

คู่มือสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่ ในการลดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว สำหรับการซื้อกลับบ้านและการส่งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร



คู่มือสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่
ในการลดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว
สำหรับการซื้อกลับและการสั่งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร

จัดพิมพ์โดย

คู่มือฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนจากโครงการส่งเสริมการใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อจัดการปัญหาขยะทะเล ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณโดยสหภาพยุโรป (EU) และกระทรวงเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาแห่งสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (BMZ) และดำเนินงานโดย องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ) และ Expertise France (EF)

เนื้อหาคู่มือฉบับนี้เป็นความรับผิดชอบของกรมควบคุมมลพิษแต่เพียงผู้เดียวและไม่ได้สะท้อนถึงมุมมองของ EU, BMZ, GIZ และ EF

ผู้พัฒนา

กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
บริษัท แอดแวนเทจ คอลชัลติง จำกัด

ของขอบคุณ

หน่วยงานภาครัฐ

สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร
กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
กรมประชาสัมพันธ์
สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์และรีไซเคิลเพื่อสิ่งแวดล้อม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
IVL SWEDISH ENVIRONMENTAL RESEARCH INSTITUTE

กลุ่มผู้ผลิตภาชนะบรรจุภัณฑ์

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
บริษัท ไบโอดีโอดี จำกัด
บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด
บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)
สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพไทย (TBIA)

กลุ่มร้านอาหาร/คาเฟ่

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
(Café Amazon)
บริษัท ซิกซ์บรูคส์ออฟฟี่กรุ๊ป จำกัด
บริษัท ชาไทยอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
บริษัท คินเนสท์ กรุ๊ป จำกัด
ร้าน Better Moon
ร้าน Rise Café
ร้าน มิ่งค์แจ๋วฮ้อน

กลุ่มผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery Platform)

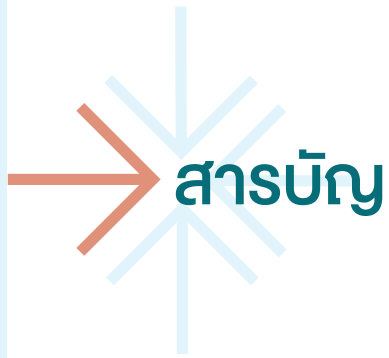
บริษัท ไลน์แมน (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท เวลล์กซ์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท เดลิเวอรี่ ฮีโร่ (ประเทศไทย) จำกัด
ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ตามสั่ง ตามส่ง

กลุ่มผู้บริโภค ตัวแทนกลุ่มผู้บริโภค

มูลนิธิเพื่อสิ่งแวดล้อมภูเก็ต
เครือข่าย Less Plastic Thailand
เครือข่าย I Love Asoke
เครือข่าย TactTakeAction
เครือข่าย The Green Thailand
เครือข่าย Good Food Loop
เครือข่าย คิดคิด
เครือข่าย Greenery.
เครือข่าย Submarine studio

กลุ่มผู้เก็บขยะ/กลุ่มผู้ประกอบการจัดเก็บขยะ

ผู้พัฒนาเพจลุงซาเล้งกับขยะที่หายไป
บริษัท พรศิริรีไซเคิล จำกัด
บริษัท สุราษฎร์จิรภัทร์ จำกัด
ร้านรับซื้อของเก่าธวัชรีไซเคิล
คุณลุงซาเล้ง สมาชิกวงษ์พามิซย์



คำนำ	4
1. สถานการณ์ขยะพลาสติกของประเทศไทย	5
2. วัฏจักรและการจัดการขยะพลาสติก	7
3. ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (CIRCULAR ECONOMY)	10
4. ตัวอย่างการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในประเทศไทย และต่างประเทศ	11
5. การแบ่งกลุ่มร้านอาหารและคาเฟ่เพื่อกำหนดแนวทาง การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว	14
6. แนวทางสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่ในการลดการใช้พลาสติก แบบใช้ครั้งเดียว	15
7. ประเภทของบรรจุภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และคาเฟ่	22
8. โครงการที่ร้านอาหารและคาเฟ่สามารถสร้างเครือข่าย ในการจัดการพลาสติกหลังการบริโภคได้	24
9. การประเมินทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่	28
10. แบบฟอร์มประเมินทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่	29



รูปแบบการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย กอปรกับมาตรการล็อกดาวน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทำให้การใช้บริการจัดส่งอาหาร (food delivery) รวมถึงการซื้ออาหารกลับบ้าน (takeaway) เพิ่มขึ้น สิ่งที่มาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือบรรจุภัณฑ์พลาสติกมหาศาล ที่ส่งผลให้ขยะพลาสติกเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์อาหาร โดยการจัดส่งอาหารแต่ละครั้งประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ก่อให้เกิดขยะพลาสติกมากถึง 5-10 ชิ้น ได้แก่ ถัง กล่องใส่อาหาร กล่อง/ซองแยกชนิดอาหาร ของเครื่องปรุงรส แก้ว/ฝาเครื่องดื่ม หลอด ตะเกียบ ช้อนและส้อม กระดาษทิชชู และบางครั้งก็มีของพลาสติกใส่อีกชั้น ซึ่งขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวที่ปนเปื้อนเศษอาหารสามารถจัดการได้ยากกว่าพลาสติกที่สะอาด และผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้มีการคัดแยกขยะที่ต้นทาง รวมถึงยังขาดระบบรองรับการจัดการขยะที่มีความพร้อม จึงทำให้ขยะพลาสติกส่วนใหญ่ไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกต้องและตกค้างปะปนอยู่ในระบบนิเวศ ซึ่งแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดคือการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวที่ต้นทาง ซึ่งร้านอาหารและคาเฟ่เป็นภาคส่วนที่สำคัญที่สุดที่จะร่วมขับเคลื่อนแนวทางดังกล่าว

การจัดทำคู่มือสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่ในการลดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวสำหรับการซื้อกลับบ้านและการส่งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร เป็นการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563– 2565) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการป้องกันและแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ (พ.ศ. 2559 – 2564) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการดำเนินงานตาม Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573 และเพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและคาเฟ่เกิดความเข้าใจและตระหนักถึงสถานการณ์ แนวคิด หลักการ และความสำคัญของการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวที่เหมาะสมกับแต่ละร้านต่อไป



สถานการณ์ขยะพลาสติกของประเทศไทย

ธุรกิจจัดส่งอาหาร (food delivery) มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่มีมาตรการล็อกดาวน์ไม่อนุญาตให้นั่งรับประทานอาหารที่ร้าน ทำให้การใช้บริการ food delivery รวมถึงการซื้ออาหารกลับบ้าน (takeaway) เพิ่มขึ้น สิ่งที่ตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ต้องใช้ในการบรรจุและขนส่งอาหารไปยังผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะใช้บริการ food delivery และการซื้ออาหารกลับบ้านมากขึ้น แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จะคลี่คลาย ส่งผลให้สัดส่วนขยะพลาสติกโดยรวมเพิ่มขึ้นในเกือบทุกเมือง โดยในเขตกรุงเทพมหานคร ขยะพลาสติกเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 60 ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์อาหาร โดยการจัดส่งอาหารแต่ละครั้งประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ก่อให้เกิดขยะพลาสติกไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นต่อการจัดส่งอาหารแต่ละครั้ง หรืออาหารบางประเภทอาจใช้พลาสติกมากถึง 10 ชิ้น ได้แก่ ถัง กล่องใส่อาหาร กล่อง/ซองแยกชนิดอาหาร ซองเครื่องปรุงรส แก้ว/ฝาเครื่องดื่ม หลอด ตะเกียบ ช้อนและส้อม กระดาษทิชชู และบางครั้งก็มีซองพลาสติกใส่อีกชั้น เป็นต้น



ดร.วิจารย์ สิมายา นุสริสสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2565, 5 พฤษภาคม). 'ผู้ดูแลเวอร์' ช่วงล็อกดาวน์โควิด ก่อขยะพลาสติกในเขตเมืองเพิ่มขึ้นเท่าตัว. https://www.tei.or.th/th/highlight_detail.php?event_id=64

ขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวที่ปนเปื้อนเศษอาหารสามารถจัดการได้ยากกว่าพลาสติกที่สะอาด และผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้มีการคัดแยกขยะที่ต้นทาง รวมถึงยังขาดระบบรองรับการจัดการขยะที่เป็นระบบในหลายพื้นที่ จึงทำให้ขยะพลาสติกส่วนใหญ่ไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกต้อง

