

การเปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย

Comparison of Plastic Waste Management in the Fresh Food Markets of Thailand

วิชาสา ภูจันดา*
Wisaka Phoojinda
ศราพร ไกรยะบักร์*
Saraporn Kriyapak
ศาลิมาร์ เกิดกลิ่นหอม*
Salimar Kirdklinhom

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจตลาดสด 3 ประเภท ได้แก่ ตลาดชุมชน ตลาดเอกรชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือการบริหารจัดการประสิทธิผลและความยั่งยืนขององค์กร Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) 6 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิผล มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการบริหารจัดการ มิติการเรียนรู้และพัฒนา มิติสังคม และมิติการจัดการสิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษา พบว่าการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทยแต่ละประเภทแตกต่างกันในรายละเอียดของมิติการบริหารจัดการ มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการเรียนรู้และพัฒนา นำไปสู่มิติประสิทธิผลที่แตกต่างกัน โดยตลาดเอกรชนและตลาดรัฐวิสาหกิจสามารถบริหารจัดการขยะพลาสติกได้อย่างครบวงจรและต่อเนื่อง จากนโยบายที่ชัดเจนและความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สร้างแรงจูงใจในการขับเคลื่อนกิจกรรมลดการใช้ถุงพลาสติก และเพิ่มมูลค่าของขยะพลาสติกทั้งในรูปของตัวเงินหรือด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ตลาดชุมชนภายใต้การดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

* สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

National Institute of Development Administration, email: wisakha.p@nida.ac.th

Received: 2 August 2021 , Revised: 30 August 2021 , Accepted: 3 September 2021

แม้มีการรณรงค์หรือดำเนินกิจกรรมลดการใช้พลาสติกจะเป็นในลักษณะของโครงการระยะสั้น ไม่ต่อเนื่อง ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและบุคลากร การจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดจึงยังไม่ประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ขยะพลาสติก, ตลาดสด

ABSTRACT

The study aimed to comparison of plastic waste management in the fresh market of Thailand. This study is a qualitative research. Data collection was conducted by studying not only related document review but also in-depth interviewing and observing 3 types of fresh market, such as; public market, private market and state enterprise market. Data analyze by the 6 perspectives of Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) are Effectiveness, Stakeholder, Internal Process, Learning and Growth, Social and Environmental.

The study findings revealed that the management of plastic waste in each type of fresh market in Thailand differs in details of Internal Process Perspective, Stakeholder Perspective and Learning and Growth Perspective contribute to the different Effectiveness Perspective. Private market and state enterprise market able to manage plastic waste comprehensively and continuously due to clear policy, stakeholder participation, incentive to drive activities and investment to increase value of the plastic waste. The effectiveness of plastic waste management will increase good Image as an environmentally friendly market. The Public market under the supervision of the local government also has activity to reduce the plastic waste in the markets, but with the limitation of budget and personnel, the activities are all in the short term and not continuity. Therefore, the plastic waste management in the fresh market particular public market is not been as successful.

Keywords: management, plastic waste, fresh food market

ความสำคัญของปัญหา

“ขยะพลาสติก” ถือเป็นปัญหาใหญ่ระดับโลก โดยหลายประเทศทั่วโลกมีการออกกฎหมายห้ามใช้หรือเก็บภาษีพลาสติกเพื่อยกเลิกการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (ณิชา บุรณสิงห์, 2562) ส่วนหนึ่งของขยะพลาสติกทั่วโลกไหลสู่ทะเลซึ่งคาดว่าจะมีปริมาณสูงถึง 13 ล้านตันต่อปี เนื่องจากพลาสติกจัดเป็นวัสดุที่ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ยาก ใช้เวลานานหลายร้อยปี ทำให้ปริมาณขยะพลาสติกสะสมในทะเลเพิ่มจำนวนขึ้น (Jambeck et al., 2015) ปัญหาขยะพลาสติกนับเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศไทยเช่นกัน

พบว่าประเทศไทยมีขยะพลาสติกมากเป็นอันดับ 5 ของโลก พ.ศ. 2561 มีปริมาณขยะพลาสติกกว่า 2 ล้านตัน สามารถนำกลับเข้าสู่ระบบรีไซเคิลเพียง 0.5 ล้านตัน เหลืออีก 1.5 ล้านตันที่ยังตกค้างและมีการจัดการอย่างไม่ถูกต้อง (กรมควบคุมมลพิษ, 2562) โดยพบว่าขยะทะเลที่พบอันดับ 1 ในประเทศไทย คือ ถุงพลาสติก รองลงมา ได้แก่ หลอด ฝาขวดพลาสติก ภาชนะบรรจุอาหาร ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อระบบนิเวศ (ณิชชา บุรณสิงห์, 2562) และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในช่วง พ.ศ. 2563 พบว่ามีปริมาณขยะพลาสติกเกิดขึ้นประมาณ 6,300 ตัน/วัน หรือร้อยละ 15 จากในช่วงสถานการณ์ปกติมีขยะพลาสติกประมาณ 5,500 ตัน/วัน (กรมควบคุมมลพิษ, 2563) ตลาดสดถือเป็นศูนย์กลางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าประเภทอาหาร โดยเฉพาะอาหารสด ประเภทเนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารที่มีสภาพเป็นของสดหรือเป็นอาหารที่ปรุงประกอบแล้ว (รัชนิกร แห่งทอง, 2550) ตลาดสดมีความจำเป็นกับการดำรงชีวิตประจำวันอยู่คู่กับสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต มีรายงานว่าประเทศไทยผลิตถุงพลาสติกหิ้วต่อปีถึงปีละ 45,000 ล้านใบ โดยตลาดสดมีปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหิ้วพลาสติกกว่า 18,000 ล้านใบ หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหิ้วในประเทศไทย (กรมควบคุมมลพิษ, 2561 อ้างถึงใน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) ตลาดสดหลายแห่งเริ่มต้นตัวในการจัดการขยะมูลฝอยสอดคล้องกับนโยบายการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียอันตราย และ Road Map การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 - 2573 อีกทั้งยังมีการจัดมาตรฐานตลาดต่าง ๆ เช่น มาตรฐานตลาดของกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น มาตรฐานตลาดสะอาดอาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อของกรมอนามัย มาตรฐานตลาดสดติดดาวของกรมการค้าภายใน มาตรฐาน Go Green Plus ขององค์การตลาด เป็นต้น เป็นการกระตุ้นให้ตลาดสดเกิดการพัฒนาด้านสะอาดและถูกสุขลักษณะ และประชาชนมั่นใจได้ว่าจะได้สินค้าที่มีมาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย และมีส่วนช่วยบรรเทาผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการบริหารจัดการตลาดสดในประเทศไทย โดยแบ่งตลาดตามโครงสร้างการกำกับดูแลเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ ลงพื้นที่ศึกษาจำนวน 9 แห่ง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา เชียงราย และลำพูน วิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการประสิทธิผลและความยั่งยืนขององค์กร Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) 6 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิผล มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการบริหารจัดการ มิติการเรียนรู้และพัฒนา มิติสังคม และมิติการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อพิจารณาปัจจัยสู่ความสำเร็จ ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกรณีศึกษา นำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการบูรณาการในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และประชาชน ในการมีส่วนร่วมจัดการขยะพลาสติกในพื้นที่ตลาดสดต่อไปอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

