

แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

GUIDELINE FOR ENVIRONMENTALLY FRIENDLY COFFEE SHOP BUSINESS

วิสาखा ภู่จินดา¹

Wisakha Phoochinda

Received January 17, 2025

Revised February 19, 2025

Accepted March 15, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพ และยกระดับการให้บริการในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และศึกษาแนวทางการขยายภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมผู้ประกอบการร้านกาแฟทั่วประเทศ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการร้านกาแฟที่ทำความตกลงนำร่องเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 32 ราย ทำการถอดบทเรียนและวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็น (Content Analysis) เพื่อให้ได้แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากนั้นระดมความคิดเห็น (Focus Group) เพื่อรวบรวมผลการวิพากษ์แนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6 ท่าน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสมาชิกภาคีเครือข่ายส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายธุรกิจ การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ไปจนถึงการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านการจัดทำคู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และการขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” แบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย แนวทางส่งเสริมศักยภาพการบริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามหลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และแนวทางการยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยเกณฑ์การขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” เป็นตัวชี้วัดการยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่มีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การให้บริการของผู้ประกอบการร้านกาแฟ สู่พฤติกรรมบริโภคของผู้บริโภค ให้สามารถนำไปสู่การลดปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง และสามารถบรรลุเป้าหมายการนำผลิตภัณฑ์พลาสติกเป้าหมาย ประกอบด้วย ถ้วยพลาสติกหุ้ม ขวดพลาสติก ถ้วยและแก้วพลาสติก ฝาขวด และฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว เข้าสู่ระบบรีไซเคิลได้ร้อยละ 100 ภายในปี พ.ศ. 2570 สู่การลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านกาแฟยังมีความพร้อมในการให้บริการด้วยมาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับสากล และสร้างโอกาสทางการตลาด ตอบโจทย์ความนิยมผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาศักยภาพ การยกระดับการให้บริการ

¹ คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อีเมล wisakha.p@nida.ac.th

Graduate School of Environmental Development Administration, National Institute of Development Administration,

E-mail Address: wisakha.p@nida.ac.th

Abstract

This study aims to propose guidelines for capacity development and service enhancement of green coffee shop business and to find out ways to expand green coffee shop network to cover coffee shop business in Thailand. Data collection by interviewing and brainstorming to 32 green coffee shop business owners who signed an agreement to become members of the green coffee shop network was carried out. The operation guidelines for green coffee shops were evaluated by six experts from academic professional who have expertise in business development and green coffee shop business.

The results found that most of the green coffee shop business have a vision of operating their business from upstream to downstream, including business policy, procurement, human resource management, and preparation for developing the potential of the green coffee shop business. A manual for green coffee shops and certification for the “ECO PLUS COFFEE SHOP” label, divided into two parts: guidelines for promoting the potential of green coffee shop services according to criteria for participating in the green coffee shop project and for upgrading the level of green coffee shop service was addressed with the criteria for requesting certification of the “ECO PLUS COFFEE SHOP” label for enhancing environmentally friendly coffee shop businesses. The goal for them is to change behavior of coffee shop operators as well as consumption behavior of consumers, which can lead to a reduction in the amount of single-use plastic and the amount of greenhouse gas emissions. In addition, coffee shop operators are ready to provide services with environmentally friendly service standards at the international level and to create marketing opportunities to meet the increasing popularity of socially and environmentally responsible consumers.

Keywords: Environmentally friendly coffee shop business; Capacity development, Service enhancement

บทนำ

การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน เนื่องจากอุตสาหกรรมกาแฟเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว แต่กลับมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในหลายด้าน เช่น การใช้พลาสติก การสร้างขยะจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ และการปล่อยคาร์บอนจากการบวนการผลิตและการขนส่งที่ไม่ได้ใช้พลังงานที่ยั่งยืน ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ทั้งในด้านการปนเปื้อนของขยะในเมือง และการเสื่อมสภาพของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงมีความสำคัญในด้านการลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ การปรับใช้พลังงานทดแทน และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งนอกจากจะช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องของความยั่งยืนและการรักษาสิ่งแวดล้อม ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความแตกต่างทางการค้า นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับอุตสาหกรรม ดังนั้น การสร้างธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงไม่เพียงแต่เป็นการลดผลกระทบจากกิจกรรมของร้านกาแฟ แต่ยังเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ค่อนข้างตื่นตัวต่อกระแสรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นและสร้างโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในอนาคต

โครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) เป็นโครงการที่ส่งเสริมผู้ประกอบการและผู้ชื่นชอบการบริโภคกาแฟและเครื่องดื่ม ให้มีส่วนร่วมในการช่วยลดขยะพลาสติก โดยมีเป้าหมายในการบรรลุเป้าหมายในการนำผลิตภัณฑ์พลาสติกเป้าหมาย ประกอบด้วย ถุงพลาสติกหูหิ้ว ขวดพลาสติก ถ้วยและแก้วพลาสติก

ฝาขวด และฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว เข้าสู่ระบบรีไซเคิลได้ร้อยละ 100 ภายในปี พ.ศ. 2570 สู่การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมีความหวังเพื่อสร้างความร่วมมือผู้ประกอบการในการติดตั้งจุดคัดแยกขยะภายในร้าน เนื่องด้วยเป็นขั้นตอนสำคัญเพื่อคัดแยกขยะสู่กระบวนการจัดการที่ถูกต้องและเหมาะสมในการส่งขยะบางชนิดกลับไปสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือการรีไซเคิลได้ ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดปริมาณขยะ (Department of Climate Change and Environment, 2023) นอกจากนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญกับสถานการณ์วิกฤตด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก เช่น ปัญหาจากขยะพลาสติกจำนวนมหาศาล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-Use Plastics : SUP) อาทิ ประเภทแก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว มากถึง 9,750 ล้านใบต่อปี และหลอดพลาสติก มากถึง 5,000 ล้านหลอดต่อปี โดยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจากพฤติกรรมผู้บริโภค และการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มธุรกิจร้านกาแฟและตลาดกาแฟในประเทศไทย และเพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนในการจัดการขยะพลาสติก รวมทั้งการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้มีการผลิต การบริการ และการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำทรัพยากรกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) (Department of Climate Change and Environment, 2023) นอกจากนี้หากประเทศไทยสามารถลด ละ เลิกใช้พลาสติก 4 ประเภท ได้แก่ ถุงพลาสติกหูหิ้ว กล่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติกแบบบาง และหลอดพลาสติก คาดว่าจะลดปริมาณขยะพลาสติกได้ประมาณ 0.78 ล้านตันต่อปี และประหยัดงบประมาณการจัดการขยะมูลฝอยได้ 3,900 ล้านบาทต่อปี รวมถึงประหยัดพื้นที่ฝังกลบและกำจัดขยะมูลฝอยพลาสติกได้ 2,500 ไร่ และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบเท่าคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 1.2 ล้านตัน (Greenpeace Thailand, 2021)

จากการเล็งเห็นความสำคัญและมีความตระหนักถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดจากการผลิต การบริโภคและการทิ้งขยะพลาสติกที่จะส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้จัดกิจกรรมวันคุ้มครองโลก ประจำปี พ.ศ. 2565 (Earth Day 2022) ภายใต้แนวคิด “Invest In Our Planet : ทำเพื่อโลกวันนี้ อนาคตที่ดี เป็นของเรา” สร้างความตื่นตัวในสังคมกับวิกฤตจากขยะพลาสติกในปัจจุบันที่มีจำนวนมหาศาล เพื่อให้ประชาชนรับทราบความสำคัญของการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมประกาศเจตนารมณ์ในการให้ความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) เพื่อส่งเสริมการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกหรือภาชนะแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง และนำทรัพยากรกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลให้มากที่สุด โดย กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พร้อมหน่วยงานและสมาชิกภาคีเครือข่ายโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 32 ราย เข้าร่วมการประกาศเจตนารมณ์ความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ส่งเสริมการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกหรือภาชนะแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง มุ่งหวังให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ และการบริโภควิถีใหม่ที่คำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อก้าวสู่การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Department of Climate Change and Environment, 2023)

ผู้วิจัยได้รับมอบหมายจากกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในการขับเคลื่อน โครงการ ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจัดการบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วด้วยหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนกับผู้ประกอบการ จึงเล็งเห็นความสำคัญในการถอดบทเรียนแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากองค์ความรู้ผ่านประสบการณ์ในการประกอบกิจการของสมาชิกภาคีเครือข่ายที่ทำความตกลงในการให้ความร่วมมือเพื่อนำร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ภายใต้กรอบแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประเด็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ประเด็นในการสร้างความตระหนักให้ผู้บริโภค รวมถึงประเด็นข้อจำกัด หรืออุปสรรคที่ควรพิจารณาเพื่อประกอบการพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการยกระดับการให้บริการของธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อสนับสนุนการขยายเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริการและยกระดับการให้บริการในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการขยายภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างครอบคลุมผู้ประกอบการร้านกาแฟทั่วประเทศ

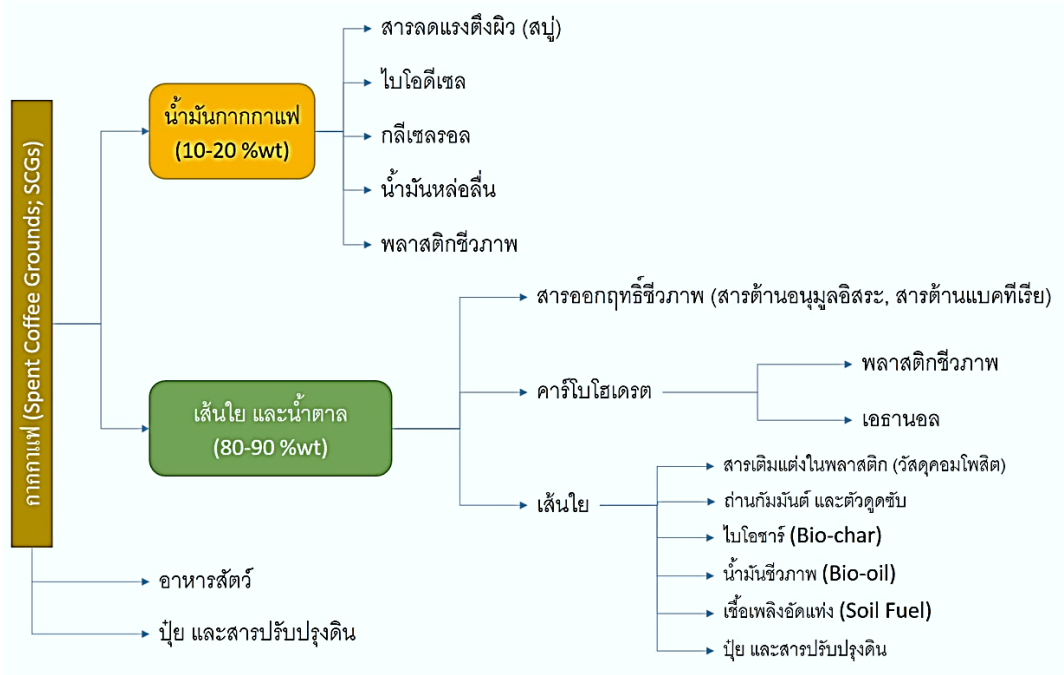
ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน และการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) เป็นแนวคิดเพื่อมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ด้วยการบริหารจัดการกระบวนการผลิตและการบริโภคที่ช่วยลดการสิ้นเปลืองทรัพยากรและสามารถลดของเสียจากกระบวนการได้ (Ellen MacArthur Foundation, 2019) เพื่อส่งเสริมแนวทางในการหมุนเวียนทรัพยากรและวัตถุดิบของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งหลักการสำคัญที่ใช้ในเศรษฐกิจหมุนเวียนประกอบด้วย การลด (Reduce) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการรีไซเคิล (Recycle) ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยลดผลกระทบจากกระบวนการผลิตและการบริโภคที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรที่มีความยั่งยืนและคุ้มค่า ด้วยเหตุนี้ แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจึงเป็นทางเลือกสำคัญในการบริหารจัดการ และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากเศรษฐกิจเชิงเส้น (Linear economy) ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้อย่างไม่คุ้มค่า โดยมักจะมีการผลิต การใช้ และการทิ้งไปในรูปแบบของเสียโดยไม่เกิดการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือการรีไซเคิล (Ellen MacArthur Foundation, 2019) เศรษฐกิจเชิงเส้นนี้ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรในลักษณะที่สิ้นเปลืองและไม่ยั่งยืน ในขณะที่เศรษฐกิจหมุนเวียนมีเป้าหมายที่จะลดผลกระทบเหล่านี้ โดยการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ในวงจรการผลิตและการบริโภคเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยลดปริมาณของเสียและลดการใช้พลังงานที่สิ้นเปลือง (Lacy & Rutqvist, 2015) โดยการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้จึงเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ อาทิ การใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิต การส่งเสริมการรีไซเคิลวัสดุที่ใช้แล้ว และการนำพลังงานทดแทนมาใช้ในการผลิต (Ellen MacArthur Foundation, 2020)

