยังมีอีกหลายประเทศที่ใช้วิธีการคล้ายๆกัน เช่น ประเทศเดนมาร์กมีมาตรการกำกับดูแลการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกและเป็นประเทศตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการลดการใช้พลาสติกอย่างเห็นผลชัดเจน โดยเดนมาร์กมีการเก็บภาษีถุงพลาสติกจากผู้ค้าปลีก ตั้งแต่ปี 2003 เพื่อกระตุ้นให้ร้านค้าปลีกคิดค่าธรรมเนียมถุงพลาสติกกับลูกค้า และกระตุ้นให้ผู้บริโภคทั่วไปใช้ถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ (reusable bags) ซึ่งจากมาตรการนี้ทำให้เดนมาร์กลดการใช้ถุงพลาสติกจากเดิมได้ถึง 66% (The Matter, 2018) อย่างไรก็ตามมีหลายประเทศที่มีการแบนหรือใช้วิธีการเก็บภาษีถุงพลาสติก โดยจากการศึกษาพบว่าแต่ละประเทศมีการเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีถุงพลาสติกในอัตราที่ใกล้เคียงกันอยู่ที่ประมาณ 2 บาท โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลอัตราการเก็บค่าถุงพลาสติกของประเทศต่างๆ ดังที่แสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 อัตราการเก็บค่าถุงพลาสติกของแต่ละประเทศ

ประเทศ	อัตราการเก็บค่าถุงพลาสติก/ใบ
ฮ่องกง	ขั้นต่ำ 2 บาท
ไต้หวัน	1-3 บาท
แคนาดา	ขั้นต่ำ 1-2 บาท
เกาหลีใต้	3 บาท
อังกฤษ	2 บาท
สิงคโปร์	2-2.5 บาท

ที่มา: <https://mgronline.com/greeninnovation/detail/961000028674>

นอกจากโครงการของต่างประเทศแล้ว ในประเทศไทยเองก็มีโครงการรณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติกที่คล้ายๆกันของมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น โครงการ Chula Zero Waste หรือจุฬาปลอดขยะ โดยเป็นการรณรงค์ให้คนหันมาใช้ถุงผ้าและงดรับถุงพลาสติกเมื่อซื้อสินค้าน้อยชิ้นในร้านสะดวกซื้อจำนวน 11 แห่งภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งแม้การรณรงค์จะได้ผลพอสมควรคือสามารถลดจำนวนถุงพลาสติกลงได้เกือบครึ่งหนึ่งจากเดือนละประมาณ 130,000 ถุงเหลือราวๆ 70,000 ถุงภายในระยะเวลาสามเดือน แต่วิธีที่ได้ผลที่สุดก็คือการเก็บเงินค่าถุงพลาสติกในราคาถุงละ 2 บาท แทนการแจกฟรี ซึ่งหลังจากเริ่มเก็บค่าถุงในเดือนกุมภาพันธ์ จำนวนถุงพลาสติกลดลงจากเดือนมกราคมที่ใช้รวมกันราวๆ 70,200 ถุงเหลือเพียง 16,700 ถุง หรือลดลงถึง 76% ภายในระยะเวลาแค่เดือนเดียว (มูลนิธิโลกสีเขียว, 2017)



รูปภาพที่ 5.6 ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในร้านสะดวกซื้อในจุฬาฯ ช่วง ต.ค.59 – ก.พ.60

นอกจากนี้ยังมีอีกโครงการที่ถือว่าประสบความสำเร็จอีกหนึ่งโครงการคือ โครงการมหิตล Reduce & Reuse ถุงพลาสติก โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกของร้านสะดวกซื้อและร้านค้าในสถานศึกษาซึ่งเริ่มต้นเมื่อเดือนกรกฎาคม 2559 โดยทางมหิตลขอความร่วมมือจากร้านสะดวกซื้อจำนวน 12 ร้านในมหาวิทยาลัยมหิตล วิทยาเขตศาลายา และศูนย์การแพทย์กาญจนา

ภิเษกฯ ให้บริการถุงพลาสติกแก่ลูกค้า โดยโครงการขอรับบริจาคเงินในราคาถุงละ 2 บาทถ้าลูกค้าต้องการใช้ถุง หรือถ้าหากไม่ต้องการซื้อถุงเองก็สามารถหยิบถุงพลาสติก reuse ที่มีผู้นำมาบริจาคไว้ในร้านสะดวกซื้อที่เข้าร่วมโครงการเพื่อนำมาหมุนเวียนใช้ได้ โดยเมื่อตอนเปิดตัวโครงการมียอดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกสูงถึง 282,000 ใบ แต่หลังการใช้มาตรการดังกล่าวเป็นระยะเวลา 6 เดือน ปริมาณยอดการใช้ถุงพลาสติกเหลือเพียง 34,000 ใบ ซึ่งลดลงไปถึงร้อยละ 90 และในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ยอดการใช้ถุงพลาสติกในมหาวิทยาลัยได้ลดลงเหลือเพียงแค่ 32,000 ใบต่อเดือน ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดี (MGR Online, 2561)

ดังนั้นก่อนที่จะมีการเลิกใช้ถุงพลาสติกอย่างถาวรในปี 2565 โครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" อาจจะนำแนวคิดและวิธีการปฏิบัติจากโครงการข้างต้นมาปรับใช้ในโครงการ โดยการใช้ถุงพลาสติกไว้ให้ประชาชนเพื่ออำนวยความสะดวก แต่ทางห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือซูเปอร์มาร์เก็ต สามารถเก็บค่าถุงพลาสติกในอัตราที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เป็นการกระทบผู้บริโภคมากเกินไป และอาจจะช่วยทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการนี้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลและภาคเอกชนควรจะหารือกันในส่วนของการบริการถุงพลาสติกที่เก็บนั้นควรนำไปใช้ในทางที่เกิดประโยชน์มากที่สุด เช่น เอาไปใช้ในโครงการกำจัดขยะ หรือนำไปใช้ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น

