ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

โดย

นายคมกฤช บังแสง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

โดย

นายคมกฤช บังแสง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

AWARNESS OF THE STAKEHOLDERS IN THE USE OF PACKAGING AFFECTED THE ENVIRONMENT IN THE CONSERVATION TOURISM ATTRACTION AMPHAWA FLOATING MARKET AMPHUR AMPHAWA CHANGWAT SAMUTSONGKRAM

By

Komkrich Bangsang

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

Program of Public and Private Management

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ” เสนอโดย นายคมกฤช บังแสง เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

……..

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

.....**……** ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สันติภาพ คำสะอาด)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

51601303 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
คำสำคัญ : ตลาดน้ำอัมพวา / ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย / ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์

คมกฤช บังแสง : ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 171 หน้า.

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความตระหนักและเปรียบเทียบระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งประเภท ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน จำนวน 500 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการวัดระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 ด้าน และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ศึกษาการกระจายของข้อมูล สถิติวิเคราะห์ใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยค่า t – Test ใช้สถิติความแปรปรวนจำแนกทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และเป็นนักท่องเที่ยว

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปลูกจิตสำนึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมาก และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีระดับความตระหนักอยู่ในระดับปานกลางเพียงด้านเดียว

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความตระหนักจำแนกตามเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความตระหนักจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภาควิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552
ลายมือชื่อนักศึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....

51601303 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT
KEY WORD : AMPHAWA FLOATING MARKET / STAKEHOLDERS / AWARENESS IN THE USE OF PACKAGING.
KOMKRICH BANGSANG : AWARENESS OF THE STAKEHOLDERS IN THE USE OF PACKAGING AFFECTED THE ENVIRONMENT IN THE CONSERVATION TOURISM ATTRACTION. AMPHAWA FLOATING MARKET AMPHUR AMPHAWA CHANGWAT SAMUTSSONGKRAM. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 171 PP.

The study has proposed to studied and compared an awareness level of the stakeholders in the use of packaging affected to the environment in conservative tourist attraction of Amphawa floating market Amphur Amphawa Changwat Samutsongkram. The studies had examined to the difference between an awareness level of stakeholders on example size 500 case. They have comprised the tourists who toured in Amphawa floating market and had checked in this local, the traders and administrators employee municipality. That was stratified random sampling from the population about 64,229 cases. The researcher was built and developed the instrument by review the diversity of theories and principle. Moreover the instrument was to tryout and it had a reliability .94 balance. It has been demonstrated to had reliability and validity.

The analyses for this case study were conducted using Statistics. The research finding an awareness of stakeholders were difference with significantly and positively ($p < .05$).

The discussion of the study : The researcher was suggest for the administrator to use the results for the planning and development the environment in conservative tourist attraction of Amphawa floating market Amphur Amphawa Changwat Samutsongkram.

Department of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature.....

Thesis Advisor's signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อาจารย์ ดร.สันติภาพ คำสะอาด ที่ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบคุณ คณาจารย์สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนทุกท่าน ที่ได้ให้วิชาความรู้ ให้คำสอนและให้กำลังใจกับผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาสาขาสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ที่เป็นกำลังใจให้อย่างสม่ำเสมอ

ขอขอบคุณผู้บริหารสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนบริบูรณ์ ตามความเป็นจริง ซึ่งทำให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์

ขอกราบขอบคุณครอบครัวของผู้วิจัยที่ได้ให้กำลังใจและทุนสนับสนุนในการทำวิจัย ครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศบูชา พระคุณบิดา มารดา คณาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่มอบสิ่งที่มีคุณค่าในชีวิตให้ผู้วิจัยได้พบกับความสำเร็จอย่างที่มุ่งหวัง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	7
ข้อคำถามของการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
กรอบแนวคิดของการวิจัย	19
สมมติฐานของการวิจัย	9
ขอบเขตการวิจัย	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการสื่อสาร	27
แนวคิดเกี่ยวกับขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้	40
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภค	72
แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	79
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	86
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	93
3 การดำเนินการวิจัย	99
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	99
ตัวแปรที่ศึกษา	101
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	101
ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	102

บทที่ หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 103
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้..... 104
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 106
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 106
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม..... 107
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ... 111
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 118
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 130
สรุปผลการวิจัย..... 130
อภิปรายผล..... 133
ข้อเสนอแนะ..... 138
บรรณานุกรม..... 141
ภาคผนวก..... 145
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย..... 146
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม..... 153
ภาคผนวก ค ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์และปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม..... 157
ภาคผนวก ง การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญ..... 167
ประวัติผู้วิจัย..... 171

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สรุปปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2550…….	41
2	จำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม……	101
3	จำนวน และร้อยละ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	107
4	จำนวน และร้อยละ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่จัดกลุ่มใหม่……..……	109
5	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายด้าน และโดยภาพรวม……..……	111
6	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านความรู้……..……	112
7	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการปลูกจิตสำนึก……..…..…	113
8	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการรับข้อมูลข่าวสาร……..……	114

ตารางที่ หน้า

9 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม…….. 115

10 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการมีส่วนร่วม……..… 117

11 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม เพศ……..…… 118

12 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อายุ……..……..…..…… 119

13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อายุ…… 120

14 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอายุแตกต่างกัน……..…… 120

15 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม ระดับการศึกษา……..…… 121

ตารางที่ หน้า

16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม ระดับการศึกษา 122

17 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน…….…….…… 122

18 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อาชีพ……..…… 123

19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อาชีพ…… 124

20 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน……..……..…… 124

21 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม รายได้……..……..…… 125

22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม รายได้…… 126

23 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีรายได้แตกต่างกัน……..…… 126

ตารางที่ หน้า

24 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย..... 127

25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย..... 128

26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแตกต่างกัน.....……..…… 128

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
2	แผนที่อำเภออัมพวา	20
3	แบบจำลองกระบวนการรับรู้ของเชอร์เมอฮอร์น (Percepion process)	33
4	องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร	36
5	การดำรงชีวิตมนุษย์กับการเรียนรู้การแก้ ปัญหาและพัฒนาสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการบริโภค	158
6	การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืชในท้องถิ่น	159
7	การใช้บรรจุภัณฑ์ในการขนส่ง	160
8	บรรจุภัณฑ์ระบบสุญญากาศ	161
9	บรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อ	161
10	บรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลาย	162
11	บรรจุภัณฑ์ที่เป็นสื่อโฆษณา	163
12	บรรจุภัณฑ์โลหะแสดงเครื่องหมายการค้า และสื่อโฆษณา	164

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

การเพิ่มขึ้นของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของความเป็นทุนนิยมได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของคนทั้งโลก รวมถึงประเทศไทยที่มีการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อตอบสนองความต้องการในการอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นแบบไม่ใส่ใจในผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้ปริมาณขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่างๆ เช่น การเกิดภาวะโลกร้อน ซึ่งทุกคนกำลังเผชิญกับสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าวมากขึ้น อย่างเห็นได้อย่างชัดในปัจจุบัน การจัดการสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยมุ่งไปที่ผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้ก่อของเสียจากกระบวนการผลิต โดยไม่ได้คำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ผู้ผลิต ผลิตสินค้ารวมถึงบรรจุภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการ

การที่เกิดแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งประกอบไปด้วย การผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Production) เป็นการผลิตที่ควบคุมมลพิษ แต่ยังคงเน้นมาตรการการควบคุมไปที่ผู้ผลิตอยู่ดี ส่วนการบริโภคที่ยั่งยืน (Sustainable Consumption) ประเทศไทยเพิ่งเริ่มมีสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Products) วางจำหน่ายในตลาด

ผู้บริโภคและกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องเช่น ผู้ประกอบการ ยังขาดความตระหนักของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Products) มีอยู่ในตลาดค่อนข้างน้อยและมีราคาที่แพงกว่าสินค้าที่ไม่ได้สนใจปัญหาสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานภาครัฐถือได้ว่าเป็นผู้กำหนดนโยบายและเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ สามารถสร้างแรงขับเคลื่อนให้ภาคการผลิตมุ่งผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Demand) ได้ อีกทั้งมีส่วนในการสนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืน งบประมาณตลอดจนการกำหนดคุณสมบัติของสินค้าในการจัดซื้อจัดจ้างเป็นกลไกสำคัญสนับสนุนให้เกิดอุปทานในสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Demand) ทำให้ผู้ผลิตมีความใส่ใจที่จะรักษาสิ่งแวดล้อม (Greening the Supply Chain) โดยที่ไม่เสียประโยชน์ทางธุรกิจ อันจะทำให้บรรเทาความรุนแรงจากปัญหาของมลภาวะที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ก่อนที่ปัญหาดังกล่าวจะรุกลามจนไม่สามารถควบคุมได้ นำไปสู่ “การทำลายชาติพันธุ์มนุษย์ ด้วยน้ำมือของมนุษย์เอง”

รัฐบาลมีนโยบายในการกำหนดให้รัฐเป็นผู้นำในการจัดซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมอบหมายให้กรมควบคุมมลพิษดำเนินการ ต่อไปนี้

1. ศึกษาคัดเลือก กำหนดหลักเกณฑ์ของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. มีการจัดตั้งคณะทำงานการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. จัดการประชุมร่วมกับภาคเอกชนในแต่ละประเภทสินค้าและการบริการ เพื่อพิจารณาเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและรับฟังระดับความพร้อมของผู้ผลิตสินค้าและบริการ

4. ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จัดการประชุมสัมมนาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. จัดทำ “คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ” เพื่อให้ทราบเกณฑ์ข้อกำหนดและเป็นแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ

และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2551 ตามที่กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำเสนอต่อไปนี้

1. ให้หน่วยงานภาครัฐระดับกรมหรือเทียบเท่าดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐในปี 2551 ปี 2552 ปี 2553 และปี 2554 เป็นจำนวนเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ 25, 50, 75 และ 100 ตามลำดับ

2. กำหนดเป้าหมายปริมาณการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแต่ละประเภทที่ได้กำหนดเกณฑ์ฯ ไว้แล้วในแต่ละปีงบประมาณ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25, 30, 45 และ 60 ของสินค้าและบริการแต่ละประเภทตามลำดับ (กรมควบคุมมลพิษ 2552 : 103)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาท และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและเสริมสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศด้วยเงินเป็นจำนวนมาก จะเห็นได้จากรายงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี พ.ศ.2551 ระบุไว้ว่า ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 898,818.70 ล้านบาท ทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ เกิดการสร้างงานและสร้างอาชีพของประชาชนขึ้นอย่างกว้างขวางทั้งทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นทำให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศโดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง สินค้าของที่ระลึก การบริการทางด้านอาหาร การเดินทาง และที่พัก (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 2551 : 10)

แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ใช้เป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะยังมีความเป็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นความสวยงามของหาดทราย ทะเล น้ำตก และภูเขา อีกทั้งวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นที่น่าสนใจ

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยขาดการจัดการที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมย่อมมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้นเสื่อมโทรม การที่จะฟื้นฟูขึ้นมาได้นั้นจะต้องใช้ทั้งงบประมาณและเวลาในการเยียวยา ท้ายสุดจะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของประเทศมวลรวม

ในประเทศที่พัฒนาแล้วประชาชนส่วนใหญ่มีความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความสำนึกในการอนุรักษ์ดังกล่าวได้มีอิทธิพลครอบคลุมไปถึงการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวและพักผ่อนอีกด้วย การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสภาพสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในขณะปัจจุบัน จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2550) ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ทั้งที่เป็นโอกาสและมีข้อจำกัดในการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการตระเตรียมในภาคประชาชนและโครงสร้างให้มีภูมิคุ้มกันพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยอัญเชิญ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 และให้ความสำคัญต่อการรวมพลังสังคมจากทุกภาคส่วนให้มีส่วนร่วมดำเนินการในทุกขั้นตอนของแผนฯ พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การปฏิบัติ รวมทั้งการติดตามตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผนอย่างต่อเนื่องในการเปลี่ยนแปลงของบริบทของการพัฒนาในกระแสโลกาภิวัฒน์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวนประชากรในโลกที่มากขึ้นทำให้มีการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของโลกมากขึ้นอันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงส่งผลกระทบต่อความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ และการเกิดภัยธรรมชาติบ่อยครั้งขึ้น รวมทั้งการเกิดและแพร่เชื้อโรคที่มีรหัสพันธุกรรมใหม่ ๆ นอกจากนั้นการกีดกันทางการค้าที่เชื่อมโยงกับประเด็นด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็มีมากขึ้น ประเทศไทยจึงต้องยกระดับมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นกว่าเดิม โดยปกป้องฐานทรัพยากรเพื่อรักษาความสมดุลแบบยั่งยืนของระบบนิเวศด้วยการพัฒนาระบบบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติให้มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้กระบวนการการมีส่วนร่วม และปรับรูปแบบ

การผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ขณะเดียวกันต้องเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และพัฒนาพลังงานทางเลือก เพื่อรองรับความต้องการใช้พลังงานในประเทศ (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย 2545 : 85)

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงที่ประเทศไทยต้องเผชิญในอนาคต การทบทวนสถานะของประเทศในด้านสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการประเทศ ทำให้เห็นว่าประเทศไทยมีโอกาสการปรับตัวและได้รับประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัฒน์ แต่ยังต้องพัฒนาโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในหลายประการเพื่อให้คนไทยอยู่ดีมีสุข โดยสถานะของประเทศไทยด้านความหลากหลายทางชีวภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถสรุปได้ว่า ในอดีตทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ถูกนำมาใช้เพื่อการตอบสนองการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยพื้นที่ป่าไม้ถูกทำลายไปถึง 67 ล้านไร่ในช่วง 40 ปี ปัจจุบันเหลือพื้นที่ป่า ร้อยละ 33 ของพื้นที่ประเทศ ก่อให้เกิดปัญหาน้ำท่วม ฝนแล้งและภัยธรรมชาติที่บ่อยครั้งและรุนแรงขึ้น ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งลดความอุดมสมบูรณ์ลงไปโดยป่าชายเลนลดลงจาก 2 ล้านไร่เหลือ 1.5 ล้านไร่ อัตราการจับสัตว์น้ำลดลง 3 เท่า แหล่งปะการังและหญ้าทะเลสภาพเสื่อมโทรม สำหรับทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพกำลังถูกทำลายอย่างรวดเร็ว สาเหตุมาจากการดำเนินกิจกรรมของมนุษย์ที่ทำลายถิ่นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตชนิดต่าง ๆ และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ ทำให้อัตราการสูญพันธ์ของสิ่งมีชีวิตเพิ่มขึ้น คุณภาพสิ่งแวดล้อมมีความเสื่อมโทรม มีสาเหตุสำคัญจากการขยายตัวของจำนวนประชากร และแบบแผนการดำรงวิถีชีวิตที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดปัญหามลพิษเพิ่มขึ้น โดยคุณภาพอากาศและน้ำอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่ามาตรฐาน ปริมาณขยะมูลฝอยและของเสียอันตรายมีมากขึ้นเกินศักยภาพในการจัดการได้ทัน ขณะที่การนำเข้าสารอันตรายที่ใช้ในการผลิตมีมากขึ้น โดยขาดกลไกการจัดการทั้งการควบคุมกระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่งทำให้เกิดการแพร่กระจายในสิ่งแวดล้อมและปนเปื้อนห่วงโซ่อาหาร (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2550 : 66)

นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องยังมีอยู่จำกัด รวมทั้งมีความซ้ำซ้อน ช่องว่าง และขาดการบังคับใช้ เพื่อให้การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) มุ่งสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน” ภายใต้แนวปฏิบัติของ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” พันธกิจในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงกำหนดให้ดำรงความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน เป็นธรรม และมีการสร้างคุณค่า สนับสนุนให้ชุมชนมีองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อคุ้มครองฐานทรัพยากร คุ้มครองสิทธิและส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการบริหาร

จัดการทรัพยากร ปรับแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาผลประโยชน์ของชาติจากข้อตกลงตามพันธกรณีระหว่างประเทศ

ดังนั้นแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อจัดความสมดุลระหว่างความต้องการรายได้เข้าสู่ประเทศกับการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว การจัดให้มีการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเน้นให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ภายใต้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนยังคงมีเป็นแผนปฏิบัติการที่คงอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) สืบเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 – 2549)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือ การใช้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อม เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก สวนผลไม้ หรืออาจหมายถึงแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ที่ปรากฏในพื้นที่ การท่องเที่ยวประเภทนี้เน้นการให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง และการเสริมสร้างจรรยาบรรณในด้านการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายระบบนิเวศทางธรรมชาติ แต่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติพร้อมกับเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งเน้นลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าการเสริมแต่งหรือพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โดยให้ชาวบ้านเจ้าของท้องถิ่นหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว ในลักษณะที่สามารถสนองตอบความต้องการความสะดวกสบาย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การสร้างรายได้และความพอใจให้กับคนในหมู่บ้านหรือชุมชน พร้อมกับการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม สภาพวิถีชีวิตไทย และสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านหรือชุมชนให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 10 – 11)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชนในปัจจุบันได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่ง เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยที่มีความผูกพันกันสายน้ำตลอดมา แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำหลายแห่งจึงเป็นที่นิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชายต่างประเทศ อย่างไรก็ตามขณะนี้แม้จะมีการเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงเติบโตในบริบทของการพัฒนาตามความทันสมัยเน้นการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเป็นชุมชนเมืองที่รุกคืบเข้าพร้อมกับกระแสโลกาภิวัฒน์ล้วนส่งผลต่อตลาดน้ำอย่างมาก โดยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากตลาดน้ำแบบดั้งเดิมซึ่งเคยเป็นที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและผลิตผลทางการเกษตร เป็นตลาดสดริมถนนแทน ตลาดน้ำที่เดิมเคยคึกคักด้วยผู้ค้าและผู้ซื้อจำนวนมากกลายเป็นปรากฏการณ์ที่หาดูได้ยาก ตลาดน้ำดั้งเดิมจำนวนมากทยอยปิดฉากประวัติศาสตร์ของตน อาทิ ตลาดน้ำหัวรอ จังหวัดอยุธยา

ตลาดน้ำคลองมหานาค กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำปากคลองบางแก้ว จังหวัดนครปฐม และตลาดน้ำบางขุนเทียน ได้ปิดตัวลงนั้น นับเป็นการสูญสิ้นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ตลาดน้ำเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตแบบไทย ส่วนตลาดน้ำที่ยังคงธำรงเอกลักษณ์ของตนจนถึงปัจจุบันนั้น มีสภาพเปลี่ยนแปลงไปจากตลาดน้ำแบบดั้งเดิมเพื่อความอยู่รอด เช่น การยกเรือขึ้นบก การเปิดร้านขายสินค้าริมคลอง การจัดฉากเพื่อให้นักท่องเที่ยวชม การเปลี่ยนชนิดของสินค้าที่ขาย เป็นต้น

ระบบเศรษฐกิจของตลาดน้ำอัมพวาในปัจจุบัน เข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวิธีคิดของคนริมคลองอัมพวามากกว่าการสืบสานขนบธรรมเนียม ประเพณี มรดกทางวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนไป อัตลักษณ์ของชุมชนริมคลองเปลี่ยนจากการเอื้อเฟื้อเผื่อกัน การอยู่ร่วมเสมือนหนึ่งครอบครับเดียวกัน รู้จักกันตั้งแต่หัวคลองยันท้ายคลอง เป็นการแสวงหาซึ่งผลประโยชน์ อาจจะเป็นเพราะว่าผู้ที่เข้ามาตั้งร้านค้าอยู่ในชุมชนอัมพวาไม่ใช่คนถือกำเนิดที่อัมพวาและไม่ได้ถูกปลูกฝังในวัฒนธรรมของความเป็นคนอัมพวาจริง ๆ สิ่งเหล่านี้เกิดจากกลไกการตลาดเปลี่ยนแปลงไป เป็นการแข่งขันการการค้าส่งผลให้ธุรกิจในตลาดน้ำอัมพวามุ่งหวังเพียงหวังผลกำไรสูงสุด โดยไม่คำนึงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนอัมพวา

ผู้วิจัยเป็นคนมีถิ่นกำเนิดที่อัมพวา สมัยเป็นเด็กมีหน้าที่ช่วยคุณยายถือสำรับอาหารคาวหวานไปทำบุญที่วัดจุฬามณีทุกวันพระ บางครั้งได้รับอนุญาตจากอุบาสก อุบาสิกา ให้กล่าวนำสมาทานศีล หลังจากทำบุญมักมีโอกาสรับประทานอาหารร่วมกับเพื่อนๆ พี่ๆ ที่เป็นเด็กวัด ซึ่งมี การแบ่งปันกับข้าว ขนมซึ่งกันและกัน

การไปทำบุญจะใช้วิธีการเดินทางเท้า หน้าบ้านของแต่ละบ้านตามเส้นทางที่เดินมักมีตุ่มน้ำใบเล็กๆตั้งน้ำไว้ที่หน้าบ้าน ใครก็ตามที่เดินผ่านแล้วกระหายน้ำก็สามารถตักน้ำดื่มได้โดยที่เจ้าของบ้านมิได้หวงห้าม ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมชุมชนอย่างหนึ่ง

เหตุการณ์ที่ได้พบเห็นจนเป็นกิจวัตรก็คือเวลาผู้ใหญ่เดินผ่านกัน มักกล่าวคำทักทายกันด้วยอัธยาศัยที่ดี ทำให้คนในชุมชนอัมพวารู้จักมักคุ้นกันว่า คนนี้เป็นลูกเต้าเหล่าใครอยู่ละแวกวัดอะไร

อีกอัตตาลักษณ์หนึ่งที่ได้เห็นจนคุ้นตาก็คือ สวนแต่ละสวนมีการเก็บกวาดขยะ วัชพืช ทำให้สวนแลดูสะอาดตา ไม่ใคร่มีใครมักง่ายทิ้งขยะไม่เป็นที่ สิ่งเหล่านี้ผู้วิจัยถูกปลูกฝังเรื่อยมาจนเติบใหญ่

เมื่อผู้วิจัยเติบโตขึ้น มองเห็นถึงบริบทในสังคมอัมพวาเปลี่ยนไป ความเป็นทุนนิยมครอบงำท้องถิ่นอัมพวา ผู้วิจัยมีความตั้งใจว่า ในบั้นปลายชีวิตจะเป็นผู้นำชุมชนในการรณรงค์การใช้บรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะถุงพลาสติก (หูหิ้ว) เพราะมองเห็นว่า ระยะเวลาในการย่อยสลายบรรจุภัณฑ์ตามธรรมชาติใช้เวลามากกว่าอรรถประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ การเผาทำลายบรรจุภัณฑ์

เป็นการสร้างมลพิษทางอากาศจนเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะเรือนกระจก เมื่อเห็นขยะจำนวนมหาศาลอันเกิดจากความมักง่ายของนักท่องเที่ยวที่มาแสวงหาซึ่งความสุขสำราญในอัมพวาด้วยแล้ว ยิ่งเป็นแรงจูงใจที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาบริบท เกี่ยวกับ “ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา” มากยิ่งขึ้น

การเติบโตของการท่องเที่ยวอำเภออัมพวามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านลบ โดยเฉพาะขยะ สิ่งปฏิกูลต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขยะบรรจุภัณฑ์และมักเป็นปัญหาในทุกแหล่งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจาก บรรจุภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุใด ๆ เพื่อใช้เป็นบรรจุ เพื่อหุ้มห่อ ปกป้อง นำส่งและนำเสนอสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ รวมไปถึงสินค้าสำเร็จรูปจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้ใช้หรือผู้บริโภค โดยหลังจากที่ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่บรรจุหรือหุ้มห่อไว้ ก็จะถูกทิ้งกลายเป็นขยะบรรจุภัณฑ์ (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย 2545 : 1) ที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ ก่อนที่จะเดินทางกลับ

จากการศึกษาข้อมูลและสถิติของการท่องเที่ยวตลอดจนงานวิจัยที่นักวิจัยได้ศึกษาถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสรุปโดยภาพรวมในขณะนี้ ตลาดน้ำอัมพวาได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำอัมพวาในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นชาวอัมพวาและเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่เกิดจากสถานการณ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนอัมพวาประกอบกับกิจกรรมการลงเรือชมหิ่งห้อยซึ่งถือเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นจนส่งผลให้เกิดมลพิษเกี่ยวกับขยะบรรจุภัณฑ์เหลือใช้ให้เป็นสิ่งเตือนใจและเป็นภาระแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ยังคงอยู่ในพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ข้อคำถามของการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามไว้ ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับใด

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ทราบความแตกต่างของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

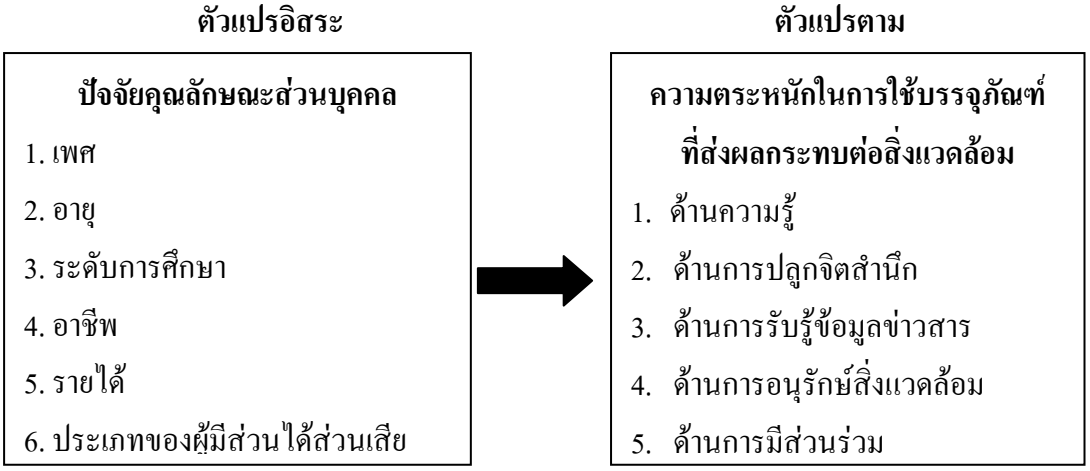
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมให้เกิดความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และพื้นที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

4. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการศึกษาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของความตระหนักที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น การรับรู้ตลอดจนความสามารถในการพิจารณา และการวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยการศึกษาหลักการ ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่นักวิชาการได้ศึกษาไว้ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านคือ 1) ด้านความรู้ 2) ด้านการปลูกจิตสำนึก 3) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร 4) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 5) ด้านการมีส่วนร่วม

กรอบแนวคิดของการวิจัย



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษา เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 64,229 คน ประกอบด้วย

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักค้างคืนในจังหวัดสมุทรสงครามระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 จำนวน 63,996 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 2552)

1.2 ผู้ประกอบการ จำนวน 119 แห่ง (ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา 2553)

1.3 ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ที่ปฏิบัติงานในสังกัดสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา จำนวน 114 คน (สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา 2553)

2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้จากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 400 คน ประกอบด้วย

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน

2.2 ผู้ประกอบการ จำนวน 100 คน

2.3 ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ที่ปฏิบัติงานในสังกัดสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา จำนวน 100 คน

โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งประเภท (Stratified Random Sampling)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 5 ด้านซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านความรู้ 2) ด้านการปลูกจิตสำนึก 3) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร 4) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ5) ด้านการมีส่วนร่วม

นิยามศัพท์เฉพาะ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุใด ๆ เพื่อใช้บรรจุ หุ้มห่อ ปกป้อง นำส่งและนำเสนอสินค้าที่เป็นวัตถุดิบไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูปจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้ใช้หรือผู้บริโภค

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การแสดงถึงการรับรู้ คิดได้ รู้สึก สำนึก หรือเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านความรู้ หมายถึง ความสามารถ ความรู้และความข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการ และแก้ปัญหาอันเกิดจากขยะบรรจุภัณฑ์

2. ด้านการปลูกจิตสำนึก หมายถึง การรณรงค์และการสื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความรู้ ความเข้าใจและ เห็นความสำคัญทั้งด้านประโยชน์ และโทษของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งภารกิจด้านการปลูกจิสำนึกในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมนี้เป็นความรับผิดชอบโดยตรงของผู้บริหารทั้งภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น

3. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การรับรู้ รับทราบและเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในรูปของการประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร รูปภาพ สัญลักษณ์ต่างๆ

4. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและรักษาไว้ให้ใช้ประโยชน์ในระยะยาวนาน

5. ด้านการมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวาเช่น การให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงในภาชนะที่จัดไว้ให้ หรือการปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆที่ประกาศไว้ในตลาดน้ำอัมพวา

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอาจเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ หรือได้รับผลกระทบทางลบจากกิจกรรมโดยตรงในระดับจุลภาคหรือมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในที่นี้ หมายถึง 1) นักท่องเที่ยว 2) ผู้ริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และ 3) ผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเที่ยวหรือบุคคลใดๆก็ตามที่เดินทางเข้ามาเที่ยวบริเวณชุมชนอัมพวา และเข้าพักในสถานที่พักแรมในจังหวัดสมุทรสงคราม เช่น โรงแรม รีสอร์ท เก็ตเฮ้าส์ และ โฮมเสตร์โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้บันทึกเก็บเป็นสถิติไว้ในปี พ.ศ.2552

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวและดำเนินธุรกิจการจำหน่ายสินค้าในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา โดยขึ้นทะเบียบไว้กับสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ในสังกัดภาครัฐ และองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นตลอดจนผู้นำชุมชนที่ตั้งอยู่ในอำเภอ อัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม ซึ่งถูกบันทึกไว้ในฐานข้อมูลสำนักงานเทศบาลตำบล อัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูนและเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้เพื่อการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ และวัฒนธรรม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกและมีการจัดการให้เกิด

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับองค์ประกอบหนึ่ง ย่อมทำให้องค์ประกอบสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กันนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ต้องสามารถวัดขนาด ทิศทางและระดับความรุนแรงได้โดย ธรรมชาติของผลกระทบสิ่งแวดล้อมนั้น

ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม หมายถึง การแสดงการรับรู้ คิดได้ รู้สึกสำนึก หรือเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเกิดจากมลพิษที่เกิดขึ้น ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทั่วไป ขยะมูลฝอย มลภาวะทางน้ำ มลภาวะทางเสียง มลภาวะทางอากาศ และของเสียอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ชุมชนอัมพวา หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ร่วมกันเพื่อดำเนินกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ร่วมกันในอาณาบริเวณชุมชนบ้านอัมพวา ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ตลาดน้ำ หมายถึง ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่าง ๆ ทางน้ำ มีเรือเป็นพาหนะ บรรทุกสิ่งของเป็นตลาดที่เกิดขึ้นในชุมชนที่มีชีวิตสัมพันธ์กับท้องน้ำและลำเรือ จัดขึ้นตามช่วงเวลาของตลาดน้ำแห่งนั้น ๆ

ตลาดน้ำอัมพวา หมายถึง ย่านการค้าขายของชุมชนริมน้ำในช่วงบ่ายของวันศุกร์ วันเสาร์และวันอาทิตย์ ภายในบริเวณคลองอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หมายถึง ย่านการค้าขายของชุมชนริมน้ำในช่วงเวลาเช้าตรู่ของวันศุกร์ วันเสาร์และวันอาทิตย์ ภายในบริเวณคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

ตลาดน้ำท่าคา หมายถึง ย่านการค้าขายของชุมชนริมน้ำในช่วงเช้าของวันศุกร์ วันเสาร์และวันอาทิตย์ ภายในบริเวณคลองท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

ตลาดน้ำวัดบางน้อย หมายถึง ย่านการค้าขายของชุมชนริมน้ำในช่วงเช้าของวันศุกร์ วันเสาร์และวันอาทิตย์ ภายในบริเวณคลองบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการสื่อสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ในอดีตเมืองอัมพวาถือว่าเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม มีตลาดน้ำขนาดใหญ่และชุมชนริมน้ำที่เป็นศูนย์กลางด้านพาณิชยกรรม แต่ผลกระทบของการพัฒนาการคมนาคมทางบก ทำให้ความเป็นศูนย์กลางฯ ของอัมพวาต้องสูญเสียไป ตลาดน้ำค่อย ๆ ลดความสำคัญและสูญหายไปในที่สุด ทิ้งไว้แต่ร่องรอยของความเจริญในอดีตซึ่งยังคงปรากฏให้เห็นชัดเจนในทุกวันนี้ทางเทศบาลตำบลอัมพวาโดยความร่วมมือร่วมใจของประชาชนในท้องถิ่น ได้ฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาขึ้นมาอีกครั้งเพื่ออนุรักษ์ความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำ ซึ่งในปัจจุบันจะหาดูได้ยาก ให้สืบทอดตลอดไป โดยใช้ชื่อว่า "ตลาดน้ำอัมพวายามเย็น" ตลาดน้ำอัมพวาจะมีทุกวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 16.00 น. เป็นต้นไป ตลาดน้ำโดยทั่วไปมักจะจัดขึ้นในเวลากลางวัน แต่ตลาดน้ำยามเย็น ที่อัมพวาแห่งนี้ จะจัดขึ้นในช่วงเวลาเย็นเรื่อยไปจนถึงเวลาพลบค่ำ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นตลาดน้ำแห่งแรกของประเทศไทย ที่จัดในลักษณะเช่นนี้ ในตอนเย็นชาวบ้านจะเริ่มทยอยพายเรือนำสินค้าหลากหลายนานาชนิด อาทิ อาหาร ผลไม้ พืชผัก ขนม ของกินของใช้ มาขายให้กับนักท่องเที่ยวหรือคนในท้องถิ่นที่สัญจรไปมาที่ตลาดอัมพวา ทำให้ได้สัมผัสกับธรรมชาติของชีวิตของชุมชนริมน้ำ ซึ่งเป็นที่น่าประทับใจอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยว

สามารถที่จะหาซื้ออาหารมานั่งรับประทาน บริเวณริมคลองอัมพวาติดกับตลาดน้ำ ซึ่งได้มีการจัดสถานที่ไว้ทำให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น (“สยามเมืองยิ้ม” 2553)

หลังจากที่ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วสารทิศ ผลพวงต่อมาคือการต่อยอด การนั่งเรือชมวิถีชีวิตของชาวแม่กลอง สองฟากฝั่งคลองอัมพวา และแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม มีคลองทั้งหมดไม่รวมแม่น้ำแม่กลอง รวม 300 กว่าคลอง นอกจากการนั่งเรือชมวิถีชีวิตของชาวแม่กลองแล้ว การล่องเรือยังนำพาไปชมเจ้าหิ่งห้อย เจ้าสัตว์ปีกเรืองแสงมหัศจรรย์ยามค่ำคืนอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันเจ้าหิ่งห้อยเป็นสัตว์เศรษฐกิจของเมืองแม่กลองไปแล้ว แม่กลองสองฝั่งคลอง รวมทั้งในการชมหิ่งห้อยแล้ว ยังมีธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นมาพร้อมกัน คือธุรกิจการท่องเที่ยวและการพักผ่อนนอนหลับในดินแดนที่เต็มไปด้วยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีงาม และสมบูรณ์แบบ คือธุรกิจบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ลองสเตย์ รีสอร์ท และห้องแถว ไม่น่าเชื่อก็ต้องเชื่อที่ในปัจจุบัน จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นเมืองเล็กๆ มี 3 อำเภอ 328 ชุมชน 34 ตำบล มีบ้านพักในรูปแบบโฮมสเตย์และรีสอร์ทตลอดจนห้องแถวไว้บริการนักท่องเที่ยวประมาณ 700 กว่าแห่ง และล่าสุดหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องออกมายืนยันว่าจังหวัดสมุทรสงครามมีบ้านพักทุกประเภทไว้บริการนักท่องเที่ยวจำนวน 708 หลังคาเรือน ผลพวงตามมาคือ การรับรองและรองรับนักท่องเที่ยว เป็นไปด้วยการแข่งขันในเชิงธุรกิจและพาณิชย์ไปในที่สุด (สราวุฒิ ศรีธนานันท์/สมุทรสงคราม 2009)

ลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันยังมิได้นำความรู้ในท้องถิ่นมาจัดการอย่างเป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่ยังขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ เป็นในลักษณะตัวใครตัวมัน ไม่มีการจัดสรรผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกันให้กับชุมชน ทำให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย เพื่อให้ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากที่สุด หลายแห่งได้ขายไร่นา เรือกสวนเพื่อให้นักลงทุนมาทำการสร้างรีสอร์ท ที่พักแบบ Home stay ร้านอาหารสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การให้บริการ หรือเข้ามาจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยคำนึงแต่ผลประโยชน์ที่จะได้รับ ทั้งนี้ชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการหรือได้รับผลประโยชน์ นอกจากนั้นแล้วนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังขาดการเห็นคุณค่า มักไม่ให้ความสำคัญกับต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่มีการนำมาใช้อย่างต่อเนื่องฟุ่มเฟือย ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาความสกปรกและปัญหามลภาวะ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการทิ้งขยะที่เป็นบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นส่วนเหลือจากการใช้แล้ว รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนที่เคยมีแต่ดั้งเดิม

ดังที่ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงคราม กล่าวว่า “จังหวัดสมุทรสงครามโตเร็วเกินไปในเรื่องของการท่องเที่ยว แม้นโยบายของทางจังหวัดจะเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ตาม จริงอยู่รายได้เข้าสู่ชุมชน และคนระดับรากหญ้า แต่มีนักธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเป็นจำนวนมาก และนักธุรกิจเหล่านี้ก็เป็นนักธุรกิจตัวจริงเสียงจริง คือ เอาแต่รายได้ และผลประโยชน์อย่างเดียว เรื่องส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปะและธรรมชาติ รวมทั้งศาสนาหายากที่สำคัญ คือนักธุรกิจที่ประกอบการบ้านพักในจังหวัดสมุทรสงครามในปัจจุบันไม่ใช่คนแม่กลองกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ อะไรจะเกิดขึ้น นอกจาก การเห็นแก่ตัวเห็นแก่ได้ ไม่เห็นแก่จังหวัดและสังคม รวมทั้งมนุษยธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ เพราะถือว่าไม่ใช่จังหวัดที่เป็นบ้านเกิดเมืองนอนของตนเอง ถึงเวลาแล้วที่จังหวัดสมุทรสงคราม โดยเฉพาะหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องตื่นมารับปัญหาที่แท้จริง พร้อมกับช่วยกันแก้ปัญหา ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ปัญหาระยะสั้น คือ ต้องดูแลนักท่องเที่ยวที่แห่แหนกันมาแต่ละอาทิตย์ไม่ต่ำกว่า 1 แสนคน ปัญหาเรือบริการนักท่องเที่ยวที่มีเป็นพันๆ ลำ ปัญหาบ้านพักในรูปแบบต่างๆ มีกว่า 700 หลังคาเรือน ปัญหาราคาสินค้าและอาหารรวมทั้งที่จอดรถขึ้นราคาอย่างบ้าคลั่ง ปัญหาสังคม และปัญหาสาธารณสุข ส่วนปัญหาระยะยาว เช่นการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม และการควบคุมบ้านพัก ไม่ให้เกิดขึ้นไปมากกว่า” (สราวุฒิ ศรีธนานันท์/สมุทรสงคราม 2009)

จากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ส่งผลต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนอัมพวา ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางด้านบวก เช่น การสร้างงาน การเกิดอาชีพ สร้างรายได้เสริม ส่งผลรวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น และในทางตรงกันข้ามก็เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านลบ ด้วยเช่นกัน เป็นต้นว่า การเสื่อมโทรมทางสภาพแวดล้อม การถูกครอบงำหรือบิดเบือนคุณค่าทางประเพณีวัฒนธรรม ความขัดแย้งภายในชุมชน การกระจายรายได้ไม่ทั่วถึงในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ย่อมมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่ และสิ่งแวดล้อม สำหรับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม อัมพวาจะเผชิญปัญหาตามมาเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ นั่นคือ ปัญหาจากขยะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนรัตน์ชัย อิ่มสุทธิ์ (2551) พบว่าผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มี ผลต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามในด้านสิ่งแวดล้อมด้านลบ ได้แก่ มลพิษจากรถยนต์และเรือ ขยะ สิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ก็มากขึ้น สัตว์ต่าง ๆ ถูกรบกวน จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากขยะบรรจุภัณฑ์ในระยะยาวได้นั้นจะต้องเกิดความร่วมมือของนักท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่นั้น ๆ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการใช้

บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

อัมพวาสมัยสงครามโลก และสมัยปฏิวัติ ตลาดต่าง ๆ ได้เสื่อมโทรมขึ้นตามลำดับ ที่ดินที่เคยปลูกเป็นสวนตาลหรือสวนผสมก็ต้องปรับเปลี่ยนเป็นสวนลิ้นจี่เป็นส่วนใหญ่ ลิ้นจี่อัมพวาเพิ่งจะได้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และได้รับการยกย่องว่าเป็นของขึ้นชื่อเอกลักษณ์ของอัมพวา นอกจากนี้บรรยากาศบ้านรินน้ำบริเวณคลองอัมพวาเคยเป็นที่เจริญรุ่งเรืองเพราะสมัยก่อนมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมาก โดยเฉพาะประเทศจีนและประเทศเพื่อนบ้านซึ่งเคยส่งออกน้ำตาลมะพร้าวเป็นสินค้าที่สามารถแลกทองคำอยู่ช่วงหนึ่ง (เกิดจากการลักลอบนำไปขาย) เพราะน้ำตาลเคยเป็นสินค้าควบคุม และอัมพวาเป็นรอยต่อของภาคใต้มายังกรุงเทพฯ จึงเป็นตลาดกลางสินค้า แม้ตลาดน้ำผ่านมาหลายยุคหลายสมัยและ ยังคงมีตลาดน้ำท่าคาที่เป็นตลาดเก่าแก่หลงเหลือให้เห็นอยู่จนถึงปัจจุบัน

ส่วนบ้านริมคลองบริเวณตลาดน้ำอัมพวานั้นสถาปัตยกรรมที่หลงเหลืออยู่นั้นแสดงให้เห็นถึงอารยธรรมของคนรุ่นก่อนที่มีความละเอียดในการออกแบบบ้านเรือนใต้ถุนสูงให้เหมาะเป็นที่อยู่อาศัยสำหรับติดต่อคมนาคมทางเรือได้สะดวก ด้วยความที่ถนนกลายเป็นเส้นทางคมนาคมที่มีบทบาท เรือจึงหมดความสำคัญไป และตลาดน้ำก็หาดูได้ยาก เมื่อความร่วมมือกับชุมชน หน่วยงานของรัฐ และอาจารย์จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เข้ามารื้อฟื้นตลาดขึ้นมา โดยจัดเป็นตลาดน้ำยามเย็น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนรู้จักมากขึ้น จนทางเท้าเลียบคลองสองข้างทางแทบจะรับไม่ไหว เศรษฐกิจและรายได้เข้ามากระจายในท้องถิ่นมากขึ้น เมืองที่เคยร้างและเงียบสงบฟื้นขึ้นมาอีกครั้ง

พื้นที่บริเวณเทศบาลตำบลอัมพวาและบริเวณใกล้เคียง เคยเป็นชุมขนเมืองริมน้ำที่รุ่งเรืองในอดีตแต่ได้ลดบทบาทไป เนื่องจากการเคลื่อนย้ายศูนย์กลางของชุมชนไปยังตัวเมืองแม่กลองจากการสร้างทางรถไฟสายแม่กลอง – วงเวียนใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 6 และการตัดทางหลวงแผ่นดินสาย 35 จึงทำให้การคมนาคมทางน้ำลดความสำคัญลง ปัจจุบันอัมพวามีพื้นที่เกษตรและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ คลองอัมพวาและแม่น้ำแม่กลองมีสภาพสิ่งแวดล้อมและมีระบบนิเวศวิทยาค่อนข้างสมบูรณ์ ทั้งยังมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของประเทศ ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) และฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนได้ผลประโยชน์ที่เกิดจากการร่วมมือกันในการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้เทศบาลตำบลอัมพวามีขีดความสามารถ

ในการพัฒนาทรัพยากร โดยมีชุมชนเป็นฐาน สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

1.1 ประวัติศาสตร์และความสำคัญของชุมชนอัมพวา

เทศบาลตำบลอัมพวา หรือ “ชุมชนอัมพวา” เป็นชุมชนริมน้ำที่ยังคงเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐานริมน้ำในอดีต ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองบริเวณสองฝั่งคลองอัมพวา พื้นที่บริเวณนี้รวมทั้งพื้นที่ตอนบนของจังหวัดสมุทรสงครามในเขตอำเภออัมพวาและบางส่วนของอำเภอบางคนทีเดิมเรียกว่า “แขวงบางช้าง” รวมอยู่กับเมืองราชบุรี ในรัชสมัยพระเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 2137 – 2198) แขวงบ้างช้างมีตลาดค้าขายแห่งหนึ่ง เรียกว่า “ตลาดบางช้าง” มีนายตลาดทำหน้าที่เก็บอากรขนอนตลาดเป็นหญิงชื่อ “น้อย” มีบรรดาศักดิ์เป็น “ท้าวแก้วผลึก” ท่านเป็นน้าสาวของท่านเศรษฐี “ทอง” พระชนกของสมเด็จพระอมรินทรามาตย์(นาก) พระบรมราชินีในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1

ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าเอกทัศน์ แขวงบางช้างกลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองสมุทรสงคราม พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาลาโลกมหาราช ขณะดำรงพระอิสริยยศ เป็น “หลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรี” ได้ทรงสมรสกับท่าน “นาก” (สมเด็จพระอมรินทรามาตย์) ธิดาของท่านทองและท่านสั้น มหาเศรษฐีแห่งแขวงบางช้าง เมื่อกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าในปี พ.ศ. 2310 ทั้งสองพระองค์ได้ทรงหลบภัยพม่ามาอยู่ที่บ้านอัมพวา ระหว่างนั้นสมเด็จพระอมรินทรามาตย์ ได้ทรงประสูติพระราชโอรสทรงพระนามว่า “ฉิม” ซึ่งต่อมาคือพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 เมื่อวันพุธ ขึ้น 7 ค่ำ เดือน 4 ปีกุน ตรงกับวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2310 ปรากฏหลักฐานในประวัติพงศาวดารตอนหนึ่งว่า

“…เมื่อพระองค์มีพระชนมายุได้ 25 พรรษา ได้รับตำแหน่งเป็นหลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรี ได้เสด็จออกไปตั้งพระนิวาสถานอยู่ที่ “บ้านอัมพวา” แขวงเมืองราชบุรีต่อกับแขวงเมืองสมุทรสงคราม และสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย อุบัติในครรโภทรพระราชชนนีพระพันปีหลวง ซึ่งปรากฏพระนามในกาลบัดนี้ว่า “สมเด็จพระอมรินทรามาตย์” อันมีพระศิริลักษณ์วิลาศญาติสมบัติสมบูรณ์ ตระกูลมหาเศรษฐี ไม่มีตระกูลใดเสมอ ณ อัมพวานิรุทยานประเทศ ณ แขวงเมืองสมุทรสงคราม”

ระหว่างที่หลบภัยจากพม่านี้เอง กรมสมเด็จพระศรีสุดารักษ์ (แก้ว) พระพี่นางองค์ที่ 2 ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ซึ่งเสด็จมาหลบภัยอยู่ที่บ้านอัมพวาด้วย ได้ประสูติพระธิดาเมื่อวันอาทิตย์ แรม 12 ค่ำ เดือน 12 ปีกุน ตรงกับวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2310 ทรงพระนามว่า “บุญรอด” ซึ่งต่อมาคือ สมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ พระบรมราชินีในล้นเกล้าฯ รัชกาลที่ 2

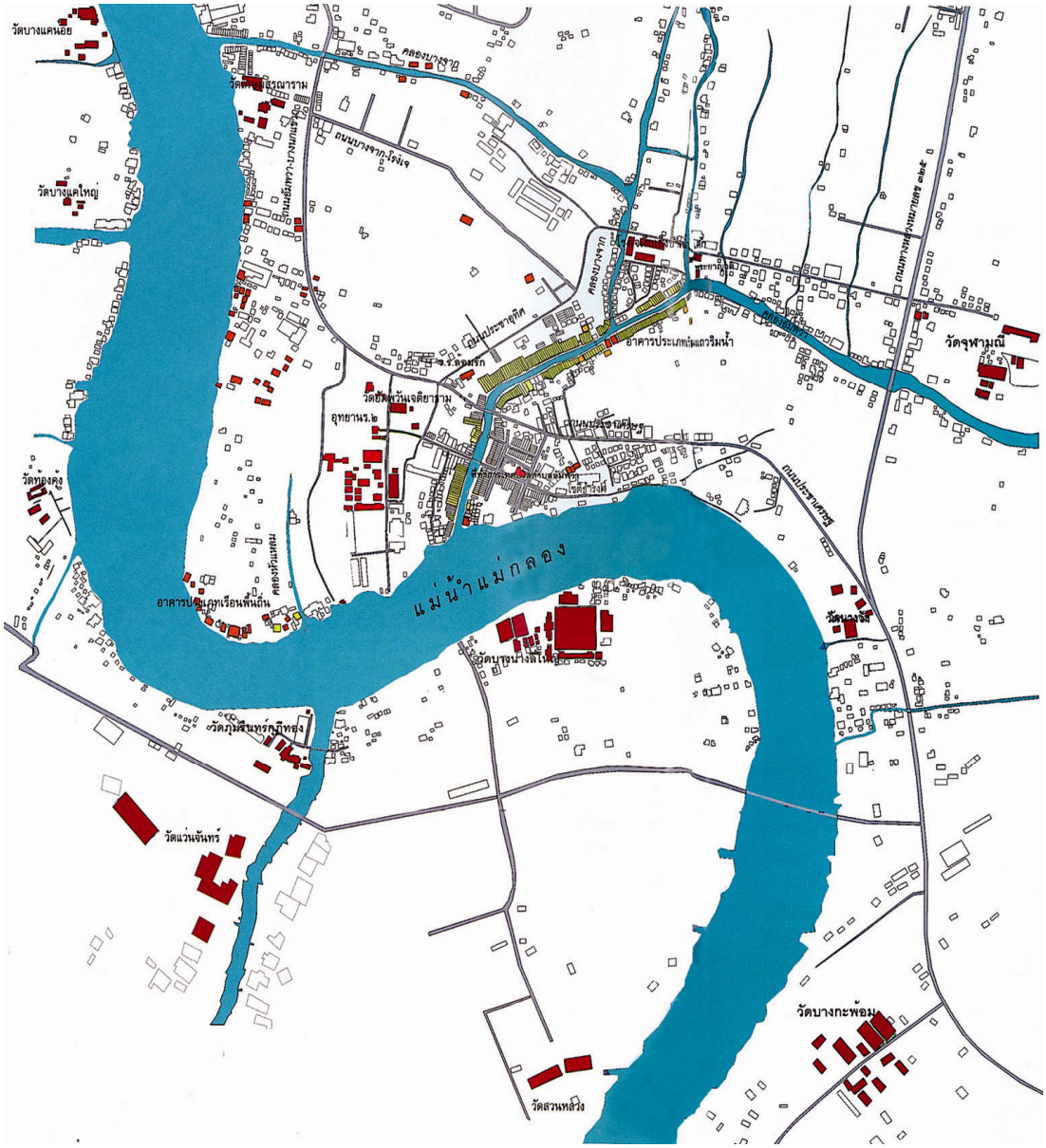
ดังนั้นชุมชนอัมพวา จึงเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอมรินทรามาตย์ (นาก) พระบรมราชินีนาถในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์

ในปี พ.ศ. 2437 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พื้นที่ตอนล่างของแขวงบางช้างได้ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภออัมพวา ขึ้นอยู่กับเมืองสมุทรสงคราม มณฑลราชบุรี ต่อมาในปี พ.ศ. 2481 ได้มีพระราชกฤษฎีกาประกาศรวมท้องที่ตำบลอัมพวา และตำบลบางกะพ้อมเข้าด้วยกันเป็นตำบลอัมพวา และทางราชการได้พิจารณาเห็นว่าตำบลอัมพวามีจำนวนประชากร ความเจริญ และรายได้ท้องถิ่นถึงเกณฑ์ที่จะจัดตั้งเป็นเทศบาลได้ จึงได้ตราพระราชกฤษฎีกายกฐานะตำบลอัมพวา ขึ้นเป็นเทศบาลตำบลอัมพวาในปี พ.ศ. 2483 มีดวงตราประจำเทศบาล เป็นรูปวงกลม มีช้างเผือกอยู่ในป่ามะม่วง ดังนั้นเทศบาลตำบลอัมพวาจึงหมายถึงตำบลในท้องที่ที่มีมะม่วงมากหรือตั้งอยู่ในป่ามะม่วง (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 2550 : 7 – 29)

1.2 ที่ตั้งและการเข้าถึง

เทศบาลตำบลอัมพา หรือ “ชุมชนอัมพวา” ตั้งอยู่ในพื้นที่ตอนกลางของอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีเนื้อที่ประมาณ 2.5 ตารางกิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 71 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดสุมทรสงครามประมาณ 6 กิโลเมตร

ทิศเหนือ จรดกับตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ทิศใต้ จรดกับแม่น้ำแม่กลาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ทิศตะวันออก จรดกับตำบลบ้านปรก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
ทิศตะวันตก จรดกับแม่น้ำแม่กลอง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



แผนภูมิที่ 2 แผนที่อำเภออัมพวา

ที่มา : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มรดกทางวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา. (สมุทรสงคราม : เทศบาลตำบลอัมพวา, 2549), 25.

1.3 การคมนาคมขนส่ง

การคมนาคมขนส่ง ภายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา และพื้นที่โดยรอบ มีทั้งการคมนาคมทางบก และทางน้ำ โดยการคมนาคมทางบกที่สามารถเข้าถึงพื้นที่ชุมชนมีหลายรูปแบบ ดังนี้

1.3.1 การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล การเดินทางจากกรุงเทพฯ ใช้เวลาประมาณ 1 ถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง โดยมาตามเส้นทางหลวงหมายเลข 35 (ถนนพระราม 2) พอถึงประมาณหลักกิโลเมตรที่ 63 จะพบทางแยกต่างระดับเข้าเมืองสมุทรสงครามแล้วขับตรงไปตามเส้นทางหลวงหมายเลข 325 (สมุทรสงคราม – บางแพ) ประมาณ 6 กิโลเมตร (กิโลเมตรที่ 36 – 37) จะพบทางแยกด้านซ้ายเข้าไปยังเทศบาลตำบลอัมพวา

1.3.2 การเดินทางโดยรถโดยสารระหว่างจังหวัด สามารถเดินทางไปขึ้นรถโดยสารได้ทั้งที่สถานีขนส่งหมอชิต และสถานีขนส่งสายใต้ ซึ่งรถโดยสารที่ออกจากสถานีขนส่งหมอชิตนั้น จะเป็นเส้นทางกรุงเทพ ฯ – สมุทรสงคราม เปิดให้บริการตั้งแต่ ช่วงเวลา 04.00 – 19.00 น. โดยรถออกทุก 20 นาที สำหรับรถโดยสารที่ออกจากสถานีขนส่งสายใต้นั้น จะเป็นเส้นทางกรุงเทพฯ – ดำเนินสะดวก เปิดให้บริการตั้งแต่ ช่วงเวลา 05.04 – 21.00 น. มีรถออกทุก 20 นาทีเช่นกัน โดยจะหยุดพักรับส่งคนที่แม่กลองและอัมพวา (ตลาดน้ำ) จากนั้นจึงเดินทางต่อไปยังดำเนินสะดวกซึ่งเป็นสถานีปลายทาง

1.3.3 การเดินทางโดยรถตู้ การเดินทางโดยรถตู้เส้นทางกรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม (แม่กลอง) สามารถขึ้นรถได้ 2 บริเวณ คือ บริเวณหน้าห้างเมอร์รี่คิงส์เก่า สาขาปิ่นเกล้า (ปัจจุบันเป็นอาคารร้าง) และบริเวณใต้ทางด่วนแจ้งวัฒนะ เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 07.00 – 20.00 น. โดยรถจะออกทุก 30 นาที

1.3.4 การเดินทางโดยรถโดยสารภายในจังหวัดสมุทรสงคราม รถโดยสารจากตัวเมืองที่มายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเทศบาลตำบลอัมพวา ตลาดน้ำอัมพวา และพื้นที่ใกล้เคียง มีดังนี้

1.3.4.1 สาย 333 ปลายทางจังหวัดราชบุรี (บางนกแขวก) เวลา 06.00 – 17.50 น. รถออกทุก 30 นาที ผ่านวัดบางกะพ้อม – ชุมชนริมน้ำคลองอัมพวา – วัดอัมพวันเจติยาราม – อุทยาน ร.2 – บ้านพญาซอ – อาสนวิหารแม่พระบังเกิด – วัดเจริญสุขาราม

1.3.4.2 สาย 415 ปลายทางจังหวัดราชบุรี เวลา 06.30 – 18.00 น. รถออกทุก 15 นาที ผ่านบ้านทรงไทย ปลายโพงพาง

1.3.4.3 สาย 467 ปลายทางดำเนินสะดวก เวลา 06.00 – 19.30 น. รถออกทุก 30 นาที ผ่านวัดบางกะพ้อม เตาตาล

นอกจากนี้ยังมีอีกหลายเส้นทางที่ผ่านพื้นที่ชุมชน โดยสามารถไปขึ้นรถได้ตามสถานที่ต่าง ๆ ดังนี้

1.3.4.4 คิวรถหน้าตลาดธนวัท ปลายทางวัดจุฬามณี เวลา 06.00 – 19.20 น. รถออกทุก 1 ชั่วโมง

1.3.4.5 คิวรถหน้าธนาคารทหารไทย ปลายทางวัดดาวโด่ง เวลา 06.30 – 16.30 น. รถออกทุก 30 นาที

1.3.4.6 คิวรถตรงข้ามร้านเม็ดยาติดทางรถไฟ ปลายทางวัดปราโมทย์ เวลา 06.10 – 18.10 น. รถออกทุก 1 ชั่วโมง ผ่านวัดบางแคใหญ่ และบ้านแมวไทย

1.3.5 การเดินทางโดยรถไฟ การเดินทางโดยรถไฟแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ช่วงแรก จากสถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ถึงสถานีมหาชัย มีทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ วันละ 17 เที่ยว เวลา 05.30 – 20.10 น. ช่วงที่สอง จากสถานีบ้านแหลมถึงสถานีแม่กลอง มีเฉพาะรถธรรมดา วันละ 4 เที่ยว เวลา 07.30 - 16.40 น.

1.4 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

ประชากรส่วนใหญ่ของเทศบาลตำบลอัมพวายังคงประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต รองลงมาเป็นการประกอบอาชีพพณิชยกรรม อุตสาหกรรม รับราชการ ฯลฯ ทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจ และรายได้ของประชากรเป็นไปตามลักษณะของการประกอบอาชีพ

1.4.1 การเกษตรกรรม ประชากรในเขตเทศบาลอัมพวา มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ที่สำคัญคือการทำสวนผลไม้โดยผลผลิตจากสวนผลไม้หลัก ๆ ได้แก่ มะพร้าว ส้มโอ ลิ้นจี่ มะม่วง เป็นต้น

1.4.2 การพาณิชยกรรมและการบริการ ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา มีธนาคารพาณิชย์ จำนวน 4 แห่ง คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

1.4.3 การอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรมภายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวามีอยู่ไม่มากนัก เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น การผลิตน้ำตาลมะพร้าว การทำขนมประเภททอฟฟี่ การผลิตและการจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

1.4.4 การท่องเที่ยว เนื่องจากเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นเมืองประวัติศาสตร์ ที่มีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมหาจักรีบรมราชวงศ์ โดยเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จ พระพุทธเลิศหล้านภาลัย ภายในพื้นที่เทศบาลตำบลอัมพวาจึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อยู่หลายแห่ง ได้แก่

1.4.4.1 อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (อุทยาน ร.2) เป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จพระราชดำเนินมาเปิดป้ายอุทยาน เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2522 และเปิดให้ประชาชนเข้าชมได้เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2530

1.4.4.2 วัดอัมพวันเจติยาราม เป็นพระอารามหลวงชั้นโทชนิดวรวิหาร เดิมเรียกกันว่า “วัดอัมพวา” ต่อมาพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานนามใหม่ว่า “วัดอัมพวันเจติยาราม” มีความหมายว่า “วัดที่มีเจดีย์และมีสวนมะม่วงเป็นที่รื่นรมย์ และเกษตรสำราญ น่าเคารพบูชา”

1.4.4.3 วัดบางกะพ้อม มีวิหารที่เป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาทจำลองสี่รอย ซึ่งสร้างในสมัยกรุงธนบุรี และเป็นที่ประดิษฐานรูปหล่อหลวงพ่อคง ธมมโชโต

1.4.4.4 ตลาดน้ำยามเย็น เป็นโครงการที่เทศบาลตำบลอัมพวาริเริ่มขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในพื้นที่ โดยตลาดน้ำยามเย็นที่จัดเป็นประจำในช่วงเวลาเย็นทุกวันศุกร์ถึงวันอาทิตย์ บริเวณปากคลองอัมพวา โดยชาวบ้านจะพายเรือเพื่อนำของมาขาย ประกอบไปด้วยอาหารคาวและอาหารหวานมากมาย เช่น กุ้งเผา ปลาหมึกเผา ก๋วยจั๊บ ผัดไทย หอยทอด ก๋วยเตี๋ยว กาแฟโบราณ เป็นต้น รวมถึงผลผลิตที่ได้ จากสวนในชุมชนอัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียง เช่น กล้วย ส้มโอ มะพร้าว พืช ผักสวนครัว เป็นต้น นอกจากนี้พื้นที่ริมคลองบริเวณตลาดน้ำ ยังจัดเป็นถนนคนเดินโดยมีร้านค้าจำหน่ายอาหาร และขนมในวรรณคดี รวมถึงร้านจำหน่ายของที่ระลึกต่างๆ มากมาย ช่วงเวลาที่จัดตลาดน้ำอยู่ระหว่าง 16.00 – 21.00 น.

1.4.4.5 ชุมชนริมน้ำ เป็นชุมชนเก่าแก่ที่ประชาชนใช้ชีวิตร่วมกับสายน้ำมาเป็นเวลายาวนาน แม้ในปัจจุบันจะมีถนนเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น แต่พื้นที่บริเวณริมน้ำยังสามารถดำรงเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐานริมน้ำ ได้เป็นอย่างดี โดยเห็นได้จากองค์ประกอบทางด้านสถาปัตยกรรมหลายอย่าง ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ ชุมชนริมน้ำดั้งเดิมที่ยังคงหลงเหลือให้เห็นตลอดลำคลอง

1. 5 ลักษณะทางสังคม

1.5.1 ชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา ประกอบไปด้วยชุมชนทั้งหมด 10 ชุมชน ได้แก่

1.5.1.1 ชุมชนบ้านหัวแหลม

1.5.1.2 ชุมชนประชาอุทิศ

1.5.1.3 ชุมชนโรงเจ

1.5.1.4 ชุมชนตลาดอัมพวา

1.5.1.5 ชุมชนวัดอัมพวัน

1.5.1.6 ชุมชนคลองอัมพวา

1.5.1.7 ชุมชนบางจาก

1.5.1.8 ชุมชนริมเขื่อน

1.5.1.9 ชุมชนบางกะพ้อม 1

1.5.1.10 ชุมชนบางกะพ้อม 2

1.5.2 การศึกษา ศาสนา ประเพณี และศิลปวัฒนธรรม

1.5.2.1 ด้านการศึกษาภายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา มีการจัดการศึกษาระดับต่าง ๆ โดยสามารถแยกได้ดังนี้

1.โรงเรียนระดับก่อนประถมศึกษาและประถมศึกษา สังกัดเทศบาลตำบลอัมพวา จำนวน 3 แห่ง ได้แก่

1.1 โรงเรียนเทศบาล 1 วัดนางวัง

1.2 โรงเรียนเทศบาล 2 วัดเกษมสรณาราม

1.3 โรงเรียนเทศบาล 3 วัดอัมพวันเจติยาราม

2. โรงเรียนระดับก่อนประถมศึกษาและประถมศึกษา สังกัดเอกชน จำนวน 2 แห่ง ได้แก่

2.1 โรงเรียนวิริยะวิทยามูลนิธิ

2.2 โรงเรียนล้อมรัก

3. โรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จำนวน 2 แห่ง ได้แก่

3.1 โรงเรียนอัมพวันวิทยาลัย

3.2 โรงเรียนวัดบางกะพ้อม (คงลาภยิ่งประชานุสรณ์)

4. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 1 แห่ง คือ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กชุมชนบางจาก

1.5.2.2 ด้านการนับถือศาสนา ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดพุทธทั้งหมด 4 วัด ได้แก่ วัดนางวัง วัดเกษมสรณาราม วัดอัมพวันเจติยาราม และวัดบางกะพ้อม

1.5.2.3 การสาธารณสุข ภายในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา ไม่มีสถานบริการของรัฐ เช่น โรงพยาบาล สถานีอนามัย แต่มีคลินิกเอกชน 3 แห่ง ร้านขายยาแผนปัจจุบัน 3 แห่ง ศูนย์บริการสาธารณสุขเทศบาล 1 แห่ง มีอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุข 2 คน และมีเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการด้านการรักษาพยาบาลเบื้องต้นอยู่ 1 คน มีผู้รับบริการเฉลี่ย 10 คนต่อวัน โดยอัตราส่วนเจ้าหน้าที่ต่อประชากรเท่ากับ 1 : 6,000 คน

1.5.2.4 การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เทศบาลตำบลอัมพวา มีงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการป้องกัน และระงับอัคคีภัยรวมตลอดถึงภัยธรรมชาติและสาธารณภัยอื่น ๆ โดยมีเครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากรในการปฏิบัติงาน ดังนี้

1. รถยนต์ดับเพลิง	จำนวน 1 คัน
2. รถยนต์บรรทุกน้ำ	จำนวน 2 คัน
3. เรือยนต์ดับเพลิง	จำนวน 1 ลำ
4. เครื่องดับเพลิงชนิดหาบหาม	จำนวน 3 เครื่อง
5. พนักงานดับเพลิง	จำนวน 10 คน

1.5.2.5 การกำจัดขยะ เทศบาลตำบลอัมพวามีรถบรรทุกขยะจำนวน 2 คัน ขนาดบรรจุ 15 ลบ.ม. จำนวน 1 คัน และขนาด 4 ลบ.ม. จำนวน 1 คัน ปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นเฉลี่ยประมาณวันละ 12 ตัน สามารถเก็บขนขยะได้เฉลี่ยประมาณวันละ 15 ตัน มีระบบการกำจัดขยะโดยวิธีฝังกลบอย่างถูกสุขลักษณะ

1. 6 สภาพทางภูมิศาสตร์

ชุมชนอัมพวา ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มี แม่น้ำแม่กลองไหลผ่านพื้นที่ทางด้านทิศตะวันตกและมีคลองอัมพวาซึ่งแยกจากแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านพื้นที่ชุมชน นอกจากนี้ยังมีคลองต่างๆ อีกหลายสายที่ไหลผ่านบริเวณพื้นที่ชุมชน เช่นคลองบางจาก คลองลัดตาโชติ คลองดาวดึงษ์ คลองผีหลอก คลองบางกะพ้อม เป็นต้น จากการที่มีโครงข่ายคลองอยู่ทั่วไปภายในพื้นที่ชุมชนส่งผลให้เกิดความ สะดวกสบายทางด้านการคมนาคมทางน้ำ และการประกอบอาชีพโดยเฉพาะทางด้านการเกษตรกรรม เป็นอย่างมากพื้นที่ส่วนใหญ่ภายในชุมชนจึงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม และจากลักษณะสภาพทาง ภูมิศาสตร์ของพื้นที่ชุมชนอัมพวา ที่ได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเล หนุนทำให้มีน้ำไหลขึ้นลงตลอดทั้งปี ส่งผลให้ชุมชนอัมพวาได้ชื่อว่าเป็นเมือง 3 น้ำ คือ มีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ลักษณะภูมิอากาศของชุมชนอัมพวาโดยทั่วไปมีอุณหภูมิ ที่ไม่ร้อนมากนัก เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากทะเล มีฝนตกชุกในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีอากาศค่อนข้างเย็น

1.7 ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

ชุมชนอัมพวามีระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สืบเนื่องมาจากสภาพที่ตั้งของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มใกล้ปากแม่น้ำที่ไหลลงสู่อ่าวไทย ทำให้มีการตกตะกอนของแร่ธาตุต่างๆ ชุมชนอัมพวามีคลองสาขาย่อยของแม้น้ำแม่กลองไหลผ่านหลายสาย ได้แก่ คลองอัมพวาคลองดาวดึงษ์ คลองบางจาก คลองผีหลอก และคลองเล็กที่แยกย่อยจากคลองดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สร้างความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ดินในพื้นที่ ประชากรในชุมชนจึงประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยพื้นที่สวนผลไม้ส่วนใหญ่อยู่ถัดจากเรือนแถวริมคลองอัมพวาเข้าไปด้านใน

นอกจากความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแล้ว อัมพวายังได้ชื่อว่าเป็น “เมืองสามน้ำ” กล่าวคือ เป็นเมืองที่มีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม เมื่อน้ำทะเลขึ้นจะดันน้ำจืดในแม่น้ำแม่กลองและคลองต่างๆ กลับขึ้นไป เมื่อน้ำทะเลหนุนขึ้นมาแทนที่น้ำจืดจะเปลี่ยนเป็น น้ำกร่อย หรือภาษาชาวบ้านเรียกว่า น้ำลักจืด ลักเค็ม ปริมาณน้ำขึ้น – ลง ในแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับวันข้างขึ้นข้างแรม โดยปริมาณน้ำขึ้น – น้ำลง ต่ำกว่า โดยจะอยู่ในช่วงขึ้นหรือแรม 6 – 11 ค่ำ

การเป็นเมืองสามน้ำของชุมชนอัมพวาส่งผลให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งการสร้างความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศทำให้เกิดมีพรรณไม้ยืนต้นและ เป็นพุ่มต่าง ๆ มากมาย เช่น ต้นลำพู ต้นจาก ต้นแสมดำ ต้นแสมขาว ต้นเหงือกปลาหมอ เป็นต้น มีสัตว์น้ำที่สำคัญได้แก่ ปลากระบอก ปลากระพง ปลาตะเพียน ปลาตีน กุ้งแม่น้ำหรือกุ้งก้ามกราม ปูที่พบมากได้แก่ ปูแสม ปูก้ามดาบ และหอยต่าง ๆ มีนกอพยพ และนกประจำถิ่นมากกว่า 100 ชนิด เช่น นกยางควาย นกยางรอก เหยี่ยวแดง นกเอี้ยง เป็นต้น และมีสัตว์เลื้อยคลาน เช่น กิ้งก่า และตัวเงินตัวทอง นอกจากนี้ยังมีแมลงนานาชนิดอีกเป็นจำนวนมาก การที่ชุมชนอัมพวามีระบบนิเวศที่เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของต้นลำพูแล้ว มักให้พบเห็นต้นลำพูได้ทั่วไปบริเวณริมแม่น้ำ บริเวณนี้เองที่เป็น ที่อยู่ของ หิ้งห้อยนับล้านตัว หิ่งห้อยนั้นกินใบอ่อนของต้นลำพูเป็นอาหาร และอาศัยโพรงดินใต้ต้นลำพูเป็นที่วางไข่ การเที่ยวชมหิ่งห้อยต้องใช้เรือล่องไปตามแม่น้ำแม่กลองตอนกลางคืน อีกบริเวณหนึ่งที่พบหิ่งห้อยได้มากคือ คลองผีหลอก ซึ่งเชื่อมต่อกับคลองอัมพวาและแม่น้ำแม่กลอง (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2550 : 16 – 23)

สรุปจากผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอัมพวาและผลกระทบที่เกิดขึ้นสามารถสรุปโดยภาพรวมได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ชุมชนจากชาวบ้านเป็นธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต

2. ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่อาจไม่สอดคล้องกันกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น การนั่งเรือชมหิ่งห้อย

3. มลภาวะทางด้านต่าง ๆ

4. การหาผลประโยชน์จากที่สาธารณะ

5. การขัดแย้งด้านการแบ่งผลประโยชน์ของชุมชนจากการทำธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

จากผลสรุปดังกล่าวผู้วิจัยในฐานะนิสิต นักท่องเที่ยว และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นชาวอัมพวาโดยกำเนิด คิดว่าสิ่งเหล่านี้เป็นประเด็นเกี่ยวกับกับตลาดน้ำอัมพวาอย่างยิ่งที่จะละเลยไม่ได้ เพราะตลาดน้ำอัมพวาถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ น่าเสียดาย

เป็นอย่างยิ่ง ถ้าความเป็นอัมพวา เกิดความเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็วด้วยกลไกบางอย่าง ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1. กลไกทางเศรษฐกิจ แน่นอนว่าตลาดน้ำอัมพวาเมื่อมีชื่อเสียง เศรษฐกิจก็จะเฟื่องฟูขึ้นตามกลไกตลาดของหลักเศรษฐศาสตร์ แต่เมื่อเงินสะพัดมากเกินไป ความรู้สึกบางอย่างในตัวชุมชนย่อมจะเสียได้ง่าย ๆ เงิน จะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทสำคัญ ที่ทำลายวิถีชีวิต ความเป็นมิตรของชาวอัมพวา และส่งผลกระทบเป็นปัญหาการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ชุมชน ผลประโยชน์ที่ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน มลภาวะทางด้านต่าง ๆ และความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ของชุมชนดังได้กล่าวมาแล้ว

2. กลไกทางสังคม การร่วมมือกันของคนในชุมชนอัมพวาถือว่าเข้มแข็งมาก และหากไม่มีผู้นำที่ดีและความร่วมมือจากหลายฝ่าย ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมก็อาจไม่สามารถพัฒนาไปในทางที่ดี แต่การที่จะให้ชาวบ้านได้มีส่วนร่วม มีความเข้าใจในทุกคนนั้นต้องอาศัยสิ่งยึดเหนี่ยวหรือการโน้มน้าวทางทัศนคติ ดังเช่นเมื่อชี้นำให้ชาวบ้านเข้าใจว่าพื้นที่อัมพวาเคยเป็นต้นกำเนิดราชวงศ์จักรี พื้นที่อัมพวาเคยมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์มากในเหตุศึกสงคราม มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของไทยมาแต่โบราณกาล แต่ก็ยากที่จะทำให้ชาวบ้านทุกคนเข้าใจถึงสาระอย่างแท้จริง บางทีดูเหมือนความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ กลับกลายเป็นความรู้สึกบางอย่างที่เมื่อบุคคลภายนอกได้สัมผัสแล้วรู้สึกเหมือนแปลกแยก (แต่ความรู้สึกนี้อาจเป็นเพียงความรู้สึกพื้นฐานที่พึงเกิดกับนักท่องเที่ยวแปลกถิ่นทุกคนกับชาวบ้าน) เสมือนเป็นความภาคภูมิในเรื่องของเขา ไม่ใช่ความภาคภูมิใจของชาติเรา

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการสื่อสาร

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

2.1.1 ความหมายของการรับรู้

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการรับรู้ ดังนี้

สตีเฟ่น ร๊อบบิ้น (Stephen Robbins 2009 : 136) กล่าวถึง การรับรู้ ว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลให้ความหมายกับสิ่งที่อยู่รอบตัวโดยการรวบรวมและตีความจากประสาทที่ได้รับ เมื่อเรารับรู้สิ่งใดก็มักเชื่อว่าสิ่งนั้นเป็นความจริง บุคคล 2 คนได้เห็นสิ่งเดียวกัน แต่อาจเกิดการรับรู้ต่างกัน

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2552 : 83) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลให้ความหมายกับสิ่งที่อยู่รอบตัวโดยการรวบรวมและตีความจากประสาทที่ได้รับ เมื่อเรารับรู้สิ่งใด ก็มักเชื่อว่าสิ่งนั้นเป็นความจริง บุคคล 2 คนได้เห็นสิ่งเดียวกัน แต่อาจเกิดการรับรู้ต่างกัน

ผู้จัดการคนหนึ่งอาจตีความว่าการที่ผู้ช่วยของเขาใช้เวลา 2 – 3 วัน ทำงานชิ้นหนึ่งว่าเชื่องช้า ไม่รีบตัดสินใจ ในขณะที่ผู้จัดการอีกคนหนึ่งที่มีผู้ช่วยใช้เวลา 2 – 3 วัน ทำงานอย่างเดียวกัน อาจตีความว่าผู้ช่วยของเขาทำงานดี รอบคอบ ไม่ผลีผลามเมื่อเรารับรู้และเชื่อในสิ่งนั้น เราก็จะมีพฤติกรรมไปตามการรับรู้ด้วย

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2550 : 59) กล่าวถึง การรับรู้ว่า เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า มนุษย์เราทุกคนนั้นมีความสามารถโดยธรรมชาติที่จะรู้สึกในรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส หรือที่เรียกว่าสัมผัสทั้ง 5 ได้ สัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์จะเกิดขึ้นได้ก็ต้องมีสิ่งเร้าภายนอก (Outside stimuli) เช่น คลื่นแสง คลื่นเสียง พลังงานทางเคมีของสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้บุคคลรับกลิ่นได้ เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีสิ่งเร้าภายใน (inside stimuli) อาทิ พลังงานที่มาจากกล้ามเนื้อหรืออาหารที่ผ่านระบบการย่อย จากนั้นร่างกายก็ดูดซับไว้ใช้เป็นพลังงานต่อไป หรือต่อมที่ผลิตฮอร์โมนซึ่งมีผลต่อพฤติกรรม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องของกายภาพอยู่เป็นพื้นฐาน

จากการที่บุคคลรู้สึกในสิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัวเขา นั่นก็เท่ากับว่าความรู้สึกนั้นได้ส่งข้อมูลดิบ (raw data) เข้ามาสู่ประสาททั้ง 5 จากนั้นก็จะเป็นการตีความหมายในข้อมูลดิบเหล่านั้น แล้วจึงเกิดการรับรู้หรือจิตภาพ (Perception) ขึ้น ดังนั้นกระบวนการการรับรู้จึงเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของการคัดเลือก (Selection) การจัดระเบียบ (Organization) และการตีความ (Interpretation) ข้อมูลดิบต่าง ๆ หรือความรู้สึกต่าง ๆ ของบุคคลบุคคลหนึ่ง

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ คือ กระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ตีความหมายของการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจของตนเองเกี่ยวกับสิ่งเร้านั้น ซึ่งในการตีความหรือแปลความหมายจะต้องอาศัยประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมที่มีเคยมีมาก่อนเป็นองค์ประกอบ

2.1.2 กระบวนการย่อยของการรับรู้

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2550 : 60 – 61) กล่าวว่า กระบวนการย่อยของการรับรู้จะเป็นการแสดงถึงความสลับซับซ้อนและธรรมชาติของการกระทำตอบโต้ได้ในการรับรู้ ซึ่งอาจแบ่งกระบวนการย่อยนี้ได้เป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

สภาพแวดล้อมภายนอกในที่นี้หมายถึง สิ่งเร้า (Stimulus)หรือสถานการณ์ (Situation) สิ่งเร้านั้นก็คือการเร้าทางประสาทสัมผัส (Sensual Stimulation) ดังกล่าวมาแล้ว ส่วนสถานการณ์ต่าง ๆ นั้นอาจเป็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) อาทิ สถานที่ทำงาน ภูมิอากาศ หรือสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม (Sociocultural environment) อาทิ ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม อาจกล่าวได้ว่าการรับรู้จะไม่อาจเกิดขึ้นได้เลยหากไม่มี

สิ่งเร้ามากระทบตัวบุคคลหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งขึ้น แต่หากปรากฏมีสิ่งเร้าหรือเกิดสถานการณ์ดังกล่าว ก็ถือว่าขั้นตอนแรกของกระบวนการย่อยได้เกิดขึ้นแล้ว ซึ่งจะตามด้วยขั้นตอนต่อไป

2. การเผชิญหน้า (Confrontation)

สำหรับการเผชิญหน้านั้น อาจกล่าวได้ว่าการรับรู้ของบุคคลเริ่มเมื่อบุคคลนั้นได้เผชิญหน้ากับสิ่งเร้าทางกายภาพอย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะ หรือเผชิญกับสถานการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งดังกล่าวมาแล้ว ตัวอย่างของการเผชิญหน้าทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคมวัฒนธรรมก็ได้แก่การที่บุคคลเข้าไปทำงานในองค์การหนึ่งและถูกแวดล้อมด้วยทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมขององค์การ

การรับรู้ในสิ่งเร้าทางกายภาพของบุคคลนั้นจะเป็นไปได้มากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับตัวกรองความรู้สึก (Sensory Filters) ของบุคคลนั้น ๆ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ความสามารถทางกายภาพของบุคคล อาทิ ความสามารถของสายตา ซึ่งมีต่าง ๆ กัน เช่น บางคนตาสั้น บ้างตายาว บ้างตาเอียง หรือความสามารถในการได้ยิน เป็นต้น นอกจากนั้นตัวกรองหรือความสามารถนี้ยังเปลี่ยนแปลงแตกต่างไปในแต่ละบุคคลตามอายุ ความอดทนทางกายภาพ เป็นต้น ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการรับรู้ของประสาทสัมผัสนั้นเป็นเรื่องส่วนตัวของแต่ละบุคคลจริง ๆ แม้การรับรู้ในประสาทสัมผัสจะเกิดขึ้น และร่างกายมนุษย์รับข้อมูลดิบของสิ่งเร้า แล้วก็ตาม ความรู้สึกนึกคิดในจิตใจของบุคคลนั้นจะยังไม่เกิดจนกว่าขั้นตอนของการคัดเลือกจะมีขึ้น

3. การคัดเลือก

เมื่อผ่านขั้นตอนการเผชิญหน้ากับสิ่งเร้าและสถานการณ์และรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้ว ในท่ามกลางสิ่งเร้ามากมายและสถานการณ์ต่าง ๆ นั้น บุคคลจะเลือกให้ความสนใจในสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างตามทัศนะของบุคคลนั้น ขั้นตอนนี้เรียกว่า การคัดเลือก (Selection) ขั้นตอนการคัดเลือกนี้จะเกี่ยวข้องกับตัวกรองทางจิตวิทยา (Psychological Filters) ซึ่งจะกำหนดว่าสิ่งเร้าใดที่บุคคลจะรับไว้หรือจะปฏิเสธ บุคคลจะมีความตระหนักหรือเห็นความสำคัญในสิ่งเร้าที่ตนได้คัดเลือกและจะไม่เห็นความสำคัญในสิ่งเร้าที่ตนปฏิเสธ แม้สิ่งเร้านั้นจะมีอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกันก็ตาม ในขั้นตอนการคัดเลือกนี้ปรากฏมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือก นั่นก็คือลักษณะของสิ่งเร้าประการหนึ่ง และลักษณะของผู้ทำการคัดเลือกอีกประการหนึ่ง

4. การจัดระเบียบ

เมื่อบุคคลได้คัดเลือกรับรู้สิ่งเร้าในสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ก็จะเกิดการจัดระเบียบของการรับรู้ (Perceptual Organization) ทั้งนี้เพื่อจะเป็นการปูทางให้ขั้นตอนที่จะเกิดขึ้นต่อไป แม้บุคคลแต่ละคนจะมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว อันทำให้เขาแตกต่างไปจากบุคคลอื่นอย่างมากก็ตาม แต่ก็มีปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการจัดระเบียบของการรับรู้ในสิ่งเร้าของบุคคลโดยทั่วไป ปัจจัยเหล่านั้นได้แก่ความคล้ายคลึงกัน (Similarity) เช่น ความคล้ายคลึงกันในเรื่องสี ขนาด หรือลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้เห็นความแตกต่างทางกายภาพ นอกจากนั้นระยะใกล้ไกล (Proximity in Space) ความเร็วช้า (Proximity in Time) ของสิ่งเร้าหรือสิ่งที่ถูกรับรู้ก็มีอิทธิพลต่อการจัดระเบียบของการรับรู้ด้วยเช่นกัน นั่นก็คือสิ่งที่อยู่ใกล้ ๆ กัน หรือเคลื่อนไหวด้วยความเร็วช้าพอ ๆ กันจะถูกรับรู้ว่าอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

5. การตีความ (Interpretation)

ขั้นตอนการตีความนี้ เป็นขั้นตอนของการตีความในสิ่งเร้าที่รับเข้ามาในตัวบุคคลและได้จัดระเบียบไว้แล้ว การตีความนี้ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในบรรดาขั้นตอนทั้งหลาย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตีความ ก็คือลักษณะของสิ่งเร้าและลักษณะส่วนตัวของบุคคลผู้นั้น นอกจากนั้นยังมีปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตีความ ได้แก่ Stereotype , halo effect เป็นต้น

2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธพลต่อการรับรู้ (Factors that Influence Perception)

สตีเฟ่น ร๊อบบิ้น (Stephen Robbins 2009 : 136) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Factors that Influence Perception) ไว้ 3 อย่างดังนี้

การที่คน 2 คนเห็นสิ่งเดียวกันแต่เกิดการรับรู้แตกต่างกัน อาจเกิดจากปัจจัย 3 อย่าง คือ 1) ตัวผู้รับรู้เอง (Perceiver) 2) สิ่งที่เห็น (Target) 3) สถานการณ์ (Situation)

1. ตัวผู้รับรู้เอง (Perceiver) แต่ละคนที่เห็นสิ่งเดียวกันแต่รับรู้ต่างกันอาจเป็นเพราะ แต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ทัศนคติ บุคลิกภาพ แรงขับเคลื่อน ความสนใจ ประสบการณ์ และความคาดหวัง

2. สิ่งที่เห็น (Target) หรือสิ่งที่เห็นอาจทำให้การรับรู้แตกต่างกัน คนเสียงดัง คนสวย คนที่มีจุดเด่นต่างๆ จะถูกเห็นหรือสังเกตได้มากกว่าคนอื่นๆ นกลุ่มเดียวกัน นอกจากนั้นเป้าหมายต่างๆ มักมิได้ถูกเห็นโดดเดี่ยว แต่จะมีสิ่งอื่นๆ หรือเบื้องหลังอยู่ด้วยซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้มาก นอกจากนี้เมื่อเรามองดูสิ่งใดในทิศทางที่แต่กต่างกัน สิ่งที่เราเห็นจะแตกต่างกัน

3. สถานการณ์ (Situation) หรือสิ่งแวดล้อมขณะที่เราเห็นเป้าหมายหากแตกต่างกันก็อาจทำให้การรับรู้แตกต่างกันด้วย เช่น เวลาที่เห็น สถานที่หรือทำเลที่เห็น ระดับแสงไฟขณะเห็น ความร้อน สี และ สิ่งแวดล้อม ประกอบอื่นๆ

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2550 : 61 – 62) กล่าวว่า ปัจจัยของการเลือกที่จะรับรู้มี 2 ปัจจัยสำคัญ คือ ปัจจัยความสนใจจากภายนอก และปัจจัยความสนใจจากภายใน

1. ปัจจัยความสนใจจากภายนอก ในที่นี้ปัจจัยความสนใจจากภายนอก (External Attention Factors) มิได้หมายถึงสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ แต่หมายถึงลักษณะบางอย่างของสิ่งเร้าหรือสถานการณ์เหล่านั้น ได้แก่ ความเข้ม (Intensity) อันหมายถึงความเข้มของสี แสง เสียง หรือรสก็ได้ โดยทั่วไป บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งที่มีความเข้มมากกว่าสิ่งที่อ่อนหรือเจือจาง ขนาด (Size) ก็คล้ายกับความเข้ม สิ่งที่ยิ่งมีขนาดใหญ่จะยิ่งเรียกร้องความสนใจได้มากขึ้น ความตรงกันข้ามหรือความขัดแย้งกัน (Contrast) อาทิ ของเล็กอยู่ใกล้ของใหญ่ ซึ่งมีลักษณะขัดแย้งหรือตรงกันข้ามกันจะทำให้ผู้มองเห็นสิ่งนั้นได้ชัดเจนมากขึ้น การทำซ้ำ (Repetition) นั้นก็คือ การกระทำซ้ำ ๆ กันจะเป็นการเรียกความสนใจได้ดีกว่าการเกิดสิ่งเร้าเพียงครั้งเดียว การเคลื่อนไหว (Motion) บุคคลจะให้ความสนใจกับสิ่งที่เคลื่อนไหวมากกว่าสิ่งที่อยู่นิ่งกับที่ เป็นต้น

2. ปัจจัยความสนใจจากภายใน (Internal Attention Factors) ซึ่งหมายถึงปัจจัยภายในตัวบุคคลนั้นเอง อันอาจพิจารณาได้ในประเด็นการจูงใจ การเรียนรู้ และบุคลิกภาพซึ่งล้วนสัมพันธ์กับการรับรู้ทั้งสิ้น

มนุษย์นั้นเมื่อเกิดมาก็จะมีความต้องการต่าง ๆ (Needs) ทั้งทางกายภาพและทางจิตใจ เมื่อมีความต้องการเกิดขึ้นภายในตัว บุคคลก็จะพยายามตอบสนองความต้องการของตนอันจะทำให้เกิดความสุขและความพึงพอใจ ดังนั้นบุคคลจึงสนใจในสิ่งที่จะช่วยทำให้ความต้องการของเขาได้รับการตอบสนอง อาทิ ความหิวนั้น อาหารก็จะเป็นสิ่งจูงใจ (Incentive) ที่จะคอยสนองความต้องการในความหิวนั้นได้ สำหรับบุคคลที่มีความต้องการในระดับสูงขึ้น อาทิ ความต้องการในอำนาจหรือความสำเร็จนั้น เขาก็จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่จะเอื้ออำนวยให้เขาบรรลุถึงความต้องการดังกล่าวได้ ฉะนั้นการประพฤติปฏิบัติหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาจึงเป็นผลของการจูงใจและการรับรู้ดังได้ยกตัวอย่างมาข้างต้น

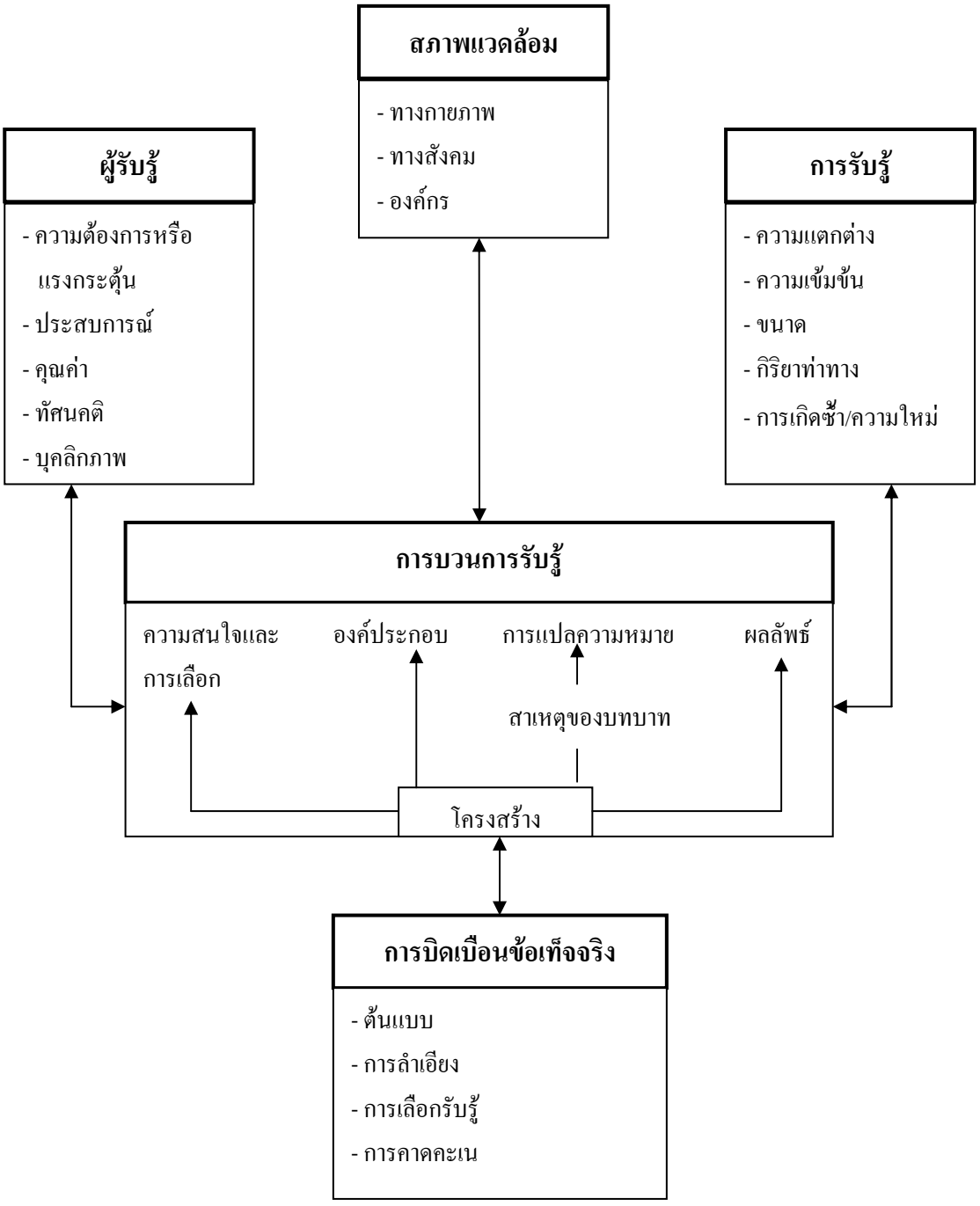
การเรียนรู้ที่บุคคลมีมาแต่เกิดจนกระทั่งเป็นผู้ใหญ่นั้นจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้ของตัวเขา บุคคลจะมีการเรียนรู้ที่ต่างกัน ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความสนใจและรับรู้ในสิ่งเร้าและสถานการณ์รอบตัวเขาต่างกันไปด้วย นอกจากการจูงใจและการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้แล้วบุคลิกภาพก็มีส่วนในการช่วยทำให้บุคคลนั้นเลือกรับรู้ในบางสิ่งบางอย่าง

ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของเขา เช่น บุคลิกภาพของผู้จัดการหนุ่ม ๆ มักทำให้เขาไม่สนใจในการลงโทษ แต่กลับสนใจในการให้ความสนับสนุนและกำลังใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาของเขาเป็นต้น

2.1.4 การวัดการรับรู้

เนื่องจากการรับรู้ คือ กระบวนการที่สมองแปลความหมายของการสัมผัสที่คนได้รับออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งในการแปลงความหรือตีความหมาย คนต้องใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องช่วย ดังนั้น การวัดการรับรู้อาจทำได้โดยการวัดความรู้ความเข้าใจที่เป็นผลมาจากการแปลความหรือตีความหมาย เมื่อมีสิ่งเร้าไปกระตุ้นประสาทสัมผัสของบุคคล

จากการศึกษาความหมายของการรับรู้ดังกล่าวข้างต้น พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ เชอร์เมอฮอร์น (Schermerhorn 2001 : 118 – 121) ที่กล่าวว่า ในสถานการณ์จริงนั้น การรับรู้ของบุคคลเกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ซึ่งมีกระบวนการรับรู้ในการกลั่นกรองและตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ภาระหน้าที่ต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ความรู้สึกต่าง ๆ และอุดมการณ์แสดงให้เห็นตามรูปแบบจำลองกระบวนการรับรู้ ดังนี้



แผนภูมิที่ 3 แบบจำลองกระบวนการรับรู้ของเชอร์เมอฮอร์น (Perception process)

ที่มา : Schermerhorn , H. Osborn. and Wood, W. Zeffane, Organisational Behaviour, (Australia : John Wiley & Sons. Inc, 2001), 118.