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนยังสามารถเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ โดยสามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วผ่านกระบวนการรีไซเคิลและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ซึ่งสามารถช่วยขยายโอกาสในการตลาดและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (Ellen MacArthur Foundation, 2020) ซึ่งในปัจจุบัน แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ได้รับความนิยมในการประยุกต์เพื่อพัฒนาธุรกิจในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงธุรกิจร้านกาแฟ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในกระบวนการผลิตและการบริการที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในการใช้พลังงาน น้ำ และวัสดุที่ใช้ในการผลิตกาแฟ เช่น เมล็ดกาแฟ แก้วพลาสติก หรือถุงกาแฟ ดังนั้น การนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจร้านกาแฟสามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรได้อย่างยั่งยืน

เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟ เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เล็งเห็นการพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นต้นแบบการลดขยะพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยร้านกาแฟทั่วประเทศผ่านโครงการส่งเสริมการผลิตและการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) ในธุรกิจร้านกาแฟ (Tuntiwiwattanapun, 2019) อาทิ การใช้กากกาแฟ (Spent Coffee Grounds; SCGs) เป็นของเหลือทิ้งจากกระบวนการการสกัดน้ำกาแฟ สู่แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนสำหรับผลิตภัณฑ์ชีวภาพ เนื่องจากปริมาณการบริโภคกาแฟในประเทศไทยจะมีกากกาแฟเหลือทิ้งเป็นจำนวนมากกว่า 290,000 ตัน/ปี ในปี 2565 อีกทั้งกากกาแฟยังเป็นวัตถุดิบที่มีสรรพประโยชน์มากมายด้วยส่วนประกอบจาก น้ำมัน เสน่ใย และสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพ โดยเฉพาะสารต้านอนุมูลอิสระ และสามารถนำมาใช้ทดแทนวัตถุดิบที่มาจากปิโตรเลียม หรือมาจากแหล่งอาหาร (Edible Feedstock) ซึ่งนอกจากจะช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อม และความมั่นคงด้านพลังงานและอาหารแล้ว ยังเป็นการลดการใช้จ่ายในการกำจัดกากกาแฟ และต้นทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ (Tuntiwiwattanapun, 2019) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของกากกาแฟและการนำไปใช้ประโยชน์

ที่มา: Tuntiwiwattanapun, N. (2019). *Journal of Environment*, 23(1).

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนากระบวนการนำกากกาแฟมาใช้ประโยชน์และประสบความสำเร็จมากมาย โดยเฉพาะการสกัดเอาน้ำมันจากกากกาแฟมาผลิตเป็นไบโอดีเซล (Biodiesel) จากการสำรวจในวารสาร กากกาแฟจะมีสัดส่วนน้ำมันอยู่ประมาณร้อยละ 10-20 โดยน้ำหนัก ซึ่งเป็นปริมาณที่คุ้มทุนในการเอามาใช้เป็นวัตถุดิบในการสกัดน้ำมันแบบใช้สารละลาย (Solvent extraction) แต่ปัญหาที่สำคัญของน้ำมันจากกากกาแฟ คือ คุณภาพของน้ำมันไม่เหมาะสมกับการนำไปใช้ผลิตไบโอดีเซลได้โดยตรง เนื่องจากค่าความเป็นกรด (Acid value) สูงกว่าระดับที่แนะนำไว้ โดยค่าความเป็นกรดที่สูงของน้ำมันจากกากกาแฟมาจากการดัดไขมันอิสระที่ได้จากการแตกตัวของน้ำมันหรือไขมันโดยกระบวนการไฮโดรไลซิส (Hydrolysis) โดยมีความร้อนและน้ำเป็นตัวกระตุ้นปฏิกิริยานี้ ซึ่งกากกาแฟเองได้ผ่านทั้งขั้นตอนที่สัมผัสกับความร้อนและน้ำมากมาย ตั้งแต่การคั่วกาแฟ การต้มกาแฟ และการตากกากกาแฟให้แห้งก่อนการจัดเก็บ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับสภาพน้ำมันจากกากกาแฟเสียก่อน เช่น การล้างด้วยสารละลาย

ต่างเจือจาง การทำปฏิกิริยาเอสเตอริฟิเคชัน (Esterification) ด้วยกรดและแอลกอฮอล์ หรือการกลั่นแยกลำดับส่วน เป็นต้น หลังจากที่ผ่านมาการปรับสภาพแล้วน้ำมันกากกาแฟจะถูกเปลี่ยนให้เป็นไบโอดีเซล ผ่านกระบวนการทรานส์เอสเตอริฟิเคชัน (Transesterification) ที่ใช้ด่างและแอลกอฮอล์ เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาไบโอดีเซลที่ออกมาได้มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับไบโอดีเซลที่ผลิตจากปาล์มน้ำมันซึ่งจะเป็นไขที่อุณหภูมิต่ำ นอกจากวิธีการผลิตไบโอดีเซลที่กล่าวมาแล้ว ยังพบงานวิจัยหลายงานพัฒนากระบวนการทางเลือกในการผลิตไบโอดีเซลจากกากกาแฟโดยตรง โดยที่ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องสกัดเอาน้ำมันออกมาก่อน เรียกว่า กระบวนการสกัดพร้อมการทำปฏิกิริยา (Reactive Extraction Process; In-situ Transesterification) ซึ่งสามารถลดความซับซ้อนและขั้นตอนการทำไบโอดีเซลจากกากกาแฟ ทำให้กระบวนการผลิตมีขนาดเล็ก และสามารถติดตั้งใกล้กับแหล่งกากกาแฟได้ (Tuntiwiwattanapun, 2019) ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการผลิตไบโอดีเซลจากกากกาแฟ โดย Tuntiwiwattanapun (2019)

ที่มา: Tuntiwiwattanapun, N. (2019). *Journal of Environment*, 23(1).

ในกระบวนการผลิตไบโอดีเซล เป็นกลีเซอรินผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งสามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ได้อีกมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นสารตั้งต้นในการผลิตโพลีเมอร์พลาสติกที่สามารถทดแทนการใช้ปิโตรเลียมได้ และสืบเนื่องจากปัญหาฝุ่น PM 2.5 ทำให้มีการรณรงค์ให้ประเทศไทยเปลี่ยนจากการใช้น้ำมัน B5 (ดีเซลผสมไบโอดีเซลร้อยละ 5) เป็น B20 (ดีเซลผสมไบโอดีเซลร้อยละ 20) ซึ่งถือเป็นแหล่งกลีเซอรินที่ถูกค้นพบ

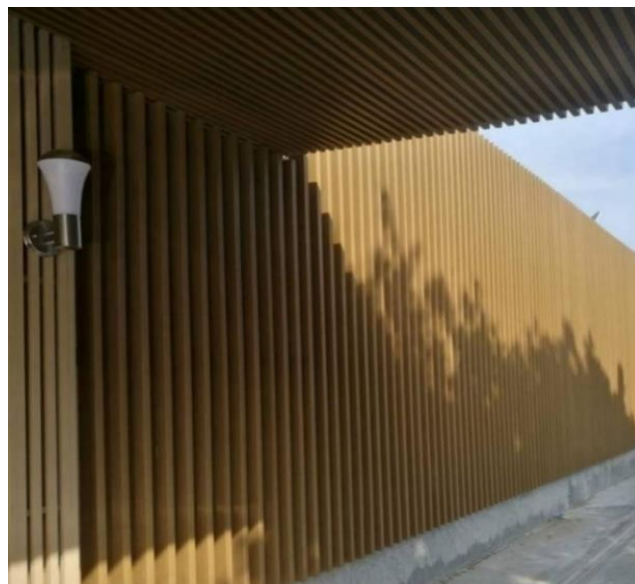
นอกจากน้ำมันแล้วตัวกากกาแฟยังเป็นแหล่งเส้นใยที่ประกอบไปด้วยเซลลูโลส เฮมิเซลลูโลส และลิกนิน ซึ่งเราสามารถนำตัวกากกาแฟนี้มาใช้เป็นสารเติมแต่งทางชีวภาพ (Bio Filler) ในพลาสติก ซึ่งสามารถผลิตเป็นวัสดุคอมโพสิตสีเขียว (Green composited material) ซึ่งการผสมสารเติมแต่งชีวภาพลงในพลาสติกสามารถปรับปรุงคุณสมบัติทางกลให้แก่พลาสติก ได้แก่ ความแข็งแรง (Strength and toughness) ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดอ่อนของพลาสติก

ในต่างประเทศได้มีการนำกากกาแฟมาผสมกับพลาสติกชีวภาพ แป้ง และสารเคลือบจากน้ำมันพืช จนสามารถผลิตเป็น แก้วกาแฟที่สามารถย่อยสลายทางชีวภาพได้ (Biodegradable material) โดยบริษัท Kaffeeform ประเทศเยอรมัน สำหรับประเทศไทยเริ่มมีการนำกากกาแฟมาใช้ในอุตสาหกรรมนี้แล้ว เช่น ผลิตภัณฑ์ของบริษัท Thaiplastwood ที่ผสมกากกาแฟกับพลาสติกชนิดโพลีไวนิลคลอไรด์ (PVC) และขึ้นรูปเป็นวัสดุพีวีซีโฟมแข็ง สามารถใช้เป็นระแนง และแผ่นกัน (Thai Plast Wood Company Limited, 2023) ดังแสดงในภาพที่ 3 และภาพที่ 4



ภาพที่ 3 แสดงภาพแก้วกาแฟที่สามารถย่อยสลายทางชีวภาพได้ (Biodegradable material) จากกากกาแฟมาผสมกับ พลาสติกชีวภาพ แป้ง และสารเคลือบจากน้ำมันพืช

ที่มา: The heat-resistant cup product is made from biodegradable bioplastic and coffee grounds from <https://www.yankodesign.com/2018/07/18/a-cup-for-coffee-made-from-coffee/> Copyright 2002-2024 by Yanko Design



ภาพที่ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ระแนงและแผ่นกันสำหรับก่อสร้างจากบริษัทไทยพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกชนิด โพลีไวนิลคลอไรด์ (PVC) และขึ้นรูปเป็นวัสดุพีวีซีโฟมแข็ง

ที่มา: The slatted wood product is made from rigid PVC foam mixed with coffee grounds from <https://thaiplastwood.com/#> Copyright 2023 by Thai Plast Wood Company Limited

เนื่องจากคุณสมบัติทางเชื้อเพลิงของกากกาแฟในภาคอุตสาหกรรม ได้มีการนำกากกาแฟเป็นเชื้อเพลิงแท่ง (Solid Fuel) Bio-bean เป็นหนึ่งในบริษัทที่เก็บรวบรวมกากกาแฟจากทั่วเมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษ และนำไปแปรรูปเป็นถ่าน ใช้ชื่อทางการค้าว่า Coffee LogsTM โดยมีค่าความร้อน ความยาวนานในการเผาไหม้ และราคาถูกกว่าถ่านทั่วไป ภาพที่ 5 โดยสามารถลดปริมาณกากกาแฟของเมืองลอนดอนได้ ซึ่งส่วนใหญ่จำเป็นที่จะต้องเสียค่าการส่งไปกำจัดที่หลุมฝังกลบ เป็นจำนวนเงินราว 85 ปอนด์/ตัน ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ Bio-bean ประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจ คือ การจัดการเรื่องการเก็บรวบรวมกากกาแฟ โดยมีลูกค้าทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการเก็บและจัดการของเสีย ซึ่งเป็นสิ่งที่ประเทศไทยยังไม่ได้ให้ความสำคัญ (Bio-bean, 2023) ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แสดงการนำกากกาแฟเป็นเชื้อเพลิงแท่ง (Solid fuel bio-bean)

ที่มา: Coffee LogTM coffee ground charcoal. from <https://thaiplastwood.com/#> In the public domain 2023 by Bio-bean

การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาขยะ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างต่อเนื่องจากผลกระทบทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มลภาวะในทะเล ซึ่งนอกจากจะเป็นภัยคุกคามที่หลายภาคส่วนรวมถึงภาคธุรกิจที่ควรส่งเสริมการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมร่วมกันแล้ว ประเด็นเหล่านี้ยังเป็นความท้าทายที่ภาคเอกชนจำเป็นต้องก้าวผ่านเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ ในการบรรลุตามเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals ขององค์การสหประชาชาติที่ทั่วโลกยึดถือเป็นหลักการร่วมกันคือเป้าหมายที่ 12 การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption and Production) ซึ่งสะท้อนว่าเราไม่สามารถให้ผู้ผลิตเป็นจำเลยต่อปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นได้เพียงฝ่ายเดียว การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องเดินควบคู่กันไป เราจึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนพลวัตทั้งสองเพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน ดังแสดงในภาพที่ 6 Sustainable Consumption and Production Goal number 12 of the SDGs (United Nations Environment Programme, 2020)



