

กลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร
Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร
Green Restaurant Management Strategy of View Restaurant Entrepreneur
Broccoli Revolution, Bangkok

◆ สุภาวดี ธงภักดิ์

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Supawadee Thongpak

Lecturer, Liberal Arts Program in Hotel Management, Kasembundit University

E-mail: supawadee.tho@kbu.ac.th

◆ เกิดศิริ เจริญวิศาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

โรงแรม และอีเวนต์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Kaedsiri Jaroenwisan

Assistant Professor, Ph.D., Doctor of Philosophy Program in Tourism,

Hotel and Event Management, Silpakorn University, E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

◆ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร

Manassinee Boonmeesrisa-nga

Assistant Professor, Ph.D., Bachelor of Arts Program in Tourism Management,

Silpakorn University, E-mail: manassinee@ms.su.ac.th

Received: February 24, 2021; Revised: March 18, 2021; Accepted: April 2, 2021

Abstract

The objective of this research is to study the environmental friendly restaurant strategies from the perspective of Broccoli Revolution restaurateur in Bangkok. This study is conducted by applying qualitative research methods by interviewing the key informants who entrepreneurs of Broccoli Revolution, Bangkok with specific select and using content analysis method. The research findings are as follows: 1) The benefit of recycling which is the principle concept of the restaurant, focusing on cancellation of all single-use materials.

The management aims to use recycle, reuse and upcycle concepts with all products in the restaurant as well as ally with others related businesses to promote recycle, reuse and upcycle concepts. 2) Energy and environmental management; in general the restaurant has the high rate of power consumption, therefore, this restaurant is tend to be decorated by transparent glass in order to have the natural light which could reduce the power consumption rate during daytime. 3) Environmental friendly service and support by building and training the understanding of environment to staff and sharing the environmental friendly perception to customers. 4) Sustainable food; this is the plant based vegan restaurant where all dishes have its own distinctive signature, therefore, there will not contain animal products and use non-toxic (organic) products Health, Society and Environment are 3 important components of the restaurant environmental friendly strategy and by applying this strategy to downstream, midstream and upstream will lead to the sustainable business.

Keywords: Management Strategy, Green Restaurant, Restaurant Entrepreneur

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า 1) ด้านการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งร้านอาหารมีหลักในการดำเนินการที่มุ่งเน้นยกเลิกการใช้แบบครั้งเดียวทิ้ง และมีแนวคิดในการรีไซเคิล รีไซเคิล และอัพไซเคิล ทั้งนี้ยังมีการร่วมพันธมิตรในการรีไซเคิลวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ 2) ด้านการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม ร้านอาหารมีการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การออกแบบร้านที่ตกแต่งด้วยกระจกใสเพื่อใช้แสงจากธรรมชาติ เอื้อต่อการประหยัดพลังงาน 3) ด้านการให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านของการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน และสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า 4) ด้านรายการอาหารที่ยั่งยืน มีการให้บริการรายการอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งเป็นรายการอาหารที่เน้นพืชผัก ผลไม้ ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เน้นวัตถุดิบปลอดสารพิษ ซึ่งร้านอาหารมีกลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ด้านที่สำคัญ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่ในการดำเนินการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำที่นำไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์การจัดการ ภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหาร

บทนำ

ประชากรโลกในปัจจุบันที่มีพฤติกรรมไปในลักษณะของการทำลายและการมีปริมาณการผลิตอย่างมากมาย ซึ่งองค์การสหประชาชาติได้มีการวางกรอบแนวคิด รวมถึงทิศทางของอาหารโลกและแนวทางในการจัดการอาหารโลก ซึ่งกำลังเป็นประเด็นที่สำคัญของมวลมนุษยชาติเนื่องจากอาหารคือหนึ่งในปัจจัยที่มนุษย์มีความจำเป็นต้องบริโภคแต่ละวัน (UNEP, 2009 อ้างใน Boonpienpon, N., 2017) ประกอบกับภายใต้สภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคมการเมือง การแข่งขันทางธุรกิจ และการพัฒนาทางเทคโนโลยี ในโลกของการค้าเสรี ปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกในหลายทศวรรษที่ผ่านมา รวมถึงประเทศไทยไม่ได้คำนึงถึงหลักการใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าซึ่งทุกประเทศซึ่งเมื่อมีการนำมาใช้แล้วต้องหมดไป แล้วสิ่งที่สำคัญคือเมื่อนำมาใช้แล้วกลับไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อการทำลายสภาพสิ่งแวดล้อม ทำลายระบบนิเวศวิทยาที่เป็นแหล่งสำคัญในการดำรงชีพของสิ่งมีชีวิต ก่อให้เกิดมลพิษทางน้ำ อากาศ และพื้นดินที่เสื่อมโทรม (Kanjanapamornpat, T., 2019) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศเรื่องการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป้าหมาย เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในการสร้างแบบแผนการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน และวิถีชีวิตที่พอเพียงและยั่งยืน มีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ของผู้บริโภคนำไปสู่การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายสถานประกอบการภาคการผลิต ภาคการบริการ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี โดยพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายภัตตาคารและร้านอาหาร เป็นธุรกิจพื้นฐานคู่กับสังคมไทย เกี่ยวเนื่องกับภาคการท่องเที่ยว ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกับการใช้ทรัพยากรและการเกิดของเสียทั้งน้ำเสีย และขยะเศษอาหารเพิ่มสูงขึ้นจากการบริการภัตตาคารและร้านอาหาร ส่งผลกับวิกฤติขยะอาหารซึ่งกำลังเป็นปัญหาใหญ่ที่สร้างผลกระทบไปทั่วโลก (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017)