3. ควรนำถุงที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเข้ามาใช้ในโครงการ

เนื่องจากโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อลดปัญหาขยะพลาสติก แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากถุงพลาสติกนั้นเป็นถุงที่มีความยืดหยุ่นและมีประโยชน์ในการใช้งานสูง ดังนั้นผู้บริโภคจึงยังมีความต้องการที่จะใช้ถุงพลาสติกจำพวกนี้ แต่อย่างไรก็ตามเพื่อตอบสนอง Road map การกำจัดขยะพลาสติกจำพวกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งให้ได้ภายในปี 2565 ภาครัฐและภาคเอกชนควรจัดหาถุงที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเข้ามาใช้ในโครงการมาทดแทนการใช้ถุงพลาสติก โดยปัจจุบันมีบริษัทเอกชนในประเทศอินโดนีเซีย คิดค้น “ถุงพลาสติกย่อยสลายตามธรรมชาติ” ที่ทำจากมันสำปะหลัง (Springnews, 2019) โดยได้ออกแบบผลิตถุงที่มีรูปร่างและผิวสัมผัสเหมือนพลาสติก และสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ 100% เพื่อช่วยลดปัญหาขยะพลาสติก โดยถุงชนิดนี้ทำมาจากมันสำปะหลัง สามารถละลายได้ในน้ำจึงไม่เป็นอันตรายต่อสัตว์น้ำ และบริษัทผู้ผลิตยังการันตีความปลอดภัยต่อร่างกายคนเราอีกด้วย โดยถุงพลาสติกชนิดนี้ถือว่าเป็นวัสดุทางชีวภาพ 100% เพราะส่วนประกอบมีเพียงแป้งมันสำปะหลัง น้ำมันพืช และออร์แกนิกเรซิน จึงสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ดังนั้นจะไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับสัตว์ต่างๆ ถ้าเกิดพลาสติกนี้ถูกทิ้งลงไปใน

แหล่งน้ำ และสามารถย่อยสลายได้ภายใน 150 วัน โดยมีจุลินทรีย์ใต้น้ำ เร่งกระบวนการย่อยสลายให้เร็วขึ้น โดยปกติแล้วพลาสติกชีวภาพอื่น ๆ จะย่อยสลายเมื่อผ่านกระบวนการทำปุ๋ยหมักชีวภาพเพื่ออุตสาหกรรมเท่านั้น แต่สำหรับถุงพลาสติกนี้ จะย่อยสลายด้วยจุลินทรีย์ในธรรมชาติ จึงสามารถฝังกลบในพื้นดินได้โดยตรง



รูปภาพที่ 5.7 T-shirt Bag ถุงพันธุ์ใหม่ผลิตจากมันสำปะหลังย่อยสลายได้ 100% สืบค้นจาก <https://www.avanieco.com/product/cassava-bag/>

อย่างไรก็ตามประเทศไทยนั้นก็ได้เริ่มพัฒนา “ถุงพลาสติกสลายตัวได้” ที่ใช้สำหรับใส่เศษอาหารโดยใช้วัตถุดิบจากแป้งมันสำปะหลัง ดังรูปภาพที่ 5.10 โดยต้นทุนการใช้วัสดุจากมันสำปะหลังจะถูกกว่าวัสดุที่ทำจากแป้งข้าวโพด โดยมีต้นทุนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 30 บาทต่อใบเมื่อผลิต 9,800 ใบ แต่หากผลิต 14,000 ใบ ต้นทุนจะเหลือ 4.50 บาทต่อใบ แต่อย่างไรก็ตามถ้าหากมีปริมาณการใช้งานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ราคาถุงพลาสติกสลายตัวสำหรับขยะอินทรีย์น่าจะเหลือเพียง 2.50 บาทต่อใบ (Windmill, 2019)





รูปภาพที่ 5.8 ถุงพลาสติกสลายตัวได้สำหรับทิ้งขยะเศษอาหาร  
 สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/food-waste/>

โดยถุงพลาสติกชนิดนี้มีคุณสมบัติย่อยสลายได้เร็วกว่าเทียบกับไบโอพลาสติก โดยถ้าอยู่ในอุณหภูมิปกติจะย่อยสลายภายใน 3-4 เดือน แต่ถ้าอยู่ในอุณหภูมิสูงขึ้นจะยิ่งย่อยสลายเร็วขึ้น นอกจากนี้เมื่อย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ จะเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และปุ๋ยในดินที่เป็นประโยชน์กับพืช



รูปภาพที่ 5.9 ระยะเวลาการย่อยสลายในดินของถุงพลาสติกจากแป้งมันสำปะหลัง  
 สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/food-waste/>

เนื่องจากถุงพลาสติกสลายตัวชนิดนี้ที่นั่นทำขึ้นมาเพื่อทิ้งขยะเศษอาหารเท่านั้น ดังนั้นภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการพัฒนาถุงหิ้วที่คล้ายกับของอินโดนีเซียเพื่อนำมาใช้ในห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อเป็นการทดแทนถุงพลาสติกที่จะงดใช้ในปี



2565 และการใช้ถุงที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเหล่านี้จะช่วยทำให้ไม่เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสัตว์ต่างๆ