ภาพที่ 6 แสดงวงจรการขับเคลื่อนการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable consumption and production) ของเป้าหมายที่ 12

ที่มา: <https://www.unep.org/explore-topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-12> In the public domain 2020 by United Nations Environment Programme

การขับเคลื่อนการบริโภคอย่างยั่งยืนต้องเริ่มจากการส่งเสริมความตระหนักรู้ต่อผู้บริโภค ให้บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และตระหนักว่าผู้บริโภคมีส่วนในการสร้างผลกระทบและมีส่วนในการกำหนดทิศทางของตลาดได้ คือ จุดเริ่มต้นสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงการบริโภคอย่างยั่งยืน การบริโภคที่ยั่งยืน การบริโภคอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (และคำอื่น ๆ ที่มีความหมายคาบเกี่ยวกัน เช่น การบริโภคสีเขียว การบริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เป็นต้น) เริ่มได้รับการกล่าวถึงมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามระดับของปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏชัดเจขึ้น คำที่กล่าวไปข้างต้นนี้แม้จะต่างกันอยู่บ้างในรายละเอียดแต่ความหมายโดยรวมไม่ต่างกัน โดยหมายถึงพฤติกรรมทางเลือกซื้อเลือกใช้สินค้าที่ไม่ได้พิจารณาความพึงพอใจส่วนตัวเท่านั้น แต่คำนึงถึงประเด็นทางศีลธรรม ได้แก่ การปฏิบัติต่อแรงงานและสิทธิมนุษยชน สุขภาพและความเป็นอยู่ สวัสดิภาพของสัตว์ และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม “การบริโภคอย่างยั่งยืน” มีคำนิยามเพิ่มเติมที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนคือ “การบริโภคที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่มีผลกระทบในทางลบต่อความต้องการของคนรุ่นต่อไปในอนาคต” ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้บ่งชี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อุปสรรคของการเปลี่ยนแปลงนี้ประกอบด้วย การขาดความตระหนักรู้ ข้อจำกัดด้านราคา ขาดข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อจำกัดในการเข้าถึงสินค้า อุปสรรคด้านการตลาดที่จะส่งผลให้สินค้าที่ไม่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีความได้เปรียบมากกว่า เป็นต้น การบริโภคเป็นกระบวนการที่ได้รับอิทธิพลจากระบบที่มีปัจจัยมากมาย การส่งเสริมให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมประกอบด้วยส่วนผสมที่จำเป็นอย่างน้อย 3 ด้าน อันเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน ได้แก่ 1) ทักษะ 2) ผู้อำนวยความสะดวก และ 3) โครงสร้างที่เกื้อหนุน ถ้าปัจจัยทั้งสามประสานงานกันอย่างดี จะทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แบบยั่งยืนเป็นทางเลือกที่ง่ายและสะดวกสบายที่สุดสำหรับผู้บริโภค (Tanungsanakul, 2017)

แนวทางส่งเสริมธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop)

ปัจจุบันทั่วโลกประสบกับวิกฤตจากขยะพลาสติกจำนวนมหาศาล โดยในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีขยะพลาสติกเกิดขึ้นประมาณร้อยละ 12 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด หรือประมาณปีละ 2 ล้านตัน ซึ่งมีการนำขยะพลาสติกกลับไปใช้ประโยชน์เฉลี่ยเพียงประมาณปีละ 0.5 ล้านตัน ส่วนที่เหลือ 1.5 ล้านตัน ส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-Use Plastics : SUP) อาทิ ถังร้อน ถังเย็น ถังหิ้ว แก้วพลาสติก หลอดพลาสติก กล่องพลาสติก โดยไม่มีการนำกลับไปใช้ประโยชน์ หรือเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) ถือว่าเป็นการเสียโอกาสในการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวยังมีผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในประเทศที่การจัดการขยะไม่ดี เช่น การเพิ่มภาระในการจัดการขยะพลาสติกที่ย่อยสลายได้ยาก ทำให้ต้องใช้ทรัพยากรในการเก็บขยะและบำบัดขยะพลาสติก ซึ่งเป็นต้นทุนที่สูงต่อภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ การทิ้งขยะพลาสติกในทะเลและแหล่งน้ำยังมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและประมง ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ และทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ (Wei et al., 2019)

ในปัจจุบันหลายประเทศเริ่มออกกฎหมายห้ามการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว เช่น การห้ามใช้ถุงพลาสติก หรือหลอดพลาสติก และส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนที่ย่อยสลายได้หรือสามารถรีไซเคิลได้ นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น กระดาษ หรือวัสดุจากพืชที่ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ (UN Environment, 2018) การให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับผลกระทบของพลาสติกและการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก็เป็นสิ่งสำคัญในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ทั้งนี้ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีปริมาณขยะมูลฝอยประเภทแก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว เกิดขึ้น 9,750 ล้านใบต่อปี และหลอดพลาสติก เกิดขึ้น 5,000 ล้านหลอดต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากพฤติกรรมการใช้บริโภค และการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มธุรกิจร้านกาแฟและตลาดกาแฟในประเทศไทย (Department of Climate Change and Environment, 2021)

การเติบโตทางเศรษฐกิจในกระบวนการผลิต และการบริโภคที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนี้ส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่จำกัด มาขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจนเกินขีดความสามารถในการรองรับตามธรรมชาติก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมายทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การนำแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ จึงเป็นการปรับสมดุลระหว่างมนุษย์กับทรัพยากร โดยการนำทรัพยากรที่เคยผ่านการใช้งานหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปลดปล่อยคาร์บอน เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของประชากรในอนาคตเพื่อเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) เป้าหมายที่ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยการเปลี่ยนแปลงการผลิต การบริโภคสินค้าและใช้ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และการกำจัดขยะที่เป็นมลพิษ และเป้าหมายที่ 13 การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมให้มีการรีไซเคิลและลดปริมาณขยะมูลฝอยในอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573 (Pollution control department, 2020) ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้มีการผลิต การบริการ และการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำทรัพยากรกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

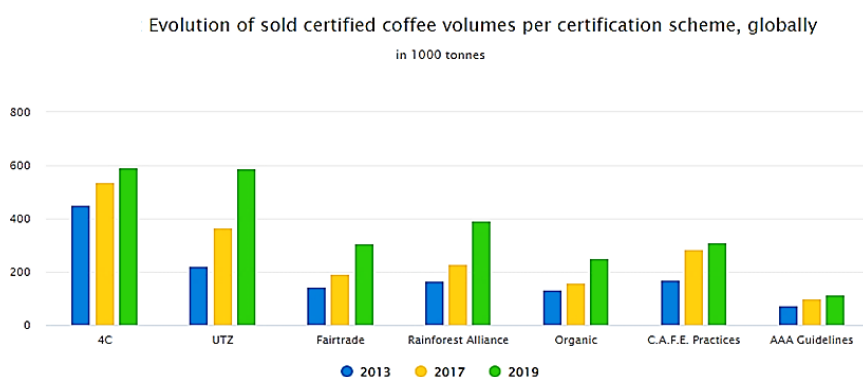
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการผลิต การบริการ และการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ต้องเร่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างภาคีความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในสังคม และยกระดับให้เข้มข้นขึ้นตามลำดับ จึงจัดทำโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจ ส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ และการบริโภควิถีใหม่ที่คำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิด

ประโยชน์สูงสุด ลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดตาม “ชีวิตวิถีใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” เพื่อก้าวสู่การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจด้วยมาตรฐาน และฉลากสิ่งแวดล้อมของธุรกิจกาแฟ

“ฉลากสิ่งแวดล้อม” เริ่มต้นจากการรวมตัวของ “เครือข่ายฉลากสิ่งแวดล้อมโลก” (Global Eco-labelling Network) หรือ GEN เมื่อปี พ.ศ. 2537 (ค.ศ.1994) มีเป้าหมายเพื่อการปกป้องสิ่งแวดล้อมผ่านการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ (Eco-label) ให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน GEN มีองค์กรสมาชิกและพันธมิตรกระจายอยู่ใน 47 ประเทศ รวมถึงประเทศไทย ที่มีสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยเป็นหน่วยงานที่ให้การรับรอง “ฉลากเขียว” โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม มีข้อกำหนดและการพิจารณาแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การผลิต ไปจนถึงกระบวนการในการจัดการของเสียจากการผลิตผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีการผลิต การขนส่ง การใช้และการกำจัดทิ้งหลังการใช้อย่างมีประสิทธิภาพตามหลัก 3R คือ ลดการใช้ (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และ นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อมจะเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมต่อผู้บริโภค และเป็นทางเลือกในการพิจารณาในการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการนั้นจะเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ ผู้บริโภคสามารถใช้เป็นทางเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยกันลดปัญหาโลกร้อน รวมถึงความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อมนอกจากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองว่ามีคุณภาพเท่ากับหรือสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป อีกทั้งยังมีความปลอดภัยจากสารเคมีที่เป็นอันตราย

ในระดับสากล พบว่า การรับรองมาตรฐานด้านธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับสากลได้รับความนิยมในภูมิภาคยุโรป เนื่องจากความนิยมในการบริโภคกาแฟมากที่สุดในโลก รวมถึงกระแสความตระหนักต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความต้องการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมธุรกิจกาแฟให้มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยแนวทางในการดำเนินธุรกิจภาคอุตสาหกรรมกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในยุโรป ตั้งแต่กระบวนการในการเพาะปลูกเมล็ดกาแฟ ไปจนถึงการรับรองมาตรฐานสำหรับร้านกาแฟ ดังวิวัฒนาการการรับรองมาตรฐานกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับสากลในปี ค.ศ. 2013 - 2019 (Centre for The Promotion of Imports from Developing Countries, 2021) ดังที่แสดงในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แสดง The Evolution of sold certified coffee

ที่มา: volumes per certification scheme, globally. from <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/certified-coffee/market-potential> In the public domain 2023 by Centre for The Promotion of Imports from Developing Countries

1) มาตรฐาน 4C (The Common Code for the Coffee Community) Certification

มาตรฐาน 4C Certification พัฒนาโดยองค์กร Common Code for the Coffee Community (4C) Association เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมกาแฟและเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกาแฟ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลสำหรับภาคอุตสาหกรรมธุรกิจกาแฟทั้งหมด มาตรฐานการรับรอง 4C มีเป้าหมายในการรับรองความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมกาแฟในมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกภาคีเครือข่ายภาคธุรกิจต่าง ๆ เพื่อการบรรลุและรักษาพันธสัญญาด้านความยั่งยืน โดยการรับรองมาตรฐานจะมีหน่วยงานกลางในการตรวจสอบรับรองมาตรฐานให้ธุรกิจตามมาตรฐานที่สอดคล้องหลักการของมาตรฐาน ISO/IEC 17065 ข้อกำหนดสำหรับการรับรองผลิตภัณฑ์หรือ ISO/IEC 17021 ข้อกำหนดสำหรับระบบการจัดการการรับรอง ISO 19011 (4C Services GmbH, 2022)

2) มาตรฐาน UTZ Certification

มาตรฐาน UTZ Certification เป็นกระบวนการในการรับรองมาตรฐานและฉลากรับรองการเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน ก่อตั้งขึ้นโดยองค์กรไม่แสวงผลกำไรในประเทศเนเธอร์แลนด์ในปี ค.ศ. 2002 ซึ่งปัจจุบันฉลากได้รับรองในแพ็คเกจผลิตภัณฑ์มากกว่า 10,000 รายการในกว่า 116 ประเทศ นอกจากนี้ยังมีแนวทางสำหรับภาคเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการมีมาตรฐานในการรับรองผลิตภัณฑ์สร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภคและยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการดำเนินงานอย่างตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Rainforest Alliance, 2020)

