

การปรับตัวของผู้ประกอบการ SME ไทย มุ่งสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business)



การปรับตัวของผู้ประกอบการ SME ไทย

มุ่งสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business)

วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมพัฒนาแบบก้าวกระโดดเป็นอย่างมากในหลายทศวรรษที่ผ่านมา ทว่าการพัฒนาดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากร สิ่งแวดล้อมของโลกตามมาเช่นเดียวกัน ดังนั้นองค์การสหประชาชาติจึงได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาขึ้น โดยอาศัยกรอบความคิดที่มองการพัฒนาเป็นมิติ (Dimensions) ซึ่งประกอบไปด้วย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน เรียกว่าเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางให้แต่ละประเทศดำเนินการร่วมกัน ตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2015 ถึงเดือนสิงหาคม 2030 ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี โดยประกอบไปด้วย 17 เป้าหมาย ประกอบไปด้วย 169 เป้าหมายย่อย (SDG Targets)

ในปี 2021 คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวเช่นกัน โดยเฉพาะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม จึงประกาศใช้นโยบาย European Green Deal หรือ มาตรการลดคาร์บอนไดออกไซด์ลงร้อยละ 55 ในปี 2573 หรือ Fit for 55 Package ที่จะเน้นการพัฒนาพลังงานหมุนเวียน การลงทุนในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร การสนับสนุนระบบขนส่งคาร์บอนต่ำ การส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน และการปรับปรุงมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นร่างกฎหมายเพื่อรับรองเรื่องในเรื่องต่อไปนี้

- การพัฒนาตลาดซื้อขายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Trading Scheme: ETS)
- การกำหนดอัตราภาษีธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- การกำหนดสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนเป็นร้อยละ 40 ในปี 2030
- การอนุญาตให้ใช้ยานพาหนะที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์เท่านั้น ภายในปี 2035
- กฎหมายว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (Deforestation-free Products)
- การกำหนดนิยามกิจกรรมของธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Taxonomy)
- การเก็บภาษีคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) การกำหนดราคาสินค้านำเข้าบางประเภทป้องกันการนำเข้าสินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงเข้ามาในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป European Union (EU)

นอกจากนี้ สหภาพยุโรปยังกำหนดยุทธศาสตร์ Farm to Fork จากอาหาร “คลีน” สู่ “กรีน” ที่มุ่งลดปัญหาสภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยผู้บริโภครู้จักคำถามก่อนซื้อว่า อาหารนี้มีที่มาอย่างไร ผ่านกระบวนการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่ เพื่อให้ภูมิภาคยุโรปเข้าสู่สังคมปลอดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี 2030

ทั้งนี้ นโยบายความยั่งยืนของสหประชาชาติและนโยบายสีเขียวของสหภาพยุโรป มีความเป็นไปได้ว่าจะกลายเป็นนโยบายทางการค้าระหว่างประเทศยุคใหม่ เพราะว่า สหประชาชาติและสหภาพยุโรปมักจะเป็นผู้ผลักดัน (trend setter) มาตรฐานหรือกฎระเบียบที่ตนให้ความสำคัญในเวทีการค้าโลก

SDGs จึงทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่นโยบายรัฐบาลกว่า 20 ประเทศทั่วโลก กำหนดเป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติ นับว่าเป็นหนึ่งในเมกะเทรนด์ที่สำคัญของโลก ที่ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาสภาพภูมิอากาศ การปกป้องสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมกะเทรนด์นี้เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการ ในบางประเทศได้นำประเด็นดังกล่าวมากำหนดเป็นนโยบายและกฎระเบียบทางการค้า จนอาจกลายเป็นข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ หรือมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measure: NTMs) อาทิ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures-SPS) ที่เน้นมาตรการเพื่อกำกับดูแลความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สินค้านำเข้า สารอันตราย สารเติมแต่ง สารปนเปื้อน สารพิษต่อชีวิตที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ สอดคล้องกับ SDGs เป้าหมายที่ 3 : สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-Being) เป็นต้น

นอกจากนี้ในหลายประเทศ รัฐบาลได้กำหนดนโยบายหรือโครงสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ

จีน ได้บรรจุประเด็น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ในฉบับที่ 14 (ปี 2021-2025) เป็นครั้งแรก และยังเริ่มจัดตั้งตลาดซื้อขายโควตาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ETS) เมื่อปี 2021 เพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคอุตสาหกรรม

ในขณะที่สิงคโปร์ใช้ Singapore Green Plan 2030 เป็นนโยบายขับเคลื่อนในระดับชาติด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมีเป้าหมายครอบคลุมการใช้พลังงานสะอาด ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่ง

