

กลุ่มย่อยที่ 8

นิเทศศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์

ดิจิทัลมีเดีย

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์

สำหรับธุรกิจกรีนคาเฟ่โดยเฉพาะ

CERAMIC DESIGN BY GREEN PRODUCT CONCEPT DESIGN GUIDELINES ESPECIALLY FOR THE GREEN CAFÉ BUSINESS

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นฤดล จิตสกุล
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail: narudon.ji@spu.ac.th

บทคัดย่อ

กรีนคาเฟ่ (Green Café) เป็นรูปแบบหนึ่งของการทำธุรกิจร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยเทรนด์กระแสเรื่องของรักษ์โลกกำลังเป็นที่นิยมในยุคปัจจุบัน แนวคิดของการทำธุรกิจกรีนคาเฟ่ในประเทศไทย จึงเป็นการทำธุรกิจขายกาแฟผสมรวมกับการขายอาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ โดยนำแนวคิดเรื่องของธรรมชาติมาใช้ในระบบการจัดการร้าน ตั้งแต่เรื่องของการตกแต่งร้านไปตลอดจนภาชนะที่มีความเป็นธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่ปัจจุบันยังขาดภาชนะหรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับกรีนดีไซน์ที่แท้จริง อีกทั้งยังเกิดต้นทุนและวัสดุเหลือใช้ จากการประดับตกแต่งเมนูโดยไม่จำเป็น แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์ สำหรับธุรกิจกรีนคาเฟ่โดยเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาด้านต้นทุน มีแนวทางทำได้ 4 รูปแบบ คือ 1) การออกแบบรูปร่างรูปทรงที่อิงจากธรรมชาติ 2) การเขียนลวดลายประดับตกแต่งเป็นสีใต้เคลือบ 3) การออกแบบและผลิตด้วยระบบลีน (Lean System) ในการลดปริมาณพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ และ 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยมีวัสดุอื่นๆ มาตกแต่งเพิ่มเติม เช่น ไม้ ผ้า และวัสดุอื่น เป็นต้น

คำสำคัญ: ออกแบบผลิตภัณฑ์, เซรามิก, แนวคิดกรีนดีไซน์, โมเดลธุรกิจ, กรีนคาเฟ่

ABSTRACT

Green Café is a model of coffee shop business that is very popular. At present, the trend of saving the earth is becoming popular. The concept of running a Green Café business in Thailand is the selling of coffee together with other kinds of food and beverage. The shop management is operated by adopting the concept of nature from the shop decoration until using the natural containers that are matched with the environmentally friendly concepts. But at present, there is lacking containers or products that are really meet the green design. There is also the increased cost and waste material from unnecessary menu decoration. For the ceramic products design guidelines under the Green Design concept, especially, for the Green Café business. There are 4 methods as followed: 1) designing shapes based on nature 2) drawing decorative patterns with underglaze painting 3) designing and producing with a Lean System to reduce the amount of energy and natural resources

consumption and 4) designing ceramic products with additional decorative materials such as wood, fabric, other materials, etc.

Keywords: Product Design, Ceramics, Green Design Concept, Business Model, Green Café

1. บทนำ

ในสถานการณ์สิ่งแวดล้อมโลกปัจจุบัน สังคมได้มุ่งเน้นและเห็นความสำคัญของคำว่า “รักษ์โลก” มากยิ่งขึ้น ในหลากหลายมุมมองของนักวิชาการที่ได้ออกมาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดการตระหนักที่จะกลับมาดูแลรักษาโลกให้ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การให้ความสำคัญและมองเห็นปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโลกไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ ณ เวลาปัจจุบัน เพราะนโยบายนี้เป็นนโยบายโลกที่หลายประเทศได้มีวิธีการและแนวทางในการกำหนดข้อปฏิบัติ ให้กับคนในประเทศของตน ดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

หากจะค้นหาคำสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของสิ่งแวดล้อม หรือ Green Society จะพบข้อมูลที่มีอยู่ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก ด้วยที่เป็นเรื่องสำคัญระดับโลก ทุกหน่วยงานทั่วโลก จึงตระหนักเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ และอยากผลักดันให้เกิดการปฏิบัติจริงที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น จึงเกิดเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่เห็นได้ทั่วไป เช่น การแยกขยะ การนำของกลับมาใช้ใหม่ และการลดการใช้พลังงานต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจากกิจกรรมที่กล่าวมา ก็ไม่ได้ถือเป็นเรื่องใหม่ของสังคมปัจจุบันมากนัก

สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเรื่องสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนของประชากรโลกที่มากขึ้น แม้สถิติการเกิดจะลดน้อยลงในบางประเทศ แต่ปริมาณของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ก็ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ระบบการผลิตต่างๆ ที่ต้องการตอบสนองการบริโภคและอุปโภคก็ยังคงเพิ่มขึ้น ภาคอุตสาหกรรมก็มีการขยายตัวมากขึ้น ระบบเศรษฐกิจเติบโตขึ้นตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการเร่งรัดให้นำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ในกระบวนการพัฒนาประเทศให้เกิดประโยชน์อย่างรวดเร็ว โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงการรักษาหรือทดแทนสิ่งที่ถูกใช้หมดไป ซึ่งอาจส่งผลในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงโลกอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

2. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาแนวคิดของการทำธุรกิจรีนคาเฟ่ในประเทศไทย
- (2) เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์ สำหรับธุรกิจรีนคาเฟ่ โดยเฉพาะ

3. แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560 – 2564

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดนโยบายในการบริหารประเทศที่มุ่งเน้นในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาระดับโลก ที่ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่เป็นปัญหาที่หลายประเทศพยายามให้แนวทางในการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับระบบพัฒนาเศรษฐกิจ ภายใต้ฐานของการใช้ทรัพยากร

ธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญ โดยประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีพื้นฐานในการพัฒนาขับเคลื่อนประเทศโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้เกิดการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับนานาประเทศ เกิดการกระตุ้นการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และด้วยผลจากการพัฒนาดังกล่าว ทำให้ระบบสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติเกิดความเสียหายและทรุดโทรม ส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทั้งในส่วนของระบบนิเวศและการดำรงชีวิตของประชาชน ที่ต้องประสบกับปัญหาสภาพแวดล้อมหลากหลายประการ ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด ยิ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสังคมและสิ่งแวดล้อม

กระบวนการจัดทำแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560 – 2564 ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการคิดที่หลากหลายจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน และภาคประชาชน ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อให้ได้แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560 – 2564 ที่สามารถนำไปขับเคลื่อนและใช้ปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม (สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2560)

นโยบายสิ่งแวดล้อม (Environmental Policy) เป็นแถลงการณ์ของหลายองค์กร ที่แสดงออกถึงความตั้งใจและมุ่งมั่นในการที่จะใช้หลักการการทำงาน ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยรวม เพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีของสังคม นโยบายหลายนโยบายที่เกิดขึ้นจึงถูกกำหนดเป็นกรอบในการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาประเทศที่เกิดขึ้น ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับที่ ชาติชาย โชติสกุล (2563) ได้กล่าวถึง Green Society ว่าเป็นหนึ่งในนโยบายหลักในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องมาหลายปี ที่เน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทของการพัฒนาประเทศไทยเกี่ยวกับสังคมสีเขียว และนอกเหนือจากเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังมีการส่งเสริมในเรื่องการเลือกใช้พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม มีการนำกระบวนการเรื่อง Green Process, Green Management และ Green Procurement มาใช้ร่วมด้วย เช่น การเลือกใช้สินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ด้วยกระบวนการรีไซเคิล การใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ และการเลือกใช้สินค้าที่มีฉลากเขียวช่วยประหยัดพลังงาน เป็นต้น

4. กรีนคาเฟ่ (Green Café)

กรีนคาเฟ่ (Green Café) เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังมาแรงในยุคปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจในการลงทุนกันมากแล้ว ธุรกิจกรีนคาเฟ่ก็ยังตอบรับนโยบายของแผนการพัฒนาประเทศเรื่องสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี จากสถิติของการเติบโตในภาคธุรกิจของร้านกาแฟในประเทศไทย ช่วงปี 2560 – 2564 พบว่า อาชีพอิสระที่นำลงทุนให้ความสนใจและมีอัตราการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัดมาก คือ ธุรกิจร้านกาแฟ

ด้วยสาเหตุที่ธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ การลงทุนของนักลงทุนดังกล่าว ส่งผลทำให้เกิดความคลั่งคลั่งและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจส่วนตัวร้านกาแฟเป็นอย่างมาก โดยในขณะเดียวกัน กระแสความนิยมของการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน คือ จากเดิมที่คนไทยชอบดื่มกาแฟสำเร็จรูป เพราะง่าย สะดวก และรวดเร็วในการดื่มตอนเช้าก่อนออกไปทำงาน แต่ในยุคปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟที่เป็นคนไทย เปลี่ยนมานิยมดื่มกาแฟสดคั่วบดกันมากขึ้น ซึ่งนอกจากรสชาติ

ของกาแฟจะสดใหม่แล้ว พฤติกรรมความชื่นชอบในสไตส์ของร้านกาแฟที่มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม ก็ชวนให้ผู้บริโภคเกิดสุนทรียในการดื่มกาแฟกับบรรยากาศของร้านอีกด้วย โดยสถิติที่ได้มีการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในช่วง 5 ปี (2559 – 2563) พบว่าจำนวนตัวเลขการบริโภคกาแฟของคนไทย เพิ่มขึ้นเฉลี่ยเท่ากับ 300 แก้ว/คน/ปี ซึ่งถือเป็นการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก (ชาติชาย โชติสกุล, 2563)

ปัจจุบันคนไทยดื่มกาแฟปีละประมาณ 300 แก้วต่อคนต่อปี ขณะที่คนญี่ปุ่นจะดื่มเฉลี่ยประมาณ 400 แก้วต่อคนต่อปี ส่วนในยุโรปที่ตลาดพัฒนามานานแล้วมีการดื่มเฉลี่ยถึง 600 แก้วต่อคนต่อปี ซึ่งจุดนี้ถือเป็นโอกาสในการสร้างการเติบโตในวงการธุรกิจร้านกาแฟไทยอย่างเห็นได้ชัด จึงทำให้มีนักลงทุนจำนวนมาก สนใจที่จะลงทุนกับธุรกิจร้านกาแฟเพิ่มขึ้นในทุกปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 1 มูลค่าการเติบโตของการดื่มกาแฟของคนไทย ญี่ปุ่น และคนยุโรป
ที่มา: <https://positioningmag.com/1177082> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564

