

STARBUCKS เปิดเผยแผนใหม่ เลิกใช้แก้วแบบครั้งเดียวทิ้ง ส่งเสริมให้ใช้แก้วแบบ REUSABLE



เมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา สำนักงานใหญ่ของ STARBUCKS ในรัฐซีแอตเทิลได้กลับมาเปิดสำนักงานอีกครั้ง และพนักงานที่กลับมาทำงานพบว่าแก้วกระดาษและแบบพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้งของ STARBUCKS ไม่มีอีกแล้ว โดยมีการนำแก้วแบบใช้ซ้ำได้ (REUSABLE CUP) มาใช้แทน

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ STARBUCKS ต้องการเริ่มนำมาใช้กับร้าน STARBUCKS ทุกสาขาทั่วโลก ซึ่งมีแก้วที่ใช้แล้วทิ้งประมาณ 7 พันล้านใบต่อปี

ก่อนการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปีเมื่อวันพุธที่ 9 มีนาคมที่ผ่านมา STARBUCKS ได้เปิดเผยแผนล่าสุดในการลดการใช้แก้วแบบใช้แล้วทิ้ง ซึ่งผ่านการทดสอบมากกว่า 20 ครั้งใน 8 ตลาดทั่วโลกเพื่อค้นหาวิธีที่ดีที่สุดในการเลิกใช้แก้วแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง

STARBUCKS ตั้งเป้าว่า ภายในสิ้นปี 2566 ลูกค้า STARBUCKS จะสามารถใช้แก้วส่วนตัวแบบใช้ซ้ำได้ สำหรับการสั่งซื้อกาแฟของ STARBUCKS ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ซึ่งรวมถึงการสั่งซื้อแบบ DRIVE-THRU และแบบการส่งผ่านมือถือ ซึ่งตัวเลือกเหล่านี้ยังไม่สามารถทำได้ในปัจจุบัน โดยนาย AMELIA LANDERS รองประธานของ STARBUCKS และ

ประธานฝ่ายนวัตกรรมผลิตภัณฑ์กล่าวว่า พวกเขากำลังทำการทดสอบเพื่อทำความเข้าใจว่าวิธีใดเป็นวิธีที่สะดวกที่สุดสำหรับลูกค้า และจะไม่ทำให้การสั่งซื้อแบบ DRIVE-THRU ช้าลงสำหรับรถคันหลังที่รออยู่ และต้องง่ายต่อการให้บริการของพนักงานและการสั่งซื้อของลูกค้า

นอกจากนี้ STARBUCKS มีเป้าหมายในการลดของเสียและการปล่อยก๊าซคาร์บอนจากการผลิตให้เหลือครึ่งหนึ่งภายในปี 2573 และตั้งเป้าที่จะเป็นบริษัทที่ใช้ทรัพยากรในเชิงบวก (RESOURCE POSITIVE) ให้ได้ในอนาคต และภายในปี 2568 STARBUCKS คาดหวังว่าจะให้ลูกค้าทุกคนใช้แก้วแบบใช้ซ้ำได้ของบริษัทหรือแก้วที่นำมาเองจากบ้านแทนการใช้แก้วแบบครั้งเดียวทิ้ง

นาย MICHAEL KOBORI หัวหน้าเจ้าหน้าที่ด้านความยั่งยืนของ STARBUCKS กล่าวว่าแก้วกระดาษรวมทั้งฝาปิดแบบใช้แล้วทิ้งคิดเป็นร้อยละ 40 ของขยะบรรจุภัณฑ์ของบริษัท โดยคิดเป็นร้อยละ 20 ของปริมาณขยะทั่วโลก แต่แก้วกระดาษคือสัญลักษณ์ของ STARBUCKS ทั่วโลก และหากบริษัทสามารถแทนที่แก้วแบบใช้แล้วทิ้งนี้ได้ ด้วยการนำแก้วแบบใช้ซ้ำได้มาใช้ STARBUCKS จะสามารถเปลี่ยนความคิดของผู้คนได้โดยสิ้นเชิง และเชื่อว่า STARBUCKS จะสามารถเป็นแบบอย่างและผู้นำในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมทั้งหมดได้

อย่างไรก็ดี การโน้มน้าวให้ลูกค้าเลิกใช้แก้วแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งเป็นเรื่องยากสำหรับบริษัท ก่อนหน้านี้ ในปี 2551 STARBUCKS ได้ตั้งเป้าหมายให้ผู้บริโภคหนึ่งคนใช้แก้วแบบใช้ซ้ำได้ภายในปี 2558 แต่บริษัทก็ไม่สามารถทำตามแผนที่วางไว้ได้ และสิ่งที่บริษัทได้เรียนรู้จากการวิจัยผู้บริโภคก็คือ แม้แต่ผู้สนับสนุนด้านความยั่งยืนที่กระตือรือร้นที่สุดก็ไม่ได้บอกว่าตนเองพกแก้วแบบใช้ซ้ำได้นั้นติดตัวไปทุกที่