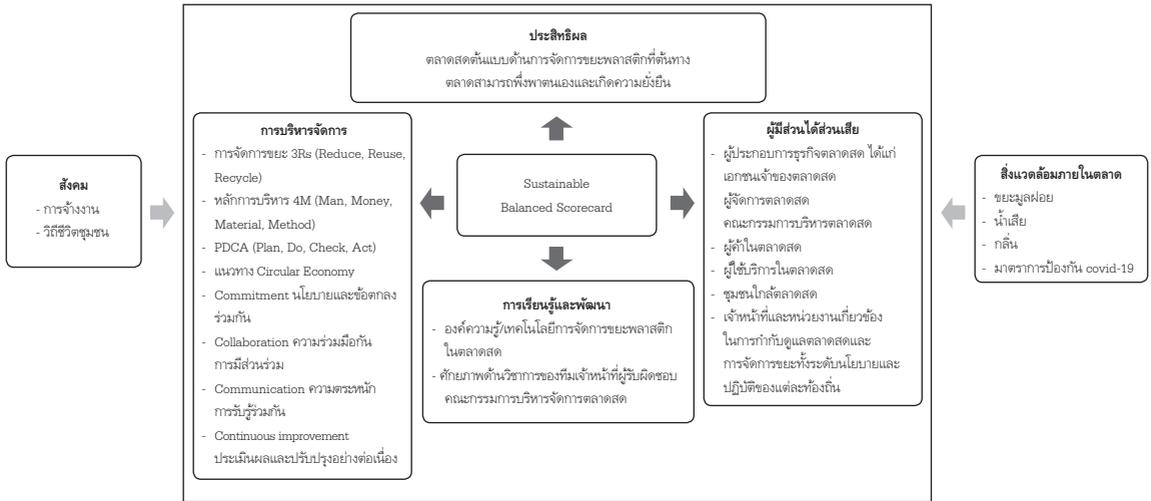
การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์การจัดการขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single - use Plastic) ในพื้นที่ตลาดสดแบ่งตามโครงสร้างการกำกับดูแลเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสังเกตการณ์กิจกรรมและสภาพทางกายภาพในพื้นที่ตลาดสด และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนสำคัญ คือ ส่วนที่ 1 สถานการณ์ขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นภายในตลาดสด และส่วนที่ 2 กระบวนการจัดการขยะพลาสติกภายในตลาดสด เก็บตัวอย่างโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารตลาด ตลาดละ 1 ท่าน ผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดการตลาดและการจัดการขยะมูลฝอย ตลาดละ 2 ท่าน ผู้ค้าและผู้ให้บริการในตลาดสด ตลาดละ 2 ท่าน จำนวน 9 แห่ง ดังนี้

1. ตลาดชุมชน คือ ตลาดสดที่มีการซื้อขายอาหารสด อาหารแห้ง และอาหารปรุงสำเร็จที่อยู่ในการดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการศึกษานี้ใช้ตลาดในกำกับดูแลของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแทนในการศึกษาตลาดชุมชนหรือตลาดในกำกับดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดประชานิเวศน์ 1 ตลาดหนองจอก และตลาดเทวราช กรุงเทพมหานคร

2. ตลาดเอกชน คือ ตลาดสด ตลาดค้าส่ง ที่มีการซื้อขายอาหารสด อาหารแห้ง หักรับปลีกและส่ง ซึ่งเอกชนเป็นผู้ลงทุนและดูแลบริหารจัดการโดยเอกชน ในการศึกษานี้ศึกษาตลาดเอกชนจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดสี่มุมเมือง กรุงเทพมหานคร ตลาดบางใหญ่ นนทบุรี และตลาดล้านเมือง เชียงราย

3. ตลาดรัฐวิสาหกิจ คือ ตลาดสด ตลาดค้าส่ง ที่มีการซื้อขายอาหารสด อาหารแห้ง หักรับปลีกและส่ง ซึ่งเป็นการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ หรือร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน ในการศึกษานี้ศึกษาตลาดรัฐวิสาหกิจจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดสาขาตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตลาดสาขาบางค้อ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดสาขาลำพูน อำเภอมือง จังหวัดลำพูน เป็นตลาด 3 ใน 5 ตลาดภายใต้การกำกับดูแลขององค์การตลาด ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจหน่วยงานหนึ่งในสังกัดกระทรวงมหาดไทย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางการบริหารจัดการประสิทธิผลและความยั่งยืนขององค์กร Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) วิเคราะห์ 6 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิผล มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการบริหารจัดการ มิติการเรียนรู้และพัฒนา มิติสังคม และมิติการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยนำความรู้และข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเรียบเรียงเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลนำมาเป็นฐานในการวิเคราะห์และสังเคราะห์เปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดทั้ง 3 ประเภท (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 การประเมินประสิทธิผลและความยั่งยืนของการจัดการขยะพลาสติกในตลาดสด ตามหลัก Sustainable Balanced Scorecard (SBSC)