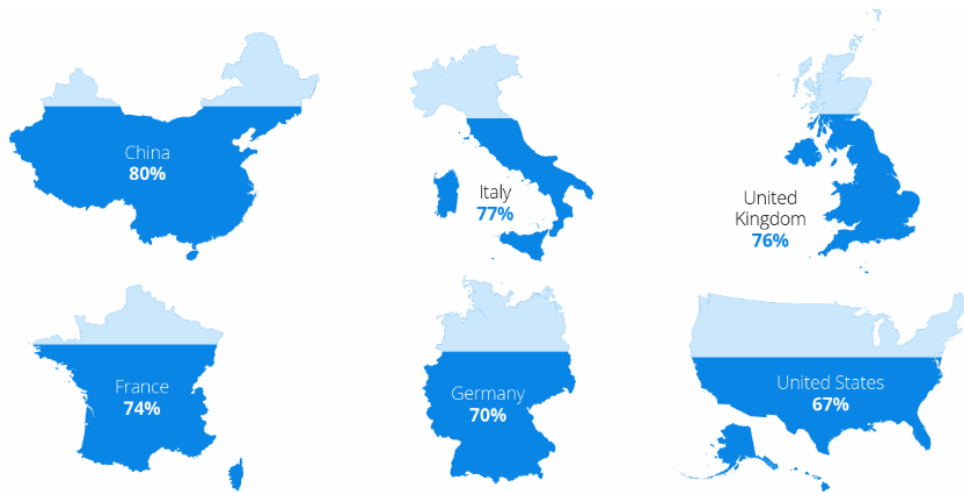
ส่วนญี่ปุ่นนั้น ได้ออกนโยบาย Green Growth Strategy ที่มุ่งขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านใน 3 ภาคส่วน ได้แก่ 1) ภาคพลังงาน เช่น สนับสนุนเชื้อเพลิงไฮโดรเจน และเชื้อเพลิงแอมโมเนีย 2) ภาคการขนส่งและภาคอุตสาหกรรม เช่น ยานยนต์ไฟฟ้า และการนำคาร์บอนกลับมาใช้ใหม่ และ 3) ภาคครัวเรือนหรือในสำนักงาน เช่น การใช้วัสดุหมุนเวียน โดยตั้งเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2050

อินเดีย ผลักดันการใช้พลังงานไฮโดรเจนสีเขียวให้เป็นวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาพลังงานสะอาดเพื่อนำเข้ามาทดแทนสัดส่วนของพลังงานฟอสซิล ในเบื้องต้นอินเดียได้วางเป้าหมายสำคัญไว้ว่าภายในปี 2030 ราคาไฮโดรเจนสีเขียวของอินเดียต้องปรับตัวมาอยู่ที่ราว 160 รูปีต่อกิโลกรัม จากปัจจุบันราคาอยู่ที่ 350 รูปีต่อกิโลกรัม

และในปี 2022 ออสเตรเลียและสิงคโปร์ร่วมลงนามในข้อตกลง “เศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)” เพื่อผลักดันความร่วมมือในการลงทุนด้านสภาพภูมิอากาศ การเงิน และเทคโนโลยี โดยข้อตกลงดังกล่าวจะประกอบด้วยกรริเริ่มโครงการต่าง ๆ เช่น การจัดทำรายการสินค้าและบริการด้านสิ่งแวดล้อมที่สามารถให้สิทธิพิเศษทางการค้าได้ซึ่งกันและกันได้

พฤติกรรมผู้บริโภคต่อสินค้าหรือบริการที่ยั่งยืนและรักษ์โลก

แผนภาพที่ 1 สัดส่วนของผู้บริโภคที่คำนึงถึงความยั่งยืนในปี 2022



ที่มา : Statista, 2022

ข้อมูลจาก Statista (2022) รายงานว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของโลกในปี 2022 มากกว่าปีที่ผ่านมา โดยประเทศที่มีสัดส่วนผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดคือ ประเทศจีนคิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคืออิตาลี (ร้อยละ 77) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 76) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 74) เยอรมัน (ร้อยละ 70) และ สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 67) ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

Statista ยังได้คาดการณ์ว่าสินค้าในกลุ่ม Circular Economy เป็นกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงทั่วโลก โดยมีมูลค่าในปี 2022 อยู่ที่ 338,881.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นไปมูลค่า 712,738.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2026 โดยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20.40 และแนวโน้มนี้จะยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต

โดยมีข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการที่ยั่งยืนและรักษ์โลกเพิ่มเติม ดังนี้

1. จากการสำรวจของ Institute for Global Environmental Strategies ในปี 2022 พบว่าพนักงานในบริษัทของญี่ปุ่นกว่าร้อยละ 80 ตระหนัก รับรู้ และนำ SDGs เข้ามาปรับใช้ให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และในชีวิตประจำวันโดยประเด็นที่พนักงานในบริษัทให้ความสนใจ เป็น 5 อันดับคือ ความเท่าเทียมทางเพศ รองลงมาคือ การเคารพสิทธิมนุษยชน อันดับที่ 3 คือ หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน อันดับที่ 4 คือ สภาวะอากาศ และอันดับ 5 คือการป้องกันการคอร์รัปชัน

2. นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป โดยพบว่าผู้หญิงให้ความสำคัญและใส่ใจกับแนวคิดและแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า สามารถช่วยลดปริมาณขยะให้น้อยลง ด้วยการลดการใช้ การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ หรือเรียกว่าแนวคิด 3Rs นั่นเอง (Reduce Reuse and Recycle) โดยเริ่มต้นที่การใช้ให้น้อยลง ลดการใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดขยะเพื่อลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้น (Reduce) การนำวัสดุผลิตภัณฑ์ที่ยังสามารถใช้งานได้กลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานแล้วมาแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่หรือรีไซเคิล (Recycle)

3. สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุสูงขึ้นไปมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธไม่รับของที่ไม่จำเป็น เช่น ตะเกียบแบบใช้แล้วทิ้ง ข้อนส้อมพลาสติก เป็นต้น หรือ เลือกอาหารที่ไม่ใช้สารปรุงแต่ง หรือสารถนอมอาหารเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

นอกจากนี้ยังมีบทสัมภาษณ์จากคุณดวงฤทัย ภูมิพิเชฐ ผู้ผลิตวัสดุใยกัญชง Hemp Thai จากการปลูกแบบออร์แกนิก 100% เพื่อส่งออกในตลาดต่างประเทศ โดยมีตลาดหลักอยู่ญี่ปุ่นประมาณ 85% จากยอดส่งออกทั้งหมด คุณดวงฤทัย ให้ข้อมูลว่า “นอกจากผู้ซื้อฝั่งยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นที่นิยมซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ตลาดในเมืองดูไบ อาดูดาบิ ก็เป็นที่นิยมเช่นกัน ที่สำคัญกลุ่มประเทศเหล่านี้ยังมีกำลังซื้อสูงและยังมีความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง”

การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจใหม่

นโยบายความยั่งยืนของสหประชาชาติและนโยบายสีเขียวของสหภาพยุโรปและนานาชาติประเทศ ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคสินค้าที่คำนึงสิ่งแวดล้อม ความสำเร็จในการบริโภค รวมทั้งข้อมูลจากผู้ประกอบการ SME ที่ให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่คำนึงถึงความยั่งยืน ไทยจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาประเทศ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับเวทีการค้าโลกและเพื่อการพัฒนาประเทศต่อไป โดยใช้จุดเด่นของประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ หลากหลายวัฒนธรรม สนับสนุนและส่งเสริมให้ไทยเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการมูลค่าสูง นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยลดข้อจำกัด สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้ สร้างโอกาส ด้วยการใช้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า “BCG Model” ประกอบไปด้วย การพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ทั้งนี้ BCG Model มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) นโยบายสีเขียวของสหภาพยุโรป (European Green Deal) และสอดคล้องกับหลักการเศรษฐกิจพอเพียงของประเทศไทย อีกทั้งยังสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

โมเดล Bio-Circular-Green Economy (BCG) เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความยั่งยืน และความครอบคลุม ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย โดยเน้นการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ นวัตกรรม เพื่อเปลี่ยนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ ในด้านความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมซึ่งเป็น ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเน้นที่ 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ 1) การเกษตรและอาหาร 2) สุขภาพ และการแพทย์ 3) พลังงาน วัสดุและชีวเคมี และ 4) การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บูรณาการทั้ง 4 อุตสาหกรรม ก่อให้เกิดอาชีพและการจ้างงานของคนในประเทศมากกว่า 16.5 ล้านคน

Bio-economy หรือ เศรษฐกิจชีวภาพนั้น เริ่มจากการใช้ทรัพยากรชีวภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น พืช สัตว์ และจุลินทรีย์ รวมถึงวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรมาผนวกกับเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อพัฒนาทรัพยากรชีวภาพนั้น ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพ (Bio-based Product) และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้มีมูลค่าสูง ทั้งในกลุ่มอาหาร พลังงาน เคมีภัณฑ์เวชภัณฑ์และยา อาทิ ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ด้วยการเปลี่ยนวัตถุดิบประเภทโปรตีนที่ผลิตจากพืช หรือ Plant base food อาหารเสริมเสริมสุขภาพหรืออาหารสำหรับคนป่วยโดยเฉพาะ (Functional food) ชีวเภสัชภัณฑ์ (Biopharmaceutic) การสกัดสมุนไพรไทย สารชีวมวล (Biomass) เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biofuel) เชื้อเพลิงไบโอเอทานอล (Bioethanol) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายนานาประเทศที่มุ่งเน้นการลดคาร์บอน โดยการใช้ พลังงานสะอาด