ขยะบรรจุภัณฑ์ส่วนมากถูกนำไปกำจัดแบบฝังกลบที่ไม่ได้มาตรฐาน

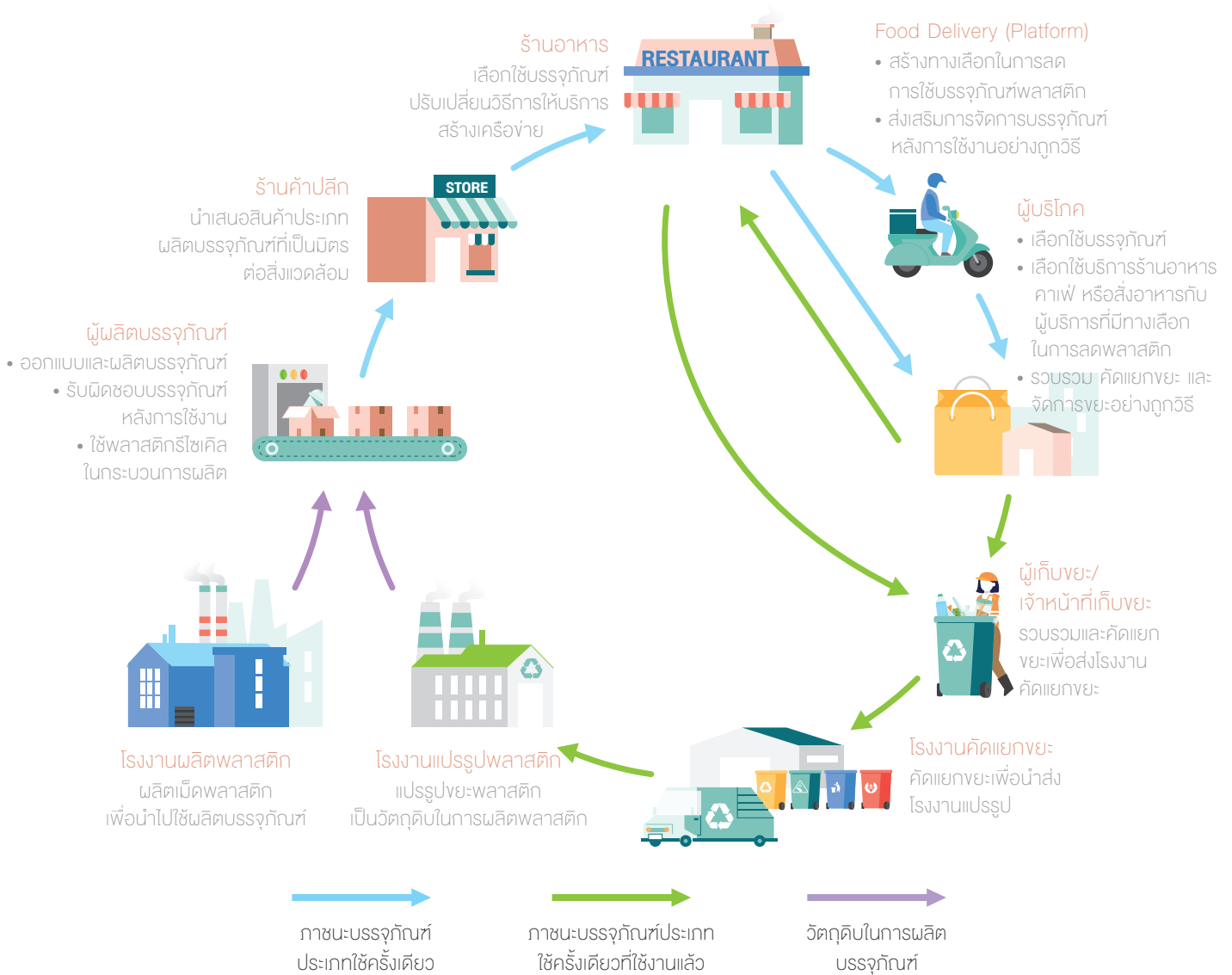


ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะไมโครพลาสติกที่จะตกค้างในดินและปะปนอยู่ในระบบนิเวศต่อไปหลายร้อยปี ดังนั้น ปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกจึงเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือในการแก้ไขปัญหา โดยแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดคือการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวที่ต้นทาง ซึ่งร้านอาหารและคาเฟ่เป็นภาคส่วนที่สำคัญที่สุดที่จะร่วมขับเคลื่อนแนวทางดังกล่าว

ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการลดและการจัดการขยะพลาสติก เช่น แผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 – 2565) ภายใต้ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561 – 2573 และได้ร่วมลงนาม MOU กับผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ในการกำหนดมาตรการจัดการขยะพลาสติกจากบริการ food delivery เพื่อผลักดันให้มีการลด เลิกใช้ พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในบริการ food delivery และใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทดแทน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ระดับโลก และแผนระดับชาติ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ

2 วัฏจักรและการจัดการขยะพลาสติก

การเดินทางของพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว สำหรับการซื้อกลับและการส่งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร (food delivery platform)



บรรจุภัณฑ์ คือ บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยลดการใช้พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียว และลดปัญหาขยะพลาสติก

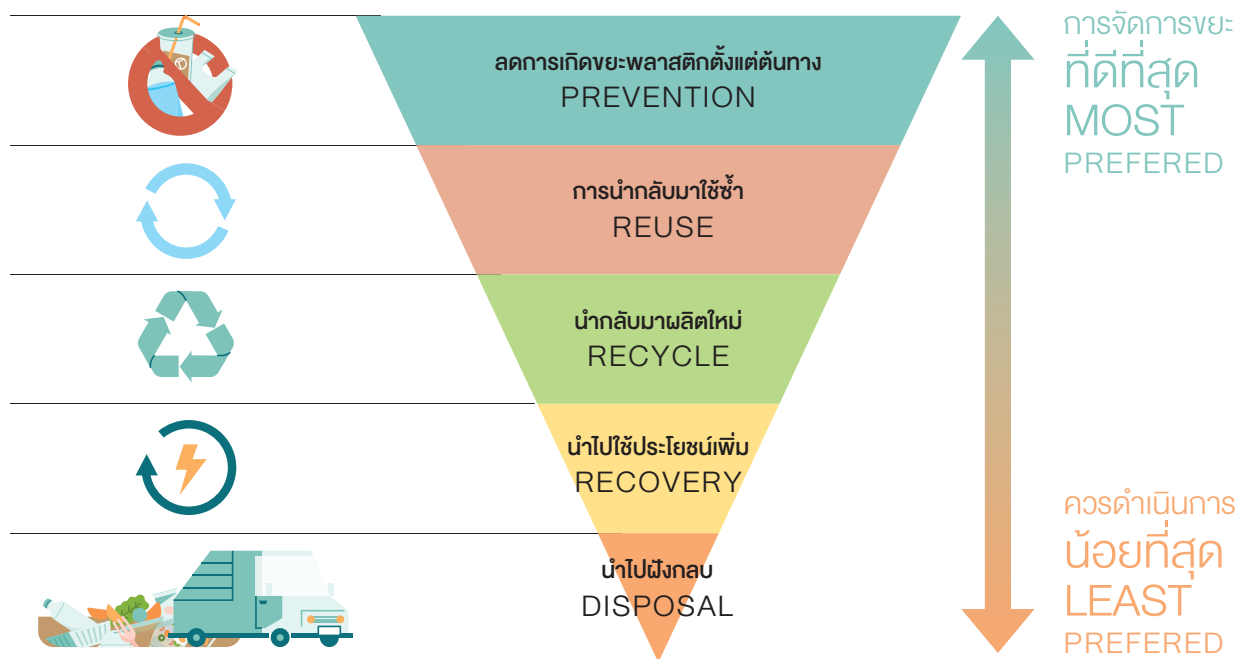
รูปที่ 1 การเดินทางของขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

ตามที่แสดงในรูปที่ 1 วัฏจักรชีวิตของบรรจุภัณฑ์พลาสติกเริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการการผลิตเม็ดพลาสติก การขึ้นรูปพลาสติกเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การใช้งานโดยร้านอาหารและคาเฟ่ โดยมีผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร (food delivery platform) เป็นคนกลางในการส่งอาหารจากร้านไปยังผู้บริโภค หลังจากบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ทำหน้าที่เพียงไม่กี่ชั่วโมงก็จะถูกนำไปจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ซ้ำ การรีไซเคิล หรือการกำจัด โดยต้องมีการกำกับดูแลให้แต่ละกระบวนการเป็นไปตามกฎหมายหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศหรือท้องถิ่น ซึ่งจะเห็นได้ว่าร้านอาหารและคาเฟ่มีส่วนสำคัญอย่างมากในวัฏจักรของบรรจุภัณฑ์พลาสติก เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งผู้ผลิต ร้านค้าปลีก ผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร และผู้บริโภค นอกจากนี้ ร้านอาหารและคาเฟ่ยังเป็นผู้ใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยตรง ซึ่งเท่ากับว่าเป็นผู้ควบคุมความต้องการในตลาด (demand) ทั้งในแง่ปริมาณและรูปแบบ กล่าวคือ ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกจะมากขึ้นหรือน้อยลง หรือจะเป็นความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของร้านอาหารและคาเฟ่ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงในขั้นตอนหลังการบริโภคหรือการกลายเป็นขยะนั่นเอง

รูปแบบการจัดการขยะพลาสติก

วิธีการที่สามารถทำได้ง่ายและลดขยะพลาสติกได้มากที่สุดตามลำดับขั้นของรูปแบบการจัดการขยะ (waste management hierarchy) ดังรูปที่ 2 คือ การป้องกันการเกิดขยะพลาสติกตั้งแต่ต้นทาง (prevention) ซึ่งคือการลดการใช้พลาสติกที่ไม่จำเป็น (reduce) ส่วนพลาสติกที่ยังมีความจำเป็นต้องใช้ เมื่อใช้แล้วอาจนำมาใช้ซ้ำ (reuse) เช่น การนำกล่องใส่อาหารมาใช้ซ้ำในครัวเรือน เหมาะสำหรับกล่องที่คงรูปและทำความสะอาดได้ง่าย หากไม่สามารถใช้ซ้ำได้ควรนำไปเข้าระบบรีไซเคิล (recycle) ซึ่งมักจะมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์อาหารพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวมักปนเปื้อนเศษอาหารหรือคราบมัน อีกทั้งพลาสติกแต่ละประเภทมีขั้นตอนการนำกลับเข้าสู่ระบบรีไซเคิลที่แตกต่างกัน หากจะนำกลับไปรีไซเคิล จำเป็นต้องแยกพลาสติกออกจากกันโดยละเอียด ขยะพลาสติกที่ไม่สามารถรีไซเคิลหรือไม่ได้ถูกคัดแยกจะถูกนำไปกำจัดรวมกับขยะมูลฝอยทั่วไป โดยสามารถนำไปเป็นเชื้อเพลิงสำหรับผลิตเป็นพลังงานไฟฟ้า (recovery) ผ่านการเผาในเตาเผา (incineration) หรือการผลิตเชื้อเพลิงขยะ (RDF) ซึ่งขั้นตอนนี้หากมีกระบวนการที่ไม่ได้