3) มาตรฐาน Fairtrade Standards for Coffee

มาตรฐาน Fairtrade Standards for Coffee ปัจจุบันนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นเครื่องหมายมาตรฐานการผลิตกาแฟเพื่อความเป็นธรรมจัดทำขึ้นโดยองค์กรติดตามการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งมีเครือข่ายการค้าที่เป็นธรรมระหว่างประเทศ 4 แห่ง (Fairtrade Labeling Organization International , World Fair Trade Organization (WFTO), Network of European World ร้านค้าและEuropean Fair Trade Association (EFTA)) มาตรฐาน Fairtrade Standards for Coffee เป็นกระบวนการในการรักษามาตรฐานเมล็ดกาแฟที่ครอบคลุมการผลิตเมล็ดกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้ง 2 สายพันธุ์ ได้แก่ เมล็ดกาแฟอาราบิก้า และเมล็ดกาแฟโรบัสต้า ซึ่งส่วนใหญ่รับรองการดำเนินกิจกรรมของเกษตรกรในประเทศกำลังพัฒนาให้ได้รับราคาที่ยุติธรรมของผลผลิตและเป็นไปตามมาตรฐานทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านระบบการค้าที่ยั่งยืนและเท่าเทียม (Fairtrade Labelling Organizations International, 2021)

4) มาตรฐาน Rainforest Alliance Certified

มาตรฐาน Rainforest Alliance Certified พัฒนาโดย Rainforest เป็นมาตรฐานเพื่อส่งเสริมกระบวนการผลิตด้านเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน ไม่รบกวนระบบนิเวศ และไม่ทำลายความหลากหลายทางชีวภาพในไร่กาแฟ และลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นมิตรกับสัตว์ป่า และคำนึงถึงการดำเนินงานอย่างเคารพสิทธิมนุษยชนและด้านการใช้แรงงาน ซึ่งมีขั้นตอนการประเมินผลกระทบและสภาพความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมและอากาศในท้องถิ่นก่อนที่จะออกแบบแนวทางการดำเนินงานที่ถูกออกแบบให้เหมาะสม สำหรับแต่ละไร่กาแฟ (Rainforest Alliance, 2021)

5) มาตรฐาน USDA ORGANIC Certified

โดย USDA ย่อมาจาก U.S. Department of Agriculture เป็นตรารับรองมาตรฐานสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของสหรัฐอเมริกา ซึ่งสินค้าที่จัดเป็น Organic ตามมาตรฐาน USDA วัตถุประสงค์ที่นำมาใช้จะต้องเป็นพืชที่ไม่ผ่านการตัดต่อพันธุกรรม หรือมาเชื้อโรคโดยการฉายรังสี พืชที่ปลูกด้วยดินที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีหรือปุ๋ยมูลสัตว์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน USDA ORGANIC Certified จะแบ่งระดับความเป็น Organic 3 ระดับ ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองในระดับ Organic ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 ซึ่งจะได้รับการประทับตรา “USDA Organic” รับรองว่าเป็นสินค้า Organic 2) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองในระดับ Organic ต่ำกว่า คือร้อยละ 95-70 จะสามารถรับรองเป็น “Made with Organic Ingredients” และ 3) ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Organic ต่ำกว่าร้อยละ 70 จะรับรองเป็น “Some Organic Ingredients” (U.S. Department of Agriculture, 2004)

6) มาตรฐาน Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices

มาตรฐาน Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices ถูกพัฒนาโดยสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ คอมพานี (Starbucks Coffee Company) (NASDAQ:SBUX) ร่วมกับ Conservation International and Scientific Certification Systems เพื่อเป็นกระบวนการในการผลักดันการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลผลิตกาแฟด้วยวิธีที่ยั่งยืน เพื่อยืดหลักการรับผิดชอบต่อความเป็นธรรมชาติ มีความรับผิดชอบ และโปร่งใส โดยสตาร์บัคส์มีแนวทางการรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและโรงสีที่เข้าร่วมโครงการ C.A.F.E. Practices และได้มาตรฐานที่ตั้งไว้ตามหลักเกณฑ์ 4 ข้อ ได้แก่ เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง ความโปร่งใสทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยคู่ค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน C.A.F.E มี 3 ระดับ คือ คู่ค้าพันธมิตร คู่ค้าชั้นดี และคู่ค้าทั่วไป แตกต่างกันตามคะแนนรวม โดยคู่ค้าพันธมิตร ซึ่งต้องได้คะแนนอย่างน้อยร้อยละ 80 ซึ่งจะได้รับสิทธิพิเศษ คือ ในปีแรกสตาร์บัคส์จะรับซื้อเมล็ดกาแฟที่ยังไม่ผ่านการคั่วในราคาที่สูงกว่าปกติปอนด์ละ 0.05 ดอลลาร์สหรัฐ และอาจจะให้ราคาพิเศษหากสามารถพัฒนาคะแนนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 90 ได้ในปีต่อไป (SCS Global Services, 2022)

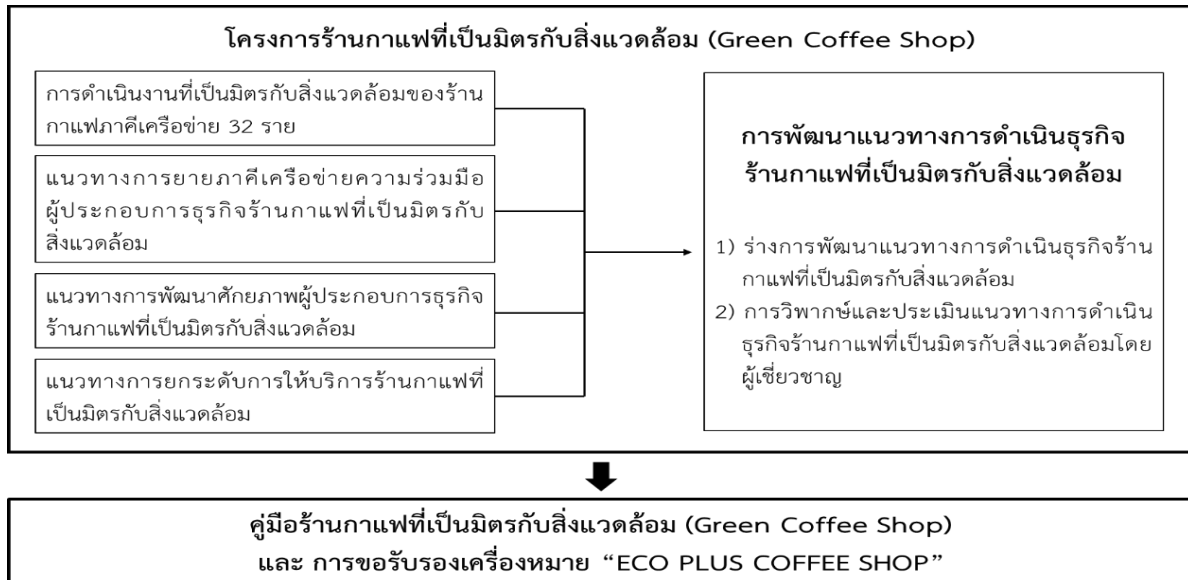
7) โครงการ AAA Sustainable Quality Program

โครงการ AAA Sustainable Quality Program เป็นนโยบายที่มีเป้าหมายมุ่งสู่ความยั่งยืนของ Nestlé Nespresso S.A. ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ โดยโครงการฯริเริ่มในปี ค.ศ. 2003 ภายใต้ความร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงกำไร Rainforest Alliance โดยมีเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเข้าร่วมโครงการถึง 63,000 คน ใน 11 ประเทศ ที่ดำเนินงานและปฏิบัติตามกระบวนการสู่ความยั่งยืนของโครงการ AAA Sustainable Quality ที่ผสานแนวคิดในการพัฒนาคุณภาพการผลิตและความยั่งยืนเข้าด้วยกัน โดยคำนึงถึงตัวแปรด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ (Nestlé Group, 2003)

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ศึกษาองค์ความรู้ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงศึกษาแนวทางการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การรับรองมาตรฐานกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในต่างประเทศ ร่วมกับการบูรณาการองค์ความรู้จากผลการวิเคราะห์โดยจับกลุ่มประเด็นและการถอดบทเรียนการดำเนินงาน จากการระดมความคิดเห็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 32 ราย โดยพิจารณาในมิติที่สำคัญต่อการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวทางในการขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และบูรณาการองค์ความรู้ประกอบการพัฒนาคู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจัดกิจกรรมการวิพากษ์แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6 ท่าน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแนวทางตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วยแนวทางส่งเสริมศักยภาพการบริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามหลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และแนวทางการยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็น

มิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยเกณฑ์การรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” ดังกรอบแนวคิดแสดงในภาพที่ 8



ภาพที่ 8 แสดงกรอบแนวคิด

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ร่วมทำความตกลงในการให้ความร่วมมือเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ตามแนวทางในการพิจารณาผู้ประกอบการที่มีความประสงค์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายตามเกณฑ์คู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และการขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” (Department of Climate Change and Environment, 2024) ที่ประกอบด้วย การใช้วัตถุดิบที่ยั่งยืนและได้รับการรับรองจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้หรือย่อยสลายได้ การใช้พลังงานทดแทนและเทคโนโลยีที่ประหยัดพลังงาน การจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการให้ความสำคัญกับสังคมและชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการได้รับการรับรองจากองค์กรที่มีมาตรฐานสิ่งแวดล้อม โดยมีผู้ประกอบการที่ร่วมทำความตกลงจำนวน 32 ราย ประกอบด้วย 1) สมาคมกาแฟไทย 2) สมาคมกาแฟและชาไทย 3) ร้าน กาแฟรักษ์ช้าง 4) ปางช้างแม่สา 5) สมาคมกาแฟพิเศษไทย 6) ร้านคาเฟ่ดอยตุง 7) มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ 8) ร้าน All Cafe บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 9) ร้าน กาแฟมวชน บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด 10) ร้าน KUDSAN Bakery & Coffee บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 11) ร้าน Arabitia Cafe บริษัท ซีพี บีแอนด์เอฟ (ไทยแลนด์) จำกัด และโลตัส 12) ร้าน Bellinee's Bake & Brew บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 13) ร้าน Jungle Cafe บริษัท ซีพี บีแอนด์เอฟ (ไทยแลนด์) จำกัด และโลตัส 14) บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์จินอล จำกัด 15) บริษัท บางจาก รีเทล จำกัด 16) บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) 17) บริษัท คอฟฟี่ทูเดย์ จำกัด 18) บริษัท คอฟแมน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 19) บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) 20) บริษัท โคอิ เตะ (ประเทศไทย) จำกัด 21) ร้าน BotaniGar café 22) ร้าน % Arabica 23) ร้าน Nana Coffee Roaster 24) ร้าน รินริน คาเฟ่ 25) ร้าน Landhaus Bakery 26) ร้าน กาแฟดอยหลวง 27) ร้าน สวนอุบุญตู 28) ร้าน กาแฟวารี 29) ร้าน LAVITA 30) บริษัท แอล.เค.เอส. ฟู้ด เมคเกอร์ จำกัด 31) ร้าน ซีแอนด์ซี คาเฟ่ บริษัท พัฒนาประชากร จำกัด และ 32) ร้านกาแฟชายางหนึ่ง รวมถึงผู้เชี่ยวชาญในการวิพากษ์และประเมินในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการยกระดับการให้บริการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดทำ

คู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และ การขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 ท่าน จากสถาบันชั้นนำระดับประเทศ อาทิ สมาคมกาแฟและชาไทย สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพไทย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) มหาวิทยาลัยมหิดล และกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

การศึกษานี้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้อง แล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (IOC: Item Objective Congruence Index) โดยข้อคำถามที่มีความสอดคล้องจะให้ 1 คะแนน ไม่แน่ใจให้ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องให้ -1 คะแนน เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้ แต่ถ้าค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ควรมีการปรับปรุง ซึ่งผลการประเมินความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ประเมินความตรงตามเนื้อหาของข้อคำถาม ประกอบด้วย เนื้อหา การวัดและประเมินผล และการใช้ภาษาที่พิจารณาเทียบกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการประเมินแบบสัมพัทธ์เครื่องมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) มีค่าความตรงเท่ากับ 0.96 คะแนน ซึ่งเนื้อหาอยู่ในระดับความสอดคล้องกับเครื่องมือเก็บข้อมูลและมีความเหมาะสม นอกจากนี้ผลการประเมินประเด็นวาระในการระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) มีค่าความตรงเท่ากับ 1 คะแนน ซึ่งเนื้อหาอยู่ในระดับความสอดคล้องกับเครื่องมือเก็บข้อมูลและมีความเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ

ศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับบริบทในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ศึกษาข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง อาทิ แนวโน้มการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สถานการณ์ธุรกิจร้านกาแฟทั่วโลกและประเทศไทย การรวบรวมสมาชิกภาคีเครือข่ายธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกณฑ์รับรองมาตรฐานกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศ เป็นต้น

ข้อมูลปฐมภูมิ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) หน่วยงานและภาคีเครือข่ายผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย หน่วยงานผู้ดำเนินโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และภาคีเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 32 ราย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จัดทำเกณฑ์ หรือข้อกำหนดในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และเพื่อประกอบการพิจารณาคุณสมบัติผู้ประกอบการที่เหมาะสมต่อการเป็นต้นแบบธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop)

การจัดระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus group) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน เพื่อร่วมวิพากษ์เกณฑ์ หรือข้อกำหนดในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็น (Content Analysis) จะช่วยให้สามารถระบุและตรวจสอบแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีข้อสมมติฐานที่ซับซ้อน สามารถตีความข้อมูลและสรุปได้ตามประเด็นที่ต้องการ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานและสมาชิกภาคีเครือข่ายผ่านการจับกลุ่มประเด็นโดยพิจารณาในมิติที่สำคัญต่อการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินการ โอกาสในการขยายภาคีเครือข่าย และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ต้องพิจารณา เพื่อเป็น

องค์ประกอบต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดทำเกณฑ์ หรือข้อกำหนดในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop)

การศึกษาศักยภาพและข้อจำกัดตลอดจนผลกระทบในการดำเนินงานด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของธุรกิจร้านกาแฟในทุกกิจกรรมจากข้อมูลในการระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus group) ประกอบกับเปรียบเทียบประสิทธิภาพหรือผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Future state) จากการประยุกต์องค์ความรู้และแนวทางดำเนินการจากมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment management system) ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ที่เป็นมาตรฐานในระดับสากล สำหรับระบบจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจร้านกาแฟอย่างเป็นระบบองค์ประกอบของหลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO PLUS Coffee Shop) ร่วมกับสถานการณ์ธุรกิจร้านกาแฟในบริบทปัจจุบัน (Current state) เพื่อพัฒนาหลักเกณฑ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO PLUS Coffee shop)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานและสมาชิกภาคีเครือข่าย โดยพิจารณาในมิติที่สำคัญต่อการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินการ โอกาสในการขยายภาคีเครือข่าย และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ต้องพิจารณา เพื่อเป็นองค์ประกอบต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดทำเกณฑ์ หรือข้อกำหนดในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และประยุกต์องค์ความรู้และแนวทางดำเนินการจากมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment management system) มาตรฐานไอเอสโอ 14001 (ISO 14001) ที่เป็นมาตรฐานในระดับสากล เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจร้านกาแฟอย่างเป็นระบบองค์ประกอบของหลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop)

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการใช้การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert Review) การขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในสาขาที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการวิเคราะห์ โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่าน ได้พิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ในคู่มือ และประเมินร่วมกันว่า คู่มือ ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และการขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP”

ผลการวิจัย

บทเรียนการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสมาชิกภาคีเครือข่าย

แนวทางดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากองค์ความรู้ผ่านประสบการณ์ในการประกอบกิจการของสมาชิกภาคีเครือข่ายในการนำร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้กรอบแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริการและยกระดับการให้บริการในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่การจัดทำคู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และ การขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” ที่ผ่านการวิพากษ์และประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญร่วมกัน 6 ท่าน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ และเป็นเกณฑ์ในการประเมินชี้วัดศักยภาพ และยกระดับการให้บริการในธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษาแนวทางในการขยายภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างครอบคลุมผู้ประกอบการร้านกาแฟทั่วประเทศยังสามารถสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านกาแฟชั้นนำได้ถึง 32 รายที่ร่วมทำความตกลง (MOU) นำร่องเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อต่อยอดการดำเนินงานเพื่อความต่อเนื่องของโครงการฯ ในปีงบประมาณถัดไปด้วยโครงการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ในการเชิญชวน

ผู้ประกอบการทั่วประเทศสมัครเข้าร่วมการเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายในการนำผลิตภัณฑ์พลาสติกเป้าหมาย ประกอบด้วย ถังพลาสติกหิ้ว ขวดพลาสติก ถ้วย และแก้วพลาสติก ฝาขวด และฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว เข้าสู่ระบบรีไซเคิลได้ร้อยละ 100 ภายในปี พ.ศ. 2570 สู่การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

หลักการดำเนินธุรกิจร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1. วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การกำหนดนโยบายธุรกิจ การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารจัดการพนักงาน ไปจนถึงการพิจารณาการใช้วัตถุดิบที่มาจากกระบวนการผลิตที่เป็นออร์แกนิก (เช่น การปลูกที่ไม่ใช้สารฆ่าแมลงหรือปุ๋ยเคมี เป็นต้น) และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากจะเพื่อการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้คุ้มค่าที่สุดแล้วยังเป็นผลดีต่อการดำเนินธุรกิจในการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและยังสามารถลดต้นทุนในรายการที่ใช้ทรัพยากร หรือพลังงานที่เกินความจำเป็น สู่การให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมดังสมาชิกภาคีเครือข่ายร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ดำเนินธุรกิจ หรือบริหารจัดการองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์เพื่อความยั่งยืน โดย สมาคมกาแฟไทย “ยกระดับอุตสาหกรรมกาแฟไทยทั้งระบบให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน” ผ่าน “โครงการพัฒนาคุณภาพผลผลิตพืชกาแฟของเกษตรกรต้นน้ำ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกาแฟไทยอย่างยั่งยืน ดำเนินโครงการฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีวัตถุดิบคุณภาพเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และยกระดับรายได้รวมของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต และสร้างความเชื่อมั่นของผลผลิตด้วยระบบมาตรฐานการผลิตและความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ เปิดประสบการณ์ผู้บริโภคได้สัมผัสกาแฟไทยคุณภาพเพื่อสร้างโอกาสให้กาแฟไทยก้าวสู่เวทีกาแฟโลก”

นอกจากนี้สาขาอย่างร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) ที่จากเดิมที่มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนตามศูนย์บริการน้ำมัน สู่การเป็นกาแฟแฟรนไชส์ที่มีมากกว่า 2,600 สาขาทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในปัจจุบัน ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) ได้ดำเนินงานร่วมกับ บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่แสวงผลกำไร และนารายได้ไปพัฒนาชุมชน และผู้ด้อยโอกาสต่าง ๆ โดยจะมุ่งเน้นสนับสนุน ส่งเสริมเกษตรกรให้ปลูกกาแฟและดูแลกาแฟในระบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และรับซื้อเมล็ดกาแฟส่งต่อร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) ทั้งนี้ ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) ยังดำเนิน “โครงการเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม” โดยเริ่มจากการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์แก้วเครื่องดื่มประเภทร้อน เป็น Bio-Degradable Cups ซึ่งเป็นแก้วที่ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ภายใน 180 วัน และมีการพัฒนาแก้ว Bio Cup แบบเย็นเพื่อการลดจำนวนขยะพลาสติก นอกจากนี้สมาชิกภาคีเครือข่ายอย่าง บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอย่างมุ่งมั่น ใส่ใจ ด้วยการคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตาม “นโยบายเพื่อความยั่งยืนของบริษัทฯ จากกระแสความใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลก” มีหลักการสู่แนวทางปฏิบัติเพื่อโลกของเราที่น้อยอยู่ ได้แก่ การใช้หลักการ “3Rs” บริษัทฯ วางแผนในการดำเนินโครงการ “ขวดนี้ไม่ใช่...เราขอนะ” ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน นำทรัพยากรที่ไม่ใช้แล้วมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์สูงสุดสู่สังคม เป็นต้น

2. การประเมินศักยภาพของธุรกิจร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่มีแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยต้องพิจารณาหรือประเมินศักยภาพ และความเหมาะสมในการดำเนินการของธุรกิจร้านค้ากาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ การประเมินความคุ้มค่าในการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการประเมินความคุ้มค่าและความสอดคล้องกับ

คุณภาพของวัตถุดิบ การประเมินกิจกรรมในการส่งเสริมผู้บริโภคให้มีพฤติกรรมในการบริโภคอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อการพิจารณาในการวางแผนในการดำเนินงาน การกำหนดนโยบายการบริหารจัดการธุรกิจควบคู่กับการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การวางแผนเพื่อการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่มีการวางแผนเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมต่อบริบทของแต่ละร้าน เนื่องจากวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การประเมินศักยภาพของธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อวางแผนในการดำเนินธุรกิจอย่างมีระบบสร้างประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อม สังคม และต่อตัวธุรกิจเอง หรือ “การวางแผนเพื่อพิจารณาผลตอบแทน ความคุ้มค่าในการดำเนินการ” อาทิ การมีนโยบายต่อพนักงานใช้หลักการ “3Rs” Reduce คือ การลดการใช้ การใช้น้อยเท่าที่จำเป็น หรือการลดสร้างของเสีย Reuse คือ การใช้ซ้ำหลาย ๆ ครั้ง เพื่อยืดอายุการใช้งานและใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น และสุดท้ายคัดแยกประเภทของเสียที่สามารถนำไป Recycle ได้เข้าสู่ระบบ ทั้งนี้ นอกจากจะช่วยลดปริมาณขยะที่ถูกกำจัดยังเป็นการปลูกฝังการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าต่อพนักงานให้ดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและประหยัดต้นทุนการจัดซื้อที่ไม่จำเป็น การดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น “โครงการขวดน้ำไม่ใช้ เราชนะ” โดยบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เป็นแนวทางในการรวบรวมขวดพลาสติกใส สร้างมูลค่าเพิ่มให้ทรัพยากรที่ไม่ใช้แล้วเกิดประโยชน์สูงสุดเป็นสื่อพนักงาน ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน การส่งเสริมเกษตรกรไทยโดย ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) ที่ใช้เมล็ดกาแฟคุณภาพจากเกษตรกรไทย โดยการฝึกอบรมและตรวจสอบคุณภาพ เพื่อคงมาตรฐานของกาแฟอเมซอนให้มีคุณภาพ และนอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SME ท้องถิ่น สามารถนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามาจำหน่ายในร้านกาแฟสาขาใกล้เคียงได้ สู่การสร้างงาน สร้างคน สร้างอาชีพต่อประชาชนในชุมชนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นต้น

การเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1. การเปิดรับองค์ความรู้ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลมีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจจากการศึกษาข้อมูลก่อนการดำเนินการเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพของธุรกิจต่อการพัฒนาศักยภาพในเรื่องความเหมาะสม ความคุ้มค่า หรือเพื่อพิจารณาความเสี่ยงต่าง ๆ การเปิดรับองค์ความรู้ใหม่ ๆ หรือการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ เช่น การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การศึกษาแนวทางในการคัดแยกประเภทพลาสติก การใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าสูงสุดต่อทรัพยากรต่าง ๆ หรือแนวทางในการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมร่วมกับการยกระดับการให้บริการที่สามารถสร้างความประทับใจต่อผู้บริโภค เป็นต้น

2. การสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจในความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลจะประเมินศักยภาพของธุรกิจ จึงทราบถึงแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจในความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน (Café Amazon) จะมีอัตลักษณ์ของธุรกิจในการออกแบบร้านที่ความรู้สึกปลอดภัยและอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ในขณะที่ร้านกาแฟบางรายจะมีอัตลักษณ์ของธุรกิจในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามหรือสะดุดตา ดังร้านกาแฟละวีตา (LAVITA) ได้เล็งเห็นความสำคัญในด้านการรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อมเลือกใช้วัสดุ เช่น แก้ว หรือถุงพลาสติก ที่เป็นถุงย่อยสลายง่าย และสำหรับลูกค้าที่นำแก้วมาเอง จะได้รับแต้มสะสมในการรับบริการอาหารเครื่องดื่ม โดยมีอัตลักษณ์ของร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เน้นบรรจุภัณฑ์ (Packaging) กาแฟและหลอดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการสร้างภาพจำให้ลูกค้าด้วยการแต่งร้านให้เหมาะกับบริบท หรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ หรือบางรายมีอัตลักษณ์ของธุรกิจที่จำเพาะในการให้บริการเมนูประจำร้านที่มีรสชาติเฉพาะ

ร้านดังกล่าวจะสามารถทำได้ เช่น ร้านกาแฟแลนด์ฮอส เบเกอร์รี่ (Landhaus bakery) จะมีเอกลักษณ์ในการให้บริการ เครื่องดื่ม อาหาร และเบเกอรี่ ในสไตล์เยอรมันแบบดั้งเดิม เป็นต้น

3. การมีจุดแข็งร่วมกับการให้บริการของธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยต้องประเมินจุดแข็งของธุรกิจในการให้บริการของธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่สามารถรักษาคุณภาพของวัตถุดิบและการให้บริการที่มีมาตรฐานต่อความเชื่อถือของผู้บริโภค

นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติในการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมว่าการดำเนินการพัฒนาการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “สามารถลดต้นทุน” ของธุรกิจได้หากมีแนวทางที่รัดกุม เช่น การลดต้นทุนในการจัดซื้อถุงพลาสติก การลดต้นทุนในการให้บริการหลอดพลาสติกและปรับเปลี่ยนเป็นการให้บริการฝาแบบยกดื่ม เป็นต้น

แนวทางในการขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1. การสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าแนวทางในการขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะต้องพิจารณา แนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อร้านกาแฟทั่วไปเพื่อการเข้าถึงการร่วมมือที่ขยายวงกว้างขึ้น อาทิ การมีมาตรการในการกำหนดราคาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือหากให้ความร่วมมือเข้าร่วมโครงการฯ จะสามารถเพิ่มยอดขายได้ของธุรกิจได้

2. การเข้าถึงองค์ความรู้ในความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลแนวทางในการขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ควรพิจารณาช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึงข้อมูล องค์ความรู้หรือแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมว่าหากเข้าร่วมจะต้องดำเนินการอย่างไรบ้างและผลประโยชน์ที่จะได้รับหากเข้าร่วมโครงการฯ

3. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าการดำเนินธุรกิจของแต่ละร้านจะมีอัตลักษณ์ จุดแข็ง และข้อจำกัดที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีต้นทุนการผลิตและงบประมาณในการใช้จ่ายทางธุรกิจ การเข้าร่วมโครงการฯ จะต้องกำหนดประเด็นที่หลีกเลี่ยงการเพิ่มภาระต่อผู้ประกอบการ ดังนั้นการขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ การมีมาตรการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจสำหรับร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านการลดหย่อนภาษี หรือการสนับสนุนธุรกิจผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ ด้วยการประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟให้ขยายโอกาสด้านการตลาดต่อผู้ประกอบการ

ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1. ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนาร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าด้วยข้อจำกัดด้านศักยภาพของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันจะเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจได้ เช่น งบประมาณในการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ข้อจำกัดในด้านสถานที่ เป็นต้น ดังนั้นควรพิจารณาแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มีแนวทางที่เปิดโอกาสให้ร้านกาแฟทั่วไปที่มีข้อจำกัดที่แตกต่างกันสามารถเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ด้วย

2. การเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาชิกภาคีเครือข่ายนำร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าปัจจุบันมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงควรพิจารณาการประชาสัมพันธ์โครงการอย่างทั่วถึง การขยายช่องทางการเข้าถึงองค์ความรู้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. การสร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายนำร่องโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการร่วมมือเพื่อปรับโครงสร้างสำหรับการปรับตัวในการขับเคลื่อนธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การให้ความร่วมมือในการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการต่อรอง หรือข้อได้เปรียบในการปรับราคาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2. การปรับข้อจำกัดให้เป็นโอกาสหรือจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ การส่งเสริมการเรียนรู้ความเข้าใจต่อผู้ประกอบการในการลดต้นทุนด้านพลังงานจากการอนุรักษ์พลังงานที่ให้บริการจากร้านกาแฟ การลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการนำภาชนะบรรจุเครื่องดื่มเพื่อสะสมแต้ม เป็นต้น

แนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ผ่านการบูรณาการองค์ความรู้จากถอดบทเรียน การสัมภาษณ์ และการระดมความคิดเห็นจากสมาชิกภาคีเครือข่ายและผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องสู่การจัดทำคู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และ การขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” สำหรับผู้ประกอบการ แบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย แนวทางส่งเสริมศักยภาพการบริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามหลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และแนวทางการยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยเกณฑ์การขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” ให้สามารถเป็นแนวทางหรือหลักเกณฑ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ให้สามารถขยายภาคีเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างครอบคลุมผู้ประกอบการร้านกาแฟทั่วประเทศ ที่ผ่านการวิพากษ์และประเมินผล โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยหลักเกณฑ์มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1 – 2

ตารางที่ 1 แสดงหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop)

หัวข้อ/ GREEN	ข้อกำหนด
Green 1 (G1)	นโยบาย วิสัยทัศน์ในการประกอบกิจการ หรือความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green 2 (G2)	การจัดการขยะพลาสติกและขยะมูลฝอย ด้วยหลัก 3Rs มุ่งสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
G2.1	การลดปริมาณขยะ (Reduce)
G2.2	การนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse)
G2.3	การรวบรวมขยะหรือวัสดุที่ใช้แล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการ Recycle หรือ Upcycle Waste หรือการนำส่งตามจุด Drop off ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของขยะหรือวัสดุที่ใช้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่า
Green 3 (G3)	การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
G3.1	การจัดกิจกรรม การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อม หรือการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค
G3.2	ความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย องค์กร หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม
G3.3	การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เพื่อกำหนดทิศทางข้อกำหนดและหลักเกณฑ์การเข้าร่วมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจร้านกาแฟอย่างเป็นระบบและเป็นหลักปฏิบัติสำหรับส่งเสริมศักยภาพและยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ผู้ธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ร่วมกับผู้บริโภค ในมิติการผลิต การบริการ และการบริโภควิถีใหม่ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการให้บริการ การบริโภค ลดปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และเตรียมความพร้อมสู่มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ข้อกำหนด มีรายละเอียดดังนี้

หัวข้อ GREEN 1 (G1) นโยบาย วิสัยทัศน์ในการประกอบกิจการ หรือความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ หัวข้อในการแสดงเจตนารมณ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ หรือผู้บริหาร มีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ในการประกอบกิจการ หรือมีความมุ่งมั่นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากความเหมาะสมกับบริบทความพร้อมและศักยภาพ โดยที่แสดงถึงวิสัยทัศน์ ความมุ่งมั่นตั้งใจ และหลักการในการดำเนินการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยรวม ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อปฏิบัติตามข้อกำหนดการเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) อาทิ การมีนโยบายในการลดปริมาณขยะ และการจัดการอย่างเหมาะสม การมีกิจกรรม การบริการ หรือการมีส่วนร่วมกับลูกค้า เป็นต้น

หัวข้อ GREEN 2 (G2) การจัดการขยะพลาสติกและขยะมูลฝอย ด้วยหลัก 3Rs มุ่งสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือ หัวข้อแสดงหลักปฏิบัติของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟอย่างมีแนวทางการจัดการขยะพลาสติก การจัดการขยะมูลฝอย หรือการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายในร้าน โดยธุรกิจร้านกาแฟมีการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการลด ละ เลิก หรือมีกระบวนการเก็บกลับวัสดุแล้ว การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์จากพลาสติก เช่น การเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ มีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมการลดการบริการถุงหิ้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-use plastic) ต่อผู้บริโภค หรือการส่งเสริมวัสดุทดแทน เป็นต้น ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) ด้วยหลักการ 3Rs ดังนี้

(G2.1) การลดปริมาณขยะ (Reduce) ด้วยการลดปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Reduce) เช่น หลอดพลาสติก แก้วพลาสติก การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพืช และ/หรือ บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ตามชีวภาพตามมาตรฐาน มอก. 17088, EN13432, หรือ ASTM D6400 หรือ EN13432 อาทิ หลอดพลาสติกชีวภาพ หรือแก้วกระดาษเคลือบพลาสติกชีวภาพ หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ใช้ซ้ำได้ภายในร้าน และการลดปริมาณขยะอาหาร (Reduce food waste) การลดปริมาณขยะเปียกด้วยการคัดแยกขยะเปียก เช่น น้ำแข็ง เศษอาหาร ออกจากขยะอื่น ๆ หรือการดำเนินการอื่นที่สามารถแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

(G2.2) การนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยมีกระบวนการเก็บกลับวัสดุแล้ว ผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ หรือบรรจุภัณฑ์ภายในร้านกาแฟ หรือขยะที่เกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ รวบรวมนำขยะดังกล่าวกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

(G2.3) การรวบรวมขยะหรือวัสดุแล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการ Recycle หรือ Upcycle Waste ด้วยการรวบรวมขยะหรือวัสดุแล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการ Recycle หรือ Upcycle Waste หรือการนำส่งตามจุด Drop off ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของวัสดุที่ใช้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่า หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy)

หัวข้อ GREEN 3 (G3) การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมิติการผลิตการบริการ และการบริโภควิถีใหม่ ดังนี้

(G3.1) การจัดกิจกรรม การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อม หรือการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคที่กำหนดเพื่อส่งเสริมให้ร้านกาแฟมีการดำเนินการจัดกิจกรรม การสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์การดำเนินธุรกิจในด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือกับผู้บริโภคทราบถึงการดำเนินธุรกิจวิถีใหม่ ในมิติการผลิต การบริการ และการบริโภควิถีใหม่ที่ตรงกัน รวมถึงการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค หรือผู้บริโภค

(G3.2) ความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย องค์กร หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่ส่งเสริมให้ร้านกาแฟมีการดำเนินงาน หรือมีความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมกับภาคีเครือข่าย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม

(G3.3) การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำหนดเพื่อให้ร้านกาแฟมีการบริการที่ลดการก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ ขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรและพลังงานในช่วงให้บริการ และการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ “น้อยกว่า” เมื่อเทียบกับการให้บริการอื่นที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน การใช้ผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงาน การจัดการสภาพแวดล้อมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการบริการอื่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2 แสดงหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนขอรับรองเครื่องหมาย ECO PLUS COFFEE SHOP

หัวข้อ/ ECO+	ข้อกำหนด
ECO Plus+ 1	การรักษามาตรฐานและคุณภาพการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ECO Plus+ 2	การสนับสนุนกระบวนการผลิตวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
ECO Plus+ 3	การจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้าน Indoor & Outdoor Environment
ECO Plus+ 4	การจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของร้านกาแฟ
ECO Plus+ 5	การอนุรักษ์น้ำและพลังงาน
ECO Plus+ 6	การจัดการของเสีย เช่น น้ำเสีย ขยะ เป็นต้น
ECO Plus+ 7	การลดปริมาณขยะ (Reduce)
ECO Plus+ 8	การนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse)
ECO Plus+ 9	การรวบรวมขยะหรือวัสดุใช้แล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการ Recycle หรือ Upcycle Waste หรือการนำส่งตามจุด Drop off ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของขยะหรือวัสดุที่ใช้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์

ตารางที่ 2 ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนขอรับรองเครื่องหมาย ECO PLUS COFFEE SHOP ให้ผู้ประกอบการสามารถแสดงคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง (Self-Declared Environmental Claims) มุ่งเป้าในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมขอขึ้นทะเบียนรับรองเครื่องหมายร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด ตอบโจทย์ความนิยมผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงตอบสนองต่อนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม ในการเพิ่มจำนวนผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในฐานะข้อมูลการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

P1 เป็นข้อกำหนดเพื่อให้ร้านค้าแฟแสดงแนวทางการรักษามาตรฐานและคุณภาพการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และแนวทางการปฏิบัติ ในการรักษามาตรฐานการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการเก็บข้อมูล ติดตาม และประเมินผล เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

P2 เป็นข้อกำหนดเพื่อแสดงแนวทางในการสนับสนุนกระบวนการผลิตวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น อาทิ การคัดเลือกใช้วัตถุดิบจากเกษตรกร หรือฟาร์มที่ผลิตวัตถุดิบผ่านกระบวนการการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือกระบวนการเกษตรอินทรีย์

P3 เป็นข้อกำหนดเพื่อแสดงแนวทางในการจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้าน Indoor & Outdoor Environment ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(P3.1) อากาศในร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยภายในร้านค้าแฟที่มีมลพิษเจือปนอยู่ในระยะเวลาที่นานจะก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของพนักงาน และผู้บริโภค หรือต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณนั้น ๆ มลพิษที่เจือปนเหล่านั้น เช่น ฝุ่นละออง ไรฝุ่น เชื้อแบคทีเรีย คาร์บอนหรือ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงการปรับปรุงร้านค้าแฟ เช่น การทาสี การเจาะผนัง เป็นต้น และแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศบริเวณรอบนอกร้านค้าแฟ ดังนั้น ร้านค้าแฟจะต้องมีการจัดการสภาพอากาศภายในร้านให้มีสภาพอากาศที่ถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้พนักงาน และผู้บริโภคอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เกิดความสบายใจในการให้บริการที่มีสุขภาพอนามัยที่ดี

(P3.2) แสงในร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยร้านค้าแฟมีการจัดการให้แสงในร้านสว่างเพียงพอต่อการให้บริการ ตามความเหมาะสมของกิจกรรม เช่น กิจกรรมที่ต้องใช้ความละเอียดระดับความเข้มแสงควรเพิ่มขึ้น พื้นที่ให้บริการที่สามารถนั่งอ่านหนังสือ หรือทำงานควรพิจารณาการใช้แสงสว่างที่ทั่วถึง เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการทำความสะอาดหลอดไฟ รวมถึงการทำความสะอาดแสงสะท้อนแสงอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากอาจจะมีฝุ่นจับทำให้ความสว่างลดลง และทำให้สายตาเสื่อมสภาพได้