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

เนื่องด้วยโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ เริ่มวันที่ 1 มกราคม 2563 ซึ่งเป็นเวลาเพียง 1-2 เดือน นับจากวันที่ผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและสัมภาษณ์ ประกอบกับงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา ดังนั้นผู้วิจัยจึงพบอุปสรรค 2 เรื่อง ซึ่งผู้วิจัยได้ระบุอุปสรรคพร้อมข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งถัดไป ดังต่อไปนี้

#### 1) ข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่

เนื่องจากเวลาการเก็บข้อมูลของงานวิจัยนี้ค่อนข้างจำกัด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัยในส่วนของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น แต่เนื่องจากโครงการนี้ได้ถูกนำมาใช้ตามห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศ ดังนั้นการเก็บข้อมูลในพื้นที่ต่างจังหวัดร่วมด้วยน่าจะทำให้เห็นข้อมูลและความคิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้นซึ่งจะสามารถนำไปปรับใช้ในแต่ละพื้นที่ได้ตามความเหมาะสม

#### 2) ข้อจำกัดในด้านจำนวนผู้เข้าร่วมวิจัย

เนื่องจากโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” เป็นโครงการใหม่ ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะทำเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมวิจัยเชิงลึกซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 30 คน แต่เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง ดังนั้นในอนาคตถ้ามีการทำงานวิจัยในเชิงปริมาณก็จะสามารถช่วยให้เห็นภาพใหญ่มากขึ้น เช่น ช่องทางการรับรู้ประชาสัมพันธ์อาจจะเห็นชัดเจนมากขึ้นเมื่อจำนวนผู้เข้าร่วมวิจัยเพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ทั้งกับภาครัฐและภาคเอกชนในการเข้าใจทัศนคติของประชาชนรวมถึงพิจารณาข้อเสนอแนะ อีกทั้งยังคาดหวังว่าในอนาคตประชาชนจะให้ความร่วมมือในโครงการมากขึ้น จนกระทั่งทางภาครัฐและเอกชนสามารถบรรลุเป้าหมายการลดและเลิกใช้พลาสติกจําพวกพลาสติกประเภทหูหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอนภายในปี 2565 เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นของประเทศไทย

## บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2561). (ร่าง) Roadmap การจัดการพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573. ค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2562, จาก [http://www.pcd.go.th/Info\\_serv/File/Plastic%20Roadmap.pdf](http://www.pcd.go.th/Info_serv/File/Plastic%20Roadmap.pdf)
- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). รายงานสรุปสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพฯ: หจก. ส.มงคลการพิมพ์
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2562). รมว.ทส.นำทัพลง 3 จังหวัดก่อนประชุมครม.สัญจรชวนประชาชนพกถุงผ้า เลิกใช้ถุงพลาสติก. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.deqp.go.th/service-portal/news-system/news-detail/?id=284357>
- กนิษฐา รัตนสินธ (2561). การลดการใช้พลาสติกของประชากรในจังหวัดฉะเชิงเทรา. งานวิจัยสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ข่าวสด.(2562).เดอะมอลล์กรุ๊ปร่วมกิจกรรมรณรงค์ “ทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก”. ค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562, จาก [https://www.khaosod.co.th/economics/news\\_2981128](https://www.khaosod.co.th/economics/news_2981128)
- คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2559). พฤติกรรมการรับข่าวสารแบ่งตามช่วงวัย. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.smartsme.co.th/content/54256#!>
- เจนนา อาร์. แจมเบ็ก. (2562). ‘ประเทศไทย’ ชาติแรกอาเซียน ชูวาระสู่ ‘ขยะทะเล’. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/recommended/detail/1452>.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิตินันท์ ศรีสถิต. (2017). ถุงพลาสติกใบนี้...ควรฟรีหรือ (บังคับ) จ่าย. ค้นเมื่อ 02 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.greenpeace.org/thailand/story/2486/free-plasticbag/>
- ดารณี พานทอง. (2542). ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไทยรัฐ. (2563). กระทรวงทรัพยากรฯ จับมือ 8 ช่องทีวี เซนเซอร์ "ถุงพลาสติก" ใช้ครั้งเดียวทิ้ง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/news/society/1738956>
- นกริน วนกิงไพบูลย์. (2561). เลิกใช้พลาสติกหุ้มฝาขวด! ดีแค่ 1 เม.ย. นี้ ลดปัญหาขยะ 2,600 ล้านชิ้นต่อปี. ค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562, จาก <https://thestandard.co/day-thailand-phase-out-cap-seal/>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- นิตยา โตทัย และคณะ. (2550). ความคิดเห็นของการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกเพื่อลดภาวะโลกร้อนของลูกค้าที่เดินเที่ยวในสวนจตุจักร. วิทยานิพนธ์บช.บ. (ธุรกิจระหว่างประเทศ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประภา เพ็ญสุวรรณ. (2526). พิศนาคติ การวัดความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ผู้จัดการสุดสัปดาห์. (2562). “บอยคอตถุงพลาสติก” 1 ปี ลดถุงพลาสติก 1,524 ล้านใบ!. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9620000064009>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). ซีพี ออลล์ เปิดตัวแคมเปญ “ลดวันละถุง...คุณทำได้ เฟส 2” ดึง “BNK 48” เปิดตัวเพลง “บ้ายบาย...นายพลาสติก” (Kami7 Go Green) สนีกกำลัง “พีตุน”. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/qol/detail/9620000034296>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562) ปลดแอกไทยแลนด์เมืองขยะ โลก จับตาโรดแมปกำจัดขยะพลาสติก ยกเลิกใช้พลาสติก 7 ชนิดภายในปี 65. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/daily/detail/9620000040235>
- พิมพ์ระพี พันธุ์วิชาติกุล. (2562). การตายของ ‘มาเรียม’ อาจนำไปสู่ความตายของคุณในอนาคต. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.thebangkokinsight.com/199404/>
- พิสุทธิ เพ็ชรมนกุล และ กริชชาติ ว่องไวลิขิต. (2562). ขยะไม่มีที่อยู่. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.greennetworkthailand.com/ขยะไม่มีที่อยู่>
- เพชร มโนปวิตร. (2560). แก้ปัญหาถุงพลาสติกสิ้นโลกด้วยเงิน 2 บาท. ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก <https://greenworld.or.th/%e0%b9%81%e0%b8%81%e0%b9%89%e0%b8%9b%e0%b8%b1%e0%b8%8d%e0%b8%ab%e0%b8%b2%e0%b8%96%e0%b8%b8%e0%b8%87%e0%b8%9e%e0%b8%a5%e0%b8%b2%e0%b8%aa%e0%b8%95%e0%b8%b4%e0%b8%81%e0%b8%a5%e0%b9%89%e0%b8%99%e0%b9%82>
- มนต์ชัย วงษ์กิตติไกรวัล. (2562). เซ็นทรัลเอาจริง ประกาศตัวเป็นห้างปลอดถุงพลาสติกเริ่ม 5 มิ.ย. นี้. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562, จาก <https://thestandard.co/central-love-the-earth-say-no-to-plastic-bags/>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- มติชนออนไลน์. (2561). ทัวโลกใช้ถุงพลาสติกปีละ 5 แสนล้านใบ ไหลลงทะเลไทย 13 ล้านตัน คน  
กรุงสร้างขยะวันละ 3 กก. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562, จาก  
[https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news\\_985828](https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_985828)
- มูลนิธิโลกสีเขียว. (2017). แก้ปัญหาถุงพลาสติกสิ้นโลกด้วยเงิน 2 บาท. [ออนไลน์]  
เข้าถึงได้จาก [https://greenworld.or.th/green\\_issue/แก้ปัญหาถุงพลาสติกสิ้นโลกด้วย  
เงิน 2 บาท/](https://greenworld.or.th/green_issue/แก้ปัญหาถุงพลาสติกสิ้นโลกด้วยเงิน2บาท/)
- มูลนิธิสืบนาคะเสถียร. (2562). มาเลเซีย ปฏิเสธการเป็นแหล่งทิ้งขยะ พร้อมส่งคืน ขยะพลาสติก  
กลับประเทศต้นทาง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก [https://www.seub.or.th/blogging/สถานการณ์/  
สิ่งแวดล้อม-ต่างประเทศ/มาเลเซีย-ขยะพลาสติก/](https://www.seub.or.th/blogging/สถานการณ์/สิ่งแวดล้อม-ต่างประเทศ/มาเลเซีย-ขยะพลาสติก/)
- รุ่งนภา บุญคุ้ม. (2536). ทศนคติของพัฒนากรตอนนโยบายการจัดตั้งศูนย์สาริตการตลาด : กรณีศึกษา  
ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 3. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริ  
หารศาสตร์.
- อัจฉราพรรณ ลีพันธ์ และ วิษณุ เหลืองละออ. (2557). เจตคติและพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติกของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร:คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการ  
บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อาทิตย์ มุลมงคล และคณะ. (2551). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าลดโลกร้อนของ  
บุคคลทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาการเงินการธนาคาร  
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- Allport, G.W. (1968). Reading in attitude theory and measurement. New York: John Welley &  
Sons.
- Anastasio, M., & Nix, J. (2016). Plastic Bag Levy in Ireland. 9.  
[https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/0817a609-f2ed-4db0-8ae0-  
05f1d75fbaa4/IE%20Plastic%20Bag%20Levy%20final.pdf?v=63680923242](https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/0817a609-f2ed-4db0-8ae0-05f1d75fbaa4/IE%20Plastic%20Bag%20Levy%20final.pdf?v=63680923242)
- Bltbangkok. (2562). ไทยนำเข้าขยะพลาสติก 481,381 ตัน/ปี สูงสุดเป็นอันดับ 3 ในอาเซียน. ค้นเมื่อ  
20 พฤศจิกายน 2562, จาก [https://www.bltbangkok.com/CoverStory/นำเข้าขยะ  
พลาสติก-ส่งออกขยะพลาสติก-ขยะพลาสติก-ขยะพลาสติกไทย-ขยะพลาสติกอาเซียน](https://www.bltbangkok.com/CoverStory/นำเข้าขยะพลาสติก-ส่งออกขยะพลาสติก-ขยะพลาสติก-ขยะพลาสติกไทย-ขยะพลาสติกอาเซียน)

