



วันที่ 13 – 19 พฤศจิกายน 2566

ตลาดสินค้าเพื่อความยั่งยืน (sustainable products) ในอินเดีย



ที่มา Startup Story

จากสภาวะอากาศและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ส่งผลให้รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ทั่วโลก พยายามผลักดันให้มีการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือสินค้าเพื่อความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น จากการสำรวจโดย Rakuten Insight เกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืนในอินเดีย พบว่าผู้บริโภคร้อยละ 54 เห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญมาก ในขณะที่ร้อยละ 7 เห็นว่าไม่สำคัญ

ผู้บริโภคในอินเดียอย่างน้อย ร้อยละ 60 ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ ร้อยละ 52 ของชาวอินเดียที่อาศัยในเมืองจะเพิ่มการใช้จ่ายในแบรนด์สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอีก 3 ปีข้างหน้า ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดตั้งแต่สินค้าอาหารออร์แกนิกไปจนถึงรถยนต์ไฟฟ้า และอื่นๆ อีกมากมายที่กำลังอยู่ระหว่างการพัฒนา เช่น ในอุตสาหกรรมแฟชั่นมีการใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติในผลิตภัณฑ์ มีการใช้วัสดุที่ย่อยสลายและรีไซเคิลได้มากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ ในด้านอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ บริษัทหลายแห่งกำลังเปลี่ยนจากบรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวไปสู่วัสดุที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ รีไซเคิลได้ และนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล

แม้ว่าผู้บริโภคชาวอินเดียจำนวนมากจะเห็นถึงความสำคัญต่อการใช้สินค้าเพื่อความยั่งยืน แต่ส่วนแบ่งตลาดในสินค้าเหล่านี้ยังน้อยมาก โดยมีเหตุผลมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น การขาดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าว่าสินค้าชิ้นใดเป็นสินค้าเพื่อความยั่งยืน ความไม่ไว้วางใจในข้อมูลของผู้ผลิต ความคุ้มค่าของสินค้าต่อเงินที่เสียไป ความขัดแย้งทางความคิดเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืน เช่น ผลิตภัณฑ์กระดาษที่วางตลาดเป็นทางเลือกแทนผลิตภัณฑ์พลาสติกยังคงเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นการตัดต้นไม้และป่าสงวน เป็นต้น

ดังนั้นผู้ประกอบการสินค้าเพื่อความยั่งยืน ที่ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดในอินเดียมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ซื้อ ผู้บริโภค โดยจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลสินค้าในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพที่ดี มีประโยชน์ทั้งต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

ที่มา

1. StartupStory : ‘Indian Consumers Ready to Pay More for Sustainable Products: Study’
2. Times of India : ‘India’s green awakening: Forging paths to sustainability’
3. Economic Times: ‘Does buying sustainable brands make eco-nomical sense to Indians?’

4. Mint: *'Most Indian parents prioritise eco-friendly products, says new survey'*
5. The Times of India: *'Is India ready/equipped to cater to the growing demand for sustainable products across domains?'*
6. Statista: *'Importance of sustainable products purchased in India as of February 2022'*
7. The Times of India: *'60% in India willing to pay a premium for sustainability products, reveals survey'*
8. Indian Retailer: *'Where is the Demand for Sustainable Products Going and Why'*
9. Business World: *'Indian Consumers Embracing Sustainable Products: Report'*
10. Azelis: *'Clean and sustainable products: the rising demand in the Indian personal care market'*
11. Business News Daily: *'Most Consumers Want Sustainable Products and Packaging'*
12. Down To Earth: *'Uncertain economy: 'Green goods' grew last year despite a slowdown in global trade', says UNCTAD*