(P3.3) เสียงในร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยร้านค้าแฟมีการจัดการให้มีสภาวะเรื่องเสียงในร้านให้เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเสียงที่เกิดจากกิจกรรมให้บริการ เสียงที่เกิดจากการปรับปรุงร้านค้าแฟ รวมไปถึงเสียงจากภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อร้านค้าแฟได้ หากร่างกายได้รับเสียงดังมากเกินไปจนเกิดอาการปวดหู และอยู่ในรูปแบบหรือเวลาที่ ไม่เหมาะสมจะส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจ เช่น การทำลายอวัยวะรับการได้ยิน การทำให้เกิดความรำคาญ ขาดสมาธิ โรคเครียด หรืออาจเป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุ หรือโรคร้ายต่าง ๆ

(P3.4) สุขลักษณะอันพึงประสงค์ของร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยร้านค้าแฟมีการจัดการสภาพแวดล้อมให้สุขลักษณะอันพึงประสงค์ การจัดการสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่ดีและเหมาะสม เช่น การควบคุมสัตว์พาหนะนำเชื้อ (เช่น แมลงวัน หนู นก แมลงสาบ) อนามัยสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(P3.5) การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยร้านค้าแฟมีแนวทางในการพัฒนาพื้นที่สีเขียว เช่น การเพิ่มการปลูกพืชพรรณ เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวช่วยลดอุณหภูมิเข้าสู่ร้านและดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศแล้ว ยังสามารถดึงดูดภาพลักษณ์และบรรยากาศภายในร้านให้มีความสวยงาม

P4 เป็นข้อกำหนดในการแสดงแนวทางในการจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของร้านค้าแฟ เนื่องจากธุรกิจร้านค้าแฟเป็นธุรกิจมีแนวทางจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูกเมล็ดกาแฟ การขนส่งวัตถุดิบ ไปจนถึงกระบวนการในการให้บริการถึงมือผู้บริโภคและการจัดการของเสียที่เกิดขึ้น ดังนั้นร้านค้าแฟจะต้องดำเนินการเพื่อลด หรือชดเชยการปล่อยคาร์บอนของธุรกิจ เพื่อเป็นคาร์บอนเครดิต (Carbon credit) โดยธุรกิจร้านค้าแฟที่มีการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของร้าน หรือ มีมาตรการ หรือแนวปฏิบัติเพื่อบริหารจัดการ ก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งปล่อยที่สำคัญให้ลดลง เช่น มาตรการการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะของร้าน มาตรการสำหรับ

การใช้ก๊าซหุงต้ม มาตรการของการใช้สารทำความเย็น มาตรการด้านการใช้ไฟฟ้า มาตรการในการเลือกใช้วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ มาตรการด้านการขนส่งวัตถุดิบ มาตรการด้านการจัดการขยะและของเสียต่าง ๆ ตลอดจนการดำเนินการลดเขยคาร์บอนให้กับคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของร้านกาแฟ

P5 เป็นข้อกำหนดในการแสดงแนวทางในการอนุรักษ์น้ำและพลังงาน เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงานในการอุปโภค บริโภคและให้บริการ เช่น ระบบสุขาภิบาล การใช้ทรัพยากรน้ำในการทำความสะดวกต่าง ๆ การใช้ระบบปรับอากาศ การใช้ระบบแสงสว่าง และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ภายในร้านกาแฟ ดังนั้น ร้านกาแฟมีแนวทางกำหนดมาตรการในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้น้ำที่ผ่านการใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ การบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า การกำหนดเวลาเปิด - ปิด ไปจนถึงการเลือกใช้พลังงานสะอาด เช่น การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

P6 เป็นข้อกำหนดในการแสดงแนวทางในการจัดการของเสีย โดยร้านกาแฟจะต้องมีแนวทางในการจัดการขยะ ของเสีย และน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมอย่างเหมาะสมที่สุด ซึ่งแนวทางการจัดการขยะ ของเสีย และน้ำเสีย ได้แก่ การคัดแยกขยะตามหลัก 3 Rs การนำกลับมาใช้ซ้ำ อาทิ การใช้ประโยชน์จากกากชาและกาแฟ การเลือกใช้น้ำยาทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย การคัดแยกขยะอินทรีย์ออกจากขยะชนิดอื่น ๆ และนำไปจัดการให้ถูกต้องเหมาะสม เช่น การนำไปแปรรูปเป็นปุ๋ยหมัก หรือ Biogas เป็นต้น นอกจากนี้ ร้านกาแฟจะต้องการดูแลและตรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง

P7 เป็นข้อกำหนดในการแสดงแนวทางในการลดปริมาณขยะ (Reduce) โดยร้านกาแฟจะต้องมีแนวทางในการลดปริมาณขยะ (Reduce) จากการให้บริการในธุรกิจ อาทิ การลดปริมาณขยะจากบรรจุภัณฑ์โดยใช้ผลิตภัณฑ์แบบเติม (Refill) การจัดกิจกรรมโปรโมชันให้ลูกค้าในการนำภาชนะบรรจุเครื่องดื่ม เพื่อลดปริมาณขยะจากบรรจุภัณฑ์ การนำขยะจากเศษอาหารไปแปรรูปเป็นปุ๋ยหมักเพื่อลดปริมาณขยะอินทรีย์ เป็นต้น

P8 เป็นข้อกำหนดในการแสดงแนวทางในการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse) โดยร้านกาแฟจะต้องมีแนวทางในการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse) จากการให้บริการในธุรกิจ อาทิ การซ่อมแซมวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อไม่ทิ้งเป็นขยะ การใช้กระดาษโน้ตทั้ง 2 หน้า การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ เช่น ภาชนะบรรจุอาหารแบบใช้ซ้ำได้ การใช้ถ่านไฟฉายแบบชาร์ตได้ เป็นต้น

P9 เป็นข้อกำหนดในการแสดงแนวทางในการรวบรวมขยะหรือวัสดุใช้แล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการ Recycle หรือ Upcycle Waste หรือการนำส่งตามจุด Drop off ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของขยะหรือวัสดุที่ใช้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่า โดยร้านกาแฟจะต้องมีแนวทางในการรวบรวมขยะหรือวัสดุใช้แล้ว นำกลับเข้าสู่กระบวนการ Recycle หรือ Upcycle Waste หรือการนำส่งตามจุด Drop off ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของวัสดุที่ใช้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่า หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy)

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่าน ได้พิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ในคู่มือ และประเมินร่วมกันว่า คู่มือ ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และ การขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” จะเป็นแนวทางส่งเสริมศักยภาพและยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟทั่วประเทศ ให้สามารถดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ร่วมกับผู้บริโภค ในมิติการผลิต การบริการ และการบริโภควิถีใหม่ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการให้บริการ การบริโภค ลดปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง สู่การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างโอกาสทางการตลาด ตอบโจทย์ความนิยมผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงตอบสนองนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในการเพิ่มจำนวนผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในฐานะข้อมูล

การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย โดยมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าคู่มือมีเนื้อหาที่ค่อนข้างครอบคลุม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการให้บริการของร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการขยายขอบเขตของข้อกำหนดทั้งสำหรับการเข้าร่วมโครงการร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” ให้มีความชัดเจนและเป็นแนวทางหลักปฏิบัติต่อผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นในประเด็นการกำหนดคุณสมบัติผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟฟ ว่ามีความเหมาะสมที่กำหนดให้ผู้ประกอบการร้านค้าแฟฟทั่วไปที่มีทะเบียนการค้าอยู่ถูกต้องตามกฎหมาย และดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสรายอื่น ๆ ทั่วประเทศ สามารถเข้าร่วมโครงการได้ ซึ่งมีข้อเสนอแนะให้พิจารณาผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่มีคุณสมบัติเท่าผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งคู่มือจะต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อการจัดการด้านการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างทั่วถึงทั้งประเทศอีกด้วย

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จ แรงจูงใจ และข้อจำกัดต่อการขยายภาคีเครือข่ายโครงการฯ ควรมีการทดลองการใช้โดยให้ผู้ประกอบการภาคีเครือข่ายนำร่องปฏิบัติตามคู่มือฯ เพื่อเป็นการนำร่องและสร้างแรงจูงใจในการขับเคลื่อนโครงการร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ควรพิจารณาแนวทางในการขับเคลื่อนโครงการฯ ที่หลากหลาย อาทิ การประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการฯ ทางสื่อโซเชียลต่าง ๆ การรณรงค์ให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักและเกิดค่านิยมการบริโภคอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การมีมาตรการจูงใจอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการดำเนินการของร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากการสัมภาษณ์ การประชุมระดมความคิดเห็น และถอดบทเรียนจากสมาชิกภาคีเครือข่ายนำร่องโครงการร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 32 ราย ซึ่งล้วนเป็นภาคีเครือข่ายภาคเอกชนที่มีศักยภาพในการนำร่องสู่การสร้างแรงขับเคลื่อนต่อผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ซึ่งจากผลการศึกษาพบประเด็นสำคัญในการมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าแฟฟภาคีเครือข่ายที่มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มแข็ง ตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย นโยบายในการดำเนินธุรกิจ การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารจัดการทรัพยากร การบริหารจัดการพนักงานหรือบุคลากร ไปจนถึงการพิจารณาใช้วัตถุดิบที่มีกระบวนการในการผลิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากเพื่อการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้คุ้มค่าที่สุดแล้วยังเป็นผลดีต่อการดำเนินธุรกิจด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถลดต้นทุนในรายการที่ใช้ทรัพยากร หรือพลังงานที่เกินความจำเป็น สู่การให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาของ Thasriphu (2011) พบว่า การดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดธุรกิจสีเขียวให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปใช้กับห่วงโซ่การผลิตขององค์กร ตั้งแต่การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารจัดการพนักงาน ไปจนถึงการพิจารณาการใช้วัตถุดิบ และการดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถนำไปใช้กับธุรกิจได้ทุกประเภท โดยผู้ประกอบการสมาชิกภาคีเครือข่ายได้ให้ความสำคัญกับการพิจารณา หรือประเมินศักยภาพ และความเหมาะสมในการดำเนินการของธุรกิจร้านค้าแฟฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ การประเมินความคุ้มค่าในการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการประเมินความคุ้มค่าและความสอดคล้องกับคุณภาพของวัตถุดิบ เพื่อการพิจารณาในการวางแผนในการดำเนินงาน

การกำหนดนโยบายการบริหารจัดการธุรกิจ ควบคู่กับการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Hellweg & Canals (2014) ที่กล่าวว่า การประเมินกิจกรรมในการส่งเสริมผู้บริโภคให้มีพฤติกรรมในการบริโภคอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การประเมิน Life Cycle Assessment (LCA) เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการส่งเสริมการรับรู้และการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมในการผลิตกาแฟ สมาชิกภาคีเครือข่ายให้

ความสำคัญกับกระบวนการในการวางแผน การดำเนินธุรกิจที่รองรับมาตรฐานการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการวางแผนธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐานของกลุ่มผลิตกาแฟ Rainforest Alliance ในประเทศสหรัฐอเมริกาจะต้องผ่านกระบวนการในการประเมินผลกระทบและสภาพความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมและอากาศในท้องถิ่นก่อนที่จะออกแบบหรือวางแผนการดำเนินงานให้เหมาะสม สำหรับแต่ละไร่กาแฟ (Rainforest Alliance, 2021) การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความคุ้มค่าและยั่งยืน กระบวนการในเกษตรกรรมการผลิตเมล็ดกาแฟ รองรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Centre for the promotion of imports from developing countries, 2021) ผู้ประกอบการสมาชิกภาคีเครือข่ายให้ความสำคัญกับการเปิดรับองค์ความรู้ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตควบคู่กับความยั่งยืน

ดังนั้น การศึกษาข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟ และเพื่อประยุกต์องค์ความรู้ในการประกอบการประเมินศักยภาพของธุรกิจต่อการพัฒนาศักยภาพในเรื่องความเหมาะสม ความคุ้มค่า หรือเพื่อพิจารณาความเสี่ยงต่าง ๆ จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้นำไปสู่การยกระดับการให้บริการที่สามารถสร้างความประทับใจต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับหลักการในการสร้างมาตรฐาน Rainforest Alliance Certified ที่ผลักดันให้เกษตรกรผู้ผลิตเมล็ดกาแฟเกิดการเรียนรู้ สู้การปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนและเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อม (Rainforest Alliance, 2021) สมาชิกภาคีเครือข่ายมีความคาดหวังร่วมกันคือ การสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจในความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยแต่ละร้านกาแฟจะดำเนินการได้อย่างครอบคลุมและเหมาะสมหลังจากผ่านการประเมินศักยภาพธุรกิจตนเอง จึงจะสามารถทราบถึงแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจในความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับการนำเสนอวิสัยทัศน์และอัตลักษณ์ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือแสดงคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง (Self-declared environmental claims) ในการขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE” นอกจากนี้ ผู้ประกอบการภาคีเครือข่ายมีทัศนคติและความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันในการใช้จุดแข็งร่วมกับการให้บริการของธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจของตนเอง โดยให้ความสำคัญในความสามารถรักษาคุณภาพของวัตถุดิบและการให้บริการที่มีมาตรฐานต่อความเชื่อถือของผู้บริโภค การสามารถลดต้นทุนในการจัดซื้อต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการลดต้นทุนในการให้บริการหลอดพลาสติกและปรับเปลี่ยนเป็นการให้บริการฝาแบบยกดื่ม เป็นต้น

