



BUSINESS PURPOSE FINDER

Find The Value
Hidden In Your Business



DISCOVER

ค้นหาคุณค่า



TRUST

สร้างความน่าเชื่อถือ



GROWTH

เติบโตอย่างยั่งยืน

เครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ประกอบการ SME
ได้ลงมือประเมินและสกัด "คุณค่าที่มีอยู่แล้ว" ออกมา
เป็นคะแนน (START ESG Score) และสร้าง
Business Purpose Statement เพื่อใช้เป็นฐานราก
ในการสร้างความน่าเชื่อถือที่ตรวจสอบได้



*Purpose
to
Impact*



IDENTITY

เราคือใคร?



STAKEHOLDERS

ใครได้รับประโยชน์จากเรา?



EXPECTATIONS

เขาต้องการอะไรจากเรา?



ASSETS & ACTIONS

เรามีอะไรที่จะสร้างคุณค่านั้น?



Value → Trust → Growth

คุณค่าที่มีอยู่แล้วในธุรกิจ คือจุดเริ่มต้นของการเติบโตที่ยั่งยืน



ITEMCENTRE

itemcentre.com

Business Purpose Finder

"Find The Value Hidden In Your Business"

Discover → Trust → Growth

คู่มือและเครื่องมือประเมินเพื่อค้นหาคุณค่าธุรกิจ

เครื่องมือนี้ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ประกอบการ (SME) รวมถึงผู้ปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน (ESG Practitioners) ได้ลงมือประเมินและสกัด "คุณค่าที่มีอยู่แล้ว" ออกมาเป็นคะแนน (START ESG Score) และสร้าง Business Purpose Statement เพื่อใช้เป็นฐานรากในการจัดระบบและสื่อสารความน่าเชื่อถือ

พัฒนาโดย itemcentre.com

สงวนลิขสิทธิ์ © 2026 itemcentre. All rights reserved.

ทำไมต้องเริ่มจาก Business Purpose Finder?

Pain Point ของการทำ ESG ในปัจจุบัน

เครื่องมือ ESG ส่วนใหญ่มักเริ่มต้นด้วยการให้คุณกรอกข้อมูลประเมินผล รวบรวมตัวเลขเพื่อจัดทำรายงาน หรือพยายามปรับโครงสร้างให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับโลก ผลลัพธ์คือ ผู้ประกอบการ SME รวมถึงบุคลากรที่รับผิดชอบงานด้าน ESG ภายในองค์กรมักรู้สึกว่า ESG เป็น "ภาระ" เป็นเรื่องซับซ้อน ไกลตัว และต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากในการเริ่มต้น

การเปลี่ยนมุมมอง (Paradigm Shift)

ความจริงแล้ว ธุรกิจที่ยืนหยัดอยู่ได้ย่อมมี **"ความตั้งใจดี"** และ **"คุณค่า"** ซ่อนอยู่ในการทำงานทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นการดูแลพนักงาน หรือการเลือกใช้วัสดุที่ปลอดภัย ดังนั้น ก่อนจะกระโดดไปทำรายงาน คุณควรหยุดและทำความเข้าใจแก่นแท้ก่อนว่า **"ธุรกิจของคุณมีอยู่เพื่ออะไร?"**

แก่นคิดของ START ESG

START ESG Tool ถูกออกแบบมาเป็นพิเศษเพื่อพลิกกระบวนการนี้ เราจะช่วยให้คุณค้นหาและจัดระบบคุณค่าที่มีอยู่แล้วผ่าน 4 คำถามแกนหลัก เครื่องมือนี้จะช่วยเปลี่ยน "สิ่งดีๆ ที่คุณทำอยู่แล้ว" ให้กลายเป็น "โครงสร้างข้อมูลที่ชัดเจน" เพื่อนำไปต่อยอดสร้างเป็นความน่าเชื่อถือที่ตรวจสอบได้ (Trust) โดยไม่ต้องเริ่มจากศูนย์

ความเชื่อหลักของ itemcentre: อีเอสจีไม่ได้เริ่มต้นที่การทำรายงาน แต่เริ่มต้นจากคุณค่าที่คุณมีอยู่แล้วในธุรกิจ หน้าทีของเครื่องมือชิ้นนี้คือการปฐมนิเทศใจองค์กรเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน (Value คู่ Trust คู่ Growth)

โครงสร้าง 4 คำถามค้นหาคุณค่า

พร้อมแนวคิดและกรณีศึกษา (Case Study: CraftWood Studio - แบนด์เฟอร์นิเจอร์ไม้ท้องถิ่น)

เราคือใคร?