ตัวอย่างสินค้าแปรรูปมาจากสมุนไพรไทย



ที่มา : "CHORKOON" สินค้าแปรรูปมาจากตำรับสมุนไพร

เช่นเดียวกับ **Circular economy** หรือเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ในทุกอุตสาหกรรม โดยมีหลักการของการหมุนเวียนใช้ทรัพยากรธรรมชาติในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และเพิ่ม ประสิทธิภาพการจัดการของเสีย อาทิ วัตถุดิบ สินค้าที่หมดอายุ เศษวัสดุที่เหลือทิ้ง ให้กลับเป็นทรัพยากร หมุนเวียนอยู่ในระบบด้วยกระบวนการที่เหมาะสม เช่น ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อผลิตก๊าซชีวภาพในโรงงานแป้งมัน สำปะหลัง ผลิตเม็ดพลาสติกหมุนเวียนและบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากขยะพลาสติก การนำขยะที่เกิดในแหล่งท่องเที่ยว ที่มาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการและคงความอุดมสมบูรณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การนำเศษอาหารที่เหลือจากการบริโภคทั้งภาคครัวเรือนและร้านอาหารมาเพิ่มมูลค่า ผลิตเป็นอาหารสัตว์ (Upcycle) หรือการนำเศษผ้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอรวมทั้งของเหลือมารีไซเคิล และแปรสภาพ เป็นสินค้าใหม่ การนำของมือสองมาออกแบบหรือดีไซน์ใหม่ ทำให้เกิดสินค้าใหม่ จนเกิดเป็น Zero Waste

ในส่วนของ **Green Economy** หรือเศรษฐกิจสีเขียว โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNEP (United Nations Environment Programme) ให้คำนิยามว่า เป็นระบบเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงความเป็นอยู่ของมนุษย์และความเท่าเทียมทางสังคม ขณะเดียวกันก็ลดความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและความขาดแคลนทางระบบนิเวศอย่างมีนัยสำคัญด้วยวิธีการที่ใช้และลดการปล่อยคาร์บอน (Low carbon) ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากและเกิดจากความร่วมมือของคนในสังคม

BCG สามารถผสมผสานกันได้ทั้งกระบวนการ เช่น การบำบัดน้ำเสียจากอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง และการนำกากมันสำปะหลังที่เหลือจากกระบวนการผลิตไปเป็นอาหารสัตว์ การนำว่านเสนห์จันทร์หอมที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี มาผลิตเป็นสกัดทำน้ำหอมและสบู่ หลังจากนั้นนำเส้นใยว่านที่เหลือจากการผลิตนำมาทำเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม การปลูกไผ่โดยวิธีธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมี นำผลผลิตที่ได้มาทำเป็นเครื่องเรือน เครื่องจักรสาร สิ่งปลูกสร้าง อาคารบ้านเรือน และเศษไม้ไผ่ที่เหลือทำเป็นเชื้อเพลิง หรือผสมกับดินเหนียวเพื่อทำเป็นอิฐ เป็นต้น

ดังนั้นการดำเนินการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางของ BCG จะทำให้ผู้ประกอบการ SME ไทยมีโอกาสส่งออกสินค้าเข้าสู่ตลาดประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ หรือประเทศเศรษฐกิจใหม่ อาทิ ประเทศในกลุ่มอาเซียน จีน อินเดีย กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ตลอดจนกลุ่มประเทศที่ต้องการคุณภาพและมาตรฐานสินค้าระดับสูง

ผลกระทบและการปรับตัวของ SME ไทย

ต่อโมเดลเศรษฐกิจ BCG

คุณเกียรติชาย ไมตรีวงษ์ ผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (29 สิงหาคม 2023) ได้แสดงความคิดเห็นต่อผลกระทบและการปรับตัวของ SME ไทยต่อโมเดลเศรษฐกิจ BCG ว่า “การสร้างธุรกิจใหม่หรือตลาดใหม่ภายใต้ BCG ที่ตอบสนองต่อความยั่งยืนนั้นสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจ ผู้ประกอบการรายใด ที่ไม่มีเป้าหมายหรือมาตรการในการลดก๊าซเรือนกระจก ไม่มีการทำรายงาน ไม่มีการวางเป้าหมายไปสู่การทำ Net Zero จะกลายเป็นบริษัทที่ไม่มีความยั่งยืนเพียงพอ ซึ่งอาจจะไม่ได้เงินลงทุนสนับสนุนจากสถาบันการเงิน หรือลูกค้าหันไปสนับสนุนผู้ประกอบการที่คำนึงถึงความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการ ต้องนำ BCG Model มาปรับใช้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังตลาดยุโรป ต้องคำนึงถึงมาตรการการเก็บภาษีคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศนี้มีต้นทุนในการบริหารจัดการสูงขึ้น

