

บทความ: “ขยะพลาสติกจากการสั่งอาหารออนไลน์”

สถานการณ์ปัญหาและแนวทางแก้ไข (ตอนที่ 1)

บุญชนิด ว่องประพิณกุล¹ และ สุจิตรา วาสนาดำรงดี²

¹ นิสิตปริญญาเอก หลักสูตร Environment, Development and Sustainability, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การอ้างอิง: บุญชนิด ว่องประพิณกุล และ สุจิตรา วาสนาดำรงดี. (2564). “ขยะพลาสติกจากการสั่งอาหารออนไลน์” สถานการณ์ปัญหาและแนวทางแก้ไข (ตอนที่ 1). วารสารสิ่งแวดล้อม, ปีที่ 25 (ฉบับที่ 1).

1. บทนำ

ปัจจุบัน รูปแบบธุรกิจที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความสะดวกสบายได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ผู้บริโภคยุคใหม่ ธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ (online food delivery) หรือการสั่งอาหารออนไลน์เป็นหนึ่งในธุรกิจใหม่ภายใต้เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) ที่มาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ธุรกิจนี้มีอัตราการเติบโตสูงทั่วโลกด้วยจุดขายที่ดึงดูดผู้บริโภคผ่านการนำเสนอทางเลือกใหม่ ๆ ในการรับประทานอาหาร Statista (2020) ประเมินว่าในปีพ.ศ. 2563 ธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ของโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 4,136,178 ล้านบาท สำหรับในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่าในปีพ.ศ. 2561 ธุรกิจสั่งอาหารออนไลน์มีมูลค่าตลาดสูงถึง 35,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 14 จากปีก่อน (Kasikorn Research Center, 2019) อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะของธุรกิจที่เป็นการสั่งอาหารผ่านระบบออนไลน์ ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะทำให้ผู้บริโภคลดขยะได้ที่ต้นทาง แตกต่างจากการไปซื้ออาหารที่ร้านด้วยตนเองที่ผู้บริโภคสามารถนำภาชนะส่วนตัวไปใส่อาหารและเครื่องดื่มเพื่อลดการสร้างขยะบรรจุภัณฑ์ได้ อีกทั้งธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ได้กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภควิถีใหม่มากขึ้นไปด้วยการนำเสนอโปรโมชั่นส่วนลดค่าอาหารต่างๆ เมื่อผู้บริโภคหันมาสั่งอาหารออนไลน์แทนการออกไปทานที่ร้านอาหาร สิ่งก็ตามมา คือ ปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์จำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง อาทิ กล่องพลาสติก แก้วพลาสติก ข้อนส้อม หลอด ถุงพลาสติก อีกทั้งยังมีของเครื่องปรุงต่าง ๆ ที่หลายครั้ง ผู้บริโภคไม่ได้ใช้และมักจะถูกทิ้งในท้ายที่สุด ที่น่าเป็นห่วงกว่านั้น คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมิได้มีการคัดแยกขยะที่ต้นทางและยังขาดระบบรองรับการเก็บขยะแบบแยกประเภทในเมืองใหญ่ ทำให้ขยะพลาสติกถูกทิ้งปะปนกับขยะมูลฝอยอื่น ๆ เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วงปี 2563 ยิ่งเป็นการซ้ำเติมสถานการณ์ปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ให้สาหัสมากยิ่งขึ้น เมื่อรัฐบาลมีมาตรการล็อกดาวน์ (lock-down) ระหว่างวันที่ 22 มีนาคม - 17 พฤษภาคม 2563 ซึ่งกำหนดให้ประชาชนอยู่แต่ที่บ้าน เพื่อหยุดการแพร่ระบาดของโรค มีการปิดห้างสรรพสินค้า สถานที่สาธารณะต่าง ๆ และห้ามการนั่งรับประทานอาหารในร้าน ประชาชนบางส่วนต้องหันมาสั่งอาหารจากแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร (food delivery application) มากขึ้น ส่งผลให้

ธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด สถาบันนโยบายสาธารณะและการพัฒนา (2563) คาดการณ์ว่ามีการเติบโตไม่น้อยกว่า 3 เท่าจากปีก่อนหน้า ในขณะที่การสำรวจของกรมควบคุมมลพิษพบว่า มีการใช้บริการส่งอาหารออนไลน์เพิ่มมากขึ้นกว่าร้อยละ 30 (กรมควบคุมมลพิษ, 2563) บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคาดการณ์ปริมาณขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ในประเทศไทยทั้งในช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 และมาตรการแก้ไขปัญหามลพิษพลาสติกที่เกิดจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ที่มีการนำมาใช้ในต่างประเทศและที่เริ่มมีมาตรการในประเทศไทย