01

บทกวีและกำหนดตัวตน ธุรกิจของเรามีจุดยืนและบทบาทอย่างไรในตลาด

วิธีคิด:

มองข้ามตัวสินค้าไปสู่ "บทบาท" ที่คุณอยากเป็นในชีวิตของลูกค้า

ตัวอย่าง CraftWood:

ผู้สร้างสรรค์เฟอร์นิเจอร์ที่เชื่อมโยงธรรมชาติและความสะดวกสบายเข้าสู่พื้นที่อยู่อาศัย

ใครได้ประโยชน์?

02

มองให้เห็นว่าใครคือผู้มีส่วนได้เสียที่เชื่อมโยงและได้รับผลกระทบจากเรา

วิธีคิด:

ลิสต์กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และชุมชน

ตัวอย่าง CraftWood:

คนทำงานรุ่นใหม่ ช่างไม้ฝีมือในชุมชน และเกษตรกรผู้ปลูกป่าทดแทน

เขาต้องการอะไร?

03

ทำความเข้าใจความคาดหวังที่แท้จริงของผู้คนที่ติดต่อแบรนด์ของคุณ

วิธีคิด:

ค้นหาความต้องการแฝง ทั้งความปลอดภัย ความโปร่งใส หรือการใช้ชีวิต

ตัวอย่าง CraftWood:

เฟอร์นิเจอร์ดีไซน์สวย วัสดุปลอดภัย (ไม่มีสารอันตราย) และได้อุดหนุนชุมชน

เราสร้างคุณค่าอะไร?

04

สำรวจต้นทุน ทรัพยากร และคุณค่าที่ธุรกิจกำลังส่งมอบให้สังคมอยู่แล้ว

วิธีคิด:

สำรวจสิ่งที่คุณทำดีอยู่แล้ว ทั้งระบบงาน วัตถุดิบ หรือบริการที่ตอบโจทย์

ตัวอย่าง CraftWood:

ใช้วัตถุดิบจากป่าปลูกทดแทน (FSC) ใช้สีทาไม้ปลอดสารพิษ และจ้างงานในพื้นที่

แบบฝึกหัด: ค้นหาคุณค่าธุรกิจของคุณ

ตอบคำถาม 4 ข้อด้านล่างนี้ โดยประยุกต์ใช้วิธีคิดจากหน้า Framework Guide

คำถามที่ 1: เราคือใคร? (Identity & Position)

การตอบคำถามนี้ไม่ใช่เพียงการบอกชื่อบริษัทหรือสินค้าที่ขาย แต่คือการระบุ **บทบาทและจุดมุ่งหมายสูงสุด** ที่คุณต้องการส่งมอบให้โลกใบนี้ ลองคิดว่าหากไม่มีธุรกิจของคุณอยู่ในตลาด สังคมจะสูญเสียคุณค่าอะไรไป

พื้นที่สำหรับบันทึกความคิด (ตัวตน จุดยืน และบทบาทที่ธุรกิจอยากเป็น):

คำถามที่ 2: ใครได้รับประโยชน์จากเรา? (Stakeholders)

ธุรกิจไม่ได้อยู่ตัวคนเดียว การเริ่มทำ ESG ที่ดีต้องรู้ว่าการมีอยู่ของเราสร้างประโยชน์หรือผลกระทบให้ใครบ้าง ทั้งกลุ่มภายใน (เช่น พนักงาน) และกลุ่มภายนอก (เช่น ลูกค้า คู่ค้า ชุมชนรอบข้าง)

พื้นที่สำหรับบันทึกความคิด (ระบุกลุ่มคนที่เชื่อมโยงและได้รับประโยชน์จากคุณ):

คำถามที่ 3: เราต้องการคุณค่าอะไรจากเรา? (Expectations & Needs)

วิเคราะห์ความคาดหวังเชิงลึกซึ่งมักเชื่อมโยงกับมิติ ESG โดยตรง เช่น ลูกค้าต้องการที่มาที่ตรวจสอบได้ (G) คู่ค้าต้องการความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (E) หรือพนักงานต้องการความมั่นคง (S)

พื้นที่สำหรับบันทึกความคิด (วิเคราะห์ความคาดหวังเชิงลึกในมิติต่างๆ):

คำถามที่ 4: เรามีอะไรที่จะสร้างคุณค่านั้น? (Assets & Actions)

สำรวจ **ต้นทุนเดิมหรือสิ่งที่เรากำลังทำอยู่แล้ว** เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในข้อที่ 3 นี้คือจุดที่พิสูจน์ว่า ESG คือการหยิบเอาสิ่งที่เรากำลังทำอยู่แล้วมาจัดระบบให้โปร่งใส ไม่ใช่การสร้างภาระใหม่

พื้นที่สำหรับบันทึกความคิด (ระบบงาน สิ่งของ หรือแนวปฏิบัติที่ดีที่เรามีอยู่แล้ว):

START ESG Score: แบบประเมินระดับความชัดเจนของธุรกิจ

เมื่อทบทวนทั้ง 4 คำถามหลักแล้ว ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคะแนนข้อละ 1 ตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงขององค์กรคุณมากที่สุด เพื่อคำนวณคะแนนระดับ **Business Purpose Clarity**

Q1: ความชัดเจนของจุดมุ่งหมาย (เราคือใคร?)