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (1994). Consumer behavior. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Maplecroft, V. (2019). Waste generation and recycling indices 2019. URL: [https://www.circularonline.co.uk/wpcontent/uploads/2019/07/Verisk\\_Maplecroft\\_Waste\\_Generation\\_Index\\_Overview\\_2019.pdf](https://www.circularonline.co.uk/wpcontent/uploads/2019/07/Verisk_Maplecroft_Waste_Generation_Index_Overview_2019.pdf).
- Mauro, A., & James, N. (2016). Plastic bag levy in Ireland. URL: <https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/0817a609-f2ed-4db0-8ae0-05f1d75fbaa4/IE%20Plastic%20Bag%20Levy%20final.pdf>.
- MGR Online. (2561). ม.มหิดล เผย Reduce & Reuse ยอดใช้ถุงพลาสติกลด 2 ล้านใบต่อปี. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/qol/detail/9610000056510>
- MGR Online. (2561). 4 ประเทศแบบอย่าง “ลดขยะพลาสติก” เขาทำแบบไหน? ที่ไม่ใช่สร้างภาพ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/greeninnovation/detail/9610000028674>
- M Thai. (2561). 7-11 จับมือ พี่ตูน บอดี้สแลม ชวนคนไทยไม่รับถุงพลาสติก สมทบทุนซื้ออุปกรณ์การแพทย์. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://news.mthai.com/pr-news/692253.html>
- Nation TV. (2019). แคมเปญ "Everyday Say No To Plastic Bags" กับปัญหาขยะพลาสติก. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.nationtv.tv/main/content/378750170/>.
- Ratirita. (2562). แฟมิลี่มาร์ทประกาศ No Bag Stores ร้านงดให้ถุงพลาสติกทุกวันใน 10 สาขา. ค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562, จาก <https://brandinside.asia/family-mart-no-bag-stores/>
- Sanook. (2556). ถุงพลาสติกกับภาวะโลกร้อน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://guru.sanook.com/4151/>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Smart me. (2559). พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ของคนแต่ละ Gen ค้นเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/54256#!>
- Springnews. (2019). ถุงพลาสติกจากมันสำปะหลัง กินได้ ละลายในน้ำได้. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.springnews.co.th/alive/559620>



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- The Matter. (2018). นโยบายจัดการพลาสติกแบบโหลนที่ประเทศอื่นเขาทำกัน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก [https://thematter.co/social/plastic-policy-in-other-country/53099?fbclid=IwAR0T7\\_jH8goEsOjyWz-Uf5D0YE-oy4l\\_1sH3Bg-ZoM2FYzMwOOTDRxo](https://thematter.co/social/plastic-policy-in-other-country/53099?fbclid=IwAR0T7_jH8goEsOjyWz-Uf5D0YE-oy4l_1sH3Bg-ZoM2FYzMwOOTDRxo)
- Thurstone, L. L., & Chave E. J. (1966). The Measurement of Attitude. Chicago: University of Chicago.
- Windmill. (2019). เปิดนวัตกรรมแป้งมันสำปะหลังฝีมือคนไทยที่รักษ์โลก สู่อุงพลาสติกสลายตัวได้สำหรับขยะอาหาร. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://brandinside.asia/food-waste/>.
- WWF. (2008). Stop climate change before it changes you. URL: <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/nov/15/top-10-climate-change-campaigns>.
- WWF. (2008). What goes in the ocean goes in you (Surfrider). URL: <https://tbarneyblog.wordpress.com/2017/10/12/what-goes-in-the-ocean-goes-in-you-a-visual-analysis/>
- Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. (1970). Influence attitude and changing behavior. Massachusetts: Addison-Wesley.



ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสัมภาษณ์เชิงลึก**

ชุดคำถาม : สำหรับคน Generation X (อายุ 40-54 ปี) และ Generation Y (อายุ 23-39 ปี)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับ	คำถาม
1	เพศ
2	อายุ
3	อาชีพ
4	ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 : ทักษะติดต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags"

ทัศนคติ: องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Attitude)

ลำดับ	คำถาม
1	ท่านเคยได้ยินโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" หรือไม่ (ถ้าเคย) ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใด
2	ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags" หรือไม่
3	ท่านเคยได้ยินหรือพบเห็นโครงการแจกถุงพลาสติกที่คล้ายคลึงกันมาก่อนหรือไม่

ทัศนคติ: องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Attitude)

ลำดับ	คำถาม
1	ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อโครงการ "Everyday Say No To Plastic Bags"
2	ท่านคิดว่าโครงการนี้จะช่วยให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร
3	ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อการที่ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต มีการจำหน่ายถุง ณ จุดชำระเงิน

ทัศนคติ: องค์กรประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Attitude)

ลำดับ	คำถาม
1	เมื่อเกิดโครงการนี้ขึ้น ท่านปฏิบัติตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้อย่างไร
2	ท่านคิดว่าการงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวมีผลต่อการซื้อสินค้าของท่านในแต่ละครั้งหรือไม่
3	การที่เห็นบุคคลอื่นให้ความร่วมมือต่อโครงการ ทำให้ท่านเกิดแรงกระตุ้นในการเข้าร่วมโครงการนี้หรือไม่ อย่างไร
4	ท่านคิดว่าโครงการนี้จะส่งผลให้ท่านหันมาซื้อของช่องทางออนไลน์มากขึ้นหรือไม่
5	ท่านคิดว่าสิ่งที่ช่วยให้โครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคืออะไร

หมายเหตุ : นี่เป็นเพียงตัวอย่างคำถามในงานวิจัย ซึ่งเมื่อสัมภาษณ์จริงอาจมีคำถามเพิ่มเติมแนวทางใกล้เคียงกับที่ระบุ เพิ่มเข้ามาด้วย ตามความเหมาะสม

## ภาคผนวก ข

## ข้อมูลผู้เข้าร่วมวิจัย และสรุปผลการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยและสรุปผลการสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยแต่ละรายไว้โดยให้รหัสผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นนามสมมติ ดังนี้