2. สถานการณ์ขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์

ปัจจุบันยังไม่มีการวิจัยที่คาดการณ์ปริมาณขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ในระดับประเทศ งานวิจัยที่พบเป็นการรายงานในเชิงพื้นที่และการคาดการณ์เบื้องต้นของภาคเอกชน ได้แก่ การสำรวจของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต (2562) ซึ่งประเมินว่าขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์จะสูงถึง 37 ล้านชิ้นต่อปี นอกจากนี้ บริษัท Food Passion คาดการณ์ว่าปริมาณขยะจากการจัดส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มีจำนวน 560 ล้านชิ้นต่อปี (Jitpleecheep, 2019) ในอีกด้านหนึ่ง มีการรายงานข้อมูลขยะพลาสติกที่กรุงเทพมหานครจัดเก็บได้โดยเปรียบเทียบข้อมูลในช่วงก่อนและหลังโควิด-19 พบว่าปริมาณขยะพลาสติกที่จัดเก็บได้ในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน 2563 เพิ่มสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันในปี 2562 ถึงร้อยละ 62 และสัดส่วนขยะพลาสติกที่นำไปรีไซเคิลได้ลดน้อยลง ในขณะที่บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ปนเปื้อนเศษอาหารเพิ่มสูงขึ้นจากการที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีการคัดแยกขยะ ขยะพลาสติกส่วนใหญ่ที่จัดเก็บได้เป็นขยะประเภทถุงพลาสติกหูหิ้ว ถูร้อนใส่อาหาร กล่องอาหาร ขวดน้ำ และแก้วน้ำ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปริมาณขยะพลาสติกในกรุงเทพฯ ในช่วงสถานการณ์ปกติและในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 (หน่วย: ตันต่อวัน)

ขยะพลาสติก	สถานการณ์ปกติ (ม.ค.-เม.ย. 2562)	สถานการณ์โควิด-19 (ม.ค.-เม.ย. 2563)	ปริมาณขยะ พลาสติกที่เพิ่มขึ้น จากปี 2562	ร้อยละของปริมาณ ขยะพลาสติกที่ เพิ่มขึ้นจากปี 2562
ขยะพลาสติกทั้งหมด	2,115	3,432.3	1,317.3	62.3
ขยะพลาสติกที่รีไซเคิลได้	495 (23%)	659.8 (20%)	164.8	33.3
ขยะพลาสติกปนเปื้อนเศษอาหาร	1,620 (77%)	2,772.5 (80%)	1,152.5	71.1

ที่มา: พัชรพิชา ธนาเกษมพิพัฒน์ (2563)

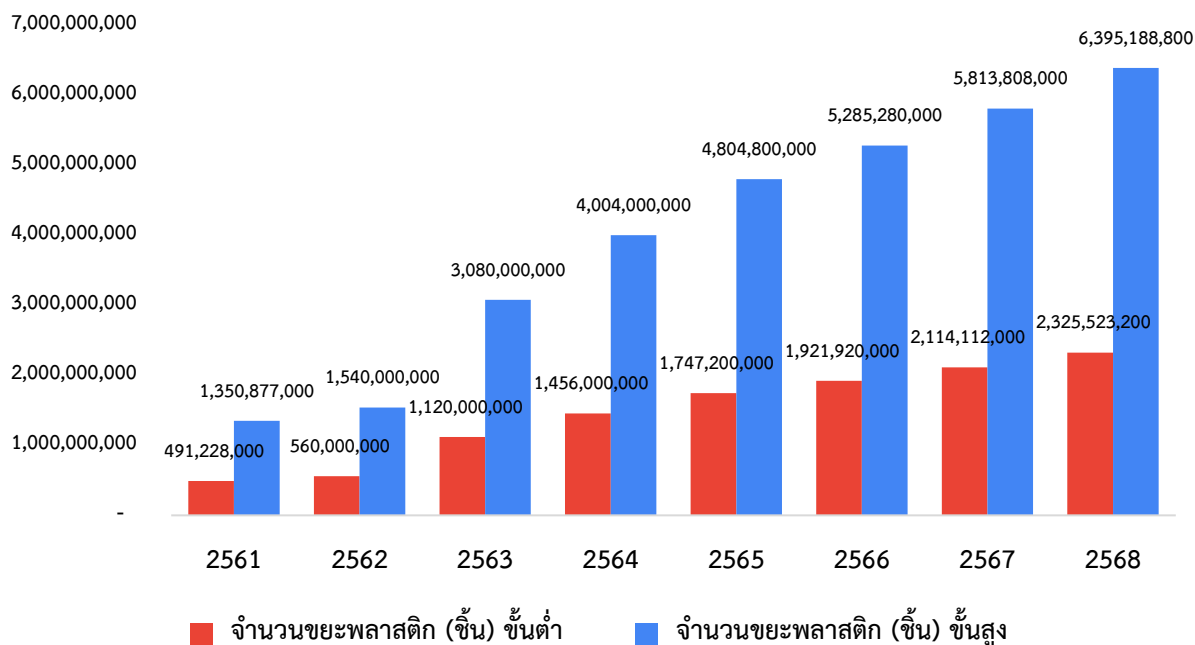
เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงสถานการณ์และแนวโน้มของปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลสถิติต่าง ๆ เพื่อประกอบการคาดการณ์เบื้องต้น เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการไม่มีการเปิดเผยข้อมูลยอดคำสั่งซื้ออาหารออนไลน์ โดยผู้วิจัยคาดการณ์จากมูลค่าตลาดของธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ที่ประเมินโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ซึ่งมีมูลค่า 33,000 – 35,000 ล้านบาท (Kasikorn Research Center, 2019) โดยมีสมมติฐานดังต่อไปนี้

1) อัตราการเติบโตของธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์อัตราการเติบโตในปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 14 เทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับในปี 2563 ที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้วิจัยกำหนดอัตราการเติบโตของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 10 ส่วนปี 2564 และ 2565 อยู่ที่ร้อยละ 30 และ 20 ตามลำดับ และหลังจากปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 10 ต่อปี

2) จำนวนยอดคำสั่งซื้อ อ้างอิงข้อมูลจาก Food Passion ที่กำหนดให้มูลค่าการสั่งซื้อต่อครั้งอยู่ที่ 250 บาทโดยเฉลี่ย โดยนำมูลค่าการตลาดหารด้วยมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ยต่อครั้งได้เป็นจำนวนยอดคำสั่งซื้อต่อปี

3) คาดการณ์จำนวนขยะพลาสติก ในส่วนนี้ กำหนดให้มีการประเมินขั้นต่ำและขั้นสูง ขั้นต่ำ อ้างอิงการคำนวณของ Food Passion ที่กำหนดให้ปริมาณขยะพลาสติกอยู่ที่ 4 ชิ้นต่อคำสั่งซื้อ ส่วนขั้นสูง อ้างอิงผลการสำรวจของกรมควบคุมมลพิษ (2563) ที่ผู้บริโภคประเมินว่ามีขยะพลาสติกเกิดขึ้นโดยเฉลี่ย 11 ชิ้นต่อคำสั่งซื้อ

จากการตั้งสมมติฐานข้างต้น สามารถคาดการณ์ปริมาณขยะพลาสติกที่เกิดจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ดังแสดงในรูปที่ 1 โดยในปีพ.ศ. 2563 อยู่ที่ 1,120 - 3,080 พันล้านชิ้น และคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 2,325 – 6,395 พันล้านชิ้น ในปีพ.ศ. 2568 คิดเป็นน้ำหนัก 34,883 – 95,928 ตัน (คิดจากสมมติฐานขยะพลาสติก 1 ชิ้นน้ำหนักเฉลี่ย 15 กรัม) ซึ่งตัวเลขน้ำหนักขยะพลาสติกขั้นสูงดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.8 ของปริมาณขยะพลาสติกกลุ่มเป้าหมายที่เกิดขึ้นทั้งประเทศประมาณ 2 ล้านตันที่กรมควบคุมมลพิษได้คาดการณ์ไว้ (กรมควบคุมมลพิษ, 2563)



รูปที่ 1 คาดการณ์ปริมาณขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ (Food Delivery)

ที่มา: คาดการณ์โดยผู้วิจัย

3. สาเหตุและแนวทางแก้ปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์

แม้ธุรกิจบริการส่งอาหารจะสร้างประโยชน์ให้กับสังคมโดยรวมในแง่การตอบสนองความสะดวกสบายของผู้บริโภคและกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่ด้วยกลยุทธ์การตลาดของแพลตฟอร์มมุ่งเน้นส่งเสริมการบริโภคนิยม (consumerism) มีการส่งเสริมการขายที่ให้ส่วนลดค่าอาหารและอุดหนุนค่าจัดส่งเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และผู้บริโภคมีได้ตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบของการบริโภคที่มากเกินไป เนื่องจากราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เสนอผ่านแพลตฟอร์มยังมิได้คิดรวมต้นทุนสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่า “ผลกระทบภายนอกเชิงลบ” (Negative Externality) ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขยะพลาสติกและขยะอาหาร (ไม่นับรวมมลพิษทางอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งที่มากขึ้น) นำไปสู่พฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ยั่งยืนจากการสั่งอาหารออนไลน์

นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืนของบรรจักษ์พบว่าสินค้าประเภทบรรจักษ์ที่มีความแตกต่างเชิงจิตวิทยาจากสินค้าประเภทอื่น เนื่องจากบรรจักษ์ไม่ใช่สินค้าหลัก (non-core product) ในขณะที่อาหารที่ถูกบรรจักษ์อยู่ในบรรจักษ์นั้น ๆ เป็นสินค้าหลักที่ผู้บริโภคคาดหวัง (core product/ expected product) ดังนั้น การใช้บรรจักษ์จึงถือเป็นการบริโภคทางอ้อม (indirect consumption) ซึ่งผู้บริโภคจะให้ความสำคัญน้อยกว่าอาหารซึ่งเป็นสินค้าหลักเมื่อสั่งซื้ออาหาร (Nordin & Selke, 2010; Hanss, 2012; Koenig-Lewis et al., 2014)

แล้วเราจะแก้ปัญหานี้ได้อย่างไร? จากการทบทวนมาตรการแก้ปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ในต่างประเทศ สามารถสรุปได้เป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือมาตรการที่มุ่งแก้ปัญหาขยะพลาสติก

จากธุรกิจนี้เป็นการเฉพาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นความพยายามของผู้ประกอบการแพลตฟอร์มเอง ส่วนที่สอง คือ มาตรการของรัฐที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาขยะพลาสติกในภาพรวมของสังคมและมีผลต่อธุรกิจดังกล่าวโดยอ้อม ซึ่งมักจะอยู่ในรูปของกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ เช่น การห้ามใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งหรือการกำหนดให้ร้านค้างดแจกพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งฟรี รวมไปถึงการกำหนดให้ประชาชนต้องมีการคัดแยกขยะและส่งคืนขยะบรรจุภัณฑ์เข้าสู่ระบบเก็บรวบรวมเพื่อนำไปจัดการอย่างถูกต้อง

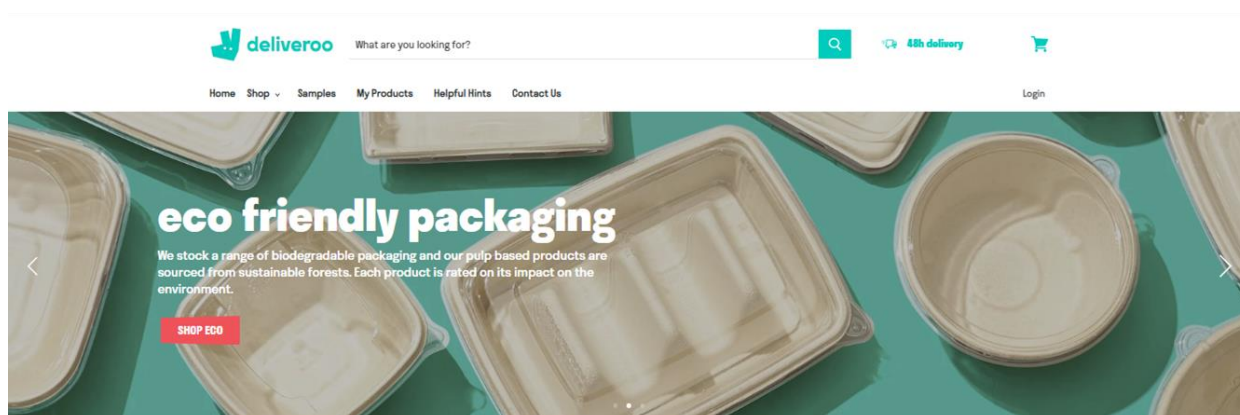
3.1 มาตรการที่มุ่งแก้ปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจนี้เป็นการเฉพาะ เป็นมาตรการที่ป้องกันหรือลดขยะพลาสติกที่ต้นทางของธุรกิจ คือ ร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายโดยความร่วมมือหรือการกระตุ้นจากแพลตฟอร์ม จำแนกได้เป็น 3 มาตรการ ได้แก่ มาตรการลดการใช้ มาตรการใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือก และ มาตรการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานได้ ดังตารางที่ 2