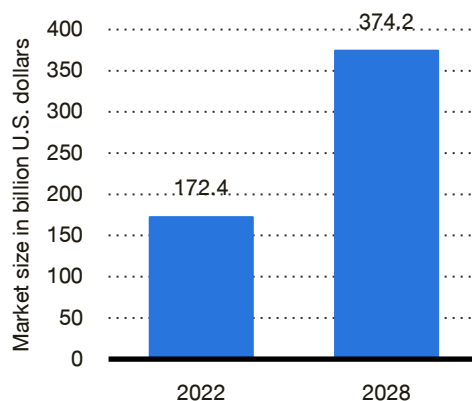
ธุรกิจบริการ โรงแรม การท่องเที่ยว การเดินทาง และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ต้องมีมาตรการลดการปล่อยก๊าซ หากผู้ประกอบการรายใด ไม่มีมาตรการที่ดีหรือปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจ อาจจะต้องถูกกีดกันให้ออกไปจากการทำธุรกิจในอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเล็กและใหญ่ เพราะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจบริการมีจำนวนมาก ดังนั้นภาคธุรกิจบริการจึงจำเป็นต้องมีมาตรการที่สามารถลดก๊าซเรือนกระจกอย่างชัดเจน เพื่อตอบสนองต่อเทรนด์ของโลก”

ข้อคิดเห็นในเรื่องของการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่หรือตลาดใหม่ภายใต้ BCG ที่ตอบสนองต่อความยั่งยืน สอดคล้องกับการสัมภาษณ์คุณศุภวรรณ ฌนอมเกียรติภูมิ กรรมการปฏิคมสภาหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (18 สิงหาคม 2023) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ลูกค้าทางยุโรปมองหาคุณค่าที่ทำได้ BCG ถ้าหากโรงแรมไหนเป็นโรงแรม Green Hotel ลูกค้าจะพิจารณาเลือกใช้บริการเป็นพิเศษ การท่องเที่ยวฯ จึงพยายามให้หลาย ๆ โรงแรมของประเทศไทยเข้าร่วมเป็น Green Hotel โดยสภาหอการค้าได้จัดโครงการ Happy Model หรือ “โมเดล อารมณ์ดี มีความสุข” ซึ่งรองรับการเป็น Green Hotel โดยโมเดลนี้ประกอบด้วย

- 1) กินดี คือการกินอาหารท้องถิ่นที่รสชาติอร่อย สะอาด มีประโยชน์ พร้อมกับการสร้าง Branding และ Packaging เพื่อเพิ่มมูลค่า
- 2) อยู่ดี คือการทำที่พักให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย ดูแลสิ่งแวดล้อมทั้งเรื่องขยะ คุณภาพน้ำ และอื่น ๆ รวมถึงรองรับเทรนด์ Work from Anywhere จากผู้มาใช้บริการทุกมุมโลก
- 3) ออกกำลังกายดี แต่ละจังหวัดมีกิจกรรมต่างๆ เช่น ปั่นจักรยาน วายน้ำ ปั่นหน้าผา และเดินป่า เป็นต้น
- 4) แบ่งปันสิ่งดี ๆ คือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือแลกเปลี่ยนความรู้กับปราชญ์ชาวบ้าน โดยทั้งหมดนี้จะต้องสร้าง Storytelling ให้น่าติดตาม

นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้โรงแรม รีสอร์ท ที่พักต่าง ๆ ปรับตัวตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยใช้วัสดุหรือเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) ทั้งนี้สิ่งที่เป็นเป้าหมายหลักแล้วต้องการให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยไปถึง BCG ให้ได้และได้นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและทำให้ประเทศไทยอยู่ได้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต และเพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเลือกใช้บริการโรงแรมที่พักที่มีนโยบาย BCG มากขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับรายงานของ Statista (2022) ที่พบว่ามูลค่าตลาด Ecotourism จะเพิ่มขึ้นจาก 172.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2022 ไปเป็น 374.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2026

แผนภาพที่ 2 แสดง Market size of the ecotourism sector worldwide in 2022, with a forecast for 2028 (in billion U.S. dollars) apparel worldwide 2013-2026



ที่มา : Statista, 2022

นอกจากนี้ บทสัมภาษณ์ของคุณเมธา สิมะวรา กรรมการสถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมการผลิต สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (18 สิงหาคม 2023) ยังได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อ BCG Model ว่า “มองภาพตลาดของกลุ่มประเทศอาหาร หรือประเทศ ตะวันออกกลางว่าเป็น “โอกาส” ด้วยความที่กลุ่มประเทศเหล่านี้ขาดความหลากหลายทางชีวภาพ ต่างจาก ประเทศไทยที่ตั้งอยู่บนเส้นศูนย์สูตร ทำให้สามารถปลูกพืชผลผลิตได้ทั้งปี จึงเป็นโอกาสที่จะนำส่งผลผลิตทาง ชีวภาพไปยังประเทศเหล่านี้ได้ โดยกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยจะเริ่มตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ต้น น้ำจนถึงปลายน้ำ การแปรรูปเป็นอาหารเสริม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสปา ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ นิยมในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในกลุ่มสปา อาทิเครื่องหอม อโรมา น้ำมันนวดต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้ความรู้ในด้านของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการสกัดสารจากสมุนไพรเหล่านี้”