จำนวนปัจจัยที่มีส่วนทำให้การรับรู้แตกต่างกัน และกระบวนการรับรู้ของคนในการทำงาน รวมทั้งคุณลักษณะของการรับรู้ และสถานการณ์การรับรู้ สรุปได้ดังแบบจำลองของกระบวนการการรับรู้ดังต่อไปนี้

ผู้รับรู้ (The Perceiver) ความต้องการของบุคคลหรือแรงจูงใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณค่า ทัศนคติ และบุคลิกภาพ อาจจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ ทัศนคติทางบวกของคนนำไปสู่การรับรู้ทั้งหมด

สภาพแวดล้อม (The Setting) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ทางสังคม และองค์ประกอบหรือบริบทของการรับรู้ สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ เช่นการได้ยินผู้ใต้บังคับบัญชาเรียกผู้บังคับบัญชา แล้วสามารถสื่อให้เห็นถึงการยอบรับ หรือความพึงพอใจได้

ผลการรับรู้ (The Perceived) คุณลักษณะของการรับรู้ เช่น ความแตกต่าง ความเข้มข้น ขนาด กิริยาท่าทาง และการรับรู้หรือความใหม่เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการรับรู้ (Schermerhorn 2001 : 118 – 121)

2.1.5 ระยะเวลาของกระบวนการรับรู้ (The stage of the perceptual process)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความทรงจำ และคุณลักษณะของการรับรู้ที่มีอิทธิพลเหนือกว่าซึ่งเป็นรูปแบบในปัจจุบันที่ย้อนกลับมาสู่กระบวนการรับรู้ที่อธิบายให้เห็นภาพจากรูปแบบของกระบวนการรับรู้ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นซึ่งกระบวนการรับรู้ประกอบด้วย 4 ระยะ คือ 1) ความสนใจข้อมูลข่าวสารหรือการเลือก 2) องค์ประกอบของข้อมูลข่าวสาร 3) การแปลความหมายของข้อมูลข่าวสาร 4) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากความทรงจำของเรา

1. ความสนใจข้อมูลข่าวสาร และการเลือก (Attention and Selection) ประสาทสัมผัสเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลากับข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ถ้าเราไม่กลั่นกรองข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นจะทำให้ไร้ความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้น การเลือกกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารเป็นเหตุผลที่เล็กมากที่มีความสัมพันธ์ในส่วนต่างๆของข้อมูลข่าวสารทั้งหมด การเลือกบางครั้งมาจากกระบวนการควบคุม ซึ่งเป็นความรู้สึก หรือการคิดได้ในการตัดสินใจที่จะสนใจ หรือไม่สนใจข้อมูลข่าวสารนั้น ในกรณีการรับรู้ที่เป็นการตระหนักในกระบวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ผ่านมา ดังนั้นการเลือกส่งผลให้ยอบรับประเด็นต่างๆในการรับรู้ที่ตระหนักได้

2. องค์ประกอบ (Organization) แม้ว่าการเลือกกลั่นกรองในระยะของความสนใจเป็นความเงียบสงบที่จำเป็นในการหาแนวทางจัดระบบข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ โครงสร้างเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้เป็นกรอบที่อธิบายองค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับความคิดหรือตัวกระตุ้นให้มีการพัฒนาประสบการณ์ รูปแบบการรับรู้ของคนประกอบด้วยข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้น ซึ่งปรากฏให้เห็นเป็นพฤติกรรม และบุคลิกภาพ ดังนั้นมนุษย์กับโครงสร้างการตัดสินใจจะโน้มเอียงไปสู่การรับรู้ของบุคคลในระยะเวลาที่กำหนดของการยอบรับเหตุการณ์ หรือสภาวะแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียกร้องเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

3. การแปลความหมาย (Interpretation) สิ่งหนึ่งที่คุณให้การพิจารณาอย่างสนใจ เป็นการได้รับการกระตุ้น และเป็นการรวมกลุ่ม หรือองค์ประกอบของข้อมูลข่าวสาร ที่คุณพยายามตอบว่าทำไมถึงทำอย่างนี้ ดังนั้นถ้าคุณรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เหมือนเดิมและมีองค์ประกอบที่เหมือนกับเพื่อนคุณ คุณควรจะแปลความหมายกัน

ระยะการแปลความหมาย เป็นช่วงที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้เป็นอย่างมาก โดยเกี่ยวกับต้นเหตุซึ่งเป็นความพยายามอธิบายว่าทำไมบางสิ่งบางอย่างนี้เกิดขึ้นได้อย่างไร

4. ผลการรับรู้ (Retrieval)

เรามีการอภิปรายเกี่ยวกับระยะของกระบวนการรับรู้อย่างเท่า ๆ กัน ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นกับพวกเขาทั้งหมดในเวลาเดียวกัน โดยวิธีใดก็ตามนำไปสู่พฤติกรรมเพิกเฉยมีส่วนประกอบที่สำคัญของความจำแต่ละช่วงของความจำที่ผ่านมา มีส่วนทำให้สิ่งกระตุ้นหรือข้อมูลข่าวสารในความทรงจำของคุณกลับมาได้ ถ้านำมาใช้ใหม่

เวลาที่ผ่านมาทั้งหมดเป็นประสบการณ์ เมื่อเราไม่สามารถนำข้อมูลในความทรงจำกลับมาได้มากกว่า ธรรมดามันเป็นการเสื่อมลงของความทรงจำของเรา ดังนั้นข้อมูลข่าวสารบางอย่างเท่านั้นที่กลับมาได้ โครงสร้างเป็นคำเฉลยการอธิบาย ปัจจัยเหล่านั้นเขาสร้างมันยากสำหรับคนที่ทบทวนความทรงจำ (Stephen Robbins 2009 : 139 – 142)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การรับรู้ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลทั่วไปเกิดจากการตีความออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ โดยใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมที่ได้รับมาจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการมีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เป็นเครื่องช่วยโดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.2.1 ความหมายของการสื่อสาร

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการสื่อสาร ดังนี้

สุพานี สกฤษฎ์วานิช (2552 : 269) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การเคลื่อนย้ายหรือส่งผ่านข่าวสาร ข้อมูล หรือความหมายบางอย่างของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน หรือเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างตามที่ต้องการ

ภารดี อนันต์นาวี (2551 : 139) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งหรือหลายคน ไปยังบุคคลหนึ่งหรือหลายคน และในการติดต่อสื่อสารนั้น จะต้องมีผู้ส่งข่าวสาร และมีผู้รับข่าวสาร

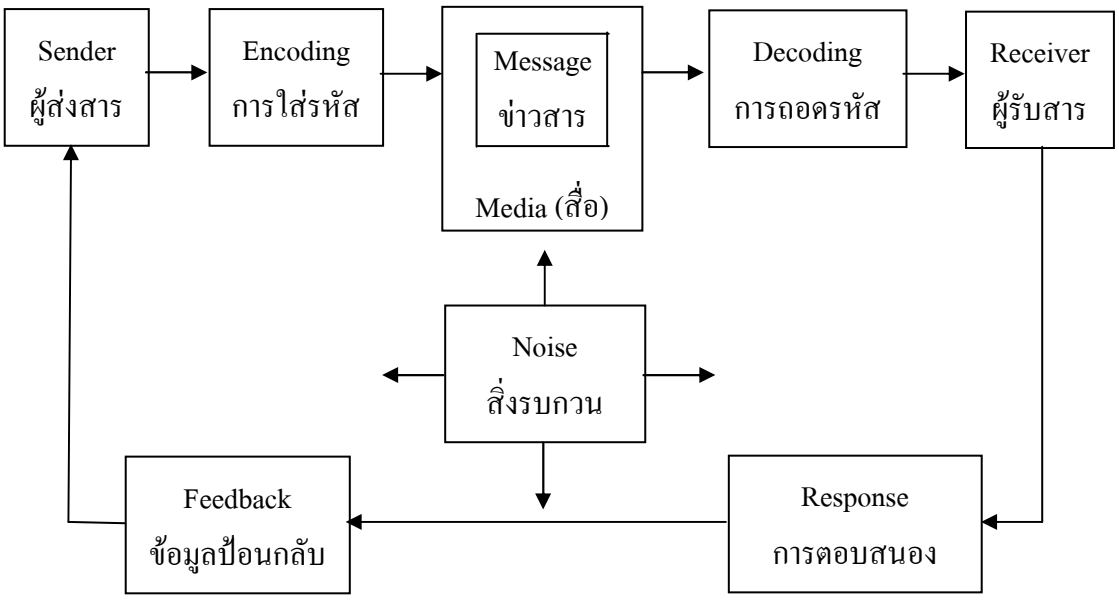
วิรัช สงวนวงศ์วาน (2550 : 132) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายโอนและการทำความเข้าใจในความหมาย (Transfer and Understanding of Meaning) ดังนั้นการสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อสามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2548 : 17) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาโดยคาดหวังให้เป็นไปตามผู้ส่งข่าวสารต้องการ

โดยสรุป การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่ผู้ส่งข่าวสารจะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร การกระทำและความเข้าใจ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไปยังผู้รับข่าวสาร ซึ่งกระบวนการติดต่อสื่อสารจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อ ผู้ส่งข่าวสารและผู้รับสารจะต้องมีประสบการณ์ร่วมกันและตีความหมายตรงกัน

2.2.2 กระบวนการติดต่อสื่อสาร

โดยทั่วไปกระบวนการสื่อสาร จะเป็นกระบวนการที่เป็นพลวัติ (Dynamic) ที่เริ่มจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ซึ่งผู้ส่งก็จะเป็นผู้รับได้ด้วย และผู้รับก็จะเป็นผู้ส่งได้ด้วย แต่ก็อาจแสดงองค์ประกอบและกระบวนการให้ง่ายแก่การเข้าใจ ดังภาพที่ 4



แผนภูมิที่ 4 องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

ที่มา : สุพานี สฤษฎ์วานิช, พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ : แนวคิด และทฤษฎี, พิมพ์ครั้งที่ 2 (ปทุมธานี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, 2552), 271.

จากแผนภูมิที่ 4 แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วยองค์ประกอบ 9 ส่วน คือ บุคคล 2 ฝ่าย 1) ผู้ส่ง (Sender) และ 2) ผู้รับ (Receiver) เครื่องมือในการสื่อสาร คือ 3) ข่าวสาร (Message) และ 4) สื่อ (Media) นอกจากนั้นยังประกอบด้วยหน้าที่หลักของการสื่อสารได้แก่ 5) การใส่รหัส (Encoding) 6) การถอดรหัส (Decoding) 7) การตอบสนอง (Response) และ 8) ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) นอกจากนั้นยังมี 9) สิ่งรบกวน (Noise) ซึ่งหมายถึงข่าวสารอื่น ๆ ที่เข้ามาแทรกแซงในขณะที่กระบวนการสื่อสารกำลังดำเนินอยู่

กระบวนการสื่อสาร (5Ws) ประกอบด้วย

1. ใคร (Who) เป็นผู้ส่งสาร (Sender)

2. กล่าวถึงอะไร (What) เป็นการเข้ารหัส (Encoding) ข่าวสาร (Message) ข่าวสารนั้นอยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์หรือคำพูด

3. ช่องทางการสื่อสารหรือใช้สื่อชนิดใด

4. ถึงใคร (To whom) เป็นการเข้ารหัส (Decoded) เป็นผู้รับสาร (Receiver)

5. เกิดผลอย่างไร (What effect) มีปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) อย่างไร

2.2.3 ลักษณะของการสื่อสาร

ภารดี อนันต์นาวี (2551 : 145) กล่าวว่า ลักษณะของการสื่อสาร เป็นกระบวนการในการดำเนินการติดต่อสื่อสาร โดยผ่านระบบสัญญาณที่เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารตามสถานการณ์เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ นั่นเอง ซึ่งลักษณะที่ใช้ในการสื่อสาร มีดังนี้

1. วาจา เช่น การสั่งงาน การรายงาน การประชุมปรึกษางาน

2. การเขียน เช่น การออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร ประกาศ จดหมายเวียน จดหมายหรือบันทึกติดต่อ การเขียนมีความจำเป็นในวงราชการเพราะจะต้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน

3. อากัปกิริยาท่าทาง เช่น การแสดงสีหน้าและอากัปกิริยาของคน ซึ่งเราต้องหัดสังเกตและเรียนรู้ท่าทีของแต่ละคนจะทำให้ทราบบรรยากาศในหน่วยงาน นิสัยใจคอและทัศนคติของคนในหน่วยงาน

4. ตัวเลข เช่น การลงทะเบียนโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้เลขรหัสประจำตัว การใช้เลขรหัสแทนหน่วยงานต่าง ๆ

5. รูปภาพและแผนภูมิบางครั้งช่วยให้การสื่อสารเข้าใจเร็วขึ้น เช่น สถิติ ต่าง ๆ ด้วยรหัสการส่งสัญญาณ ๆ ทางการทหาร และเครื่องโทรเลข สัญญาณนกหวีดและสัญญาณไฟ

2.2.4 ช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Communication Channels)

สุพานี สกฤษฎ์วานิช (2552 : 273) กล่าวว่า โดยทั่วไปผู้ส่งสารอาจใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารได้หลายช่องทาง ดังนี้

1. กลุ่มช่องทางการพูด (Oral) ประกอบด้วย

1.1 การพูดแบบเผชิญหน้า (Face to Face Talk) ซึ่งจะทำให้เห็นอากัปกิริยาและสามารถโต้ตอบและทำความเข้าใจได้ในทันที

1.2 การโทรศัพท์ (Telephone) จะไม่เห็นหน้ากัน ทำให้ไม่ต้องระวังภาษาท่าทาง แต่สามารถโต้ตอบและทำความเข้าใจกันได้เร็วเช่นเดียวกัน

1.3 เสียงตามสาย จะเป็นการแจ้งฝ่ายเดียวให้ฝ่ายอื่น ๆ ได้รับทราบและสามารถสื่อไปยังคนหมู่มากได้

1.4 วิทยุแบบ Walki Talki ซึ่งอาจเป็นการพูดที่อยู่ที่เดียวกัน หรือพูดกันแม้อยู่ต่างสถานที่กันก็ได้

2. กลุ่มช่องทางที่ใช้การเขียน (Written) จะมีความเป็นทางการมากกว่าการพูด โดยจะประกอบด้วย

2.1 การใช้บันทึก จดหมาย หรือรายงาน (Memos, Letters, Report) จะทำให้ส่งข่าวสารได้ละเอียด และชัดเจนกว่า และมีลายลักษณ์อักษรเป็นหลักฐานเก็บไว้ได้

2.2 การส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E – mail (Electronic Mail) เป็นช่องทางที่รวดเร็ว ทันสมัยและสามารถส่งผู้รับหลายคนพร้อมกันได้ สามารถโต้ตอบกันได้

2.3 การติดประกาศ (Bulletins Boards หรือ Notice Boards) ทำให้คนจำนวนมากได้รู้รับทราบข้อมูลเหล่านี้ได้พร้อม ๆ กัน จะเป็นช่องทางที่ประหยัดในการสื่อกับคนหมู่มาก

3. กลุ่มของ Multimedia คือมีการส่งโดยมีทั้งข้อความ เสียง และภาพปรากฏ จะเป็นกิจกรรมที่นำเครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีที่มาเสริมการสื่อสารให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น การประชุมทางไกล (Teleconference หรือ Videoconference)

2.2.5 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสาร

2.2.5.1 ปัญหาในการสื่อสาร

ภารดี อนันต์นาวี (2551 : 152) กล่าวว่า การสื่อสารที่ไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร หรือไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้เนื่องจากมีอุปสรรคหลายประการทั้งตัวผู้ส่งข่าวสาร ผู้รับข่าวสาร สื่อในการส่งข่าวสาร และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาษาที่ใช้ไม่ชัดเจน คลุมเครือ ภาษายากเกินไป ทำให้ผู้รับไม่เข้าใจ หรือแปลความหมายผิดไป ใช้ศัพท์เทคนิค ใช้ภาษาต่าง ๆ กัน การใช้ภาษาถิ่นในการส่งข่าวหรือการตีความหมาย ภาษาที่พูดเร็ว พูดช้า พูดเบาเกินไป หรือคำพ้องรูปพ้องเสียง การพูด หรือการเรียงลำดับข้อความในการพูดไม่ดี

2. ปัญหาจากชั้น ยศ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้มียศ ชั้นเดียวกันผลการสื่อสารจะมีเปอร์เซ็นต์สูง ยิ่งผ่านลงมาระดับต่ำ ผลจะต่ำลงตามลำดับ นอกจากนี้อาจจะเกิดจากความตึงเครียดหรือตื่นเต้นต่อผู้มียศสูงกว่านั่นเอง

3. ปัญหาจากความแตกต่างในด้านภูมิหลังของความรู้ ความเข้าใจในการสื่อสารความหมาย พื้นฐานการศึกษา วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมทางสังคม วัยและเพศ

4. ปัญหาจากความซับซ้อนของขนาดองค์การ ที่ตั้งองค์การ การจัดสายการบังคับบัญชา หรือช่วงการบังคับบัญชา จำนวนผู้รับข่าวสารมากเกินไป อาจทำให้การติดต่อสื่อสารแบบสองทางเป็นไปได้จากระยะทาง และช่วงเวลาที่ห่างกันมาก อาจทำให้เกิดการผิดพลาด หรือทำให้ความหมายของข่าวสารเปลี่ยนไป

2.2.5.2 อุปสรรคในการสื่อสาร

ภารดี อนันต์นาวี (2551 : 152 – 153) กล่าวว่า การสื่อสารมีอุปสรรค คือ การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จในสิ่งที่ต้องการสื่อซึ่งตัวแปรที่ทำให้การสื่อสารมีอุปสรรคประกอบด้วย

1. ทัศนคติของผู้รับ การคิดของผู้รับไม่เหมือนกันจึงทำให้เกิดความรู้สึกเป็นทัศนคติ ดังนั้นผู้บริหารควรคำนึงถึงการสื่อสารกับบุคคลอื่นเพื่อไม่ให้ผู้รับข่าวสารเกิดทัศนคติในทางลบ

2. การสื่อสารมีปัญหา (Message interference) หมายถึง การพูดกับผู้รับสารในขณะที่ผู้รับสารไม่มีความพร้อมในการรับฟัง แต่ผู้ส่งสารก็ยังพยายามให้ข้อมูล ในขณะที่ผู้รับสารไม่มีความพร้อมที่จะรับฟัง เป็นต้น

3. ทัศนคติของผู้รับที่มีต่อข่าวสาร เช่น มีความน่าเชื่อถือเพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับข่าวสารนั้น หรือผู้รับข่าวสารไม่ตั้งใจที่จะรับข่าวสารนั้นจริง ๆ ผู้ส่งสารควรพยายามที่จะส่งข่าวสารที่มีคุณค่าต่อทัศนคติของผู้รับสาร

4. การรับรู้ (Perception) ของพนักงานในการตีความข่าวสาร แต่ละคนมีการรับรู้ต่างกัน ทำให้การตีความแตกต่างกันไปด้วยตามระดับการศึกษา และประสบการณ์ ผู้ส่งสารควรส่งข่าวสารที่กะทัดรัดชัดเจนเข้าใจง่าย

5. การตีความหมายได้หลายอย่าง (Multimeaning words) หมายถึง การตีความหมายของคำพูดได้หลายทาง หลายแง่มุม ทำให้เกิดความเข้าใจต่างกัน ผู้ส่งสารไม่ควรคิดว่าทุกคนจะเข้าใจในเรื่องเดียวกัน ควรเน้นย้ำความเข้าใจเพื่อให้แน่ใจว่าความเข้าใจถูกต้องตรงกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กระบวนการรับรู้และกระบวนการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสอดคล้องกันซึ่งกันและกันโดยอาศัยปัจจัยสำคัญที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ของบุคคลที่ได้รับรู้หรือสัมผัสกับสิ่งที่เป็นสิ่งเร้าภายนอกในอดีตซึ่งกระบวนการเหล่านี้ของคนแต่ละคนมีความแตกต่างกันที่แสดงออกมาเป็นความคิดเห็นและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปตามกระบวนการของการรับรู้ และการสื่อสารโดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนในการวิเคราะห์และแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ได้รับในขณะนั้น ตลอดจนความสามารถในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการเกิดกระบวนการดังกล่าว และรวมถึงช่องทาง และวิธีที่ใช้ในการสื่อสาร

3. แนวคิดเกี่ยวกับขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้

3.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้

บรรจุภัณฑ์ มีความหมาย ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้แยกออกเป็น 2 คำคือ

1. คำว่า “บรรจุ” หมายถึง การใส่ไว้ในภาชนะหรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มิดชิด เช่น บรรจุให้เป็นข้าราชการ บรรจุเข้าไว้ในรายการ เป็นต้น (พจนานุกรม 2546 : 604)

2. คำว่า “ภัณฑ์” หมายถึง สิ่งของ เครื่องใช้ (พจนานุกรม 2546 : 818)

กองส่งเสริมอุตสาหกรรม (2517 : 19) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย

ขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ อาจสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุใด ๆ เพื่อใช้บรรจุ หุ้มห่อ ปกป้องเพื่อนำส่งและนำเสนอสินค้าที่เป็นวัตถุดิบไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูปจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้ใช้หรือผู้บริโภค โดยหลังจากที่ผู้บริโภคบริโภคสินค้าในผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่บรรจุหรือหุ้มห่อไว้หมดแล้วก็จะทิ้งผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุหรือหุ้มห่อนั้น ซึ่งจะกลายเป็นขยะบรรจุภัณฑ์ต่อไป

3.2 ประเภทของขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (2545 : 1 – 2 – 1 – 2) กล่าวว่า การบริโภคสินค้าของคนไทยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ โดยเฉพาะระดับรายได้และรสนิยมของผู้บริโภค คนบางกลุ่มบริโภคสินค้าที่มีปริมาตรต่อหน่วยต่ำและต้องซื้อใหม่อยู่เรื่อย ๆ ทั้งนี้เพราะราคาต่ำแม้ว่า

หากคำนวณราคาต่อหน่วยแล้วพบว่าจะสูงกว่าสินค้าที่มีปริมาตรต่อหน่วยมากกว่าก็ตาม แต่บางกลุ่มเลือกบริโภคสินค้าที่มีปริมาตรมากซึ่งนาน ๆ ครั้งถึงจะซื้อใหม่และบางครั้งนิยมซื้อชนิดเติม เพื่อลดค่าใช้จ่ายและปริมาณขยะที่จะเกิดขึ้น

จากการศึกษาสถานการณ์ลดโลกร้อนของกรมควบคุมมลพิษโครงการจัดทำฐานข้อมูลการลดและใช้ประโยชน์ขยะมูลฝอยชุมชนของเทศบาล สรุปปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2550

ประเภทบรรจุภัณฑ์	ปริมาณการใช้	ปริมาณการเพิ่มขึ้น	รวมปริมาณการใช้	หมายเหตุ
ขวดพลาสติก (ขาวขุ่น)	2,880 ล้านใบ	1,300 ล้านใบ	3,855 ล้านใบ	นับจากปี 2544
ขวดพลาสติก (ขาวใส)	975 ล้านใบ			
ถุงพลาสติก และ โฟม	1.12 ล้านตัน	2.93 ล้านตัน	1.12 ล้านตัน	2544

ที่มา : เกศินี จิรวณิชชากร, รีไซเคิล : เมื่อโลกนี้ไม่มีขยะ," นิตยสารสารคดี 25, 289 (มีนาคม 2552) , 114.

นอกจากนี้กรมควบคุมมลพิษได้ทำการสำรวจพบว่า ทั่วโลกมีปริมาณการใช้ถุงพลาสติก 5 แสนล้าน ถึง 1 ล้านล้านใบต่อปี หรือเฉลี่ยทุก ๆนาทีมีการใช้ถุงพลาสติกอย่างน้อย 1 ล้านใบ ถุงพลาสติกจำนวน 5 แสนล้านใบนี้ใช้พลังงานการผลิตจากน้ำมัน 9 พันล้านลิตร พลังงานที่ใช้ผลิตถุงพลาสติก 8.7ใบสามารถเปลี่ยนเป็นน้ำมันให้รถวิ่งได้ 1 กิโลเมตร ทุกตารางกิโลเมตรทั่วโลกมีขยะพลาสติกอยู่ 56,000 ชิ้น

ส่วนการสำรวจปริมาณขยะในประเทศไทยในภาพรวมในปี พ.ศ. 2548 – 2549 มีปริมาณขยะ 14,629,930 ตัน โดยเฉลี่ย คนไทย 1 คน ต้องแบกรับขยะคนละ 232 กิโลกรัมต่อปี

สรุปได้ว่า การบริโภคสินค้าซึ่งมีความหลากหลายเหล่านี้ล้วนเป็นตัวกำหนดประเภทและลักษณะของขยะบรรจุภัณฑ์หรือวัสดุเหลือใช้เป็นขยะที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งพลาสติก และ โฟมล้วนส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการกำจัดขยะที่มีอยู่อย่างจำกัดทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร วิธีการเก็บรวบรวม การขนส่งและการกำจัดโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

บรรจุภัณฑ์และวัสดุที่นิยมใช้ในประเทศไทยสามารถจำแนกกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ใหญ่ ๆ ดังนี้ (1) กระดาษ (2) แก้ว (3) โลหะ และ (4) พลาสติก แต่กลุ่มที่มีการใช้อย่างแพร่หลายมากที่สุด คือ พลาสติก ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรมปี 2544 ระบุว่าตั้งแต่

ปี 2541 จนถึงปัจจุบันประเทศไทยมีแนวโน้มการใช้วัสดุสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเฉพาะพลาสติก มีมูลค่าการผลิตสูงถึง 27,972 ล้านบาท สำหรับบรรจุภัณฑ์และวัสดุทั้ง 4 ประเภทนี้ เมื่อพิจารณาจากประเภทและลักษณะโดยทั่วไปที่มีอยู่ในท้องตลาดของประเทศแล้ว จะเห็นว่าบรรจุภัณฑ์และวัสดุแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะต่าง ๆ ทั้งในด้านวัสดุการผลิต ความจำเป็นในการใช้งานหรือประเภทสินค้าที่บรรจุ เช่น สินค้าอุปโภคและบริโภค ขนาดหรืออายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมถึงศักยภาพของบรรจุภัณฑ์และวัสดุแต่ละประเภท (เกศินี จิรวณิชชากร 2551 : 114 – 117)

3.2.1 กระดาษ

ในปัจจุบันกระดาษถูกนำมาใช้เป็นวัสดุเพื่อบรรจุสินค้าทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การใช้โดยตรงที่ปรากฏ เช่น ใช้เป็นภาชนะบรรจุสำหรับกระดาษเช็ดหน้า สบู่ เป็นต้น หรือแม้แต่การใช้โดยอ้อมเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองรองจากบรรจุภัณฑ์หลักของสินค้าแต่ละประเภท เช่น การใช้กล่องกระดาษเพื่อบรรจุขวดน้ำปลาจำนวน 12 ขวด หรือใช้สำหรับบรรจุถุงกาแฟซึ่งมีซองพลาสติกบรรจุอยู่แล้วชั้นหนึ่ง เป็นต้น

จุดเด่นของบรรจุภัณฑ์กระดาษ คือ หาง่าย สามารถนำกลับมารีไซเคิลหรือใช้ซ้ำได้ นอกจากนี้ยังสามารถย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ จากปัจจัยดังกล่าวจึงทำให้กระดาษถูกนำมาใช้ในธุรกิจบรรจุภัณฑ์และวัสดุกันอย่างกว้างขวาง สินค้าแทบทุกชนิดจะต้องมีบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษทั้งที่ใช้โดยตรงและโดยอ้อม

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของคนไทย ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับรายได้และรสนิยมเป็นสำคัญ สินค้าที่มีปริมาตรต่อหน่วยต่ำหรือมีขนาดเล็กผู้บริโภคต้องใช้ต่อเดือนสูงย่อมก่อให้เกิดขยะบรรจุภัณฑ์สูงตามไปด้วย ซึ่งหากพิจารณาจากอายุการใช้งานของสินค้าแต่ละประเภทที่ใช้กระดาษเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์แล้ว จะเห็นว่าสินค้าที่มีอยู่ในท้องตลาดส่วนใหญ่มีปริมาตรต่อหน่วยต่ำ ประชาชนต้องบริโภคให้หมดภายในหนึ่งเดือนและไม่เกินหนึ่งปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าขยะบรรจุภัณฑ์กระดาษมีอัตราการเกิดต่อหน่วยเวลามากที่สุดเพราะประชาชนต้องซื้อและบริโภคอยู่ตลอดเวลา หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะใช้กับสินค้าที่มีปริมาตรต่อหน่วยต่ำ ต้องบริโภคให้หมดภายใน 1 เดือนและไม่เกิน 1 ปี ดังเช่น ผู้บริโภคหนึ่งคนจะใช้กระดาษเช็ดหน้าหนึ่งม้วนภายในเวลาไม่เกิน 1 เดือน หรือผู้บริโภคหนึ่งคนจะใช้น้ำยาล้างตาหนึ่งขวดให้หมดภายในระยะเวลา 1 ปี เป็นต้น

การใช้กระดาษเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่นิยมกันมากที่สุด คือ การใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค เช่น ขนมคุกกี้ ขนมคบเคี้ยว สบู่ ผงซักฟอก รองเท้า ฟิล์มถ่ายรูป เทียนไข เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคจะใช้สินค้าเหล่านี้ในชีวิตประจำวัน และหมดภายในเวลาอันสั้น

3.2.2 แก้ว

แก้วเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้เป็นเพื่อบรรจุสินค้าโดยตรง สำหรับประเภทที่นิยมกันมากคือขวดแก้ว ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยเฉพาะน้ำอัดลม เหล้า ไวน์ และอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ เครื่องปรุงรส เช่น การบรรจุน้ำปลา ซีอิ๊ว ซอส อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุตสาหกรรมยารักษาโรค เป็นต้น

ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์แก้วมีหลายรูปแบบและหลายขนาดมาก ทั้งนี้เพราะความรุนแรงของการแข่งขันทางการตลาด ผู้ผลิตต้องสร้างทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งพิจารณาจากฐานของระดับรายได้และรสนิยมของผู้บริโภค สินค้าที่มีขนาดเล็กหรือมีปริมาตรต่อหน่วยน้อยราคาจะต่ำลงจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง ส่วนผู้บริโภคระดับบนที่มีกำลังการซื้อส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น ทั้งนี้เพราะเมื่อคำนวณราคาต่อหน่วยแล้วจะต่ำกว่าหรือทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่านั่นเอง อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับสินค้าชนิดต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่าบรรจุภัณฑ์แก้วมีหลายขนาด แต่ที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไปจะมีขนาดตั้งแต่ 75 มิลลิลิตรจนถึงประมาณ 1,000 มิลลิลิตร โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องปรุงรส ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน จะมีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ขนาดต่าง ๆ หลากหลายสินค้าที่มีขนาดเล็กหรือมีปริมาตรต่อหน่วยต่ำแต่จำเป็นต้องใช้อยู่ตลอดเวลาจะทำให้ปริมาณขยะซึ่งเกิดจากการบริโภคมากตามไปด้วย ดังเช่น ประชาชนที่ซื้อน้ำปลาหรือซอสขนาด 250 ซีซี จะต้องบริโภคน้ำปลาหรือซอสจำนวนขวดต่อเวลามากกว่ากลุ่มคนที่ซื้อน้ำปลาหรือซื้อซอสขนาดใหญ่กว่า เป็นต้น

ดังนั้นการเลือกขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดใหญ่ยิ่งขึ้นจะทำให้ปริมาณขยะที่เกิดจากการบริโภคลดน้อยลงได้

การนำบรรจุภัณฑ์แก้วกลับมาใช้ประโยชน์เป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพราะแก้วมีศักยภาพในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ทั้งในด้านมูลค่า คุณลักษณะ ความคุ้มค่าในการลงทุน รวมถึงเทคโนโลยีในการรีไซเคิล ความแตกต่างของการใช้ประโยชน์แก้วที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน คือหากเป็นแก้วที่คงสภาพ ไม่แตกหักแม้จะมีการเปื้อนสิ่งสกปรกก็ยังสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ แต่ถ้าหากแตกหักจึงจะนำไปรีไซเคิล อย่างไรก็ตามบรรจุภัณฑ์

แก้วบางประเภทแม้ไม่แตกหักหรือชำรุด ก็มีการนำไปรีไซเคิลแต่ต้องทุบให้แตกก่อนนำเข้าสู่กระบวนการหลอมต่อไป กระบวนการนำบรรจุภัณฑ์แก้วกลับมาใช้ประโยชน์มีดังนี้

1. การใช้ซ้ำโดยผู้บริโภค ประชาชนที่บริโภคน้ำปลาหมดแล้ว อาจนำขวดน้ำปลาไปใช้ในการบรรจุอาหารหรือผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน เป็นต้น

2. การใช้ซ้ำโดยผู้ผลิต ซึ่งส่วนใหญ่จะมีระบบการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการบรรจุสินค้าใหม่ ดังเช่น การใช้ระบบมัดจำสำหรับเรียกคืนขวดน้ำอัดลม ขวดโซดา เพื่อนำบรรจุภัณฑ์ไปบรรจุสินค้าใหม่ หรือในบางครั้งแม้ไม่มีระบบมัดจำแต่ผู้ผลิตจะเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ผ่านร้านรับซื้อของเก่า เช่น อุตสาหกรรมเบียร์จะรับซื้อขวดเบียร์จากร้านรับซื้อของเก่าเพื่อนำมาบรรจุสินค้าใหม่เพื่อจำหน่ายต่อไป

3. การรีไซเคิล บรรจุภัณฑ์แก้วที่ใช้แล้วสามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ทุกประเภท ซึ่งการใช้เศษแก้วเป็นวัตถุดิบร่วมในกระบวนการผลิต นอกจากช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบบริสุทธิ์แล้วยังสามารถลดต้นทุนในด้านพลังงานลงได้กล่าวคือหากเพิ่มเศษแก้วขึ้นร้อยละ 10 ของปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดจะสามารถลดการใช้พลังงานในการหลอมลงได้ประมาณร้อยละ 1.5 – 4 (เกศินี จิรวณิชชากร 2552 : 105)

จากการศึกษาดังกล่าว พบว่าบรรจุภัณฑ์แก้วทุกประเภทมีศักยภาพในการนำกลับมาใช้ซ้ำได้ยกเว้นประเภทที่ชำรุดแตกหัก ดังนั้นหากต้องการลดปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์แก้วที่เกิดจากการอุปโภคและบริโภคของประชาชน ควรเน้นการนำกลับมาใช้ซ้ำให้มากที่สุดโดยจะต้องเพิ่มมาตรการในการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์และการเก็บรวบรวมที่ลดการแตกหักและความเสียหายให้มากที่สุด การใช้บรรจุภัณฑ์แก้วซ้ำมีข้อควรพิจารณาที่สำคัญคือการปนเปื้อนสิ่งสกปรกทั้งหลาย ทั้งนี้เพราะบรรจุภัณฑ์ที่มีการปนเปื้อนมากผู้ผลิตจะมีค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาดสูง นอกจากนี้หากมีการปนเปื้อนสารเคมีหรือสารอันตราย น้ำเสียที่เกิดจากการทำความสะอาดต้องได้รับการบำบัดที่ถูกวิธี ซึ่งแนวทางการใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน คือกลุ่มผู้ผลิตจะรับคืนบรรจุภัณฑ์ของตนเองกลับมาใช้บรรจุสินค้าตัวเดิม เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีปริมาณบรรจุภัณฑ์แก้วเกิดขึ้น 1.4 ล้านตัน ซึ่งมีการนำไปรีไซเคิล 0.49 ล้านตันและนำกลับไปใช้ซ้ำ 0.35 ล้านตัน

3.2.3 พลาสติก

บรรจุภัณฑ์พลาสติกมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีการใช้หลายรูปแบบทั้งถุงพลาสติก ถ้วยพลาสติก กล่องพลาสติก หรือรวมถึงกล่องโฟม เป็นต้น นอกจากนี้ในธุรกิจการขนส่งยังมีการใช้พลาสติกเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์ทั้งเพื่อบรรจุสินค้าและเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งด้วย

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้อย่างแพร่หลายมี 2 รูปแบบใหญ่ ๆ ได้แก่ พลาสติกชนิดอ่อน ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษคือสามารถเปลี่ยนแปลงรูปทรงได้ เช่น ถุงพลาสติก กระสอบพลาสติกสาน และฟิล์มพลาสติก และพลาสติกชนิดแข็ง เช่น ขวดพลาสติกบรรจุอาหาร เครื่องสำอาง เป็นต้น ลักษณะการใช้งานจะเห็นว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีการใช้อย่างแพร่หลายโดยใช้เป็นภาชนะเพื่อ บรรจุสินค้าอุปโภค เช่น เครื่องสำอางและยารักษาโรค ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นต้น และบรรจุภัณฑ์สินค้าบริโภค เช่น เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส เช่นน้ำปลา ซอส เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาตามอายุการใช้งานของสินค้าแต่ละชนิดแล้วจะเป็นว่าสินค้าบริโภคจะมีอายุการใช้งานไม่นานนัก กล่าวคือต้องบริโภคให้หมดภายในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น สินค้าบริโภคส่วนใหญ่จึงนิยมผลิตให้มีขนาดเล็ก (ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดของอายุผลิตภัณฑ์) สำหรับสินค้าอุปโภคนั้น ส่วนใหญ่จะสามารถเก็บไว้ใช้ได้นานขึ้น ดังนั้นหากไม่มีข้อจำกัดเรื่องรายได้ของผู้บริโภคแล้ว จะเห็นว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการขายสินค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพราะต้นทุนในการผลิตจะสูงกว่า อีกทั้งการผลิตในหน่วยใหญ่ขึ้นจะได้รับผลตอบแทนมากกว่า

แนวทางการลดภาระค่าใช้จ่ายของบรรจุภัณฑ์พลาสติก คือผู้ประกอบการบางรายผลิตสินค้าแบบเติม ซึ่งถือว่าเป็นทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้มีรายได้น้อย อีกทั้งยังสามารถช่วยลดปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์ได้อีกด้วย สำหรับสินค้าที่นิยมผลิตแบบเติม ได้แก่

1. หมวดทำความสะอาด ทั้งการซัก ล้าง และการรีด เช่น ผงซักฟอก น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น

2. หมวดอาหารเด็ก ได้แก่ นมผงสำหรับเด็กและทารกชนิดต่าง ๆ

3. หมวดเครื่องดื่มชนิดปรุง ได้แก่ กาแฟผง ครีม เป็นต้น

กระบวนการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่จะผ่านกลไกการดำเนินงานของผู้บริโภคโดยการนำกลับมาใช้ซ้ำตามความจำเป็น และการนำไปขายให้แก่ร้านรับซื้อของเก่าเพื่อส่งต่อให้โรงงานสำหรับนำกลับมาใช้ซ้ำและรีไซเคิลต่อไป ในส่วนของภาคเอกชนซึ่งเป็นเจ้าของสินค้า ในปัจจุบันยังไม่มีการนำบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับมาใช้ซ้ำจะมีเฉพาะการรีไซเคิลโดยเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ผ่านเอเย่นต์ หรือร้านรับซื้อของเก่าบรรจุภัณฑ์ ที่มีการรีไซเคิลประกอบด้วย