- 1 คะแนน : ยังตอบได้แค่เพียงว่าธุรกิจขายสินค้าหรือบริการอะไร
- 2 คะแนน : เริ่มเห็นความแตกต่างว่าธุรกิจของเรามีดีกว่าคู่แข่งอย่างไร
- 3 คะแนน : เข้าใจชัดเจนว่าคุณค่าสูงสุดที่แบรนด์ส่งมอบให้โลกคืออะไร
- 4 คะแนน : สามารถสื่อสารจุดมุ่งหมายนั้นให้ทีมงานและลูกค้าทุกคนรับรู้ได้อย่างชัดเจน

Q2: การรับรู้ถึงผู้มีส่วนได้เสีย (ใครได้ประโยชน์จากเรา?)

- 1 คะแนน : นึกถึงและให้ความสำคัญเพียงแค่กลุ่มลูกค้าผู้ซื้อสินค้าเป็นหลัก
- 2 คะแนน : เริ่มมองเห็นความสำคัญของกลุ่มพนักงานและคู่ค้าบางส่วนในโซ่อุปทาน
- 3 คะแนน : สามารถระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เชื่อมโยงกับธุรกิจได้ครบถ้วนรอบด้าน
- 4 คะแนน : มีการจัดลำดับความสำคัญและเข้าใจผลกระทบต่อแต่ละกลุ่มอย่างลึกซึ้ง

Q3: ความเข้าใจความคาดหวังเชิงลึก (เขาต้องการอะไรจากเรา?)

- 1 คะแนน : คิดว่าผู้เกี่ยวข้องต้องการเพียงแค่สินค้าดี ราคาถูก หรือผลกำไรเท่านั้น
- 2 คะแนน : เริ่มเห็นความต้องการด้านการบริการ ความใส่ใจ หรือการดูแลหลังการขาย
- 3 คะแนน : มองทะลุไปถึงความต้องการด้านความโปร่งใส ความถูกต้อง และสังคม
- 4 คะแนน : มีกระบวนการรับฟัง สอบถาม หรือเก็บข้อมูลความคาดหวังจากกลุ่มต่างๆ จริง

Q4: การค้นพบต้นทุนและหลักฐานที่มีอยู่ (เรามีอะไรสร้างคุณค่า?)

- 1 คะแนน : ยังมองไม่เห็นว่าคุณกิจได้ทำสิ่งดีๆ หรือมีระบบงานอะไรที่จับต้องได้บ้าง
- 2 คะแนน : รู้ว่ามีจุดเด่นและสิ่งดีๆ อยู่ในการทำงาน แต่ข้อมูลยังกระจัดกระจายไม่เป็นระบบ
- 3 คะแนน : ระบุระบบงาน สวัสดิการ หรือแนวปฏิบัติที่ดีได้อย่างชัดเจนตามหลักการทำงาน
- 4 คะแนน : มีการเก็บบันทึกเอกสาร จัดทำระบบ และพร้อมแปรเปลี่ยนเป็นหลักฐานอ้างอิง

สรุปคะแนนรวมของคุณ (นำคะแนนทั้ง 4 ข้อมารวมกัน)

องค์กรของคุณได้คะแนนรวม _____ คะแนน (คะแนนเต็มสูงสุด 16 คะแนน)

เกณฑ์การประเมินระดับ Business Purpose Clarity

นำคะแนนรวมที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์ 4 ระดับด้านล่างนี้ เพื่อวิเคราะห์สถานะปัจจุบันขององค์กรคุณ และดูข้อเสนอแนะในการดำเนินการขั้นต่อไป:

Level 1: ยังไม่ชัด (4-6 คะแนน)

ธุรกิจยังคงโฟกัสที่การสร้างผลกำไรหรือการซื้อขายไปเป็นหลัก ซึ่งในระยะยาวอาจขาดความโดดเด่นและแรงดึงดูดใจจากผู้มีส่วนได้เสียที่มองหาองค์กรที่มีจุดยืน