จากการศึกษาวิจัยของบุญสม รัศมีโชติ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย โดยพบว่า 1) วิเคราะห์ส่วนประสม ทางการตลาดทั้งภาพรวมและรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) วิเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ความเชื่อมโยงของประสบการณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3) วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จที่ส่งผลต่อความสำเร็จของภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและ 4) การวิเคราะห์การลดรอยเชิง พหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ พิจารณาจากน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อปัจจัย ความสำเร็จ พบว่ามีปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร มีผลต่อความสำเร็จสูงมากเป็นอันดับแรก ($\beta = 0.193$) รองลงมา คือ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.186$) ด้านราคา ($\beta = 0.112$) ด้านความเชื่อมโยงของประสบการณ์ ($\beta = 0.094$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.086$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.073$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.050$) ตามลำดับ การแบ่งประเภทของธุรกิจร้านกาแฟในยุคปัจจุบัน ตามลักษณะของการทำธุรกิจร้านกาแฟ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทหลัก คือ ร้านกาแฟแบบ Chain และร้านกาแฟแบบ Indy โดยความแตกต่างของร้านกาแฟทั้ง 2 ประเภทนั้น จะมีความแตกต่างกันในด้านธุรกิจดังต่อไปนี้ คือ

1. ร้านกาแฟรูปแบบ Chain เป็นร้านกาแฟในระบบธุรกิจที่สามารถขยายสาขาต่อไปเรื่อยๆ ได้ เพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ตลอดจนให้ความสำคัญในเรื่องของผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจเป็นสำคัญ ฐานลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นบุคคลทั่วไป ลักษณะของร้านกาแฟในรูปแบบของ Chain ได้แก่ Starbucks, Coffee bean and tea, Café Amazon และ True Coffee เป็นต้น

2. ร้านกาแฟในรูปแบบของ Indy จะเป็นธุรกิจร้านกาแฟแบบสาขาเดียว ไม่เน้นการขยายสาขา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เปิดขึ้นด้วยความรักและชอบในกาแฟ ซึ่งเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับกาแฟเป็นอย่างมาก

ใส่ใจในทุกรายละเอียดของความเป็นกาแฟ ตั้งแต่สูตรในการชงกาแฟ การตกแต่งร้าน ตลอดจนการเลือกใช้ภาชนะที่เข้ากับรูปแบบของร้าน เพื่อให้ร้านมีบรรยากาศที่อบอุ่น สร้างสุนทรียศาสตร์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนที่ให้ความสนใจในเรื่องกาแฟเหมือนกัน ชอบบรรยากาศการนั่งจิบกาแฟทานขนมในร้านเหมือนกันกับผู้ประกอบการ โดยหากร้านกาแฟมีชื่อเสียงโด่งดัง และได้รับความนิยมนอกจากลูกค้าในปริมาณที่มาก ผู้ประกอบการก็อาจมีการขยายสาขาเพียงไม่กี่สาขา เพื่อให้สามารถควบคุมความเป็นเอกลักษณ์ของร้านไว้ให้คงอยู่ หรืออาจจะปรับเปลี่ยนไปเป็นร้านกาแฟรูปแบบ Chain ต่อไป ตัวอย่างลักษณะร้านกาแฟในรูปแบบของ Indy ได้แก่ Roast Coffee & Eatery, Roots Coffee Roster, Quest, Ink & Lion Café เป็นต้น

ธุรกิจร้านกาแฟ (Coffee shop) หรือร้านคาเฟ่ (Café) มีความเหมือนกันตรงที่เป็นธุรกิจขายกาแฟ แต่ความเป็นคาเฟ่จะมีความแตกต่างพิเศษขึ้นกว่าร้านกาแฟทั่วไป คือ จะมีอาหารอื่นๆ จำหน่ายภายในร้านด้วย นอกเหนือจากขนมและเบเกอรี่ โดยคำว่าคาเฟ่ (Café) เป็นคำศัพท์ที่ใช้เรียกกาแฟในภาษาฝรั่งเศส แต่ถูกนำมาใช้ในภาษาอังกฤษ ที่หมายถึง ร้านกาแฟ (Coffee shop) หรือร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่ม โดยลักษณะของร้านกาแฟแบบคาเฟ่นั้น จะเป็นการผสมผสานระหว่างร้านกาแฟ (Coffee shop) ภัตตาคาร (Restaurant) และบาร์ (Bar) เข้าด้วยกัน ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ร้านคาเฟ่จะไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่จะเน้นจำหน่ายเป็นเครื่องดื่มประเภท กาแฟ ชา หรือ ช็อกโกแลต รวมไปถึงเครื่องดื่มอื่น ๆ ที่ใช้ดื่มได้ในเวลาพักผ่อน และนอกเหนือจากเครื่องดื่มประเภทต่างๆ แล้ว ร้านคาเฟ่ก็จะมีอาหารว่างในประเภทขนม ซุป แซนวิช ไอศกรีม และขนมหวาน ที่เสิร์ฟคู่กับเครื่องดื่มของคาเฟ่นั้นๆ เช่น เค้ก ลูกก็ และบราวนี่ เป็นต้น