1. ขวดพลาสติก ได้แก่ ขวดเครื่องดื่ม เช่น ขวดน้ำอัดลม ขวดน้ำดื่ม ขวดเครื่องปรุงรส เช่น ขวดน้ำปลา ซีอิ๊ว ซอส และน้ำมันพืช เป็นต้น

2. ถุงพลาสติก ได้แก่ ถึงพลาสติกหูหิ้ว (ถุงซอปปิ้ง) ถุงพลาสติกร้อนสำหรับใส่อาหาร ถุงบรรจุสินค้าแบบเติม เช่น น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผงซักฟอกและสบู่เหลว เป็นต้น

3. โฟมซึ่งจะเรียกคืนเฉพาะโฟมที่สะอาดจากโรงงานผลิตโฟมเท่านั้น โดยประเภทที่สามารถรีไซเคิลได้ คือ โฟมชนิดโพลีสไตรีน และโพลียูรีเทนสำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยังไม่สามารถรีไซเคิลได้ประกอบด้วย หลอดบรรจุยาสีฟัน ขวดพลาสติกที่ใช้ในทางการแพทย์ เพราะถือว่าเป็นขยะติดเชื้อ โฟม บรรจุอาหารที่มีความสกปรกและมีการปนเปื้อนสูง ถุงพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้หรือมีส่วนประกอบหลายชั้น เช่น ถุงขนมขบเคี้ยว รวมถึงถุงพลาสติกที่มีการพิมพ์ลวดลายต่าง ๆ เช่น ถึงพลาสติกบรรจุผ้าอนามัย ผ้าอ้อมเด็ก เป็นต้น

หากพิจารณาศักยภาพและความเป็นไปได้ในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ในอนาคตแล้วจะเห็นว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีศักยภาพและความเป็นไปได้ในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันดังนี้

1. ประเภทที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
2. ประเภทที่สามารถรีไซเคิลได้และมีมูลค่าสูง
3. ประเภทที่สามารถรีไซเคิลได้แต่มีมูลค่าต่ำ
4. ประเภทที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ และ
5. ประเภทอันตราย

สำหรับกลุ่มที่ถือว่ามีคุณค่าและสมควรได้รับการส่งเสริมให้มีการใช้อย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น คือกลุ่มที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำและรีไซเคิลได้ แม้ว่าในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะไม่มีการนำกลับมาใช้ซ้ำก็ตาม อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์พลาสติกในภาพรวมแล้วจะเห็นว่า โดยส่วนใหญ่แม้ว่าบรรจุภัณฑ์เหล่านี้จะสามารถรีไซเคิลได้แต่ยังถือว่ามีมูลค่าต่ำยังไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการที่ภาคเอกชนจะเข้ามาดำเนินการ บรรจุภัณฑ์พลาสติกซึ่งในอนาคตมีศักยภาพและความเป็นไปได้ในการนำกลับมารีไซเคิลแต่มีมูลค่าส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุภัณฑ์ชนิดถุง ได้แก่ ถุงพลาสติกบรรจุผ้าอ้อมเด็ก ผ้าอนามัย ถุงบรรจุน้ำยาล้างจาน ขนาด 700 มิลลิลิตร ถุงบรรจุอาหารแมว/สุนัข ขนาด 85 กรัม 1.5 กิโลกรัม เป็นต้น (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย 2545 : 1 – 2 – 1 –3)

3.2.4 โลหะ

บรรจุภัณฑ์โลหะส่วนใหญ่จะทำในรูปแบบของกระป๋อง คือ ภาชนะทำด้วยเหล็กวิลาดหรือสังกะสี มักมีรูปเป็นทรงกระบอก ปัจจุบันมีการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนของวัสดุที่ใช้ทำกระป๋องแลกเกอร์ที่ใช้เคลือบผิว รวมทั้งกรรมวิธีการผลิตทำให้กระป๋องได้เข้าไปมีส่วนในอุตสาหกรรมหลายประเภทมากขึ้น ทั้งอาหาร น้ำอัดลม เคมีภัณฑ์ และสีกระป๋องมีคุณสมบัติเด่นหลายประการ อาทิ มีความทนทานต่อความร้อนและความดันสูง จึงสามารถเข้ากระบวนการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน (Sterilization) ได้ อีกทั้งมีความแข็งแรง

ทางกายภาพ ป้องกันอากาศ ไอน้ำ และแสงสว่างได้ เก็บรักษารสชาติและผลิตภัณฑ์ได้ดี รวมทั้งมีความปลอดภัยในการสัมผัสกับอาหาร เป็นต้น บรรจุภัณฑ์โลหะมีมากมายหลายประเภทขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1. บรรจุสินค้าบริโภค ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีปริมาณมากที่สุดถึงร้อยละ 70 ของบรรจุภัณฑ์โลหะทั้งหมด

2. บรรจุสินค้าอุปโภคหรือประมาณร้อยละ 30 ได้แก่ ยาสีฟัน ครีมบำรุงผิว ตลับโลหะ ยาระงับกลิ่น กล่องดินสอ เป็นต้น

ปัจจุบันมีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะทุกประเภทประมาณ 400 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มีกำลังการผลิตไม่เกิน 1000 ตันต่อปี และมีการผลิตบรรจุภัณฑ์หลายหลากชนิด บรรจุภัณฑ์โลหะซึ่งรวมถึงจำพวกที่ผลิตมาจากอลูมิเนียมส่วนใหญ่ จะนิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีขนาดและลักษณะแตกต่างกันหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ซึ่งบรรจุสินค้าที่มีปริมาณต่อหน่วยต่ำหากมีความจำเป็นต้องอุปโภคและบริโภคในชีวิตประจำวันย่อมมีแนวโน้มในการเกิดขยะมากกว่าการบริโภคสินค้าซึ่งมีปริมาตรต่อหน่วยสูงกว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กส่วนใหญ่จะนิยมใช้เป็นภาชนะสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้เพราะมีข้อจำกัดในเรื่องของอายุสินค้าที่ต้องบริโภคให้หมดโดยเร็ว จะเห็นว่าอาหารกระป๋องส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็ก เช่น ปลากระป๋อง ปลาทูน่ากระป๋อง นมข้นหวาน เป็นต้น
(สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย 2545 : 1 – 2 – 1 – 4)

3.3 ระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ และวัสดุเหลือใช้

จากการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัฒน์ทำให้มีการแข่งขันในกระแสเศรษฐกิจทุกภาคส่วน ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีรุดหน้าอย่างรวดเร็วเพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์ให้อยู่รอดได้ภายใต้สภาวการณ์ การแข่งขัน จึงทำให้อุตสาหกรรม ผลิตสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมารองรับการเปลี่ยนแปลงดั่งกล่าว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลให้การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัฒน์ด้วยเช่นกัน ผลจากการเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมาแล้วจัดเป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดำรงอยู่ และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆตามความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตนั้น ยังเชื่อมโยงไปถึงปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสิ่งเหลือใช้จากการดำรงชีวิตที่กำลังเป็นปัญหาที่ย้อนกลับมาทำลายสิ่งแวดล้อมตลอดจนปัญหาภาวะโลกร้อนที่ทุกหน่วยงานรณรงค์ให้ผู้บริโภค และผู้ประกอบการมีความตระหนัก และเห็นความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อลดภาวะโลกร้อน ด้วยการสร้างจิตสำนึกในการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ โดยการนำวัสดุเหลือใช้มาประยุกต์ให้เกิดประโยชน์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (2545 – 2549) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2552) และนโยบายที่เกี่ยวข้องได้กำหนดให้มีการจัดการในรูปแบบของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด(Resource conservation and recovery) โดยมุ่งเน้นให้มีระบบการบริหารจัดการขยะในชุมชนแบบครบวงจร ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการเกิดขยะ จนถึงการกำจัดขั้นสุดท้าย และจะให้ความสำคัญต่อการนำขยะที่มีศักยภาพกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และลดปริมาณขยะที่จะต้องนำไปกำจัดให้เหลือน้อยที่สุด โดยระบบการบริหารจัดการที่กล่าวถึงข้างต้น จะมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจาก ทุกภาคส่วน ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นจากภาคเอกชนและประชาชน โดยมีนโยบายและเป้าหมายด้านการจัดการขยะของประเทศในระยะยาว เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการของเสียเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รัฐจึงได้กำหนดนโยบายด้านการจัดการขยะมูลฝอยแบบครบวงจรไว้ในนโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2540 – 2549 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)

1. ควบคุมอัตราการผลิตขยะของประชาชน

2. สนับสนุนงบประมาณ บุคลากร และวิชาการแก่ท้องถิ่นเพื่อให้มีการจัดการขยะแบบครบวงจร ตั้งแต่การเก็บ การคัดแยก การขนส่ง การนำกลับมาใช้ประโยชน์ และการกำจัดที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล

3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความร่วมมือกันในการจัดการขยะแบบครบวงจรตั้งแต่การลด การคัดแยกและใช้ประโยชน์และการกำจัดที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยมุ่งเน้นรูปแบบศูนย์จัดการขยะรวม

4. สนับสนุนให้มีกฎระเบียบ และเกณฑ์การจัดการขยะที่เหมาะสมตั้งแต่การลดและใช้ประโยชน์ขยะจนถึงการกำจัดเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติ

5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรเอกชนและประชาชน มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขยะมากขึ้น

เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน ชุมชน องค์กรเอกชน (NGOs) และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอยมีแนวทางและเกณฑ์ขั้นต่ำที่ใช้สำหรับอ้างอิงในการดำเนินงานด้านการจัดการขยะมูลฝอยแบบครบวงจร รัฐจึงได้กำหนดเป้าหมายในภาพรวมเพื่อให้เกิดการลดขยะมูลฝอย (Waste Reduction) การคัดแยก การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการแปรรูปใหม่ (Recycling) ให้มากที่สุดในทุกชุมชนทั่วประเทศ ดังนี้

1. การควบคุมอัตราการเกิดขยะให้มีไม่เกิน 1 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน ในเขตกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยาและเทศบาลนคร ไม่เกิน 0.8 และ 0.9 กิโลกรัมต่อคน ต่อวัน ในเขตเทศบาลเมือง และเทศบาลตำบล และไม่เกิน 0.4 กิโลกรัมต่อคนต่อวันในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล

2. การควบคุมปริมาณขยะตกค้างจากการให้บริการจัดเก็บให้มีไม่เกินร้อยละ 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยาและเทศบาล และไม่เกินร้อยละ 10 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล

3. สนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์จากขยะในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้น

4. สนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์กำจัดขยะที่เป็นระบบครบวงจรในทุกจังหวัดทั่วประเทศ การแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานการจัดการขยะชุมชนบรรลุตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้จำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์และมาตรการสำหรับเป็นแนวทางการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการลดและใช้ประโยชน์จากขยะจะต้องอาศัยมาตรการที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการจัดการ ด้านกฎหมาย ด้านการสนับสนุน และด้านการลงทุน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ด้านการจัดการ

4.1.1 ใช้หลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” (Polluter Pays Principle) กับประชาชนและเอกชนที่เป็นผู้ผลิตขยะ หรือไม่มีการดำเนินการนำของเสียหรือวัสดุเหลือใช้ที่เกิดขึ้นกลับมาใช้ใหม่

4.1.2 ให้มีการจัดทำแผนหลักการลดและใช้ประโยชน์ของเสียในระดับจังหวัดให้สอดคล้องกับแผนการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับชาติ

4.1.3 กำหนดเกณฑ์ มาตรฐาน และแนวทางปฏิบัติในการลดและใช้ประโยชน์ขยะชุมชนตั้งแต่ การลดปริมาณขยะ การคัดแยก ภาชนะรองรับขยะ การเก็บรวบรวม ภาชนะ เก็บขนขยะรีไซเคิล การขนส่ง การแปรสภาพและการใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวปฏิบัติทั่วประเทศ

4.1.4 กำหนดประเภทผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ผลิตต้องนำกลับคืน เรียกคืน และมัดจำเพื่อลดปริมาณขยะ

4.1.5 ติดตามตรวจสอบ และประเมินสภาพปัญหาในการลดและใช้ประโยชน์ของเสียทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง

4.1.6 ให้แต่ละจังหวัดมีการจัดเตรียมสถานที่จัดตั้งโรงงานคัดแยกและแปรสภาพวัสดุเหลือใช้ ในบริเวณพื้นที่เดียวกับสถานที่กำจัดขยะอย่างถูกหลักสุขาภิบาล

4.1.7 จัดทำและพัฒนาระบบข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับขยะรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ใช้แล้ว และวัสดุเหลือใช้ให้เป็นพื้นฐานเดียวกันเพื่อสามารถเปรียบเทียบหรือปรับให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

4.1.8 กำหนดองค์กรและบทบาทหน้าที่ในการควบคุมกำกับดูแลในการลดและใช้ประโยชน์จากของเสียของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและครบวงจร

4.2 ด้านการลงทุน

4.2.1 ส่งเสริมให้มีภาชนะรองรับขยะแบบแยกประเภท เพื่อสนับสนุนการคัดแยกขยะในครัวเรือน และในชุมชน

4.2.2 ส่งเสริมการลงทุนก่อสร้างโรงงานคัดแยก และแปรสภาพวัสดุเหลือใช้ที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานในพื้นที่โดยการให้สัมปทานแก่เอกชน หรือรัฐร่วมลงทุนกับภาคเอกชน

4.2.3 ส่งเสริมให้มีจัดตั้งศูนย์หรือโรงงานคัดแยก และแปรสภาพวัสดุเหลือใช้ที่สามารถใช้ร่วมกันได้ในพื้นที่ระหว่างจังหวัดหลายแห่งที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งมีการนำระบบการคัดแยกและแปรสภาพของเสียมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

4.2.4 ส่งเสริมการลงทุนแก่เอกชนที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการลดและใช้ประโยชน์ของเสียโดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งจัดให้มีศูนย์ประสานข้อมูลการนำขยะมาใช้ประโยชน์ (Waste Information Center)

4.2.5 สนับสนุนงบประมาณ สิ่งจูงใจ ความช่วยเหลือด้านวิชาการ รวมถึง การอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่เอกชนที่เข้ามาดำเนินธุรกิจด้านการลดและใช้ประโยชน์ของเสีย เช่น 1) การสร้างสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจ (Economic incentive) 2) การปรับโครงสร้างของการเก็บสินค้าที่ก่อให้เกิดมลพิษ 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ลดปัญหามลพิษ (Eco design/Eco efficiency)

4.3 ด้านกฎหมาย

4.3.1 ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอัตราค่าธรรมเนียมจัดการขยะเพื่อก่อให้เกิดการลดและคัดแยกขยะก่อนทิ้ง

4.3.2 กำหนดมาตรฐานควบคุมมลพิษจากโรงงานคัดแยกและแปรสภาพวัสดุเหลือใช้ เช่น มาตรฐานน้ำทิ้ง มาตรฐานคุณภาพอากาศ มาตรฐานระดับเสียง

4.3.3 กำหนดกฎระเบียบข้อบังคับมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกลไกการเรียกคืนซากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การมัดจำ และกลไกที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ จากขยะและการลดปริมาณขยะ

4.3.4 ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับอัตราค่าธรรมเนียม การลดและใช้ประโยชน์จากขยะ โดยกำหนดค่าธรรมเนียมในอัตราสูงสำหรับผู้ผลิตสินค้าที่ก่อให้เกิดขยะปริมาณมากหรือก่อให้เกิดของเสียที่ยากแก่การเก็บรวบรวม การขนส่ง การบำบัด รวมทั้งการนำกลับมาใช้ประโยชน์อีกด้วย

4.4 ด้านการสนับสนุน

4.4.1 สนับสนุนให้เอกชนดำเนินธุรกิจการบริการด้านเก็บขน ขนส่ง และการนำของเสียหรือวัสดุเหลือใช้มาใช้ใหม่ในรูปของการว่าจ้าง การร่วมทุน หรือการให้สัมปทาน

4.4.2 สนับสนุนให้ประชาชนในชุมชนและท้องถิ่นต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการวางแผน กำหนดมาตรการจัดทำกิจกรรมและโครงการด้านการลดและนำของเสียหรือวัสดุเหลือใช้มาใช้ใหม่

4.4.3 สนับสนุนให้มีการฝึกอบรม เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ด้านวิชาการและการบริหารจัดการแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการลดและใช้ประโยชน์ของเสีย

4.4.4 สนับสนุนให้มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เพื่อปลูกฝังทัศนคติและสร้างค่านิยมให้แก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป ในการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองโดยการลดและใช้ประโยชน์ของเสีย

4.4.5 สนับสนุนให้มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เพื่อปลูกฝังทัศนคติและสร้างค่านิยมให้แก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป ในการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองโดยการลดและใช้ประโยชน์ของเสีย

4.4.6 สนับสนุนให้มีการคัดแยกขยะที่แหล่งกำเนิดในชุมชน ซึ่งได้แก่ที่พักอาศัย สถานประกอบการ สถาบันการศึกษาต่างๆ และโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์โดยอาศัยกลยุทธ์ ของการคัดแยกขยะออกเป็นประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวิธีการเก็บรวบรวมและขนส่งรวมทั้งวิธีการใช้ประโยชน์และกำจัดของเสียที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ แนวทางการลดขยะที่แหล่งกำเนิด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบด้านการจัดการขยะในชุมชนควรจัดให้มีมาตรการหรือแนวทางการลดขยะ ดังต่อไปนี้

4.4.6.1 จัดทำแผนการดำเนินงานด้านการลดและใช้ประโยชน์ขยะเสนอไว้ในแผนปฏิบัติการเพื่อการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมระดับจังหวัด โดยแผนงานดังกล่าวอย่างน้อยจะต้องประกอบไปด้วย

1. เป้าหมายและประเภทขยะที่ต้องการจะลดในระยะเวลาที่กำหนดในแผนการดำเนินงาน เช่น กำหนดเป้าหมายในการลดขยะย่อยสลายและขยะรีไซเคิลให้ได้ร้อยละ 30 ภายใน 5 ปี เป็นต้น

2. กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะดำเนินการ เช่น การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ มาตรการส่งเสริมสนับสนุน และการกำหนดมาตราอื่น ๆ ที่จะก่อให้เกิดการลดขยะตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3.งบประมาณดำเนินการ ซึ่งรวมถึง ค่าจ้างบุคลากร ค่าจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ เงินลงทุนสำหรับก่อสร้าง ดำเนินการและบำรุงรักษาระบบที่เกี่ยวข้อง

4. ระยะเวลาดำเนินการและการติดตามประเมินผล

4.4.6.2 จัดให้มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานต่าง ๆ ในด้านการลดขยะอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอโดยมีแนวทางดังนี้

1. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงสิ่งของหรือบรรจุภัณฑ์ที่จะสร้างปัญหาขยะรวมทั้งเป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก กล่องโฟม สินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ฟุ่มเฟือยอื่นๆ

2. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเลือกใช้สินค้าชนิดเติม (Refill) ซึ่งจะใช้บรรจุภัณฑ์น้อยชิ้น และมีน้ำหนักเบากว่าทำให้สามารถลดปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ได้

3. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเลือกใช้สินค้าที่สามารถส่งคืนบรรจุภัณฑ์กลับสู่ผู้ผลิตได้ เช่น ขวดเครื่องดื่มที่มีระบบมัดจำคืนเงิน

4. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านการซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้สามารถใช้งานได้ยาวนานยิ่งขึ้น รวมทั้งงดการเลือกซื้อสินค้าที่มีอายุการใช้งานต่ำ

5. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนใช้ซ้ำบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้อื่น ๆ เช่น การใช้ซ้ำถุงพลาสติก ถุงผ้า ถุงกระดาษ กล่องกระดาษ การใช้กระดาษสีและกระดาษกันกระแทนเพื่องานศิลปะ

6. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนบริโภคตามความจำเป็นและเหมาะกับสภาพเศรษฐกิจ ลดการบริโภคที่ฟุ่มเฟือย และเลือกใช้สินค้าที่สามารถใช้ซ้ำได้หลายครั้ง เช่น แบตเตอรี่ประจุไฟฟ้าใหม่ได้

7. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนสนใจบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่ทำมาจากวัสดุรีไซเคิล เช่น ถุงชอปปิ้ง โปสการ์ด บรรจุภัณฑ์ที่มีระบบมัดจำและเรียกคืน รวมทั้งการรณรงค์ให้ประชาชนลดหรือเลิกใช้บรรจุภัณฑ์ฟุ่มเฟือย เช่น กล่องโฟม ถุงพลาสติกสินค้าชนิดใช้ครั้งเดียว

4.4.6.3 จัดให้มีโครงการหรือกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนการลดขยะในชุมชน ดังนี้

1. จัดทำโครงการหรือประสานให้มีการดำเนินโครงการที่เน้นการลดและใช้ประโยชน์ขยะชุมชน ณ แหล่งกำเนิด ซึ่งจะลดภาระการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยโครงการดังกล่าว ได้แก่ การจัดตั้งธนาคารขยะหรือวัสดุเหลือใช้ การหมักทำปุ๋ย การหมักปุ๋ย น้ำชีวภาพ ตลาดนัดขยะรีไซเคิล ขยะแลกไข่ ผ้าป่ารีไซเคิล สหกรณ์สินค้ารีไซเคิล การบริจาคสิ่งของที่ไม่ใช้แล้ว เป็นต้น

2. ให้รางวัลตอบแทน ใบประกาศเกียรติคุณ หรือการส่งเสริมการขายแก่ร้านค้า หรือผู้ประกอบการที่สามารถลดบรรจุภัณฑ์ฟุ่มเฟือย เช่น ร้านค้าที่มีการกักเก็บหรือจำหน่ายสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มน้อย หรือมีการรวบรวมบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วเพื่อใช้ประโยชน์ใหม่

3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเช่า หรือยืมวัสดุ อุปกรณ์ หรือ เครื่องมือต่าง ๆ เช่น ชุดตกแต่งรวมทั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานเลี้ยง ชุดอุปกรณ์ทำความสะอาดบ้าน เป็นต้น

4. จัดตั้งกลุ่มองค์กรเอกชน กลุ่มอาสาสมัครต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของภาครัฐในด้านการลดและใช้ประโยชน์ขยะ ตลอดจนการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในชุมชน

5. จัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนของเสียระหว่างผู้ประกอบการ

4.4.6.4 ตราเทศบัญญัติหรือข้อบังคับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อจัดเก็บค่าบริการจัดการขยะที่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง ซึ่งรวมถึงค่าบริการเก็บรวบรวมขนส่งตลอดจนการกำจัด โดยมีวิธีดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. จำหน่ายถุงบรรจุขยะในราคาที่แตกต่างกันตามปริมาตรบรรจุโดยเป็นราคาที่รวมอัตราค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวม การขนส่งและการกำจัดไว้แล้ว จากนั้นให้ดำเนินการเก็บขนและกำจัดเฉพาะขยะที่บรรจุอยู่ในถุงดังกล่าว

2. จัดทำแสตมป์ หรือ สติกเกอร์ เพื่อจำหน่ายในราคาที่แตกต่างกันตามปริมาตรของภาชนะรองรับขยะ โดยเป็นราคาที่รวมค่าเก็บรวบรวม ขนส่งและกำจัดมูลฝอยไว้แล้ว ซึ่งแต่ละครัวเรือนจะนำไปติดกับภาชนะรองรับขยะของตนเอง เพื่อรอให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเก็บขนและกำจัดต่อไป

4.4.6.5 ตราเทศบัญญัติหรือข้อบังคับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อจัดเก็บค่าธรรมเนียมจัดการขยะเพิ่มเติมจากเจ้าของแหล่งกำเนิด หรือผู้ให้บริการที่จะก่อให้เกิดขยะที่เป็นปัญหาต่อระบบจัดการในท้องถิ่น เช่น ถุงพลาสติก กล่องโฟมบรรจุอาหาร เป็นต้น

4.4.6.6 ตราเทศบัญญัติหรือข้อบังคับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อลดหย่อนหรืองดค่าธรรมเนียมจัดการขยะให้แก่ร้านค้าที่สามารถลดการใช้บรรจุภัณฑ์ฟุ่มเฟือยหรือผู้ประกอบการที่สามารถลดขยะได้ตามเป้าหมายที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด

4.4.6.7 ให้การส่งเสริมด้านภาษีโดยการลดอัตราภาษีท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่ส่งเสริมให้เกิดกลไกการลดขยะ เช่น ธุรกิจซื้อขายแลกเปลี่ยนของเสีย ธุรกิจเรียกคืนบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ใช้แล้ว ธุรกิจมัดจำคืนเงิน ธุรกิจตลาดนัดสินค้าเสื้อผ้าหรือ เฟอร์นิเจอร์ใช้แล้ว เป็นต้น

4.4.6.8 กำหนดให้ส่วนราชการในท้องถิ่นดำเนินกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดการลดขยะ ดังนี้

1. พิมพ์หรือถ่ายเอกสารทั้ง 2 ด้าน ของกระดาษ
2. จัดตั้งศูนย์รวมเอกสาร/ข้อมูลภายในหน่วยงานและให้ใช้เอกสารเวียนแจ้งเพื่อทราบ
3. ใช้หรือส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
4. ใช้ซ้ำกระดาษที่พิมพ์หน้าเดียว
5. ใช้ซ้ำกล่องกระดาษลูกฟูกหรือนำกลับคืนสู่ผู้จำหน่ายสินค้า
6. จัดซื้อวัสดุสิ่งของที่ใช้บ่อยให้มีขนาดบรรจุใหม่กว่าเพื่อลดขยะบรรจุภัณฑ์
7. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์สำนักงานที่มีภาชนะบรรจุน้อยกว่าหรือภาชนะบรรจุที่สามารถใช้ซ้ำได้

8. จัดซื้อหรือใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ซ่อมแซม ได้ง่าย สามารถใช้ซ้ำได้หลายครั้ง มีส่วนประกอบของวัสดุรีไซเคิลหรือสามารถนำกลับไปรีไซเคิลได้ และผู้ผลิตเรียกคืนซากผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการบริโภค

4.4.6.9 ส่งเสริมให้ผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าปลีก-ส่ง อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการคัดแยกและส่งคืนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มสินค้า โดยจัดให้มีภาชนะรองรับที่เหมาะสม ณ จุดขายและเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคแยกบรรจุภัณฑ์ออกจากสินค้า ณ จุดขาย หรือใกล้จุดขาย โดยไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่าย

4.4.6.10 ส่งเสริมให้อาคารสำนักงาน สถาบันการศึกษา ห้างสรรพสินค้า โรงแรม และสถานประกอบการอื่น ๆ ที่มีบุคลากร หรือบุคคลพักอาศัยอยู่ตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป จัดทำแผนและกิจกรรมการลดขยะ ซึ่งประกอบไปด้วย เป้าหมาย วิธีดำเนินการ ระยะเวลาและงบประมาณที่ใช้ และการประเมินผล แล้วนำเสนอแผนดังกล่าวให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบด้านการจัดการขยะ เพื่อให้สามารถติดตามตรวจสอบผลการดำเนินงานได้

แม้บรรจุภัณฑ์จะมีคุณประโยชน์มหาศาลในทางธุรกิจ แต่ขณะเดียวกันก็ก่อผลในด้านลบให้กับสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน เพราะบรรจุภัณฑ์จะกลายเป็นขยะทันทีหลังจากสินค้าถูกเปิดออกใช้หรือใช้งานหมดแล้ว ในช่วงระยะเวลาเกือบสองทศวรรษที่ผ่านมานี้ ปริมาณขยะได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก บรรจุภัณฑ์กลายเป็นขยะที่มองเห็นได้ง่ายจึงเป็นส่วนแรกที่ต้องพิจารณาควบคุม ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของขยะมูลฝอย และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามมาตรฐานการครองชีพ จึงก่อให้เกิดปัญหา วิธีการในการกำจัดขยะและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการกำจัดสูง โดยขยะที่เป็นบรรจุภัณฑ์มีส่วนประกอบของกระดาษ พลาสติก โฟม เศษขวด แก้ว เหล็ก และโลหะอื่นๆ

2. พฤติกรรมการทิ้งขยะไม่เลือกที่ ทำให้เกิดปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์

3. ทำให้ชั้นโอโซนลดน้อยลง อันเนื่องมาจากสาร ซีเอฟซี ที่เพิ่มมากขึ้น โดยสารนี้จะใช้ในการผลิตโฟม พลาสติก และเป็นสารขับเคลื่อนในกระป๋องฉีดพ่น

4. ทำให้เกิดมลพิษในอากาศ การผลิตหรือทำลายบรรจุภัณฑ์อาจทำให้เกิดสารพิษในอากาศ ในประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีกฎหมายควบคุมผู้ผลิต กฎหมายเหล่านี้อาจจะไม่มีผลบังคับใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา แต่จะมีผลกระทบต่อบรรจุภัณฑ์ที่ส่งออกจากประเทศที่กำลังพัฒนาไปจำหน่ายในประเทศที่พัฒนาแล้ว

5. ทำให้เกิดมลพิษในน้ำ

ปัจจุบันการจัดการขยะเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการดำเนินงานที่เป็นระบบ ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ การคัดแยกและการกำจัด เป็นจำนวนมาก

สำหรับระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ และวัสดุเหลือใช้ นั้นควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เป็นผู้ดำเนินการเอง รัฐบาลจะเข้าไปดำเนินการในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ไม่ระบุเจ้าของผลิตภัณฑ์ เช่น ถุงพลาสติกใส่ของ หรือกรณีที่ผู้ผลิตสินค้าไม่สามารถดำเนินการได้ (สำนักสิ่งแวดล้อม ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร 2552 : 2)

3.4 การลดปัญหาสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์

3.4.1 หลีกเลี่ยงการใช้สารในบรรจุภัณฑ์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยวัสดุบางชนิด เช่น โฟม โพลิสไตรีน ซึ่งมีน้ำหนักเบา เป็นฉนวนกันความร้อน กันแรงกระแทกได้ดี ทนน้ำ และแปรรูปได้ง่าย มักจะนำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและวัสดุกันกระแทก ในการผลิตวัสดุชนิดนี้จะใช้สารซีเอฟซี (คลอโรฟลูออโรคาร์บอน) เป็นสารขยายตัว สารชนิดนี้ยังใช้เป็นตัวขับเคลื่อนของผลิตภัณฑ์ชนิดฉีดพ่น และใช้ในอุตสาหกรรมทำความเย็น สารซีเอฟซีจะทำลายชั้นโอโซนในบรรยากาศที่ทำหน้าที่ป้องกันรังสีอุลตร้าไวโอเล็ตจากดวงอาทิตย์ไม่ให้ลงสู่ผิวโลกเกินควร

ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการจำกัดการใช้สารซีเอฟซี ซึ่งประเทศไทยได้ร่วมลงนามในพิธีสารมอนทรีออล โดยจะต้องควบคุมการใช้สารซีเอฟซีในปริมาณที่กำหนด สำหรับบางประเทศห้ามใช้พลาสติกพีวีซีเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลเนื่องจากความกลัวที่ว่าเมื่อนำไปเผาแล้วจะทำให้กรดไฮดรอริกและสารไดออกซินแพร่กระจาย ไดออกซินนี้มีพิษรุนแรงต่อมนุษย์และสัตว์ และเป็นสารก่อมะเร็งได้ นอกจากนี้การใช้สารคลอรีนในการฟอกเยื่อกระดาษ ซึ่งสารนี่จะปะปนออกมาในน้ำทิ้งหรือผสมอยู่ในกระดาษ จึงควรใช้เยื่อกระดาษไม่ฟอกทำบรรจุภัณฑ์ให้มากขึ้น

3.4.1.1 การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม บรรจุภัณฑ์ที่จำเป็นต้องใช้ควรมีโครงสร้างที่มีน้ำหนักเบาที่สุดเท่าที่จะทำได้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ควรใช้วัสดุให้น้อยที่สุดเพื่อให้สามารถยืดเวลาในการใช้ทรัพยากรเหล่านี้ออกไปให้นานที่สุด บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาให้มีน้ำหนักลดลงนี้ เป็นเครื่องชี้ถึงการใช้ทรัพยากรน้อยลง เป็นผลให้ใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งน้อยลงด้วย ถ้ามองกันในแง่ของสิ่งแวดล้อมแล้ว ปริมาณวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ลดลงนั้นเป็นปริมาณเดียวกันที่นำไปใช้หมุนเวียนใหม่หรือเพื่อนำกลับเข้ากระบวนการผลิตใหม่น้อยลงเช่นกัน

3.4.1.2 หลีกเลี่ยงการบรรจุเกินพอดี เพราะเป็นที่ตระหนักดีว่า การบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลายประการ แต่การบรรจุเกินพอดี (Over Packing) คือการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรก หรือให้ความคุ้มครองเกินความต้องการแก่สินค้า ในส่วนนี้การวิเคราะห์และทดสอบวัสดุ

และบรรจุภัณฑ์จะช่วยในการเลือกใช้วัสดุอย่างเหมาะสมและประหยัด ในแง่ของการแข่งขันในเชิงการค้านั้น จะเห็นว่าผู้บริโภคส่วนมากยังขาดความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าโดยไม่ได้สังเกตน้ำหนักบรรจุ แต่จะเลือกซื้อจากขนาดที่มองเห็นได้โดยง่าย ผู้ผลิตบางรายจึงเพิ่มขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์ให้ใหญ่กว่าขนาดสินค้า และดูว่าสินค้ามีปริมาณมาก การใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เกินความจำเป็นจึงทำให้สิ้นเปลืองทั้งทรัพยากรและพลังงาน

นอกจากนี้ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของสินค้าก็มีความจำเป็นอย่างยิ่ง แม้ว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะเป็นเครื่องชี้ถึงความเจริญของประเทศส่วนหนึ่ง โดยสามารถลดการสูญเสียของสินค้าก็ตาม แต่ก็ควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า และควรคำนึงถึงผลกระทบของบรรจุภัณฑ์ชนิดนั้นต่อสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น น้ำดื่ม บรรจุภัณฑ์ที่ใช้อาจจะเป็นขวดแก้วสามารถนำมาใช้บรรจุซ้ำได้อีก ขวดพลาสติกต่างๆ ที่นำไปหมุนเวียนใช้ประโยชน์หรือทิ้ง หรือกล่องกระดาษหลายชั้น ผู้ผลิตสินค้าควรมีส่วนรับผิดชอบในการรวบรวมและกำจัดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วด้วย ดังต่อไปนี้

1. การใช้ซ้ำ จะช่วยประหยัดทรัพยากรที่มีอยู่ และลดมลพิษให้กับสภาพแวดล้อม การใช้ซ้ำเป็นการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้ในลักษณะเดิม โดยไม่เปลี่ยนรูปทรงเดิม โดยที่ผู้ผลิตสินค้านำบรรจุภัณฑ์ไปบรรจุสินค้าใหม่ หรือผู้บริโภคนำไปบรรจุสินค้าหรือไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ กล่าวคือ อาจจะผลิตสินค้านำไปบรรจุใหม่ บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ ลังพลาสติกบรรจุผลไม้ เครื่องดื่ม ขนมปัง ขนมอบอื่นๆ แท่นรองรับสินค้า ถังน้ำปลา ขวดน้ำปลา ขวดแก้บรรจุเครื่องดื่ม

2. ปัจจุบันมีสินค้าบางประเภท เช่น เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ และน้ำยาชะล้างเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพมักบรรจุในขวดแก้วหรือถุง หรือถุงในกล่อง เมื่อบริโภคผลิตภัณฑ์ในขวดแก้วหมดแล้ว อาจซื้อที่บรรจุในถุงเติม ซึ่งเป็นการประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและบรรจุภัณฑ์ด้วย หรือนำบรรจุภัณฑ์นั้นไปเติมสินค้าชนิดเดียวกันที่ร้านจำหน่าย หรืออาจนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้อย่างอื่น เช่น กล่องโลหะบรรจุขนมปังกรอบอาจนำไปใช้เก็บของเล็กๆ น้อยๆ ได้

3. หมุนเวียนกลับไปใช้ประโยชน์ (Recycle) วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์แทบทุกชนิดได้จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พลาสติกเป็นผลพลอยได้จากน้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติ กระดาษทำจากไม้ แก้วทำจากซิลิกา และอื่นๆ เป็นต้น จึงควรจะสงวนทรัพยากรเหล่านี้ไว้ใช้ให้นานที่สุด โดยการควบรวมและนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วนั้นกลับมาหมุนเวียนเปลี่ยนรูปใหม่ วัสดุบางประเภทมีอุตสาหกรรมรองรับอยู่แล้ว เช่น การทำกระดาษจากกระดาษเก่าจะช่วยลดขั้นตอนในการผลิต ลดการใช้พลังงาน สงวนทรัพยากร ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ลดปริมาณขยะ และยังเพิ่มรายได้อีกด้วย

3.4.2 บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาหมุนเวียนใช้ได้อีกประกอบด้วย

3.4.2.1 กระดาษ - กระดาษใช้ทำบรรจุภัณฑ์ได้หลายชนิด และเป็นที่นิยมใช้กันมากเพราะทำจากทรัพยากรธรรมชาติ คือ ไม้ กระดาษแต่ละตันนั้นต้องใช้ไม้ประมาณ 17 ต้น ใช้กระแสไฟฟ้าถึง 4,100 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง ใช้น้ำมัน 31,500 ลิตร และเกิดมลพิษในการฟอกเยื่อกระดาษ รวมทั้งน้ำทิ้งด้วย แต่กระดาษมีข้อดีตรงที่มีความแข็งแรงระดับหนึ่ง พิมพ์ได้ดีสีสวย สลายตัวได้ง่าย แต่เนื่องจากป้องกันก๊าซไม่ได้ และจะเสียความแข็งแรงเมื่อเปียกน้ำ จึงได้นำมาประกบกับวัสดุอื่น เช่น อลูมิเนียมและพลาสติก ทำให้ยากแก่การทำลาย เพื่อเป็นการรักษาและเก็บทรัพยากรไว้ใช้ได้นานขึ้น จึงได้นำกระดาษกลับมาผลิตกระดาษอีก ทำให้ลดขั้นตอนในการผลิตโดยใช้พลังงานเพียงครึ่งหนึ่งของการผลิตไม้ และยังสงวนทรัพยากรไว้ใช้ได้นานขึ้น

3.4.2.2 แก้ว เป็นวัสดุที่นำมาใช้ในรูปของบรรจุภัณฑ์เป็นเวลานาน เนื่องจากมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ใสสะอาด และปลอดภัย ทนความร้อนได้สูง มีอายุนาน แม้จะหนักและแตกง่ายแต่สามารถนำไปหมุนเวียนใช้ประโยชน์ได้อีก โดยทุบให้แตกเป็นชิ้นเล็กๆ เรียกว่า เศษแก้ว แล้วนำไปหลอมได้ร้อยละ 25 – 32

3.4.2.3 โลหะ เป็นแผ่นเหล็กเคลือบดีบุกเป็นวัสดุที่สำคัญทำให้เกิดอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องทั่วโลก มีคุณสมบัติเป็นตัวกั้นและทนความร้อน จึงฆ่าเชื้อได้และพิมพ์ได้ดี เมื่อใช้สินค้าหมดแล้ว กระป๋องสามารถนำไปหลอมเพื่อทำอุปกรณ์ต่างๆ ได้ เป็นที่นิยมใช้บรรจุเครื่องดื่ม อลูมิเนียมมักจะผลิตจากแร่บอกไซด์ซึ่งมีปริมาณอลูมิเนียมร้อยละ 60 สามารถนำกระป๋องอลูมิเนียมที่ใช้แล้วไปหลอมและผลิตเป็นกระป๋องใหม่จะประหยัดพลังงานได้ถึงร้อยละ 95

3.4.2.4 พลาสติก มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการบรรจุสินค้าทั้งที่จำหน่ายในประเทศและเพื่อการส่งออกในปัจจุบัน และนับวันยิ่งจะเพิ่มความสำคัญให้แทนบรรจุภัณฑ์ทำด้วยไม้ กระดาษและวัสดุอื่นๆ เนื่องจากพลาสติกมีคุณสมบัติเด่นหลายประการ เช่น มีความเหนียว น้ำหนักเบา ทนทานต่อสารเคมี ทนต่ออุณหภูมิในช่วงกว้าง เป็นตัวกั้นความชื้นและก๊าซ มีหลายชนิดให้เลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์

พลาสติกมักใช้พลังงานต่ำกว่าการผลิตบรรจุภัณฑ์จากวัสดุชนิดอื่น ๆ และสามารถนำกลับมาเข้ากระบวนการผลิตได้ใหม่ เช่น PE, PP, PVC, PS และ PET ในประเทศไทยนั้นอาจนำ PE, PP และ PVC ไปแปรรูปทำผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ชาม ถังไม้เทียม ถุงขยะ ส้นรองเท้า โดยใช้วัสดุเก่าล้วนหรือเติมวัสดุใหม่ลงไปด้วย แล้วแต่ประเภทของผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามไม่ควรนำบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุเก่าสัมผัสกับผลิตภัณฑ์อาหารโดยตรง เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค (เกศินี จิรวณิชชากร 2552 : 106 – 110)

3.5 การใช้บรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ

การหมุนเวียนนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และสินค้าควรคำนึงถึงข้อปฏิบัติเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้สนับสนุนการหมุนเวียนนำไปใช้ประโยชน์ หากมีอุตสาหกรรมรองรับแล้ว โดยทำเครื่องหมายบนฉลากเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคร่วมมือ ปัจจุบันเครื่องหมายเหล่านี้มักเป็นสากล ไม่ว่าจะเป็นกระดาษ แก้ว โลหะ ทำจากแผ่นเหล็กอลูมิเนียมและพลาสติก โดยเฉพาะพลาสติกนั้นมีรหัสบอกชนิดของวัสดุด้วย ทั้งนี้เพื่อการใช้บรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพควรปฏิบัติดังต่อไปนี้

3.5.1 ควรใช้วัสดุหมุนเวียนเป็นส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ด้วย แต่ไม่ควรให้สัมผัสกับผลิตภัณฑ์อาหารโดยตรง เช่น พลาสติก

3.5.2 บรรจุภัณฑ์ควรทำด้วยวัสดุชนิดเดียว หรือวัสดุที่สามารถแยกประเภทได้ แล้วนำเข้ากระบวนการผลิตใหม่โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและประหยัด

3.5.3 บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุวัตถุมีพิษควรระบุข้อความแนะนำในการใช้และการทิ้ง

3.5.4 ควรระบุคำแนะนำในการเตรียมบรรจุภัณฑ์ก่อนทิ้ง ไว้บนฉลากด้วย หากจะนำไปหมุนเวียน เช่น การล้าง การลอกฉลากออก หรือทำให้แบนเพื่อลดปริมาตรของบรรจุภัณฑ์

หลักการพิจารณาในการวางระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ใครเป็นผู้ก่อมลพิษจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบความเป็นไปได้ในการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจมุ่งประเด็นไปที่ขยะที่สามารถใช้ซ้ำ รีไซเคิล และกำจัด ตามลำดับอาศัยโครงสร้างบนฐานเดิมที่มีอยู่ขยายฐานการดำเนินการเรียกคืนขยะไปสู่บริษัทผลิตสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวกันมากขึ้นผู้ผลิตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่จัดการได้ยาก ต้องรับผิดชอบมากขึ้นวางระบบทั้งระบบการเงิน การเรียกคืนและการประเมินผลต้องมีความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์และการเงินไม่เป็นภาระต่อผู้บริโภคปัจจัยในการพิจารณาวางระบบการจัดการ

มาตรการสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการค้าที่ประเทศพัฒนาแล้วนำมาใช้อยู่ในขณะนี้กำลังเป็นที่ถกเถียงกันในเวทีการค้าโลก ว่าจะเป็นเครื่องมือกีดกันการค้า เนื่องจากเป็นต้นทุนอย่างหนึ่งที่ผู้ประกอบการในทุกประเทศจะต้องให้ความสำคัญและร่วมกันรับผิดชอบโดยตรง บนพื้นฐานของหลักการ "ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่าย" หรือ PPP (Pollution Pays Principle) ดังนั้น ประเทศกำลังพัฒนาจึงต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องมาตรการสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการค้าเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก

สหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทย ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ได้กำหนดนโยบายและเป้าหมายในการลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางด้านบรรจุภัณฑ์และของเสียจากบรรจุภัณฑ์ (EU Directive on Packaging and Packaging Waste) เพื่อให้

ประเทศสมาชิกปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อลดปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์และเพื่อนำบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วกลับไปแปรสภาพใช้ใหม่ หรือนำไปใช้ประโยชน์อื่น

ผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้ามีภาระต้องรับผิดชอบต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของตนเอง มาตรการที่ใช้มีทั้งแบบบังคับนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับไป (Take Back Obligation) หรือให้ชำระค่าธรรมเนียมกำจัด (Green Dot Fee หรือ Waste Management Fee) แทนการนำกลับ และมาตรการแบบสมัครใจ เช่น การปิดฉลากเขียว (Eco-Labeling) นอกจากนั้น ยังกำหนดให้ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของวัสดุใช้แล้ว ให้นำวัสดุใช้แล้วไปใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse) หรือแปรรูปใช้ใหม่ (Recycle) ให้ได้ปริมาณตามที่กำหนด เป็นต้น