## กลุ่มตัวอย่าง Generation X 15 คน และ Generation Y 15 คน

ลำดับ ที่	รหัสผู้เข้าร่วม วิจัย	อายุ (ปี)	เพศ	การศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา
1	คุณกรรณิการ์	49	หญิง	มัธยมปลาย	พนักงานบริษัท	สุรินทร์
2	คุณจันทรา	47	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	นครราชสีมา
3	คุณปวีณา	45	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
4	คุณโสธยา	47	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
5	คุณปรารถนา	50	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
6	คุณกัญญา	42	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	พิษณุโลก
7	คุณจินตนา	50	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
8	คุณนุชนันท์	48	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
9	คุณอุไรวรรณ	41	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
10	คุณเมษา	40	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
11	คุณนันทวัน	48	หญิง	ปริญญาตรี	แม่บ้าน	กรุงเทพฯ
12	คุณดารารัตน์	54	หญิง	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ค้าขาย	กรุงเทพฯ
13	คุณอัจฉรา	50	หญิง	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ค้าขาย	ฉะเชิงเทรา
14	คุณมศยา	45	หญิง	ปริญญาโท	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
15	คุณดรุณรัตน์	54	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
16	คุณเบญญาภา	38	หญิง	ปริญญาโท	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
17	คุณอรทิษา	35	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
18	คุณกীরติ	33	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
19	คุณเจนจิรา	30	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
20	คุณบุศราคม	32	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ



21	คุณธิมา	35	หญิง	ปริญญาโท	พนักงานบริษัท	นครศรีธรรมราช
22	คุณฟ้าใส	39	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
23	คุณประวิทย์	30	ชาย	ปริญญาตรี	ธุรกิจส่วนตัว	กรุงเทพฯ
24	คุณเจษฎา	30	ชาย	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
25	คุณเมธาวี	30	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	ราชบุรี
26	คุณศศินันท์	38	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	นราธิวาส
27	คุณดวงพร	33	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
28	คุณธนชาติ	30	ชาย	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ
29	คุณแคทรียา	29	หญิง	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	นครสวรรค์
30	คุณกฤษณ์	26	ชาย	ปริญญาตรี	พนักงานบริษัท	กรุงเทพฯ

## สรุปผลการสัมภาษณ์ Generation X คุณกรรณิการ์ เพศ หญิง อายุ 49 ปี

คำถาม	คำตอบ
ท่านเคยได้ยินโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ (ถ้าเคย) ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใด	เคยได้ยินจากห้างสรรพสินค้า ได้ยินประมาณช่วงปีที่แล้ว รู้ตอนที่ไปซื้อวันที่ไม่ได้แจกถุงพอดี แล้วก็ตามเพชรณรงค์ของพี่ตูนด้วย
ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการมีโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ อย่างไร	ไม่รู้ว่าวัตถุประสงค์คืออะไรเพราะตอนที่ประชาสัมพันธ์ก็ไม่ได้บอก คิดว่าน่าจะประมาณว่าลดโลกร้อน ไม่ควรทิ้งขยะลงทะเล
ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	ลำบากคนซื้อของ คิดว่าค่อนข้างเดือดร้อน ไม่เข้าร่วมก็ไม่ได้ รู้ว่าณรงค์แต่ว่าบางทีก็ไม่ได้เอาถุงผ้าไปใส่ของ จริงๆควรมีถุงพลาสติกสำรองไว้ให้เพื่อฉุกเฉิน
ท่านคิดว่าสิ่งที่การรณรงค์แจกถุงพลาสติกหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวมีผลต่อการซื้อสินค้าของท่านในแต่ละครั้งหรือไม่	ยังซื้อของปกติ แต่เขาก็เอาที่เราพอถือได้
การที่เห็นบุคคลอื่นให้ความร่วมมือต่อโครงการ ทำให้ท่านเกิดแรงกระตุ้นในการเข้าร่วมโครงการนี้หรือไม่ อย่างไร	เกิดแรงกระตุ้นนะ เช่น ตอนนี้อยู่ตามเพจพี่ตูนอยู่ก็จะเห็นว่าเค้ามีการรณรงค์ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เราอยากมีส่วนร่วมกับตรงนี้มากขึ้น
ท่านคิดว่าโครงการนี้จะช่วยให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร	คงช่วยแค่นี้ก็น่าจะมีผลกระทบเรื่องถุงขยะที่เอาไปใช้ที่บ้านโดยมีปัญหาว่าเราต้องไปซื้อถุงขยะมาใช้ ซึ่งมันก็จะวนกลับมาแบบเดิมอีก
ท่านคิดว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ช่วยให้โครงการนี้เป็นไปได้มีประสิทธิภาพมากที่สุดคืออะไร	ควรที่จะรณรงค์ให้มากขึ้น
ท่านคิดว่าโครงการนี้จะส่งผลให้ท่านหันมาซื้อของช่องทางออนไลน์มากขึ้นหรือไม่	ไม่ เพราะปกติเป็นคนไม่ซื้อของออนไลน์อยู่แล้ว