กรีนคาเฟ่ (Green Café) เป็นรูปแบบหนึ่งของการทำธุรกิจร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยเทรนด์กระแสเรื่องของรักษ์โลกกำลังมาแรงในยุคปัจจุบัน จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ มีไอเดียในเรื่องของการนำเอาธรรมชาติมาผสมผสานในการตกแต่งร้านคาเฟ่ ให้มีความร่มรื่น เป็นธรรมชาติ เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจในเวลาวันหยุดที่แสนพิเศษ (นพดล ศรีบุญชาติ, 2562)

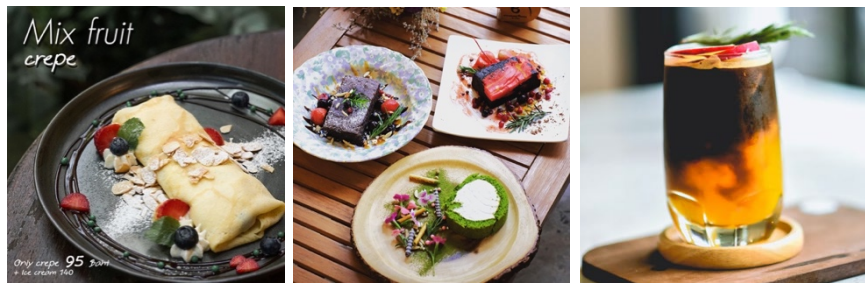


ภาพที่ 2 บรรยากาศร้านกาแฟ Green Café

ที่มา: <https://unsplash.com/s/photos/green-cafe> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2564

ความหมายของคำว่า กรีนคาเฟ่ (Green Café) มีความหมายตรงตัวที่มาจากคำว่า Green ซึ่งแปลว่าสีเขียว ที่หมายถึง สีเขียวของความเป็นธรรมชาติ ร่มรื่น สดชื่นด้วยต้นไม้ธรรมชาติ ธุรกิจกรีนคาเฟ่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและเอาใจกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในรสชาติของกาแฟ และชื่นชอบในความรักธรรมชาติ เรียกว่า เป็นคาเฟ่ธรรมชาติที่สามารถทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายด้วยสีเขียวของต้นไม้ใบหญ้า รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามเทรนด์และกระแสโลกที่กำลังมาแรงในช่วงปีนี้

นอกเหนือการตกแต่งร้านในธีมของธรรมชาติแล้ว ในหลายคาเฟ่ก็ให้ความสำคัญกับอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน ที่จะต้องคงแนวคิดในเรื่องของความเป็นธรรมชาติ ทั้งในส่วนของรูปแบบการออกแบบและประโยชน์ใช้สอย ไม่ว่าจะเป็นถ้วย ชาม แก้ว หรือภาชนะต่างๆ ในการใส่อาหารและเครื่องดื่ม ก็ต้องมี การกำหนดให้เข้ากับรูปแบบของร้านตามแนวคิดกรีนคาเฟ่ด้วย โดยขวัญลดา ท่าจลอม (2564) ได้กล่าวว่า สภาพปัญหาที่พบในยุคปัจจุบันของกรีนคาเฟ่ คือ ภาชนะสำหรับใส่อาหารและเครื่องดื่ม ยังไม่ตอบโจทย์กับ รูปแบบของกรีนคาเฟ่ ด้วยลักษณะยังไม่เป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนยังคงใช้ภาชนะที่เป็นภาชนะรูปแบบของโรงงาน อุตสาหกรรม จึงทำให้ขาดความโดดเด่นของธุรกิจกรีนคาเฟ่เป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ส่วนใหญ่ จึงแก้ไขปัญหาดังกล่าว ด้วยการเพิ่มการตกแต่งหน้าตาของเมนูอาหารในงานพิเศษเพื่อให้ตอบโจทย์กับความเป็น กรีนคาเฟ่ ด้วยวัสดุอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ ดอกไม้ตกแต่งอาหาร เมล็ดพืช และกิ่งไม้ใบไม้ เป็นต้น แต่ท้ายที่สุดแล้ว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ก็กลายเป็นขยะ เพราะไม่สามารถรับประทานได้ มีประโยชน์เพียงช่วยเพิ่มความสวยงามเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มต้นทุนเรื่องของวัสดุตกแต่งอาหารและเครื่องดื่มให้กับผู้ประกอบการ ทำให้เกิดเป็นของเหลือ หรือขยะที่ไม่จำเป็นในการทำธุรกิจอีกด้วย



ภาพที่ 3 - 5 การตกแต่งหน้าตาของอาหารในงานด้วยวัสดุอื่นๆ เพื่อเพิ่มความสวยงาม ดึงดูดใจลูกค้า
ที่มา: <https://greenwave.atimeonline.com/healthylifestyle/detail/1337> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2564