หลักเกณฑ์ มาตรการ ข้อกำหนด และเงื่อนไขเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว สหภาพยุโรปใช้กับสินค้าที่ผลิตในกลุ่มประเทศสมาชิกที่นำเข้า ในกรณีที่ไม่สามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับออกไปก็ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกำจัด จึงผลักภาระมายังผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย หรือขอต่อรองลดราคาสินค้าลง สินค้าจากประเทศไทยจึงมีภาระต้นทุนการส่งออกสูงขึ้น ย่อมเป็นผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง

สินค้าส่งออกสำคัญ 10 ประเภทที่จะได้รับผลกระทบคือ เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ วงจรไฟฟ้า เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ อุปกรณ์และชิ้นส่วนยานพาหนะ รองเท้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อาหารสดแช่เย็นและแช่แข็ง อาหารแปรรูป และอาหารกระป๋อง

การคิดค่าธรรมเนียมในแต่ละประเทศของสหภาพยุโรปมีความต่างกัน โดยคิดตามจำนวนน้ำหนักของชนิดวัสดุที่ใช้หรือจะคำนวณตามพื้นที่หรือปริมาตรของวัสดุที่ใช้ ดังนั้น การส่งออกสินค้าไปยุโรปจำเป็นต้องคำนึงถึงค่าธรรมเนียมการกำจัดบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราการผันแปรตามมูลค่าการส่งออกที่มี โดยเฉพาะสำหรับสินค้าเป้าหมาย 10 ประเภทนั้น ในแต่ละปีประเทศไทยจะต้องสูญเสียเงินค่าธรรมเนียมในการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ถึงประมาณนับพันล้านบาท

ดังนั้น เพื่อลดภาระค่าธรรมเนียมการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าไทยไปสหภาพยุโรป จึงควรต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกว่า กล่าวคือ ใช้วัสดุที่เสียค่าธรรมเนียมในการกำจัดต่ำกว่า ลดน้ำหนักวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้น้อยลง ลดพื้นที่และปริมาตรบรรจุภัณฑ์ให้น้อยลง ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกว่าจะต้องทำหน้าที่ในการคุ้มครองรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการขายและมีต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์รวมกับค่าธรรมเนียมกำจัดต่ำลงกว่าเดิมด้วย (เกศินี จิรวณิชชากร 2552 : 111 – 116)

3.6 แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

สำหรับประเทศไทย ปริมาณขยะมูลฝอยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปีนั้น มีองค์ประกอบที่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการนำกลับไปใช้ใหม่ได้ จึงต้องมีมาตรการที่เหมาะสมสำหรับคัดเลือกวัสดุเพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อมิให้ขยะบรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาตกค้างในสิ่งแวดล้อมและแข่งขันในการส่งออกได้ หลักเกณฑ์ด้านบรรจุภัณฑ์ของสหภาพยุโรปอาจจะนำมาประยุกต์ใช้กับการจัดการมูลฝอยบรรจุภัณฑ์สินค้านำเข้า จำหน่าย หรือผลิตในประเทศไทย

กรมควบคุมมลพิษจึงได้จัดทำแผนงานการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการลดและใช้ประโยชน์จากของเสียการผลิตบรรจุภัณฑ์ขึ้น และมอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) เป็นผู้ดำเนินการวิจัยศึกษาโครงการ "การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการลดของเสียและการใช้ประโยชน์จากของเสีย" เพื่อการลดค่าธรรมเนียมกำจัด บรรจุภัณฑ์ของสินค้าส่งออกไปสหภาพยุโรป และนำมาตรการของสหภาพยุโรปมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม (เกศินี จิรวณิชชากร 2552 : 117)

ผลการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางขั้นตอนสำหรับผู้ประกอบการใช้การพิจารณาคัดเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสรุปได้ 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประเมินความเหมาะสมของวัสดุบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนนี้เป็นการประเมินความเหมาะสมของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเมื่อเทียบกับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นทางเลือกใหม่ เพื่อเลือกวัสดุที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบความสอดคล้องตามมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เลือก ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบคุณสมบัติของวัสดุบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดระเบียบ หรือมาตรฐานด้านการบรรจุภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินผลกระทบของบรรจุภัณฑ์ต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการพิจารณาผลกระทบของวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ปัจจุบันเทียบกับวัสดุประเภทอื่นที่จะนำมาใช้แทน

ขั้นตอนที่ 4 พิจารณาค่าธรรมเนียมการจัดการบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนนี้เป็นการพิจารณาลดค่าธรรมเนียมจัดการบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วิธีการคำนวณค่าธรรมเนียมในการกำจัดบรรจุภัณฑ์สำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นทางเลือกใหม่ เปรียบเทียบกับค่าธรรมเนียมในการกำจัดบรรจุภัณฑ์สำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

3.6 กฎหมายและองค์กรในการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้

3.6.1 ประเภทหรือชนิดของขยะตามกฎหมาย

ในการวิเคราะห์กฎหมายและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัดสุเหลือใช้ ซึ่งเป็นขยะอันเกิดจากบรรจุภัณฑ์และวัสดุของสินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ตามโครงการนี้ ในเบื้องต้นจะต้องทำความเข้าใจถึงประเภทหรือชนิดของขยะในปัจจุบันมีกฎหมายควบคุมขั้นตอนและวิธีการนำไปกำจัด ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 จำพวก คือ

3.6.1.1 สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ที่เกิดจากโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ซึ่งตั้งอยู่นอกนิคมอุตสาหกรรม (เฉพาะนิคมอุตสาหกรรมที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522) ผู้ประกอบกิจการโรงงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ดังนี้

1. ต้องรักษาโรงงานให้สะอาดปราศจากขยะและสิ่งปฏิกูลอยู่เสมอ และจัดให้มีที่รองรับ หรือที่กำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลตามความจำเป็นและเหมาะสม

2. ต้องแยกเก็บสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ ซึ่งมีวัตถุมีพิษปนอยู่ด้วย หรือสำลีผ้าหรือเศษด้ายที่เปื้อนวัตถุไวไฟไว้ในที่รองรับต่างหากที่เหมาะสมและมีฝาปิดมิดชิด และต้องจัดให้มีการกำจัดสิ่งดังกล่าวโดยเฉพาะด้วยวิธีการที่ปลอดภัยและไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ

3. ผู้ประกอบกิจการโรงงานที่มีสิงปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ ซึ่งมีลักษณะและคุณสมบัติตามที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ต้องดำเนินการเกี่ยวกับการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ดังต่อไปนี้

3.1 ห้ามมิให้นำสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ออกนอกบริเวณโรงงาน เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรมหรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรมมอบหมายให้นำออกไปเพื่อการทำลายฤทธิ์ กำจัด ทิ้ง หรือฝังด้วยวิธีการและสถานที่ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

3.2 ต้องแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับชนิด ปริมาณ ลักษณะคุณสมบัติและสถานที่เก็บสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้นั้น ๆ พร้อมทั้งวิธีการเก็บ ทำลายฤทธิ์ กำจัด ทิ้ง ฝัง เคลื่อนย้าย และการขนส่ง ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ดังนั้น ขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการนี้ในกรณีของโรงงานที่ต้องอยู่นอกเขตนิคมอุตสาหกรรมจะต้องเป็นขยะที่ไม่ใช่สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ที่มีลักษณะและคุณสมบัติตามที่กำหนดในภาคผนวกที่ 1 ท้ายประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2540) และไม่ใช่สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ที่เป็นของเสียจากกระบวนการผลิตเฉพาะประเภทตามภาคผนวกที่ 1 หมวด 2 ท้ายประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2541)

3.6.1.2 สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ที่เกิดในโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงานพ.ศ. 2535 ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ผู้ประกอบอุตสาหกรรมมีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตาม ประกาศการนิคมอุตสาหกรรม ที่ 47/2541 เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ในนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งถูกแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศการนิคมอุตสาหกรรมที่ 41/2542 เรื่องการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ในนิคมอุตสาหกรรม (แก้ไขเพิ่มเติม) ลงวันที่ 20 ตุลาคม 2542 ดังนี้

1. แยกเก็บสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ที่เป็นขยะมูลฝอย ขยะทั่วไป และขยะอันตรายแยกจากกันเป็นสัดส่วน จัดเก็บไว้ในที่รองรับที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญก่อนนำไปกำจัด โดยมีชื่อหรือเครื่องหมายแสดงไว้ที่สถานที่จัดเก็บ หรือภาชนะที่จัดเก็บ ระบุชนิดหรือประเภทของขยะให้ชัดเจน

2. ในการตรวจสอบชนิดหรือประเภทของขยะ ซึ่งไม่มีความชัดเจนคาบเกี่ยว หรือไม่สามารถจำแนกได้ว่าเป็นขยะประเภทใด หากมีความจำเป็นในการตรวจพิสูจน์เพื่อดำเนินการให้ถูกต้องและเป็นไปตามกฎหมาย ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมต้องเป็นผู้ดำเนินการพิสูจน์ความชัดเจน พร้อมรับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการดำเนินการตรวจพิสูจน์นั้น

3. การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมให้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ตามนัยประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ 29/2541 เรื่องการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ในนิคมอุตสาหกรรม และพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

4. การนำสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ตามข้อ 3 อกนอกบริเวณโรงงานต้องได้รับอนุญาตจากผู้ว่าการ หรือผู้ซึ่งผู้ว่าการมอบหมาย และให้ใช้แบบคำขออนุญาตนำสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ ออกนอกโรงงานที่เป็นขยะอันตราย ขยะทั่วไป ขยะมูลฝอย และใบกำกับการขนส่ง ขยะอันตราย ขยะทั่วไป ตามแบบแนบท้ายประกาศนี้

5. การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ ผู้ประกอบการต้องจัดทำบันทึกแสดงรายการที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ประเภทของขยะ ปริมาณ จำนวนผู้ให้บริการกำจัดผู้ให้บริการขนส่ง เป็นต้น ตามแบบใบกำกับการขนส่งที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนดหรือแบบที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเห็นชอบ โดยเก็บรักษาบันทึกไว้ ณ ที่ตั้งโรงงานให้พร้อมสำหรับการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่

6.ให้ผู้ประกอบการจัดส่งรายงานผลการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ต่อการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยทุกเดือน ภายในวันที่ 7 ของทุกเดือนถัดไป

ดังนั้น ขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการนี้เกิดจากโรงงานตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมต้องเป็นขยะที่ไม่ใช่สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุเหลือใช้ที่มีลักษณะและคุณสมบัติตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2540) และประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2541) เช่นเดียวกับกรณีโรงงานที่ตั้งอยู่นอกเขตนิคมอุตสาหกรรมที่ได้กล่าวมาในข้อ 1

3.6.1.3 “ขยะติดเชื้อ” จากโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลจะไม่อยู่ในความหมายของขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการนี้

3.6.1.4 สิ่งปฏิกูลมูลฝอย ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ซึ่งได้ให้คำนิยามของคำว่า สิ่งปฏิกูลมูลฝอย ไว้ดังนี้

“สิ่งปฏิกูล” หมายความว่า อุจจาระหรือปัสสาวะ และหมายความรวมถึงสิ่งอื่นใดซึ่งเป็นสิ่งโสโครกหรือมีกลิ่นเหม็น

“มูลฝอย” หมายความว่า เศษกระดาษ เศษผ้า เศษอาหาร เศษสินค้า ถุงพลาสติกภาชนะที่ใส่อาหาร เถ้า มูลสัตว์ หรือซากสัตว์ รวมตลอดถึงสิ่งอื่นใดที่เก็บกวาดจากถนน ตลาด ที่เลี้ยงสัตว์หรือที่อื่น (นิคมอุตสาหกรรม 2542)

จากคำนิยามกล่าวข้างต้นขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการนี้จึงไม่ใช่ สิ่งปฏิกูลแต่เป็นขยะมูลฝอย

3.6.2 กฎหมายในการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้

จากการที่ขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการนี้เป็นขยะทั่วไปที่อยู่ในความหมายชองคำว่า “มูลฝอย” ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ซึ่งการเก็บขนหรือ กำจัดมูลฝอยทุกประเภทนี้เป็นอำนาจหน้าที่โดยตรงของราชการส่วนท้องถิ่น (มาตรา 19) คือ สภาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา และจากการที่พระราชบัญญัตินี้ไม่ได้ให้คำนิยามของคำว่ากำจัดไว้ว่าหมายถึงวิธีการใดจึงต้องตีความในทางที่เป็นผลในความหมายอย่างกว้างตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ ฉะนั้นการกำจัดนี้จึงมีความหมายครอบคลุมการดำเนินการต่าง ๆ อย่างถูกสุขลักษณะตามหลักวิชาการที่ถูกต้อง อันมีผลทำให้มูลฝอยที่เก็บและขนมานี้ไม่ก่อให้เกิดเหตุรำคาญและส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน เช่น การฝังกลบที่มีระบบกันซึมหรือป้องกันการรั่วไหลการเผาที่ควบคุมค่ามาตรฐานขอมลสารที่ระบายออกจากปล่องตามประกาศกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เรื่องกำหนดมาตรฐานควบคุมการปล่อยทิ้งอากาศเสียจากเตาเผามูลฝอย (ลงวันที่ 17 มิถุนายน 2540) การหมักทำปุ๋ย และการนำกลับมาใช้ประโยชน์อีก (recycle/reuse/recovery) เป็นต้น

การดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ได้บัญญัติไว้ในหมวด 3 การกำจัดสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย มาตรา 18, 19 และ 20 ซึ่งสามารถแยกประเด็นพิจารณาได้ดังนี้

1. การถ่าย ทิ้ง สิ่งปฏิกูลและมูลฝอย เป็นภาระหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่นที่ต้องจัดให้มีขึ้นในที่ใดที่หนึ่งตามความความเหมาะสม หรือกำหนดให้มีที่รองรับสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยตามที่หรือทางสาธารณะหรือที่เอกชน โดยออกเป็นข้อกำหนดของแต่ละส่วนท้องถิ่นเพื่อบังคับให้ประชาชนถือปฏิบัติตาม

2. การถ่าย เท ทิ้ง สิ่งปฏิกูลและมูลฝอย เป็นภาระหน้าที่ของประชาชนจะต้องกระทำให้พื้นที่หรือบริเวณหรือในที่ที่ราชการส่วนท้องถิ่นได้จัดไว้ให้

3. การเก็บ ขน หรือกำจัด สิ่งปฏิกูลและมูลฝอย เป็นภาระหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่น หรือผู้ที่ได้รับอนุญาตจากราชการส่วนท้องถิ่น

4. การจัดเก็บค่าธรรมเนียม ค่าบริการ เป็นอำนาจของราชการส่วนท้องถิ่นในการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมเพื่อกาให้บริการของราชการส่วนท้องถิ่น และการกำหนดค่าบริการขั้นสูงตามลักษณะการให้บริการที่ผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 19 จะพึงเรียกเก็บได้

จากกระบวนการการจัดการขยะมูลฝอยดังกล่าวข้างต้น อาจนำไปสู่การจัดการมูลฝอยที่เป็นขยะประเภทบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ในแต่ละขั้นตอนได้ดังนี้

1. การที่กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดท้องถิ่นกำหนดให้มีที่รองรับสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอยในที่หรือทางสาธารณะและสถานที่เอกชน (มาตรา 20 (2)) นั้น ทำให้ราชการส่วนท้องถิ่นสามารถจัดให้มีที่รองรับสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยแยกประเภทได้ โดยเฉพาะที่รองรับขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการที่อันสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (reuse) หรือเพื่อการอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกันนี้ ซึ่งเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการลดปริมาณสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย เช่น แก้ว กระดาษ พลาสติก และโลหะที่เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ฉะนั้นถ้าราชการส่วนท้องถิ่นได้จัดให้มีที่ที่รองรับสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยดังกล่าวอย่างชัดเจนแล้ว จะทำให้เกิดเป็นภาระผูกพันตามกฎหมายแก่ประชาชนที่จะต้องถ่าย เท ทิ้งสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยในที่ที่ราชการส่วนท้องถิ่นจัดไว้ให้ตามความในมาตร 20 (1)

2. การที่กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่นที่มีอำนาจในการออกข้อกำหนดท้องถิ่นห้ามการถ่าย เท ทิ้ง หรือทำให้มีขึ้นในที่หรือทางสาธารณะซึ่งสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย นอกจากในที่ที่ราชการส่วนท้องถิ่นจัดไว้ให้ (มาตรา 20 (2)) นั้น และเมื่อมีการประกาศใช้ข้อกำหนดเช่นว่านั้นแล้ว ถือว่าเป็นภาระหน้าที่ของประชาชนในเขตราชการส่วนท้องถิ่นนั้นที่จะต้องกระทำการถ่าย เท ทิ้งสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยในที่ที่ราชการส่วนท้องถิ่นจัดไว้ให้เท่านั้น ซึ่ง

ถ้าหากราชการส่วนท้องถิ่นได้นำมาบังคับใช้อย่างจริงจังแล้วก็จะเป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการบังคับให้ประชาชนจะต้องดำเนินการคัดแยกสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยแต่ละประเภทก่อนที่จะนำไปถ่าย เท ทิ้ง อันจะนำไปสู่การจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้

3. ในส่วนของกิจกรรมด้านการเก็บ ขน หรือกำจัด สิ่งปฏิกูลและมูลฝอย เป็นภาระหน้าที่ของราชราชการส่วนท้องถิ่น หรือผู้ที่ได้รับอนุญาตจากราชการส่วนท้องถิ่น ดังความในมาตร 19 และ 20 นั้น สามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

3.1 ในกรณีที่ราชการส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการเก็บ ขน หรือกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอยในเขตราชการส่วนท้องถิ่นของตนเองราชการส่วนท้องถิ่นนั้นจะต้องจัดวางแผนจัดกำลังคนและพาหนะออกจัดเก็บสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยตามบ้านเรือนและชุมชนและจากที่ที่รองรับสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย หลานเส้นทางในเขตรับผิดชอบ และจัดส่งไปยังสถานที่ที่กำจัด โดยในขณะการจัดส่งนั้นราชการส่วนท้องถิ่นอาจจัดให้มีสถานที่พักสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยชั่วคราวเพื่อพนักงานหรือลูกจ้าง หรือบุคคลภายนอกที่ไดรับอนุญาตจากราชการส่วนท้องถิ่นทำการคัดแยกสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย เพื่อนำไปจำหน่ายหรือใช้ประโยชน์อย่างอื่น โดยเงินรายได้จากการดำเนินการดังกล่าวถือว่าเป็นรายได้พิเศษของราชการส่วนท้องถิ่น

นอกจากการดำเนินการเองโดยราชการส่วนท้องถิ่นแล้ว ราชการส่วนท้องถิ่นอาจร่วมมือกับหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่นอื่นในการดำเนินการเก็บขน หรือกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอยได้ตามที่กฎหมายจัดตั้งราชการส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ให้อำนาจไว้ เช่น

3.1.1 พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 มาตรา 58 ได้ให้อำนาจแก่เทศบาลตั้งแต่สองแห่งขึ้นไปที่จะร่วมกันทำกิจการที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของตนเองเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่ง โดยการจัดตั้งเป็นองค์การที่เรียกว่า “สหการ” ซึ่งมีสภาพเป็นทบวงการเมืองและมีคณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วยผู้แทนของเทศบาลที่เกี่ยวข้องอยู่ด้วยโดยการจัดตั้งสหการนี้สามารถทำได้โดยการตราเป็นพระราชกฤษฎีการจัดตั้ง ซึ่งในพระราชกฤษฎีการนี้จะต้องกำหนดชื่ออำนาจ หน้าที่ และระเบียบการดำเนินงานไว้ด้วย นอกจากนั้นการยุบเลิกสหการก็ต้องตราเป็นพระราชกฤษฎีกาเช่นกันโดยกำหนดวิธีการจัดทรัพย์สินไว้ด้วย และในมาตรา 59 ได้กำหนดมาตรการส่งเสริมการดำเนินการของสหการไว้ด้วย โดยสหการที่จัดตั้งนี้อาจได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล และอาจกู้เงินได้ภายใต้บังคับมาตรา 66 (5) หรือ (6)

3.1.2 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 มาตรา 69 ได้ให้อำนาจแก่เมืองพัทยาในการร่วมดำเนินกิจการใดอันอยู่ภายใต้อำนาจหน้าที่ของเมืองพัทยากับหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น โดยการ

จัดตั้งองค์การขึ้นเรียกว่า “สหการ” ซึ่งมีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยการจัดตั้งสหการนี้สามารถทำได้โดยการตราเป็นพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งซึ่งต้องระบุถึงชื่อ อำนาจหน้าที่ และวิธีการบริการและการดำเนินงานไว้ด้วย และเมื่อจะยุบเลิกสหการต้องตราเป็นพระราชกฤษฎีกา โดยระบุวิธีจัดการทรัพย์สินไว้ด้วย เป็นต้น

3.2 ในกรณีที่ราชการส่วนท้องถิ่นไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการเก็บ ขน หรือกำจัดมูลฝอยเอง อันเป็นกรณีที่มีเหตุอันสมควรราชการส่วนท้องถิ่นนั้นอาจดำเนินการในเรื่องนี้ได้ 2 รูปแบบ คือ

3.2.1 มอบให้บุคคลใดดำเนินการกำจัดมูลฝอย ภายใต้การควบคุมของราชการส่วนท้องถิ่น (มาตรา 18 วรรคสอง) เช่น ราชการส่วนท้องถิ่นอาจใช้งบประมาณของตนจ้างบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทมาดำเนินการเก็บขนหรือกำจัดมูลฝอยในเขตราชการส่วนท้องถิ่นภายใต้การควบคุมของราชการส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

3.2.2 อนุญาตให้บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตดำเนินกิจการรับทำการเก็บขนหรือกำจัดมูลฝอย โดยทำเป็นธุรกิจหรือได้รับประโยชน์ตอบแทนด้วยการคิดค่าบริการ (มาตรา 18 วรรคสอง และ 19) โดยบุคคลที่ได้รับอนุญาตนี้จะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของท้องถิ่นที่ออกตามมาตรา 20 (5) ในเรื่อง ลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการเก็บ ขน หรือกำจัดมูลฝอย ซึ่งรวมถึงอัตราค่าบริการขึ้นสูงตามลักษณะการให้บริการที่บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตนั้นจะพึงเรียกเก็บได้ ส่วนในเรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการขอและออกใบอนุญาต การขอต่อใบอนุญาต และการอนุญาตให้ต่อใบอนุญาตนั้น ตามกฎหมายฉบับนี้ในมาตรา 44 ประกอบกับมาตรา 45 กำหนดให้เป็นอำนาจของราชการส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดของท้องถิ่นในเรื่องดังกล่าวได้ เช่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยที่จะต้องทำการเก็บขนและกำจัดในแต่ละวันเป็นประจำวันมากจนเกินขีดความสามารถของกรุงเทพมหานครที่จะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงได้เปิดโอกาสให้เอกชนหลายรายเข้าประมูลเพื่อดำเนินการแทน และกรุงเทพมหานครทำหน้าที่ในการควบคุมให้เอกชนที่เป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการ ปฏิบัติตามกฎหมายข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร และเงื่อนไขอื่นในใบอนุญาต เป็นต้น

4. การจัดเก็บค่าธรรมเนียมและค่าบริการ

4.1 ในกรณีที่ราชการส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการเก็บ ขน หรือกำจัดสิ่งปฏิกูลและมูลฝอยในเขตราชการส่วนท้องถิ่นของตนเอง ราชการส่วนท้องถิ่นนั้นสามารถกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการของราชการส่วนท้องถิ่นในการเก็บขนสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอยได้ไม่เกินอัตราตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 20 (4))หมายความว่าราชการส่วนท้องถิ่นจะออกข้อกำหนดท้องถิ่นกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการในการเก็บ ขนสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอย และ

เรียกเก็บจากประชาชนเกินอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตาม มาตรา 20 (4) ไม่ได้ คือ กฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2536) ซึ่งตามข้อ 1 ของกฎกระทรวงฉบับนี้ได้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่ราชการส่วนท้องถิ่นสามารถเก็บได้

4.2 เก็บ ขน หรือกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือมูลฝอยโดยทำเป็นธุรกิจหรือโดยได้รับประโยชน์ตอบแทนด้วยการคิดค่าบริการ (มาตรา 19) นั้น ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการกำหนดค่าบริการขึ้นสูงตามลักษณะการให้บริการที่ผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 19 จะพึงเรียกเก็บได้ (มาตรา 20 (5))

จากการที่กฎหมายฉบับนี้ได้ให้อำนาจแก่ราชการส่วนท้องถิ่นในการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมเพื่อการให้บริการของราชการส่วนท้องถิ่น และการกำหนดค่าบริการขึ้นสูงตามลักษณะการให้บริการที่ผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 19 จะถึงเรียกเก็บได้ดังที่กล่าวมาในข้างต้นนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการนำมาตรการทางเศรษฐศาสตร์มาบัญญัติไว้ในกฎหมายเพื่อให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจเรียกเก็บค่าธรรมเนียมและค่าบริการมาเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการบริการสาธารณะในเรื่องนี้อันสอดคล้องกับหลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่ายก็ตาม แต่มาตรการนี้เพียงมาตรการเดียวก็ยังไม่สามารถรองรับต่อกิจการการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ตามโครงการนี้ได้ ดังนั้นเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามโครงการนี้จึงสมควรที่จะมีการนำมาตรการทางเศรษฐศาสตร์ประเภทอื่นมาใช้ควบคู่กับมาตรการที่มีอยู่เดิม คือมาตรการจัดเก็บภาษีบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้จากผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นำออกจำหน่าย โดยการกำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบอุตสาหกรรมและผู้นำเข้าให้ต้องชำระค่าภาษีประเภทนี้เพิ่มขึ้นจากภาษีประเภทอื่นที่เรียกเก็บอยู่ในปัจจุบันในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดเก็บภาษีนี้ คือ กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากร เมื่อเรียกเก็บได้แล้วให้นำส่งเข้ากองทุนสิ่งแวดล้อมตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เพื่อนำมา ใช้จ่ายในการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ต่อไป

3.7 บรรจุภัณฑ์กับความปลอดภัยที่ต้องใส่ใจ

พิทักษ์ สุภนันทการ (2007) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันผู้ประกอบการและผู้บริโภคยังให้ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ไม่มากนัก ผู้คนส่วนใหญ่ยังมอบแบบแยกส่วนระหว่างตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยยังเห็นว่ามันเป็นแค่เครื่องนุ่งห่มหรือวัสดุห่อหุ้มพื้นฐานเท่านั้น (คือปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหาย ชำรุด หรือปนเปื้อน และเป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้รับผลิตภัณฑ์ช่วงถัดไปและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย) การมองฟังก์ชั่นของบรรจุภัณฑ์เป็นเพียงแค่ปัจจัยพื้นฐาน เลยไม่ให้ความสำคัญและไม่ต้องคิดว่าจะพัฒนาอะไรมากไปกว่าซื้อมาแล้วก็ใช้ไป ไม่พอก็สั่งซื้อเพิ่ม

แท้จริงแล้วบรรจุภัณฑ์สามารถพัฒนาและสร้างนวัตกรรมต่อยอดอย่างไม่จำกัดแล้วแต่จะคิดได้มากหรือน้อย ในบางประเทศ อย่างญี่ปุ่น บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาและมีความพิถีพิถันอย่างมาก สังเกตว่าสินค้าญี่ปุ่นมีการออกแบบที่สวยงาม สะดุดตา น่าซื้อและบ่อยครั้งที่เราเลือกซื้อสินค้าเพราะบรรจุภัณฑ์เป็นตัวชี้นำการขาย ข้อเท็จจริงอันนี้จะยังคงอยู่เท่าที่เราเห็นด้วยกับคำว่า “ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง” และยังเป็นจริงเท่าที่เรายังยอมรับว่าความสวยงามจำเป็นต้องมีวัตถุรองรับ นั่นเป็นเพียงแง่มุมด้านคุณภาพการรับรู้ในสิ่งที่พบเห็น (Perceived Quality) แต่ความปลอดภัยมักมองไม่เห็นจากสิ่งที่พบเห็น แต่จะส่งผลถึงความไม่ปลอดภัยหลังจากการใช้งานและจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจและเครื่องหมายการค้า ซึ่งบางครั้งไม่สามารถประมาณค่าได้หรืออาจเท่ากับมูลค่าของการปิดกิจการ ในแง่ความปลอดภัยแล้ว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยหรือมากกว่านิดหน่อย เพราะผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มักเป็นคนละธุรกิจกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการมักคิดเอาเองว่าบรรจุภัณฑ์ที่สั่งซื้อมานั้นได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อการใช้งาน แต่ในข้อเท็จจริงท่านทราบหรือไม่ว่ายังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการระบุฉลากและข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอีกมากมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เครื่องสำอางและยา รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะมองในเชิงภาระรับผิดชอบทางกฎหมาย (Legal Liability) หรือในเชิงความรับผิดชอบทางธุรกิจ (Business responsibility) การเอาใจใส่ในความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องที่สำคัญเท่า ๆ กับความปลอดภัยของตัวผลิตภัณฑ์นั่นเอง

ดังนั้นการให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์เราควรมองในแง่มุมมองอย่างน้อย 3 ระดับ คือ

1. องค์ประกอบของวัสดุตั้งต้น (Material design and Components) จะต้องผลิตจากวัสดุที่ปลอดภัย ไม่มีส่วนประกอบของสารที่เป็นอันตราย เช่น สารโลหะหนักและสารเคมีต้องห้ามต่าง ๆ ที่สามารถปลดปล่อยและซึมออกมาปนเปื้อนกับอาหาร หรือผลิตภัณฑ์ มาตรฐานความปลอดภัยระดับนี้มักถูกระบุชัดเจนในข้อกำหนดทางกฎหมายต่าง ๆ

2. การออกแบบและการผลิต (Manufacturing design and Production) เป็นมาตรฐานความปลอดภัยระดับการผลิตและระบบการประกันคุณภาพ ผู้ประกอบการจะต้องประเมินความเสี่ยงจากระบบการผลิตและการระบุฉลาก หลักการพื้นฐานของความปลอดภัยคือผู้ใช้จะต้องสามารถใช้งานได้ถูกต้อง สะดวก และเข้าใจได้ง่ายในสภาพการใช้งานปกติ

3. การใช้งานที่อาจเป็นไปได้ (Foreseeable Uses) ผู้ประกอบการควรจะต้องทำการประเมินความเสี่ยงของบรรจุภัณฑ์ของตนในแง่ความเป็นไปได้ของการใช้งานอื่นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้ใช้บางกลุ่มโดยไม่คาดคิด ตัวอย่างเช่น เด็กทารกอาจนำไปเล่น กัด

กิน กลืน ทำให้เกิดการบาดเจ็บและตาย หรืออาจมีการนำไปบรรจุอาหารโดยที่ไม่รู้ว่าวัสดุนั้นห้ามใช้กับอาหาร เป็นต้น

3.7.1 ระเบียบบรรจุภัณฑ์ของ EU

EU (EOROPEN)ได้ออกกฎหมายควบคุมการผลิต และการจัดการซากขยะบรรจุภัณฑ์ มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1994 (ระเบียบ 94/62/EC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากบรรจุภัณฑ์ และเพื่อลดปัญหา/อุปสรรคในการค้า โดยระเบียบบรรจุภัณฑ์ฉบับแรก มีขอบเขตครอบคลุมบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด (บรรจุภัณฑ์จากบ้านเรือน อุตสาหกรรม และการพาณิชย์) ไม่ว่าจะใช้วัสดุชนิดใด (กระดาษ บอร์ด แก้ว พลาสติก ไม้ โลหะ) และซากบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด

ต่อมาในปี ค.ศ. 2004 ระเบียบนี้ได้ถูกทบทวนและปรับปรุง ให้มีความเข้มงวดมากขึ้นโดยระเบียบ 2004/12/EC ซึ่งจะมีผลบังคับใช้แทนระเบียบ ระเบียบ 94/62/EC ในประเด็นมาตรการป้องกัน (มาตรา 4) การเก็บคืนทรัพยากรและการรีไซเคิล (มาตรา 6) ตั้งแต่ 31 ธันวาคม ค.ศ. 2008 โดยประเทศสมาชิก ต้องนำระเบียบนี้ไปแปรเป็นกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ หรือมาตรการทางการบริหาร ที่จำเป็นภายในวันที่ 18 สิงหาคม ค.ศ. 2005 (อภิรดี ตันตราภรณ์ 2553)

3.7.2 EU ชี้นโยบาย SCP กระทบอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

คณะกรรมาธิการยุโรปได้ออกนโยบายส่งเสริมการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน หรือ SPC (Sustainable Consumption and Production) ซึ่งเป็นแผนปฏิบัติการที่มีเป้าหมายสำคัญเพื่อปรับปรุงรูปแบบการผลิตสินค้าให้รักษาสิ่งแวดล้อมและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมุ่งปรับรูปแบบการบริโภคภายในสหภาพยุโรป ส่งเสริมให้ประชาชนเลือกใช้สินค้าและบริการที่รักษาสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงานมากขึ้น ปรับปรุงกฎระเบียบโดยขยายข้อกำหนดการออกแบบผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงานจากเดิมที่มีผลบังคับกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้พลังงาน (Energy – Using Products) ให้ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ที่แม้จะไม่ได้ใช้พลังงานในช่วงระหว่างการใช้งานแต่มีผลทำให้ประหยัดพลังงานทุกชนิด

องค์กร EUROPEN ซึ่งเป็นองค์กรที่มีสมาชิกเป็นบริษัทด้านบรรจุภัณฑ์ในยุโรป ได้ออกมาชี้ผลกระทบของนโยบายดังกล่าวต่ออุตสาหกรรมการบรรจุภัณฑ์ว่าอาจมีผลกระทบต่อ Supply Chain ของอุตสาหกรรมการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในแผนปฏิบัติการ SCP นั้นส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในส่วนที่จะมีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคภายในยุโรป โดยเฉพาะการปรับระเบียบ Eco – Label การออก Green Procurement และการจัดตั้ง Retail Forum โดยในแต่ละประเด็นมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมอื่น ดังนี้

1. การออกข้อแนะนำการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Public Procurement : GPP) คณะกรรมาธิการยุโรปเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกนำมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นเงื่อนไขในการเปิดการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยคณะกรรมาธิการยุโรปตั้งเป้าหมายว่าในปี พ.ศ. 2553 การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐจะต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร้อยละ 50 ของการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐในยุโรป ใน 10 สาขาที่สำคัญ โดยจะมีหลักเกณฑ์กำหนดว่าการจัดซื้อจัดจ้างใดเข้าข่าย GPP ซึ่งครอบคลุมตลอดทั้งวงจรการผลิตสินค้าและต้องไม่ขัดแย้งกับกฎระเบียบที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2. การตั้ง Retail Forum : คณะกรรมาธิการยุโรปได้เสนอที่จะจัดตั้ง Retail Forum เพื่อเป็นเวทีหารือระหว่างผู้ค้าปลีกในสหภาพยุโรป Suppliers และผู้บริโภค โดยประเด็นที่องค์กร EUROPEN สนใจคือ การติดตามว่าใครจะเป็นผู้แทนกลุ่มผู้ค้าปลีก และ Supplier จะเข้ามามีบทบาทอย่างไร และเห็นว่า Forum ดังกล่าวต้องคำนึงถึงห่วงโซ่การผลิตของการบรรจุภัณฑ์และผลประโยชน์ของกลุ่มอุตสาหกรรม จะต้องได้รับการดูแลในเวทีดังกล่าว

3. การปรับระเบียบ Eco – Label หรือ EU Flower : คณะกรรมาธิการยุโรปได้ยื่นข้อเสนอให้ปรับระเบียบ Eco – Label เพื่อสนับสนุนให้บริษัทต่าง ๆ หันมาใช้แล้วเข้าร่วม Eco – Label Scheme ของสหภาพยุโรปหรือเครื่องหมาย EU Flower มากขึ้น โดยต้องการให้เป็น Voluntary Label of Excellence นอกจากนี้จะเปลี่ยนการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้เครื่องหมาย EU Flower หรือ จากการจ่ายรายปีเป็นการคิดค่าสมัครขอรับและใช้เครื่องหมายดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม องค์กร EUROPEN เห็นว่าประเด็นนโยบาย SCP ที่ผ่านมามีความไม่สอดคล้องกับระเบียบว่าด้วยการบรรจุภัณฑ์และซากการบรรจุภัณฑ์ และคาดว่าคณะกรรมาธิการยุโรปจะออกแผนการอื่น ๆ ต่อไป เช่น การส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริม eco – innovation การพัฒนานโยบายอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้ประอบการไทยควรศึกษากฎระเบียบต่าง ๆ และแนวทางอื่นที่จะมีเพิ่มเติมในอนาคตที่จะสามารถคงความสามารถในการแข่งขันในตลาด EU ในอนาคตได้ต่อไป
(อภิรดี ตันตราภรณ์ 2553)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ที่เป็นผลพวงจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัฒน์อย่างเป็นวงจรวัฏจักรตลอดจนผู้ที่ร่วมอยู่ในกระแสเศรษฐกิจในฐานะผู้บริโภคซึ่งเปรียบเสมือนตัวแปรสำคัญที่กำหนดรูปแบบและขนาดของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลที่ต้องปรับตัวในการดำรงชีวิตให้อยู่รอดได้ในสังคมการแข่งขันและข้อจำกัดมากมาย เช่น เวลา ปริมาณ และความถี่ของการใช้สินค้า จึงส่งผล

ให้ภาคอุตสาหกรรมผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็กมีปริมาณของสินค้าที่บรรจุน้อยเพื่อใช้ได้ 1-2 ครั้ง โดยมีการแข่งขันในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม สดุดตา สะดวกใช้ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจสะดวกซื้อเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ จากการสรุปดังกล่าวจะได้ว่ากระแสเศรษฐกิจ การแข่งขัน ข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ล้วนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปริมาณสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย สะดวกซื้อ สะดวกใช้ และขั้นสุดท้ายของ กระบวนการจึงกลายเป็นขยะบรรจุภัณฑ์ และวัสดุเหลือใช้ที่ไม่ได้รับความสนใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจนก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนต่อไป

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมผู้บริโภค

4.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว(Tourist Behavior)

สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอำ (2553) ได้ให้คำนิยามคำว่า "พฤติกรรมนักท่องเที่ยว" โดยดัดแปลงจากความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็เป็นผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งเช่นกัน แต่สินค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นสินค้าบริการ และความหมายของนักท่องเที่ยว ดังนั้นความหมายของ "พฤติกรรมนักท่องเที่ยว" จึงหมายถึง "บุคคลผู้ซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และ ประเมิน สินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้" นักท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่สามารถใช้เพื่อแลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่เขาต้องการ คือ เงิน เวลา และ ความพยายาม การศึกษาพฤติกรรมทำให้ทราบถึง รูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ว่า เขาซื้อสินค้าบริการอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไร ซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วเขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร หากต้องการเอาชนะใจของนักท่องเที่ยวได้แล้ว หรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาว่าง ของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ ทั้งปัจจัยส่วนตัว และ ปัจจัยกลุ่มที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

4.1.1 การแบ่งตลาด(Market Segmentation) การกำหนดตลาดเป้าหมาย(Market Targeting) การวางตำแหน่งในตลาด(Market Positioning)

ตามแนวคิดการตลาดจะมุ่งเน้นที่ความต้องการของผู้บริโภค หรือ นักท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่หลากหลาย เช่น ความต้องการที่หลากหลายในด้านอาหาร นักท่องเที่ยวบางคนต้องการอาหารที่มีคุณค่าสูง ขณะที่บางคนอาจใส่ใจด้านรสชาติเป็นหลัก และในด้านที่พักนักท่องเที่ยวอาจต้องการที่พักที่คล้ายคลึงกับที่อยู่อาศัยของตน ขณะที่บางกลุ่มอาจต้องการที่พักที่เรียบง่ายเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นต้น ความต้องการที่หลากหลาย

เหล่านี้ถูกหล่อหลอมรวมกันโดยสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม การศึกษา และ ประสบการณ์ เมื่อสำรวจพฤติกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวเพื่อเกิดความเข้าใจ และในที่สุดสามารถสนองตอบความต้องการจนกลายเป็นความพึงพอใจได้นั้น ผู้ให้บริการควรแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่คล้ายคลึงกันให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน และจะนำไปสู่การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเพื่อพัฒนาบริการที่มีคุณค่าสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ

4.1.1.1 การแบ่งตลาดนักท่องเที่ยว(Market Segmentation) คือ การแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มย่อยด้วยการใช้หลักเกณฑ์ หรือ ลักษณะของความต้องการที่เหมือนกัน นักท่องเที่ยว ที่มีความสนใจ หรือ ความต้องการที่คล้ายจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

4.1.1.2 การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย(Market Targeting) คือ การเลือกหนึ่ง หรือ หลายกลุ่มของตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาสินค้าบริการ

4.1.1.3 การวางตำแหน่งในตลาดเป้าหมาย(Market Positioning) คือ การพัฒนาภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้าบริการให้อยู่ในใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

4.1.2 คุณค่าในใจของนักท่องเที่ยว(Tourist Value)

คุณค่าในใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Value) คือ "การเปรียบเทียบคุณประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้อยู่ในใจ อาทิ คุณค่าด้านเศรษฐกิจ ด้านความครบครัน ทางใจ และ ทรัพยากรที่นักท่องเที่ยวมี ได้แก่ เงิน เวลา และ ความพยายาม" แต่การเปรียบเทียบ หรือการวัดคุณค่าที่รับรู้อยู่ในใจเหล่านี้เป็นเรื่องเฉพาะบุคคลยากต่อการกำหนดกฎเกณฑ์ในการวัด แต่ความสม่ำเสมอในมาตรฐานด้านบริการที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีส่วนอย่างมากในการสร้างการรับรู้คุณค่าในใจของลูกค้าได้ หากพูดถึงอาหารแบบจานด่วนที่มีความรวดเร็วในการบริการ สะอาดถูกสุขอนามัย และมีราคาเป็นที่ยอมรับได้ เชื่อว่าลูกค้าส่วนใหญ่มักนึกถึง McDonald's ซึ่งบริการที่ลูกค้าได้รับจะเป็นมาตรฐานที่มีเหมือนกันในทุกสาขา ทำให้ลูกค้ารับรู้และจดจำคุณค่าเหล่านี้ได้ จนกลายเป็นความมั่นใจว่าถ้าต้องการความคุ้มค่าของเงินที่เสียไปเพื่อแลกกับบริการที่เป็นมาตรฐานแบบเดียวกันนี้ สามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ใดของMcDonald's ก็ได้

4.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) คือ "การรับรู้ของนักเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อบริการที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง" เช่นเดียวกับคุณค่าในใจ ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความคาดหวังที่ต่างกัน หากนักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ระหว่างห้องอาหารในโรงแรมระดับมาตรฐาน

และ ร้านอาหารประเภทอาหารจานด่วน ความคาดหวังในการบริการย่อมแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลาในการให้บริการ รูปแบบการเสิร์ฟ ระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับนักท่องเที่ยว และราคา ไม่ว่าจะเป็นบริการระดับใด สิ่งที่ควรคำนึงถึงคือระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริการของเรา หากบริการและภาพลักษณ์ใดๆก็ตามที่ได้นำเสนอต่อลูกค้าซึ่งเป็นมาตรฐานที่กล่าวอ้าง เสมือนเป็นคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้และเป็นการสร้างการรับรู้จนกลายเป็นความคาดหวังของลูกค้า ในที่สุดเมื่อลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ สิ่งที่เขาได้รับจริงจากประสบการณ์จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่เขาคาดหวัง หากสิ่งที่ได้รับเท่ากันกับสิ่งที่เขาคาดหวัง ความพึงพอใจจึงจะเกิดขึ้น หากบริการที่ได้รับจริงเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะเรียนรู้ถึงความประทับใจจากบริการ แต่ถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าระดับที่คาดหวังไว้ย่อมเกิดเป็นประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจต่อการบริการนั้นเช่นกัน

4.1.4 การเก็บรักษานักท่องเที่ยวไว้(Tourist Retention)