## สรุปผลการสัมภาษณ์ Generation X คุณดารารัตน์ อายุ 54 ปี

คำถาม	คำตอบ
ท่านเคยได้ยินโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ (ถ้าเคย) ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใด	เคยได้ยินมาประมาณ 1 ปี ได้ยินผ่านทีวี วิทยุ และคนพูดต่อกัน คิดว่าประชาสัมพันธ์อาจจะยังน้อย ไม่ค่อยเห็นในโซเชียลมีเดีย
ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการมีโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ อย่างไร	ไม่ให้ขยะเยอะ ลดโลกร้อน เพราะขยะทำลายยาก
ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	รู้สึกไม่โอเค ไม่เห็นด้วย เนื่องจากเราไปใช้บริการแต่เค้าไม่มีถุงพลาสติกไว้ให้ ของบางอย่างมันใส่รวมกันไม่ได้ ควรมีถุงพลาสติกฟรีไว้บริการลูกค้า อีกอย่างคือการทำให้มีการลดแจกถุงพลาสติกน่าจะทำให้ต้นทุนของทางห้างลดลงเยอะด้วย
ท่านคิดว่าการที่การแจกถุงพลาสติกหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวมีผลต่อการซื้อสินค้าของท่านในแต่ละครั้งหรือไม่ อย่างไร	มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ มาก ถ้าลืมเอาไปก็จะไม่ซื้อ ได้ยินคนบ่นเยอะมาก เวลาซื้อของที่ร้านก็จะมาบ่นว่า จะไม่ซื้อพวกห้างหรือร้านสะดวกซื้อแล้ว เพราะไม่รู้ว่าจะซื้อของแล้วจะถือมาอย่างไร เนื่องจากไม่แจกถุง
ท่านคิดว่าโครงการนี้จะช่วยให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร	ไม่คิดว่าจะทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น เพราะว่าปัจจุบันมีภาชนะอื่นๆที่เป็นพลาสติกมากกว่า เช่น พวกกล่องใส่อาหาร ซ้อนพลาสติก แกรมกล่องก็ยิ่งหนักกว่าเดิม รวมถึงแก้วพลาสติก ที่ปัจจุบันทำออกมาหลากหลายสวยงาม เพราะงั้นมองว่าไม่ช่วยเลย
การที่เห็นบุคคลอื่นให้ความร่วมมือต่อโครงการ ทำให้ท่านเกิดแรงกระตุ้นในการเข้าร่วมโครงการนี้หรือไม่ อย่างไร	เกิดแรงกระตุ้น เราควรทำตามและมีจิตสำนึกเหมือนเค้า
ท่านคิดว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ช่วยให้โครงการนี้เป็นไปได้และมีประสิทธิภาพมากที่สุดคืออะไร	ก็ต้องต้องณรงค์ต่อไปเรื่อยๆ ภาคเอกชนและร้านค้า ต้องร่วมมือกัน

## สรุปผลการสัมภาษณ์ Generation Y คุณเบญญาภา อายุ 38 ปี

คำถาม	คำตอบ
ท่านเคยได้ยินโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ (ถ้าเคย) ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใด	เคยได้ยินโครงการนี้มาบ้าง จากพนักงาน 7-11 โดยจะคอยบอกว่าจะเริ่มโครงการเมื่อไหร่ เช่น วันนี้แจกถุงพลาสติกวันสุดท้ายนะ ครั้งหน้ามาให้เอาถุงผ้ามา โดยรวมคิดว่าการประชาสัมพันธ์โครงการนี้ก็โอเค
ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการมีโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์น่าจะเป็นการช่วยลดขยะพลาสติกลง ช่วยลดโลกร้อน
ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	ครั้งแรกที่ได้ยินว่าจะมีโครงการนี้คือรู้สึกดี เพราะว่ามันก็ช่วยลดขยะ ลดโลกร้อน เวลาจะเริ่มอะไรก็ควรเริ่มจากเล็กๆก่อน ค่อยเป็นค่อยไป ก็ถือว่าเป็นความคิดที่ดี น่าจะทำตั้งนานแล้ว
ท่านคิดว่าโครงการนี้จะช่วยให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร	คิดว่าช่วยนะ เพราะขยะก็จะลดลง
การที่เห็นบุคคลอื่นให้ความร่วมมือต่อโครงการ ทำให้ท่านเกิดแรงกระตุ้นในการเข้าร่วมโครงการนี้หรือไม่ อย่างไร	ทำให้เกิดแรงกระตุ้น ยิ่งเห็นถุงผ้าสวยๆก็อยากใช้ด้วย
ท่านเคยได้ยินหรือพบเห็นโครงการแจกถุงพลาสติกที่คล้ายคลึงกันมาก่อนหรือไม่	ต่างประเทศคือมีมาตั้งนานแล้ว ใช้วิธีการแจก ถ้าต้องการจริงๆก็ต้องซื้อเอา เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์
ท่านคิดว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ช่วยให้โครงการนี้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคืออะไร	ภาครัฐควรออกมาประชาสัมพันธ์ให้เยอะขึ้น และควรปลูกจิตสำนึกตามโรงเรียน ควรเอาเรื่องพวกนี้เข้าไปอยู่ในบทเรียนหรือหลักสูตรให้เด็กได้เรียนรู้ไปเลย แล้วควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องไปเรื่อยๆ

## สรุปผลการสัมภาษณ์ Generation Y คุณเจนจิรา อายุ 30 ปี

คำถาม	คำตอบ
ท่านเคยได้ยินโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ (ถ้าเคย) ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใด	เคยได้ยินตั้งแต่ปีที่แล้ว ส่วนใหญ่ได้ยินจากพนักงานที่ร้านเช่น 7-11 การประชาสัมพันธ์ค่อนข้างโอเค เพราะว่ามีกรแจ่งล่วงหน้า
ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการมีโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ อย่างไร	น่าจะเป็นการช่วยลดขยะ ช่วยลดโลกร้อน แล้วด้วยปัญหาพวกมลภาวะ ณ ตอนนี้อย่างนี้ ก็คงอยากให้คนใส่ใจในเรื่องนี้มากขึ้น
ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	รู้สึกดี เป็นการประหยัดถุงพลาสติกแล้วก็ให้คนหันมารีไซเคิลมากขึ้น ไม่ค่อยสะดวกเท่าไร แต่ก็พอจะปรับตัวได้
ท่านคิดว่าการที่การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวมีผลต่อการซื้อสินค้าของท่านในแต่ละครั้งหรือไม่ อย่างไร	มี เพราะจะซื้อเท่าที่แค่ถุงใส่ได้ หรือถ้าไม่เอาไปก็ไม่ซื้อเลย จริงๆมองว่าควรที่จะมีสิ่งมาทดแทนเพราะไม่งั้นคนจะซื้อของน้อยลงหรือหยุดซื้อไป
ท่านคิดว่าการที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ งดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวจะส่งผลให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร	น่าจะดีขึ้นแต่ไม่มาก เพราะแต่ก่อนได้ถุงพลาสติกมาก็จะนำมาใช้ทำถุงขยะในบ้าน แต่พอตอนนี้ไม่แจกแล้วเท่ากับว่าเราต้องไปซื้อถุงใส่ขยะ ซึ่งก็มองว่ายังไงก็ต้องมีขยะพลาสติกพวกนี้คงอยู่
ท่านคิดว่าการที่บุคคลอื่นรอบตัวเรา ให้ความร่วมมือต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” ทำให้เราเกิดแรงกระตุ้นในการเข้าร่วมโครงการนี้หรือไม่	ไม่ได้รู้สึกอะไร เพราะตัวเองก็มีใช้ถุงผ้าอยู่แล้วบ้าง
ท่านคิดว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ช่วยให้โครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” เป็นไปได้ต้องมีประสิทธิภาพมากที่สุดคืออะไร	คิดว่าการที่ให้ซื้อถุงพลาสติกโดยเสียเงิน 3 บาท 5 บาทนั้นยังไม่ค่อยถูกต้อง ควรที่จะจกจำหน่ายถุงพลาสติกตรงนี้ไปเลย แล้วหาสิ่งอื่นมาทดแทนถุงพลาสติกใช้ครั้งเดียวโดยแจกให้ฟรี