ร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร นับเป็นอีกธุรกิจหนึ่งซึ่งมีแนวคิดในการรักษาและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการที่มีใจรักด้านสุขภาพ ตลอดจนประสบการณ์และความสำเร็จในการเปิดร้านอาหารในต่างประเทศ และในประเทศไทยด้วยการนำเสนออาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์ โดยการนำผักมาเป็นองค์ประกอบสำคัญของอาหาร ไม่ใช่เพียงแค่องค์ประกอบของการตกแต่งอาหาร การเลือกใช้วัตถุดิบปลอดภัย ประกอบกับกระแสรักสุขภาพ การให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหาร และการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการประกอบธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร ได้ผ่านการตรวจ

ประเมินและระดับผ่านเกณฑ์ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปี พ.ศ. 2562 ในระดับดี ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้วยความโดดเด่นของร้านอาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์ ตลอดจนยังมีประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจร้านอาหารที่ต่างประเทศ ณ นครย่างกุ้ง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และการขยายสาขาที่ประเทศเวียดนาม จนได้รับการยอมรับจากสถาบันด้านอาหารหลายแห่ง

อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยังคงมีการใช้แนวปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการประสบปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจุดเด่นในการนำเสนอรายการอาหารที่ไม่ใช้เนื้อสัตว์ ทั้งนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน พัฒนาร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของร้านอาหารที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร

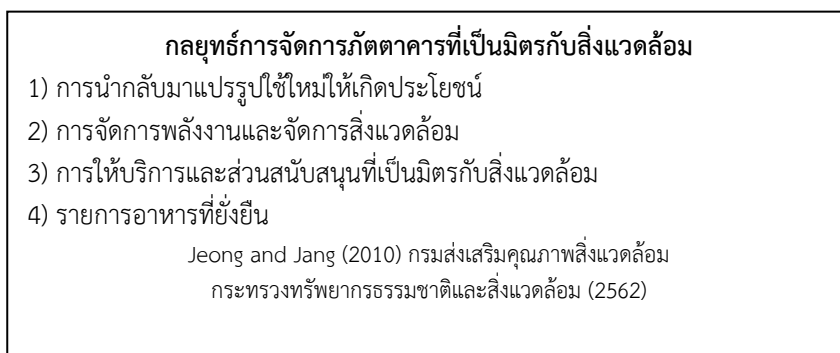
การทบทวนวรรณกรรม

ธุรกิจร้านอาหารนอกจากจะสร้างความสามารถในการได้มาซึ่งรายได้และผลประกอบการทางธุรกิจการจัดการเพื่อสร้างความสมดุลทั้ง 3 องค์ประกอบก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อการสร้างความยั่งยืนในท้ายที่สุดทั้งต่อธุรกิจตนเอง ต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและต่อสังคมชุมชนโดยรอบนั่นเอง จากแนวคิดของการจัดการทางด้านอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว โดยมีลักษณะของการเชื่อมโยงกับชุมชนในรูปแบบของการผลิตและบริการจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ดังเช่น การใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชน การสร้างความร่วมมือในการผลิตสินค้า ออกแฉีกหรือการวางระบบการจัดการของเสียจากอาหารแบบครบวงจรคือลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต และควมมีส่วนร่วมของท้องถิ่นหรือชุมชน ซึ่งเสนอแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Boonpienphon, N., 2017)

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมร่วมกับมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยได้ศึกษาแนวทางการบริการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและได้รวบรวมแนวทางปฏิบัติที่ดีจากการดำเนินงานภัตตาคารและร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Department of Environmental Quality Promotion, Ministry of Natural Resources and Environment, 2019) ดังนี้ 1) ขั้นตอนของการผลิตอาหารที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม 2) การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3) การจัดการพลังงานและจัดการสิ่งแวดล้อม และ 4) การบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้ Jeong and Jang (2010) กล่าวว่า ภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหลายแห่งที่ให้บริการทางออนไลน์ เพื่อช่วยให้ภัตตาคารนำแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ ซึ่งแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมร้านอาหาร ประกอบด้วย 1) การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ 2) พลังงานและอุปกรณ์ประหยัดน้ำ 3) อุปกรณ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) เครื่องให้บริการและบรรจุภัณฑ์ และ 5) รายการอาหารที่ยั่งยืน นอกจากนี้ Shen, Ying-Pei (2017) ได้ศึกษาความตั้งใจในการบริโภคต่อภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: การประยุกต์ใช้ทฤษฎี ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ของภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลดีต่อความตั้งใจใช้บริการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้หน่วยงานราชการและหน่วยงานวิชาการสามารถมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและตอบสนองแนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

กำหนดผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informant) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญแบบเจาะจง (Purposive Selection)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บขึ้นมาใหม่เพื่อตอบสนองให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่กำหนดแนวคำถาม เพื่อเชื่อมโยงกับประเด็นหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาไว้พอสมควรตามกรอบแนวคิดที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนที่สองเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นเพิ่มเติมกลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร และผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเป็นปรนัย ซึ่งดูจากความชัดเจนของข้อคำถามและการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ในการพิจารณาสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งข้อคำถามทุกข้อได้ค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ (Srisaat, B., 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ ข้อความเพื่อจับประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ในข้อคำถามที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร ด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Method Triangulation) เป็นการใช้หลาย ๆ วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลในประเด็นเรื่องเดียวกันด้วยวิธีสัมภาษณ์ การบันทึกเสียง และการจดบันทึก แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันความสอดคล้องกัน Bothisita, C., 2011)