ผลการวิจัย

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ตลาดสดเพื่อศึกษาและประเมินการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมภายในตลาดสด โดยการลงพื้นที่สังเกต สัมภาษณ์ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ผู้ค้า ลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ตามบริบทของแต่ละตลาด เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค และทิศทางในการดำเนินงานจัดการขยะพลาสติก ทั้งนี้ได้มีการศึกษาแบ่งตลาดออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. ตลาดชุมชน 2. ตลาดเอกชน และ 3. ตลาดรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 แห่ง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา เชียงราย และลำพูน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการ ประสิทธิภาพและความยั่งยืนขององค์กร Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) โดยผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกของตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ

| มิติประเมิน ตลาด | มิติที่ 1 ด้านประสิทธิภาพ | มิติที่ 2 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | มิติที่ 3 ด้านการบริหารจัดการ | มิติที่ 4 ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา | มิติที่ 5 ด้านสังคม | มิติที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม | |
|---------------------|---|--|---|---|--|--|--|
| ตลาดชุมชน | 1. ตลาด ประชาชนเวศน์ 1 เขตจตุจักร กทม. | - เคยมีการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกภายในตลาด แต่ไม่ต่อเนื่อง และผู้ค้ากลับมาใช้พลาสติกตามเดิมเนื่องจากมีราคาถูกกว่า - ได้มาตรฐานตลาดสดนำชื่อจากกรมอนามัยและมาตรฐานตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัยจากกรุงเทพมหานคร | - สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร เป็นผู้กำกับดูแล - สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานครดูแล การเก็บขยะ - ผู้จัดการตลาดและเจ้าหน้าที่ - เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตจตุจักร - ประชาชน ผู้พักอาศัย - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง | - ไม่มีนโยบายหรือแผนลดการใช้พลาสติกโดยเฉพาะ - ไม่มีงบประมาณเพื่อการจัดการขยะพลาสติกโดยเฉพาะ - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน ตามมาตรฐานไม่มีหลังคาปกคลุม - ผู้ค้ารับผิดชอบจัดการความสะอาดของแผงค้ารวมถึงคัดแยกขยะพลาสติก - ผู้ค้าบางส่วนยังใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก - จัดเก็บขยะโดยสำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร | - ไม่เคยมีการอบรมหรือให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเจ้าหน้าที่หรือผู้ค้า ในเรื่องของการจัดการขยะพลาสติกโดยตรง | - ยังไม่มีการสร้างมูลค่าหรือสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบข้างที่ชัดเจน | - ภายในตลาดมีความเป็นระเบียบ สะอาด - ภาชนะรองรับขยะแยกประเภทจัดวางอย่างเหมาะสม - มีระบบสุขภาพที่ดีตามมาตรฐานตลาด |
| | 2. ตลาดหนองจอก เขตหนองจอก กทม. | - เคยมีกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้ใหม่ ให้ผู้ค้าใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติก - ไม่ได้สนับสนุนและประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้กิจกรรมไม่ต่อเนื่อง และผู้ค้ากลับมาใช้พลาสติกตามเดิมเนื่องจากมีราคาถูกกว่า | - สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร เป็นผู้กำกับดูแล - สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานครดูแล การเก็บขยะ - ผู้จัดการตลาดและเจ้าหน้าที่ - เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตหนองจอก - ประชาชน ผู้พักอาศัย - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง | - ไม่มีนโยบายหรือแผนลดการใช้พลาสติกโดยเฉพาะ - ไม่มีงบประมาณเพื่อการจัดการขยะพลาสติก - มีจุดรวบรวมขยะ แต่ถังขยะไม่แยกประเภทชัดเจน และไม่มีหลังคาปกคลุม - ผู้ค้ายังใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก ไม่มีการคัดแยกขยะ - จัดเก็บขยะโดยสำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร - เคยได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกแต่ไม่ต่อเนื่อง | - ไม่เคยมีการอบรมหรือให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเจ้าหน้าที่หรือผู้ค้า ในเรื่องของการจัดการขยะพลาสติกโดยตรง | - ยังไม่มีการสร้างมูลค่าหรือสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบข้างที่ชัดเจน | - บริเวณโดยรอบค่อนข้างคับแคบ เนื่องจากเป็นตลาดเก่าแก่และอยู่ติดคลองแสนแสบ - ไม่มีถังขยะแบบแยกประเภทที่เหมาะสม - มีระบบสุขภาพตามมาตรฐานตลาด |
| | 3. ตลาดห้วยราช เขตดุสิต กทม. | - เคยมีการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกภายในตลาด แต่ไม่ต่อเนื่อง (กิจกรรมแจกถุงผ้า) - ได้มาตรฐานตลาดสดนำชื่อจากกรมอนามัยและมาตรฐานตลาดสะอาดได้มาตรฐานอาหารปลอดภัยจากกรุงเทพมหานคร | - สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร เป็นผู้กำกับดูแล - สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานครดูแล การเก็บขยะ - บริษัทเอกชนดูแลรักษาความสะอาดในตลาดและคัดแยกขยะ - ผู้จัดการตลาดและเจ้าหน้าที่ - เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตดุสิต - ประชาชน ผู้พักอาศัย - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง | - ไม่มีนโยบายหรือแผนลดการใช้พลาสติกโดยเฉพาะ - ไม่มีงบประมาณเพื่อการจัดการขยะพลาสติก - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน ตามมาตรฐานมีหลังคาปกคลุม - ผู้ค้ารับผิดชอบจัดการความสะอาดของแผงค้ารวมถึงคัดแยกขยะพลาสติก - ผู้ค้าบางส่วนยังใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก - จัดจ้างเอกชนดูแลรักษาความสะอาดในตลาดและคัดแยกขยะ - จัดเก็บขยะโดยสำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร | - ไม่เคยมีการอบรมหรือให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเจ้าหน้าที่หรือผู้ค้า ในเรื่องของการจัดการขยะพลาสติกโดยตรง | - ยังไม่มีการสร้างมูลค่าหรือสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบข้างที่ชัดเจน | - พื้นที่ตลาดคับแคบเนื่องจากเป็นตลาดเก่าแก่และมีความชื้นแฉะเนื่องจากเป็นตลาดสดค้าปลีกเพื่อปอวย และติดลำคลอง - ไม่มีถังขยะแบบแยกประเภทที่เหมาะสม - มีระบบสุขภาพตามมาตรฐานตลาด |