ทั้งนี้ ผู้ประกอบในอุตสาหกรรมอาหารอย่างดอยคำ (2023) มีนโยบายภายใน 5 ปีจะเป็น Net Zero โดยมีการวางนโยบายไว้ เช่น การจัดกิจกรรม “แกะ ล้าง เก็บ” เมื่อเป็นผู้สร้างขยะก็ต้องเก็บขยะ เมื่อมีการแกะ ล้างและนำมาให้ทางดอยคำ ทุก ๆ 1 กล่องจะมีมูลค่า 1 บาท โดยนำกล่องเปล่ายูเอชที ดอยคำ มา แกะ ล้าง เก็บ แลกรับส่วนลดที่หน้าร้านดอยคำทุกสาขา เพื่อรวบรวมส่งต่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล จนกลายเป็น “แผ่นอีโคบอร์ด” นำมาขึ้นรูปแบบเป็น “พาเลทไม้เทียม” กลับมาใช้ในโรงงานหลวงฯ ทั้ง 3 แห่ง “กรวย จราจร” มอบให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนี้ยังมอบกล่องน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ให้โครงการ “หลังคาเขียว” มูลนิธิอาสา เพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย ซึ่งปริมาณกล่องน้ำผลไม้ดอยคำทุก 1,000 กล่อง จะสามารถลดก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 900 กิโลกรัม และสามารถช่วยเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ 150 ตารางเมตร นอกจากนี้ยังทำ การตลาดเรื่อง Green market ซึ่งช่วงที่สินค้าใกล้หมดอายุ จะมีการนำ Green market เข้ามาใช้ โดยการ คุปองที่ได้จากการแลกกล่องที่มีการล้างเรียบร้อยแล้ว นำมา 100 กล่อง สามารถแลกกับของในดอยคำที่มีมูลค่า 100 บาท ดังนั้นจึงทำให้ลดปริมาณขยะของหมดอายุที่จะนำไปเททิ้งได้ ในส่วนของ Carbon footprint ต่าง ๆ ที่มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่มา ได้มีการคิดมาตลอดว่าจะให้เป็น Green อย่างไร ผลิตภัณฑ์เป็นกระดาษ แกะ ล้าง เก็บยังสามารถใช้ได้ และขายไอศกรีมในอุณหภูมิห้อง ไม่ต้องใช้แอร์ในการขนส่ง ลดคาร์บอน ลดพลังงาน ในการขนส่ง ลดพลังงานในการขาย ปัญหาของผู้บริโภคจะหมดไป สามารถซื้อกลับไปแช่ตู้เย็นได้ ผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ ของดอยคำมีการเปลี่ยนไปค่อนข้างมาก โรงงานมีการใช้พลังงานสะอาด ไบโอมีเทน และมีโรงงานหน่วย ที่ 3 ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ติดโซลาร์บนดาดฟ้า ซึ่งถือว่าเป็นนโยบายที่นำ Green Economy มาปรับใช้ เช่นเดียวกัน

ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด มหาชน หรือ SCG (2023) เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากนโยบาย European Green Deal โดยเฉพาะมาตรการ CBAM บริษัท SCG ได้เน้นเรื่อง Low Carbon Footprint มีการตั้งเป้าหมายว่าจะเป็น “Net Zero” ในปี ค.ศ 2050 ประเทศไทยมีเป้าหมายภายในปีนี้เช่นเดียวกัน ทำให้ธุรกิจอื่น ๆ ก็มีความสนใจในเรื่อง Net Zero เหมือนกัน คำว่า Net Zero จะมองภาพตลอดชีพหลายคนที่ทำให้ทุกธุรกิจมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น เพราะธุรกิจใหญ่ ๆ ไม่สามารถดำเนินการได้เพียงลำพังจึงต้องมี SME ที่เข้ามาคอยสนับสนุน เช่น energy transition ที่ทุกวันนี้มีการพึ่งพาพลังงานฟอสซิลค่อนข้างมาก โดยเฉพาะธุรกิจปูนซีเมนต์ บีโตร์เคมี ฉะนั้นการเปลี่ยนผ่านไปยังพลังงานสะอาด เช่น Solar cell ทางบริษัท SCG ได้ให้ SME เข้ามาช่วยเหลือหรืออยู่ในส่วนของซัพพลายเออร์ นอกจากนี้ SCG มีการรับซื้อและรับกำจัดของเสียจากการทำเกษตร เพื่อนำไปใช้เป็นพลังงานในกระบวนการผลิตซีเมนต์อีกด้วย

ทั้งนี้ ดร.ปฐิมา สินธุภิญโญ Associate Director, ESG Integration บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (29 สิงหาคม 2023) ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า “ผู้ประกอบการต้องทำผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของประเทศปลายทางที่ต้องการจะส่งออก ต้องมองความต้องการของต่างประเทศเป็นหลัก เพื่อจะได้ปรับตัวเข้ากับความต้องการของกลุ่มประเทศเป้าหมาย ถ้าหากเปลี่ยนมีโอกาสทางธุรกิจแน่นอน เมื่อภูมิภาคของโลกได้เปลี่ยนผู้ประกอบการต้องร่วมตามกฎกติกาของประเทศเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งสามารถศึกษานโยบายของประเทศปลายทางว่ามีกฎกติกาอะไรและจะทำตามกฎกติกาตามนั้นได้อย่างไร เราจำเป็นต้องหาจุดที่สามารถได้เปรียบในการแข่งขัน และลูกค้าพร้อมที่ซื้อสินค้าและมองถึงความคุ้มค่าในราคาที่จ่ายไป”