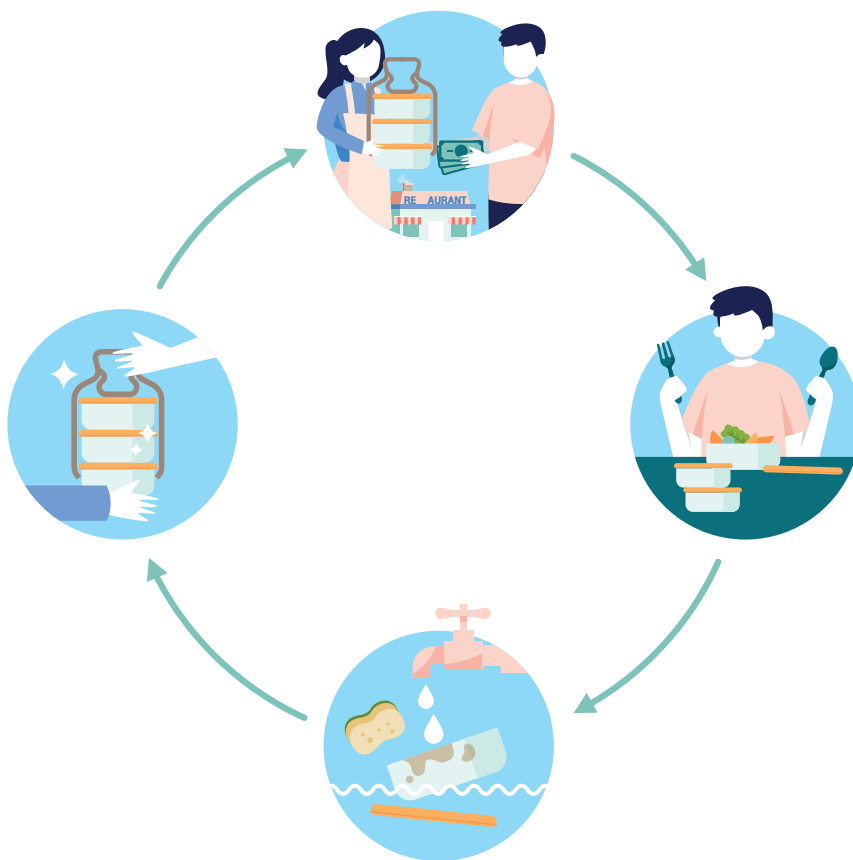
มาตรฐานอาจก่อให้เกิดมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของมนุษย์ ส่วนขยะพลาสติกที่ไม่สามารถจัดการตามวิธีที่กล่าวมาจะถูกนำไปฝังกลบ (disposal/landfill) ซึ่งในประเทศไทยบรรจุภัณฑ์พลาสติกส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารที่ปนเปื้อนเศษอาหารและคราบมัน การจัดเก็บและการทำความสะอาดเพื่อคัดแยกนั้นไม่คุ้มกับต้นทุน โดยส่วนใหญ่ได้แก่ ถุงร้อน ถุงเย็นที่ใช้บรรจุอาหาร ถุงหิ้ว หูของพลาสติก ประเภท PP HDPE และ LDPE บรรจุภัณฑ์เหล่านี้มีความคงทนและไม่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เมื่อถูกฝังกลบจึงตกค้างในสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดปัญหาการปนเปื้อนของไมโครพลาสติกในระบบนิเวศ ปัญหามลพิษทางอากาศ ขยะหลุดรอดออกสู่ทะเล ฝนตกชะล้างสารเคมีจากบ่อขยะทำให้คุณภาพดินและน้ำเสื่อมโทรม ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อมีการฝังกลบที่ไม่ได้มาตรฐาน (unmanage landfills) ซึ่งสถานที่ฝังกลบที่ได้มาตรฐานในประเทศไทยยังมีจำกัด แต่หากได้ดำเนินการคัดแยกและจัดการขยะตามขั้นตอนทั้ง 4 อย่างถี่ถ้วนแล้ว ขยะที่ต้องฝังกลบก็จะน้อยลง



รูปที่ 2 ลำดับขั้นของรูปแบบการจัดการขยะ (Waste Management Hierarchy)

3 ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (CIRCULAR ECONOMY)

หลักการสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy คือ การเปลี่ยนจากระบบทางตรง (ผลิต ใช้ ทิ้ง) แบบเดิม ๆ เป็นระบบหมุนเวียน (ผลิต ใช้ ส่งคืน) กลับเข้าสู่ระบบเพื่อสร้างคุณค่าใหม่หมุนเวียนเป็นวงจรต่อเนื่องโดยไม่มีของเสีย ซึ่งแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ร้านอาหารและคาเฟ่สามารถนำไปปรับใช้ได้แก่ การสร้างระบบมัดจำ-ส่งคืน (deposit-return) สำหรับภาชนะใช้ซ้ำ (reusable) เพื่อหมุนเวียนใช้ในร้านหรือร้านเครือข่าย ภายใต้แนวคิด Sharing Platform ที่มุ่งเน้นการใช้และแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการใช้ภาชนะใช้ซ้ำเป็นแนวทางที่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนได้มากที่สุด นอกจากนี้ ร้านอาหารและคาเฟ่สามารถพัฒนาระบบนำกลับ (take-back system) สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวที่ใช้แล้ว ให้ลูกค้าล้าง รวบรวม และนำมาคืนเพื่อนำเข้าสู่ระบบการจัดการที่เหมาะสม นอกจากนี้ร้านอาหารและคาเฟ่ยังสามารถส่งเสริมให้ผู้บริโภคนำภาชนะมาเอง (bring-your-own)



4 ตัวอย่างการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในประเทศไทยและต่างประเทศ

ในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้มีการกำหนดมาตรการและกลไกต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวอย่างเป็นรูปธรรม สามารถแบ่งออกเป็นการดำเนินงานเชิงกฎหมาย กลไกทางการตลาด การให้ข้อมูล และการพัฒนาระบบการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

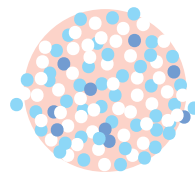
การออกกฎหมายหรือกฎระเบียบและการกำหนดมาตรฐาน เพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงหลังการบริโภค เช่น การควบคุมวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนขยายขอบเขตความรับผิดชอบของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ให้ครอบคลุมการจัดการหลังการบริโภค รวมถึงการห้ามใช้พลาสติกบางประเภท ซึ่งแนวทางดังกล่าวได้นำไปใช้ในระดับนานาชาติ เช่น ข้อบังคับ EU Directive on Single-Use Plastics ของสหภาพยุโรป และในหลายประเทศ ได้แก่ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ เยอรมนี ลิทัวเนีย เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน ได้มีการพัฒนาระบบมัดจำ-ส่งคืน ในการบรรจุเป้าหมายของข้อบังคับดังกล่าว โดยประเทศไทยก็ได้มีการห้ามใช้พลาสติกแล้ว 7 ประเภท ได้แก่ พลาสติกหุ้มฝาขวด พลาสติกที่ผสมสารอ็อกโซ (เร่งการแตกตัวเป็นไมโครพลาสติก แต่ไม่ได้ย่อยสลาย) ไมโครบีดส์ ถุงหูหิ้วชนิดบาง (น้อยกว่า 36 ไมครอน) กล่องโฟมบรรจุอาหาร แก้วพลาสติกชนิดบาง (น้อยกว่า 100 ไมครอน) และหลอดพลาสติก



พลาสติกหุ้มฝาขวด



พลาสติกที่ผสมสารอ็อกโซ



ไมโครบีดส์



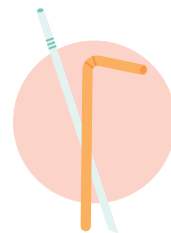
ถุงหูหิ้วชนิดบาง



กล่องโฟมบรรจุอาหาร



แก้วพลาสติกชนิดบาง



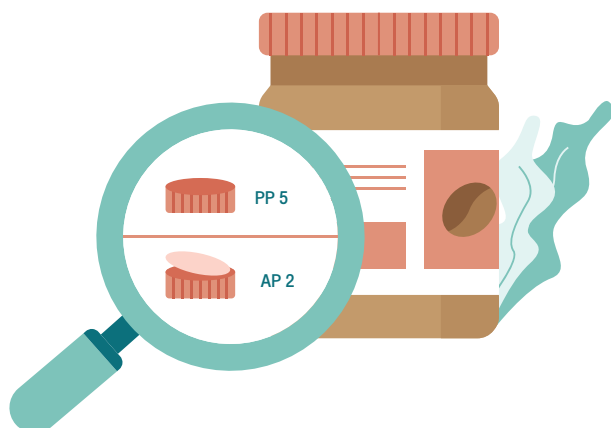
หลอดพลาสติก

กลยุทธ์การลดโดยสมัครใจ โดยการสร้างความเข้าใจเพื่อการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร ซึ่งต้องการความสมัครใจในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว โดยหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือก เช่น การส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์แบบใช้ซ้ำได้ การเสนอทางเลือกให้ลูกค้าสามารถนำภาชนะของตนเองมาใช้บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม การนำเสนอช่องทางการให้ยืมภาชนะและส่งคืนร้าน รวมถึงการเสนอช่องทางรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำหรือนำมาจัดการตามกระบวนการหลังการใช้งานอย่างเหมาะสม โดยอาจจะมีสิ่งจูงใจ เช่น การให้ส่วนลดในการซื้อครั้งถัดไปหรือการสะสมแต้ม ตัวอย่างการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวโดยสมัครใจ เช่น

- โครงการ Wasteless Delivery ในประเทศไทย เป็นการร่วมมือระหว่างร้านอาหารในเครือ Food Passion และ Grab Food ร่วมกับ Fest บริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ในประเทศไทยยังมีเครือข่ายร้านอาหารที่ใช้ภาชนะที่ใช้ซ้ำภายใต้ระบบส่งคืน เช่น Locall.bkk, Paleo Robbie และ Indy Dish
- การริเริ่มระบบมัดจำและส่งคืนภาชนะใช้ซ้ำโดย food delivery platform เช่น DabbaDrop, Dabbawala, Deliveroond, Sharepack, Vanilla bean, Ozarka, Ozzi, reBOX, Yumiie, และ Returnr ในสหราชอาณาจักร อินเดีย เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี สวิสเซอร์แลนด์ และออสเตรเลีย

อย่างไรก็ดี การให้ยืมภาชนะโดยเก็บค้ำมัดจำยังไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย

กลไกทางการตลาด เป็นการให้สิ่งจูงใจหรือการสนับสนุน เช่น การที่ภาครัฐอุดหนุนราคา หรือให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การที่ food delivery platform ให้สิ่งจูงใจกับร้านอาหารและคาเฟ่ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ในประเทศไทย Grab Food ให้ส่วนลดในการซื้อบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกจาก Fest และ LINE MAN ให้ส่วนลดในการซื้อบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกจาก Bio-Eco รวมถึงการที่ร้านอาหารและคาเฟ่ให้สิ่งจูงใจแก่ผู้บริโภคในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หรือแม้แต่การเรียกเก็บเงินจากผู้บริโภค ส่วนมาตรการทางภาษีจะเห็นได้ในแอฟริกาใต้ เบลเยียม เดนมาร์ก เอสโตเนีย ฟินแลนด์ ลัตเวีย เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส อิตาลี รวมถึงหลายเมืองในสหรัฐอเมริกาที่มีการเก็บภาษีพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวหลายประเภท



การให้ข้อมูลกับทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความตระหนักรู้สู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตและบริโภค ซึ่งรวมถึง การประชาสัมพันธ์ การแสดงสัญลักษณ์ร้านค้าสีเขียว การแสดงฉลากบนบรรจุภัณฑ์ การระบุประเภทของวัสดุที่ใช้และวิธีการจัดการหลังการบริโภค ผ่านการทำตลาดสีเขียวของภาคเอกชน และการสร้างเครือข่าย เพื่อสนับสนุนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยร้านอาหารและคาเฟ่สามารถสื่อสารภายในกับบุคลากรของร้าน และสื่อสารภายนอกกับผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ ความสำคัญ ความจำเป็นและเงื่อนไขของมาตรการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวของร้าน ซึ่งแนวทางการให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์เป็นแนวทางที่ทำได้ง่าย จึงมีการดำเนินการอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน เช่น Grab Food จัดกลุ่มและแสดงสัญลักษณ์ร้านค้าสีเขียว (green merchants) บนแอปพลิเคชัน

การพัฒนาการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค หรือการขยายความรับผิดชอบของร้านอาหารและคาเฟ่ในการเก็บคืนบรรจุภัณฑ์เข้าสู่ระบบหมุนเวียน เริ่มต้นจาก (1) การส่งเสริมให้ผู้บริโภคคัดแยกประเภทขยะพลาสติก ขยะอินทรีย์ กระดาษ วัสดุอื่น ๆ ออกจากกันเพื่อนำมาส่งคืนร้านเพื่อรวบรวมนำไปจัดการต่อไป (2) มีกระบวนการเก็บขยะ การจัดเก็บ และการขนส่งขยะที่คัดแยกแล้วอย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) มีกระบวนการรีไซเคิลวัสดุรวมถึงพลาสติกที่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย (cost-effective) เพื่อให้ขยะถูกนำไปฝังกลบหรือเทกองให้น้อยที่สุด ซึ่งมีตัวอย่างที่ดีจากต่างประเทศ เช่น Starbucks พัฒนาระบบแก้วใช้ซ้ำนำร่องในสหราชอาณาจักรก่อนจะขยายไปยังภูมิภาคยุโรป Burger King ใช้ระบบมัดจำ-ส่งคืนบรรจุภัณฑ์ในสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น McDonald's ร่วมมือกับ Loop ริเริ่มระบบมัดจำแก้วร้อนในสหราชอาณาจักร สำหรับในประเทศไทย ได้มีแนวคิดการรับคืนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผ่านการใช้งานแล้วเพื่อนำไปกำจัด เช่น เครือเซ็นทรัลพัฒนาภายใต้โครงการ “Rethink – ทิ้งดี Challenge” ตั้งจุดรับคืนกล่องอาหารที่ทำความสะอาดแล้วเพื่อแลกรับส่วนลดร้านต่าง ๆ สำหรับการตอบรับกับปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากบริการ food delivery ที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คาเฟ่อินทนิลมอบส่วนลดให้ลูกค้าที่นำแก้วที่ใช้แล้วมาคืนเพื่อนำไปกำจัดอย่างเหมาะสม รวมถึงคาเฟ่เมซอน ติดตั้งถังขยะแบบแยกทิ้ง หลอด แก้ว ฝา และเครื่องดื่ม เพื่อคัดแยกก่อนนำไปจัดการ

5 การแบ่งกลุ่มร้านอาหารและคาเฟ่ เพื่อกำหนดแนวทางการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว

ร้านอาหารและคาเฟ่ควรประเมินว่าร้านของตนเองอยู่ในกลุ่ม A B หรือ C ดังต่อไปนี้ เพื่อจะได้เลือกแนวทางการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากแต่ละแนวทางที่กล่าวถึงในหัวข้อถัดไปนั้น มีความยากง่าย ขั้นตอน และต้นทุนในการลงมือทำที่แตกต่างกัน

กลุ่ม A: นำสนใจมาก พร้อมลุย (มีความพร้อมและความสนใจสูง)

ร้านที่มีเครือข่ายหลายสาขา มีนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน มีการสั่งบรรจุภัณฑ์กับผู้ผลิตในปริมาณมาก มีมาตรฐานด้านสุขอนามัยที่ชัดเจน มีการให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (full service)* มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ มีแนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงานที่ชัดเจน มีฐานลูกค้า และช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า* มีระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า* มีความสามารถทางการเงินที่จะรองรับต้นทุนที่สูงขึ้น รวมถึงมีงบประมาณในการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้านความยั่งยืน



กลุ่ม B: นำสนใจ ลองดูก็ตื่น- (มีความพร้อมและความสนใจปานกลาง)

ร้านอาหารและคาเฟ่ขนาดกลางที่มีสาขาไม่มากหรือไม่มีสาขา ที่อาจให้บริการแบบไม่เต็มรูปแบบ (limited service) มีความคล่องตัว และยืดหยุ่นในแนวทางปฏิบัติ มีแนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงาน มีฐานลูกค้า และช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า สามารถพัฒนาระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและการประชาสัมพันธ์ มีความสามารถทางการเงินเพียงพอที่จะรองรับต้นทุนที่สูงขึ้นเล็กน้อย



กลุ่ม C: นำสนใจ แต่ยังไม่พร้อมเลย (มีความสนใจแต่ขาดความพร้อม)

ร้านอาหาร Street Food และคาเฟ่ขนาดเล็ก ที่ให้บริการแบบไม่เต็มรูปแบบ (limited service) คำนึงถึงปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก ในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน มีความสามารถทางการเงินไม่เพียงพอที่จะรองรับต้นทุนที่สูงขึ้น ทั้งต้นทุนทางบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ และอื่น ๆ



* คำอธิบาย

- การให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (full service) หมายถึง ร้านมีการให้บริการแบบครบวงจร มีการต้อนรับลูกค้า การเสิร์ฟอาหาร การแนะนำต่าง ๆ การชำระเงิน และการบริการอื่น ๆ
- ฐานลูกค้าและช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า หมายถึง มีกลุ่มลูกค้าประจำที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสารจากทางร้าน มีช่องทางที่ร้านสามารถเข้าถึงและสื่อสารกับลูกค้าได้ เช่น social media และมีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management; CRM) หมายถึง กิจกรรมด้านการขาย การตลาด การสนับสนุนลูกค้า เช่น ระบบสะสมแต้ม และระบบโปรโมชั่นอื่น ๆ

6 แนวทางสำหรับร้านอาหารและคาเฟ่ ในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว

ผู้ประกอบการร้านอาหารและคาเฟ่สามารถมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว โดยสามารถดำเนินการได้ ดังต่อไปนี้

1

เริ่มต้นจากที่ร้าน แยกขยะเพื่อนำไปจัดการ อย่างเหมาะสม



- มีถังขยะรองรับการคัดแยกขยะภายในร้าน
- จัดเตรียมสถานที่สำหรับแยกขยะภายในร้านให้เหมาะสม มีการสื่อสารกับลูกค้าถึงวิธีการแยกขยะโดยการให้คำแนะนำ หรือผ่านสื่อในร้าน เช่น ที่รองแก้ว ปลูกแก้ว และป้าย ณ จุดคัดแยก
- ฝึกอบรมสร้างความเข้าใจแก่พนักงานในการคัดแยกและจัดการขยะของทางร้าน เช่น ขยะเศษอาหาร ขยะบรรจุภัณฑ์ที่มากับวัตถุดิบ และขยะที่ลูกค้าทิ้งในร้าน

หมายเหตุ : เหมาะสมกับร้านทุกกลุ่ม (A, B, C) เนื่องจากขยะที่เกิดขึ้นภายในร้านจะไม่หลากหลายมากและเป็นประเภทเดิม ๆ สามารถคัดแยกได้ง่าย

- สำหรับคำสั่งซื้อ food delivery กำชับพนักงานจัดเตรียมอาหารให้สังเกตว่าลูกค้าเลือก “ไม่รับช้อนส้อม” หรือไม่ ควบคู่กับการตรวจสอบผลตอบรับของลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มว่าลูกค้าได้รับช้อนส้อม เครื่องเคียง/เครื่องปรุง หรือหลอดที่ไม่ต้องการหรือไม่
- สำหรับการซื้อกลับบ้าน ให้ถุงหิ้ว/ช้อนส้อม/เครื่องปรุง/หลอด เฉพาะกรณีที่ลูกค้าต้องการ
- ให้ส่วนลด ของแถม หรือสะสมแต้มเมื่อลูกค้าไม่รับถุงหิ้ว/ช้อนส้อม/หลอด
- คิดเงินเพิ่ม สำหรับร้านที่ไม่ต้องการแจกช้อนส้อมหรือภาชนะอื่น ๆ ควรต้องมีการสื่อสารอย่างชัดเจนถึงแนวทางการบริหารจัดการเงินเหล่านั้น เพื่อสร้างความเข้าใจกับลูกค้า

หมายเหตุ : เหมาะสมกับร้านทุกกลุ่ม (A, B, C) เนื่องจากทำได้ง่าย โดยลดการให้ด้วยความเคยชิน ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนของร้านได้ด้วย