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกของตลาดชุมชน ตลาดเอกรชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ (ต่อ)

| มิติประเมิน ตลาด | มิติที่ 1 ด้านประสิทธิภาพ | มิติที่ 2 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | มิติที่ 3 ด้านการบริหารจัดการ | มิติที่ 4 ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา | มิติที่ 5 ด้านสังคม | มิติที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม |
|---------------------|---|---|--|--|--|--|
| ตลาดเอกรชน | 4. ตลาดสี่มุมเมือง จังหวัดปทุมธานี <ul style="list-style-type: none"> - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน มีมาตรฐาน - มีการดำเนินการคัดแยกขยะที่มีประสิทธิภาพโดยขยะพลาสติกและสิ่งกระดาษ ลังใหม่สามารถนำมารีไซเคิลได้เกือบทั้งหมด - ลดรายจ่ายสำหรับการจัดการขยะด้วยการฝังกลบได้ถึง 4 ล้านบาทต่อปี - สร้างมูลค่าให้กับขยะ | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารตลาดและเจ้าหน้าที่ - ประชาชน ผู้พักอาศัย - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง - โรงงานรีไซเคิล - กลุ่มเล็กักแดง (ลูกจ้างขนส่งในคันภายในตลาด) ช่วยรวบรวมขยะ รวมถึงคัดแยกเบื้องต้น | <ul style="list-style-type: none"> - มีแผนการดำเนินงานเป้าหมาย และงบประมาณในการจัดการขยะชัดเจน เน้นการลดและการรีไซเคิล - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน ตามมาตรฐาน มีหลังคาปกคลุม - มีจุดคัดแยกขยะและระบบรีไซเคิลขยะเป็นสัดส่วน - ขยะพลาสติกสามารถจัดเก็บและส่งโรงงานรีไซเคิล - ใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์ในการรับซื้อขยะรีไซเคิลจากพนักงานบุคคลทั่วไป ผู้ค้า | <ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีการเรียนรู้และการพัฒนาด้านการจัดการขยะมูลฝอยแก่พนักงานที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม ประจำปี - มีการพัฒนานวัตกรรม คิดค้นเครื่องมือย่อยตะกั่วพลาสติกแบบบาง รวมถึงเครื่องบดย่อยและอัดแท่งโฟมเพื่อลดปริมาณพื้นที่และสะดวกในการขนส่ง | <ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ให้กับผู้ค้าและลูกจ้างขนส่งเงินค่าในการคัดแยกขยะ - มีบริการเก็บขนขยะควรถือจากชุมชนโดยรอบตลาด | <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น การบริหารจัดการขยะบ่อบำบัดน้ำเสีย - มีการจัดการด้านพลังงาน โซลาร์เซลล์ - มีระบบสุขาภิบาลตามมาตรฐานตลาด |
| | 5. ตลาดบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี <ul style="list-style-type: none"> - มีการรณรงค์ลด ละ เลิกถุงพลาสติกในตลาดอย่างต่อเนื่อง - จัดโครงการ "ตลาดบางใหญ่ร่วมพลัง สร้างวินัยงดใช้ถุงพลาสติก" - ลดปริมาณขยะที่นำไปกำจัด - ลดรายจ่ายสำหรับการจัดการขยะด้วยการฝังกลบ - สร้างมูลค่าให้กับขยะ | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารตลาดและเจ้าหน้าที่ - เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลเสาธงหิน - ประชาชน ผู้พักอาศัย - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง - โรงงานรีไซเคิล | <ul style="list-style-type: none"> - มีนโยบายหรือแผนในการจัดการขยะชัดเจน - มีงบประมาณในการจัดการขยะชัดเจน - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน ตามมาตรฐาน มีหลังคาปกคลุม - จัดจ้างเอกชนดูแลรักษาความสะอาดในตลาด - จัดการขยะร่วมกับเทศบาลตำบลเสาธงหิน - ผู้ค้ารับผิดชอบจัดการความสะอาดของแผงค้า รวมถึงคัดแยกขยะพลาสติก - ผู้ค้าบางส่วนยังใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก - ขยะพลาสติกและขวดมีเอกชนรับไปเผาไหม้รีไซเคิล - มีกิจกรรมการลด ละ เลิกถุงพลาสติกในตลาด | <ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีการเรียนรู้และการพัฒนาด้านการจัดการขยะมูลฝอยแก่พนักงานที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมประจำปี - จัดให้มีเสียงตามสายรณรงค์การใช้ถุงผ้าและคัดแยกขยะแก่ผู้ค้า และผู้มาใช้บริการ | <ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ให้กับผู้ค้าจากการคัดแยกขยะ | <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบสุขาภิบาลตามมาตรฐานตลาด - มีสภาพแวดล้อมที่ดี |

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกของตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ (ต่อ)