ตั้งแต่ช่วงปี 2563 STARBUCKS ได้เสนอส่วนลด 10 เซ็นต์สำหรับลูกค้าที่นำแก้วมาเอง แต่มีลูกค้าเพียงไม่กี่รายที่ตอบสนองต่อส่วนลดนี้ ในปี 2565 บริษัทกำลังดำเนินการทดสอบต่างๆ ทั่วทั้งสหรัฐอเมริกาเพื่อดูว่านักดื่มกาแฟตอบสนองต่อสิ่งจูงใจและข้อเสนอส่วนลดที่แตกต่างกันอย่างไร เช่น การจ่ายเพิ่ม 10 เซ็นต์สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้แก้วแบบครั้งเดียวทิ้งและได้รับส่วนลด 50 เซ็นต์สำหรับลูกค้าที่ใช้แก้วแบบใช้ซ้ำได้

STARBUCKS ได้วางแผนที่จะทดลองใช้เครื่องทำความสะอาดแก้วในร้านของตนในรัฐโออาฮัว ฮาวาย และในวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยแห่งรัฐแอริโซนา ซึ่งลูกค้าจะสามารถทำความสะอาดแก้วส่วนตัวก่อนส่งเครื่องดื่มที่ร้าน



บริษัทกำลังทดลองการให้บริการยืมแก้วเครื่องดื่มพกพาของร้านที่ได้เริ่มให้บริการในประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และ ลอนดอน โดยลูกค้าที่ใช้บริการยืมแก้วจะต้องนำกลับมาคืนที่ร้าน โดยเริ่มนำมาให้บริการใน STARBUCKS ในรัฐซีแอตเทิล สหรัฐอเมริกาแล้ว โดยที่ลูกค้าจ่ายเงินมัดจำทุกแก้วและรับเงินคืน 1 เหรียญสหรัฐเมื่อส่งคืน

ในเกาหลีใต้ STARBUCKS ได้ให้คำมั่นที่จะยุติการใช้แก้วแบบใช้ครั้งเดียวทั้งหมดภายในปี 2568 โดยมีทั้งหมด จำนวน 4 สาขาในเมืองเซจูและ 12 สาขาในกรุงโซลได้เปลี่ยนไปใช้แก้วแบบใช้ซ้ำได้ การทดลองครั้งแรกในเมืองเซจูที่ ยกเลิกการใช้แก้วแบบครั้งเดียว ทำให้ภายใน 3 เดือน สามารถลดการใช้แก้วแบบครั้งเดียวทิ้งได้ประมาณกว่า 200,000 แก้ว

ความมุ่งมั่นของ STARBUCKS ที่มีต่อสังคม ซึ่งรวมถึงความยุติธรรมทางเชื้อชาติและความคำนึงถึงสภาพภูมิอากาศ ทำให้บริษัทเป็นที่นิยมในหมู่นักลงทุนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม ในการเลือกถือหุ้น อย่างไรก็ตามหุ้นของ STARBUCKS ร่วงลงร้อยละ 26 ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัทต่อสู้กับต้นทุนที่สูงขึ้นและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ เช่น ความขัดแย้งในยูเครน ส่งผลกระทบต่อตลาดในวงกว้าง ปัจจุบัน STARBUCKS มีมูลค่าในตลาด 91.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ในปี 2561 STARBUCKS ได้เริ่มดำเนินการแผน “GREENER STORE FRAMEWORK” ด้วยการออกแบบสาขา GREENER STORE เป็นโมเดลร้านที่จะสร้างผลกระทบต่อเชิงบวกให้กับโลก เริ่มเปิดให้บริการครั้งแรกที่สหรัฐอเมริกา และ แคนาดา ปัจจุบันมีมากกว่า 2,300 สาขา และแผนจากนี้จะเริ่มขยายร้านโมเดล GREENER STORE ออกนอกแถบอเมริกา เหนือ โดยล่าสุดเปิดสาขาแรกในเอเชียที่เชียงใหม่ ประเทศจีน และในปี 2565 เตรียมขยายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร ซิสี เพื่อบรรลุเป้าหมายการสร้างสาขาใหม่ และปรับปรุงสาขาเดิมให้อยู่ในคอนเซ็ปต์ GREENER STORE จำนวน 10,000 สาขาภายในปี 2568

จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SUSTAINABILITY) เป็นแนวทางหลักที่ผู้ประกอบการทั่วโลกให้ความสำคัญและหลายธุรกิจได้ปรับตัวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การเกิดธุรกิจแนวใหม่ตามกระแสรัศมี สิ่งแวดล้อมก็เริ่มมีให้เห็นในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สบู่ ยาสระผม น้ำยาซักผ้า น้ำยา อเนกประสงค์ต่างๆ โดยลูกค้าจะต้องนำภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์อื่นๆ มาใส่ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เอง หากการ เปลี่ยนแปลงของ STARBUCKS ในการใช้ REUSABLE CUP ประสบความสำเร็จ จะเป็นแรงผลักดันในการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างแน่นอน และเชื่อว่าหากในตลาดสหรัฐฯ เริ่มมีการใช้บรรจุภัณฑ์แบบนำกลับมาใช้ซ้ำมากขึ้น ในวงกว้าง ไทยจะเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกสินค้าบรรจุภัณฑ์แบบ REUSABLE ได้อย่างแน่นอน



HTTPS://WWW.CNBC.COM/ และ สคต. ณ นครนิวยอร์ก วันที่ 15 มีนาคม 2565



ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.ditp.go.th/>