การเพิ่มมูลค่าสินค้าในธุรกิจคาเฟ่ นอกเหนือจากการตกแต่งอาหารและเครื่องดื่มให้สวยงามแล้ว ภาชนะ ที่เป็นเซรามิก ก็เป็นอีกช่องทางเลือกหนึ่งที่ผู้ประกอบการ จะเลือกสรรเป็นพิเศษ เพราะเป็นวัสดุมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ซ้ำได้ ให้ตอบ โจทย์ในเรื่องของการลดปริมาณขยะและลดต้นทุนของร้านคาเฟ่ ได้เป็นอย่างดี แต่ผู้ประกอบการก็ยังคงมีความต้องการที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าภายในร้านของตนเอง ด้วยการเพิ่ม ความสวยงามในการนำเสนออาหารและเครื่องดื่ม โดยการเลือกใช้ภาชนะที่สวยงาม มีการตกแต่งที่เป็นสไตล์ของ ร้านคาเฟ่ในแต่ละรูปแบบ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจกรีนคาเฟ่ ก็พยายามที่จะเลือกใช้ภาชนะที่เป็นการตกแต่ง ลวดลายเป็นธรรมชาติ รูปทรงที่มีการเลียนแบบรูปทรงตามธรรมชาติ หรือมีสีสันทันเป็นธรรมชาติ แต่ในยุคปัจจุบัน รูปแบบของภาชนะต่าง ๆ สำหรับการใส่อาหารและเครื่องดื่ม ก็ยังไม่ได้มีการออกแบบมารองรับธุรกิจกรีนคาเฟ่ โดยเฉพาะให้มากเท่าที่ควร หรือถ้ามี ก็ยังมีปริมาณน้อยในการเป็นช่องทางเลือกให้ผู้ประกอบการ

กรีนคาเฟ่ (Green Café) เป็นธุรกิจร้านกาแฟประเภทหนึ่ง ที่มีการนำเอาแนวคิดเรื่องของธรรมชาติมาใช้ ในระบบการจัดการร้าน ตั้งแต่เรื่องของการตกแต่งร้าน ไปตลอดจนภาชนะที่มีความเป็นธรรมชาติ เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในเทรนด์ของตลาดที่กำลังนิยมเรื่องรักษ์โลก ปัจจุบันคาเฟ่ในลักษณะของกรีนคาเฟ่จึงเกิดเป็น ธุรกิจที่เติบโตขึ้นในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่ปัญหาการออกแบบภาชนะของกรีนคาเฟ่ที่ยังไม่หลากหลาย รูปแบบใดๆ ไม่เป็นเอกลักษณ์ ยังขาดการตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ และลูกค้าเท่าที่ควร

โดย ญัฐฐา รัตนแก้ว (2560) กล่าวว่า รูปแบบของภาชนะเซรามิกที่มีในตลาดของกรีนคาเฟ่ในยุคปัจจุบัน ยังเป็นรูปแบบเดิม ๆ ยังไม่มีการออกแบบเพื่อการใช้งาน โดยเฉพาะกับกรีนคาเฟ่ มีลักษณะรูปลักษณะที่ไม่ตอบโจทย์กับการใช้งานของผู้ประกอบการ นอกเหนือจากนี้เทรนด์นิยมการมาพักผ่อนในร้านกรีนคาเฟ่ในปัจจุบันก็กำลังมาแรง พฤติกรรมการมาพักผ่อนของลูกค้า ก็จะชอบการถ่ายภาพสวย ๆ ภายในบรรยากาศของกรีนคาเฟ่ เผยแพร่ผ่านสังคมโซเชียลมีเดีย ทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญในการใช้เป็นช่องทางสื่อออนไลน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านคาเฟ่ของตน ผ่านโซเชียลมีเดียของลูกค้า ทำให้เกิดการแชร์ต่อ บอกต่อ และติดตามมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ถือเป็น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มของผู้ประกอบการ

5. การออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์

กรีนดีไซน์ (Green design) เป็นไอเดียหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจกรีนคาเฟ่หันมาเลือกใช้ เพื่อให้กรีนคาเฟ่ของตนตอบโจทย์ตรงกับความเป็น Green concept ให้ได้มากที่สุด นอกเหนือจากการแต่งร้านให้มีลักษณะของความเป็นธรรมชาติที่ตอบโจทย์ของความเป็นกรีนคาเฟ่แล้ว การเลือกใช้ภาชนะ จาน ชาม หรือแก้วในร้าน ก็เป็นสิ่งสำคัญมาก ๆ ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของร้านให้มีความเป็น Green concept ที่แท้จริง แต่หากจะใช้วัสดุจานกระดาด แก้ววัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการก็จะมองว่า เป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับธุรกิจ เพราะแม้ว่าภาชนะจากกระดาดหรือแก้ววัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะตอบโจทย์ Green concept มากก็ตาม ผลกำไรจากธุรกิจก็ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจมองเป็นประเด็นสำคัญเสมอที่จะให้เกิดต้นทุนให้น้อยที่สุด