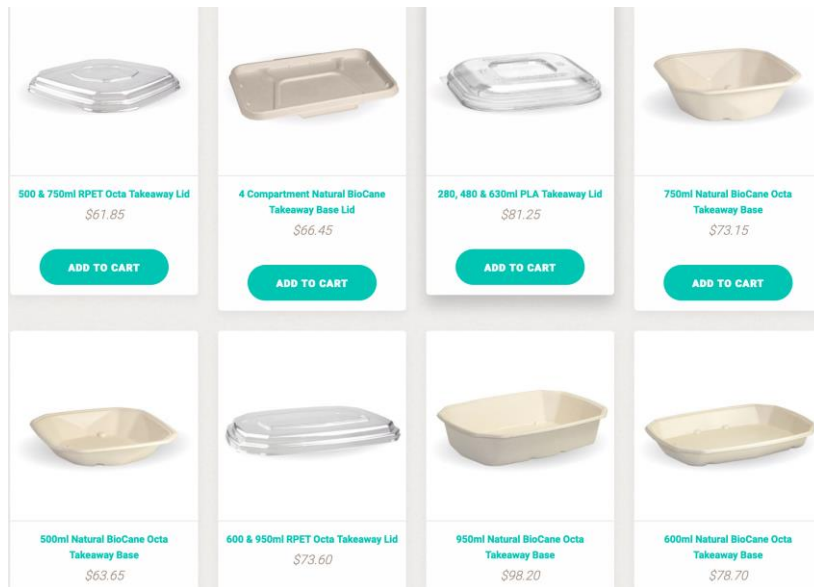
ตารางที่ 2 มาตรการลดขยะพลาสติกในธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์

มาตรการ	แนวทางดำเนินการ/ตัวอย่าง	จุดแข็ง	จุดอ่อน
มาตรการลดการใช้ (Reduce)	แพลตฟอร์มทั่วโลก มีการเพิ่มฟังก์ชันรับ-ไม่รับ ซ้อนส้อมในแอปพลิเคชันทั้งในรูปแบบ opt-in และ opt-out โดยหากเป็น Opt-in ระบบจะตั้งค่าไม่ให้ ซ้อนส้อมก่อน แต่หากต้องการ ให้กดเลือกรับได้ -Foodpanda ในประเทศสิงคโปร์และฮ่องกง ให้คู่มือส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เลือกไม่รับซ้อนส้อมเป็นประจำ -Meituan Waimai แพลตฟอร์มรายใหญ่ในประเทศจีนมีนโยบายในการสร้างความตระหนักในกลุ่มผู้บริโภคเกี่ยวกับการแยก การใช้ซ้ำ และการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับจากการสั่งอาหาร นอกจากนี้ ยังมีระบบสะสมคะแนนสำหรับลูกค้าที่ไม่รับซ้อนส้อม	แพลตฟอร์มสามารถดำเนินการได้ทันทีโดยปรับเปลี่ยนระบบในแอปพลิเคชัน	ในแง่สิ่งแวดล้อม กรณี Opt-out ลูกค้าต้องเลือกกดไม่รับซ้อนส้อม จะช่วยลดขยะพลาสติกได้ค่อนข้างน้อยมาก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะสั่งอาหารตามความเคยชิน ส่วนกรณี Opt-in หรือ “ขอก่อนค่อยให้” จะช่วยลดซ้อนส้อมพลาสติกได้มากกว่า แต่อาจไม่ได้ผล หากแพลตฟอร์มไม่มีการสื่อสารกับร้านอาหารอย่างจริงจัง เนื่องจากร้านอาหารมักจะให้มาด้วยความเคยชินหรือป้องกันการร้องเรียนจากลูกค้า
มาตรการใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือก (Replace)	ส่งเสริมให้ร้านอาหารเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม -Deliveroo ในประเทศอังกฤษจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับอาหารหลายประเภทและจำหน่ายให้ร้านเครือข่ายในราคาถูกลง -Foodpanda ในประเทศสิงคโปร์ร่วมมือกับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใน	-เป็นการปรับเปลี่ยนที่ต้นทาง (ร้านอาหาร) โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามของผู้บริโภค	-บรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าพลาสติกยังมีราคาแพง (หรือในอีกแง่หนึ่ง ราคาพลาสติกตามกลไกตลาดนั้นถูกเกินไป) ทำให้ร้านค้าไม่ต้องการเปลี่ยน หาก

