

Tiêu dùng bền vững - xu hướng cần được doanh nghiệp thúc đẩy

02:31 14/09/2022

Tác giả: TTK

Chọn mua nhiều hơn các sản phẩm có yếu tố “xanh”, lựa chọn các phương thức tiêu dùng bền vững, thân thiện với môi trường, sẵn sàng chi trả cho những sản phẩm có yếu tố “bền vững”... đang là những thay đổi tích cực của xu hướng tiêu dùng được nhiều doanh nghiệp nắm bắt.

Tiêu dùng bền vững góp phần thay đổi môi trường tốt hơn

Chị L.T.T Mai (35 tuổi, TP.HCM) cho biết, trước đây, thỉnh thoảng mới mua các loại thực phẩm organic (hầu hết dù hiểu rằng sản phẩm hữu cơ tốt hơn cho sức khỏe. Tuy nhiên, khi tìm hiểu sâu hơn quá trình làm ra sản phẩm organic là trên cơ sở không tác hại đến môi trường, thì đây trở thành một “ưu tiên” của chị khi mua sắm, cho dù sản phẩm này có giá đắt hơn. Chị Mai chia sẻ lý do vì chị nghĩ đó cũng là cách tốt cho các sản phẩm, doanh nghiệp làm thêm nhiều sản phẩm tốt cho môi trường chung.

Vinamilk ảnh 1 type unknown

Người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn những sản phẩm xanh, sạch, hơn chi trả đắt tiền hơn môi trường

Còn với giới trẻ, thay vì tiêu dùng kiểu “thời trang nhanh” (mua giá rẻ, thay đổi liên tục, loại bỏ nhiều), nhiều bạn đã chọn cách tái chế, tái sử dụng, thanh lý các quần áo, phụ kiện thời trang họ không cần vì các trang phục cũ – một loại rác thải tác động tiêu cực đến môi trường.

Xu hướng này là một phần lý do khiến nhiều hãng thời trang lớn trên toàn cầu đã thực hiện các chương trình như tái chế vải, hoặc nhận lại quần áo cũ từ khách hàng để tái chế hoặc tái sử dụng, giúp kéo dài vòng đời của quần áo và giảm thiểu lượng rác thải khi ra môi trường của ngành công nghiệp thời trang.

Tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững đã không còn là những khái niệm xa lạ, mà đang dần phổ biến hơn trong các ngành hàng ngày và càng thúc đẩy mạnh mẽ hơn sau khi dịch toàn cầu - Covid-19. Khảo sát của Viện nghiên cứu Giá trị doanh nghiệp thuộc Tập đoàn IBM (IBM Institute for Business Value – IBV) vào năm 2021 với 14.000 người dân từ 9 quốc gia cho biết, 90% người khảo sát trả lời rằng, Covid-19 đã làm thay đổi cách nhìn của họ về các vấn đề liên quan đến môi trường và tiêu dùng bền vững. Không chỉ vậy, người tiêu dùng còn có những thái độ quay lưng, “hỏi han” sự đóng góp của các doanh nghiệp gây ô nhiễm, sự lãng phí tài nguyên hoặc sản phẩm có các tác động tiêu cực đến môi trường, cũng vậy.

Tại sao sản phẩm bền vững chủ yếu xu hướng “xanh”

Nghiên cứu của Công ty Nielsen Việt Nam cho thấy các thương hiệu hiểu có cam kết “xanh” và “sạch” có mức tăng trưởng khá cao, khoảng 4%/năm. Chẳng hạn, với ví dụ ngành hàng thực phẩm và nước giải khát, mức tăng trưởng nhanh hơn so với toàn thể thị trường từ 2,5-11,4%. Ngược lại, doanh nghiệp bán hàng của các thương hiệu hiểu cam kết ưu tiên tính bền vững tăng gấp 4 lần so với những người không có cam kết này.

Là y ?n c? trong ngành s?a, ngành mà theo ông QU Dongyu, T?ng giám ??c T? ch?c l???ng th?c và nông nghi?p Liên H?p Qu?c (FAO) t?ng phát bi?u là ?óng vai trò quan tr?ng trong h? th?ng th?c ph?m b?n v?ng và có th? ?óng góp tr?c ti?p l?n gián ti?p cho t?t c? m?c tiêu v? phát tri?n b?n v?ng. Nhi?u doanh nghi?p s?n xu?t, kinh doanh ?ã nhanh chóng ??u t?, chuy?n d?ch s?n xu?t, cung ?ng hàng hóa theo tiêu chí xanh, s?ch, minh b?ch thông tin s?n ph?m.