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

ร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร จุดเริ่มต้นของ คุณณยา เอียร์ลิคซ์-อาตัม ผู้ก่อตั้งที่มีใจในการรักษาสุขภาพ และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารที่ต่างประเทศ นครอย่าง กัง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ด้วยการเปิดร้านอาหาร มอนซูน (Monsoon) ในปีพ.ศ. 2547 ซึ่งได้รับการยอมรับจากหลายสถาบัน รวมถึงการสัมภาษณ์พิเศษจากสื่อซีเอ็นเอ็น (CNN) และบีบีซี (BBC) ทั้งยังมีแขกพิเศษอย่างอดีตนายกรัฐมนตรี บิล คลินตัน (Bill Clinton), อองซานซูจี (Aung San Suu Kyi) และผู้ประกอบการชื่อดังจากทั่วโลกมาเยือนจนทำให้ร้านมอนซูน (Monsoon) เป็นที่รู้จักทั่วโลก จากความสำเร็จนำไปสู่การเปิดร้านมอนซูน สาขาที่ 2 ในประเทศเวียดนาม ที่บริการอาหารนานาชาติ

ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากมิตรที่ดีและคนแปลกหน้าผู้โอบอ้อมอารี จากประสบการณ์การประกอบธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2559 จึงตัดสินใจเดินทางกลับมาประเทศไทย และได้รับชมสารคดี Fat, Sick and Nearly Dead ของโจ ครอส (Joe Cross) ผู้ที่ได้รับฉายาว่า Jesus of Juicing ซึ่งกล่าวถึงเรื่องน้ำผักรักษาโรค โดยอดอาหารเป็นเวลา 60 วัน ทานน้ำผักอย่างเดียว ทำให้น้ำหนักลด โรคภัยต่าง ๆ ที่เป็นอยู่ก็หาย จึงทำให้ผู้ประกอบการทดลองทำตาม ซึ่งทำให้น้ำหนักลดลง ไม่ต้องใส่แว่น และผลตรวจที่เป็นมะเร็งระยะเริ่มต้น ก็ไม่พบเชื้อมะเร็งแล้ว นี่จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการรับประทานผัก และงดการรับประทานเนื้อสัตว์ ทดลองทำอาหารมังสวิรัต และน้ำผัก ผลไม้ให้กับตนเอง ครอบครัว และญาติรับประทาน ผลปรากฏว่าทุกคนมีสุขภาพที่ดี ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ และผลการตรวจเลือดดี จากการทดลองด้วยตนเองและความตั้งใจที่ “ต้องการให้คนไทยรักสุขภาพ” นำไปสู่การเปิดร้านอาหาร Broccoli Revolution สาขาแรกที่สุขุมวิท 49 ในปี พ.ศ. 2559 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คนให้หันมาบริโภคผักและผลไม้แทนการดื่มกาแฟ และอาหารฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) ตลอดจนในช่วงนั้นกระแสการรักสุขภาพกำลังเริ่มเป็นที่นิยม ประกอบกับลักษณะที่ตั้งบริเวณสุขุมวิท 49 มีสถานที่ออกกำลังกายฟิตเนส (Fitness) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่รักสุขภาพ จึงเป็นโอกาสที่ดีของการประกอบธุรกิจในช่วงนั้น จากการตอบรับที่ดีและการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัต ทำให้ Broccoli Revolution ขยายไปยังสาขาที่ 2 เซ็นทรัล เอ็มบาสซี (Central Embassy) ในปี พ.ศ. 2560 และสาขาที่ 3 ถนนเจริญกรุง (ดังแสดงในภาพที่ 2) ในปี พ.ศ. 2563 โดยลักษณะของร้านอาหารที่มุ่งเน้นอาหารมังสวิรัต โดยการนำผักมาเป็นองค์ประกอบสำคัญของอาหาร ไม่ใช่เพียงแค่องค์ประกอบของการตกแต่งอาหาร การเลือกใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษ ประกอบกับกระแสรักสุขภาพ การให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหาร และการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 2 ร้านอาหาร Broccoli Revolution ถนนเจริญกรุง

ที่มา : ผู้วิจัย (2564)

กลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ 2) การจัดการพลังงานและจัดการสิ่งแวดล้อม 3) การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) รายการอาหารที่ยั่งยืน ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ผลการวิจัยพบว่า

1. การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ พบว่า ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตั้งแต่เลือกใช้วัตถุดิบ การบริการ คำนึงถึงการเกิดขยะและจากวัสดุใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง นอกจากนี้ร้านมีโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งร้านอาหารมีการนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การรีไซเคิลฝาขวด โดยมีพันธมิตรที่ทำรีไซเคิล โดยนำฝาขวดไปบดจนเพื่อทำเป็นโต๊ะ และแก้วที่ใช้ภายในร้านซึ่งได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และเป็นการเพิ่มมูลค่า นอกจากนี้ยังมีการนำน้ำมันที่ใช้แล้วมาทำเป็นสบู่ ทั้งนี้ทางร้านได้มีการจัดตั้งพื้นที่สำหรับวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ ซึ่งร้านมีนโยบายในการดำเนินการตามหลัก “recycle, reuse, and upcycle”

