

ข่าวเด่นรายสัปดาห์  
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา  
ประจำวันที่ 9-16 กันยายน 2565

ผลสำรวจชาวแคนาดายังคงหนุนธุรกิจ BCG อย่างต่อเนื่อง

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าเทรนด์การทำธุรกิจแบบยั่งยืน (Sustainable) เข้ามาเกี่ยวข้องในแทบทุกวงการ เพราะธุรกิจที่สามารถชนะใจผู้บริโภคในโลกยุคใหม่ต้องไม่มุ่งแต่แสวงหากำไรเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และโลก เพื่อสนับสนุนให้เกิดความยั่งยืนระยะยาว



จากผลสำรวจบริษัท Capterra จำกัด เผยว่า ผู้ประกอบการแคนาดามุ่งหน้าสู่เรื่องของความยั่งยืนกันมากขึ้น รวมไปถึงผู้บริโภคก็เลือกผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนมากขึ้นเช่นกัน โดยผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาวแคนาดา 1,000 ราย พบว่า ร้อยละ 87 ผู้ตอบแบบสำรวจ ชอบที่จะเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทที่นำเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ในการประกอบการธุรกิจ เช่น โปรแกรมรับซื้อคืนสินค้า (buy back) การส่งเสริมการรีไซเคิล เป็นต้น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 88 อยากให้อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่างๆ นานขึ้น เพื่อจะได้อลดจำนวนการซื้อที่บ่อยครั้ง และไม่เกิดขยะตามมา

นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างได้มีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเพื่อความยั่งยืนมากขึ้น โดยร้อยละ 79 มีการแยกขยะรีไซเคิลจากขยะทั่วไป และร้อยละ 78 ใช้ถุงผ้าเมื่อสินค้า ขณะที่ ผู้ตอบแบบสำรวจบางส่วนกำลังเปลี่ยนการซื้อสินค้าและบริการด้วยทางเลือกที่ยั่งยืนขึ้น อาทิ สนับสนุนซื้อสินค้าจากและบริการธุรกิจที่ต้นตัวในเรื่องลดปริมาณขยะ (ร้อยละ 30) ยินดีที่จ่ายราคาค่าสินค้าและบริการสูงกว่าสำหรับผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (ร้อยละ 20) เลือกซื้อสินค้ามือสองเป็นประจำ (ร้อยละ 13) /เป็นบางครั้ง (ร้อยละ 63) ขายสินค้าตัวเองที่ใช้แล้ว (ร้อยละ 79)

อย่างไรก็ดี คุณ Tessa Anaya ผู้จัดทำผลสำรวจนี้ เห็นว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องใช้เวลาในการทำอย่างต่อเนื่องและอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน รวมถึงองค์กรต้องนำเสนอและกระจายข้อมูลการจัดการด้าน Sustainable ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการรับรู้ให้อีกหลายฝ่ายเป็นแรงขับเคลื่อนรักษารักษ์โลกไปพร้อมๆ กัน

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่น ๆ

## ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา  
ประจำวันที่ 9-16 กันยายน 2565

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ เมื่อกระแสรั้งสิ่งแวดล้อมได้มีผลกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคมากขึ้น จนแบรนด์สินค้าทั่วโลกต่างขับเคลื่อนในเรื่องความยั่งยืนกันอย่างจริงจังซึ่งสอดคล้องกับการที่รัฐบาลไทยได้กำหนดนโยบายการขับเคลื่อน BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นวาระแห่งชาติ โดยผลจากการผลักดันดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการผลิตสินค้าโดยใช้หลักการ BCG มาเกี่ยวข้อง และหากทำได้ดีเป็นที่ยอมรับของตลาดนานาชาติ ก็นับเป็นจุดเด่นสำหรับแบรนด์สินค้าไทยที่จะแข่งขันและพร้อมขยายตัวสู่ตลาดโลกมากขึ้น

ที่มา: <https://canadiangrocer.com/canadians-prefer-shop-companies-circular-economy-initiatives-study>

---