

**บทที่ 4**

**กรณีศึกษา**

**การวางแผนสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์**

**โครงการแยกเศษกระดาษ เพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ**

**(Recycle paper with Magic Eyes)**

**สำนักหอสมุด**

#### บทที่ 4

กรณีศึกษา : โครงการแยกเศษกระดาษ เพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ  
( Recycle paper with Magics Eyes)

โครงการรณรงค์ “แยกเศษกระดาษ เพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ” เกิดขึ้นมาจากความต้องการลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการใช้กระดาษอย่างฟุ่มเฟือย สร้างปัญหาแก่สิ่งแวดล้อม สร้างปัญหาในการเก็บและการกำจัดแก่ กทม. เทศบาล และสุขาภิบาลทั่วประเทศ

โดยจากสภาพปัจจุบัน พบว่าคนไทยใช้กระดาษเฉลี่ย คนละ 20 กิโลกรัมต่อปี เศษกระดาษที่ใช้แล้วจึงมีจำนวนมากมายมหาศาล และนับวันจะเพิ่มมากขึ้น จึงควรแยกออกจากขยะอื่น เพื่อนำไปเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

สมาคมสร้างสรรค์ไทย เล็งเห็นความสำคัญที่จะรณรงค์หน่วยงานและประชาชนทั่วประเทศ ให้ร่วมมือกันแยกเศษกระดาษที่ใช้แล้ว นำมาเข้ากระบวนการเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดปริมาณขยะ ป้องกันการสูญเสียป่าไม้และทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างรายได้ พัฒนาอาชีพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นด้วย สมาคมฯ จึงได้ร่วมมือกับภาครัฐบาลจัดทำโครงการรณรงค์ “แยกเศษกระดาษเพื่อชีวิตป่า กับตาวิเศษ” เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล ในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงครองราชย์ ครบ 50 ปี

กลยุทธ์ สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ของโครงการแยกเศษกระดาษเพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ (Recycle paper with Magic Eyes)

#### จุดประสงค์

1. เพื่อแนะนำและรณรงค์โครงการฯ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของโครงการฯ ที่ยังไม่เคยรู้จักตัวโครงการฯ และกิจกรรมต่างๆของโครงการฯ
2. เพื่อนำเสนอข้อมูลและความรู้พื้นฐานในการแยกเศษกระดาษ ลดปริมาณเศษกระดาษ และวิธีการใช้กระดาษอย่างรู้ค่า

3. เพื่อกระตุ้นความสนใจและเสริมแรงจูงใจในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของโครงการ เช่น กิจกรรมการแยกขยะกระดาษในกลุ่มอุตสาหกรรมกระดาษ กิจกรรมสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกระดาษและผู้ประกอบการธุรกิจซื้อ-ขายกระดาษ (ยี่ป๊ว ซาป๊ว) เป็นต้น รวมทั้งอธิบายถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการฯ

สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ ประกอบด้วย

1. ใบปิดประกาศโฆษณา (Poster)
2. ใบปลิว

สื่อโฆษณาโดยตรงพิเศษ ได้แก่

กล่องแยกกระดาษ

ลักษณะของสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์เหล่านี้ จะแสดงถึงการใช้กระดาษอย่างคุ้มค่า โดยใช้กระดาษที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และให้ข้อมูล รายละเอียดต่างๆครบทั้ง 2 หน้า

สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์

1. ใบปิดประกาศโฆษณา

จุดประสงค์

1. เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขยะอย่างถูกต้อง
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมโครงการฯ เกิดความสนใจในกิจกรรมการแยกขยะในองค์กรและเกิดการปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง

เนื้อหาของใบปิดประกาศโฆษณา

1. อธิบายความหมายของขยะ
2. อธิบายแหล่งที่มาของขยะ

3. อธิบายปัญหาของขยะ
4. เสนอวิธีการแก้ปัญหา
5. อธิบายประโยชน์ของการแยกขยะ
6. แสดงตัวอย่างวิธีการจัดการรณรงค์แยกขยะในองค์กร

ภาพประกอบในชิ้นงานโฆษณา จะเป็นภาพการ์ตูนเพื่อสื่อให้เข้าใจง่าย และมีข้อความที่อธิบายถึงคุณประโยชน์มากมายของกระดาษ เพื่อให้ผู้รับมีความเข้าใจ และเกิดการรับรู้อย่างถูกต้อง มีการแสดงวงจรการแยกเศษกระดาษ เพื่อความสะดวกในการนำไปใช้ประโยชน์ในคราวต่อไป