จุดแข็ง (Strength) พบว่า 1) ร้านอาหารมีหลักในการดำเนินการที่มุ่งเน้นยกเลิกการใช้แบบครั้งเดียวทิ้ง และมีแนวคิดในการรีไซเคิล (Recycle) รีユซ (Reuse) และอัพไซเคิล (Upcycle) 2) ร้านอาหารมีการร่วมพันธมิตรในการรีไซเคิลวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตลอดจนการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับพันธมิตร

จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า 1) การจัดพื้นที่สำหรับรีไซเคิลค่อนข้างจำกัด ซึ่งโดยพื้นที่ส่วนใหญ่ร้านอาหารเป็นส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม 2) การใช้ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ผ่านการรีไซเคิล ลูกค้าน่าจะมีบ้างที่มีความกังวลเรื่องความสะอาด ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

โอกาส (Opportunities) พบว่า 1) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่มุ่งเน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม นับเป็นโอกาสที่สำคัญของการส่งเสริม สนับสนุนภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) กระแสพฤติกรรมรักษ์โลกของลูกค้าเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยมอุปโภค และบริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อุปสรรค (Threats) พบว่า พันธมิตรในการรีไซเคิลค่อนข้างมีจำกัด จึงทำให้การนำไปรีไซเคิลค่อนข้างทำได้ยาก ซึ่งเมื่อเทียบกับวัสดุเหลือทิ้งในแต่ละวันค่อนข้างมาก

โดยสรุปการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ ร้านอาหารมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตั้งแต่เลือกใช้วัตถุดิบ การบริการ คำนึงถึงการเกิดขยะและจากวัสดุใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง โดยยึดหลักแนวคิดในการรีไซเคิล (Recycle) รีユซ (Reuse) และอัพไซเคิล (Upcycle) นอกจากนี้ร้านอาหารยังมีโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมกับชุมชน และพันธมิตรในการรีไซเคิลวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นของการจัดการวัตถุดิบที่นำไปสู่การจัดการพลังงานของร้านอาหาร

2. การจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า ร้านอาหารมีการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การออกแบบร้านที่ตกแต่งด้วยกระจกใสเพื่อใช้แสงจากธรรมชาติ การออกแบบสไตล์อินดัสเทรียลผสมผสานกับสไตล์ลอฟท์ (ลักษณะการออกแบบและตกแต่งที่กำลังเป็นที่นิยม ซึ่งได้รับอิทธิพลการออกแบบมาจากลักษณะเด่นของโรงงานในอดีตที่มีความสวยงามแบบดั้งเดิมจากผนังปูนเปลือย) ผนังอิฐสีน้ำตาลอมส้ม โคมไฟเหล็กสีดำ เสริมด้วยสีเขียวของต้นไม้หลากชนิดซึ่งอยู่ในเกือบทุกส่วนของพื้นที่ ทำให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงธรรมชาติ ส่วนสาขาเจริญกรุง เน้นการจัดสรรพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ใช้สอย โดยด้านหน้ามีพื้นที่เปิดโล่งรับกับเพดานสกายไลท์ที่นำแสงธรรมชาติให้ส่องเข้ามายังพื้นที่ภายในได้อย่างเต็มที่ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าภายในร้าน การใช้ไฟฟ้าภายในร้านด้วยการเปิดเครื่องปรับอากาศที่ละ 1 เครื่อง สลับกัน และการติดตั้งเครื่องปรับอากาศในตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศ และห้องเย็นซึ่งได้ดัดแปลงมาจากห้องธนาคารเดิม และมีการปรับปรุงเพื่อให้สามารถเก็บความเย็นได้ และการเปิดปิดไฟเป็นช่วงเวลา และการจัดการผักสดจากการตัดแต่งส่งไปให้ฟาร์มเครือข่ายในพื้นที่ต่างจังหวัดเพื่อทำปุ๋ยหมัก การใช้ตะกร้าพลาสติกในการซื้อวัตถุดิบแทนการใส่ถุงพลาสติกเพื่อลดปริมาณขยะหีบห่อ และการใช้กล่องพลาสติกในการจัดเก็บวัตถุดิบพร้อมทั้งระบุประเภทวัตถุดิบและวันที่ชัดเจนเพื่อลดปริมาณขยะอาหารจากวัตถุดิบเน่าเสีย

จุดแข็ง (Strength) พบว่า 1) ร้านอาหารมีการออกแบบที่เอื้อต่อการประหยัดพลังงาน เช่น การใช้สี การใช้ไฟฟ้า การใช้ต้นไม้ในการตกแต่ง เป็นต้น 2) ร้านอาหารมีการคำนึงถึงการใช้พลังงานภายในร้านอาหาร เช่น ไฟฟ้า น้ำ ขยะและของเสีย 3) น้ำมันที่ใช้ประกอบอาหารแล้วนำไปให้กับโครงการ Bangkok Soap Opera เพื่อทำสบู่แนะนำกลับมาใช้ที่ร้าน

จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า การปรับปรุงร้านอาหารจากตึกซึ่งมีโครงสร้างเก่า ซึ่งส่งผลต่อการจัดการพลังงานภายในร้าน เช่น การทำห้องเย็น การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ และการติดตั้งระบบน้ำใช้