2

งดให้ หากลูกค้าไม่ได้ขอ



3

หลีกเลี่ยงหรือลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ไม่จำเป็น



- หลีกเลี่ยงหรือลดการใช้
 - ถุงพลาสติกหุ้มที่มีความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน พลาสติกปิดห่ออาหาร (plastic wrap) และถุงใส่ผลไม้แบบม้วนปรู
 - ถุงที่มีขนาด/รูปแบบพิเศษ ที่นำไปใช้ซ้ำได้ยาก เช่น ถุงใส่แก้วน้ำแบบแบ่งช่อง
 - กล่องโฟมบรรจุอาหาร
 - หลอดพลาสติก
 - แก้ว/ฝาพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว
- พิจารณาริธีแพ็ค (บรรจุ) อาหารให้ขนส่งได้โดยใช้บรรจุภัณฑ์น้อยลง เช่น เครื่องเคียงอาจไม่ต้องแยกภาชนะบรรจุ ลดการใช้ฟิล์มห่อหุ้มอาหารหรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก
- ลดการตกแต่งหรือการห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น เช่น สก๊อตเทปสติ๊กเกอร์ โปวี่ เชือก ป้ายห้อยข้าง

หมายเหตุ :

- เหมาะสมกับร้านทุกกลุ่ม (A, B, C) เนื่องจากทำได้ง่ายและจะช่วยลดต้นทุนของร้านได้ด้วย
- มีข้อควรคำนึงในด้านสุขอนามัย เช่น การงดให้หลอดอาจส่งผลต่อความกังวลด้านความสะอาด โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

- ให้ส่วนลดทันทีเมื่อลูกค้านำภาชนะมาเอง เช่น แก้วน้ำส่วนตัว หรือกล่องอาหาร Tupperware ตามแนวทางของร้าน เช่น ร้านกลุ่ม C ให้ส่วนลด 2 บาท สำหรับลูกค้าที่นำแก้ว และภาชนะใส่อาหารมาเอง ร้านกลุ่ม A และ B ให้ส่วนลด 5 บาท สำหรับลูกค้าที่นำแก้วมาเอง และ 10 บาท สำหรับลูกค้าที่นำภาชนะใส่อาหารมาเอง เป็นต้น
- การสะสมแต้มเพื่อแลกส่วนลดหรือของแถม เมื่อลูกค้านำภาชนะส่วนตัวมาเอง เหมาะสำหรับร้านกลุ่ม A ที่มีระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) เช่น แอปพลิเคชันของร้าน และร้านกลุ่ม B และ C ที่มีฐานลูกค้าประจำ ซึ่งแนวทางนี้จะช่วยรักษาลูกค้าให้ใช้บริการต่อเนื่องได้
- อบรมแนวทางปฏิบัติกับพนักงานในการให้บริการเมื่อลูกค้านำภาชนะส่วนตัวมาใช้บริการ
- แจ้งให้ลูกค้าทราบว่าทางร้านรับเฉพาะภาชนะที่ทำความสะอาดอย่างดีแล้วเท่านั้น

หมายเหตุ :

- เหมาะสมกับร้านทุกกลุ่ม (A, B, C) เนื่องจากการที่ลูกค้านำภาชนะมาเองจะช่วยลดต้นทุนของร้านได้ ดังนั้นร้านสามารถให้ส่วนลดได้แม้เพียงเล็กน้อย
- มีข้อควรคำนึงในด้านความสะอาด โดยภาชนะที่ลูกค้านำมาต้องทำความสะอาดอย่างดีแล้ว โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

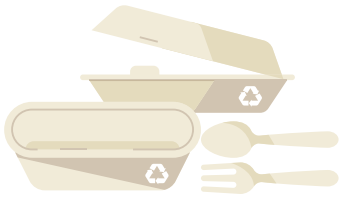
4

ส่งเสริมให้ลูกค้านำภาชนะส่วนตัวมาซื้ออาหารกลับ



5

เปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น



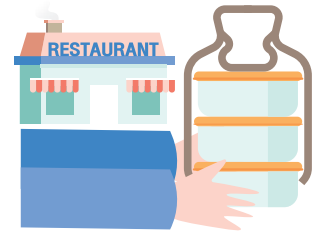
- เปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติหรือย่อยสลายได้ เช่น กล่องแก้ว หลอด ซ้อน ส้อม และถุงพลาสติกหูหิ้ว
- เปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น
 - บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้หลายรูปแบบ เช่น แก้วเครื่องดื่มที่มีฝาปิดแบบยกดื่ม ซ้อนที่เป็นได้ทั้งซ้อนและส้อม บรรจุภัณฑ์ที่ขนย้ายสะดวกโดยไม่ต้องใช้ถุงพลาสติก หรือบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปเป็นซ้อนหรือส้อมได้
 - บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุชนิดเดียวกันทั้งชิ้น ง่ายต่อการรีไซเคิล
 - บรรจุภัณฑ์ที่มีฉลากกำกับชัดเจน
 - บรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถนำไปใช้ซ้ำได้ในครัวเรือน เช่น กล่องพลาสติกชนิดหนา โหลแก้ว ถุงกระดาษ
 - บรรจุภัณฑ์ที่ลดการพิมพ์ สกรีนฉลาก ติดฉลาก หรือการใส่องค์ประกอบอื่นที่ไม่จำเป็น เช่น การเปลี่ยนจากขวดเครื่องดื่ม PET แบบสีเป็นแบบใส

หมายเหตุ :

- เหมาะสมกับร้านกลุ่ม A และ B เนื่องจากร้านกลุ่ม C อาจมีข้อจำกัดด้านต้นทุน
- ร้านที่เป็นเครือข่ายของบริษัทต่างชาติอาจต้องปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทแม่
- แนวทางนี้อาจส่งผลให้ต้นทุนของร้านสูงขึ้น ดังนั้นภาครัฐและ food delivery platform อาจพิจารณาสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในรูปแบบเงินอุดหนุน มาตรการทางภาษี หรือการให้ส่วนลด
- มีข้อควรระวังในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือก โดยพลาสติกบางประเภทต้องแยกกำจัด และควรหลีกเลี่ยงพลาสติกที่ผสมสารอ็อกโซ
- มีข้อควรคำนึงในด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้กับประเภทอาหารหรือเครื่องดื่ม เช่น ความคงตัวของภาชนะ การคงรสชาติและสุขอนามัยของอาหาร การขนส่ง เป็นต้น
- มีข้อควรคำนึงถึงการบริหารจัดการความคาดหวังของลูกค้า ในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์แล้วอาจทำให้รูปลักษณ์ของอาหารหรือเครื่องดื่มไม่สวยงาม ตามภาพที่ใช้ในการโฆษณาของร้าน

6

นำเสนอช่องทางการให้ยืม ภาชนะใช้ซ้ำและส่งคืนร้าน



- จัดหาภาชนะใช้ซ้ำได้ที่คงทน ขนส่งได้สะดวก เหมาะกับประเภทอาหาร/เครื่องดื่มของร้าน
- ใช้รูปแบบ “ผูกปิ่นโต” สำหรับร้านอาหารที่มีฐานลูกค้าประจำ เช่น ลูกค้ากลุ่มพนักงานในอาคารใกล้เคียง หรือลูกค้าที่พักอาศัยในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งแนวทางนี้จะช่วยรักษาลูกค้าให้ใช้บริการต่อเนื่องได้
- จัดทำฐานข้อมูลลูกค้าประจำที่รับปิ่นโต เพื่อง่ายต่อการส่งเสริมการขาย การออกเมนูอาหารใหม่ ๆ และการส่งคืนปิ่นโต
- จัดเตรียมพื้นที่ภายในร้าน สำหรับรับฝากภาชนะหรือปิ่นโตกรณีลูกค้าซื้อเป็นของตนเอง และพื้นที่สำหรับเก็บปิ่นโตเพื่อหมุนเวียนสำหรับใช้งาน รวมถึงพื้นที่ล้างทำความสะอาด
- กำหนดจุดรับคืนให้ลูกค้าสามารถนำภาชนะมาส่งคืนที่สาขาใดก็ได้ หรือจัดระบบให้ผู้ส่งอาหารของทางร้านเข้าไปรับภาชนะคืน โดยจุดรับคืนควรเป็นรูปแบบหรือ platform เดียวกันและลูกค้าต้องทำความสะอาดในเบื้องต้นก่อน ซึ่งแนวทางนี้อาจต้องมีการเก็บค่ามัดจำภาชนะ (สำหรับร้านอาหารที่มีเครือข่ายสาขา)
- อบรมพนักงานเกี่ยวกับระบบให้ยืม-ส่งคืน และรายละเอียดโครงการ เช่น ที่ตั้งจุดรับคืน และวิธีการมัดจำ-คืนเงิน (ถ้ามี)
- ให้ข้อมูลกับลูกค้าเกี่ยวกับวิธีการและรายละเอียดของการทำความสะอาด และส่งคืน
- กำหนดแนวทางการจูงใจ เช่น การนัดหมายรับคืนฟรี การสะสมแต้ม การให้ส่วนลดหรือของแถม
- จัดให้มี delivery ของร้าน สำหรับส่งปิ่นโต โดยอาจจะเป็นการเดินหรือใช้จักรยานในการส่งปิ่นโตสำหรับลูกค้าละแวกใกล้เคียง

หมายเหตุ :

- เหมาะสมกับร้านกลุ่ม A และ B เนื่องจากต้องมีระบบการบริหารจัดการ และมีต้นทุนและการใช้ทรัพยากรสูง โดยร้านกลุ่ม B สามารถดำเนินการในรูปแบบ “ผูกปิ่นโต”
- มีข้อควรคำนึงในด้านความสะอาด โดยร้านอาหารต้องมีระบบการทำ ความสะอาดภาชนะที่ได้มาตรฐานและสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ซึ่งแนวทางนี้อาจยังไม่เหมาะสมในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19
- ควรทำการสำรวจความเต็มใจที่จะจ่ายค่ามัดจำของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ให้สูงพอที่ลูกค้าจะนำภาชนะมาคืน และต่ำพอที่ลูกค้าจะเข้าร่วมโครงการ

7

เสนอช่องทางรับ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว กลับเข้าสู่กระบวนการ หลังการใช้อย่างถูกวิธี