| มิติประเมิน ตลาด | มิติที่ 1 ด้านประสิทธิภาพ | มิติที่ 2 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | มิติที่ 3 ด้านการบริหารจัดการ | มิติที่ 4 ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา | มิติที่ 5 ด้านสังคม | มิติที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม |
|---------------------|---|---|---|---|---|--|
| ตลาดเอกชน | <p>6. ตลาดลานเมือง จังหวัดเชียงราย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการดำเนินงานกรมคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางอย่างต่อเนื่องและได้รับความร่วมมือที่ดี ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี - ได้รับการรับรองมาตรฐาน "ตลาดสดน่าซื้อ" - มีโครงการ "3 อย่าง ที่ควรทำเพื่อสิ่งแวดล้อม" 1. งดใช้โฟมบรรจุอาหาร ใช้ภาชนะที่สามารถใช้ซ้ำ 2. ใช้แก้วน้ำแทนแก้วพลาสติก 3. ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก - ลดปริมาณขยะที่นำไปกำจัด | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารตลาดและเจ้าหน้าที่ - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ประชาชน ผู้ทักอาศัย - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง | <ul style="list-style-type: none"> - มีนโยบายการจัดการขยะในตลาดที่ชัดเจน - มีงบประมาณในการจัดการขยะชัดเจน - มีการกำหนดจุดเก็บ และเวลาทิ้งขยะที่ชัดเจน - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน ตามมาตรฐาน มีหลังคาปกคลุม - เจ้าหน้าที่ของตลาดจะเก็บรวบรวมไปยังจุดคัดแยกขยะ - ผู้คัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง และใช้วัสดุทดแทนภาชนะพลาสติกหรือโฟม - บุคคลภายนอกรับซื้อขยะอินทรีย์เพื่อไปเป็นอาหารสัตว์หรือทำปุ๋ย - ขยะที่สามารถรีไซเคิลได้จะนำไปขาย - เทศบาลรับขยะทั่วไปกำจัด | <ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีการเรียนรู้และการพัฒนาด้านการจัดการขยะมูลฝอยแก่ผู้ค้า - มีป้ายประชาสัมพันธ์ความเสี่ยงตามสาย ให้ความรู้ในการคัดแยกขยะแก่ผู้ค้า และผู้ให้บริการ - มีการรณรงค์ให้ใช้ถุงผ้า ถังลดอุณหภูมิของหมัก หรือตะกร้ามาใส่ของ แทนถุงพลาสติก | <ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ให้กับผู้ค้าจากการคัดแยกขยะ | <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบสุขาภิบาลตามมาตรฐานตลาด - เตรียมจัดทำระบบบำบัดน้ำเสีย - ประสิทธิภาพสูง - สร้างหลังคาสูง 4 เมตร เพื่อไม่ให้ปลอดโปร่งอากาศถ่ายเท - กำลังติดตั้งระบบแผงโซลาร์เซลล์ ส่วนกลางคืนใช้การผลิตพลังงานไฮโดรเจน - มีสภาพแวดล้อมที่ดี |
| ตลาดรัฐวิสาหกิจ | <p>7. ตลาดกลางเกษตรกรตลิ่งชัน กทม.</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นตลาด green market - โครงการเปลี่ยนขยะเป็นกองทุน ไม่มีทุนนี้ทำบุญได้ สร้างมูลค่าจากการคัดแยกขยะเป็นจำนวนเงิน 12,700 บาท และถวายทำบุญทอดผ้าป่า ณ วัดเทพพล - ค่าใช้จ่ายจากการกำจัดขยะลดลง เนื่องจากการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ - ภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมพื้นที่โดยรอบชุมชนส่วนนี้มีความสะอาดสวยงาม | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารและพนักงานองค์การตลาด - ผู้จัดการองค์การตลาด - เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน - ประชาชน ผู้ทักอาศัย - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง | <ul style="list-style-type: none"> - มีนโยบายและงบประมาณการจัดการขยะ - การรักษาความสะอาดตามหลัก 3 Rs Reduce Reuse Recycle - เก็บขยะโดยสำนักงานเขตตลิ่งชัน - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน มีมาตรฐาน - มีโครงการ CSR ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - มีการขนานการคัดแยกขยะ - มีการผลักดันมาตรการการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก และถุงพลาสติกอย่างต่อเนื่อง - ผู้ค้ารับผิดชอบจัดการความสะอาดของแผงค้า รวมถึงคัดแยกขยะ - ผู้ค้าบางส่วนยังใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก | <ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ สำนักงานเขตตลิ่งชัน ฝึกปฏิบัติสาธิตการทำหมักชีวภาพและทำน้ำยาอเนกประสงค์ ตลอดจนมอบรางวัล ความรู้ความเข้าใจ เรื่องกระบวนการบริหารจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ | <ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนส่วนนี้ตั้งอยู่ในบริเวณตลาดมีส่วนร่วมในการคัดแยกและดูแลสภาพแวดล้อมโดยรอบให้สวยงาม - เสริมสร้างความรักใคร่สามัคคี และสร้างจิตสำนึกรักชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลักสุขาภิบาล - มีระบบบำบัดน้ำเสีย |

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกของตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ (ต่อ)

| มิติประเมิน ตลาด | มิติที่ 1 ด้านประสิทธิภาพ | มิติที่ 2 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | มิติที่ 3 ด้านการบริหารจัดการ | มิติที่ 4 ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา | มิติที่ 5 ด้านสังคม | มิติที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม |
|--|---|---|---|--|--|---|
| 8. ตลาดกลาง เกษตรบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา | <ul style="list-style-type: none"> - เป็นตลาด green market - ค่าใช้จ่ายจากการกำจัดขยะลดลง เนื่องจากการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ - ภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมพื้นที่โดยรอบมีความสะอาดสวยงาม | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารและพนักงานองค์การตลาด - ผู้จัดการองค์การตลาด - เทศบาลตำบลบางคล้า - ประชาชน ผู้ทำอาชีพ - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง | <ul style="list-style-type: none"> - มีนโยบายและงบประมาณการจัดการขยะ - การรักษาความสะอาดตามหลัก 3 Rs Reduce Reuse Recycle - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน มีมาตรฐาน - มีโครงการ CSR - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - มีการขนานการคัดแยกขยะ - ผู้ค้ารับผิดชอบจัดการความสะอาดของแผงค้า รวมถึงคัดแยกขยะ - ผู้ค้าบางส่วนยังใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก - จัดกิจกรรม "ตลาดบางคล้ารักษ์สิ่งแวดล้อมให้ความรู้สู่ชุมชน" | <ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรม "ตลาดบางคล้ารักษ์สิ่งแวดล้อมให้ความรู้สู่ชุมชน" | <ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนบริเวณตลาดมีส่วนร่วมในการคัดแยกและดูแลสภาพแวดล้อมโดยรอบให้สวยงาม - เสริมสร้างความรักใคร่สามัคคี และสร้างจิตสำนึกรักษ์ชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลักสุขาภิบาล - มีระบบบำบัดน้ำเสีย |
| 9. ตลาดกลาง เกษตร จังหวัดลำพูน | <ul style="list-style-type: none"> - ได้รับเป็นศูนย์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก และตลาด go green plus - มีจุดรวบรวมขยะที่เป็นสัดส่วน มีมาตรฐาน - มีกิจกรรม "ลด ละ เลิก โฟมและพลาสติก" ทำให้ตลาดมีขยะพลาสติกและโฟมเกิดขึ้นน้อยมาก - ค่าใช้จ่ายจากการกำจัดขยะที่ลดลง เนื่องจากการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารและพนักงานองค์การตลาด - ผู้จัดการองค์การตลาด - เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอุโมงค์ - ประชาชน ผู้ทำอาชีพ - ผู้ค้า - ผู้ประกอบการค้าในบริเวณใกล้เคียง - ได้รับการผลักดันจากระดับจังหวัด ทำให้เกิดการขับเคลื่อนร่วมเมื่อจากทุกฝ่าย | <ul style="list-style-type: none"> - มีแผนและเป้าหมายตั้งแต่ระดับจังหวัดที่จะลดปริมาณขยะให้ได้มากที่สุด - การรักษาความสะอาดตามหลัก 3 Rs Reduce Reuse Recycle - มีการขนานการคัดแยกขยะ - ผลักดันมาตรการการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและถุงพลาสติกอย่างต่อเนื่อง - การจำหน่ายถุงขยะเพื่อใช้รวบรวม และแยกขยะประเภทต่างๆ ไปละ 8 บาท - ผู้ค้ารับผิดชอบจัดการความสะอาด รวมถึงคัดแยกขยะต้นทางอย่างเข้มแข็ง - สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ค้าด้วยการลดค่าใช้จ่ายส่วนกลาง - ผู้ค้าล้างถุงพลาสติกแล้วตากให้แห้งเพื่อนำมาใช้ซ้ำ "ถุงเช่า" | <ul style="list-style-type: none"> - มีการแลกเปลี่ยนความรู้จากกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกัน เกิดองค์ความรู้ใหม่ และร่วมกันเรียนรู้ | <ul style="list-style-type: none"> - ลดค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ค่าไฟฟ้าให้กับผู้ค้า และปรับปรุงพื้นที่ตลาด | <ul style="list-style-type: none"> - จังหวัดลำพูน มีนโยบายในการลดใช้ถุงพลาสติก หลอดพลาสติก และโฟม เพื่อลดปริมาณขยะ และรักษาสภาพแวดล้อม โดยมุ่งหวังที่จะเข้าสู่การเป็นเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นเมืองแห่งคุณภาพชีวิต - มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลักสุขาภิบาล - มีระบบบำบัดน้ำเสีย บ่อพักเพื่อตกตะกอน และดักไขมัน |