โอกาส (Opportunities) พบว่า 1) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่มุ่งเน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม นับเป็นโอกาสที่สำคัญของการส่งเสริม สนับสนุนการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในร้าน 2) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นส่วนช่วยให้ร้านอาหารมีแนวทางในการปฏิบัติการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในร้าน

อุปสรรค (Threats) พบว่า 1) การใช้ตึกเก่าในการเปิดร้านอาหารซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถมีการจัดการพลังงานได้เต็มที่เมื่อเปรียบเทียบกับอาคารสร้างตึกใหม่เพื่อเปิดร้านอาหาร 2) การออกแบบร้านในช่วงแรกอาจไม่ได้คำนึงถึงเรื่องของพลังงานเป็นอันดับแรก ซึ่งในขณะนั้นเน้นเพียงแต่ความสวยงามในการออกแบบเท่านั้น

โดยสรุปการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม ร้านอาหารมีการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การออกแบบร้านที่ตกแต่งด้วยกระจกใสเพื่อใช้แสงจากธรรมชาติ การออกแบบสไตล์อินดัสเทรียลผสมผสานกับสไตล์ลอฟท์ การใช้สีเขียวของต้นไม้หลากชนิด เน้นการจัดสรรพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ใช้สอย

และการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าภายในร้านด้วยการเปิดปิดไฟเป็นช่วงเวลา ร้านอาหารมีการคำนึงถึงการ
พลังงานภายในร้านอาหาร เช่น ไฟฟ้า น้ำ ขยะและของเสีย ซึ่งการจัดการพลังงานและจัดการสิ่งแวดล้อม
ภายในร้านถือเป็นกระบวนการจัดการที่สำคัญเนื่องจากจะสามารถช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายใน
ร้านอาหาร อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมต่อส่วนรวม และออกแบบการให้บริการและ
ส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกันต่อไป

3. การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า ร้านอาหารมีการ
ให้บริการที่คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านของพนักงานโดยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ
ให้กับพนักงานถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแนวคิด นโยบายของร้านอาหารเพื่อให้พนักงานทุกคน
สามารถดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และการสร้างความเข้าใจแก่ลูกค้าให้เห็นความสำคัญของ
สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีวิธีการดำเนินการที่ไม่บริการหลุดให้กับลูกค้าเนื่องจากกรณีที่ลูกค้าร้องขอซึ่งจะใช้หลอด
ผักบุ้งแทน การจัดสภาพบรรยากาศภายในร้าน และการเสนอรายการอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่
เน้นการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่ปลอดภัยโดยการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อให้
ชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ และการผลิตอาหารในปริมาณที่เหมาะสมทั้งคุณภาพและราคาไม่เหลือทิ้ง เพื่อให้
เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปสู่การบริโภคที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อมอย่างพอเพียงและยั่งยืน ตลอดจนร้านอาหารมีส่วนสนับสนุนที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม
เช่น การจำหน่ายขนมจากร้านเครือข่ายที่สนับสนุนกลุ่มผู้ที่มีภาวะผิดปกติทางพันธุกรรม การให้อาสาใน
การทำงานของผู้อพยพที่ต้องการตามกฎหมาย และกลุ่มผู้ขาดโอกาสทางสังคม และการให้ทุนสนับสนุน
การศึกษาให้แก่เยาวชนในพื้นที่ห่างไกล

จุดแข็ง (Strength) พบว่า 1) ร้านอาหารมีการให้บริการที่คำนึงถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ทั้งในด้านของการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน และสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า 2)
ร้านอาหารมีส่วนสนับสนุนที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งมอบโอกาสแก่กลุ่มผู้ขาดโอกาสทาง
สังคม 3) ร้านอาหารมีพันธมิตรเครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งการผลิตวัตถุดิบ การรีไซเคิล และการ
สร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม

จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า 1) การใช้ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ผ่านการรีไซเคิลลูกค้าบางราย
มักมีความกังวลเรื่องความสะอาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า 2) การสร้างการรับรู้เรื่อง
ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมแก่ลูกค้ายังคงไม่สามารถทำได้เต็มที่เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณใน
การลงทุน

โอกาส (Opportunities) พบว่า 1) กระแสพฤติกรรมรักษ์โลกของลูกค้าเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยม
อุปโภค และบริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) การกระตุ้นจากหน่วยงานภาครัฐ และ
ภาคเอกชนที่มุ่งเน้นเรื่องความยั่งยืน 3) การรวมกลุ่มของเครือข่าย พันธมิตร ผู้ประกอบการที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการดำเนินงานสถานประกอบการ และธุรกิจ

อุปสรรค (Threats) พบว่า 1) ผลกระทบ และบรรทัดฐานที่ใช้ในการบรรจอาหารที่ย่อยสลาย ได้มีราคาสูง และมีความทนทานต่อความร้อนน้อย เช่น ถ้วยกระดาษชานอ้อย ช้อนส้อมชานอ้อย เป็นต้น เนื่องด้วยมีผู้ผลิตน้อยราย และมีความต้องการของตลาดสูง (Demand) 2) ช่วงโรคระบาด Covid-19 ส่งผลต่อความสะดวก และความปลอดภัยในการใช้บรรจภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่ยังไม่คำนึงถึงเรื่องของสิ่งแวดล้อมอาจเป็นอุปสรรคต่อการให้บริการแก่ลูกค้า