มาตรการ	แนวทางดำเนินการ/ตัวอย่าง	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	<p>ร้านค้าเครือข่ายทั้งหมดให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</p> <p>-Meituan Waimai ร่วมมือกับรัฐบาลจีนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางเลือก</p>	<p>-สามารถลดขยะพลาสติกได้เป็นจำนวนมาก</p>	<p>ผู้บริโภคไม่มีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม</p> <p>-หากไม่มีกฎหมายบังคับหรือมาตรการจูงใจจากภาครัฐ อาจเป็นเรื่องยากที่แพลตฟอร์มจะเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนอย่างจริงจัง</p>
<p>มาตรการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานได้ (Reuse)</p>	<p>เป็นบริการที่ให้อาหารใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ซ้ำได้ และมีระบบให้ผู้บริโภคส่งคืน</p> <p>-Deliveroo ในเมลเบิร์น ร่วมมือกับ Returnr และ Biopak ผู้ประกอบการด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อผลักดันรูปแบบธุรกิจแบบหมุนเวียน โดยเก็บค้ำมัดจำภาษาละ 6 ดอลลาร์สหรัฐสำหรับภาษาคนที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้</p> <p>-ธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น Go Box, DeliverZero และ ReCIRCLE ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้บริการบรรจุภัณฑ์แบบใช้ซ้ำผ่านระบบการมัดจำ-ส่งคืน (deposit-return system) โดยติดตั้งจุดรับคืนตามอาคารในย่านธุรกิจและย่านที่พักอาศัยหรือนัดหมายการส่งคืนผ่านแอปพลิเคชัน</p>	<p>ช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกได้มากที่สุด</p>	<p>ดำเนินการมาตรการได้ค่อนข้างจำกัด เฉพาะบางพื้นที่ และผู้บริโภคที่นิยมสั่งอาหารออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เน้นความสะดวกสบาย จึงยากที่จะเข้าร่วมในมาตรการดังกล่าวเนื่องจากส่วนใหญ่จะต้องจ่ายค้ำมัดจำบรรจุภัณฑ์</p>

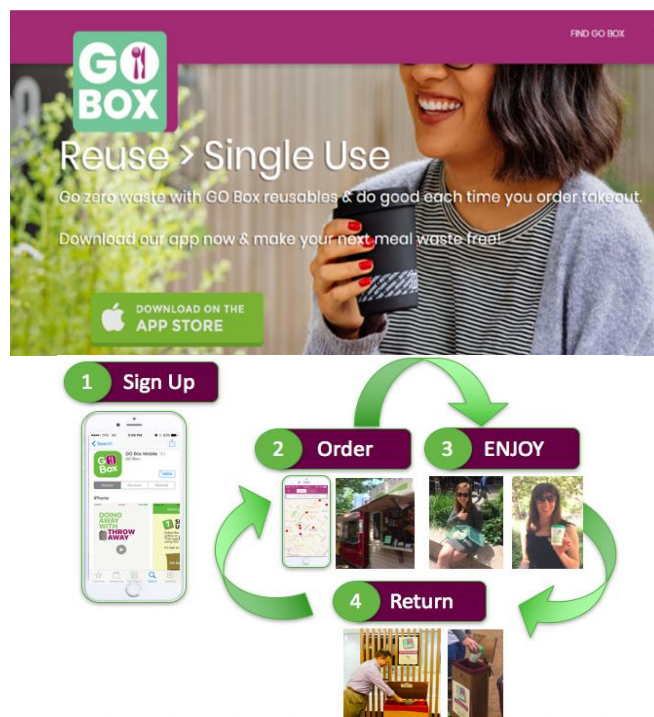
ที่มา: รวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย





รูปที่ 2 ตัวอย่างแพลตฟอร์มที่ช่วยเป็นตัวกลางจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ทางเลือกให้กับร้านอาหารในเครือข่าย

ที่มา: <https://deliveroo-packaging.com/pages/eco-packaging>



รูปที่ 3 ตัวอย่างแพลตฟอร์มที่ให้บริการภาชนะที่ใช้ซ้ำได้

ที่มา: www.goboxpdx.com

3.2 มาตรการของรัฐที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาขยะพลาสติกในภาพรวมของสังคม โดยมาตรการนั้นมีผลต่อธุรกิจสั่งอาหารออนไลน์ด้วย มักจะออกมาในรูปของกฎหมาย กฎระเบียบต่าง ๆ เช่น นโยบายและกฎหมายของสาธารณรัฐประชาชนจีนและสหภาพยุโรป โดยในส่วนของจีนนั้น มีแรงผลักดันมาจากข้อห่วงกังวลถึงปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ในจีนซึ่งเติบโตสูงมาก โดยมีการคาดการณ์ว่า ธุรกิจ