Ông Nguy?n Quang Trí – Giám ??c ?i?u hành Marketing c?a Vinamilk, m?t doanh nghi?p l?n c?a ngành, chia s? v? m?t ví d? là s?n ph?m S?a t??i Vinamilk Green Farm. Ra m?t th? tr???ng ngay trong ??nh d?ch Covid-19 n?m 2021, nh?ng s?n ph?m này v?n nh?n ???c s? ?ón nh?n tích c?c t? ng??i tiêu dùng. Vinamilk Green Farm ???c ng??i tiêu dùng yêu thích và ?ánh giá cao không ch? b?i ch?t l???ng, h???ng v? thiên nhiên, thu?n khi?t mà còn b?i vì ?ây là m?t s?n ph?m thân thi?n môi tr???ng, g?n g?i v?i thiên nhiên.

Không ch? qua s?n ph?m, mà các y?u t? b?n v?ng ???c ??y m?nh trong c? quá trình s?n xu?t v?i Trang tr?i sinh thái Vinamilk Green Farm ???c Vinamilk xây d?ng. Mô hình này g?m 3 tr? c?t chính làm ??nh h???ng cho phát tri?n b?n v?ng, bao g?m: **Ch?n l?c ??u vào k? l???ng, Th?c hành nông nghi?p tái t?o và ?ng d?ng công ngh? tiên ti?n vào nông nghi?p b?n v?ng.**

Vinamilk anh 4

Image not found or type unknown

T?i các nhà máy, s?n ph?m s?a t??i Vinamilk Green Farm ti?p t?c ???c ??m b?o y?u t? b?n v?ng ? khâu s?n xu?t. H? th?ng x? lý ch?t th?i hi?n ??i v?i 100% n???c th?i ???c x? lý ??t chu?n tr???c khi ra môi tr???ng. H? th?ng n?ng l???ng xanh nh? Biomass, CNG, và n?ng l???ng m?t tr?i ???c trang b? nh?m gi?m phát th?i carbon, n? l?c h???ng t?i m?c tiêu ??t m?c phát th?i r?ng b?ng 0 vào n?m 2050.

Vinamilk anh 5

Image not found or type unknown

Vinamilk hi?n có 03 trang tr?i sinh thái Vinamilk Green Farm t?i Tây Ninh, Thanh Hóa, Qu?ng Ngãi v?i h?n 20.000 bò s?a

Hàng n?m công ty này s? có nh?ng th?ng kê, tính toán v? t? l? tiêu dùng các tài nguyên, n?ng l??ng... hay phát th?i trong s?n xu?t ho?c trên m?i ??n v? s?n ph?m ?? có l? trình c? th? th?c hi?n các m?c tiêu phát tri?n b?n v?ng.

??i đi?n Vinamilk nh?n ??nh, xu h??ng tiêu dùng xanh, b?n v?ng s? còn t?ng tr??ng m?nh m? trong t??ng lai g?n, khi mà th? h? tr?, genZ v?n có m?c ?? quan tâm cao v? các v?n ?? phát tri?n b?n v?ng s? tham gia vào l?c l??ng tiêu dùng chính.

Vinamilk anh 8

Image not found or type unknown

Ch??ng trình ??i rác l?y quà do Vinamilk Green Farm ??ng hành cùng c?ng ?ông dân c? Vinhomes ?? khuy?n
khích các thói quen t?t giúp b?o v? môi tr??ng

“Phát tri?n b?n v?ng và xu h??ng tiêu dùng s?n ph?m “xanh” là ?ang là xu h??ng ph? bi?n trên th? gi?i và Vi?t
Nam c?ng không n?m ngoài dòng ch?y này. Vinamilk không ch? d?ng l?i ? câu chuy?n trang tr?i sinh thái và
s?n ph?m s?a t??i Vinamilk Green Farm, chúng tôi còn ?ang th?c hi?n và tham gia các ho?t ??ng nh?m tuyên
truy?n và lan t?a v? l?i s?ng xanh, xây d?ng ý th?c và thói quen b?o v? môi tr??ng ??n c?ng ??ng” – Ông
Nguy?n Quang Trí chia s? t?i H?i ngh? s?a toàn c?u t?i Pháp v?a qua.

Minh Hi?u

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/tieu-dung-ben-vung-xu-huong-can-duoc-doanh-nghiep-thuc-day>