โดยสรุป การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งร้านอาหารมีการให้บริการที่คำนึงถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในด้านของการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม แก่พนักงาน และสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า ตลอดจนมีส่วนร่วมสนับสนุนที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งมอบโอกาสแก่กลุ่มผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม และการสร้างพันธมิตรเครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งการผลิตวัตถุดิบ การรีไซเคิล และการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยวิธีการสร้างการรับรู้แก่ลูกค้าผ่านการนำเสนอรายการอาหารที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นรายการอาหารที่เน้นวัตถุดิบปลอดสารพิษ

4. รายการอาหารที่ยั่งยืน พบว่า ร้านอาหารมีการให้บริการรายการอาหารที่เน้นวัตถุดิบปลอดสารพิษ เช่น การคัดเลือกผักอินทรีย์ (Organic) และส่วนผสมในอาหารที่ปลอดสารพิษ มุ่งเน้นการออกแบบรายการอาหารที่ใช้ผักเป็นองค์ประกอบสำคัญในรายการอาหาร ซึ่งเป็นรายการอาหาร Plant-Based Vegan ที่ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์แต่พัฒนารสชาติให้รับประทานได้ง่ายสำหรับทุกคน ซึ่งรายการอาหารขึ้นชื่อของร้าน ได้แก่ เบอร์เกอร์บล็อกโคลีชาโคล (การเลือกใช้บล็อกโคลีและธัญพืชอย่างควินัวมาผสมผสานกันเป็นก้อนก่อนนำไปทอดโดยใช้น้ำมันรำข้าว) ส้มตำไทยคีนัว (การผสมความเป็นไทยกับเส้นผักแทนที่เส้นมะละกอ) และเครื่องดื่มสีเขียวสกัดเย็น (Cold pressed จากผักอินทรีย์ โดยมีส่วนผสม คือ ผักเคล ผักโขม แดงควา ขึ้นฉ่าย แอปเปิ้ลเขียว มะนาว และขิง) นอกจากนี้ในช่วงโรคระบาด Covid-19 นั้นร้านอาหารยังได้จัดรายการอาหารแบบซื้อกลับบ้าน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ตลอดจนการคำนึงตามมาตรการของรัฐอย่างจริงจัง

จุดแข็ง (Strength) พบว่า 1) รายการอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งเป็นรายการอาหาร Plant-Based Vegan ที่ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์แต่พัฒนารสชาติให้รับประทานได้ง่ายสำหรับทุกคน 2) รายการอาหารที่เน้นวัตถุดิบปลอดสารพิษ เช่น การคัดเลือกผักอินทรีย์ และส่วนผสมในอาหารที่ปลอดสารพิษ 3) รายการเครื่องดื่มจากผักอินทรีย์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารักสุขภาพ 4) การผสมผสานรายการอาหารทั้งอาหารเอเชีย และอาหารยุโรปที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการ

จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า 1) ช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากส่งผลต่อการผลิตวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 2) การประชาสัมพันธ์รายการอาหารและร้านอาหารยังมีน้อย เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณในการลงทุน ตลอดจนมีผู้ใช้บริการซึ่งเป็นลูกค้าประจำเดิมอยู่แล้ว

โอกาส (Opportunities) พบว่า 1) กระแสรักสุขภาพของกลุ่มผู้รับประทานอาหารคลีน (Clean Food) หรือกลุ่มผู้ออกกำลังกาย ซึ่งร้านอาหารอาจเป็นโอกาสสำหรับกลุ่มกระแสรักสุขภาพ 2) การถ่ายทำของรายการทางโทรทัศน์ และรายการในสื่อสังคมออนไลน์ อาจทำให้ลูกค้ารู้จักร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค (Threats) พบว่า 1) พฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่นิยมรับประทานผัก อาจไม่ใช่ลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนพฤติกรรมความเคยชินของลูกค้าที่อาจไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า 2) วัตถุดิบในการผลิตที่สูงขึ้นอาจส่งผลต่อการปรับราคารายการอาหารที่สูงขึ้น และการผลิตวัตถุดิบ ดูแลอาจใช้ระยะเวลานาน

โดยสรุปรายการอาหารที่ยั่งยืน ซึ่งรายการอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นแบบ Plant-Based Vegan ที่ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์แต่พัฒนารสชาติให้รับประทานได้ง่าย นอกจากนี้ยังเน้นวัตถุดิบส่วนผสมในอาหารที่ปลอดภัย อีกทั้งรายการเครื่องดื่มจากผักออร์แกนิกที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารักสุขภาพ และการผสมผสานรายการอาหารทั้งอาหารเอเชีย และอาหารยุโรปที่หลากหลาย

จากผลการศึกษากลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ 2) การจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) รายการอาหารที่ยั่งยืน ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ทำให้ได้ข้อสรุปซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษามือถือประกอบ 3 ด้านที่สำคัญ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพ (Health) ด้านสังคม (Social) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ดังนี้

ด้านสุขภาพ (Health) การให้บริการอาหาร Plant-Based Vegan ที่ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์แต่พัฒนารสชาติให้รับประทานได้ง่าย เน้นวัตถุดิบปลอดภัย เช่น การคัดเลือกผักอินทรีย์ (Organic) และส่วนผสมในอาหารที่ปลอดภัย ซึ่งต้องการให้ลูกค้าที่รับประทานมีสุขภาพดี ปราศจากสารพิษ