โดยจัดมอบใบปิดประกาศโฆษณาให้สำหรับองค์กรต่างๆที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อนำไปใช้อธิบายให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจรายละเอียดต่างๆอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

## 2. ใบปลิว

### จุดประสงค์

1. เพื่อแนะนำกิจกรรมการแยกเศษขยะในองค์กรด้วยวิธีที่ถูกต้องและรายงานผลการปฏิบัติของหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการฯ กลับมายังโครงการฯ
2. เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เศษกระดาษอย่างถูกต้อง

รายละเอียดต่างๆในใบปลิว จะมีความคล้ายคลึงกับรายละเอียดในใบปิดประกาศโฆษณา แต่สำหรับใบปลิวจะมีแบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงานขององค์กร ที่จะสามารถส่งกลับมายังโครงการ เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างขององค์กรที่ทำงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และนำไปเผยแพร่ต่อไป

### สื่อโฆษณาโดยตรงพิเศษ

กล่องแยกกระดาษ

### จุดประสงค์

1. เพื่อเป็นเครื่องมือรณรงค์ในการแยกกระดาษภายในองค์กร
2. เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อให้ใส่กระดาษที่ใช้แล้ว

สำหรับกล่องแยกกระดาษนี้จัดทำเป็น 2 ขนาด คือ

1. ขนาดใหญ่  
จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ สำหรับใช้แยกกระดาษในแต่ละห้องเรียน
2. ขนาดมาตรฐาน  
จัดทำเพื่อใช้ในหน่วยงานในภาครัฐ และภาคเอกชนที่เข้าร่วมโครงการฯ สำหรับใช้วางตามโต๊ะทำงานของเจ้าหน้าที่และพนักงานเพื่อใส่กระดาษที่ใช้แล้ว

ลักษณะของกล่อง จะเป็นกล่องที่ใช้กระดาษที่มีการหมุนเวียนกลับมาใช้ซ้ำ ประกอบขึ้นมา และมีสัญลักษณ์ตัวพิเศษติดที่ข้างกล่อง พร้อมบอกหน้าที่ของแต่ละกล่อง เช่น สำหรับกระดาษใช้แล้ว 2 หน้า กระดาษใช้แล้วหน้าเดียว เป็นต้น

### ขั้นตอนในการใช้สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์

เมื่อมีการจัดเปิดตัวโครงการฯ แล้ว องค์กรต่างๆทั่วประเทศทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีความสนใจเข้าร่วมโครงการฯ จะได้รับสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์และกล่องแยกกระดาษ ซึ่งเป็นสื่อโดยตรงชนิดพิเศษ เพื่อนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และเมื่อถึงเวลาดำหนดไว้ในใบปลิว ( ทุก 3 เดือน ) องค์กรที่เข้าร่วมโครงการจะต้องส่งการรายงานผลการใช้กระดาษตามที่ระบุไว้ในใบปลิว กลับมายังโครงการฯ

### สรุปผลการดำเนินงานโครงการรณรงค์ “แยกเศษกระดาษเพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ”

หลังจากสมาคมสร้างสรรค์ไทยทำการรณรงค์ “โครงการแยกเศษกระดาษเพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ” โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่ เดือนมกราคม 2538 -เดือนกุมภาพันธ์ 2539 ซึ่งตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานมีการจัดกิจกรรมสำหรับภาครัฐและ

ภาคเอกชน นั่นคือ การรณรงค์ให้พนักงาน เจ้าหน้าที่ ของหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการฯ แยกขยะภายในองค์กร โดยมีการจัดทำสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ เช่น ใบปลิว ใบปิด ประกาศโฆษณา ช่วยแนะนำกิจกรรมของโครงการฯ ตลอดจนให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแยกขยะ ประโยชน์ของการแยกขยะ ผลที่จะได้รับจากการแยกขยะ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับขยะและวิธีการใช้กระดาษ นอกจากนี้ทางโครงการฯ ยังจัดให้หน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการฯ สั่งซื้อกล่องกระดาษจากสมาคมสร้างสรรค์ไทยเพื่อนำมาอำนวยความสะดวกในการแยกกระดาษให้แก่พนักงาน เจ้าหน้าที่ภายในองค์กร และเพื่อความสะดวกในการนำกระดาษเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ในคราวต่อไป