โดยภาคีเครือข่ายเล็งเห็นกลไกสำคัญในการขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ การมีมาตรการในการกำหนดราคาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือหากให้ความร่วมมือเข้าร่วมโครงการฯ จะสามารถเพิ่มยอดขายได้ของธุรกิจได้ สอดคล้องกับ Chamnan (2019) ได้ทำการศึกษา การประเมินผลความร่วมมือนโยบาย “ทำดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” โดยการกำหนดราคาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติก ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับประเด็นการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (National Strategy Committee, 2018) แต่ควรคำนึงถึงข้อจำกัด “ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน” ในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจจะมีศักยภาพที่ต่างกันจะเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ เช่น งบประมาณในการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ข้อจำกัดในด้านสถานที่ เป็นต้น ดังนั้นควรพิจารณาแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มีแนวทางที่เปิดโอกาสให้ร้านกาแฟทั่วไปที่มีข้อจำกัดที่ต่างกันสามารถเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับประเด็นการสร้างโอกาสและ

ความเสมอภาคทางสังคมภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่นมาร่วมขับเคลื่อน การพัฒนาทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อม (National Strategy Committee, 2018) นอกจากนี้ควรเล็งเห็นความสำคัญของอุปสรรคใน “การเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ซึ่งยังเป็นข้อจำกัด จึงควรพิจารณาการประชาสัมพันธ์โครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างทั่วถึง

การพัฒนาคู่มือร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และการขอรับรองเครื่องหมาย “ECO PLUS COFFEE SHOP” พิจารณาในการส่งเสริมศักยภาพและยกระดับการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ร่วมกับผู้บริโภค ในมิติการผลิต การบริการ และการบริโภค วิถีใหม่ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการให้บริการ การบริโภคอย่างลดปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และเตรียมความพร้อมสู่มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับสากล ผ่านการบูรณาการหลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ร่วมกับการประยุกต์องค์ความรู้จากประเด็นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO14021: 1999 ผสมกับแนวคิดกลไกการสื่อสารเพื่อบ่งบอกความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมฉลากสิ่งแวดล้อม (ECO LABELLING) แก่ผู้บริโภครับทราบว่ามีผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่ได้รับนั้นมีคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกณฑ์การเข้าร่วมเป็นร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) และการรับรองเครื่องหมาย ECO PLUS COFFEE SHOP จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่า “ผู้ประกอบการร้านกาแฟ” ให้ความสำคัญและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งข้อกำหนดการเข้าร่วมประกอบด้วย แนวทางดำเนินการตามหลัก 3 Green และ 9 ECO Plus+ ทางเลือกในการเพิ่มคุณค่าความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้กลไกการขยายภาคเครือข่าย และการมีส่วนร่วมร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ที่ประกอบด้วย กลไกสนับสนุนการเข้าถึงองค์ความรู้ ที่ประกอบด้วย การใช้กลยุทธ์เพื่อการเข้าถึงองค์ความรู้ด้วยสื่อวีดิทัศน์ (Video) เพื่อลดข้อจำกัดต่อผู้ที่มีข้อจำกัดในด้านการอ่าน ซึ่งสื่อวีดิทัศน์ ยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลโดยตรง (Saikaew, 2019) และกลยุทธ์เพื่อการเข้าถึงองค์ความรู้ด้วยสื่อออนไลน์ (Social network) เนื่องจากเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ และข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันโซเชียลเน็ตเวิร์ก เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของประชาชนเป็นอย่างมาก เพื่อการเข้าถึงองค์ความรู้ด้วยสื่อออนไลน์ (Social network) ของโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ใช้เครื่องมือสำหรับการสร้างเว็บไซต์กูเกิล ไซต์ (Google sites) เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ผู้บริโภค และประชาชนทั่วไปได้สามารถเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ ผ่านสื่อออนไลน์ โดยประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงโครงการฯ ซึ่งมีองค์ประกอบตั้งแต่ความเป็นมาของโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) ข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการบริโภคเครื่องดื่มอย่างไม่คำนึงสิ่งแวดล้อม ช่องทางในการสมัครเข้าร่วมโครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green coffee shop) สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายสมาชิกภาคีเครือข่ายในปัจจุบัน ไปจนถึงการติดต่อเจ้าของโครงการโดยตรงกับกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับการวิจัย

การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐ ผ่านการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดความคล่องตัวต่อการดำเนิน

ธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยนโยบายที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1) นโยบายในการสนับสนุนผู้ผลิตเมล็ดกาแฟด้วยกรรมวิธียั่งยืน หรือการสนับสนุนเกษตรกรผู้ผลิตเมล็ดกาแฟออร์แกนิก (Organic)

2) นโยบายขับเคลื่อนการส่งเสริมพฤติกรรมผู้บริโภคให้มีการบริโภคอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่จะเป็นมาตรการสำคัญในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย และลดปริมาณขยะที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

3) นโยบายส่งเสริมการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการส่งเสริมการสนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4) นโยบายในการสนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ ธุรกิจที่สามารถลด ขาดเซย์ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้จะสามารถลดหย่อนการชำระภาษี จะเป็นแรงจูงใจความสำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟและธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความสนใจในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการเห็นผลประโยชน์ในการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคที่มีความตระหนักต่อผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

5) นโยบายส่งเสริมการสร้างความร่วมมือกันเป็นภาคีเครือข่ายในภาคอุตสาหกรรมกาแฟสู่ความยั่งยืน จะเป็นการสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการได้ในทุกภาคส่วนที่เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมกาแฟ สู่การพัฒนาแนวทางและมาตรการที่ยั่งยืนในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานกาแฟ ตั้งแต่การปลูก การแปรรูป ไปจนถึงการจำหน่าย เพื่อเป็นโอกาสในการยกระดับมาตรฐานธุรกิจกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยให้มีความน่าเชื่อถือและเพิ่มโอกาสทางการตลาดสู่ระดับสากล

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรพัฒนางานวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษาความเข้าใจและทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงการบริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

2) ควรพัฒนางานวิจัยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเชิงลึก อาทิ การลดการใช้พลาสติกหรือการเลือกใช้พลังงานทดแทน เพื่อประเมินประสิทธิภาพของมาตรการเหล่านี้ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

3) ควรพัฒนางานวิจัยด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ การสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น หรือผลกระทบต่อการสนับสนุนเกษตรกรที่ปลูกกาแฟแบบออร์แกนิก หรือการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นอื่น ๆ

4) ควรพัฒนางานวิจัยด้านนวัตกรรมที่นำมาใช้ในร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดทรัพยากร อาทิ ระบบการชงกาแฟที่ใช้พลังงานน้อยหรือการนำวัสดุที่รีไซเคิลได้มาใช้ในการรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5) ควรพัฒนางานวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมแนวทางด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคร้านค้าแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เน้นความยั่งยืนและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

References

- 4C Services GmbH. (2022). *The 4C Certification System*. Retrieved September 1, 2023, from <https://www.4c-services.org/process/certification-scopes/Bio-bean>.
- (2023). *Coffee Log™ coffee ground charcoal*. Retrieved September 1, 2023, from <https://www.bio-bean.com/>
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (2021). *CBI is the Centre for the Promotion of Imports*. Retrieved December 21, 2023, from <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/certified-coffee/market-potential>
- Chamnan, S. (2019). *Evaluation of the Ministry of Natural Resources and Environment's policy of "doing good deeds with care and reducing the use of plastic bags"*. Retrieved December 21, 2023, from: https://www.mpm.ru.ac.th/Documents/Article_MPM_18/25.pdf
- Department of Climate Change and Environment. (2023). *DCCE with NIDA to join forces with network partners to drive environmentally friendly coffee shops (Green coffee shop)*. Retrieved May 15, 2024, from <https://www.dcce.go.th/?p=54653>
- Ellen MacArthur Foundation. (2020). *Business of circular economy*. Retrieved September, 15 2023, from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/resources/business/overview>
- Fairtrade Labelling Organizations International. (2021). *Coffee*. Retrieved December 21, 2023, from <https://www.fairtrade.net/product/coffee>
- Food Intelligence Center Thailand. (2019). *Thailand Food Market Report January 2019*. Retrieved December 21, 2023, from https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/Rep_Cafe_15.01.62.pdf (in Thai)
- Greenpeace Thailand. (2021). *A Critique of the Roadmap for Plastic Waste Management (2018-2030)*. Retrieved December 21, 2023, from <https://www.greenpeace.org/static/planet4-thailand-stateless/2021/09/13b660f1-บทวิพากษ์-roadmap-การจัดการขยะพลาสติก.pdf>
- Hellweg, S., & Milà i Canals, L. (2014). Emerging approaches, challenges and opportunities in life cycle assessment. *Science*, 344(6188), 1109-1113. <https://doi.org/10.1126/science.1248361>
- Lacy, P., & Rutqvist, J. (2015). *Waste to wealth: The circular economy advantage*. Palgrave Macmillan. Retrieved September 15, 2023, from: <https://link.springer.com/book/10.1057/9781137530707>
- Ministry of Natural Resources and Environment. (2023). *Pyrolysis technology Changing Plastic Waste into Oil helps Reduce Pollution and Global Warming*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.mnre.go.th/th/news/detail/121075> (in Thai)
- National Strategy Committee. (2018) *National Strategy 2018 – 2037*. Retrieved September 15, 2023, from <http://library.nhrc.or.th/ulib/dublin.php?ID=10506>
- Nestlé Group. (2003). *AAA Sustainable Quality Program*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.nespresso.com/ncp/positive/th/th#!sustainability/aaa-sustainable-quality>
- Rainforest Alliance. (2021). *What's It Like to Work on a Rainforest Alliance Certified Coffee Farm? Six Migrant Workers Share Their Stories*. Retrieved September, 15 2023, from: <https://www.rainforest-alliance.org/in-the-field/whats-it-like-to-work-on-a-rainforest-alliance-certified-coffee-farm/>
- Saikaew, M. (2019). *Getting to know basic video media*. Retrieved September 14, 2023, from <http://kruthinkandan.net/home/images/dataktd/article/software/video/vedio-11.pdf>

- SCS Global Services. (2022). *Starbucks C.A.F.E. Practices*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.scsglobalservices.com/services/starbucks-cafe-practices>
- Tanungsanakul, K. (2017). *Sustainable Consumption and Production Mission to Save the World*. Retrieved September, 15 2023, from: <https://progreencenter.wordpress.com/2017/01/18/scp1/> (in Thai).
- Thai Plast Wood Company Limited. (2023). *The slatted wood product is made from rigid PVC foam mixed with coffee grounds*. Retrieved September 15, 2023, from <https://thaiplastwood.com/#>
- Thasriphu, T. (2011). *Guidelines for conducting business under the green business concept for small and medium sized enterprises*. Retrieved September 14, 2023, from http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF01/123_20190625_t_123.pdf. (in Thai).
- Tuntiwiwattanapun, N. (2019). Coffee grounds: From coffee cups to a circular economy concept for bioproducts. *Journal of Environment*, 23(1).
- UN Environment. (2018). *Single-Use Plastics: A Roadmap for Sustainability. United Nations Environment Programme*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.unenvironment.org/resources/report/single-use-plastics-roadmap-sustainability>
- United Nations Environment Programme. (2020). *GOAL 12: Sustainable consumption and production*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.unep.org/explore-topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-12>
- U.S. Department of Agriculture. (2004). *USDA Organic*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.usda.gov/topics/organic>
- Wei, M., Yang, X., Watson, P., Yang, F., & Liu, H. (2019). A cyclodextrin polymer membrane-based passive sampler for measuring triclocarban, triclosan and methyl triclosan in rivers. *Science of The Total Environment*, 648, 109-115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.08.151>
- YANKO DESIGN. (2023). *The heat-resistant cup product is made from biodegradable bioplastic and coffee grounds*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.yankodesign.com/2018/07/18/a-cup-for-coffee-made-from-coffee/>