

โควิด-19 ทำชาวฟิลิปปินส์หันมานิยมสินค้ายั่งยืนมากขึ้น



นาย Bennett Aquino หัวหน้าส่วนของบริษัทที่ปรึกษา Bain and Co. Associate เปิดเผยว่า นับเป็นครั้งแรกที่ได้เห็นผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มเต็มใจที่จะพูดคุยในประเด็นเรื่องความยั่งยืน และหันมานิยมซื้อสินค้าที่ถูกผลิตโดยแบรนด์ที่ใช้นโยบายและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) เพิ่มขึ้นอย่างมาก รวมทั้งได้ตั้งข้อสังเกตว่า พฤติกรรมผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ที่โดดเด่นอย่างหนึ่งที่เปลี่ยนแปลงไปท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 คือ การเพิ่มขึ้นของ “Social Commerce” (การค้าขายสินค้าหรือบริการผ่านโซเชียลมีเดียโดยตรง) นอกจากนี้ จากผลการสำรวจของบริษัทฯ พบว่า ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ 9 ใน 10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดระบุว่า ยินดีที่จะใช้จ่ายในราคาสูงขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เน้นแนวคิด ESG และผู้ตอบแบบสอบถาม 8 ใน 10 ระบุว่า เต็มใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ให้กับสินค้าพรีเมียม โดยผู้บริโภคบางรายให้เหตุผลว่า เพื่อเป็นการแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคมที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ นาย Bennett Aquino ยังได้ระบุเพิ่มเติมว่า แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเอนเอียงหรือหันมาให้ความสำคัญกับเทรนด์ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น โดยแท้จริงแล้วเกิดขึ้นมาตั้งแต่ก่อนเกิดการแพร่ระบาดฯ ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้จากประเทศอื่นๆ และคาดการณ์ว่าแนวโน้มดังกล่าวจะดำเนินต่อไปอีกหลายปี ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่ภาคธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ ต้องคำนึงถึง และควรกำหนดเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจในอนาคตข้างหน้าต่อไป

นอกจากนี้ นาย Ruth B. Castelo ตำแหน่ง Undersecretary ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมฟิลิปปินส์ (DTI) กล่าวว่า กระทรวงฯ ได้ดำเนินโครงการ “Buy Local, Go Lokal” เพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อย

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ

(Micro, Small and Medium Enterprise: MSMEs) ของฟิลิปปินส์ ซึ่งโครงการดังกล่าวถือเป็นแนวคิดริเริ่มในการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจที่ยั่งยืนแก่ผู้ประกอบการชาวฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังได้สนับสนุนการบริโภคและการผลิตสินค้าที่ยั่งยืนที่ผลิตจากธรรมชาติ เพื่อเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเป็นการรักษาธรรมชาติไม่ให้เกิดการทำลาย ในขณะเดียวกัน นาง Anna Melissa Nava ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท 1Export ซึ่งดำเนินธุรกิจอีคอมเมิร์ซโลจิสติกส์ชั้นนำกล่าวเพิ่มเติมว่า ปัจจุบันผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ต่างพยายามซื้อสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นอย่างมีสติมากขึ้น โดยผู้ประกอบการท้องถิ่นกำลังได้รับอานิสงค์จากความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ แม้ว่าจะเกิดปัญหาด้านห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกก็ตาม เนื่องจากผู้บริโภคมองหา “Authentic Products หรือผลิตภัณฑ์ของแท้” มากขึ้น โดยการดำเนินธุรกิจอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ในการนำผลิตภัณฑ์ของฟิลิปปินส์ไปจำหน่ายในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ก็ได้เห็นถึงแนวโน้มของผู้บริโภคที่ยินดีจะจ่ายมากขึ้น หากแน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและทำขึ้นโดยชาวฟิลิปปินส์อย่างแท้จริง

ที่มา: หนังสือพิมพ์ Business World ฉบับวันที่ 16 กันยายน 2564

บทวิเคราะห์และข้อคิดเห็น

● ในช่วงระยะหลังตั้งแต่ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของ ภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อน ทำให้ผู้คนเริ่มหันมาสนใจปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสินค้า ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบ แรงงาน หรือแม้กระทั่งเมื่อสินค้านั้นถูกบริโภคแล้ว บรรลุถึงจะถูกนำไปกำจัดหรือทำลายอย่างไร การย่อยสลายเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ซึ่งปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวได้เข้ามามีบทบาทและทำให้แนวคิดประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG มีส่วนสำคัญในการประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั่วโลก แต่สำหรับครัวเรือนชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เห็นว่าการเข้าถึงสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นไปได้ยาก เนื่องจากสินค้าทางเลือกดังกล่าวมีราคาแพง อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ได้กระตุ้นให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์หันมาให้ความสำคัญ และมองหาสินค้าเพื่อความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด ESG มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยความปรารถนาที่จะแสวงหาทางเลือกที่ยั่งยืนและมีสุขภาพที่ดีขึ้น เกิดจากความกังวลของชาวฟิลิปปินส์ต่อสุขภาพในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมทั้งเพื่อต้องการแสดงความรับผิดชอบในการช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมในฐานะพลเมืองที่ดี ผ่านการสนับสนุนองค์กรหรือบริษัทที่ผลิตสินค้าที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ดังกล่าวก็ได้ผลักดันให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการต้องผนวกแนวคิดการค้าเงินธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อตอบรับกับเทรนด์รักษ์สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนที่จะยังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มากขึ้นในอนาคต และคาดว่าต่อไปแนวคิดการมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้มีผลกับผู้บริโภคที่ร่ำรวยเท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับชาวฟิลิปปินส์ทุกคน

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

- นอกจากนี้ ปัจจุบันเทรนด์ผู้บริโภคเปลี่ยนไปสู่ eco-conscious มากขึ้น โดยยอมที่จะจ่ายในราคาแพงขึ้น หากสินค้าและบริการที่ได้รับกลับมามีคุณภาพและช่วยลดการสร้างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม ซึ่งผลสำรวจดังกล่าวข้างต้นก็แสดงให้เห็นว่านักช้อปปิ้งชาวฟิลิปปินส์จำนวนมากขึ้น ยินดีและเต็มใจที่จะซื้อสินค้าที่ยั่งยืนหรือผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นโดยไม่ทำอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ไม่เหมือนกับอดีตที่ปัจจัยราคาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อ นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์สู่ช่องทางออนไลน์อย่างรวดเร็ว และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะคงอยู่ แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ จะยุติลง
- ความกังวลเรื่องความยั่งยืนที่เพิ่มขึ้นในหมู่ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงที่อาจกำหนดอนาคตของการค้าอันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์กำลังก้าวไปสู่การเป็นผู้ซื้อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นและมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายในช่วงวิกฤตโควิด-19 อย่างชัดเจนในการหันมาเลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการไทยต้องตื่นตัวกับการนำแนวคิด ESG มาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น และควรคิดค้นพัฒนาสินค้าใหม่ๆ รวมถึงบรรพบุรุษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับความสนใจผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากในอนาคต และยังเป็นการสร้างจุดขายและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายตลาดในฟิลิปปินส์ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

21 กันยายน 2564

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