คำแนะนำสำหรับคุณ: ให้เวลาดำเนินงานกลับไปทบทวนคำถามข้อ Q1 อย่างละเอียดอีกครั้ง มองข้ามตัวสินค้าไปสู่ "คุณค่า" ที่แท้จริงที่คุณกำลังช่วยแก้ปัญหาให้สังคม

Level 2: เริ่มเห็นคุณค่า (7-10 คะแนน)

องค์กรมีความตั้งใจดี มีการดูแลผู้คนและสังคมอยู่แล้ว เพียงแต่สิ่งเหล่านั้นยังกระจัดกระจาย ไม่ถูกจัดระบบ และยังไม่ได้นำมาสื่อสารให้กลายเป็นความน่าเชื่อถือ

คำแนะนำสำหรับคุณ: โฟกัสที่คำถามข้อ Q4 รวบรวมแนวปฏิบัติที่ดี สวัสดิการ หรือกิจกรรมที่คุณทำดีอยู่แล้ว มาจัดหมวดหมู่เพื่อเตรียมสร้างเป็นโครงสร้าง ESG

Level 3: มี Purpose ชัดเจน (11-13 คะแนน)

ยอดเยี่ยม! คุณเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าแบรนด์ยืนอยู่จุดไหน และรู้ว่าใครคือกลุ่มคนที่ได้รับประโยชน์จากการมีอยู่ของคุณ คุณมีวัตถุประสงค์ทางความคิดที่ครบถ้วน

คำแนะนำสำหรับคุณ: นำข้อสรุปไปสร้าง Business Purpose Statement ในหน้าถัดไป และเริ่มนำประโยคเหล่านี้สื่อสารกับทีมงานเพื่อทำความเข้าใจให้ตรงกัน

Level 4: พร้อมสร้าง Trust (14-16 คะแนน)

องค์กรไม่ได้มีแค่แนวคิด แต่มีระบบงานและหลักฐานการลงมือทำรองรับอย่างเป็นรูปธรรม คุณพร้อมนำความน่าเชื่อถือนี้ไปต่อยอดเพื่อสร้างความเติบโต

คำแนะนำสำหรับคุณ: เตรียมตัวก้าวเข้าสู่ Phase 2 (ESG Starter Self-Check) เพื่อประเมินเชิงลึกและจัดทำเป็นหลักฐานความยั่งยืนที่ใช้คุยกับนักลงทุนได้ทันที

การประมวลผลสู่ Business Purpose Statement

นี่คือขั้นตอนสุดท้าย นำข้อสรุปที่คุณตกลึกได้จาก 4 คำถามหลัก มาร้อยเรียงเติมลงในช่องว่างด้านล่างนี้ เพื่อใช้เป็น **"คำประกาศทิศทางความยั่งยืน (Purpose Statement)"** ขององค์กร

ประกาศจุดมุ่งหมายทางธุรกิจ

“เราเชื่อว่าองค์กรของเรามีอยู่เพื่อส่งมอบคุณค่าในด้าน

(สรุปคุณค่าหลักจากคำถามที่ 1 และ 4)

ให้กับ

(ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักจากคำถามที่ 2)

เพื่อให้พวกเขาได้รับประโยชน์ในเรื่อง

(ระบุความคาดหวังที่ตอบสนองจากคำถามที่ 3)

และนำไปสู่การเติบโตร่วมกันอย่างโปร่งใสและยั่งยืน”

"เริ่มต้นจากสิ่งที่มี จัดระบบให้โปร่งใส เติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน"

START ESG

by ItemCentre

START ESG คืออะไร

START ESG คือแนวทางสำหรับ SME ที่ต้องการเริ่มต้น ESG อย่างเป็นระบบ

โดยเริ่มจากคุณค่าที่มีอยู่แล้ว
เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นความน่าเชื่อถือ
และต่อยอดสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

START ESG FRAMEWORK



PHASE 1 : DISCOVER

Business Purpose Finder

ค้นหาคุณค่าและจุดมุ่งหมายของธุรกิจ



PHASE 2 : ASSESS

ESG Starter Self Check

ประเมินความพร้อมด้าน ESG ของธุรกิจ



PHASE 3 : PLAN

90-Day Action Plan

วางแผนและลงมือทำอย่างเป็นขั้นตอน



PHASE 4 : BUILD TRUST

Trust & Growth Toolkit

สร้างความน่าเชื่อถือ และเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

“ ESG ไม่ได้เริ่มจากรายงาน
แต่เริ่มจากคุณค่าที่คุณมีอยู่แล้ว ”



ITEMCENTRE
SIMPLE · USEFUL · IMPACTFUL



Website
itemcentre.com



Email
contact@itemcentre.com