- ติดตั้งจุดรับคืนบรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวที่ใช้แล้ว เพื่อให้ลูกค้านำมาทิ้งและร้านรวบรวมนำไปจัดการต่อ โดยจุดรับคืนควรเป็นรูปแบบหรือ platform เดียวกัน และอาจพิจารณาให้สิ่งจูงใจกับลูกค้า เช่น การแลกเปลี่ยนส่วนลด
- อบรมพนักงานในการดูแลจุดรับคืนให้สะอาดและเป็นระเบียบ รวมถึงสื่อสารรายละเอียดโครงการกับลูกค้าอย่างชัดเจน
- ให้ข้อมูลกับลูกค้าเกี่ยวกับรายละเอียดโครงการและการจัดการบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะการทำความสะอาดก่อนนำมาคืน
- รับซื้อหรือรับคืนพลาสติกบางประเภท เช่น PET PE เพื่อรวบรวมส่งต่อเพื่อใช้ประโยชน์ หรือขาย โดยร้านทำหน้าที่เป็นคนกลางในการดำเนินการ

หมายเหตุ :

- เหมาะสมกับร้านกลุ่ม A เนื่องจากต้องมีระบบการบริหารจัดการ และมีต้นทุนและการใช้ทรัพยากรสูง
- มีข้อควรคำนึงในด้านพื้นที่ของร้านเนื่องจากการติดตั้งจุดรับคืนอาจต้องใช้พื้นที่ รวมถึงความกังวลของลูกค้าว่าบรรจุภัณฑ์จะถูกนำมาใช้บรรจุอาหารหรือเครื่องดื่มซ้ำอีกครั้งเพื่อจำหน่ายอีกหรือไม่
- ลูกค้าต้องทำความสะอาดบรรจุภัณฑ์ในเบื้องต้นก่อนนำมาคืน จึงเหมาะกับร้านที่จำหน่ายอาหารประเภทที่มีองค์ประกอบไม่มาก ไม่เปรอะเปื้อนภาชนะมากจนเกินไป เช่น อาหารที่มีสี กลิ่น และความมันน้อย หรือเครื่องดื่มชนิดเย็นที่มีองค์ประกอบไม่มาก

ทางร้านควรทำการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูล และสร้างเครือข่าย ให้ลูกค้าได้ทราบถึงความตั้งใจในการที่จะมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลาสติก เพื่อส่งเสริมการขาย และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีความใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

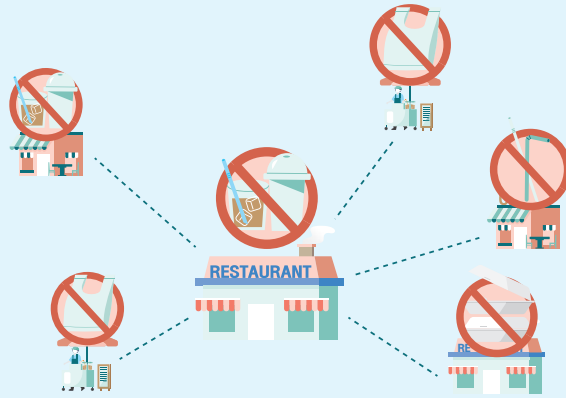


แนวทางที่ 1

ประชาสัมพันธ์ สื่อสาร ให้ข้อมูล และความรู้แก่ลูกค้า ผ่านช่องทาง social network และช่องทางสื่อสารอื่น ๆ ของร้าน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

- สื่อสารประเด็นความจำเป็นในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในชีวิตประจำวัน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และแนวทางที่ลูกค้าจะสามารถมีส่วนร่วมกับร้านเพื่อลดการใช้พลาสติกที่ไม่จำเป็น โดย
 - ใช้ชุดความรู้กลางที่พัฒนาโดยหน่วยงานภาครัฐ
 - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของร้านเอง
- ให้ข้อมูลสำหรับลูกค้าในการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการใช้งาน เพื่อให้ลูกค้าสามารถคัดแยกและจัดการพลาสติกได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยอาจประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์หรือการติดฉลากข้อความ โดยครอบคลุมข้อมูลดังนี้
 - เส้นทางของขยะหลังการบริโภค
 - ประเภทพลาสติกของภาชนะที่ร้านใช้อยู่ เพื่อให้ลูกค้าคัดแยกได้ถูกต้อง
 - วิธีการทำความสะอาดและคัดแยก
 - แหล่งรวบรวมและวิธีนำพลาสติกเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือการนำไปใช้ประโยชน์รูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

หมายเหตุ : เหมาะสมกับร้านทุกกลุ่ม (A, B, C) เนื่องจากทำได้ง่ายและไม่จำเป็นต้องใช้ต้นทุนสูง



แนวทางที่ 2

สร้างเครือข่ายเพื่อลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว

- สร้างเครือข่ายกับผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่
 - ร้านกลุ่ม A สามารถสร้างเครือข่ายกับผู้ผลิตเพื่อปรับแต่งบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประเภทอาหารหรือเครื่องดื่มบนหลักการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (eco-design) โดยร้านอาหารและคาเฟ่สามารถทำการตลาดสีเขียว (green marketing) ด้านการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ความร่วมมือ ซึ่งทั้งร้านอาหารและผู้ผลิตจะได้รับประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์
 - ร้านกลุ่ม B และ C สามารถสร้างเครือข่ายกับผู้ผลิตเพื่อขอสนับสนุนส่วนลดเมื่อสั่งบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก โดยร้านอาหารและคาเฟ่อาจประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านและบริษัทผู้ผลิต
- สร้างเครือข่ายกับกลุ่มลูกค้า เช่น กลุ่มลูกค้าที่อยู่ใกล้เคียงเพื่อสร้างระบบ “ผูกปิ่นโต” หรือ การสั่งอาหารประจำ
- สร้างเครือข่ายกับร้านค้าโดยรอบในการจัดส่งอาหารโดยรวมกลุ่มกันเพื่อลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ รวมถึงซอสน้ำมันและเครื่องปรุงอื่น ๆ อีกทั้งยังลดการใช้พลังงานจากการลดรอบขนส่ง
- สร้างเครือข่ายกับ food delivery platform ในรูปแบบของการสนับสนุนส่วนลดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้สิ่งจูงใจด้านการตลาดกับร้านอาหารและคาเฟ่สีเขียว เช่น การให้เครดิตโฆษณา ภายใต้แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์
- สร้างเครือข่ายระหว่างร้านอาหารและคาเฟ่สีเขียวในการซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำนวนมากในราคาที่ถูกลง รวมถึงการร่วมพัฒนาระบบรับคืนบรรจุภัณฑ์และระบบสะสมแต้มเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
- สร้างเครือข่ายระหว่างร้านอาหารและคาเฟ่ภาครัฐ ภาคประชาสังคม และผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดให้ใช้พลาสติกประเภทเดียวกัน เพื่อความสะดวกในการคัดแยก จัดเก็บ และกำจัด
- สร้างเครือข่ายกับภาคประชาสังคมและผู้รับกำจัดขยะ เพื่อจัดการพลาสติกหลังการบริโภค โดยสามารถดูรายละเอียดได้จากข้อ 8
- ขอรับการรับรองหรือการช่วยประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรอื่น ๆ ที่ขับเคลื่อนการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว อันจะเป็นการดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

หมายเหตุ :

- เหมาะสมกับร้านทุกกลุ่ม (A, B, C) เนื่องจากเป็นแนวทางที่มีต้นทุนต่ำ เน้นความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ
- รูปแบบของความร่วมมืออาจแตกต่างกันตามศักยภาพของร้าน



ประเภทของบรรจุภัณฑ์ทางเลือก สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารและกาแฟ

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่มีในปัจจุบันที่ร้านอาหารและกาแฟสามารถพิจารณาเลือกใช้ให้เหมาะสมกับประเภทอาหารและช่องทางการขนส่งของตนเอง ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้อยู่ ประกอบด้วย

บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียว

ประเภท	คุณสมบัติ	ช่วงราคา (บาท/ชิ้น)	ระดับความเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม
วัสดุธรรมชาติ เช่น กระดาษ ใบตอง ใบกาบ หลอดผักบุ้ง กระจูด ตะไคร้	เหมาะกับบรรจุอาหารแบบแยก เช่น ก๋วยเตี๋ยว ที่ใส่ในกล่อง อีกชั้น เพื่อให้ขนส่งได้ ทั้งนี้ ควรทำความสะอาดอย่างดี ก่อนนำมาใช้	1-2 บาท	ทำจากวัสดุธรรมชาติ ที่ผ่านกระบวนการ/ การแปรรูปน้อย ใช้พลังงานต่ำ สามารถ ย่อยสลายได้ 
กล่อง/ แก้ว/ หลอดกระดาษ เคลือบพลาสติก ชีวภาพ	สามารถย่อยสลายได้เองตาม ธรรมชาติ ใช้เวลาย่อยสลาย เพียง 4-6 เดือน แต่อาจไม่ คงรูป จึงไม่เหมาะที่จะบรรจุ อาหารหรือเครื่องดื่มบาง ประเภท	<ul style="list-style-type: none"> กล่อง 450 มล. (6.5-7 นิ้ว) 2.2-4.4 บาท กล่อง 600 มล. (7 นิ้ว) 2-2.5 บาท หลอด 1.2-1.5 บาท แก้ว 16 ออนซ์ 2.38-2.60 บาท แก้ว 8 ออนซ์ 2.36-3.90 บาท 	รีไซเคิลไม่ได้ ย่อยสลาย ได้ โดยวัสดุที่ใช้ทำ พลาสติกชีวภาพและ หมึกที่ใช้ในการพิมพ์/ สกรีน ควรเป็นวัสดุ ธรรมชาติทั้งหมด 
ขวด/กระปุก แก้ว	ไม่ดูดซับกลิ่น สารพิษ และ คราบมัน ทำความสะอาดได้ง่าย และปลอดภัย ใส่อาหารได้ ทั้งร้อนและเย็น สามารถใช้ซ้ำ หรือรีไซเคิลได้ง่าย แต่มีน้ำหนัก มากกว่าวัสดุอื่น ๆ และ แตกง่าย	ขวดแก้ว 180 มล. 7-15 บาท	อัตราการรีไซเคิลสูง แต่ใช้พลังงานสูงใน ขั้นตอนการผลิตและ การขนส่ง 
กล่องอาหาร/ หลอด/ช้อนส้อม พลาสติกชีวภาพ (Bio-based plastic)	สามารถถูกย่อยสลายด้วย กระบวนการทางชีวภาพ ภายใน 3 เดือน - 1 ปี ใน “สภาพแวดล้อมการหมัก ควบคุม” (ต้องแยกทิ้งกับ พลาสติกทั่วไป)	<ul style="list-style-type: none"> กล่อง 600 มล. 2.25-6 บาท หลอด 0.30-0.55 บาท 	อาจไม่ย่อยสลาย หากไม่ได้แยกกำจัด 