การเก็บรักษานักท่องเที่ยวไว้(Tourist Retention) คือ การที่จะทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมาใช้บริการกับเราไปนานๆ และมีความพึงพอใจสูงสุดนั้น จำเป็นต้องมีการให้บริการที่มีความคุ้มค่าแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผลมากกว่าคู่แข่ง การเก็บรักษาลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวไว้ต้องสร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์หรือเป็นที่สนใจแก่ลูกค้าเพื่อให้อยู่กับเราโดยไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการกับคู่แข่ง ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อผู้ให้บริการหรือผู้ที่ใช้บริการเป็นประจำถือได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดที่สำคัญของเรา หากเราสามารถรักษาและสร้างฐานลูกค้าประจำกับเราให้มีจำนวนมากเราจะสามารถเพิ่มผลกำไรให้สูงขึ้นได้ เพราะลูกค้าประจำนั้นมีความคุ้นเคยกับผู้ให้บริการจึงกล้าที่จะใช้บริการมากกว่าหรือกล้าที่ใช้จ่ายมากกว่าลูกค้าใหม่, ลูกค้าประจำมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนของราคาน้อยกว่าลูกค้าใหม่, ลูกค้าประจำมีความคุ้นเคยกับขั้นตอนการให้บริการจึงเกิดต้นทุนในการให้บริการที่น้อยกว่า และ ลูกค้าประจำช่วยในการเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นกระบอกเสียงที่มีความน่าเชื่อถือให้กับผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี การพยายามเรียนรู้เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่นั้นมีต้นทุนที่สูงกว่า และในบางครั้งการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดที่มีลูกค้าอยู่อย่างจำกัดแต่ผู้ให้บริการมีมากจนเกินความต้องการของลูกค้า การรักษาฐานลูกค้าเอาไว้จะง่ายกว่าการแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่เพราะส่วนใหญ่ตลาดที่มีการแข่งขันสูงต้องมีการแก่งแย่งลูกค้าของคู่แข่งจนอาจกลายเป็นสงครามด้านการตัดราคาซึ่งท้ายที่สุดอาจส่งผลเสียต่อผู้ให้บริการทุกฝ่าย

4.2 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

นักวิชาการได้ให้ความหมายคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” ไว้ดังนี้

อดุลย์ จาตุรงคกุล และดลยา จาตุรงคกุล (2550 : 3) กล่าวถึง ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค นั้นหมายถึง “กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค”

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และ ภาวนา สายชู (2549 : 241) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคคือ ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อและการใช้สินค้า หรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

คอทเลอร์ (Kotler. 2000 : 160) ได้กล่าวถึงความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่ม และองค์กรนั้น เลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไรบ้าง

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก (http://www.radompon.com/resourcecenter)

จากคำจำกัดความข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกถึงการกระทำของบุคคลโดยบุคคลหนึ่งในการที่จะได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของบุคคลนั้น โดยมีกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจ เริ่มตั้งแต่การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ดิศดา ขาวจันทร์ และคณะ (2550 : 27 – 28) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งของผู้บริโภคมาจากหลายปัจจัย ซึ่งการจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งพฤติกรรม สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

4.3.1 ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) เกิดจากภายในตัวของผู้บริโภคเอง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกันไป ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการที่ต่างกันจึงต้องหาสิ่งจูงใจที่ต่างกันออกไป การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อส่วนบุคคล บุคลิกภาพ และทัศนคติ ดังนี้

4.3.1.1 ความต้องการ (Needs) ความต้องการของมนุษย์นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออก ซึ่งนักจิตวิทยา เรียกว่า “แรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจของมนุษย์” การศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคจึงทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากมนุษย์จะมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ และปฏิบัติตามอิทธิพลของความคิดที่ตนเองมีอยู่หรือตามความต้องการของตนเอง

4.3.1.2 แรงจูงใจ เป็นหลักจิตวิทยาที่สำคัญในการช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการง่ายขึ้นและเร็วขึ้น วิธีจูงใจจึงต้องมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไปตามความต้องการที่แตกต่างกัน

4.3.1.3 การรับรู้ เป็นปัจจัยภายในของแต่ละคนที่จะสามารถรับรู้ได้มากน้อยไม่เท่ากัน ทำให้ส่งผลต่อความต้องการซื้อสินค้าที่ต่างกัน และทำให้เกิดการตัดสินใจที่ไม่เหมือนกันได้

4.3.14 การเรียนรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดจากการได้เห็น และฝึกฝนเป็นประจำทำให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งจัดเป็นปัจจัยภายในอย่างหนึ่ง ที่คนแต่ละคนจะมีการเรียนรู้ที่เหมือนกันไม่เท่ากันและส่งผลให้เกิดความต้องการที่ต่างกัน และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ต่างกันด้วย

4.3.1.5 ความเชื่อส่วนบุคคล เป็นความเชื่อที่ถูกสั่งสมมาเป็นเวลานาน และเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเชื่อในสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อส่วนบุคคลนี้จะเปลี่ยนได้ยาก

4.3.1.6 บุคลิกภาพ เป็นแนวโน้มในการแสดงออกอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยภายในที่สร้างให้เกิดความต้องการที่แตกต่างของผู้บริโภคแต่ละคน

4.3.1.7 ทัศนคติ หรือแนวความคิดของตนเอง เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดภายในของแต่ละบุคคลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลายอย่างเสรี ทำให้ทัศนคติ หรือแนวความคิดเห็นของแต่ละคนอาจจะเหมือน หรือขัดแย้งกันก็ได้

4.3.2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดมาจากความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีความต้องการพื้นฐานไม่ต่างกัน แต่ความต้องการนี้แสดงออกต่างกัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างนี้ จัดแบ่งได้เป็น 3 ปัจจัย คือ

4.3.2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factor) เกิดจากค่านิยมต่าง ๆ ของคนในสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา ทำให้วัฒนธรรมไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับค่านิยมที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เป็นปัจจัยอันดับแรก ในการนำมาใช้ตัดสินเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ปัจจัยทางวัฒนธรรมประกอบไปด้วย วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และระดับชั้นทางสังคม

1. วัฒนธรรมพื้นฐาน ถือเป็นปัจจัยที่มีผลอย่างมากต่อคนในสังคม เกิดจากค่านิยมพื้นฐานที่ปลูกฝังมาจากครอบครัว โรงเรียน และสังคมรอบข้าง เป็นตัวชี้วัดความต้องการและพฤติกรรมขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างหนึ่ง

2. วัฒนธรรมย่อย หรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมของคนเฉพาะกลุ่ม เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีความต้องการเหมือนกัน สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเองและได้รับการยอมรับจากสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งคนในสังคมนั้นได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น

3.ระดับชั้นทางสังคม ซึ่งแบ่งความต้องการตามระดับการศึกษา ฐานะ รายได้หรืออาชีพ มีความเป็นไปได้อย่างมากที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของคนในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างการยอมรับจากระดับชั้นทางสังคม

4.3.2.2 ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคม ซึ่งปัจจัยทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้บริโภค ดังนี้

1. กลุ่มอ้างอิง ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยกลุ่มคนที่มีอิทธิพลทางตรงนั้นคือ สมาชิกที่อยู่กลุ่มเดียวกันกับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัว เพื่อนในกลุ่ม เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดและไม่เป็นทางการ แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคโดยตรง ส่วนกลุ่มที่มีอิทธิพลทางอ้อม อันหมายถึง ศาสนา อาชีพ หรือสหภาพต่าง ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการติดต่อกันอย่างเป็นทางการ แต่ก็ถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคเหมือนกัน

2. ครอบครัว เป็นปัจจัยหลักทางสังคมที่สำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งต้องเข้าใจบทบาทและความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว รวมถึงเข้าใจความต้องการของแต่ละคนในครอบครัว เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างทั่วถึง และต้องให้ความสำคัญต่อผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจของครอบครัวนั้น ๆ ด้วย

3. บทบาทและสถานะ หมายถึง บุคคลหนึ่งสามารถมีหลายบทบาทและหลายสถานะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับว่าคน ๆ นั้นจะอยู่ในกลุ่มใด เวลาใด ฉะนั้น จึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจตามแต่ละบทบาทและสถานะของผู้บริโภคซึ่งมีอยู่หลากหลายนั้นได้

4.3.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1. อายุ วัยที่ต่างกันย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกัน อายุจึงเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค หากต้องการจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงควรที่จะแบ่งช่วงอายุของผู้บริโภคให้ชัดเจน

2. เพศ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ชัดเจน ที่สามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยดูเพศของผู้บริโภคเป็นหลัก

3. สถานภาพ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของวงจรชีวิตครอบครัว จากสถานภาพโสดเป็นสถานภาพที่มีครอบครัวเป็นของตนเอง แต่ละสถานภาพจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจึงแตกต่างกันไปด้วยตามแต่สถานภาพนั้น ๆ

4.การศึกษา ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมที่จะมีความต้องการบริโภคสินค้าที่ต่างกันด้วย การศึกษาจึงเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคได้

5. ความคิดเห็นส่วนตัว ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล เพราะแต่ละคนย่อมมีความรู้สึกและความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ จึงมีความต้องการที่ต่างกัน

6.อาชีพการงาน ปัจจุบันมีอาชีพหลากหลายเกิดขึ้นในสังคม ซึ่งแต่ละอาชีพก็มีความต้องการและความจำเป็นในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันออกไป การจำแนกอาชีพอย่างเหมาะสม จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง

7.การดำรงชีวิตประจำวัน รูปแบบการดำรงชีวิตประจำวันของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน จึงแสดงออกในรูปของ AIOS คือ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) ที่แตกต่างกัน รูปแบบการดำรงชีวิตจึงขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม (Social) ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

8. รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ มีความหมายรวมถึง อำนาจการใช้จ่ายของแต่ละบุคคล และสภาวะทางเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ซึ่งมีผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ (ดิศดา ขาวจันทร์ และคณะ 2550 : 24 – 25)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวก็มีบทบาทเป็นผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งเช่นกัน แต่สินค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นสินค้าบริการ และเป็นบุคคลผู้ซึ่งแสวงหาจัดซื้อใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ นักท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่สามารถใช้เพื่อแลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่เขาต้องการ คือ เงิน เวลา และ ความพยายามจากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึง รูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่า เขาซื้อสินค้าบริการอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไร ซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วเขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไรหากต้องการเอาชนะใจของนักท่องเที่ยวหรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัว และ ปัจจัยกลุ่มที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นเจ้าของพื้นที่ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้จึงสามารถบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกด้านที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5. แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึงการใช้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยความชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมวลมนุษย์ให้มากที่สุดและมีระยะเวลาในการใช้งานยาวนานที่สุด สังคมไทยเราแต่โบราณก็ได้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ อาทิ เกษตรกรรมได้มีการเพาะปลูก ทำนา โดยใช้วัว ควายเป็นแรงงานในการไถพรวนและเลี้ยงตามไร่ตามท้องนา ซึ่งก็เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มปุ๋ยให้แก่พื้นดินจากมูลสัตว์เหล่านั้น ในขณะเดียวกันคนในสมัยก่อนจะไม่มีการจับปลา ในวันพระตามสระน้ำในวัด ยิงนก ล่าสัตว์ ในบริเวณป่าตามวัด เป็นต้น

5.1 ประเภทของสิ่งแวดล้อมที่ควรอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นทุกส่วนทุกอย่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ หากส่วนหนึ่งส่วนใดถูกกระทบทำลาย ก็จะก่อให้เกิดปัญหาได้ ซึ่งอาจแยกสิ่งแวดล้อมได้เป็นประเภทใหญ่สำหรับการอนุรักษ์ได้ดังนี้

5.1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ ทุ่งหญ้า สัตว์ป่า น้ำ ดิน อากาศ มนุษย์ และพื้นที่ธรรมชาติต่าง ๆ เป็นต้น จำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ดังนี้

5.1.1.1 ทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ไม่รู้จักหมด

5.1.1.2 ทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้แล้วนำมาใช้ใหม่ได้

5.1.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้แล้วหมดไป

5.1.2 ธรรมชาติที่ควรอนุรักษ์ หมายถึง ธรรมชาติที่มีคุณค่าทางวิทยาการและสุนทรียภาพที่เกี่ยวข้องเป็นสัณฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ มีลักษณะพิเศษเฉพาะ ซึ่งจำแนกลักษณะได้ดังนี้

5.1.2.1 เกาะและแก่ง

5.1.2.2 ภูเขา ถ้ำ น้ำตกและน้ำพุร้อน

5.1.2.3 ทะเลสาบ หนองและบึง

5.1.2.4 หาดทราย และหาดหิน

5.1.2.5 แหล่งที่มีซากดึกดำบรรพ์ (พืชและสัตว์) สุสานหอย 75 ล้านปี

5.1.2.6 สัณฐานอื่น ๆ ที่มีความสำคัญทางธรณี สัณฐานวิทยา และภูมิลักษณะวรรณนา เช่น เขาพิงกัน แพะเมืองผี

5.1.3 สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และระบบสังคมต่าง ๆ (วศิน อิงคพัฒนากุล 2548 : 122)

5.2 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

วศิน อิงคพัฒนากุล (2548 : 123 – 124) อธิบายความหมายผลกระทบสิ่งแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับองค์ประกอบหนึ่ง ย่อมทำให้องค์ประกอบสิ่งแวดล้อมอื่นที่มีความสัมพันธ์กันนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ต้องสามารถวัดขนาด ทิศทางและระดับความรุนแรงได้ ธรรมชาติของผลกระทบสิ่งแวดล้อมนั้น สามารถจำแนกได้ ดังนี้

5.2.1 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม จำแนกได้ 2 แนวทาง คือ

5.2.1.1 ผลกระทบทางด้านบวก หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในลักษณะการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

5.2.1.2 ผลกระทบด้านลบ หมายถึง ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในลักษณะการทำลายคุณภาพชีวิต

5.2.2 ผลกระทบสิ่งแวดล้อมมักเกิดขึ้นในลักษณะผลกระทบลูกโซ่ กล่าวคือ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบใดแล้วย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อองค์ประกอบสิ่งแวดล้อมอื่นด้วยเสมอ ทั้งนี้ หากผลกระทบสิ่งแวดล้อมเกิดจากโครงการพัฒนาในพื้นที่ใดแล้ว ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบในลักษณะผลกระทบลูกโซ่ เช่นกัน แต่อาจจะไม่เกิดในลักษณะการเรียงลำดับ โดยอาจเกิดขึ้นกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมได้ในทุกทิศทางพร้อมกัน

5.2.3 ผลกระทบสิ่งแวดล้อมอาจคงสภาพอยู่ได้ในระยะสั้นและระยะยาว ขึ้นอยู่กับสาเหตุของการเกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นสำคัญ และการคงสภาพของผลกระทบสิ่งแวดล้อมนั้นอาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงเสมอ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวของสิ่งแวดล้อม

5.2.4 ผลกระทบสิ่งแวดล้อมสามารถวัดปริมาณ ทิศทางและระดับความรุนแรงได้ ทั้งนี้ในกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมนั้น หากสามารถจำแนกและคาดการณ์ปริมาณ ทิศทางและแก้ไขระดับความรุนแรงของผลกระทบสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง จะทำให้การกำหนดมาตรการป้องกันแก้ไข และมาตรการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

5.3 ความจำเป็นที่ต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ในการมีชีวิตอยู่ของมนุษย์ชาติ เพื่อแสวงหาการพัฒนาทางเศรษฐกิจและความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาตินั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงความจริงที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันนั้นคือ ขีดจำกัดของทรัพยากรสมดุลของระบบนิเวศความเป็นมาของด้านวัฒนธรรมรวมถึงความต้องการของมนุษย์ในอนาคต ซึ่งเป็นที่มาของคำว่า "อนุรักษ์"

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 4 ประการ คือ

1. เพื่อธำรงไว้ซึ่งปัจจัยสำคัญของระบบสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์และสัตว์และระบบสนับสนุนการดำรงชีวิต เป็นการปรับปรุงป้องกันพื้นที่เพื่อการเพาะปลูก การหมุนเวียนแร่ธาตุอาหารพืช ตลอดจนการทำน้ำให้สะอาด

2. เพื่อสงวนรักษาการกระจายของชาติพันธุ์ ซึ่งขึ้นกับโครงการขยายพันธุ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการปรับปรุงการป้องกันธัญญพืช สัตว์เลี้ยง และจุลินทรีย์ต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีตลอดจนการคุ้มครองอุตสาหกรรม นานาชาติที่ใช้ทรัพยากรที่มีชีวิตเป็นวัตถุดิบ

3. เพื่อเป็นหลักประกันในการใช้พันธุ์พืชสัตว์และระบบนิเวศเพื่อประโยชน์ในการยังชีพตามความเหมาะสม

4. เพื่อสงวนรักษา โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปกรรม ซึ่งเป็นมรดกล้ำค่าไว้ไปยังอนุชนรุ่นหลังรวมทั้งระบบสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น

จากวัตถุประสงค์การอนุรักษ์ดังกล่าวเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้เนื่องจาก

1. ทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีความจำเป็นในการยังชีพและการพัฒนา

2. ความต้องการที่จะกำหนดวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเพื่อป้องกัน และแก้ปัญหาการอนุรักษ์ที่สำคัญ

3. สมรรถภาพของการอนุรักษ์ทั่วประเทศและระหว่างประเทศยังขาดจากการจัดการและประสานงานที่ดี

4. โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ได้ถูกทำลายอย่างมาก จากการกระทำของมนุษย์จากการพัฒนาต่าง ๆ (วศิน อิงคพัฒนากุล 2548 : 125)

5.4 หลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

แนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะต้องครอบคลุมปัญหาใหญ่ คือปัญหาทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมถูกทำลาย ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษและปัญหาสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมีความสำคัญซึ่งตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาก็คือมนุษย์นั้นเอง สำหรับแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปนั้นสามารถกระทำได้โดยกว้าง ดังนี้

5.4.1 การให้การศึกษาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพราะการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมจริง ๆ นั้นมิใช่การหยุดการขยายตัวทางเศรษฐกิจหรือการปฏิเสธเทคโนโลยี แต่ความสำคัญนั้นอยู่ที่การเปลี่ยนทัศนคติของคนเพื่อให้เขาสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทิศทางส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยวิธีการทุก ๆ ชนิดรวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงตัวประชาชนให้มากที่สุด

5.4.2 การปรับปรุงคุณภาพ เป็นวิธีการตรงที่ช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรและภาวะแวดล้อมเสื่อมโทรม

5.4.3 การลดอัตราการเสื่อมสูญ การบริโภคของมนุษย์ในปัจจุบันในหลายประเภทมักจะบริโภคทรัพยากรกันอย่างฟุ่มเฟือยและไม่ค่อยได้ใช้ให้อยู่ในขอบเขตจำกัด มักจะมีทัศนคติต่อการบริโภคในลักษณะที่ว่าสามารถบริโภคได้สูงสุดจะทำให้มีความสุขที่สุด ทัศนคติเช่นนี้จะทำให้ป่าไม้ถูกทำลายเช่น การตัดหนึ่งต้นแทนที่ใช้ประโยชน์จากต้นไม้ทุก ๆ ส่วนแต่กลับใช้ประโยชน์ เฉพาะส่วนที่เป็นต้นเท่านั้นที่เหลือ เช่น กิ่ง ใบ หรือ ส่วนอื่น เช่นส่วนที่เป็นตอมักจะถูกทิ้งไป อันที่จริงแล้วส่วนเหล่านี้สามารถที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งนั้น ไม่ควรทิ้งขว้าง เป็นต้น

5.4.4 การนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ การผลิตวัสดุเครื่องใช้ต่างๆ ย่อมมีส่วนเป็นเศษเรียกกันว่าเศษวัสดุ เช่น เหล็ก อลูมิเนียม สังกะสี ทองแดง ตะกั่ว พลาสติก กระดาษ สิ่งเหล่านี้สามารถที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่อีก โดยเก็บรวบรวมแล้วนำมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่อีกโดยเก็บรวบรวมแล้วนำเอาไปหลอมใหม่

5.4.5 การใช้สิ่งทดแทน ทรัพยากรที่ใช้ประโยชน์ได้ดีในอดีตเริ่มร่อยหรอลงเนื่องจากความต้องการเกี่ยวกับการบริโภคสูงนั้นเอง ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา เพื่อหาลู่ทางนำทรัพยากรอื่น ที่มีคุณภาพเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันมาทำหน้าที่ในงานประเภทเดียวกัน

5.4.6 การใช้สิ่งที่มีคุณภาพรองลงมา ธรรมชาติทรัพยากรชนิดเดี่ยวกันอาจมีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เช่น พันธุ์ไม้ในป่าซึ่งมีมากมายมีคุณภาพแตกต่างกันออกไปบางชนิดมีเนื้อไม้แข็งเมื่อนำมาแปรรูปก็จะได้ไม้ที่มีความแข็งแรงทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ มนุษย์จึงนิยมเลือกไม้เหล่านี้มาใช้ประโยชน์ก่อน นานเข้าไม้เหล่านี้ค่อยร่อยหรอลงจนเกือบจะหมด ดังนั้นแนวทางหนึ่งของการแก้ปัญหาก็คือ การใช้ไม้ที่มีคุณภาพรองลงมา โดยการนำไม้ที่มีคุณภาพรองลงมานั้นไปอบน้ำยาหรืออาบน้ำยาทั้งนี้เพื่อรักษาคุณภาพของไม้ให้ทนทาน ป้องกันปลวก มอด เชื้อรา ซึ่งมีส่วนทำให้ไม่ผุกร่อน ให้ใช้ได้นาน เทียบเท่ากับไม้เนื้อแข็งที่หมดไปในบางประเทศ ไม้ที่จะนำมาก่อสร้างจะต้องอาบน้ำยาเสียก่อนโดยเขาออก กฎหมายบังคับกันเลยทีเดียว

5.4.7 การสำรวจหาทรัพยากรใหม่ ๆ ปัจจุบันถึงแม้ว่าจะมีการค้นหาทรัพยากรมาใช้กันมากมายแล้วก็ตาม แต่ทรัพยากรในธรรมชาตินั้นยังมีอยู่อีกมากมาย ซึ่งเชื่อกันว่าถ้าหากมีการสำรวจกันอย่างจริงจังก็น่าจะพบทรัพยากรที่สามารถนำใช้ประโยชน์ในการดำรงชีพของมนุษย์อยู่อีกมาก

5.4.8 การป้องกัน เป็นวิธีการจัดการโดยตรงเกี่ยวกับการป้องกันไม่ให้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อมร่อยหรอรวดเร็วเกินไปหรือป้องกันมลสารหรือวัตถุเป็นพิษไม่ให้แปดเปื้อนสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์อาศัย รวมทั้งโบราณสถานโบราณวัตถุในกรณีที่บรรยากาศมีก๊าซพิษหรือสารพิษเจือปนน้ำไม่สะอาดไม่สามารถใช้บริโภคได้เพราะมีสิ่งแปลกปลอมขึ้นในรูปของสารพิษและเชื้อโรคสิ่งเหล่านี้ย่อมอยู่ในสิ่งแวดล้อม
(วศิน อิงคพัฒนากุล 2548 : 130 – 131)

5.5 วิธีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สามารถกระทำได้หลายวิธี ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

5.5.1 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยทางตรง ซึ่งปฏิบัติได้ในระดับบุคคล องค์กร และระดับประเทศ ที่สำคัญมีดังนี้

5.5.1.1 การใช้อย่างประหยัด คือ การใช้เท่าที่มีความจำเป็น เพื่อให้มีทรัพยากรไว้ใช้ได้นานและเกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่ามากที่สุด

5.5.1.2 การนำกลับมาใช้ซ้ำอีก สิ่งของบางอย่างเมื่อมีการใช้แล้วครั้งหนึ่งสามารถที่จะนำมาใช้ซ้ำได้อีก เช่น ถุงพลาสติก กระดาษ เป็นต้น หรือสามารถที่จะนำมาใช้ได้ใหม่โดยผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การนำกระดาษที่ใช้แล้วไปผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อทำเป็นกระดาษแข็ง เป็นต้น ซึ่งเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรและการทำลายสิ่งแวดล้อมได้

5.5.1.3 การบูรณซ่อมแซม สิ่งของบางอย่างเมื่อใช้เป็นเวลานานอาจเกิดการชำรุดได้ เพราะฉะนั้นถ้ามีการบูรณะซ่อมแซม ทำให้สามารถยืดอายุการใช้งานต่อไปได้อีก

5.5.1.4 การบำบัดและการฟื้นฟู เป็นวิธีการที่จะช่วยลดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรด้วยการบำบัดก่อน เช่น การบำบัดน้ำเสียจากบ้านเรือนหรือโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น ก่อนที่จะปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ส่วนการฟื้นฟูเป็นการรื้อฟื้นธรรมชาติให้กลับสู่สภาพเดิม เช่น การปลูกป่าชายเลน เพื่อฟื้นฟูความสมดุลของป่าชายเลนให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น

5.5.1.5 การใช้สิ่งอื่นทดแทน เป็นวิธีการที่จะช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติน้อยลงและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก การใช้ใบตองแทนโฟม การใช้พลังงานแสงแดดแทนแร่เชื้อเพลิง การใช้ปุ๋ยชีวภาพแทนปุ๋ยเคมี เป็นต้น

5.5.1.6 การเฝ้าระวังดูแลและป้องกัน เป็นวิธีการที่จะไม่ให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย เช่น การเฝ้าระวังการทิ้งขยะ สิ่งปฏิกูลลงแม่น้ำคูคลอง การจัดทำแนวป้องกันไฟป่า เป็นต้น

5.5.2 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยทางอ้อม สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

5.5.2.1 การพัฒนาคุณภาพประชาชน โดนสนับสนุนการศึกษาด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องตามหลักวิชา ซึ่งสามารถทำได้ทุกระดับอายุทั้งในระบบโรงเรียนและสถาบันการศึกษาต่างๆ และนอกระบบโรงเรียนผ่านสื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นในการอนุรักษ์ เกิดความรักความหวงแหน และให้ความร่วมมืออย่างจริงจัง

5.5.2.2 การใช้มาตรการทางสังคมและกฎหมาย การจัดตั้งกลุ่ม ชุมชน ชมรม สมาคม เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนการให้ความร่วมมือทั้งทางด้านพลังกาย พลังใจ พลังความคิด ด้วยจิตสำนึกในความมีคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่มีต่อตัวเรา เช่น กลุ่มชมรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของ

นักเรียน นักศึกษา ในโรงเรียนและสถาบันการศึกษาต่างๆ มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร มูลนิธิโลกสีเขียว เป็นต้น

5.5.2.3 ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ช่วยกันดูแลรักษาให้คงสภาพเดิม ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตในท้องถิ่นของตน การประสานงานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักระหว่างหน่วยงานของรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน ให้มีบทบาทหน้าที่ในการปกป้องคุ้มครอง ฟื้นฟูการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

5.5.2.4 ส่งเสริมการศึกษาวิจัย ค้นหาวิธีการและพัฒนาเทคโนโลยี มาใช้ในการจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การใช้ความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการวางแผนพัฒนา การพัฒนาอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ให้มีการประหยัดพลังงานมากขึ้น การค้นคว้าวิจัยวิธีการจัดการ การปรับปรุง พัฒนาสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน เป็นต้น

5.5.2.5 การกำหนดนโยบายและวางแนวทางของรัฐบาล ในการอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสันและระยะยาว เพื่อเป็นหลักการให้หน่วยงานและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องยึดถือและนำไปปฏิบัติ รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงและทางอ้อม (วศิน อิงคพัฒนากุล 2548 : 132 – 133)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างรู้คุณค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมวลมนุษย์ให้มากที่สุดและมีระยะเวลาในการใช้งานยาวนานที่สุดโดยการป้องกันมิให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับองค์ประกอบหนึ่ง ย่อมทำให้องค์ประกอบสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่มีความสัมพันธ์กันนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ต้องสามารถวัดขนาด ทิศทางและระดับความรุนแรงได้ ธรรมชาติของผลกระทบสิ่งแวดล้อมนั้น สามารถจำแนกได้เป็นผลกระทบเชิงบวก และผลกระทบเชิงลบซึ่งผลกระทบนี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งลักษณะในขณะเดียวกันดังนี้ ผู้เกี่ยวข้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบของอุตสาหกรรมฯ ควรมีความตระหนักและให้ความสำคัญกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งที่สามารถเกิดเป็นปัญหา และแก้ไขได้ง่ายนั้นคือขยะที่เกิดจากการใช้สินค้าต่างๆเพื่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภคและมีส่วนที่เหลือไว้เป็นขยะบรรจุภัณฑ์

6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว ให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยียนอย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดี และมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตในชนบทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 10 – 11)

6.1 เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดรรชนี เอมพันธุ์ (2545 : 94 – 95) กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนไปสู่เป้าหมายพื้นฐาน 3 ประการ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ โดยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นและการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมในสังคม สำหรับด้านสิ่งแวดล้อม จากภาวะปัจจุบันที่โลกมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ประชากรโลกเพิ่มอย่างรวดเร็ว พร้อมกับความต้องการทรัพยากรเพื่อนำไปเกื้อหนุนการดำรงชีพที่ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นกว่าในอดีต อย่างไรก็ดีทรัพยากรจำนวนมากที่ใช้ไปกับการพัฒนาต่าง ๆ นั้นกลับไม่ช่วยแก้ไขปัญหาความยากจนและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรโลกส่วนใหญ่ จึงทำให้เกิดแนวคิดในการใช้ทรัพยากรของโลกอย่างยั่งยืน ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่กรุง ริโอ เดอจาริโอ ประเทศบราซิล โดยประเทศสมาชิก 179

ประเทศ ซึ่งรวมไปถึงประเทศไทยด้วย ได้ลงนามรับรองแผนปฏิบัติการ 21 ซึ่งเป็นแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Agenda 21 : program of Action Development)

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรของโลกในการให้บริการและก่อให้เกิดผลกระทบของเสียจากการท่องเที่ยวเช่นกัน สภาแห่งโลก (The Earth Council) ร่วมกับองค์กรภาคการท่องเที่ยวโลก จึงได้จัดทำแนวทางประยุกต์ใช้แผนปฏิบัติการ Agenda 21 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนของสิ่งแวดล้อมได้กำหนดเป็นหลักการดังนี้

1. ให้การท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างสุขภาพมนุษย์ โดยมีชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ปราศจากมลภาวะ และกลมกลืนกับธรรมชาติ

2. ให้การท่องเที่ยวนำไปสู่การคุ้มครองรักษาและฟื้นฟูระบบนิเวศโลก

3. ให้เกิดการผลิต การบริโภค และการบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งหลายอยู่บนพื้นฐานของรูปแบบที่ยั่งยืน

4. การคุ้มครองรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมต้องเป็นส่วนหนึ่งรวมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว

5. การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวควรดำเนินการภายใต้ความร่วมมือของประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยการให้ท้องถิ่นร่วมวางแผนและตัดสินใจตั้งแต่ต้น

6. ประเทศต่าง ๆ ควรเตือนประเทศอื่น ๆ ที่ก่อภัยพิบัติทางธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น การทำลายป่าและถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า การเผาป่า เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวควรยึดถือและให้ความสำคัญต่อกฎหมายว่าด้วยการปกป้องคุ้มครองสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ

6.2 ผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว

วศิน อิงคพัฒนากุล (2548 : 124 – 126) กล่าวถึง การใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน 2 ลักษณะ คือ ผลกระทบด้านบวกและผลกระทบด้านลบ อย่างไรก็ตามผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านบวกจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นในรูปของความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งการพิจารณาถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมทั้ง 2 ทิศทางดังกล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตามผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการจัดการสิ่งแวดล้อมได้ให้ความสำคัญกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านลบเนื่องจากเป็นผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อการท่องเที่ยว และคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยสามารถจำแนกผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านลบที่เกิดขึ้น ได้ดังนี้

1. ผลกระทบสิ่งแวดล้อมโดยตรง (Direct Environmental Impact) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาและพื้นที่ที่เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ เช่น กรณีที่นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายถึงชีวิตจากการท่องเที่ยวในช่วงเกิดวิกฤตการณ์สึนามิในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย เป็นต้น

2. ผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางอ้อม (Indirect Environmental Impact) หมายถึง ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว หรือภายหลังช่วงเวลาที่เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่เป็นผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ โดยส่วนใหญ่แล้วผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางอ้อมเกี่ยวข้องกับรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดิน ความหนาแน่นประชากร และอัตราการเพิ่มจำนวนประชากร รวมทั้งผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่อคุณภาพอากาศ น้ำ ระบบนิเวศ และระบบสิ่งแวดล้อม เช่น การบุกรุกพื้นที่ชายหาดที่มีความสวยงามตามธรรมชาติเพื่อการก่อสร้างบ้านพักตากอากาศ เป็นการปิดกั้นโอกาสที่ใช้พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวของสาธารณชน เป็นต้น

3. ผลกระทบสิ่งแวดล้อมสะสม (Cumulative Environmental Impact) หมายถึง ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากช่วงเวลาในอดีต และยังคงสภาพและเพิ่มปริมาณโดยตลอดเวลามาจนถึงปัจจุบัน เช่น การใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเปราะบางอย่างต่อเนื่อง ไม่มีช่วงเวลาในพื้นที่ฟื้นฟูสภาพธรรมชาติ ทำให้ความสวยงามตามธรรมชาติ และคุณค่าของพื้นที่ท่องเที่ยวถูกทำลายไป เป็นต้น

4. ผลกระทบสิ่งแวดล้อมร่วม (Associate Environmental Impact) หมายถึง ผลกระทบสิ่งแวดล้อมทั้งในลักษณะที่เป็นผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางตรง และผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยอาจจะเป็นผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หรือไม่พร้อมกันก็ได้ เช่น การประกาศพื้นที่ป่าไม้มีความเหมาะสมกับการใช้เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์ป่ารูปของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ในขณะเดียวกันหน่วยงานต่าง ๆ พยายามขอใช้พื้นที่ดังกล่าวเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วย ทำให้เกิดความเสียหายต่อการดำรงชีวิตตามปกติของสัตว์ป่า คุณค่าของพื้นที่ลดลงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของสัตว์ป่าได้ เป็นต้น

5. ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเฉพาะ (Synergistic Environmental Impact) หมายถึง ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเฉพาะกับองค์ประกอบสิ่งแวดล้อมหนึ่ง ๆ เป็นการเฉพาะ โดยไม่มีผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่นของสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ระดับความรุนแรงผลกระทบเฉพาะขึ้นอยู่กับขีดความทนทานขององค์ประกอบสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ เป็นสำคัญ

ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว อาจเป็นไปในหลายลักษณะ แต่ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสุขภาพอนามัยของนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งความเสียหายต่อทรัพยากรท่องเที่ยว อาจแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

1. ความเสียหายต่อสุขภาพอนามัยของนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว อันเป็นผลมาจากการปนเปื้อนของมลสารในอากาศ น้ำ และอาหาร

2. ความเสียหายต่อความสมดุลตามธรรมชาติของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อความเสียหายต่อพืชพันธุ์ธรรมชาติ สัตว์ป่า ดิน และน้ำ

3. ความเสียหายต่อทัศนะวิสัยอันเนื่องมาจากการใช้ประโยชน์ที่ดินโดยไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ การฟุ้งกระจายของมลสาร และขยะมูลฝอย

4. ความเสียหายในระยะเวลาต่าง ๆ จากการสะสมของมลสารในสิ่งแวดล้อม ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

6.3 ผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

วรรณา ศิลปะอาชาและคณะ (2545 : 144 – 145) กล่าวว่า ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมชีวกายภาพ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลสู่องค์ประกอบชีวภาพที่สำคัญของระบบนิเวศธรรมชาติ ได้แก่ หิน ดิน น้ำ อากาศ พืชพรรณ และสัตว์ป่า และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น อาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวสามารถประเมินได้ว่าเป็นด้านบวกหรือด้านลบ และมีขนาดของผลกระทบมากน้อยอย่างไร ผลกระทบมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน และย่อมมีผลต่อสมดุลของระบบนิเวศซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมสำคัญของการท่องเที่ยว การประเมินผลและติดตามผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจึงควรต้องประเมินองค์ประกอบที่สำคัญ ๆ ของสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศเนื่องจากโอกาสเกิดผลกระทบต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ องค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศที่มักได้รับผลกระทบจากกิจกรรมท่องเที่ยว และกิจกรรมการพัฒนาจัดการด้านการท่องเที่ยว มีดังนี้

6.3.1 ผลกระทบด้านบวกของการท่องเที่ยว เกิดขึ้นได้จากการเกิดความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้ สำหรับนักท่องเที่ยวการสร้างความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้โดยการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เข้าใจถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและเกิดตระหนักและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างของการสื่อความหมาย เช่น การจัดทำแผ่นป้ายสื่อความหมายถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ฉายสไลด์ให้นักท่องเที่ยวชม หรือจัดการพูดสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นต้น ส่วนการสร้างความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจมีการจัดการให้ชุมชนท้องถิ่นรับรู้

รับทราบและเกิดความภาคภูมิใจในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในท้องถิ่นของตน หรือจัดการให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เช่น รายได้จากการขายอาหารเครื่องดื่มและสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นของที่ระลึก จากการพัฒนาสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่าง ๆ ทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดการพัฒนา เป็นต้น

ความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวนี้เองอาจทำให้ประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างร่วมมือกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้ทรุดโทรม ไม่บุกรุกทำลายธรรมชาติ หรือโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ดีขึ้น เช่น ปรับปรุงภูมิทัศน์ ความสะอาดของพื้นที่ เป็นต้น ทำให้เกิดผลกระทบด้านบวกต่อทรัพยากรชีวภาพของแหล่งท่องเที่ยว

6.3.2 ผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางชีวภาพ อาจเกิดจากความต้องการให้มีปริมาณการท่องเที่ยวมากเกินกว่าที่ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวจะรองรับได้ เช่น มีปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไป จนกระทั่งไม่สามารถจัดการเก็บขยะและของเสีย หรือปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปทำให้ไม่สามารถควบคุมให้การท่องเที่ยวให้อยู่ในแนวทางที่กำหนดได้ เช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปอาจทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินออกนอกเส้นทางและเหยียบย่ำต้นไม้พืชคลุมดินต่าง ๆ เสียหาย เป็นต้น

การใช้ประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลาติดต่อกันนานโดยไม่มีโอกาสให้ระบบนิเวศได้พักและฟื้นฟูกลไกธรรมชาติของตนเอง อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้องค์ประกอบของนิเวศทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตเสื่อมโทรมลงตามลำดับ ซึ่งมักเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นอกจากนั้นการพัฒนาที่มากเกิดความจำเป็นอาจทำให้สูญเสียสภาพความเป็นธรรมชาติและถิ่นที่อาศัยของสัตว์ป่า

กิจกรรมการท่องเที่ยวก็มีโอกาสก่อให้เกิดมลภาวะหรือการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เช่นกัน ถ้าหากไม่ระมัดระวังหรือควบคุมการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น น้ำมันจากเรือยนต์นำเที่ยวชมปะการังมีผลต่อคุณภาพน้ำทะเลและมีผลต่อเนื่องไปยังปริมาณ ความอยู่รอดและจำนวนชนิดของปะการัง

นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่เหมาะสม นำไปสู่การทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น การหักหินงอกหินย้อยจากถ้ำ การขูดขีดเขียนลงบนหิน ผนังถ้ำ หรือต้นไม้ การทิ้งขยะไม่เป็นที่ เป็นต้น หรือเกิดจากการขาดมาตรการในการจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถควบคุมดูแลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านกายชีวภาพด้านลบจากการท่องเที่ยวมีสาเหตุได้หลายประการ เช่น เกิดจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีขีดความสามารถในการรองรับที่จำกัด ประกอบกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากเกินไป ตลอดจนขาดมาตรการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบทางชีวกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

1. การทำลายชีวกายภาพ (Environmental Damage) ได้แก่ การทำลายเหยียบย่ำพืชพันธุ์ การรบกวนและสูญเสียถิ่นที่อาศัยของสัตว์ป่า ดินอัดแน่น ดินเกิดการชะล้างพังทลาย ปริมาณน้ำน้อยลง คุณภาพของน้ำเลวลง ภูมิทัศน์เลวลง เป็นต้น

2. การเกิดมลภาวะในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มลภาวะ (Pollutions) ทางเสียง อากาศ น้ำ ขยะและของเสีย เป็นต้น เมื่อมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีมาตรการในการรองรับการป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่าง ๆ เหล่านี้

6.4. การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว

วศิน อิงคพัฒนากุล (2548 : 126) กล่าวว่า ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวนั้น อาจกล่าวได้ว่า การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเป็นระบบและกลไกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ในรายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว หมายถึง การจำแนก การคาดการณ์ และการประเมินความเปลี่ยนแปลงจากกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม หรือการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมที่อาจจะมีผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับผลกระทบทั้งในทางบวก และทางลบ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการป้องกันแก้ไข และติดตามตรวจสอบผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัญหา และความขัดแย้ง หรือข้อจำกัดของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อความเป็นไปได้ในการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยครอบคลุมถึงการคาดการณ์รูปแบบ ทิศทาง และระดับความรุนแรงของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อสุขภาพอนามัย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีวิตของประชาชนท้องถิ่น ทั้งนี้เมื่อมีการคาดการณ์ถึงความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแล้วกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวยังครอบคลุมถึงการกำหนดมาตรฐานการดำเนินการ และมาตรการการติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อลดความรุนแรงของผลกระทบในลักษณะที่ทำลายคุณภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่ง

ท่องเที่ยวรวมทั้งเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

6.5 กระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

วศิน อิงคพัฒนากุล (2548 : 128) กล่าวถึง แนวคิดพื้นฐานของกระบวนการการประเมินผลสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการประยุกต์ และบูรณาการศาสตร์ในสาขาต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม และการจัดการท่องเที่ยว เป็นการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากการประเมินผลกระทบตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เนื่องจากไม่มีการกำหนดรูปแบบอย่างเป็นทางการ รวมทั้งมีความแตกต่างในส่วนของวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานโดยมีลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว คือ

1. กระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว ไม่จัดเป็นส่วนหนึ่งของข้อบังคับตามกฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัติส่งเสริม และรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เนื่องจากยังไม่มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน ยกเว้นเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อสร้างโรงแรม ทางหลวง ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. กระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินการที่เกิดขึ้น เป็นการเฉพาะกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่านั้น ปริมาณ ทิศทาง และระดับความรุนแรงของผลกระทบในแต่ละกรณีจึงแตกต่างกัน เนื่องจากรายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันนั่นเอง

3. กระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว ที่มีประสิทธิภาพต้องอยู่บนพื้นฐานร่วมกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การควบคุมมลพิษ และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน คือ ความสามารถในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการตอบสนองการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวมเป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์คงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ากิจกรรมของมนุษย์ล้วนมีส่วนในการสร้างมลภาวะโลกร้อน เช่นเดียวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ดังนั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นเตือนให้นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงผลกระทบจากภาวะโลกร้อน อันเกิดจาก

พฤติกรรมของมนุษย์ที่ทำหน้าที่แตกต่างกันไปตามบทบาทของแต่ละคน และในที่สุดผลลัพธ์ที่ตามมาก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติแล้วย้อนกลับมาทำลายมนุษย์เองในที่สุด

ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การที่พื้นที่นั้นมีลักษณะที่มีความน่าสนใจ และชาวบ้านในพื้นที่เล็งเห็นถึงความสำคัญ ดังเช่น ชุมชนอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ก็มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยทางเทศบาลตำบลอัมพวาได้รับการสนับสนุนจากสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อมในการจัดทำโครงการนำร่อง เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมคลองอัมพวาขึ้น โดยในการจัดทำแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ร่วมกับชาวบ้านในชุมชนอัมพวาได้พัฒนาให้เกิดตลาดน้ำยามเย็นขึ้น เพื่อเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และได้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ขึ้นรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร ลานจอดรถ ธุรกิจเรือนำเที่ยว ธุรกิจค้าขายต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดระเบียบและปรับปรุงภูมิทัศน์ของชุมชนขึ้นใหม่ให้มีความเหมาะสม และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ส่งผลกระทบทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่ และสิ่งแวดล้อม ที่ชุมชนมีวิถีดั้งเดิมมาก่อน จวบจนได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายและโครงการพัฒนาของจังหวัดสมุทรสงคราม ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนอัมพวา ฯลฯ และนอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชุมชนอัมพวา ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงโดยนโยบายและโครงการการพัฒนาของจังหวัดสมุทรสงคราม การปรับตัวของชาวบ้านในชุมชนอัมพวา การปรับปรุงชุมชนอัมพวาเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว ฯลฯ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ เหล่านี้ต้องคำนึงถึงลักษณะสภาพดั้งเดิมของชุมชนอัมพวา ที่ประกอบอาชีพหลักเป็นอาชีพเกษตรกรรมทำสวนเป็นหลัก และมีทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางน้ำที่มีความสมบูรณ์ และคำนึงถึงสาเหตุสำคัญที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนอัมพวาที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และรักษาให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชนอัมพวาด้านสิ่งแวดล้อม

นรัตน์ชัย อิ่มสุทธิ์ (2551 : 233 – 244) ศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนอัมพวาในด้านสิ่งแวดล้อมยังไม่เห็นชัดเจนมากนัก เมื่อพิจารณาในด้านปริมาณขยะ หรือมลพิษต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นยังอยู่ในปริมาณที่ไม่สร้างปัญหาให้กับชุมชนอัมพวา อีกทั้งทางเทศบาลมีการ