ด้านสังคม (Social) การสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน และสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า มีส่วนสนับสนุนที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งมอบโอกาสแก่กลุ่มผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม ส่งเสริมการสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชน และการให้ทุนสนับสนุนการศึกษาให้แก่เยาวชนในพื้นที่ห่างไกล ตลอดจนการสร้างพันธมิตร เครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งการผลิตวัตถุดิบ การรีไซเคิล และการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ร้านอาหารมีการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อมด้วยการออกแบบร้านที่ตกแต่งด้วยกระจกใสเพื่อใช้แสงจากธรรมชาติ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าภายในร้าน และการจัดการของเสียในการลดปริมาณขยะอาหารจากวัตถุดิบเน่าเสียเพื่อทำปุ๋ยหมัก ตลอดจนสร้างการรับรู้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมแก่ลูกค้าในการให้บริการ

ทั้งนี้จากการศึกษากลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการการตระหนักในทรัพยากรธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อมของพนักงานในร้านอาหาร และลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้นำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ ผู้ผลิตวัตถุดิบปลอดสารพิษซึ่งเป็นการนำทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีในชุมชนเป็นทรัพยากรที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้ผลิตกลางน้ำ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และปลายน้ำ คือ ลูกค้าที่ได้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ และมีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งสามารถรับรู้ที่มาของแหล่งผลิตวัตถุดิบ ทั้งนี้การใช้แนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถเป็นส่วนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม และการลดมลภาวะที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจให้กับสังคม อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร
ที่มา: ผู้วิจัย

สรุปผลและอภิปรายผล

จากผลการศึกษากลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลและอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ โดยร้านอาหารมีหลักในการดำเนินการที่มุ่งเน้นยกเลิกการใช้แบบครั้งเดียวทิ้ง และมีแนวคิดในการ Recycle Reuse และ Upcycle ทั้งนี้ยังมีการร่วมพันธมิตรในการรีไซเคิลวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตลอดจนการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับพันธมิตร สอดคล้องกับ National Restaurant Association (2018) กล่าวว่า ผู้ประกอบการภัตตาคารมีการรีไซเคิลและมุ่งเน้นบนบรรจุภัณฑ์ ภัตตาคารส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการรีไซเคิล ภัตตาคารส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจัดหาบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล และยังคงสอดคล้องกับ Jeong and Jang (2010) กล่าวว่า การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ มีของเหลือใช้มากมายที่สามารถรีไซเคิลได้ในร้านอาหาร เป็นแก้วพลาสติก โลหะกระดาก แข็งและอลูมิเนียม การหมักเศษอาหารช่วยลดปริมาณขยะและช่วยเพิ่มคุณภาพของดิน

2. การจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยร้านอาหารมีการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การออกแบบร้านที่ตกแต่งด้วยกระจกใสเพื่อใช้แสงจากธรรมชาติ เอื้อต่อการประหยัดพลังงาน เช่น การใช้สี การใช้ไฟฟ้า การใช้ต้นไม้ในการตกแต่ง เป็นต้น ร้านอาหารมีการคำนึงถึงการใช้พลังงานภายในร้านอาหาร เช่น ไฟฟ้า น้ำ ขยะและของเสีย น้ำมันที่ใช้ประกอบอาหารแล้วนำไปให้กับโครงการ Bangkok Soap Opera เพื่อทำสบู่และนำกลับมาใช้ที่ร้าน ซึ่งการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นส่วนช่วยให้ร้านอาหารมีแนวทางในการปฏิบัติการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในร้าน สอดคล้องกับ นพรัตน์ บุญเพียรผล (Boonpienpol, N., 2017) ผลการศึกษาพบว่า การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต้องให้ความสำคัญ และสอดคล้องกับ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Department of Environmental Quality Promotion, Ministry of Natural Resources and Environment, 2019) กล่าวว่า การสร้างเอกลักษณ์ของร้านอาหารก็เป็นเรื่องสำคัญเช่นกัน เริ่มตั้งแต่การจัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้านให้มีการพึ่งพาธรรมชาติ

3. การให้บริการและส่วนสนับสนุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ร้านอาหารมีการให้บริการที่คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านของการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน และสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า มีส่วนสนับสนุนที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งมอบโอกาสแก่กลุ่มผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม ตลอดจนพันธมิตรเครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งการผลิตวัตถุดิบ การรีไซเคิล และการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Sweeney and Soutar (2001) กล่าวว่า การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Perceived Value) เป็นประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์ในด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ และสอดคล้องกับ อรุณี สุวรรณเดชา (Suwandecha, U., 2016) ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านคุณภาพ ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม และด้านการรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. รายการอาหารที่ยั่งยืน ร้านอาหารมีการให้บริการรายการอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งเป็นรายการอาหาร Plant-Based Vegan ที่ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์แต่พัฒนารสชาติให้รับประทานได้ง่ายสำหรับทุกคน เน้นวัตถุดิบปลอดสารพิษ รายการเครื่องดื่มจากผักอินทรีย์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารักสุขภาพ และการผสมผสานรายการอาหารที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความ

ต้องการซึ่งสอดคล้องกับกระแสรักสุขภาพของกลุ่มผู้รับประทานอาหารคลีน หรือกลุ่มผู้ออกกำลังกาย Woolf and Aron (2013) กล่าวว่า การเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับร่างกาย และสอดคล้องกับ Jeong, E. and Jang, S., (2010) จากผลการศึกษาพบว่า รายการอาหารที่ยั่งยืน อาหารออร์แกนิกได้รับการดูแลโดยไม่ใช้ยาฆ่าแมลง และใช้ปุ๋ยปลอดสารพิษและอาหารที่ปลูกในท้องถิ่นช่วยลดปริมาณมลพิษทางอากาศที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งที่ใช้เชื้อเพลิง

จากการศึกษากลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร Broccoli Revolution ทำให้ได้ข้อสรุปซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาโดยมีองค์ประกอบ 3 ด้านที่สำคัญ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพ (Health) ด้านสังคม (Social) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ดังนี้ ด้านสุขภาพ (Health) การให้บริการอาหารที่ไม่มีผลิตภัณฑ์จากสัตว์แต่พัฒนารสชาติให้รับประทานได้ง่าย เน้นวัตถุดิบปลอดสารพิษ และส่วนผสมในอาหารที่ปลอดสารพิษ สอดคล้องกับ พลอยไพลิน คำแก้ว (Khamkaew, P., 2014) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพควรเน้นสร้างค่านิยมทางด้านสุขภาพ ปรับรสชาติอาหารเพื่อสุขภาพให้มีรสชาติดีขึ้น ด้านสังคม (Social) การสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน และสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า มีส่วนสนับสนุนที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการส่งมอบโอกาสแก่กลุ่มผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม ตลอดจนการสร้างพันธมิตร เครือข่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งการผลิตวัตถุดิบ การรีไซเคิล และการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (Weerasamrit, W., 2010) ผลการศึกษาพบว่า การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภคโดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ร้านอาหารมีการจัดการพลังงานและการจัดการสิ่งแวดล้อมด้วย การออกแบบร้านที่ตกแต่งด้วยกระจกใสเพื่อใช้แสงจากธรรมชาติ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าภายในร้าน และการจัดการของเสีย ตลอดจนสร้างการรับรู้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมแก่ลูกค้าในการให้บริการ สอดคล้องกับนพรัตน์ บุญเพียรผล (Boonpienpol, N., 2017) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านอาหารนอกจากจะสร้างความสามารถในการได้มาซึ่งรายได้และผลประกอบการทางธุรกิจการจัดการเพื่อสร้างความสมดุลทั้งต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและต่อสังคมชุมชนโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

กลยุทธ์การจัดการภัตตาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินการจริงของภัตตาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ อีกทั้งยังสามารถนำไปขยายผลให้เกิดเครือข่ายธุรกิจบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการศึกษาพบว่า การใช้ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ผ่านการรีไซเคิลลูกค้าบางรายก็มีความกังวลเรื่องความสะดวก ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้อาจมีการศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นของลูกค้าในการใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษามาใช้พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านอาหารได้

2. จากการศึกษาพบว่า แนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้นำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการศึกษาอาจมีการศึกษาทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำ คือ ผู้ผลิตวัตถุดิบปลอดสารพิษ กลางน้ำ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และปลายน้ำ คือ ลูกค้าที่ได้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ และมีคุณค่าทางโภชนาการ

References

- Boonpienpon, N. (2017). Eco Restaurant: An approach to Wise and Environment-Friendly Business Operation. *Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science)*, 7(2), 131-141.
- Department of Environmental Quality Promotion, Ministry of Natural Resources and Environment. (2019). *Example Restaurant Success and Green Restaurant*. Bangkok: Department of Environmental Quality Promotion, Ministry of Natural Resources and Environment.
- Jeong, E. and Jang, S. (2010). Effects of restaurant green practices: Which practices are important and effective?. *Hospitality Research Caesars Hospitality Research Summit*, University of Nevada, Las Vegas.
- Kanchanapamornpat, T. (2019). *Management of Environmental Friendly Hotel in Southwestern Thailand*. Doctor of Philosophy (Management) Graduate School, Siam University.
- Khumkaew, P. (2016). *Factors Positively Affecting Behavioral Intentions of Consuming Healthy Food of Consumers in Bangkok*. M.B.A., Graduate School, Bangkok University.
- National Restaurant Association. (2018). *The State of Restaurant Sustainability 2018*. National Restaurant Association, National Restaurant Association Educational Foundation and Council of State Restaurant Associations
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2017). *The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board.

- Podhisita, C. (2016). Science and Art of Qualitative Research. Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research Mahidol University.
- Shen, Y.P. (2017). Consumption Intentions toward green restaurants: Application of theory of planned behavior and altruism. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences (IJMESS)*, 6(3).
- Srisaard, B. (2010). Basic Research. Bangkok: Suweeriyasan.
- Suwandacha, A. (2016). Recognition of ASEAN Tourists Affects their Willingness to go to Green Restaurant in Pattaya. Business Administration Program in Global Business Management, Graduate School of Commerce, Burapha University.
- Sweeneya Jillian C., Soutar Geoffrey N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77, 203–220.
- Weerasamrit, W. (2010). Corporate social responsibility influencing the loyalty of Advance info service public company's customers. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
- Woolf, S.H., and Aron, L. (2013). US health in international perspective: Shorter lives, poorer health. New York: National Academies.



Supawadee Thongpak, Lecturer, Liberal Arts Program in Hotel Management, Kasembundit University.



Assistant Professor, Kaedsiri Jaroenwisana, Ph.D., Doctor of Philosophy Program in Tourism, Hotel and Event Management, Silpakorn University.



Assistant Professor, Manassinee Boonmeesrisa-nga, Ph.D., Bachelor of Arts Program in Tourism Management, Silpakorn University.