บรรจุภัณฑ์แบบใช้ซ้ำ

ประเภท	คุณสมบัติ	ช่วงราคา (บาท/ชิ้น)	ระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
กล่องอาหาร Tupperware (LDPE หรือ PP)	เข้าไมโครเวฟได้อย่างปลอดภัย แต่คราบมันและกลิ่นฝังติดได้ง่าย จึงต้องระมัดระวังเรื่องการล้างทำความสะอาดเป็นพิเศษ	30-200 บาท	รีไซเคิลได้ตามประเภทพลาสติกที่ระบุบนภาชนะ และควรใช้ซ้ำหลายครั้ง 
กล่องอาหาร แก้ว (แบบมีฝาปิด)	ไม่ดูดซับกลิ่น สารพิษ และคราบมัน ทำความสะอาดได้ง่ายและปลอดภัย ใส่อาหารได้ทั้งร้อนและเย็น สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้ แต่มีน้ำหนักมากกว่าวัสดุอื่น ๆ และแตกง่าย	60-300 บาท	รีไซเคิลได้ แต่ใช้พลังงานในการผลิตและขนส่งสูง จึงควรใช้ซ้ำหลายครั้ง 
กล่องอาหาร/ แก้วน้ำ/ หลอดซิลิโคน	ทนความร้อนถึง 200 องศาเซลเซียส สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้ อ่อนตัว และยืดหยุ่น ทนต่อการดัดงอโดยไม่เปลี่ยนรูป มีความทนทาน แต่เนื่องจากความอ่อนตัวไม่คงรูป อาจไม่สะดวกในการขนส่ง	70-200 บาท	ใช้พลังงาน และทรัพยากรในการผลิตสูง รีไซเคิลยาก จึงควรใช้ซ้ำหลายครั้ง 
กล่องอาหาร สแตนเลส	มีความทนทาน ไม่มีกลิ่นอาหารฝังติด แต่ไม่สามารถเข้าไมโครเวฟได้	90-300 บาท	คงทน รีไซเคิลได้ แต่ใช้พลังงานในการผลิตสูง จึงควรใช้ซ้ำหลายครั้ง 

8 โครงการที่ร้านอาหารและคาเฟ่ สามารถสร้างเครือข่ายในการจัดการพลาสติกหลังการบริโภคได้

สำหรับร้านอาหารหรือคาเฟ่ ที่เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลังการใช้งาน สามารถประสานงานกับโครงการต่าง ๆ เพื่อจัดส่งขยะพลาสติกของทางร้านเอง หรือช่วยให้ข้อมูลโครงการแก่ลูกค้า เพื่อส่งเสริมการนำขยะพลาสติกเข้าสู่ระบบการรีไซเคิลให้ได้มากที่สุด



1 โครงการส่งพลาสติกกลับบ้าน
เปิดรับทั้งพลาสติกยืดและพลาสติกแข็ง เช่น ถุง กล่องใส่อาหาร ฝาขวด ขวดพลาสติก รวมถึงฟิล์ม โดยทำความสะอาดแล้วนำไปบริจาคที่จุดรับของโครงการ เพื่อส่งไปรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่อีกครั้ง (Facebook โครงการ ส่งพลาสติกกลับบ้าน)



2 โครงการวง (Won) เปิดรับพลาสติกยืดได้ เช่น ถุงพลาสติก ฟิล์มหุ้มฝาขวดน้ำ ถุงซีลล๊อค เป็นต้น กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่โดยนำพลาสติกที่ใช้แล้วไปทำความสะอาดตากให้แห้งสนิท แล้วนำไปส่งตามจุดรับของโครงการ และโครงการมีอวิเศษ x วง ได้ตั้งจุด “ถังวงถุง” เพื่อรับบริจาคถุงและบรรจุภัณฑ์ฟิล์มพลาสติกที่ใช้แล้วตามห้างสรรพสินค้าและปั้มน้ำมัน โดยพลาสติกทุก 1 กิโลกรัม จะคิดเป็นเงิน 5 บาท เพื่อนำไปบริจาคให้กับมูลนิธิด้านสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการ “เปลี่ยนพลาสติกเป็นบุญ” (เมื่อคุณหมุนเวียน) ที่ร่วมมือกับโครงการส่งพลาสติกกลับบ้าน (Facebook โครงการ Won และ มีอวิเศษ)



3

Less Plastic Thailand ร่วมมือกับ You เทิร์น Platform by GC เปิดรับทั้งพลาสติกแบบแข็ง เช่น ขวดน้ำดื่ม กล่องใส่อาหาร และพลาสติกแบบยืด เช่น ถุงพลาสติก फिल्मถนอมอาหาร โดยสามารถนำไปส่งที่จุดรับพลาสติกสะอาดที่ YOU เทิร์น Drop Point หรือ Drop Point for Clean Plastic เพื่อนำไป upcycle เป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ชุด PPE สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ ภายใต้ “ภารกิจแยกขวด ช่วยหมอ” (Facebook โครงการ YOUเทิร์น และ Less Plastic Thailand)



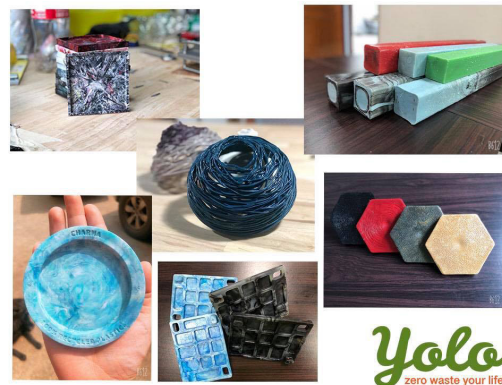
4

Green Road Thailand เปิดรับขยะพลาสติก PE และพลาสติก PP เช่น ถุงแกงร้อน ถูนมโรงเรียน ถุงที่ยัดได้ ถุงหิ้วพลาสติก และพลาสติกบับเบิลห่อพัสดุ เพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นบล็อกปูถนน 1 ตารางเมตร ใช้ถุงพลาสติกประมาณ 4,000 ใบ (Facebook โครงการ GREEN ROAD)

5

YOLO - Zero Waste Your Life เปิดรับพลาสติกประเภท PP เช่น แก้วเครื่องดื่มบรรจุภัณฑ์อาหาร/เครื่องสำอาง ซ้อน ส้อม มีดพลาสติกแบบนี้ และพลาสติกประเภท PS เช่น ซ้อน ส้อม มีดที่เปราะแตก เพื่อ upcycle เป็นชิ้นงานที่หลากหลาย เช่น จานรองแก้ว โคมไฟไม้เทียม จานสี เพื่อจำหน่าย (Facebook โครงการ YOLO - Zero Waste Your Life)

โยโลเอาพลาสติก กำพริ้วไปทำอะไร





6

N15 technology เปิดรับบริจาคขยะพลาสติกเพื่อนำไปผลิตเป็นพลังงาน เช่น ถูพลาสติกต่าง ๆ แก้วพลาสติก วัสดุห่อพัสดุก้นกระแทก เพียงเทอาหารหรือของเหลวออกจากภาชนะ ตากให้แห้งแล้วเก็บรวบรวมส่งไปยังโครงการ (Facebook โครงการ N15 Technology)



7

โครงการต่ออายุหลอด เปิดรับบริจาคหลอดใช้แล้วไปเปลี่ยนเป็น “หมอนหลอด” สำหรับผู้ป่วยแผลกดทับเพื่อใช้บรรจุเป็นไส้หมอน โดยสามารถส่งไปที่ มูลนิธิพลังที่ยั่งยืน (Facebook โครงการ มูลนิธิพลังยั่งยืน) และ ศูนย์การเรียนรู้การจัดการขยะชุมชนบ้านไผ่ (Facebook โครงการ ศูนย์การเรียนรู้การจัดการขยะชุมชนบ้านไผ่)

8

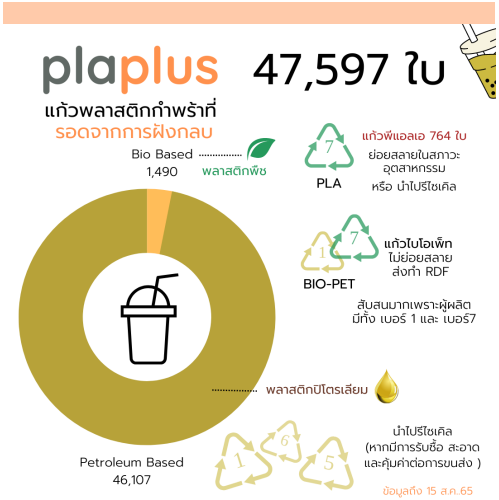
โครงการ Precious Plastic Bangkok เปิดรับบริจาคพลาสติก HDPE เช่น ถูพลาสติก และพลาสติก PP เช่น ถูร้อนและฝาขวดน้ำพลาสติก มาเพิ่มมูลค่าผ่านการ upcycle เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Facebook โครงการ Precious Plastic Bangkok)





9

Wishulada เปิดรับบริจาควัสดุเหลือใช้ไปสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นฝาขวดน้ำพลาสติก ฝาจิบขวดน้ำอัดลม ท่วงกระป๋องอลูมิเนียม กระป๋องน้ำอัดลม และถุงใส่น้ำยาทำความสะอาดต่าง ๆ นอกจากนี้ของที่ถูกลงไปส่วนหนึ่งจะนำไปเปลี่ยนเป็นถังขยะมอบให้กับชุมชนใกล้เคียง (Facebook โครงการ Wishulada)