จัดส่งอาหารออนไลน์ในจีนนำไปสู่การเกิดขยะบรรจุภัณฑ์สูงถึง 1.6 ล้านตันในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 2 ปีก่อนถึง 9 เท่า โดยขยะส่วนใหญ่เป็นกล่องบรรจุอาหารถึง 1.2 ล้านตัน ตะเกียบ 175,000 ต้น ถุงพลาสติก 164,000 ต้น และช้อนพลาสติก 44,000 ต้น (Song, Zhang, Duan & Xu, 2018) รัฐบาลจีนจึงได้มีนโยบาย Plastic Ban Policy กำหนดให้รัฐบาลท้องถิ่น เริ่มจากเมืองใหญ่ต้องออกกฎระเบียบควบคุมการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยนโยบายใหม่ของจีนกำหนดให้ภายในปี 2563 จะต้องห้ามแจกถุงพลาสติกในซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าในเมืองใหญ่ รวมถึงในธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์และห้ามแจกหลอดพลาสติกในร้านอาหาร ภายในปี 2565 ห้ามการใช้ถุงพลาสติกในเมืองต่าง ๆ และห้ามใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายไม่ได้ในธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ในเมืองใหญ่ เริ่มจากปักกิ่งและเซี่ยงไฮ้ ก่อนที่จะออกมาตรการห้ามใช้ทั่วประเทศภายในปี 2568 (Nace, 2020)

ส่วนกฎระเบียบใหม่ของสหภาพยุโรป (The Single Use Plastics Directive) (2019) จะเน้นการห้ามใช้ในภาพรวม โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกจะต้องออกกฎหมายในประเทศเพื่อห้ามผลิตและใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง 8 ชนิด ได้แก่ ช้อนส้อมมีดตะเกียบ จาน หลอด ก้านทำความสะอาดหู ที่นคนเครื่องดื่ม ก้านลูกโป่ง กล่องโฟม และผลิตภัณฑ์ที่ผสมสาร OXO และให้ประเทศสมาชิกออกมาตรการเพื่อลดการใช้แก้วพลาสติกและฝาครอบและภาชนะใส่อาหารพร้อมทาน รวมทั้งให้รัฐบาลทุกประเทศเพิ่มเป้าหมายการเก็บรวบรวมขวดพลาสติกและเพิ่มสัดส่วนพลาสติกรีไซเคิลไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ในขวด PET ภายในปี 2568 และไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 สำหรับขวดพลาสติกทุกประเภท ภายในปี 2573 (EU Directive, 2019) จะเห็นได้ว่ามาตรการดังกล่าวของภาครัฐได้ส่งผลกระทบต่อต้นทางการผลิตและใช้พลาสติกซึ่งจะส่งผลต่อทางเลือกบรรจุภัณฑ์ของร้านอาหารเครือข่ายในธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ไปโดยปริยาย

ในส่วนของประเทศไทย เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2563 ภาครัฐโดยกรมควบคุมมลพิษได้มีการจัดทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวจากการบริการส่งอาหาร (Food Delivery) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการในการขับเคลื่อนการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวจากการบริการส่งอาหาร แม้จะมีจุดอ่อนที่ไม่มีการกำหนดเป้าหมายในการลดใช้พลาสติกที่ชัดเจนและเป็นเพียงความร่วมมือเชิงสมัครใจ แต่ก็นับเป็นจุดเริ่มต้นที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักและหาแนวทางในการลดพลาสติกมาก เช่น การโปรโมทร้านค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การร่วมมือกับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในการสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้กับร้านเครือข่าย เป็นต้น

4. บทสรุป

จากการคาดการณ์สถานการณ์และแนวโน้มของปัญหาขยะพลาสติกจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์จะเห็นได้ว่าหากธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปในรูปแบบเดิม (business as usual) จะส่งผลให้ปริมาณขยะพลาสติกเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อีกทั้งมีการคาดการณ์ว่า ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 70 มีแนวโน้มที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันเหล่านี้ต่อหลังพ้นวิกฤตโควิด-19 (สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563) ทำให้การสั่งอาหารออนไลน์ได้กลายเป็นวิถีชีวิตใหม่ของคนไทย โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ รวมทั้งในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