## สรุปผลการสัมภาษณ์ Generation Y คุณฟ้าใส อายุ 39 ปี

คำถาม	คำตอบ
ท่านเคยได้ยินโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ (ถ้าเคย) ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใด	เคยได้ยิน โครงการที่คล้ายกันมาหลายปีแล้วจากต่างประเทศ ถ้าของประเทศไทย เคยได้ยินตามข่าวสารทั่วไป
ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการมีโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” หรือไม่ อย่างไร	ลดมลพิษ และมลภาวะ เพราะถุงพลาสติกใช้เวลาในการย่อยสลายนาน
ท่านมีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags”	คิดว่าถ้าเราช่วยลดถุงพลาสติกลงไปได้ ก็คงช่วยได้ส่วนหนึ่ง ไม่คิดว่าถุงพลาสติกจะเลิกใช้ได้ 100% เพราะยังมีพวกถุงขยะที่ยังเป็นถุงพลาสติก หรือแม้กระทั่งถุงกระดาษก็ต้องตัดต้นไม้ รัฐควรมองเรื่องถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ ที่ทำจากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น อ้อย ข้าว มาใช้ทดแทน
ท่านคิดว่าการที่การงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวมีผลต่อการซื้อสินค้าของท่านในแต่ละครั้งหรือไม่ อย่างไร	มีผล โดยซื้อน้อยลงในแต่ละครั้ง และอีกช่องทางคือไปซื้อออนไลน์จะได้ไม่ต้องคิดว่าจะแบกหรือหิ้วขัง โดยเฉพาะคนไม่มีรถ แต่ส่วนตัวจะชอบไปเดินดูเลือกของเองมากกว่าซื้อออนไลน์
ท่านคิดว่าการที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ งดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวจะส่งผลให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร	อาจจะช่วยแต่ไม่เยอะ เพราะว่ามีพวกภาชนะอื่นที่เป็นพลาสติกอยู่ เช่น ถุงขยะพลาสติก โดยปกติคนจะเก็บพวกถุงพลาสติกไว้ใช้ใส่ถุงขยะ แล้วตอนนี้พอไม่มีแจกฟรีก็ต้องไปซื้อถุงขยะมาใช้ ซึ่งถ้าถุงขยะไม่สามารถย่อยสลายได้อีกก็จะมีค่าเท่ากัน
ท่านคิดว่าการที่บุคคลอื่นรอบตัวเรา ให้ความร่วมมือต่อโครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” ทำให้เราเกิดแรงกระตุ้นในการเข้าร่วมโครงการนี้หรือไม่	เกิดแรงกระตุ้น เช่น เอาดารานักกร้องมาใช้ช่วยรณรงค์ตอนช่วงแรกๆ มีถุงผ้าหลายๆแบบ แต่ในอนาคตคิดว่ามันจะกลายเป็นชีวิตประจำวันไป
ท่านเคยมีประสบการณ์ต่อการงดแจกถุงพลาสติกหูหิ้วประเภทใช้ครั้งเดียวทั้งจากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และ	เคย อย่างในจีนก็คือยังมีถุงพลาสติกอยู่แต่จะคิดเงิน ซึ่งคิดว่าโอเค เพราะว่าเราเป็นนักท่องเที่ยวไป

<p>ร้านสะดวกซื้อ ในต่างประเทศหรือไม่ อย่างไร</p>	<p>เราก็ไม่ได้พกถุงผ้าไปอยู่แล้ว ดังนั้นควรมีถุงไว้ให้ เวลาฉุกเฉิน</p>
<p>ท่านคิดว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ช่วยให้ โครงการ “Everyday Say No To Plastic Bags” เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก ที่สุดคืออะไร</p>	<p>ควรพัฒนาถุงไบโอที่ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ ควบคุมไปด้วย เพราะคงลดใช้ถุงพลาสติกแบบนี้ไม่ได้ 100% อยู่แล้ว ดังนั้นรัฐบาลควรสนับสนุนการทำวิจัย เช่น สนับสนุนมหาวิทยาลัยให้ทำการวิจัยสิ่งที่ ทดแทนได้ และต้องหาวิธีทางทำยังไงก็ได้ให้ต้นทุน ถูกลงแล้วที่สำคัญก็ควรเอาเทคโนโลยีมาใช้ให้ เป็นประโยชน์</p>