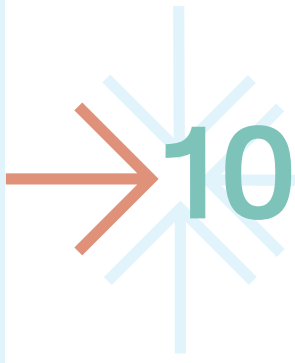


10

ทีม พีแอลเอพลัส (plaplus) เปิดรับแก้วกาแฟพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งทุกชนิด โดยช่วยเก็บกู้แก้วกาแฟไปพร้อมกับกิจกรรม “ขยะกำพร้าว้าสัญจร” ของ N15 Technology เนื่องจากแก้วกาแฟพลาสติกบางชนิดยังสามารถรีไซเคิลได้ และกำลังหาทางจัดการพลาสติกชีวภาพ เพื่อลดการปนเปื้อนในระบบการรีไซเคิลพลาสติกปิโตรเลียม เช่น นำแก้วกาแฟ PLA (Polylactic acid) หมายเลข 7 ไปย่อยสลายในสภาวะการย่อยแบบอุตสาหกรรม (Industrial Compost) ร่วมกับขยะอินทรีย์แทนการเผา (Facebook plaplus.th)

9 การประเมินทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับร้านอาหารและกาแฟ





แบบฟอร์มประเมินทางเลือกที่เหมาะสม สำหรับร้านอาหารและกาแฟ (ร้านอาหาร และกาแฟ สามารถปรับใช้ได้ตามความ เหมาะสม)



แบบฟอร์ม A

จำแนกรายการบรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์ทานอาหารของทางร้าน

ลำดับ	รายการ (a)	ประเภท/คุณลักษณะ (b)	ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (c)	
			Yes	No
1	ถุงพลาสติก	พลาสติกทั่วไป แบบใช้ครั้งเดียว (ถุงหูหิ้ว)		X
2	แก้วพลาสติก	ใช้แก้วพลาสติก PET ผลิตขึ้นมาใช้ครั้งแรก ไม่ผ่านกระบวนการ recycle		X
3	ฝาครอบแก้ว พลาสติก	ใช้ฝาครอบแก้วพลาสติก PET ชนิดใช้ครั้งเดียว		X
4	ช้อน-ส้อม พลาสติก	ใช้ช้อน-ส้อมพลาสติก PS		X
5	ใบตองรองขนม	วัสดุธรรมชาติ	X	

หมายเหตุ : เป็นเพียงการยกตัวอย่างเพื่อสร้างความเข้าใจ



แบบฟอร์ม B คัดเลือกทางเลือก ที่สามารถทำได้

พิจารณาทางเลือกในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวสำหรับรายการที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมระบุวิธีการดำเนินการ										ประเมินเพื่อคัดเลือกทางเลือกที่ทางร้านมีความพร้อมและสามารถดำเนินการได้			
ลำดับ	รายการ (a)	พิจารณาทางเลือกในการลดบรรจุภัณฑ์พลาสติก (d)							วิธีการปฏิบัติ ในแต่ละทางเลือก (e)	พิจารณาความเหมาะสมในแต่ละทางเลือก (f)			สรุปทางเลือก ที่จะดำเนินการ
		แยกขยะ ในร้าน (d1)	งดให้ หากลูกค้า ไม่ขอ (d2)	หลีกเลี่ยง/ ลดการใช้ ที่ไม่จำเป็น (d3)	ให้ลูกค้านำ ภาชนะส่วนตัว มาซื้อ อาหารกลับ (d4)	เปลี่ยนใช้ บรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม (d5)	ให้ยืมและคืน ภาชนะ ของร้าน (d6)	รับคืน บรรจุภัณฑ์ หลังใช้งาน (d7)		ต้นทุน การดำเนินการ (f1)	การยอมรับ ของลูกค้า (f2)	อื่น ๆ (เพิ่มเติม)	
1	ถุงพลาสติก		X						ไม่แจกถุงพลาสติก	ลดต้นทุน	ยอมรับได้		ไม่แจกถุงพลาสติก และขายถุง กระดาษเมื่อลูกค้าต้องการและใช้ การสะสมแต้มเมื่อลูกค้าไม่รับ ถุงกระดาษหรือนำถุงผ้ามาเอง
						X			เปลี่ยนมาใช้ถุงกระดาษ และใช้การสะสมแต้ม เมื่อลูกค้าไม่รับถุงกระดาษ	เพิ่มต้นทุน 5%	ยอมรับได้		
2	แก้วพลาสติก				X				ลูกค้าสามารถนำภาชนะ มาใส่เองได้	ไม่เพิ่มต้นทุน	ยอมรับได้		เสนอให้ลูกค้านำภาชนะมาเองและให้ คะแนนสะสมพิเศษ และในเครื่องดื่ม บางรายการเปลี่ยนมาใช้เป็นกระดาษ แทนพลาสติก
						X			คาดว่าจะเปลี่ยนไปใช้ แก้วกระดาษในเครื่องดื่ม บางรายการ	เพิ่มต้นทุน 15%	ยอมรับได้		
							X		ให้ลูกค้ายืมภาชนะของร้าน โดยวางมัดจำ	เพิ่มต้นทุน 15%	มีความลังเล		
3	ฝาครอบแก้ว พลาสติก								ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง	-	-		-
4	ช้อน-ส้อม พลาสติก		X						ไม่แจกช้อน-ส้อม พลาสติก	ไม่เพิ่มต้นทุน	ยอมรับได้		ไม่แจกช้อน-ส้อมพลาสติก
....													

หมายเหตุ : เป็นเพียงการยกตัวอย่างเพื่อสร้างความเข้าใจ



แบบฟอร์ม C

กำหนดแผนและการติดตามประเมินผล

C-1 กำหนดแผนและการติดตามประเมินผล

รายการ ที่ 1 ถุงพลาสติก

แนวทางดำเนินการ	1. งดแจกถุงพลาสติก 2. เสนอขายถุงกระดาษให้เมื่อลูกค้าต้องการถุง สำหรับการใส่สินค้า ในบางรายการเพื่อให้สะดวกในการถือ 3. แนะนำให้ลูกค้าซื้อถุงผ้าของทางร้าน
เป้าหมาย	งดแจกถุงพลาสติก 100% และลดการให้ถุงกระดาษ
ระยะเวลาดำเนินการ	6 เดือน
กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	1. การขายถุงกระดาษ/ถุงผ้าหน้าร้าน 2. แจ้งให้ลูกค้าทราบนโยบายของร้านก่อนดำเนินการอย่างน้อย 2 สัปดาห์ <ul style="list-style-type: none"> ติดป้ายประกาศหน้าร้าน และเคาท์เตอร์คิดเงิน พนักงานคิดเงินแจ้งให้ทางลูกค้าทราบ 3. สะสมแต้มเพื่อเป็นส่วนลดหรือแลกของรางวัล หากลูกค้าไม่รับถุง/นำถุง ส่วนตัวมาใช้บริการ
งบประมาณ	5,000 บาท
ผู้รับผิดชอบ	นาย A และ B
วันที่จะติดตามประเมินผล	เดือนที่ 3 และเดือนที่ 6
ผลการประเมิน	<ul style="list-style-type: none"> ช่วงแรกผลตอบรับจากลูกค้าไม่ค่อยดี โดยเฉพาะลูกค้าใหม่ที่ไม่ทราบ การดำเนินการของทางร้านมาก่อน ลูกค้าประจำมีการนำถุงมาใช้บริการเพิ่มขึ้น
แนวทางในการปรับปรุง หรือพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มการสะสมแต้มพิเศษเมื่อไม่รับถุงพลาสติกหรือถุงกระดาษ จำหน่าย shopping bag เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำมาใช้ซ้ำได้

หมายเหตุ : เป็นเพียงการยกตัวอย่างเพื่อสร้างความเข้าใจ

รายการ ที่ 2 _____

แนวทางดำเนินการ

เป้าหมาย

ระยะเวลาดำเนินการ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ

ผู้รับผิดชอบ

วันที่จะติดตามประเมินผล

ผลการประเมิน

แนวทางในการปรับปรุง

หรือพัฒนา

C-2 กำหนดแนวทางการแยกขยะในร้าน

เป้าหมาย	พนักงานสามารถแยกขยะและสามารถนำขยะไปจัดการหลังการใช้งาน ได้อย่างถูกต้อง 100%
ระยะเวลาดำเนินการ	3 เดือน
กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	<ol style="list-style-type: none">1. อบรมพนักงานเรื่องประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้าน2. อบรมพนักงานเรื่องการคัดแยกขยะและการจัดการหลังการใช้3. จัดเตรียมถังแยกขยะ ประเภทต่าง ๆ ภายในร้าน4. จัดหาจุดวางถังแยกขยะที่เหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่พนักงานที่ย้ายจากคนเก็บขยะ
งบประมาณ	5,000 บาท
ผู้รับผิดชอบ	นาย A และ B
วันที่จะติดตามประเมินผล	เดือนที่ 1 และเดือนที่ 3
ผลการประเมิน	<ul style="list-style-type: none">• ช่วงแรกยังมีความสับสนในการคัดแยกขยะบางประเภท โดยเฉพาะพนักงาน part time ที่ไม่เคยคัดแยกขยะมาก่อน• พนักงานฝ่ายจัดซื้อสามารถคัดแยกขยะได้อย่างถูกต้องมากขึ้น เนื่องจากจะมีความคุ้นเคยกับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้าน
แนวทางในการปรับปรุงหรือพัฒนา	<ul style="list-style-type: none">• เพิ่มการให้รางวัลพิเศษเพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานทำอย่างตั้งใจและถูกต้อง• จัดกิจกรรมการแข่งขันเป็นทีม สร้างความร่วมมือของพนักงานภายในร้าน

หมายเหตุ : เป็นเพียงการยกตัวอย่างเพื่อสร้างความเข้าใจ

C-3 กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่าย

แนวทาง/กิจกรรมสำหรับการประชาสัมพันธ์

แนวทาง/กิจกรรมสำหรับการสร้างเครือข่าย