จากการทบทวนมาตรการแก้ปัญหาในต่างประเทศ พบว่า ภาคธุรกิจและภาครัฐเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) ที่มีบทบาทที่สำคัญและแตกต่างกันออกไปในการดำเนินการแต่ละมาตรการ ดังนั้นความพยายามในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกในธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์จะต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐซึ่งมีอำนาจในการออกกฎระเบียบและการบริหารจัดการเชิงโครงสร้างและภาคเอกชนซึ่งมีเงินทุน ข้อมูล และนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ นอกจากนี้ การดำเนินการดังกล่าวต้องควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักในกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเพียงอย่างเดียวไม่สามารถนำไปสู่ความยั่งยืนได้หากขาดความเข้าใจ ความตระหนัก และความร่วมมือจากผู้บริโภค

ในตอนี่ 2 จะนำเสนอผลการวิจัยผู้บริโภคเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติต่อมาตรการแก้ไขปัญหามลพิษพลาสติกที่เกิดจากธุรกิจจัดส่งอาหารออนไลน์ รวมถึงความคาดหวังของผู้บริโภคต่อความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจเพื่อเสนอแนะมาตรการที่เหมาะสม

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากกองทุนรัชดาภิเษกสมโภช ประจำปี 2563 ภายใต้การดำเนินงานของคลังเตอร์โมโครพลาสติกและมลพิษพลาสติก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

- Department for Environment Food and Rural Affairs (DEFRA). (2008). A framework for pro-environmental behaviours. London: DEFRA.
- Directive (EU) 2019/904 of the European Parliament and of the Council of 5 June 2019 on the reduction of the impact of certain plastic products on the environment (OJ L 155, 12.6.2019, pp. 1-19)
- Hanss, D. (2012). Explaining sustainable consumption: Findings from cross-sectional and intervention approaches(PhD). University of Bergen.
- Jackson, T. (2005). Motivating Sustainable Consumption. United Kingdom: Sustainable Development Research Network.
- Jitpleecheep, P. (2019). Food Passion tries to cut plastic waste. (29 November) Retrieved 3 February 2020, <https://www.bangkokpost.com/business/1804379/food-passion-tries-to-cut-plastic-waste>
- Kasikorn Research Center. (2019). Competition among food delivery apps continues to push food delivery business to THB33-35 billion in 2019. Retrieved 20 February 2020, from <https://kasikornresearch.com/en/analysis/k-econ/business/Pages/z2995.aspx>

- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., Dermody, J., & Urbye, A. (2014). Consumers' evaluations of ecological packaging – rational or emotional?. *Journal of Environmental Psychology*, 37(3), 94-105. doi: 10.1016/j.jenvp.2013.11.009
- Nace, T. (2020). China To Ban All Single-Use Plastics. Retrieved 30 November 2020, from <https://www.forbes.com/sites/trevornace/2020/01/20/china-to-ban-all-single-use-plastics/?sh=b2b556072939>
- Nordin, N., & Selke, S. (2010). Social aspect of sustainable packaging. *Packaging Technology And Science*, 23(6), 317-326. doi: 10.1002/pts.899
- Pollution Control Department. (2020). Survey results of plastic waste from food delivery during COVID-19 situation. Bangkok: Pollution Control Department.
- Song, G., Zhang, H., Duan, H., & Xu, M. (2018). Packaging waste from food delivery in China's mega cities. *Resources, Conservation And Recycling*, 130, 226-227. doi: 10.1016/j.resconrec.2017.12.007
- Statista. (2020). Online Food Delivery - worldwide | Statista Market Forecast. Retrieved 29 November 2020, from <https://www.statista.com/outlook/374/100/online-food-delivery/worldwide>
- Tanakasempipat, P. (2020) Plastic piles up in Thailand as pandemic efforts sideline pollution fight. (May 11) Retrieved 1 September 2020, <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-thailand-plastic/plastic-piles-up-in-thailand-as-pandemic-efforts-sideline-pollution-fight-idUSKBN22N12W>
- กรมควบคุมมลพิษ (2563). การดำเนินงานจัดการพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในธุรกิจบริการส่งอาหาร (Food Delivery). นำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งจากการบริการส่งอาหารและซื้อกลับบ้าน วันที่ 3 ธันวาคม 2563.
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต. (2562). ม.อ. ภูเก็ต แฉลงผลวิจัยสถานการณ์ปริมาณขยะ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับนโยบาย จ.ภูเก็ต. สืบค้นจาก <https://www.phuket.psu.ac.th/12366/>
- สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563). ผลการสำรวจการสั่งซื้ออาหารออนไลน์เดลิเวอรี่ในช่วงสัปดาห์. กรุงเทพฯ: สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันนโยบายสาธารณะและการพัฒนา. (2563). การจัดการขยะพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง : กรณีศึกษาธุรกิจจัดส่งอาหาร. กรุงเทพฯ: สถาบันนโยบายสาธารณะและการพัฒนา.