จัดเก็บที่ดีโดยวิธีการแปลงขยะเป็นเงิน ได้แก่ ขวดพลาสติก ขวดน้ำ ถุงพลาสติก มีราคาสามารถนำมาขายเป็นเงินได้เมื่อคนในชุมชนเห็นขยะเหล่านั้นจึงเก็บมัน ส่งผลให้ชุมชนมีความสะอาดเป็นต้น

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในการสร้างความตระหนักให้ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนโดยมีเทศบาลตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา และหน่วยงานสถาบันการศึกษา เข้ามาเป็นแหล่งในการรณรงค์ การจัดอบรมให้ความรู้ อีกทั้งวิธีการให้รางวัลกับผู้ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน อาทิ เช่น การให้รางวัลและเกียรติบัตร กับบ้านที่สามารถดูแลรักษาต้นลำพูไว้ได้เป็นอย่างดี การให้รางวัลกับบ้านเรือนริมน้ำที่เจ้าของบ้านสามารถดูแลรักษาไว้ และยังคงอนุรักษ์บ้านโบราณไว้ได้เป็นต้น เพราะการท่องเที่ยวต้องเกิดขึ้นอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้คนไทยในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และรักษาระบบนิเวศท้องถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจ รวมถึงความสามารถ และสร้างกำลังใจให้กับชุมชนได้พึ่งตนเองอีกด้วย ดังนั้นเมื่อชุมชนอัมพวามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลกระทบต่อชุมชนในด้านสิ่งแวดล้อมทั้งด้านบวกและด้านลบ ดังต่อไปนี้ คือ

1. ผลกระทบด้านบวกด้านสิ่งแวดล้อม

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายความรวมถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในชุมชนสร้างขึ้นมาเพื่อประโยชน์ต่าง ๆ การท่องเที่ยวจึงส่งผลกระทบในทางบวกด้านสิ่งแวดล้อมดังนี้

1.1 การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งแวดล้อมชุมชน เมื่อตลาดน้ำอัมพวามีการพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในชุมชนจึงมีความกระตือรือร้นในการพัฒนาบ้านเรือนของตนเองให้มีความสวยงาม เพื่อเป็นการต้อนรับและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ภายในชุมชนบริเวณโดยรอบตลาดน้ำได้รับการพัฒนาอย่างเห็นชัดเจน มีการพัฒนาปรับปรุงสิ่งแวดล้อม จัดบ้านเรือนให้สะอาดสวยงาม โดยการนำกระถางต้นไม้ดอกไม้มาประดับประดาบนทางเดินรอบตลาดน้ำอัมพวา บ้านเรือนหลายหลังทาสีใหม่ อีกทั้งในส่วนที่ทำเป็นโฮมสเตย์ได้จัดตกแต่งอาคารอย่างสวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และยังคงสามารถอนุรักษ์บ้านเรือนไทยริมน้ำไว้ เป็นการช่วยป้องกันปัญหาความเสื่อมถอยของสภาพแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น

1.2 สร้างความตระหนักถึงคุณค่าและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา เป็นการกระตุ้นให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม มีความต้องการที่จะอนุรักษ์ทรัพากรของชุมชนอัมพวา ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในชุมชน การให้รางวัลและประกาศชื่นชมแก่ผู้ที่รักษาต้นลำพูไว้ได้อย่างสมบรูณ์ การที่มีหน่วยต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม การณรงค์ให้ใช้วัสดุธรรมชาติแทนการใช้โฟมในการบรรจุอาหาร เป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

การท่องเที่ยวนั้นชาวบ้านในชุมชนอัมพวาควรมีส่วนร่วมในการจัดการ เพราะหากเป็นคนที่อื่นเข้ามาเป็นเจ้าของกิจการ มักจะไม่เข้าใจวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนที่นี่ ซึ่งเป็นคนรักความสงบ เรียบง่าย ใช้ชีวิตอยู่กับสายน้ำ ดังนั้นชาวบ้านนั้นจะต้องเข้าใจลักษณะเด่นของชุมชนตนเอง มีองค์ความรู้ในการจัดการกับผลจากการท่องเที่ยวที่เป็นภัยคุกคาม ทำให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการจัดการและการใช้ประโยชน์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

2. ผลกระทบด้านลบด้านสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนอัมพวา โดยการท่องเที่ยวมิใช่มีผลกระทบด้านบวกต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนเพียงด้านเดียว แต่ยังส่งผลกระทบในด้านที่สร้างปัญหาหรือด้านลบดังต่อไปนี้

2.1 มลพิษจากรถยนต์และเรือ การท่องเที่ยวโดยเฉพาะในวันที่มีตลาดน้ำอัมพวา มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก ซึ่งหมายถึง จำนวนรถยนต์ที่ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางมีมากด้วยเช่นกัน เนื่องจากพื้นที่ของชุมชนอัมพวามีจำนวนจำกัดและมีขนาดไม่ใหญ่เท่าใดนัก ส่งผลให้การจราจรติดขัด สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ รถยนต์ที่ติดขัดนั่นเองส่งผลให้เกิดมลพิษจากควันท่อไอเสียรถยนต์ สร้างปัญหาให้กับบ้านเรือนที่ติดถนนและโดยเฉพาะที่ใกล้เคียงกับที่จอดรถและตลาดน้ำอัมพวา นอกจากนี้ยังมีมลพิษที่เกิดจากเรือด้วยเช่นกัน เมื่อมีความแออัดเกิดขึ้น และมีผู้คนสัญจรมาเป็นจำนวนมากจึงเกิดปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

2.2 ขยะ ปัญหาในข้อนี้ยังไม่เห็นชัดเจนเท่าไรนัก เนื่องจากในส่วนของตลาดน้ำมีการจัดการที่ดีมาก แต่จะเกิดปัญหาในส่วนของโรงเรียนอัมพวันซึ่งเป็นที่จอดรถแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ขยะที่เกิดขึ้นมาจากความมักง่ายของนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลในด้านความสะอาดมีไม่เพียงพอ และทางโรงเรียนใช้ตู้บริจาคในการรับความช่วยเหลือในการดูแลค่าใช้จ่ายในเรื่องขยะ ซึ่งไม่เป็นผลเท่าใดนัก และอีกส่วนหนึ่งคือขยะในแม่น้ำคลอง มีสิ่งปฏิกูลมากขึ้น อาจเป็นเพราะโดยปกติชาวบ้านใช้น้ำในคลองทำความสะอาดภาชนะและอุปกรณ์ต่าง ๆ เมื่อมีคนเข้ามาในชุมชนมากขึ้น สิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ก็มากขึ้นตามจำนวนคนเช่นกัน ดังนั้นจึงเกิดผลด้านลบกับสิ่งแวดล้อมของชุมชนอัมพวาอีกประการหนึ่ง

2.3 หิ่งห้อยถูกรบกวน หิ่งห้อยเป็นสัตว์ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชนหนึ่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในการล่องเรือชมหิ่งห้อย นักท่องเที่ยวและคนขับเรือส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจวิธีการดูหิ่งห้อยที่ถูกต้อง คนขับเรือต้องการเอาใจนักท่องเที่ยวมากเกินไป ขับเรือเข้าไปใกล้มากเกิน ทำให้หิ่งห้อยได้รับผลกระทบทั้งการฉายไฟ จากไฟฉายของนักท่องเที่ยว ทั้งเขม่าควันจากเรือ น้ำมันเครื่องจากเรือ คลื่นน้ำจากเรือที่เข้ามาใกล้ ส่งผลให้วงจรชีวิตของหิ่งห้อยถูกรบกวน ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงทำให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

3. ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาด้านสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น พื้นที่ของชุมชนอัมพวา และการจัดการของชุมชนจึงมีทั้งในส่วนที่มีความพร้อม และในส่วนที่ยังไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้การท่องเที่ยวส่งผลต่อชุมชนอัมพวาเมื่อวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี หรือสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน หรือสภาพแวดล้อมในชุมชนมีอันต้องเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดผลกระทบทั้งที่เป็นคุณประโยชน์และโทษ หรือด้านบวกและด้านลบต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมของชุมชนอัมพวา สิ่งเหล่านี้ชุมชนต้องร่วมกันเรียนรู้และปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนและสร้างประโยชน์ต่อชุมชนต่อไป

กษมา ประจง (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านศรีฐาน ตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย” ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจด้านบวก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การสร้างงาน การยกมาตรฐานการครองชีพ และลดภาวการณ์ว่างงาน ผลกระทบด้านลบทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ไม่แน่นอน ปัญหาค่าครองชีพ ปัญหาผลประโยชน์และการถือครองที่ดิน

2. ผลกระทบทางสังคมด้านบวก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงการประกอบอาชีพ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม การสร้างความเจริญทางสังคม การสร้างความสามัคคีในชุมชนและการเสริมสร้างการศึกษา ผลกระทบด้านลบทางสังคม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยม ความไม่เป็นธรรมในสังคม อาชญากรรมและความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

3. ผลกระทบทางวัฒนธรรมด้านบวก ได้แก่ ความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมงานศิลปวัฒนธรรมและความกระตือรือร้นในการประกอบอาชีพ ผลกระทบด้านลบทางวัฒนธรรม ได้แก่ ค่านิยมในการครองชีพ การเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อ การแต่งกาย และภาษา

4. ผลกระทบทางด้านการเมืองด้านบวก ได้แก่ การจัดระเบียบของชุมชน ความเข้าใจในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย ความสามัคคี ความสำคัญทางการศึกษา และการตื่นตัวทางการเมืองท้องถิ่น

5. ผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านบวก ได้แก่ การตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมคุณค่าและพัฒนาปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของชุมชน ผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การทำลายชีวภาพและการทำลายภูมิทัศน์ของชุมชน

ศุภวรรณ โพธิ์นาค (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตของชุมชนเกาะล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” ผลการวิจัย พบว่า

1. ผลกระทบทางด้านบวก คือ การท่องเที่ยวทำให้มีความหลากหลายของทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้น และก่อให้เกิดรายได้แก่ครัวเรือนและชุมชนมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกนอกเหนือจากการทำประมงรายย่อย ดังนั้นหากชุมชนสามารถรักษาสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่ง ได้แก่ หาดทรายและแนวปะการังใต้น้ำ ให้รอดพ้นจากผลกระทบที่มาจากขยะและน้ำเสียจากชุมชน ยังทำให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้ และสามารถรักษาการบริการที่ดีไว้ได้ ก็จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอยู่ต่อไป

2. ผลกระทบทางด้านลบ คือ จำนวนแรงงานต่างถิ่นที่เข้ามาในชุมชน อาจก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้ง การแก้ไขคือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมและการสร้างจิตสำนึก ในการเป็นเจ้าของดูแลชุมชน ส่วนปัญหาใหญ่อีกปัญหาหนึ่งคือ เรื่องขยะและน้ำเสีย ที่มาจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากยังไม่มีการจัดการและการวางแผนจากทางภาพรัฐ และภาคส่วนประชาชน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว

7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ธิดารัตน์ สุภาพ (2548) ศึกษาถึงระดับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งเปรียบเทียบปัจจัยของความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันของประชาชนอำเภอบางไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในอำเภอบางไทรส่วนมากมีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูงมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ คือ อายุ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการอยู่อาศัย การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่จำแนกความแตกต่างของความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่พบว่า เพศ และระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่จำแนกความแตกต่างกับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์ (2545) ศึกษาความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับปานกลาง โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติมีส่วนทำให้ความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บัณฑิตย์ คงเมือง และคณะ(2544) ศึกษาความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษา พบว่า ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความตระหนักของเจ้าหน้าที่ชายกับหญิง และระหว่างอายุมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการศึกษาและตำแหน่งหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความตระหนักและเปรียบเทียบระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นข้อมูลพื้นฐาน และแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อรณรงค์ในการสร้างความตระหนักให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความตระหนักและเห็นความสำคัญในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ต่อไป เพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปอย่างมีระบบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
5. การเก็บรวมรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภออัมพวา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักค้างคืนในจังหวัดสมุทรสงครามระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 จำนวน 63,996 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 2552) 2) ผู้ประกอบการ จำนวน 119 แห่ง และ 3) ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน จำนวน 114 คน (สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา 2553) รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 64,229 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณแบบกรณีที่มีจำนวนประชากรแน่นอน (Finite Population) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05% สูตรที่ใช้คือ ยามาเน่ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2550 : 48)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ e = ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ผลการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{64,229}{1+(64,229)(0.05)^2}$$

$$= 397.52 \approx 398 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งหมด 398 คน แต่ในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน การสุ่มตัวอย่างใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) ซึ่งเป็นวิธีที่ประชากรทั้งหมดมีโอกาสถูกเลือกเท่ากัน เนื่องจากขนาดของประชากรกลุ่มนักท่องเที่ยว มีขนาดแตกต่างกับกลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เป็นอย่างมาก ดังนั้นเพื่อให้การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้มีความสมบูรณ์และได้สัดส่วนของกระบวนการจัดสรรจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภท (Allocation) ผู้วิจัยจึงใช้กระบวนการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มใหญ่ด้วยวิธีกำหนดสัดส่วนด้วยตนเอง (Self – Weighted) โดยกำหนดเป็น 2.7 : 1.2 : 1.1 (Proportional Allocation Procedures : PAP) (Jack R.Fraenkel & Norman E.Wallen 2000 : 180) เพื่อให้ได้ข้อมูลจากทุกกลุ่มประชากรอย่างใกล้เคียงกัน เป็นการลดความคลาดเคลื่อนที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากขนาดของตัวอย่างที่แตกต่างกัน โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เป็นสัดส่วน 2.7 : 1.2 : 1.1 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. นักท่องเที่ยว	63,996	267
2. ผู้ประกอบการ	119	119
3. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน	114	114
รวม	**64,229**	**500**

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 5 ด้านซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านความรู้ 2) ด้านการปลูกจิตสำนึก 3) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร 4) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ5) ด้านการมีส่วนร่วม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ผู้วิจัยได้พัฒนามาจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสาร ขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นแบบเลือกตอบ รวมทั้งสิ้น 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 5 ด้าน รวมทั้งสิ้น 39 ข้อ ประกอบด้วย

1. ด้านความรู้ จำนวน 8 ข้อ
2. ด้านการปลูกจิตสำนึก จำนวน 8 ข้อ
3. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 7 ข้อ
4. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำนวน 8 ข้อ
5. ด้านการมีส่วนร่วม จำนวน 8 ข้อ

เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2550 : 64) จำนวน 36 ข้อ และกำหนดค่าน้ำหนักมาตราส่วนข้อคำถามออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ความตระหนักในระดับมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
ความตระหนักในระดับมาก	ให้	4	คะแนน
ความตระหนักในระดับปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ความตระหนักในระดับน้อย	ให้	2	คะแนน
ความตระหนักในระดับน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

4. ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

4.1 ศึกษาค้นคว้า ตำรา วารสาร บทความ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4.3 นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบปรับปรุงความสมบูรณ์ และความถูกต้องให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหาและภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบและสามารถครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษาแล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

4.4 นำร่างแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องทั้งความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ด้านรูปแบบของแบบสอบถาม (Format) ด้านการใช้ภาษา (Wording) และด้านอื่น ๆ ของข้อคำถามแต่ละข้อที่เห็นสมควรให้ปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ จำนวน 3 ท่าน แล้วนำร่างแบบสอบถามกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

4.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในตลาดน้ำบางน้อย ตำบลบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2550 : 75) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.94

4.6 นำร่างแบบสอบถามที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง และจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ จึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ดังนี้

5.1 กลุ่มตัวอย่างประเภทนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) แล้วแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 267 ฉบับ

5.2 กลุ่มตัวอย่างประเภทผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 119 ฉบับ

5.3 กลุ่มตัวอย่างประเภทผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเจ้าหน้าที่การปกครองท้องถิ่น สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเจ้าหน้าที่การปกครองท้องถิ่น สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา จำนวน 114 ฉบับ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจาก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ถึงผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานส่วนท้องถิ่น เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย

5.3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือ มอบกับผู้บริหาร ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานส่วนท้องถิ่น พร้อมทั้งชี้แจงการตอบแบบสอบถาม และนัดหมายวันมารับแบบสอบถาม โดยแจ้งว่าหลังจากนี้ประมาณ 7 วัน ผู้วิจัยจะเดินทางมารับแบบสอบถามด้วยตนเอง

5.4 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน พบว่าแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประเภทนักท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ จำนวน 200 ฉบับ ส่วนแบบถามที่ได้รับคืนจากกลุ่มตัวอย่างประเภทผู้ประกอบการและผู้บริหารฯ มีความสมบูรณ์ จำนวนประเภทละ 100 ฉบับ ฉะนั้นรวบรวมแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 400 ฉบับ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 หาค่าความถี่ และ ค่าร้อยละของข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

6.2 หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แล้วนำค่าคะแนนเฉลี่ยมาแปลความหมาย ตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความตระหนักในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความตระหนักในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความตระหนักในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความตระหนักในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความตระหนักในระดับน้อยที่สุด

6.3 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ

6.3.1 t – test (Independent – samples) สำหรับการเปรียบเทียบข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล กับ ระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สำหรับตัวแปรเชิงคุณภาพที่จำแนกเป็นตัวแปร 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปร เพศ

6.3.2 F – test (ANOVA – One-way Analysis of Variances) สำหรับการเปรียบเทียบข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล กับระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สำหรับตัวแปรที่จำแนกตั้งแต่ 3 กลุ่ม ขึ้นไป และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe' Test for all Possible Comparison)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน โดยได้รับการตอบแบบสอบถามกลับคืนมาครบและสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 80 มาวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ โดยใช้ ตารางประกอบคำบรรยาย จำแนกเป็น 3 ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution

df แทน องศาอิสระ (Degree of freedom)

SS แทน ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน (Sum of Squares)

MS แทน ค่าเฉลี่ยของค่าเบี่ยงเบนกำลังสอง (Mean Squares)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (%) ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	
	คน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	138	34.5
หญิง	262	65.5
รวม	**400**	**100.0**
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	67	16.8
25 – 34 ปี	152	38.0
35 – 44 ปี	104	26.0
45 – 54 ปี	74	18.5
มากกว่า 54 ปี	3	0.8
รวม	**400**	**100.0**
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	137	34.3
ปริญญาตรี	179	44.8
ปริญญาโท	51	12.8
สูงกว่าปริญญาโท	33	8.3
รวม	**400**	**100.0**

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	
	คน	ร้อยละ
อาชีพ		
เกษตรกร	27	6.8
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	171	42.8
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	71	17.8
ค้าขาย	85	21.3
ธุรกิจส่วนตัว	29	7.3
อื่น ๆ (นักเรียน, นักศึกษา)	17	4.3
รวม	**400**	**100.0**
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	137	34.3
10,000 – 20,000 บาท	154	39.3
20,001 – 30,000 บาท	65	16.3
30,001 – 40,000 บาท	15	3.8
40,001 – 50,000 บาท	18	4.5
มากกว่า 50,000 บาท	8	2.0
รวม	**400**	**100.0**
ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
นักท่องเที่ยว	200	50.0
ผู้ประกอบการ	100	25.0
ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน	100	25.0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.5 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.5 มีอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา มีอายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.3 ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3 และ เป็นนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 50.0

เนื่องจากข้อมูล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้บางกลุ่มมีจำนวนน้อยเกินไป ทำให้มีความแตกต่างของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มมาก ผู้วิจัยจึงจัดกลุ่มใหม่เพื่อความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่จัดกลุ่มใหม่

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	
	คน	**ร้อยละ**
เพศ		
ชาย	138	34.5
หญิง	262	65.5
รวม	**400**	**100.0**
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	67	16.8
25 – 34 ปี	152	38.0
35 – 44 ปี	104	26.0
มากกว่า 44 ปี	77	19.3
รวม	**400**	**100.0**

ตารางที่ 4 (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	
	คน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	137	34.3
ปริญญาตรี	179	44.8
สูงกว่าปริญญาตรี	84	21.1
รวม	**400**	**100.0**
อาชีพ		
เกษตรกร ธุรกิจส่วนตัว อื่น (นักเรียน, นักศึกษา)	73	18.4
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	171	42.8
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	71	17.8
ค้าขาย	85	21.3
รวม	**400**	**100.0**
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	137	34.3
10,000 – 20,000 บาท	154	39.3
20,001 – 30,000 บาท	65	16.3
มากกว่า 30,000 บาท	41	10.3
รวม	**400**	**100.0**
ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		
นักท่องเที่ยว	200	50.0
ผู้ประกอบการ	100	25.0
ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน	100	25.0
รวม	**400**	**100.0**

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังรายละเอียดตามตารางที่ 5 – 10

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายด้าน และโดยภาพรวม

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านความรู้	3.82	0.59	มาก	2
ด้านการปลูกจิตสำนึก	3.97	0.58	มาก	1
ด้านการรับข้อมูลข่าวสาร	3.38	0.90	ปานกลาง	5
ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.43	0.86	มาก	4
ด้านการมีส่วนร่วม	3.53	0.73	มาก	3
รวม	**3.63**	**0.58**	**มาก**	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (S.D. = 0.58) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยด้านการปลูกจิตสำนึกมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับ 1 เท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.58) รองลงมาได้แก่ ด้านความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (S.D. = 0.59) ด้านการมีส่วนร่วม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (S.D. = 0.73) และด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.43 (S.D. = 1.13) โดยทุกด้านมีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 3.38 (S.D. = 0.90) มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านความรู้

	ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ด้านความรู้	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
1.	เข้าใจและเห็นความสำคัญของการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.07	0.87	มาก	2
2.	เลิกซื้อ เลิกใช้ ผลิตภัณฑ์พลาสติกช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม	3.29	0.97	ปานกลาง	7
3.	วัสดุจากธรรมชาติย่อยสลายได้เองและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.01	0.94	มาก	3
4.	พบองค์ความรู้ใหม่ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ในการจำหน่ายสินค้า หรือการนำวัสดุเหลือใช้จากบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่	3.74	0.91	มาก	5
5.	เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภาชนะที่ทำจากวัสดุธรรมชาติเท่านั้นจะไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.57	0.94	มาก	6
6.	บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกเป็นขยะที่ทำลายได้ยากและไม่สามารถสลายได้เองตามธรรมชาติ	3.92	0.98	มาก	4
7.	ผลกระทบจากขยะพลาสติก กล่องโฟม และขวดแก้ว ทำลายสิ่งแวดล้อมและมลพิษต่างๆ ที่เป็นสาเหตุโลกร้อน	4.23	0.79	มากที่สุด	1
8.	หลีกเลี่ยงการซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุด้วยกล่องโฟมและถุงพลาสติก	3.74	0.95	มาก	5
	รวม	**3.82**	**0.59**	**มาก**	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านความรู้โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากโดยประเด็นผลกระทบจากขยะพลาสติก กล่องโฟม และขวดแก้ว ทำลายสิ่งแวดล้อมและมลพิษต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุโลกร้อน มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.79)

และอยู่ในอันดับ 1 รองลงมา ได้แก่ ประเด็นการเข้าใจและเห็นความสำคัญของการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.87) โดยระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเลิกซื้อ เลิกใช้ ผลิตภัณฑ์พลาสติกช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.29 (S.D. = 0.97) ซึ่งระดับของความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการปลูกจิตสำนึก

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ด้านการปลูกจิตสำนึก	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข	4.33	0.76	มากที่สุด	1
2. ปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตเป็นอย่างมาก	4.23	0.82	มากที่สุด	2
3. มีกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสม่ำเสมอ	3.65	0.84	มาก	7
4. มีบุคคลหรือกิจกรรมที่บ่งชี้ถึงความสำคัญของการกำจัดขยะและนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่	3.60	0.92	มาก	8
5. สิ่งห่อหุ้มสินค้าให้สวยงามเพื่อจูงใจผู้ซื้อเป็นวัสดุที่จะเพิ่มขยะและปัญหาสิ่งแวดล้อม	3.83	0.76	มาก	6
6. ปัญหาสิ่งแวดล้อมทวีความรุนแรงมากขึ้นจึงควรให้ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่คนทุกวัย	4.13	0.88	มาก	3
7. การทิ้งขยะให้เป็นที่เป็นพฤติกรรมที่จำเป็นต้องฝึกเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม	4.06	0.96	มาก	4
8. การนำวัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์เป็นสิ่งของที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้เป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.93	0.93	มาก	5
รวม	**3.97**	**0.58**	**มาก**	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการปลูกจิตสำนึก โดยรวม อยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.58) พิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ ขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 (S.D. = 0.76) และเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.82)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการรับข้อมูลข่าวสาร

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ ด้านการรับข้อมูลข่าวสาร	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. มีป้าย/สัญลักษณ์รณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.48	1.06	มาก	2
2. มีช่องทางการเสนอแนะความคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.57	0.99	มาก	1
3. มีภาชนะรองรับขยะแยกประเภทอย่างเพียงพอ	3.40	1.07	มาก	3
4. มีการจัดระบบเฝ้าระวังการทำลายสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา	3.25	1.08	ปานกลาง	7
5. มีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อพิจารณาและกำหนดวิธีการทำงานหรือกระบวนทำงานให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา	3.32	1.12	ปานกลาง	5
6. มีการสำรวจความคิดเห็นในการเข้ามาใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา	3.29	1.11	ปานกลาง	6
7. ได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ข้อแนะนำในการใช้พื้นที่ในเชิงอนุรักษ์ ป้ายบอก/แนะนำการแยกขยะ	3.35	1.14	ปานกลาง	4
รวม	**3.38**	**0.90**	**ปานกลาง**	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการรับรู้ข่าวสาร โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 (S.D. = 0.90) พิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีประเด็นที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมาก 3 ประเด็น ได้แก่ มีช่องทางการเสนอแนะความคิดเห็นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.57 (S.D. = 0.99) และมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับ 1 รองลงมา ได้แก่ มีป้าย/สัญลักษณ์รณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 (S.D. = 1.06) ประเด็น มีภาชนะรองรับขยะแยกประเภทอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.40 (S.D. = 1.07) โดยมีประเด็น ที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง 4 ประเด็น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ประเด็น ได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ข้อแนะนำในการใช้พื้นที่ในเชิงอนุรักษ์ ป้ายบอก/แนะนำการแยกขยะ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.35 (S.D. = 1.14) ประเด็นมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อพิจารณาและกำหนดวิธีการทำงานหรือกระบวนทำงานให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.32 (S.D. = 1.12) ประเด็น มีการสำรวจความคิดเห็นในการเข้ามาใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 (S.D. = 1.12) และอันดับสุดท้าย คือ ประเด็นมีการจัดระบบเฝ้าระวังการทำลายสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.25 (S.D. = 1.08)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็นด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. มีที่รองรับขยะเพียงพอ	3.26	1.20	ปานกลาง	6
2. ไม่มีกลิ่นเหม็นจากกองขยะ	3.32	1.09	ปานกลาง	5
3. มีวัสดุเหลือใช้ที่เป็นบรรจุภัณฑ์ในแม่น้ำและพื้นที่ ๆ มิใช่จัดไว้สำหรับรองรับขยะ	3.22	1.14	ปานกลาง	8
4. มีการจัดระเบียบสิ่งแวดล้อม เช่น การแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่	3.25	1.12	ปานกลาง	7

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา	3.61	1.01	มาก	2
6. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุวัสดุที่ทำจากกระดาษและนำกลับมาใช้ใหม่เสมอ	3.70	0.97	มาก	1
7. มีระบบการกำจัดขยะที่เกิดจาก การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา	3.46	0.99	มาก	4
8. มีกระบวนการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ เช่น บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด และกล่องกระดาษ	3.60	0.95	มาก	3
รวม	**3.43**	**0.86**	**มาก**	

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 (S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า มีประเด็นที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง อย่างละ 4 ประเด็น โดยประเด็นที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้แก่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุวัสดุที่ทำจากกระดาษและนำกลับมาใช้ใหม่เสมอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.70 (S.D. = 0.97) รองลงมา ได้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (S.D. = 1.01) โดยประเด็นที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ได้แก่ ประเด็น มีวัสดุเหลือใช้ที่เป็นบรรจุภัณฑ์ในแม่น้ำและพื้นที่ ๆ มิใช่จัดไว้สำหรับรองรับขยะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 (S.D. = 1.14) ประเด็นมีการจัดระเบียบสิ่งแวดล้อม เช่น การแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 (S.D. = 1.09) ประเด็นมีที่รองรับขยะเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 (S.D. = 1.20) และประเด็นไม่มีกลิ่นเหม็นจากกองขยะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 (S.D. = 1.09)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายประเด็น ด้านการมีส่วนร่วม

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ ด้านการมีส่วนร่วม	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อบังคับ และระเบียบของตลาดน้ำอัมพวา เช่น การทิ้งขยะแยกประเภท	3.74	0.81	มาก	2
2. สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมตลาดน้ำ	3.77	0.85	มาก	1
3. สามารถชักชวนให้ผู้อื่นร่วมช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	3.72	0.89	มาก	3
4. มีโอกาสได้ร่วมเสนอกฎ ระเบียบ และทิศทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา	3.54	0.93	มาก	4
5. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการบริหารจัดการและพัฒนา	3.33	1.05	ปานกลาง	7
6. มีโอกาสร่วมประชุมและเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.32	1.03	ปานกลาง	8
7. มีการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตลานน้ำอัมพวา	3.35	1.06	ปานกลาง	6
8. มีช่องทางเปิดรับความคิดเห็น ข้อร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะของผู้ที่เข้ามาใช้ตลาดน้ำอัมพวา	3.43	0.99	มาก	5
รวม	**3.53**	**0.73**	**มาก**	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการมีส่วนร่วม โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (S.D. = 0.73) พิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นที่มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญ

ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 (S.D. = 0.76) และเป็นอันดับ 1 รองลงมา ได้แก่ สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมตลาดน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 (S.D. = 0.85) รองลงมา คือ ประเด็นให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อบังคับ และระเบียบของตลาดน้ำอัมพวา เช่น การทิ้งขยะแยกประเภท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (S.D. = 0.81)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความตระหนักผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ส่งผลทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามตาม เพศ ใช้การวิเคราะห์ t – test (Independent – samples) และจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-way ANOVA และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe' test for all possible comparison) ดังรายละเอียดตามตารางที่ 11 – 26

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม เพศ

เพศ	N	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ	t	p
ชาย	138	3.62	0.66	มาก	-0.204	.838
หญิง	262	3.63	0.54	มาก		

* $p < .05$

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพศหญิง และเพศชาย มีระดับความตระหนักในการใช้ บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในระดับมาก โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของระดับความตระหนัก ($\bar{x}$ = 3.63) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}$ = 3.62) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพศหญิงและเพศชาย มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อายุ

อายุ	n	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ
ต่ำกว่า 25 ปี	67	3.92	0.58	มาก
25 – 34 ปี	152	3.40	0.47	ปานกลาง
35 – 44 ปี	104	3.69	0.64	มาก
มากกว่า 45 ปี	77	3.76	0.55	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี อายุ 35 – 44 ปี และ อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีระดับของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามอยู่ในระดับมาก โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอายุ 25 – 34 ปี มีระดับความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่าเฉลี่ยของระดับความตระหนักสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.92) รองลงมาได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ($\bar{x}$ = 3.76) อายุ 35 – 44 ปี ($\bar{x}$ = 3.69) และ อายุ 25 – 34 ปี ($\bar{x}$ = 3.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อายุ

อายุ	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	15.361	16.834	16.834	.000*
ภายในกลุ่ม	396	120.451	0.304		
รวม	399	135.812			

* p < .05

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe') ดังรายละเอียดในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{x}$ = 3.92)	25 – 34 ปี ($\bar{x}$ = 3.40)	35 – 44 ปี ($\bar{x}$ = 3.69)	ตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป ($\bar{x}$ = 3.76)
ต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{x}$ = 3.92)	–			
25 – 34 ปี ($\bar{x}$ = 3.40)	0.519528*	–		
35 – 44 ปี ($\bar{x}$ = 3.69)	0.22785	–0.29167*	–	
มากกว่า 45 ปี ($\bar{x}$ = 3.76)	0.15904	–0.36047*	–0.06881	–

* p < .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอายุกว่า 25 ปี มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอายุ 25 – 34 ปี ($\bar{x}$ = 3.92 และ $\bar{x}$ = 3.40 ตามลำดับ) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอายุ 35 – 44 ปี และ ตั้งแต่ 45 ปี ขึ้น มีความตระหนักมากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอายุ 25 – 34 ปี ($\bar{x}$ = 3.69 , $\bar{x}$ = 3.76 และ $\bar{x}$ = 3.40 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	n	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	137	3.60	0.66	มาก
ปริญญาตรี	179	4.46	0.48	มากที่สุด
สูงกว่าปริญญาตรี	84	4.04	0.43	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาโท หรือสูงกว่า มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับมาก โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของระดับความตระหนักสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.46) รองลงมาได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับการศึกษาปริญญาโท หรือสูงกว่า ($\bar{x}$ = 4.04) และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

อายุ	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	19.536	9.768	33.351	.000*
ภายในกลุ่ม	397	116.276	0.293		
รวม	399	135.812			

* p < .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe') ดังรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 3.60)	ปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 3.45)	ปริญญาโทหรือสูงกว่า ($\bar{x}$ = 4.04)
ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 3.60)	–		
ปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 3.45)	0.14517	–	
สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 4.04)	-0.43714*	–0.58232*	–

* p < .05

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 4.04, $\bar{x}$ = 3.60 และ $\bar{x}$ = 3.46 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	n	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ
เกษตรกร, ธุรกิจส่วนตัว และ อื่น ๆ	73	3.71	0.74	มาก
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	171	3.79	0.53	มาก
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	71	3.37	0.42	ปานกลาง
ค้าขาย	85	3.46	0.53	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพ เกษตรกร, ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน มีระดับของระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในระดับมาก โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพค้าขาย มีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยของระดับความตระหนักสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.79) รองลงมาได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาชีพเกษตรกร, ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ ($\bar{x}$ = 3.71) อาชีพค้าขาย ($\bar{x}$ = 3.46) และอาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน ($\bar{x}$ = 3.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม จำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	12.036	4.012	12.835	.000*
ภายในกลุ่ม	396	123.777	0.313		
รวม	399	135.812			

* p < .05

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe') ดังรายละเอียดในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	เกษตรกร, ธุรกิจส่วนตัว และ อื่น ๆ ($\bar{x}$ = 3.71)	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{x}$ = 3.79)	รับจ้าง/พนักงานเอกชน ($\bar{x}$ = 3.37)	ค้าขาย ($\bar{x}$ = 3.46)
เกษตรกร, ธุรกิจส่วนตัว และ อื่น ๆ ($\bar{x}$ = 3.71)	–			
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{x}$ = 3.79)	–0.08512	–		
รับจ้าง/พนักงานเอกชน ($\bar{x}$ = 3.37)	0.33225*	0.41738*	–	
ค้าขาย ($\bar{x}$ = 3.46)	0.24794	0.33306*	–0.08989	–

* p < .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพเกษตรกร, ธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน ($\bar{x}$ = 3.71 และ $\bar{x}$ = 3.37 ตามลำดับ) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความตระหนักมากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาชีพรับจ้าง/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย ($\bar{x}$ = 3.76 , $\bar{x}$ = 3.37 และ $\bar{x}$ = 3.46 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม รายได้

รายได้	n	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	137	3.64	0.60	มาก
10,000 – 20,000 บาท	157	3.54	0.59	มาก
20,001 – 30,000 บาท	65	3.59	0.56	มาก
มากกว่า 30,000 บาท	41	4.02	0.31	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในระดับมาก โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของระดับความตระหนักสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.02) รองลงมาได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.64) มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.59) และมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม รายได้

รายได้	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	7.698	2.566	7.931	.000*
ภายในกลุ่ม	396	128.114	0.324		
รวม	399	135.812			

* p < .05

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความระดับตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe') ดังรายละเอียดในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีรายได้แตกต่างกัน

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.64)	10,000 – 20,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.54)	20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.59)	มากกว่า 30,000 บาท ($\bar{x}$ = 4.02)
ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.64)	–			
10,000 – 20,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.54)	0.09873	–		
20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.59)	0.04600	–0.05272	–	
มากกว่า 30,000 บาท ($\bar{x}$ = 4.02)	–0.38410*	–0.48283*	–0.43011*	–

* p < .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{x}$ = 4.02, $\bar{x}$ = 3.64, $\bar{x}$ = 3.54 และ $\bar{x}$ = 3.59 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	n	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ
ผู้ประกอบการ	100	3.90	0.58	มาก
ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐฯ	100	3.53	0.53	มาก
นักท่องเที่ยว	200	3.55	0.57	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทผู้ประกอบการ ประเภทผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และประเภทนักท่องเที่ยว มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในระดับมาก โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยของระดับความตระหนักสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 3.90) รองลงมาได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.55) และประเภท ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ($\bar{x}$ = 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	9.689	4.844	15.249	.000*
ภายในกลุ่ม	397	126.123	0.318		
รวม	399	135.812			

* p < .05

จากตารางที่ 25 พบว่า ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe') ดังรายละเอียดในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแตกต่างกัน

ประเภท ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้ประกอบการ ($\bar{x}$ = 3.90)	ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฯ ($\bar{x}$ = 3.53)	นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.55)
ผู้ประกอบการ ($\bar{x}$ = 3.90)	–		
ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฯ ($\bar{x}$ = 3.53)	0.37051*	–	
นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.55)	0.35333*	–0.01718	–

* p < .05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทผู้ประกอบการ มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภท ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และประเภทนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.90, $\bar{x}$ = 3.53 และ $\bar{x}$ = 3.55 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยด้านการปลูกจิตสำนึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ในขณะที่ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด และมีระดับของความตระหนักอยู่ในระดับปานกลางเพียงด้านเดียว

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สรุปได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตระหนักจำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ในขณะที่เปรียบเทียบความแตกต่างของความตระหนักจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความตระหนัก และเปรียบเทียบระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วยผู้ประกอบการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนที่ 2 เป็นแบบวัดระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 ด้าน ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงทางเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน นำมาทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha's coefficient) ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, t – Test และ One – way ANOVA

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 – 34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท และ เป็นนักท่องเที่ยว

2. ระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม อยู่ในระดับมาก พิจารณาตามรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยด้านการปลูกจิตสำนึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ในขณะที่ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด และมีระดับความตระหนักอยู่ในระดับปานกลางเพียงด้านเดียว

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความตระหนักจำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความตระหนักจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภทเป็นรายคู่ โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้

3.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความตระหนักอยู่ในระดับปานกลางเพียงด้านเดียว แสดงให้เห็นว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความรู้ มีความเข้าใจและเห็นความสำคัญกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่ในการปลูกจิตสำนึก การรณรงค์โดยการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกระบวนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง ตลอดจนการให้ความร่วมมือเกี่ยวกับจัดเก็บขยะบรรจุภัณฑ์ที่เหลือใช้ซึ่งเป็นส่วนรับผิดชอบของผู้บริหารภาครัฐและการปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่เพียงพอ ตลอดจนช่องทางการเสนอแนะความคิดเห็นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีการบริหารจัดการในการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนการจัดทำป้ายแนะนำการใช้พื้นที่ในตลาดน้ำซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารมีสื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบและเกิดความตระหนักยังไม่เพียงพอ ดังนั้นผลการศึกษาโดยภาพรวมจะเป็นแนวทางให้ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพิ่มการบริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนช่องทางการให้ข้อเสนอแนะอย่างเพียงพอต่อไป

3.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากความจำเป็นที่ต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการมีชีวิตของมนุษย์ชาติ เพื่อแสวงหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากตลาดน้ำอัมพวาเหมือนกันจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความจริงที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในรูปของ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ อาจเกิดจากผู้ที่มีอายุ ระหว่าง 25 – 34 ปี จะมีประสบการณ์และความรู้ตลอดจนความคิดเห็นที่เกิดจากการวิเคราะห์โดยใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมมากกว่าผู้ที่มีอายุในช่วงอื่นๆ

3.4 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

3.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท ทุกกลุ่มซึ่งรายได้เป็นปัจจัยส่วนบุคคลประเภทปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.7 ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันมีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยว และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐ และท้องถิ่น ผู้นำชุมชน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกันและ

แตกต่างจากผู้ประกอบการ อาจเนื่องจาก นักท่องเที่ยว และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน จัดอยู่ในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่ได้แสวงหาผลประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ อัมพวาโดยตรง ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ประกอบการที่จัดเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว กลุ่มคนเหล่านี้มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ 2) ด้านการปลูกจิตสำนึก 3) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม ส่วนด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความตระหนักอยู่ในระดับปานกลางเพียงด้านเดียว แสดงให้เห็นว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความรู้ มีความเข้าใจในการปลูกจิตสำนึก มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลจากการใช้บรรจุภัณฑ์ และมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อรณรงค์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การกำจัดขยะและกระบวนการใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลอดจนช่องทางการเสนอแนะความคิดเห็นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2550 : 60 – 61) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการย่อยของการรับรู้จะเป็นการแสดงถึงความสลับซับซ้อนและธรรมชาติของการกระทำตอบโต้ได้ในการรับรู้ ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายนอก(External Environment) ซึ่งเป็นทางประสาทสัมผัส (Sensual Stimulation) จากผลการวิเคราะห์ในประเด็นดังกล่าวอาจสรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีการบริหารจัดการในการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนการจัดทำป้ายแนะนำการใช้พื้นที่ในตลาดน้ำซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสาร มีสื่อให้ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียได้รับทราบและเกิดความตระหนักยังไม่เพียงพอ ดังนั้นผลการศึกษาโดยภาพรวมจะเป็นแนวทางให้ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพิ่มการบริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนช่องทางการให้ข้อเสนอแนะอย่างเพียงพอต่อไป

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า

2.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สอดคล้องกัน อาจเนื่องจากความจำเป็นที่ต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการมีชีวิตของมนุษย์ชาติ เพื่อแสวงหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจและความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ จำเป็นต้องคำนึงถึงความจริงที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน นั่นคือ ขีดจำกัดของทรัพยากร ความสมดุลของระบบนิเวศ ความเป็นมาด้านวัฒนธรรม รวมถึงความต้องการของมนุษย์ อีกทั้งการให้การศึกษา การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในรูปของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 10 – 11) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของดรรชนี เอมพันธ์ (2545 : 94 – 95) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนไปสู่เป้าหมายพื้นฐาน 3 ประการ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรทั้งด้านสังคม และเศรษฐกิจ โดยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนและการกระจายทรัพยากรอย่างเป็นธรรมในสังคม เหตุผลดังกล่าวนับว่าเป็นเหตุผลที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของที่ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จะได้รับผลประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามร่วมกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของธิดารัตน์ สุภาพ (2548) ซึ่งศึกษาถึงความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งเปรียบเทียบปัจจัยของความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่าประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการรับรู้ที่ เชอร์เมอฮอร์น (Schermerhorn 2001 : 118 – 121) ได้กล่าวไว้ว่า ในสถานการณ์จริงนั้น การรับรู้ของบุคคลเกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ จึงมีกระบวนการรับรู้ในการกลั่นกรองและตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้เห็นได้ยิน ได้สัมผัส ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ภาระหน้าที่ต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ความรู้สึกต่าง ๆ และอุดมการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของดิศดา ขาวจันทร์และคณะ (2550 : 27 – 28) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) เกิดจากภายในตัวของผู้บริโภคเอง ซึ่งอายุ หรือ วัยที่ต่างกันย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น อายุจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บัณฑิตย์ คงเมือง และคณะ(2544) ศึกษาความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษา พบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีอายุแตกต่างกันมีความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์ (2545) ศึกษาความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีส่วนทำให้ความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับกระบวนการรับรู้ที่ เชอร์เมอฮอร์น (Schermerhorn 2001 : 118 – 121) ได้นำเสนอไว้ในแบบจำลองของกระบวนการรับรู้ในส่วนขององค์ประกอบของกระบวนการรับรู้ การแปลความหมายของการรับรู้ ซึ่งประกอบด้วย การจัดระบบข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ โครงสร้างที่เกี่ยวกับกระบวนการรับรู้ที่เป็นกรอบอธิบายองค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับความคิดหรือตัวกระตุ้นให้มีการพัฒนาประสบการณ์ รูปแบบการรับรู้ของคน

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของภารดี อนันต์นาวี (2551 : 152) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารที่ไม่ได้ผลดีเท่าที่ควรหรือไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากอุปสรรคหลายประการ ทั้งตัวผู้ส่งข่าวสาร ผู้รับข่าวสาร ซึ่งปัญหาจากความแตกต่างในด้านภูมิหลังของความรู้ ความเข้าใจ ในการสื่อสาร ความหมาย พื้นฐานการศึกษา วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมทางสังคม วัยและเพศ จะเห็นได้ว่า ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ดังที่ ดิศดา ขาวจันทร์และคณะ (2550 : 27 – 28) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของหทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์ (2545) ศึกษาความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการรับรู้ ดังที่ สร้อยตระกูลอรรถมานะ (2550 : 60 – 61) ได้กล่าวว่า กระบวนการย่อยของการรับรู้จะเป็นการแสดงถึง ความสลับซับซ้อนและธรรมชาติของการกระทำโต้ตอบได้ในการรับรู้ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ที่เป็นสิ่งเร้า หรือสถานการณ์ เช่น สถานที่ทำงาน ภูมิอากาศ สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผลให้การรับรู้ของบุคคลแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ดิศดา ขาวจันทร์และคณะ (2550 : 27 – 28) กล่าวว่า อาชีพการงานที่มีความหลากหลายที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งแต่ละอาชีพก็มีความต้องการและความจำเป็นในการบริโภคสินค้า หรือบริการที่แตกต่างกันออกไป จะเห็นได้ว่าอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของหทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์ (2545) ศึกษาความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และธิดารัตน์ สุภาพ (2548) ซึ่งศึกษาถึงความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อาชีพ เป็นปัจจัยที่จำแนกความแตกต่างของความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอาชีพค้าขายกับอาชีพเกษตรกรมีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันนั้นเป็นไปตามกระบวนการรับรู้ที่ เชอร์เมอฮอร์น (Schermerhorn 2001 : 118 – 121) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ทางสังคม และองค์ประกอบหรือบริบทของการรับรู้ สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ที่เหมือนกัน เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอาชีพค้าขายกับเกษตรกรเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องอาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นแหล่งที่ทำรายได้ คล้าย ๆ กัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ดรรชนี เอมพันธ์ (2545 : 94 – 95) ได้กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนไปสู่เป้าหมายพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และคุณภาพชีวิต และการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมในสังคมประกอบกับในปัจจุบันผู้ประกอบการและผู้บริโภคยังให้ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ไม่มากนัก (พิทักษ์ สุภนันทการ 2007)

2.5 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท ทุกกลุ่มซึ่งรายได้เป็นปัจจัยส่วนบุคคลประเภทปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (ดิศดา ขาวจันทร์และคณะ 2550 : 27 – 28) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของธิดารัตน์ สุภาพ (2548) ซึ่งศึกษาถึงความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า รายได้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จำแนกความแตกต่างของความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.6 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่าผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว มีระดับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่สอดคล้องกัน

อาจเนื่องจาก นักท่องเที่ยว และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน จัดอยู่ในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่ได้แสวงหาผลประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยตรง ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ประกอบการที่จัดเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา สอดคล้องกับแนวคิดของดรรชนี เอมพันธุ์ (2545 : 94 – 95) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนไปสู่เป้าหมายพื้นฐาน 3 ประการ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ โดยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นและการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมใน

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทำให้ทราบระดับ และความแตกต่างของระดับความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นกรอบหรือแนวทางให้ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนา และสร้างความตระหนักให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงควรรณรงค์ในการสร้างความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยการพัฒนาและส่งเสริมด้านการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าใช้พื้นที่ตลาดน้ำอัมพวา

กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เช่น

1. การมีป้ายรณรงค์ แนะนำระบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. การมีเสียงตามสายเปิดเพลงให้มีการรณรงค์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม
3. การเพิ่มช่องทางการรับข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากกลยุทธ์ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนี้ อาจได้มาจากการประกวดคำขวัญหรือบทเพลงทำนองวงดนตรีสุนทราภรณ์ โดยครูเอื้อ สุนทรสนาน ซึ่งคนอัมพวาที่ได้รับการยกย่องเป็นศิลปินแห่งชาติหรือการประกวดการออกแบบกล่องรับความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในความตระหนักของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวาอย่างยั่งยืนต่อไป

2. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ควรนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำแผน การกำหนดนโยบาย การรณรงค์และสร้างความตระหนักให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผู้ประกอบการให้มีความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และสร้างกระแสของการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุธรรมชาติที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดประชาคม ระดมความคิดในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาจากชาวสวนในท้องถิ่น และมีการสนับสนุนการทำสวนกล้วยต้นแบบ เพื่อให้ได้ใบตองคุณภาพดีในการทำบรรจุภัณฑ์ แล้วทำสัญญาประชาคมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติให้เป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในแหล่งท่องเที่ยวอัมพวา

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในแต่ละด้านต่อไปนี้

3.1 การให้ความรู้ มีการจัดการหลักสูตรท้องถิ่นสำหรับโรงเรียนในเขตสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวาให้สอดคล้องระหว่างการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3.2 การปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่สอดคล้องกับสุภาษิตไทย “เข้าเมืองตาหลิ่ว ต้องหลิ่วตาตาม” เป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดการปลูกจิตสำนึก ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในวลีที่ว่า “เมืองอัมพวา คือเมืองที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” เพื่อให้เกิดกระแสปากต่อปาก (Word of Mouth) จะช่วยให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอัมพวารู้สึกละอายที่จะทำลายสิ่งแวดล้อม

3.3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยการนำท้องถิ่นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการทำให้ผู้มาเยือนตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือระดมนักวิชาการจัดแผนต้นแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

3.4 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดการกับปริมาณบรรจุภัณฑ์และวัสดุขยะที่ทำลายสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นความรวดเร็ว (Speed) โดยการประกันคุณภาพการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ของกองสาธารณสุข สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวาในการจัดการขยะโดยเฉพาะขวดน้ำพลาสติกให้ออกนอกพื้นที่ภายใน 6 ชั่วโมงหลังจากตลาดวาย (เวลาประมาณ 21.00 น.)