จากตารางที่ 1 ที่ได้เปรียบเทียบการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกของตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ พบว่ามิติประสิทธิผลเป็นผลมาจากมิติการบริหารจัดการจะเห็นได้ว่าตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจมีการกำหนดเป้าหมาย แผน หรือนโยบายที่ชัดเจนจากผู้บริหารตลาดที่จะลดปริมาณขยะ และให้เกิดการคัดแยกขยะ รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายอันเกิดจากขยะและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการคัดแยกขยะ เพื่อนำกลับมาเป็นรายได้ในการพัฒนาตลาด โดยต้องอาศัยความร่วมมือของผู้ค้าและลูกค้า และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์สร้างแรงจูงใจหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับหากให้ความร่วมมือ เช่น การลดค่าแรงแค้ หรือค่าไฟฟ้าบริการให้ผู้ค้า หากสามารถลดปริมาณขยะได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การได้แต้มรางวัล เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า เป็นต้น มาใช้จูงใจในการดำเนินการ มีการออกมาตรการต่าง ๆ เช่น การกำหนดเวลา และจุดทิ้งขยะ เป็นต้น เป็นระเบียบปฏิบัติที่ผู้ค้าในตลาดต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การจัดการขยะที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตลาด และขยะพลาสติกเป็นไปตามเป้าที่ทางตลาดวางไว้ เนื่องจากการบริหารจัดการขยะต้นทางที่ดีหมายถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในการกำจัดลดลง หมายถึงต้นทุนในการบริหารจัดการตลาดลดลงด้วยเช่นกัน อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตลาด ยกกระดับตลาดให้เป็นตลาดที่มีความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในส่วนของตลาดชุมชนที่มีการบริหารโดยท้องถิ่น (ในการศึกษานี้ คือ สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร) ไม่มีนโยบาย แนวปฏิบัติ แผนงาน หรือแม้แต่เป้าหมายลดขยะพลาสติกในตลาดสดที่ชัดเจน เนื่องด้วยหน่วยงานที่มีอำนาจควบคุมดูแล ไม่ได้มีการออกข้อบังคับใด ๆ ที่ชัดเจนในการจัดการขยะพลาสติก อีกทั้งการดำเนินงานของรัฐต้องเป็นไปในทิศทางอำนวยความสะดวกและสงเคราะห์ผู้ค้า ควบคุมให้การดำเนินการของตลาดสอดคล้องไปตามกฎหมายพื้นฐานเท่านั้น แม้ที่ผ่านมาผู้บริหารมีความพยายามจัดกิจกรรมจัดการขยะพลาสติกในตลาด แต่มักดำเนินการได้ในระยะสั้น ไม่ต่อเนื่อง ขาดสิ่งจูงใจหรือผลประโยชน์ที่จะเข้าร่วมกิจกรรม จึงไม่เกิดประสิทธิผลในการจัดการขยะพลาสติกได้มากนัก ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ค้าและลูกค้าได้ในระยะยาว

มิติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ซึ่งหมายถึงผู้ค้า ลูกค้า ชุมชนรอบข้าง และหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพลาสติกในตลาดนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ คือ ผู้ค้าในตลาดซึ่งพบว่าผู้ค้าส่วนใหญ่พร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับตลาดหากตลาดมีนโยบายหรือแผนงานในการลดขยะพลาสติกในตลาดสด และมาตรการที่นำไปปฏิบัติได้ชัดเจน ในบางตลาดมีการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายในพื้นที่เพื่อเพิ่มศักยภาพและผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น ตลาดบางใหญ่ บางตลาดมีชุมชนรอบตลาดเข้ามามีส่วนร่วม เช่น ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดกลางเกษตรลำพูน ตลาดกลางเกษตรกรตลิ่งชัน กทม. ทั้งนี้ในตลาดชุมชนอย่างตลาดหนองจอกเองก็เคยมีการร่วมมือกับผู้ผลิตวัสดุทดแทนการใช้พลาสติกเข้ามาร่วมในการเปลี่ยนภาชนะพลาสติกเป็นวัสดุทดแทน

มิติเรียนรู้และพัฒนา

เป็นอีกมิติที่เห็นได้ชัดถึงความแตกต่างระหว่างตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากตลาดชุมชนไม่มีแผนงานหรือการให้ความรู้ด้านการจัดการขยะ หรือการจัดการขยะพลาสติกต้นทาง