โดยทางโครงการฯ ทำการจัดพิมพ์ ใบปิดประกาศโฆษณา เพื่อให้ความรู้ และวิธีการปฏิบัติ 30,000 ชุด ชุดละ 3 แผ่น รวม 90,000 แผ่น และพิมพ์ใบปิดประกาศ โฆษณา เรื่องกลไกตลาด อีก 1,000 แผ่น ใบปลิวซึ่งประกอบด้วย เนื้อหาที่ให้ความรู้และวิธีปฏิบัติ เช่นเดียวกับใบปิดประกาศโฆษณา และได้พิมพ์แบบฟอร์มรายงานไว้สำหรับให้ผู้ร่วมโครงการฯ รายงานผลการปฏิบัติงานด้วย รวม 50,000 แผ่น นอกจากนี้ยังจัดทำกล่อง ขนาดมาตรฐาน กว้าง 9 นิ้ว ยาว 12 นิ้ว สูง 10 นิ้ว จำนวน 100,000 กล่อง และขนาดใหญ่ กว้าง 11 นิ้ว ยาว 19 นิ้ว สูง 14 นิ้ว จำนวน 100,000 กล่อง จัดส่งให้สื่อมวลชนและหน่วยงานร่วมโครงการฯ ดังนี้

จังหวัดต่างๆ	76	จังหวัด
โรงเรียนที่ร่วมโครงการฯ	1,762	โรงเรียน
หน่วยราชการที่ร่วมโครงการฯ	115	แห่ง
หน่วยงานเอกชนที่ร่วมโครงการฯ	49	แห่ง
รัฐวิสาหกิจ	14	แห่ง
ชุมชน	46	แห่ง

และจากผลดำเนินงานพบว่า กิจกรรมการแยกเศษกระดาษทั่วประเทศ มีหน่วยงานที่มีความสนใจเข้าร่วมโครงการฯ ทั้งหมด 19 จังหวัดทั่วประเทศ (ปัจจุบันมีรายงานมาเพิ่มขึ้นอีก 26 จังหวัด) โดยมีหน่วยงานที่ส่งการรายงานผลการใช้กระดาษทุก 3 เดือนตอบกลับมาในสื่อใบปลิว ดังนี้

หน่วยงานราชการ	38	หน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจ	8	หน่วยงาน
หน่วยงานเอกชน	4	หน่วยงาน

ปริมาณกระดาษที่สามารถแยกได้ 235,979 กิโลกรัม  
(ภายในสมาคมสร้างสรรค์ไทยสามารถแยกกระดาษได้ 406 กิโลกรัม)

สำหรับกระดาษที่แยกได้จากหน่วยงานต่าง ๆ นั้น มีผู้รับซื้อของเก่ารับซื้อโดยแต่ละพื้นที่วางระบบตามสภาพของท้องถิ่น เช่น โรงเรียน หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน รัฐวิสาหกิจ แยกเศษกระดาษออกจากขยะอื่น ใส่กล่องเก็บไว้ขาย โดยมีการจัดการที่มีหลักการ

สมาคมฯ ได้จัดโครงการแยกเศษกระดาษในงานต่างๆ มีประชาชนสนใจนำกระดาษมาแลกของชำร่วย ได้กระดาษเป็นจำนวนมาก เช่น

- ที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ งานสิ่งแวดล้อม 38 เมื่อวันที่ 1-3 ธันวาคม 2538 ได้กระดาษ 4,296.5 กิโลกรัม
- ที่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในงาน “ENTECH ASEAN’96” เมื่อวันที่ 9-13 พฤษภาคม 2539 ได้กระดาษ 1,003 กิโลกรัม

ชาเล้ง ชาปู้ ยี่ปู้ โรงงานผลิตกระดาษ ได้รับซื้อกระดาษทั้งหมดที่มีหน่วยงานและประชาชนต้องการขาย ทำให้กลุ่มชาเล้งรับซื้อกระดาษได้มากขึ้น มีรายได้ดีขึ้น

#### ปัญหาที่พบในการทำงาน

ปัญหาที่พบเกิดจากปัญหาเรื่องฤดูกาลและสภาพอากาศ เนื่องจากการจัดส่งใบปิดประกาศโฆษณา ใบปลิว กล่อง เป็นช่วงที่น้ำท่วมมากทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้การขนส่งล่าช้าและเสียหายบางส่วน ส่วนใหญ่จะได้รับหลังจากน้ำลด สภาพถนนเข้าสู่ปกติแล้ว