3.5 การมีส่วนร่วมและการทำความเข้าใจกับผู้นำทางศาสนาให้มีบทบาทในการรณรงค์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยการสนับสนุนการจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา เช่น โครงการรักษ์อัมพวาในวันวิสาขบูชา เป็นต้น

4. สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา ควรจัดทำคู่มือที่มีสาระในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่อ่านง่าย เข้าใจง่าย ซึ่งจะเป็นสื่อโดยการใช้รูปภาพเป็นหลักเพื่อแจกจ่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ ตลาดน้ำอัมพวา เป็นการสร้างความตระหนักในลักษณะ Inside Out เพื่อเพิ่มพื้นที่ (เครือข่าย) ของความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมมีการกระจายตัวมากขึ้น อันส่งผลดีในระดับมหภาคซึ่ง เป็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมควบคุมมลพิษ. การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ [ออนไลน์]. Accessed 16 June 2009. Available from http://www.greenleafthai.org.

กษมา ประจง "ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านศรีฐาน ตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย" วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษา สถาบันราชภัฏเลย, 2546.

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรมควบคุมมลพิษ. รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย พ.ศ.2544. กรุงเทพมหานคร : กรมควบคุมมลพิษ, 2545.

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วในนิคมอุตสาหกรรม(แก้ไขเพิ่มเติม). ที่ 41/2542. (20 ตุลาคม 2542).

เกศินี จิรวณิชชากร. "รีไซเคิล : เมื่อโลกนี้ไม่มีขยะ." นิตยสารสารคดี 25, 289 (มีนาคม 2552) : 102–117.

_____ "สถานการณ์โลกใบร้อน" นิตยสารสารคดี 24, 277 (มีนาคม 2551) : 114 – 117.

_____ "ทางเลือกแห่งความหวัง" นิตยสารสารคดี 24, 277 (มีนาคม 2551) : 156 – 159.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. มรดกทางวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา. สมุทรสงคราม : เทศบาลตำบลอัมพวา, 2549.

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : ยูเรก้า, 2548.

ดรรชนี เอมพันธุ์. เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9 – 15. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

ดิศดา ขาวจันทร์ และคณะ. "ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปากลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร." รายงานการวิจัยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์กรุงเทพมหานคร, 2550.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2550.

ธิดารัตน์ สุภาพ. “ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.

นรัตน์ชัย อิ่มสุทธิ์. “ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : C.P. บุ๊คสแตนดาร์ด, 2548.

บัณฑิตย์ คงเมือง และคณะ. “ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์.” รายงานประกอบรายวิชา ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เบื้องต้น (2504901) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครสวรรค์, 2544.

พิทักษ์ สุภนันทการ. บรรจุภัณฑ์...ความปลอดภัยที่ต้องใส่ใจ [ออนไลน์]. Accessed 10 January 2553. Available from http://www.siaminfobiz.com.

วรรณา ศิลปะอาชาและคณะ. เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1 – 8. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

วศิน อิงคพัฒนากุล. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545.

วิรัช สงวนวงศ์วาน การจัดการและพฤติกรรมองค์การ พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: วี. พริ้น., 2552.

วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์. “คัดแยกขยะแบบฉือจี้” นิตยสารสารคดี, 25, 289 (มีนาคม 2552) : 154 – 161.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์, 2546.

ศุภวรรณ โพธิ์นาค “ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตของชุมชนชาวเขาเผ่าม้ง บ้านเขาล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2545.

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. รายงานวิจัย โครงการการพัฒนาระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ในเชิงธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2545.

สยามเมืองยิ้ม. [ออนไลน์]. Accessed 3 January 2553. Available from http://www.thaitravelhealth.com.

สราวุฒิ ศรีธนานันท์. สมุทรสงคราม. [ออนไลน์]. Accessed 3 January 2553. Available from http://www.radompon.com/resourcecenter.

สร้อยตระกูล(ติวยานนท์) อรรถมานะ. พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์ พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : สามลดา, 2550.

สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย "เที่ยวไทยครึกครื้นเศรษฐกิจไทยคึกคัก" นิตยสารสารคดี 25,289 (มีนาคม 2552) : 30 – 31.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. /2545 – 2549) [ออนไลน์] Accessed 3 January 2553. Available from http://www.nesdb.go.th.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสรุปสาระสำคัญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่10 (พ.ศ. 2550 – 2554). กรุงเทพมหานคร : สำนักนายกรัฐมนตรี, 2550.

สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา รายงานสถิติเทศบาลตำบลอัมพวา สมุทรสงคราม: สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา, 2553.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. ข้อมูลทางวิชาการ. [ออนไลน์] Accessed 3 January 2553. Available from http.tat.or.th.

สำนักสิ่งแวดล้อม ศาลาว่าการ กรุงเทพมหานคร2. นโยบายและการบริหารจัดการขยะชุมชน [ออนไลน์]. Accessed 10 January 2553. Available from http://www.bangkok.go.th.

สุพานี สฤษฎ์วานิช. พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ : แนวคิด และทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปทุมธานี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, 2552.

สุรีรัตน์ ดวงสุวรรณ. เอกสารประกอบการสอน วิชา การจัดซื้อในโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. ประจวบคีรีขันธ์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2552.

สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอำ. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. Accessed 3 January 2553. Available from http://suwannarit.blogspot.com.

หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์. "ความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน." การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตมหาวิทยาลัย เชียงใหม่, 2545.

อดุลย์ จาตุรงคกุล และดลยา จาตุรงคกุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

อภิรดี ตันตราภรณ์. ระเบียบบรรจุภัณฑ์ EU. [ออนไลน์]. Accessed 3 January 2553. Available from http://ec.europa.eu/environment/ecolable/revision_en.htm.

ภาษาอังกฤษ

Andrew Hale Feinstein and John M. Stefanlli. Purchasing Selection and Procurement for the Hospitality Industry . New Jersey : John & Son , Inc., 2008 .

Jack R.Fraenkel and Norman E.Wallen. How to Design and Evaluate Research in Education . California : Harcourt , Inc.,2000.

Kotler.. Marketing Management the Millennium Edition. New Jersey : Prentice – Hall. Inc., 2000.

Robbins, P. Stephen. and Timothy A. Judge. Organizational Behavior. New Jersey : Prentice – Hall, 2009.

Schermerhorn , H. Osborn. and Wood, W. Zeffane. Organisational Behaviour. Australia : John Wiley & Sons. Inc, 2001.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. แบบสอบถามนี้มีจำนวน 2 ตอน คือ
   ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
   ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ขอให้ท่านผู้ตอบแบบสอบถามกรุณาให้ข้อมูลตามสภาพความเป็นจริง เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ต่อไป ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านตอบจะนำไปวิเคราะห์ผลโดยภาพรวมซึ่งไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ของท่านแต่อย่างใด

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้ง

ผู้วิจัย
นาย คมกฤช บังแสง
นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ สำหรับผู้วิจัย

☐ ชาย ☐ หญิง ☐

2. อายุ สำหรับผู้วิจัย

☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25 – 34 ปี ☐

☐ 35 – 44 ปี ☐ 45 – 54 ปี

☐ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา สำหรับผู้วิจัย

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐

☐ ปริญญาโท ☐ สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ สำหรับผู้วิจัย

☐ เกษตรกร ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐

☐ รับจ้าง/พนักงานเอกชน ☐ ค้าขาย

☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ อื่น ๆ (ระบุ.....)

5. รายได้ สำหรับผู้วิจัย

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000 - 20,000 บาท ☐

☐ 20,001 – 30,000 บาท ☐ 30,001 – 40,000 บาท

☐ 40,001 – 50,000 บาท ☐ มากกว่า 50,000 บาท

6. ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำหรับผู้วิจัย

☐ ผู้ประกอบการ ☐

☐ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐและท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

☐ นักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ด้าน จำนวน 40 ข้อ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ด้านความรู้						
1. เข้าใจและเห็นความสำคัญของการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม						
2. เลิกซื้อ เลิกใช้ ผลิตภัณฑ์พลาสติกช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม						
3. วัสดุจากธรรมชาติย่อยสลายได้เองและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม						
4. พบองค์ความรู้ใหม่ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ในการจำหน่ายสินค้า หรือการนำวัสดุเหลือใช้จากบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่						
5. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ในภาชนะที่ทำจากวัสดุธรรมชาติเท่านั้นจะไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม						
6. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกเป็นขยะที่ทำลายได้ยากและไม่สามารถสลายได้เองตามธรรมชาติ						
7. ผลกระทบจากขยะพลาสติก กล่องโฟม และขวดแก้วทำลายสิ่งแวดล้อมและมลพิษต่างๆที่เป็นสาเหตุโลกร้อน						
8. หลีกเลี่ยงการซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุด้วยกล่องโฟมและถุงพลาสติก						
2. ด้านการปลูกจิตสำนึก						
1. ขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข						
2. ปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตเป็นอย่างมาก						

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
2. ด้านการปลูกจิตสำนึก (ต่อ)						
3. มีกิจกรรรณรงค์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสม่ำเสมอ						
4. มีบุคคลหรือกิจกรรมที่บ่งชี้ถึงความสำคัญของการกำจัดขยะและนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่						
5. สิ่งหุ้มห่อสินค้าให้สวยงามเพื่อจูงใจผู้ซื้อเป็นวัสดุที่จะเพิ่มขยะและปัญหาสิ่งแวดล้อม						
6. ปัญหาสิ่งแวดล้อมทวีความรุนแรงมากขึ้นจึงควรให้ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่คนทุกวัย						
7. การทิ้งขยะให้เป็นที่เป็นพฤติกรรมที่จำเป็นต้องฝึกเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม						
8. การนำวัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์เป็นสิ่งของที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้เป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
3. ด้านการรับข้อมูลข่าวสาร						
1. มีป้าย/สัญลักษณ์รณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
2. มีช่องทางการเสนอแนะความคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
3. มีสัญลักษณ์หรือแผนที่บอกทิศทางบอกแหล่งกำจัดขยะ						
4. มีการจัดระบบเฝ้าระวังการทำลายสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา						
5. มีคณะกรรมชุมชนเพื่อพิจารณาและกำหนดวิธีการทำงานหรือกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา						
6. มีการสำรวจความคิดเห็นในการเข้ามาใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา						
7. ได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ข้อแนะนำในการใช้พื้นที่ในเชิงอนุรักษ์ ป้ายบอก/แนะนำการแยกขยะ						

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
4. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
1. มีที่รองรับขยะเพียงพอ						
2. ไม่มีกลิ่นเหม็นจากกองขยะ						
3. มีวัสดุเหลือใช้ที่เป็นบรรจุภัณฑ์ในแม่น้ำและพื้นที่ ๆ มิใช่จัดไว้สำหรับรองรับขยะ						
4. มีการจัดระเบียบสิ่งแวดล้อม เช่นการแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่						
5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวในในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา						
6. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุวัสดุที่ทำจากกระดาษและนำกลับมาใช้ใหม่เสมอ						
7. มีระบบการกำจัดขยะที่เกิดจาก การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา						
8. มีกระบวนการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ เช่นบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด และกล่องกระดาษ						
5. ด้านการมีส่วนร่วม						
1. ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อบังคับ และระเบียบของตลาดน้ำอัมพวา เช่น การทิ้งขยะแยกประเภท						
2. สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมตลาดน้ำ						
3. สามารถชักชวนให้ผู้อื่นร่วมช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมทุกครั้งเมื่อมีโอกาส						
4. มีโอกาสได้ร่วมเสนอกฎ ระเบียบ และทิศทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา						

ความตระหนักในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
5. ด้านการมีส่วนร่วม (ต่อ)						
5. มีโอกาสเข้าร่วมหรือแสดงความคิดเห็นในการจัดทำแผนการบริหารจัดการและพัฒนาตลาดน้ำอัพวา						
6. มีโอกาสร่วมประชุมและเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						
7. มีการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา						
8. มีช่องทางเปิดรับความคิดเห็น ข้อร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะของผู้ที่เข้ามาใช้ตลาดน้ำอัพวา						

ข้อเสนอแนะ

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
a1	4.07	.828	30
a2	3.53	.860	30
a3	3.97	.890	30
a4	3.90	.712	30
a5	3.70	.794	30
a6	3.77	1.073	30
a7	4.20	.761	30
a8	3.60	.968	30
b1	4.40	.621	30
b2	4.47	.681	30
b3	4.00	.587	30
b4	3.93	.521	30
b5	4.00	.643	30
b6	4.30	.596	30
b7	4.33	.711	30
b8	4.07	.785	30
c1	3.97	.765	30
c2	4.00	.695	30
c3	3.60	.855	30
c4	3.50	.938	30
c5	3.80	.761	30
c6	3.70	.877	30
c7	3.97	.765	30
d1	3.60	1.003	30
d2	3.40	1.037	30
d3	3.70	.877	30
d4	3.57	.935	30
d5	3.73	1.048	30
d6	3.90	.845	30
d7	3.80	.805	30
d8	3.93	.740	30
e1	3.93	.640	30
e2	3.80	.664	30
e3	3.87	.730	30
e4	3.63	.809	30
e5	3.47	.900	30
e6	3.43	.971	30
e7	3.53	1.074	30
e8	3.60	.894	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	145.60	305.145	.262	.940
a2	146.13	293.223	.660	.937
a3	145.70	300.079	.406	.939
a4	145.77	299.289	.552	.938
a5	145.97	290.447	.824	.936
a6	145.90	299.817	.335	.940
a7	145.47	308.740	.153	.941
a8	146.07	294.478	.541	.938
b1	145.27	309.099	.179	.940
b2	145.20	311.338	.067	.941
b3	145.67	302.713	.506	.938
b4	145.73	303.582	.526	.938
b5	145.67	300.920	.541	.938
b6	145.37	306.861	.296	.940
b7	145.33	306.299	.265	.940
b8	145.60	301.559	.412	.939
c1	145.70	298.631	.537	.938
c2	145.67	298.713	.592	.938
c3	146.07	295.720	.576	.938
c4	146.17	292.626	.620	.937
c5	145.87	291.430	.823	.936
c6	145.97	287.895	.831	.935
c7	145.70	298.355	.547	.938
d1	146.07	288.961	.687	.937
d2	146.27	286.478	.736	.936
d3	145.97	287.757	.836	.935
d4	146.10	286.024	.838	.935
d5	145.93	283.857	.805	.935
d6	145.77	289.495	.807	.936
d7	145.87	292.120	.750	.936
d8	145.73	293.444	.766	.936
e1	145.73	299.720	.599	.938
e2	145.87	302.326	.460	.939
e3	145.80	305.752	.279	.940
e4	146.03	301.620	.396	.939
e5	146.20	306.855	.182	.941
e6	146.23	303.289	.271	.941
e7	146.13	300.671	.311	.941
e8	146.07	297.030	.505	.938

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	39

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
149.67	313.402	17.703	39

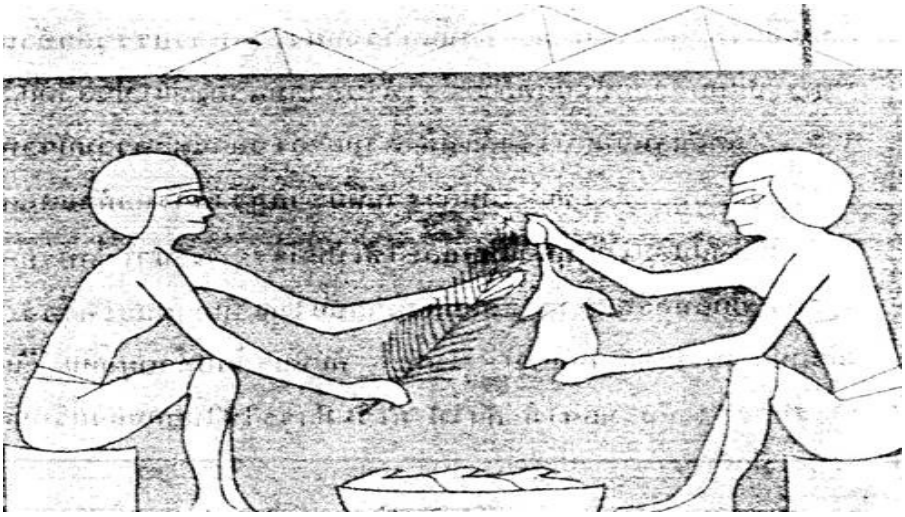
ภาคผนวก ค

ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์

ปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม

ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์

ความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์ได้จากการสังเกตธรรมชาติสิ่งแวดล้อมรอบตัว แรงบันดาลใจของมนุษย์ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เริ่มแรก จากการสังเกตธรรมชาติ ได้แก่ รูปทรงของไข่ รูปทรงโค้งของเปลือกไข่ทำหน้าที่คอยปกป้องแรงกระแทกของไข่ไม่ให้ส่งผลรุนแรงต่อเนื้อไข่ภายใน ลักษณะที่รีของเปลือกไข่ทำให้ไข่กลิ้งได้ไม่สะดวก พื้นผิวของเปลือกไข่มีรูพรุนทำให้มีอากาศภายในอย่างเหมาะสม รูปโค้งของเปลือกไข่ทำให้ความอบอุ่นจากการกกเป็นไปอย่างทั่วถึง เนื้อไข่ขาวภายในมีความเหลวหนืดทำหน้าที่ปกป้องไข่แดงสิ่งที่ปรากฏในธรรมชาติอีกอย่างหนึ่ง ได้แก่ ฝักถั่วลันเตาที่นับว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ เม็ดถั่วภายในเรียงตัวเป็นแถวตัวฝักมีลักษณะเปรียบเหมือนเคลือบฟิล์ม 2 ชั้น โดยมีชั้นนอกที่แข็งและชั้นในที่อ่อนนุ่ม ภายในฝักถั่วมีการปรับสภาพอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของเมล็ดถั่ว



แผนภูมิที่ 5 การดำรงชีวิตมนุษย์กับการเรียนรู้การแก้ ปัญหาและพัฒนาสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการบริโภค

ที่มา : Andrew Hale Feinstein and John M. Stefanlli, Purchasing Selection and Procurement for the Hospitality Industry (New Jersey : John & Son , Inc., 2008), 472.

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์มีความจำเป็นที่ต้องบริโภคอาหาร ทำให้มนุษย์เรียนรู้การแก้ ปัญหาและพัฒนาสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการบริโภค โดยการดัดแปลงสิ่งของที่อยู่รอบตัวด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การใช้ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์มาผูกมัด เพื่อประกอบการรับประทานอาหาร และพัฒนาตกแต่ง ประดิษฐ์ เปลี่ยนแปลง ให้เหมาะสมกับการใช้สอยมากขึ้นรวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาและเคลื่อนย้ายอาหาร ได้แก่

การนำเอาส่วนต่าง ๆ ของพืชหรือสัตว์ มาขัดสาน เย็บ มัด ห่อหุ้ม เป็นกระจาด ชะลอม สิ่งห่อหุ้ม ซึ่งถือเป็นบรรจุภัณฑ์ในยุคแรก ๆ

บรรจุภัณฑ์ยุคแรกเกี่ยวพันกับมนุษย์โครมันยอง (Cro - Mangnon) ที่รู้จักการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นพวกแรก ซึ่งมีอายุประมาณ 10,000-20,000 ปีก่อนคริสตกาล เมื่อมีการผลิตก็สืบเนื่องต่อถึงการแลกเปลี่ยนและค้าขายผลผลิต อันส่งผลต่อการคิดค้นบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้สอย

จากหลักฐานที่ปรากฏในสมัยประวัติศาสตร์ พบว่าเรื่องราวของภาพเขียนภายในพีระมิดในสมัยอียิปต์โบราณ มีภาพเขียนแสดงเรื่องราวการใช้ใบปาล์มห่อมัดไก่สด เพื่อป้องกันการเน่าเสียปรากฏอยู่ด้วยได้มีการค้นพบหลักฐานหลายอย่างในสมัยกรีกและโรมัน จากซากเรือที่จมในทะเลเมดิเตอเรเนียน อันเป็นเส้นทางค้าขายสินค้าในยุคนั้น พบสิ่งของต่าง ๆ ที่คาดว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ถังไม้ ลังไม้ ภาชนะเครื่องแก้ว เป็นต้น

การแบ่งยุคสมัยของบรรจุภัณฑ์ จากการใช้วัสดุทำบรรจุภัณฑ์ จำแนกออก ได้ดังนี้

ยุคโบราณมนุษย์ยุคแรกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้จากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบไม้ เปลือกหอย หนังสัตว์ เปลือกผลไม้ ไม้ที่กลวง ในอดีตมนุษย์ยังไม่รู้จักการเพาะปลูก จึงต้องออกหาอาหารในป่า จึงได้คิดหาสิ่งรอบตัวมาช่วยในการขนของเพื่อให้ได้ของคราวละมาก ๆ

แผนภูมิที่ 6 การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืชในท้องถิ่น
ที่มา : สุรีรัตน์ ดวงสุวรรณ, <u>เอกสารประกอบการสอน วิชา การจัดซื้อในโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์</u> (ประจวบคีรีขันธ์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2552), 40.

ประมาณ 5,000 ปี ก่อนพุทธกาล นำวัสดุจากพืชและสัตว์ มาทำ ตะกร้า ถุง กระสอบ มนุษย์เริ่มประยุกต์สิ่งรอบตัวเดิมให้สะดวกต่อการใช้งานและ มีการใช้ดินเผา เพื่อทำภาชนะบรรจุภัณฑ์ เพื่อความทนทานมากขึ้น ปรากฏหลักฐานการใช้เครื่องปั้นดินเผาในประเทศกรีซ

ประมาณ 2,000 ปี ก่อนพุทธกาล เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์แก้ว ในอารยธรรมแถบดินแดนเมโสโปเตเมีย ค้นพบเม็ดแก้วแต่ใช้ทำเป็นเครื่องประดับ

ประมาณ 500 ปี ก่อนคริสตกาล เริ่มผลิตแก้วด้วยการเป่าแก้ว

ประมาณ 600 ปี ก่อนคริสตกาล เริ่มมีการผลิตกระดาษ ครั้งแรก ในดินแดนอียิปต์โบราณ และ ประเทศจีนโบราณ

ยุคเริ่มแรก ค.ศ. 1702 เริ่มมีการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษขึ้นใช้

แผนภูมิที่ 7 การใช้บรรจุภัณฑ์ในการขนส่ง

ที่มา : Andrew Hale Feinstein and John M. Stefanlli, Purchasing Selection and Procurement for the Hospitality Industry (New Jersey : John & Son , Inc., 2008), 473.

ค.ศ. 1809 ใช้บรรจุภัณฑ์กระป๋อง สนองการค้นพบวิธีการถนอมอาหารด้วยความร้อน

ค.ศ. 1871 มีการจดลิขสิทธ์ในการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก

ค.ศ. 1892 นายวิลเลียม เพ้นเทอร์ ชาวสหรัฐอเมริกา คิดค้นฝาจีบใช้กับขวดแก้วสำเร็จ

ค.ศ. 1894 มีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูก เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งทางรถไฟ

ค.ศ. 1898 ใช้บรรจุภัณฑ์ระบบสุญญากาศ สำหรับยาสูบ ในประเทศอังกฤษ

ยุคปัจจุบัน ค.ศ.1960 ผลิตถุงพลาสติกที่สามารถต้มในน้ำร้อนได้

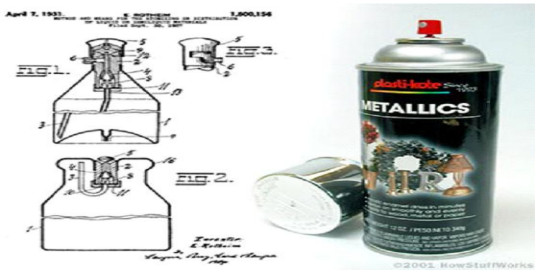
ค.ศ. 1963 เริ่มผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม สำหรับเครื่องดื่มและกระป๋องสเปรย์

ยุคคลาสสิค (ระหว่างช่วง ค.ศ.1960 – 1989) เริ่มมีการแบ่งบรรจุสินค้า มีการบ่งบอกยี่ห้อและสรรพคุณบนบรรจุภัณฑ์ พัฒนากระป๋องบรรจุ ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับบุหรี่ และขนมปังกรอบ เกิดหลอดบีบ (collapsible tube) ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับยาสีฟัน เริ่มมีการขึ้นรูปของกระดาษ โดยเริ่มแรกมีลักษณะเป็นกล่อง

ยุคนูโว (ระหว่างช่วง ค.ศ. 1900 – 1919)ใช้ศิลปะอาร์ตนูโว ซึ่งมีลักษณะวิจิตรบรรจง นิยมใช้เส้นโค้งเลียนแบบธรรมชาติ เกิดบรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่คือ อลูมีเนียม ฟอยล์ (aluminium foil) และ เซลโลเฟรน ฟิล์ม (cellophane film)

ยุคเดคโค (ระหว่างช่วง ค.ศ. 1920 – 1929) ฟิล์มบางใส นิยมใช้ในห่อขนมหรือหุ้มรอบซองและกล่อง ใช้อลูมิเนียมทำหลอดยาสีฟัน ออกแบบกล่องกระดาษแข็งเคลือบไขสำหรับสินค้าที่ต้องการเก็บไว้ได้นาน ใช้ถ้วยกระดาษบรรจุไอสครีม นม

ยุคเทคโนโลยีและนักออกแบบสร้างสรรค์ (ระหว่างช่วง ค.ศ. 1960 – 1989) นิยมบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก กล่องกระดาษเคลือบไข กระป๋องโลหะนำมาบรรจุเครื่องดื่ม มีการใช้อลูมิเนียมฟอยล์ แพร่หลายยิ่งขึ้น เริ่มมีการใช้ฝาขวดที่เป็นอลูมิเนียม และฝาขวดชนิดฝาเกลียว ขวดพลาสติก เพทบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มน้ำอัดลม บรรจุภัณฑ์พลาสติกระบบบรรจุภัณฑ์สุญญากาศ



แผนภูมิที่ 8 บรรจุภัณฑ์ระบบสุญญากาศ

ที่มา : Andrew Hale Feinstein and John M. Stefanlli, Purchasing Selection and Procurement for the Hospitality Industry (New Jersey : John & Son , Inc., 2008), 474.

ค.ศ. 1981 เริ่มมีการนำกล่องกระดาษประกบกับฟิล์มพลาสติก เพื่อทำบรรจุภัณฑ์นมและเครื่องดื่ม

แผนภูมิที่ 9 บรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อ

ที่มา : สุรีรัตน์ ดวงสุวรรณ , เอกสารประกอบการสอน วิชา การจัดซื้อในโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (ประจวบคีรีขันธ์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2552), 45.

ยุคปัจจุบัน (ระหว่างช่วง ค.ศ.1990–1999) ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อ คำนึงความปลอดภัยของผู้บริโภค นิยมใช้บรรจุภัณฑ์น้ำหนักเบา แบ่งการบรรจุออกเป็นหน่วยย่อย คำนึงถึงความสะดวกสบาย ความสวยงามมากขึ้น อีกทั้งยังคำนึงถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์และการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ใช้หลัก 3 R (Recycle - Reuse - Reduce) เน้นสุขภาพของผู้บริโภค รูปแบบ ดึงดูดความสนใจ ใช้กราฟิกและรูปร่างแปลกใหม่ สิ่งแวดล้อม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จุดเด่นของบรรจุภัณฑ์ปี ค.ศ. 2003 บรรจุภัณฑ์มีรูปทรง สีสันแปลกใหม่ เล่นลวดลายและกราฟิกพกพาง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ขนาดเล็กลงมีการใช้วัสดุร่วม บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีหลากหลายเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค (วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์ 2552 : 158 – 159)

จากอดีตถึงปัจจุบัน พัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมากสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก จากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม และกำลังก้าวสู่สังคมวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์รูปแบบและการใช้วัสดุแปลกใหม่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเดิมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เปลี่ยนแปลงเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการค้า การขนส่ง การป้องกันตัวสินค้า มีระบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ถ้าหากจะสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น ความก้าวหน้าของกรรมวิธีการผลิตกระดาษและ ศิลปะการพิมพ์

แผนภูมิที่ 10 บรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลาย

ที่มา : สุรีรัตน์ ดวงสุวรรณ , <u>เอกสารประกอบการสอน วิชา การจัดซื้อในโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์</u> (ประจวบคีรีขันธ์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2552), 42.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างเป็นระบบ มีมานานกว่าสองศตวรรษแล้ว โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิตสินค้าต้องการ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการใช้งานของบรรจุภัณฑ์นั้นจะมีไว้เพียงเพื่อบรรจุ และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคยมีมา ความก้าวหน้า ของเครือข่ายการคมนาคมขนส่งในโลกทุกวันนี้ รวมไปถึงความซับซ้อน ของการค้าปลีก สมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ในการเก็บรักษาและป้องกัน ไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย ระหว่างการขนส่งจากโรงงานผลิต ไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภค

นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ ยังถูกใช้ให้เป็น สื่อโฆษณา ที่สามารถเคลื่อนที่ได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียด การใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เอง

แผนภูมิที่ 11 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นสื่อโฆษณา

ที่มา : Andrew Hale Feinstein and John M. Stefanlli, Purchasing Selection and Procurement for the Hospitality Industry (New Jersey : John & Son , Inc., 2008), 474.

ต้นกำเนิดของการบรรจุภัณฑ์ จากวันนี้ย้อนกลับไปในอดีต ช่วงปลายศตวรรษที่สิบแปดในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมการผลิต ขณะที่ก่อนหน้านั้น กระบวนการผลิตส่วนใหญ่ที่เป็นงานหนัก ต้องอาศัยแรงงานของกรรมกร และผลผลิตที่ได้ ก็มีจำนวนน้อย เครื่องจักรที่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมาก จึงได้ถูกนำไปใช้ เพื่อเพิ่มจำนวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ไม่เพียงแต่ผลิตสินค้า อย่างเดียวเท่านั้นยังรวมไปถึงการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วย

ในช่วงแรกอาหารจะนำไปบรรจุ ในภาชนะโลหะที่ปิดผนึกและถูกหลักอนามัย คือ กระป๋องบรรจุอาหารที่ทำจากดีบุกหรือกล่องกระดาษแข็ง ได้มีการนำไปใช้กันอย่างกว้างขวาง เพราะมีน้ำหนักเบาและสามารถพิมพ์ข้อมูลหรือภาพทับลงบนกระดาษ บนแผ่นกระดาษได้ง่ายและเป็นการประหยัดพื้นที่อีกด้วย กล่องโลหะก็ได้รับการพัฒนากันอย่างกว้างขวาง เช่น เดียวกันในเวลานั้น เพราะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีกว่าการใช้กล่องกระดาษแข็ง โดยเฉพาะสินค้าที่บูดเน่าได้ เช่น ขนมปังกรอบ หรือ ขนมหวาน ส่งผลให้ระดับความต้องการที่จะเก็บรักษาสินค้าเพิ่มจำนวนมากขึ้น

ปัจจุบันนี้เทคนิค ในการผลิตได้ก้าวไกล ทำให้บรรจุภัณฑ์โลหะเหล่านี้ มีรูปแบบหรือรูปทรงต่างๆได้ตามต้องการ ด้วยการนำเทคนิคคอมพิวเตอร์มาช่วยในการผลิต รวมถึงพลาสติกที่ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จนสามารถนำมาใช้สอยในทุกวันนี้

เทคนิคการพิมพ์ที่เจริญก้าวหน้ามาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่19 ต้องการพัฒนาในเรื่องเทคนิคการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความรวดเร็ว ตราผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อที่ติดอยู่บนภาชนะบรรจุภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นวัสดุ ประเภท ขวดแก้ว หม้อดินเผา กล่อง กระป๋องโลหะ กล่องกระดาษแข็ง หรือกระดาษห่อ

ธรรมดา ๆ ต้องมีฉลากที่จะบอกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้น ส่งผลในเรื่องของการเพิ่มคุณค่ามูลค่าและความสนใจให้กับสินค้าทั่วไป

การพิมพ์รูปภาพและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ มีความสามารถสำคัญต่อการรับรู้ตราสัญลักษณ์ ยี่ห้อ และรายละเอียดของสินค้าให้เหมาะสมพอดี การพัฒนาของการพิมพ์สีทำให้ผู้ออกแบบ ได้สร้างสรรค์รูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

ปัจจุบันเครื่องหมายการค้าหรือตราของผลิตภัณฑ์ ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญเท่ากับตัวของผลิตภัณฑ์ และเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค รูปแบบที่ประสบความสำเร็จที่มีอยู่มากมาย มิติใหม่ของบรรจุภัณฑ์ คือการนำหลักการทางศิลปะและการออกแบบมาพัฒนากราฟิกบรรจุภัณฑ์ให้ได้รูปแบบมาตรฐาน ให้เป็นที่ยอมรับกันในปัจจุบัน พร้อมไปกับความใหญ่โตและความสลับซับซ้อนของระบบธุรกิจอุตสาหกรรม สื่อโฆษณา การแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด

แผนภูมิที่ 12 บรรจุภัณฑ์โลหะแสดงเครื่องหมายการค้า และสื่อโฆษณา

ที่มา : Andrew Hale Feinstein and John M. Stefanlli , Purchasing Selection and Procurement for the Hospitality Industry (New Jersey : John & Son , Inc., 2008), 475.

วัสดุเหลือใช้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานหรือแตกหักเสียหายจนไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อีกต่อไป แต่มีศักยภาพเพียงพอที่จะนำมารีไซเคิลได้ หรือแยกชิ้นส่วนบางอย่างมาประกอบใช้ใหม่ เช่น ยางรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว อาทิ หม้อ กระทะ จาน อ่างน้ำ เป็นต้น (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย 2545 : 1 – 1 – 1 – 2)

ปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศจึงได้กำหนดปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม และสร้างการท่องเที่ยวให้เติมโตอย่างยั่งยืนโดยดำเนินโครงการตามแนวคิด (7 GREEN) 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. Green Heart : หัวใจของกลุ่มคนที่เปี่ยมไปด้วยความรัก ความศรัทธา ใส่ใจและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม พร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งของพลังอันยิ่งใหญ่ในการร่วมปกป้องดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ที่เปรียบเสมือนบ้านหลังใหญ่นี้ด้วยความรู้ ความเข้าใจตลอดจนวิธีการต่าง ๆ อย่างถูกต้องและจริงจัง เพื่อที่จะคืนสีเขียวสู่โลกของเราอย่างแท้จริง

2. Green Logistics : การปรับเปลี่ยนวิธีการเดินทางท่องเที่ยว หรือรูปแบบการให้บริการของระบบคมนาคมขนส่งด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากพาหนะทั้งทางตรงและทางอ้อม

3. Green Attraction : แหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี แสดงออกถึงความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป็นสำคัญอย่างชัดเจน

4. Green Community : แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งชุมชนเมืองและชนบท ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน เป็นสำคัญ

5. Green Activity : กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ สามารถสร้างความสุขสนุกสนาน เพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ และยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายรวมถึงขอบเขตความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ / ครั้ง ด้วย

6. Green Service : รูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ ร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายสินค้าที่ระลึก ตลอดจนสถานประกอบการนำเที่ยว และสถานบริการต่าง ๆ เช่น สปา ศูนย์บริการสุขภาพ เป็นต้น ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ด้วยมาตรฐานและคุณภาพที่ดี ภายใต้การคำนึงถึงสภาพแวดล้อมโดยรอบ ที่มีการดูแลได้อย่างเหมาะสม

7. Green Plus : การตอบแทนสู่สังคม ด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยการลด / ละ / เลิก พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว บริษัทผู้ผลิตสินค้า หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่ส่งเสริมกิจกรรมการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ กิจกรรมการปลูกต้นไม้ที่มีการจัดการและดูแลอย่างเหมาะสม และใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้โลกของเราใบนี้คงอยู่ และน่าอยู่ตลอดไป (เกศินี จิรวณิชชากร 2551 : 114 – 117)

โครงการดังกล่าวมีที่มาจากการที่มนุษย์กำลังเผชิญวิกฤตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอันเป็นผลเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลของก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศโลก ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ โดยเฉพาะการเผาผลาญน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน ทั้งในภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และ การคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆ ได้ส่งผลให้อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกสูงขึ้นกว่าที่ควรจะเป็น นำไปสู่ภาวะโลกร้อนที่กำลังทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ

ภาคผนวก ง

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญ

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญ

ศึกษาเรื่อง : ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยของ นายคมกฤช บังแสง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง โดยการนำ มาตรวจสอบด้วยค่าสถิติ เนื่องจากถ้าแบบสอบถามดี ผลที่ได้จะมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผลการวิจัยมีความเชื่อถือได้ และนำไปใช้ประโยชน์ได้

1. ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ การที่แบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือ พฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือ เนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนขึ้นไป ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่ของข้อสอบ หรือแบบ สอบถามจากเดิม นั่นคือ เครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลกับการวัดที่แน่นอนคงที่ จะวัดกี่ครั้งผลจะได้เหมือนเดิม หลังจากนั้นใช้สถิตินำมาหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญ

ศึกษาเรื่อง : ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยของ นายคมกฤช บังแสง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง โดยการนำ มาตรวจสอบด้วยค่าสถิติ เนื่องจากถ้าแบบสอบถามดี ผลที่ได้จะมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผลการวิจัยมีความเชื่อถือได้ และนำไปใช้ประโยชน์ได้

1. ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ การที่แบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือ พฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือ เนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนขึ้นไป ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่ของข้อสอบ หรือแบบ สอบถามจากเดิม นั่นคือ เครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลกับการวัดที่แน่นอนคงที่ จะวัดกี่ครั้งผลจะได้เหมือนเดิม หลังจากนั้นใช้สถิตินำมาหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรีรัตน์ ดวงสุวรรณ)

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญ

ศึกษาเรื่อง : ความตระหนักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยของ นายคมกฤช บังแสง นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง โดยการนำ มาตรวจสอบด้วยค่าสถิติ เนื่องจากถ้าแบบสอบถามดี ผลที่ได้จะมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผลการวิจัยมีความเชื่อถือได้ และนำไปใช้ประโยชน์ได้

1. ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ การที่แบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือ พฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือ เนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนขึ้นไป ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่ของข้อสอบ หรือแบบ สอบถามจากเดิม นั่นคือ เครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลกับการวัดที่แน่นอนคงที่ จะวัดกี่ครั้งผลจะได้เหมือนเดิม หลังจากนั้นใช้สถิตินำมาหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กาญจนา พันธุ์เอี่ยม)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นายคมกฤช บังแสง

ที่อยู่ 141/12 หมู่ที่ 3 ตำบลลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

สถานที่ทำงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาหัวหิน

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ.2551 กำลังศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2531 ตำแหน่งพนักงานบัญชี ณ ธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสงคราม
จังหวัดสมุทรสงคราม

พ.ศ. 2533 ตำแหน่ง พนักงานออเธอะไรส์เทลเลอร์ จังหวัดสมุทรสงคราม

พ.ศ. 2536 ตำแหน่ง พนักงานเทลเลอร์ซุปเปอร์ไวซ์เซอร์ จังหวัดสมุทรสงคราม

พ.ศ. 2541 ตำแหน่ง สมุห์บัญชี บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาทองผาภูมิ
จังหวัดกาญจนบุรี

พ.ศ. 2546 ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาจอมบึง จังหวัดราชบุรี

พ.ศ. 2549-ปัจจุบัน ตำแหน่งรองผู้จัดการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์