

สนค. ชี้อริธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Business) สร้างโอกาสสำหรับภาคธุรกิจไทย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เผยทั่วโลกให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ และทุกภาคส่วนควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยเร่งปรับตัวสู่ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ลดต้นทุนในการผลิต และพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ปัจจุบันการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจ รวมถึงผู้บริโภคก็มีความต้องการสินค้าและบริการที่ยั่งยืน ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จากคู่มือ The Visionary CEO's Guide to Sustainability โดย Bain & Company ได้สำรวจความต้องการของผู้บริโภค จำนวนมากกว่า 23,000 คน ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วโลก ในปี 2566 พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 64 ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนอย่างมาก และผู้บริโภคร้อยละ 12 ยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้า บริการ หรือธุรกิจที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ภาคธุรกิจจึงควรเร่งปรับตัวสู่การเป็นธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Business) เพื่อแสวงหาความได้เปรียบและช่วงชิงโอกาสทางการค้า

ผอ.สนค. อธิบายว่า ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Business) หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการเติบโตของรายได้ควบคู่กับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการดำเนินการ 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษ ใช้พลังงานหมุนเวียน และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ (2) ด้านสังคม มีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิต การศึกษา และการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น และ (3) ด้านเศรษฐกิจ ดำเนินการอย่างเป็นธรรม ช่วยกระจายรายได้ และสร้างความเสมอภาค และโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร

ผอ.สนค. ให้ข้อมูลว่า ปัจจุบันมีธุรกิจหลากหลายประเภทที่สามารถปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเพื่อความยั่งยืนได้ อาทิ (1) ธุรกิจพลังงานไฟฟ้าทดแทน จะช่วยให้หลายพื้นที่ที่มีไฟฟ้าใช้ ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาทิ **บริษัท โซลาร์ ดี คอปอเรชัน จำกัด** ของไทย ที่จำหน่ายและติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากโซลาร์บนหลังคาแบบครบวงจรและส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนในชุมชนและท้องถิ่น (2) ธุรกิจแฟชั่นและความงาม สามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้เพิ่มมูลค่าสินค้า และเล่าเรื่องราวของวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ **แบรนด์ Botanicanon** ของญี่ปุ่น นำผลิตผลทางการเกษตรในท้องถิ่นมาใช้ผลิตเครื่องสำอางจากวัสดุธรรมชาติ (3) ธุรกิจสีเขียว ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ **แบรนด์ Origins** ของสหรัฐอเมริกา เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวจากธรรมชาติ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบจากวัสดุรีไซเคิล และยังจัดตั้งกองทุนฟื้นฟูพื้นที่ป่า (4) ธุรกิจการซ่อมแซมและการปรับปรุง ช่วยลดขยะในครัวเรือน ขยายเวลาการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด อาทิ **แบรนด์ Patagonia** ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งผลิตเครื่องมือนักปีนเขาและอุปกรณ์กลางแจ้ง ให้บริการรับซ่อมเสื้อผ้าของแบรนด์ และบริการรับเสื้อผ้าเก่าของแบรนด์เพื่อนำไปรีไซเคิล โดยลูกค้าจะได้รับเครดิตสำหรับซื้อสินค้าชิ้นต่อไป (5) ธุรกิจอาหาร ที่ช่วยลดจำนวนขยะจากอาหาร (food waste) และลดจำนวนคาร์บอนฟุตพริ้นท์

จากการผลิตอาหาร อาทิ **บริษัทสตาร์ทอัพ Oho** ของไทย ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Oho! จำหน่ายวัตถุดิบและอาหารที่เหลือจากร้านอาหาร ซึ่งยังมีคุณภาพดี แต่ราคาประหยัด และ (6) ธุรกิจอบรมและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ ในการเปลี่ยนผ่านเป็นธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อาทิ **บริษัท กรีน เอ็นเนอร์ยี เน็ทเวอร์ค จำกัด** ของไทย ให้คำปรึกษาในการพัฒนาและจัดทำเอกสารเกี่ยวกับคาร์บอนฟุตพริ้นท์

อย่างไรก็ดี การปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเพื่อความยั่งยืนยังมีความท้าทายหลายประการ อาทิ ขาดความรู้ ความเข้าใจ และเทคโนโลยี และขาดศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับปรับปรุงธุรกิจ ดังนั้น ภาครัฐควรมีบทบาทในการสนับสนุนภาคเอกชนให้เปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน อาทิ ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี สนับสนุนเงินทุนสีเขียว (Green Finance) ออกตราสารหนี้เพื่อความยั่งยืน (Sustainability Bond) ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และก่อตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเพื่อความยั่งยืน เพื่อช่วยเหลือภาคเอกชนให้สามารถเปลี่ยนผ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผอ.สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า ธุรกิจเพื่อความยั่งยืนเป็นโอกาสทางการค้าที่สำคัญของภาคเอกชนไทย เนื่องจากเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ และช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ด้วยการแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม อีกทั้งจะช่วยลดต้นทุนการผลิตในระยะยาวจากการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ อย่างไรก็ดี ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องร่วมมือกัน เพื่อช่วยให้ภาคเอกชนเติบโตอย่างยั่งยืนพร้อมกับการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างการมีส่วนร่วมทำประโยชน์กลับคืนสู่สังคม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

10 สิงหาคม 2567