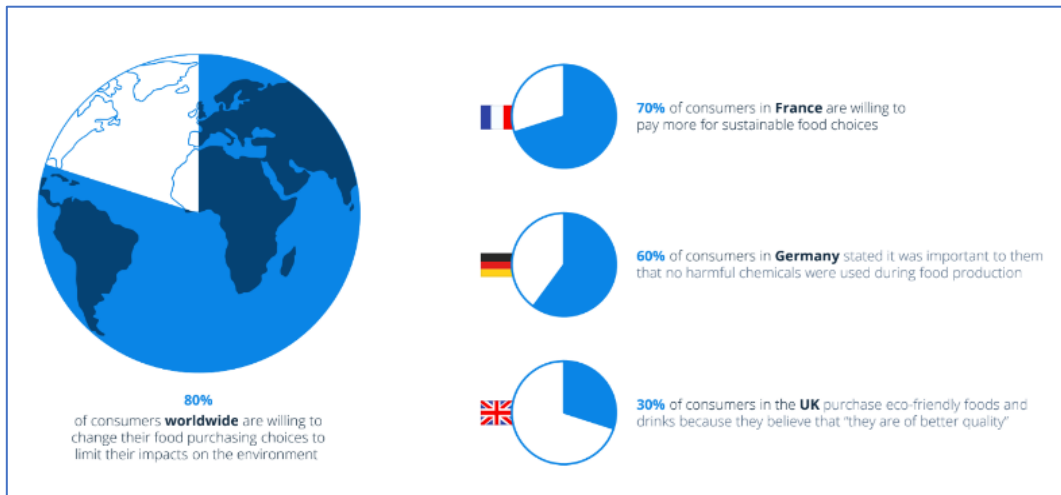
โอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการ SME ไทย สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

จากข้อได้เปรียบของไทยที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งเรื่องของเกษตร อาหาร แม้กระทั่งด้านภูมิศาสตร์ ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารอันดับ 13-15 ของโลก อาหารแห่งอนาคต (Future Food) ที่ช่วยลดคาร์บอนได้มากกว่าเนื้อสัตว์หลายเท่าและกำลังเป็นเทรนด์ของโลก เช่น เนื้อจากพืช (Plant-Based Meat) โปรตีนจากแมลงที่ใช้พื้นที่ในการผลิตน้อยกว่าปศุสัตว์ ต้องมีการพัฒนานวัตกรรมในการผลิตให้มีความเหมือนและรสชาติเหมือนเนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมารับประทานมากขึ้น

จากนโยบาย “Farm to fork” ของสหภาพยุโรป ที่มุ่งจากอาหาร “คลีน” สู่ “กรีน” เพื่อลดปัญหาสภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมุ่งเน้นให้ภูมิภาคยุโรปนำเข้าผู้ส่งมอบลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี 2030 โดยผู้บริโภคตั้งคำถามก่อนซื้อว่า อาหารนี้มีที่มาอย่างไร ผ่านกระบวนการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่ บางประเทศต้องมีการสำแดงเอกสารหรือตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่ผ่านกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรืออีกนัยก็คือมาตรการการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTMs) ของประเทศปลายทาง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในสหภาพยุโรปที่กำลังจะนำภาษีคาร์บอน (CBAM) มาใช้กับสินค้าที่นำเข้าจากประเทศที่ไม่ใช่สมาชิกสหภาพยุโรป เพื่อป้องกันสินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงเข้ามาในตลาดสหภาพยุโรป

ความท้าทายนี้ สร้างโอกาสทางธุรกิจในการเข้าสู่ตลาดยุโรปให้กับผู้ประกอบการที่ปรับตัวเป็นอย่างมาก ซึ่งตลาดนี้เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงและให้ความสำคัญสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารยั่งยืน (Sustainable food) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ Statista ปี 2023 ที่พบว่าผู้บริโภคจากทั่วโลกยินดีที่จะซื้ออาหารที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมถึงร้อยละ 80 โดยเฉพาะในประเทศฝรั่งเศส ร้อยละ 70 ยินดีที่จะจ่ายในราคาที่สูงขึ้นสำหรับอาหาร ที่คำนึงถึงความยั่งยืน และร้อยละ 60 ในประเทศเยอรมันนี้เห็นว่าจะต้องไม่มีเคมีภัณฑ์มาใช้ในกระบวนการผลิตอาหาร ดังแสดงในแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3 ความเต็มใจเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ที่มา: Statista 2023