กับผู้ค้าในตลาดโดยตรง ซึ่งในตลาดเอกชนมีแผนพัฒนาศักยภาพให้ความรู้ที่ชัดเจน ในตลาดสี่มุมเมือง มีการพัฒนานวัตกรรมการจัดการพลาสติกได้ด้วยตนเอง เช่น การพัฒนาเครื่องย่อยตะกร้าพลาสติกให้มีขนาดเล็กลงเพื่อง่ายต่อการนำไปแปรรูปและการขนส่ง ส่วนในตลาดกลางเกษตรกร จังหวัดลำพูน มีกิจกรรมการพัฒนารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกร่วมกันจึงถือได้ว่ามีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร เจ้าหน้าที่ และผู้ค้าด้วยกันผ่านการร่วมปฏิบัติ

มิติด้านสังคม

พบว่าเกือบทุกตลาดยังไม่มีการสร้างมูลค่า หรือสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบข้างที่ชัดเจน ทั้งนี้ ตลาดสี่มุมเมืองมีบริการเก็บขยะจากชุมชนโดยรอบ และนำมาคัดแยกอีกครั้งเพื่อรีไซเคิล เป็นการพึ่งพา ระหว่างชุมชนและตลาด ตลาดกลางเกษตร จังหวัดลำพูน นำรายจ่ายที่ลดได้จากการจัดการขยะต้นทางมาคืนสังคม โดยการลดค่าใช้จ่ายส่วนกลางค่าไฟฟ้าให้กับผู้ค้า และปรับปรุงพื้นที่ตลาด ตลาดรัฐวิสาหกิจโดยองค์การตลาด มีกิจกรรม CSR ที่ดำเนินการร่วมกับชุมชน เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

มิตีสิ่งแวดล้อม

คือ การจัดการสิ่งแวดล้อม โครงสร้างทางกายภาพ และสุขภาพของตลาดตามหลักการสุขภาพ พบว่า ตลาดเอกชนและตลาดรัฐวิสาหกิจมีการบริหารที่ดีกว่าอย่างเห็นได้ชัด เนื่องด้วยเป็นตลาดที่มีงบประมาณ และสามารถใช้งบประมาณที่เกิดจากการบริหารจัดการมาปรับปรุงโครงสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพระบบจัดการ สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ได้ ต่างจากตลาดชุมชนเนื่องจากต้องรอการเบิกจ่ายงบประมาณตามระบบราชการ และรายได้ที่เกิดขึ้นมีไม่เยอะมากเท่าตลาดเอกชนหรือตลาดรัฐวิสาหกิจ อีกทั้งการจัดหาภาชนะรองรับหรือจุกรวบรวม ในบางตลาดชุมชนยังไม่เหมาะสม

อภิปรายผล

ในการศึกษาการเปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย ได้แก่ ตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ โดยใช้เครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการประสิทธิผล และความยั่งยืนขององค์กร Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) วิเคราะห์ 6 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิผล มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการบริหารจัดการ มิติการเรียนรู้และพัฒนา มิติสังคม และมิติการจัดการสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษา พบว่าการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทยแต่ละประเภทแตกต่างกัน ในรายละเอียดของมิติการบริหารจัดการ มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการเรียนรู้และพัฒนา นำไปสู่มิติประสิทธิผล ที่แตกต่างกัน โดยตลาดเอกชนและตลาดรัฐวิสาหกิจสามารถบริหารจัดการขยะพลาสติกได้อย่างครบวงจร และต่อเนื่อง มีการกำหนดเป้าหมาย และแผนการจัดการขยะมูลฝอยรวมถึงขยะพลาสติกที่ชัดเจน สอดคล้องกับ วราภรณ์ บุญศรี (2556) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการตลาดสดน่าซื้อ

ของตลาดสดบางลำภู คือ นโยบายหรือวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการตลาด ซึ่งการมีนโยบายหรือเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นปัจจัยสำคัญนำไปสู่การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม สร้างแรงจูงใจเป็นผลตอบแทนแก่ผู้ค้าและลูกค้าในการขับเคลื่อนกิจกรรมลดการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วในตลาดสด ในขณะที่ตลาดชุมชนภายใต้การดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แม้มีการณรงค์หรือดำเนินกิจกรรมลดการใช้พลาสติก แต่จะเป็นในลักษณะของโครงการระยะสั้น ๆ ไม่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและบุคลากร การจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดจึงยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของเจนจิรา สีดาจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง (2556) พบว่าตลาดประเภทนี้ยังต้องได้รับการพัฒนาให้เป็นไปตามเกณฑ์เนื่องจากเทศบาลที่ดูแลตลาดมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารของเทศบาลบ่อย เกิดความไม่ต่อเนื่องของนโยบายการพัฒนา การสนับสนุนงบประมาณล่าช้า รวมทั้งยังขาดบุคลากรในการประสานงานระหว่างเทศบาลและผู้ประกอบการในตลาด ผู้ประกอบการบางรายขาดความเข้าใจ ไม่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับ การขาดการประสานงานและการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง

อาจกล่าวได้ว่าในการบริหารจัดการขยะพลาสติกนั้นกลุ่มบุคคลสำคัญ คือ ผู้ค้าในตลาดสด เพราะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่และใช้ประโยชน์จากการค้าขายในตลาด และเป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางตลาดกำหนด ซึ่งปัจจัยสำคัญในการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ค้านั้น คือ ความรู้และทัศนคติของผู้ค้า รวมถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะพลาสติกในตลาดอีกด้วย สอดคล้องกับ อุทุมพร เรืองฤทธิ์ (2560) พบว่าการที่คนในชุมชนได้เรียนรู้ เข้าใจ และเห็นถึงความสำคัญ ของทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ในชุมชน ย่อมทำให้คนในชุมชนเกิดองค์ความรู้ เรียนรู้ และเข้าใจถึงวิธีการในการอนุรักษ์สิ่งที่มีอยู่ในชุมชน และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผน ทำให้เกิดการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ และเกิดความยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนทร์ทิพย์ บุญจันทร์ และจักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ (2561) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ และอุปสรรคในการคัดแยกขยะ มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมคัดแยกขยะที่ดี สอดคล้องกับ วรรณธณี กองจันทร์ดี (2555) ที่ว่าปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างหรือความสัมพันธ์กับการจัดการขยะในตลาดสดสังกัดผู้ประกอบการเอกชน ได้แก่ รายได้ และทัศนคติของผู้ค้าต่อการจัดการขยะภายในตลาดสด และกระบวนการสร้างการจัดการขยะของผู้ค้าในตลาดสด ควรสร้างความรู้ต่อการจัดการขยะ และสร้างช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการขยะ เพื่อเพิ่มทัศนคติและการจัดการขยะของผู้ค้า และหากเป็นผู้ค้าในตลาดสดสังกัดสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร ควรคำนึงถึงระดับการศึกษาและชนิดสินค้าที่ขาย

ทั้งนี้ในตลาดสดเอกชนและตลาดรัฐวิสาหกิจยังมีการให้ความรู้ และพัฒนาศักยภาพต่อเจ้าหน้าที่และผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับที่กล่าวไปแล้วว่าความรู้และทัศนคติมีผลเป็นอย่างมากในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะพลาสติกและส่งผลถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วรรณธณี กองจันทร์ดี (2555) ที่พบว่าผู้ค้าในตลาดสดสังกัดสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการขยะภายในตลาดสด และมีความรู้ในการจัดการขยะของผู้ค้าน้อยกว่าผู้ค้าในตลาดสดสังกัดผู้ประกอบการเอกชน อีกทั้งความแตกต่างในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่าตลาดเอกชนและตลาดรัฐวิสาหกิจมีการลงทุนในส่วนของเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการจัดการขยะพลาสติกในตลาดสด เพื่อเพิ่มมูลค่าของขยะพลาสติก

ทั้งในรูปของตัวเงินหรือด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในฐานะที่เป็นตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ตลาดสดเอกชนใช้ดำเนินการในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะ ทั้งนี้ วรรณธณี กองจันทร์ดี (2555) พบว่าการพัฒนาเทคโนโลยีในการจัดการขยะที่เหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ จะมีส่วนส่งเสริมให้มีการจัดการขยะของผู้ค้าในตลาดสดมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

ภาครัฐควรมีการกำหนดกฎหมายการลดการใช้พลาสติกต้นทางอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม และมีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด แม้ว่าประเทศไทยจะมี Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 และมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการดำเนินการลดการใช้พลาสติก แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่มาบังคับใช้ในการลดการใช้ หรือจัดการขยะพลาสติกเป็นการเฉพาะ ดังนั้นภาครัฐต้องยกระดับ roadmap การจัดการขยะพลาสติกให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างเร่งด่วน

ภาครัฐควรมีมาตรการทางการเงินในการส่งเสริมลดการใช้พลาสติกครั้งเดียว การใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนจากธรรมชาติในตลาดสด เช่น การลดค่าเช่าแผง การช่วยสนับสนุนทุนในการเปลี่ยนพลาสติกใช้ครั้งเดียวเป็นบรรจุภัณฑ์ทดแทนจากธรรมชาติ เป็นต้น

ภาครัฐควรเร่งพัฒนาความร่วมมือกับเอกชน เพื่อพัฒนาเทคโนโลยี และสร้างเครือข่าย ในการจัดการขยะพลาสติกอย่างครบวงจร รวมถึงขยะประเภทอื่น ๆ ในพื้นที่ตลาดสด โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้มีความเหมาะสมกับบริบทของตลาดสดตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง

การส่งเสริมบทบาทของเจ้าหน้าที่ หรือผู้จัดการตลาดสดในการจัดการขยะพลาสติก และขยะประเภทอื่น ๆ ภายในตลาดสดที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น การพัฒนาศักยภาพเฉพาะเรื่อง ให้มีการประเมิน และให้รางวัลแก่เจ้าหน้าที่ หรือผู้จัดการตลาดสดที่รับผิดชอบการจัดการขยะพลาสติก และขยะประเภทอื่น ๆ ในตลาดสด

การเพิ่มประสิทธิภาพการคัดแยกขยะในทุกกระดับตั้งแต่ต้นทาง ทั้งจากครัวเรือน ตลาด สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและการจัดการขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการขยะพลาสติกของผู้ค้าและลูกค้าในตลาดสด
2. ควรมีการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ค้าและลูกค้าในตลาดสดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการจัดการขยะพลาสติกที่ต้นทางที่เหมาะสม
3. ควรมีการศึกษาการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดที่อยู่ในการกำกับดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ตลาดในกำกับขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ตลาดในกำกับของเทศบาล ตลาดในกำกับขององค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). **(ร่าง) Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573**. กรมควบคุมมลพิษ.
- กรมควบคุมมลพิษ. (2563). **พิษโควิดทำพลาสติกระบาด: เรื่องสุขภาพที่เราลืมป้องกัน**. <https://greennews.agency/?p=21480>.
- เจนจิรา สีตาดิจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง. (2556). **เปรียบเทียบการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ: กรณีศึกษา ตลาดสดในพื้นที่จังหวัดเลย**. file:///C:/Users/UltimateONE/Downloads/101226-Article%20Text-255037-1-10-20171011.pdf.
- ณิชา บุรณสิงห์. (2562). **“ขยะพลาสติก”ปัญหาระดับโลกที่ต้องเร่งจัดการ**. https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=58603&filename=index.
- รชนีกร แท่งทอง. (2550). **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการพัฒนาตลาดสดเทศบาลตำบลโพทะเล อำเภอโพทะเล จังหวัดพิจิตร**. (การศึกษานิพนธ์, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- วรรณธณี กองจันทร์ดี. (2555). **การจัดการขยะของผู้ค้าในตลาดสด ศึกษากรณีตลาดสดบางกะปิ และตลาดสดนครไทย เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- วราภรณ์ บุญศรี. (2556). **การบริหารจัดการตลาดสดนำซื้อ: กรณีศึกษาเปรียบเทียบตลาดสดบางลำภู และตลาดสดเทศบาล 1 เทศบาลนครขอนแก่น**. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 14. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศรินทร์ทิพย์ บุญจันทร์ และจักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการคัดแยกขยะของแม่บ้านในตำบลบึงพระ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก**. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(1), 180-190.
- ศุภชัยกสิกรไทย. (2562). **มาตรการลดใช้พลาสติก กระทบธุรกิจ SME อย่างไร**. <https://www.kasikornresearch.com/SiteCollectionDocuments/analysis/k-social-media/sme/PlasticSME/PlasticSME.pdf>
- อุทุมพร เรื่องฤทธิ์. (2560). **ทัศนคติและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดนัดคลองมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 2(1), 33-43.
- Jambeck et al. (2015). Plastic waste inputs from land into the ocean. **Science**, 347, 768-771.