หากจะไม่ให้เกิดความสิ้นเปลืองกับภาชนะที่ใช้แล้วทิ้ง อีกหนทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการเล็งเห็น ก็คือการใช้ภาชนะเซรามิก หรือพลาสติก ที่มีความคงทน ซึ่งสามารถใช้ซ้ำหลายรอบได้แบบไม่สิ้นเปลืองต้นทุนในการนำเสนอเมนูอาหารหรือเครื่องดื่มให้มีความพิเศษสำหรับลูกค้า โดยเฉพาะการนำเสนอการจัดจานที่มีความโดดเด่น สวยงาม ชวนรับประทาน ก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่ง ที่ผู้ประกอบการกรีนคาเฟ่มองว่า เป็นโอกาสในการดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าสายถ่ายภาพให้เข้ามาใช้บริการในธุรกิจ นอกจากจะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการก็ยังมองเป็นโอกาสทางการตลาด เมื่อกลุ่มลูกค้าถ่ายภาพแล้วโพสต์เผยแพร่ภาพบรรยากาศและความสวยงามของเมนูอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ เหล่านั้นลงไปบนโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นการโฆษณาร้านไปในตัว แต่ถ้าหากจะใช้ภาชนะรูปแบบภาชนะที่ผลิตมาจากโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการก็ต้องใช้วัสดุอื่นๆ ในการแต่งเมนูอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มเติม ขวัญลดา ท่าฉลอม (2564) ได้กล่าวไว้ว่า การแต่งเมนูอาหารและเครื่องดื่มของกรีนคาเฟ่ อาจจะเป็นวิธีที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แต่ทุกอย่างคือการลงทุนให้กับผู้ประกอบการ โดยทั้งสิ้น อาจจะดีไม่น้อย หากจะมีการออกแบบภาชนะที่สามารถเป็นทั้งดีไซน์และประโยชน์ใช้สอยที่ตอบโจทย์กับธุรกิจกรีนคาเฟ่ที่แท้จริงโดยเฉพาะ

คราฟท์เซรามิก (Craft ceramic)

ในกระบวนการการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกสำหรับการใส่อาหาร มีกระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบที่หลากหลายวิธี ซึ่งนอกเหนือจากระบบของโรงงานอุตสาหกรรมที่รู้จักกันทั่วไปแล้ว ก็ยังมีการออกแบบและผลิตในลักษณะของงานคราฟท์เซรามิก (Craft ceramic) ด้วย เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบด้วยกระบวนการแบบ Handmade หรืองานฝีมือ ก่อนนำไปสู่การผลิตในรูปแบบของโรงงานอุตสาหกรรมให้มีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ซึ่งปัจจุบันก็มีโรงงานในลักษณะของสตูดิโอเกิดขึ้นมากมายด้วยเพื่อตอบโจทย์เฉพาะด้านกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ชอบความจำเจหรือรูปแบบเดิมๆ ของรูปแบบ

โรงงาน ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิกในรูปแบบของโรงงานได้มากกว่าเดิม โดย อนันต์ ชาติสุวรรณ (2562) ได้กล่าวถึงกราฟท์เซรามิกไว้ว่า กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก เพราะช่วยตอบ โจทย์เฉพาะด้านให้กับธุรกิจรีนคาเฟ่ที่ต้องการรายละเอียดและงานฝีมือของผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ไม่จำเจกับ รูปแบบของโรงงานทั่วไป



ภาพที่ 6 – 8 งานกราฟท์เซรามิก (Craft ceramic)

ที่มา: <https://beverlypress.com/2020/06/craft-in-america-center-honors-leach-pottery-with-exhibits/>

สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2564

หลักการในการการออกแบบภาชนะเซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์

ในการออกแบบภาชนะเซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์ ที่สร้างรูปแบบความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ให้กับธุรกิจรีนคาเฟ่โดยเฉพาะ นักออกแบบอาจจะต้องมีการศึกษาถึงประโยชน์ใช้สอยแต่ละภาชนะอย่าง ละเอียดถี่ถ้วน ก่อนจะนำเรื่องความสวยงามเพิ่มเติมลงไปผลิตภัณฑ์เซรามิก เพื่อให้ภาชนะเซรามิกดังกล่าวนี้ มีความสวยงามควบคู่กับการใช้งานที่แท้จริง และตอบโจทย์กับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจรีนคาเฟ่

ด้วยสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของของภาชนะเซรามิกที่ใช้งานจริงของกรีนคาเฟ่ในปัจจุบัน เป็นรูปแบบที่ผลิต มาจากโรงงาน ซึ่งผลิตมาเพื่อการใช้งานเป็นวัตถุประสงค์หลัก อาจทำให้รูปลักษณ์ของความสวยงามจะยังไม่ ตอบสนองความต้องการในการนำเสนอเมนูอาหารหรือเครื่องดื่มใน โมเดลธุรกิจรีนคาเฟ่เท่าที่ควร วัฒนา โชติช่วงรัตน์ (2562) ได้กล่าวว่า รูปแบบของภาชนะในการใส่อาหารของกรีนคาเฟ่ในปัจจุบัน ยังไม่ค่อยมี การออกแบบให้ตอบโจทย์กับกรีนคอนเซ็ปต์โดยแท้จริง ยังเป็นเพียงภาชนะที่มีส่วนประดับตกแต่งอื่นๆ ซึ่งจะเป็ นต้นทุนของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงควรมีการออกแบบความสวยงามของภาชนะเซรามิกที่สามารถใช้งานได้เต็ม ประสิทธิภาพมากขึ้น โดยที่ไม่ต้องใช้งารตกแต่งเพิ่มเติมจากวัสดุอื่นๆ ที่จะเป็นการสร้างต้นทุนให้กับ ผู้ประกอบการ

การออกแบบภาชนะเซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์ สามารถทำได้หลากหลายวิธี แต่วิธีที่จะช่วยให้สามารถ นำแนวคิดกรีนดีไซน์ มาใช้ในการออกแบบได้ในเทคนิคเชิงของการตกแต่งเพื่อความสวยงามของงานเซรามิก สามารถทำได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. การออกแบบรูปร่างรูปทรงที่อิงจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นแนวคิดทางด้านความงามที่ตอบโจทย์กับ การอ้างอิงถึงแนวคิดแบบกรีนดีไซน์ได้เป็นอย่างดี โดยกรวิทย์ วงศาโรจน์ (2561) ได้กล่าวถึงเรื่อง การเลือก แรงบันดาลใจในการออกแบบที่ดี จะต้องหาจุดเชื่อมโยงของสิ่งที่ต้องการจะออกแบบ แรงบันดาลใจจะเป็นตัวช่วย ให้ตรวจสอบได้ถึงความเหมาะสมของการนำมาใช้ในการออกแบบอย่างลงตัว เช่น หากต้องการความเป็น ธรรมชาติ ในการออกแบบ การเลือกแรงบันดาลใจก็ควรจะเป็นธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมโดยรอบมาใช้ใน

ผลงาน เช่น ท้องฟ้า น้ำตก ทะเล พุ่มหญ้า ดอกไม้ และสัตว์ประเภทต่าง ๆ เป็นต้น อาจจะนำแนวคิดศิลปะมาใช้ในการออกแบบภาชนะเซรามิกแนวคิกรีนดีไซน์ก็ได้ ตัวอย่างเช่น เลือกศิลปะแนวอาร์ตนูโว (Art Nuevo) ที่ถ่ายทอดผ่านดอกไม้ ลายเถาวัลย์ ไม้เลื้อย เป็นต้น มาเป็นแรงบันดาลใจการออกแบบความสวยงาม ตอบโจทย์กับแนวคิกรีนดีไซน์



ภาพที่ 9 – 11 ผลิตภัณฑ์เซรามิกศิลปะอาร์ตนูโว (Art Nuevo ceramics)

ที่มา: <https://www.pamono.eu/art-nouveau-ceramic-jug-by-charolles> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564

2. การเขียนลวดลายประดับตกแต่งเป็นสีได้เคลือบ ซึ่งทำให้ความหลากหลายมากกว่าการเคลือบสีแบบเดิมในงานเซรามิก โดยฉัฐธา รัตนแก้ว (2560) กล่าวว่า เทคนิคการเขียนสีได้เคลือบในการตกแต่งเซรามิกที่ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์เซรามิกมีความพิเศษกว่าเซรามิกโรงงานทั่วไป เพราะสามารถวาด ชิด เขียน ได้ตามใจนักออกแบบ แล้วใช้วิธีการเคลือบใสทับและเผาเคลือบเซรามิกปิดท้าย กรวิทย์ วงศาโรจน์ (2561) กล่าวเพิ่มว่า เทคนิคการใช้สีได้เคลือบในงานเซรามิก อาจจะไม่เหมาะกับรูปแบบงานที่ต้องการทาสีเนียนๆ หรือรูปแบบโรงงาน แต่เหมาะสำหรับการลงเป็นลายเส้นเล็กๆ มากกว่า จุดเด่นของเทคนิคนี้ คือ ทำให้เกิดสไตล์เฉพาะตัวของการตกแต่งเซรามิก ที่ให้ความรู้สึกเป็นงานกราฟฟิเซรามิกมากขึ้น มีความสวยงามโดดเด่นที่แตกต่างรูปแบบเซรามิกโรงงานทั่วไป ซึ่งอาจจะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เซรามิกได้อีกวิธี ในการออกแบบตกแต่งเซรามิก



ภาพที่ 12 – 14 การเขียนลวดลายประดับตกแต่งเซรามิกด้วยสีได้เคลือบ เพิ่มความสวยงามโดดเด่น

ที่มา: <http://www.pladaodesign.com/product/8963/pre-order> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2564

3. การออกแบบและผลิตด้วยระบบลีน (Lean System) ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายวิธี โดยทีนฤมล พิพัฒน์วัฒน์ (2563) ได้กล่าวว่า ระบบลีนนิยมนำเข้ามาใช้ในระบบโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิก ด้วยเป็นระบบที่เน้นในเรื่องการประหยัดพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติในการกระบวนการผลิต ตลอดจนการนำของเสียจากกระบวนการผลิตนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น การนำผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ชำรุด แตก เสียหาย ไม่ได้มาตรฐานของโรงงาน นำกลับมาย่อยสลายให้เป็นชิ้นส่วนเล็กๆ มาผสมลงไปเหนือบิ้น เพื่อลดปริมาณการใช้เหนือบิ้น

รวมถึงช่วยในเรื่องการเสริมความแข็งแรงของรูปทรง โครงสร้างเซรามิกในกระบวนการเดียวกัน อีกทั้งยังตอบ
โจทย์เรื่อง Zero waste ที่สังคมโลกกำลังให้ความสำคัญอีกด้วย



ภาพที่ 15 กระบวนการขึ้นรูปเซรามิก ที่ใช้เนื้อดินมีการผสมวัสดุเสริมความแข็งแรงในการขึ้นรูป
ที่มา: <https://home.kapook.com/view229109.html> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564

4. การออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยมีวัสดุอื่นๆ มาตกแต่งเพิ่มเติม เพื่อให้มีความน่ารัก โดดเด่น
น่าสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การต่อประกอบด้วยไม้ การนำฝามาประดับตกแต่งเพิ่มเติม การทำลูกเล่นต่างๆ
มาแขวนหรือประดับเพิ่มเติมกับผลิตภัณฑ์เซรามิก เป็นต้น ชนพล ชื่นจิตร (2563) นักออกแบบเซรามิกให้ความ
คิดเห็นไว้ว่า การออกแบบลูกเล่น หรือการเพิ่มวัสดุอื่นๆ เข้าไปในงานออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จะทำให้ผลงาน
น่าสนใจมากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังช่วยทำให้ผลงานมีความสนุกในการเล่าเรื่อง (Story
telling) ซึ่งตอบโจทย์กับพฤติกรรมของคนยุคใหม่ที่ชอบถ่ายทอดเรื่องราวของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ใน
ยุคปัจจุบัน อาจนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ ให้ตอบโจทย์กับแนวคิดกรีนดีไซน์อย่างแท้จริง



ภาพที่ 16 – 18 การต่อประกอบด้วยไม้ให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิก

ที่มา: <https://www.soimilk.com/news/art-nouveau-something-nouveau> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2564

7. สรุป

(1) แนวคิดของการทำธุรกิจกรีนคาเฟ่ในประเทศไทย เป็นการทำธุรกิจขายกาแฟผสมรวมกับการขาย
อาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่น ๆ ด้วยในร้านเดียวกัน เน้นการตกแต่งร้านแบบธรรมชาติมาเป็นจุดขายสำคัญ
นำแนวคิดเรื่องของธรรมชาติมาใช้ในระบบการจัดการร้าน ตั้งแต่บรรยากาศร้าน ไปตลอดจนภาชนะใส่อาหาร
และเครื่องดื่ม แต่ปัจจุบันยังขาดภาชนะหรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับกรีนดีไซน์ในด้านของความสวยงามและ
ประโยชน์ใช้สอย ทำให้เกิดต้นทุนและวัสดุเหลือใช้จากการประดับตกแต่งเมนูอาหารและเครื่องดื่มโดยไม่จำเป็น

(2) แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกแนวคิดกรีนดีไซน์ สำหรับธุรกิจกรีนคาเฟ่โดยเฉพาะ มีแนวทางทำได้ 4 รูปแบบ คือ 1) การออกแบบรูปร่างรูปทรงที่อิงจากธรรมชาติ อาจนำแนวคิดศิลปะมาใช้ในการออกแบบให้เกิดความสวยงาม เช่น อาร์ตนูโว เป็นต้น 2) การเขียนลวดลายประดับตกแต่งเป็นสีได้เคลือบ และเคลือบใสทับปิดท้าย 3) การออกแบบและผลิตด้วยระบบลีน (Lean System) ในการลดปริมาณพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติในการผลิต และ 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยมีวัสดุอื่นๆ มาประกอบเพิ่มลูกเล่นและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิก เพิ่มมูลค่าและการเล่าเรื่องให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิก

6. ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษารูปแบบธุรกิจร้านกาแฟสไตล์อื่น ๆ เพื่อนำไปปรับใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกกับสไตล์นั้นๆ โดยเฉพาะ จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูอาหารและเครื่องดื่มของร้านกาแฟ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และเกิดประโยชน์ในด้านของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เกิดการบอกต่อหรือแชร์ต่อให้ลูกค้าติดตามมาเพื่อใช้บริการ จนทำให้เกิดความเติบโตให้กับธุรกิจในยุคดิจิทัล

2. การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าที่แท้จริง จะช่วยให้การออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ตรงใจตรงกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ทั้งในแง่ของการใช้งานและความสวยงามของผลิตภัณฑ์

7. เอกสารอ้างอิง

- กรวิทย์ วงศาโรจน์. (2561). *แรงบันดาลใจและการออกแบบ*. พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ขวัญฤดา ท่าฉลอม. (2564). *เทรนด์ธุรกิจมาแรง : กรีนคาเฟ่*. กรุงเทพฯ: กรีนการพิมพ์.
- ชนพล ชื่นจิตร. (2563). *หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เว็ลด์พับลิชชิง.
- ชาติชาย โชติสกุล. (2563). *สังคมสีเขียวและการพัฒนาชีวิต*. ปทุมธานี: โกโบลพรีนซ์.
- ณัฐฐา รัตนแก้ว. (2560). *นวัตกรรมการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: กรีนแอนด์พีการพิมพ์.
- นฤมล พิพัฒน์วัฒน์. (2563). *ระบบลีนในอุตสาหกรรมการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: โซเชียลแอนด์เทคโนโลยี.
- นพดล ศรีบุญชาติ. (2562). *การบริหารจัดการธุรกิจขนาดเล็ก*. กรุงเทพฯ: ไรเตอร์โซล.
- บุญสม รัศมีโชติ. (2563). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟ อินดี้ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 137-149.
- วัฒนา โชติช่วงรัตน์. (2562). *กรีนดีไซน์และการออกแบบที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: อักษรพรีนซ์แอนด์ควอลิตี้.
- วรวัฒน์ นิวัติสกุล. (2563). *ผู้ประกอบการยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: วัฒนาอักษรการพิมพ์.
- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2560). *แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560 – 2564*. [Online]. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2564, จาก: <http://www.eppo.go.th/index>.
- อนันต์ ชาติสุวรรณ. (2562). *กราฟท์เซรามิก (Craft ceramic)*. [Online]. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564, จาก: <https://www.iconsiam.com/th/shopping/thai-craft/iconcraft-product>