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีของเสีย (Waste) ที่ยังไม่ได้การจัดการอยู่จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นของเสียที่จากการเกษตร คริวเรือนและอุตสาหกรรม ถ้าผู้ประกอบการนำของเสียเหล่านี้ไปเพิ่มมูลค่า เช่น ทำเป็นอาหารสัตว์ ทำปุ๋ยหมัก หรือแม้กระทั่งทำมาสกักเป็นเวชภัณฑ์ที่เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางได้อีกด้วยเช่นกัน นับว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางธุรกิจให้กับ ผู้ประกอบการ SME เช่นกัน

ทั้งนี้ คุณเกียรติชาย ไมตรีวงษ์ ผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (29 สิงหาคม 2023) ได้ให้ข้อมูลสนับสนุนว่า “ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านความหลากหลายทางชีวภาพ แต่มีจุดด้อย คือ ไม่สามารถที่จะสร้างคุณค่าที่มีจากความหลากหลายทางชีวภาพ ต้องพัฒนาเทคโนโลยีที่จะช่วยผลักดันวัตถุดิบของประเทศไทยให้มีคุณค่าสูงขึ้น SME ควรขอความร่วมมือกับตัวแทนผู้ส่งออกหรือตัวแทนจัดจำหน่าย เพราะกลุ่มนี้มักยึดติดกับผลกำไรและไม่อยากเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์เดิมทำกำไรให้อยู่แล้ว” ดังนั้นการทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน จะทำให้ได้รับความร่วมมือมากขึ้น

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวที่เป็น Low Carbon หรือ Net Zero กำลังเป็นกระแสของโลก การท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงอนุรักษ์ (Local Alike) การสร้างประเทศให้น่าเที่ยวและน่าอยู่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ ในทุกพื้นที่ และสร้างรายได้ให้กับภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะและแนวปฏิบัติ (Guideline)

- 1.** ผู้ประกอบการควรรู้จักตนเองว่าถนัดเรื่องใด ชำนาญหรือมีประสบการณ์เรื่องใด ทำอะไรแล้วทำได้ดี เหนือกว่าคู่แข่งที่คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยาก แล้วโฟกัสประเด็นเหล่านั้น พร้อมทั้งเพิ่มพูนความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยเพิ่มผลผลิตและมูลค่าเช่นวิสาหกิจชุมชน หรือ SME มีความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูกพืชสมุนไพร วิธีการเลือกกล้าพันธุ์รวมทั้งการเก็บเกี่ยว ทำให้ได้ผลผลิตดี ทว่ายังขาดองค์ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าผลผลิต ดังนั้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ช่วยสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร ทำให้เพิ่มคุณค่าและมูลค่า สู่อุตสาหกรรมสินค้าไปเป็นสินค้าพรีเมียม เปลี่ยนจากการขายเป็นกิโลกรัมเป็นกรัมก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น
- 2.** การเริ่มจากจุดเล็ก ๆ ของผู้ประกอบการเอง โดยการลด ละ เลิกการใช้สินค้าหรือบริการที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม จนกระทั่งปรับใช้กับทุกคนในองค์กร ก็จะทำให้เกิดองค์กร BCG และจะทำให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรตามมา ส่งผลให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของโมเดลเศรษฐกิจ BCG สุดท้ายผู้ที่ได้ประโยชน์ก็คือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- 3.** ผู้ประกอบการควรขับเคลื่อนธุรกิจผ่านการบูรณาการทั้ง “B” “C” และ “G” ไปด้วยกัน อาทิ ผู้ประกอบที่เป็นเกษตรกรที่เป็นชาวสวนเกษตรอินทรีย์ที่ขายมังคุดทั้งสดและอบแห้ง มีเปลือกมังคุดเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมาก สามารถนำเปลือกมังคุดมาหมักเป็นปุ๋ยเพื่อใช้เป็นอาหารของต้นมังคุดในสวน และนำเปลือกมังคุดที่เหลืออีกส่วนมาสกัดจะได้สารสกัดที่ชื่อว่า สารแซนโทน (xanthones) มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ สามารถนำมาใช้ในเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นการเป็นการใช้นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องในใช้ประโยชน์จากมังคุดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในแง่ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม
- 4.** ร่วมมือหรือเป็นพาร์ทเนอร์กับองค์กรขนาดใหญ่หรือหน่วยงานภาครัฐ อาทิ องค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน) หน่วยงานภาครัฐ เช่นกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นต้น เพื่อเป็นพี่เลี้ยงหรือคำแนะนำในการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยแนวคิด BCG
- 5.** รับคำปรึกษาและขอฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) หรือฉลากลดโลกร้อน ได้ที่องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน) เพื่อแสดงข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ในขณะที่ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถขอสัญลักษณ์กรีนโฮเทลจากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ในอนาคตมูลค่าของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ BCG จะเป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะขับเคลื่อนผู้ประกอบการ SME ไทย สู่วิถีการค้าโลก หากผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวคิดนี้ ก็จะช่วยให้อุตสาหกรรมสร้างความแตกต่างเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ นอกจากนี้ยังสร้างโอกาสความภูมิใจผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลให้เกิดกำไรธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป