

เปลี่ยนมุมมองเรื่อง ESG
ให้เป็นโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ

เข้าใจง่าย
เริ่มได้จริง
สร้างคุณค่า
ที่ยั่งยืน

ESG

ไม่ใช่ อย่างที่ คุณคิด

คู่มือเริ่มต้นสำหรับ
คนทำธุรกิจและผู้เริ่มต้นสาย ESG



เข้าใจผู้คน
สร้างความไว้วางใจ
กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ดูแลสิ่งแวดล้อม
ลดความเสี่ยง
และใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด



สร้างธุรกิจที่ยั่งยืน
เพิ่มคุณค่าและโอกาส
ในการเติบโตระยะยาว

“ ESG ไม่ใช่ภาระ ไม่ใช่ต้นทุน
แต่คือเข็มทิศที่จะพาธุรกิจของคุณ
ไปได้ไกลกว่าแค่กำไร ”

วรปรัชญ์

ESG ไม่ใช่อย่างที่คุณคิด

คู่มือเริ่มต้นสำหรับคนทำธุรกิจและผู้เริ่มต้นสาย ESG

- วรปรัชญ์ -

ESG ไม่ใช่อย่างที่คิด

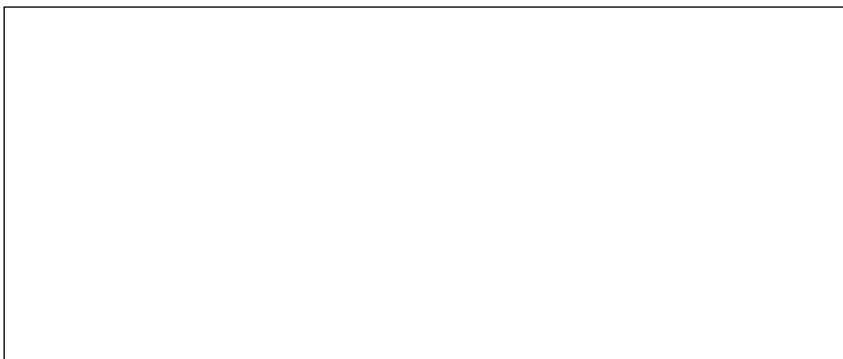
คู่มือเริ่มต้นสำหรับคนทำธุรกิจและผู้เริ่มต้นสาย ESG

จัดทำโดย: วรปรัชญ์ ดาราชฎร์

ช่องทางการติดต่อ: www.itemcentre.com

ราคา: 249 บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ



© พ.ศ. 2569 โดยวรปรัชญ์

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558 ห้ามคัดลอก
ส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ รวมทั้งการจัดเก็บ ถ่ายทอด สแกน ไม่ว่าในรูปแบบหรือวิธีการ
ใดๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

คำนำจากผู้เขียน

ย้อนกลับไปในวันแรกที่ผมได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้าน ESG ณ บริษัทมหาชนแห่งหนึ่งใน SET100 ความรู้สึกแรกที่เกิดขึ้นคือความภาคภูมิใจมันเป็นเกียรติที่ได้รับผิดชอบงานที่ดูเหมือนจะเป็นเรื่องสำคัญแห่งอนาคตแต่แล้วเพียงชั่วครู่... คำถามตัวโตก็ดังขึ้นในใจ

“แล้ว.....ESG มันคืออะไร”

ในวันนั้น เรื่องนี้ยังเป็นสิ่งที่ใหม่มากสำหรับประเทศไทย ตำราแทบไม่มีคู่มือก็หาได้ยากเย็น การเดินทางของผมจึงเริ่มต้นขึ้นเหมือนการคลำทางในที่ที่ไม่มีแผนที่ เป็นเวลากว่าปีที่ต้องเรียนรู้แบบลองถูกลองผิด (ซึ่งส่วนใหญ่มักจะจบลงที่อย่างหลัง) ผ่านการปะติดปะต่อข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่มักจะเต็มไปด้วยศัพท์แสงเทคนิคที่ยากจะเข้าถึง

เมื่อวันเวลาผ่านไป ประสบการณ์ได้ค่อยๆ หล่อหลอมความเข้าใจให้ตกผลึกมากขึ้น ผมจึงเริ่มมองออกไปรอบตัวและถุกคิดขึ้นมา... หากการเริ่มต้นของผมซึ่งอยู่ในองค์กรขนาดใหญ่ยังยากลำบากเพียงนี้ แล้วเพื่อนๆ ที่ทำงานด้านนี้ หรือผู้ประกอบการอีกมากมาย โดยเฉพาะธุรกิจที่ยังไม่ได้มีข้อบังคับให้ต้องทำเรื่องนี้ พวกเขาจะเริ่มต้นได้อย่างไร คงไม่ต่างอะไรกับการยืนอยู่หน้าภูเขาส่งใหญ่โดยไม่รู้ว่าจะเริ่มปีนจากตรงไหน

นั่นคือจุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจของหนังสือ (คู่มือ) เล่มนี้ ผมเพียง
อยากจะแบ่งปันประสบการณ์ที่เคยเดินแบบคลำทาง ย่อยเรื่องราวและ
ภาษาที่ซับซ้อนให้กลายเป็นเส้นทางที่เรียบง่าย เพื่อหวังว่ามันจะช่วย "ย่น
ระยะทาง" และเป็น "เพื่อนร่วมทาง" ให้กับผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน
หรือผู้ประกอบการทุกคนที่กำลังจะเริ่มต้นการเดินทางสายนี้ ให้สามารถ
ก้าวแรกได้อย่างมั่นคงและง่ายกว่าที่ผมเคยผ่านมา

หากหนังสือเล่มนี้จะมีคำสัญญาอยู่สักข้อ ผมคงไม่กล้าสัญญากันว่ามันจะทำให้
ให้คุณกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน ESG ที่รู้ลึกทุกมาตรฐานสากลได้ในทันที
แต่ผมอยากสัญญาว่า หนังสือเล่มนี้จะช่วยย่อยเรื่องที่คุณซับซ้อนให้
กลายเป็นภาษาของคนทำธุรกิจ และช่วยให้คุณเริ่มต้นได้ง่ายขึ้น โดยเมื่อ
อ่านเล่มนี้จบ คุณควรจะ

- มองเห็นตัวตนและคุณค่า ที่แท้จริงของธุรกิจตัวเองได้ชัดเจนขึ้น
- เข้าใจว่า ESG ไม่ใช่เรื่องไกลตัว แต่คือสิ่งดีๆ หลายอย่างที่ธุรกิจ
ของคุณอาจทำอยู่แล้วโดยไม่รู้ตัว
- ค้นพบก้าวแรก ที่เล็กพอจะเริ่มทำได้จริงในวันนี้ แต่สำคัญ
พอที่จะพาธุรกิจของคุณเติบโตไปได้อย่างยั่งยืนและโปร่งใส

ถ้าอ่านจบแล้วคุณรู้สึกว่ “ESG ไม่ได้ยากอย่างที่คิด” และ “ธุรกิจของเรา
ก็เริ่มต้นได้ตั้งแต่วันนี้” คู่มือเล่มนี้ก็ทำหน้าที่ของมันได้อย่างสมบูรณ์แล้ว
ครับ

หวังว่าคู่มือเล่มนี้ จะเป็นแผนที่ฉบับร่างที่ดีพอให้คุณได้เริ่มต้นการเดินทาง
ที่ยิ่งใหญ่ของคุณเองครับ
ด้วยความปรารถนาดี

วรปรัชญ์

สารบัญ

บทนำ	09
PART 1: ก่อนเริ่มเรื่องความยั่งยืน	13
• ลองกลับมาทบทวนรากฐานธุรกิจกันก่อน • Workshop ท้ายบท: “ค้นหาแก่นคุณค่าของธุรกิจเรา”	
PART 2: ทำไมต้องออกเดินทาง? (The Why)	35
• บทที่ 1 ESG คืออะไร ถอดรหัส 3 ตัวอักษรฉบับคนทำธุรกิจ • บทที่ 2 จากปากท้องสู่ความยั่งยืน เมื่อ ESG คือโอกาสไม่ใช่ภาระ • บทที่ 3 เสี่ยงกระชิบจากอนาคต กฎหมายและกติกาลูกโลกที่ต้องรู้	
PART 3: จะเริ่มต้นเดินทางอย่างไร? (The How)	57
• E.P.A.C. Framework (4 ขั้นตอน สู่ธุรกิจยั่งยืน) • ขั้นตอนที่ 1 สำรวจ (Explore) - ค้นหาคุณค่าที่ซ่อนอยู่ในองค์กร • ขั้นตอนที่ 2 วางแผน (Plan) - สร้างแผนที่เดินทางฉบับองค์กร • ขั้นตอนที่ 3 ลงมือทำ (Act) - เริ่มต้นจากก้าวเล็กๆ ที่มั่นคง • ขั้นตอนที่ 4 สื่อสาร (Communicate) - เล่าเรื่องราวการเดินทางของคุณ	

PART 4: เพื่อนร่วมทางและเครื่องมือบนเส้นทาง 85

(Tools & Inspiration)

- บทที่ 4 กรณีศึกษา: เรื่องเล่าจากนักเดินทาง
- บทที่ 5 คำถามที่พบบ่อย (FAQ)
- บทสรุป: การเดินทางที่ไม่สิ้นสุด

ภาคผนวก 111

- ภาคผนวก ก: SDGs จากก้าวเล็กๆ สู่เป้าหมายระดับโลก
- ภาคผนวก ข: เครื่องมือสำหรับนักเดินทาง (Tools)

บทนำ

จาก 'ผู้ประกอบการ' สู่ 'นักเดินทางสายยั่งยืน'

มีคำกล่าวว่า การเดินทางนับพันลี้ เริ่มต้นที่ก้าวแรกเสมอ...

สำหรับคนทำธุรกิจอย่างเราทุกคน การเดินทางสายนี้มักเริ่มต้นจากคำถามง่ายๆ ที่ทรงพลัง "วันนี้จะขายอะไร" "ทำอะไรให้ธุรกิจอยู่รอด" "จะดูแลปากท้องของทีมงานและครอบครัวได้อย่างไร" คำถามเหล่านี้คือหมุดหมายแรก คือแรงผลักดันให้เราลุกขึ้นสู้ในทุกรุ่งเช้า เป็นความจริงที่จับต้องได้ และควรค่าแก่การให้เกียรติเสมอ

แต่แล้ววันหนึ่ง... ท่ามกลางเสียงของตลาดที่คุ้นเคย เราอาจเริ่มได้ยินเสียงกระซิบเบาๆ ที่ดังขึ้นเรื่อยๆ จากโลกรอบตัว

เสียงนั้นไม่ได้ถามแค่ว่า "คุณขายอะไร"

แต่เริ่มถามว่า... "สิ่งที่คุณทำอยู่วันนี้ กำลังสร้างคุณค่าอะไรให้กับผู้คน"

เสียงจากลูกค้าที่ไม่ได้มองแค่ป้ายราคา แต่พลิกดูฉลากเพื่อหาที่มาที่ไป

เสียงจากคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้เลือกงานจากผลตอบแทน แต่เลือกองค์กรที่มี

คุณค่าตรงกับหัวใจของพวกเขา เสียงจากคู่ค้าและนักลงทุนที่ไม่ได้มองแค่

กำไรในระยะสั้น แต่มองหาความแข็งแกร่งที่พร้อมจะยืนหยัดต่อไปใน

อนาคต

เสียงกระซิบเหล่านั้น คือภาพสะท้อนของโลกที่กำลังเปลี่ยนไป และสาม

ตัวอักษรที่มักจะถูกเอ่ยถึงพร้อมกับเสียงนี้ก็คือ E S G

หลายครั้งที่พอได้ยินคำนี้ เราอาจรู้สึกว่ามันเป็นเรื่องไกลตัว เป็นเรื่องของ บริษัทยักษ์ใหญ่ที่มีงบประมาณมหาศาล เป็นเหมือน 'ต้นทุน' ที่น่ากังวล มากกว่าจะเป็น 'โอกาส' ที่น่าไขว่คว้า **คู่มือเล่มนี้จึงถือกำเนิดขึ้นจาก ประสบการณ์ตรง** เพื่อทำลายกำแพงนั้นลง และพิสูจน์ให้เห็นว่า ESG คือ เส้นทางสำหรับนักเดินทางทุกคน

เราเชื่อว่า ESG ไม่ใช่ภารกิจที่ต้องรอให้พร้อมหรือรอให้ใหญ่ แต่เป็น 'มุมมอง' เป็น 'เข็มทิศ' ที่สามารถนำมาใช้ได้กับธุรกิจทุกขนาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่เปรียบเสมือนหัวใจ ของระบบเศรษฐกิจ เพราะความคล่องตัวและความใกล้ชิดกับผู้คน คือ ความได้เปรียบอันงดงามในการเริ่มต้นการเดินทางสายนี้

คู่มือเล่มนี้ไม่ได้ถูกเขียนขึ้นในฐานะ 'ตำรา' ที่เต็มไปด้วยทฤษฎีซับซ้อน แต่ ถูกสร้างขึ้นในฐานะ 'เพื่อนร่วมทาง' ที่จะชวนคุณเปลี่ยนคำถามสำคัญจาก "เราจะขายอะไร" ไปสู่คำถามที่ลึกซึ้งยิ่งกว่า นั่นคือ "เราจะทำอะไรกับ ผู้คนได้บ้าง"

ตลอดการเดินทางในหน้ากระดาษถัดจากนี้ไป คุณจะได้พบกับ

- **แผนที่ (The Map):** ที่จะช่วยให้คุณเข้าใจความหมายที่แท้จริง ของ E (Environment), S (Social), และ G (Governance) ใน ภาษาที่คนทำธุรกิจเข้าใจได้ และมองเห็นว่าหลายสิ่งที่คุณทำอยู่ แล้วนั้น คือส่วนหนึ่งของความยั่งยืนโดยไม่รู้ตัว

- **เข็มทิศ (The Compass):** แนวทาง 4 ขั้นตอนง่ายๆ ที่จะช่วยให้คุณเริ่มต้นลงมือทำได้จริง ตั้งแต่การสำรวจ การวางแผน การลงมือทำ ไปจนถึงการสื่อสารเรื่องราวของคุณอย่างจริงจัง
- **เครื่องมือและแรงบันดาลใจ (Tools & Inspiration):** เครื่องมือที่จับต้องได้และเรื่องเล่าจากเพื่อนนักเดินทาง SME ที่จะช่วยให้คุณเห็นว่า การสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าให้แก่โลกนั้น...เป็นไปได้จริง

ขอต้อนรับ 'ผู้ประกอบการ' ทุกท่านเข้าสู่บทต่อไปของการทำธุรกิจ...

บทบาทของการเป็น 'นักเดินทางสายยั่งยืน'

การเดินทางครั้งนี้ อาจไม่ใช่เส้นทางที่ง่ายที่สุด แต่คือเส้นทางที่จะพาธุรกิจของคุณไปสู่จุดหมายที่ไกลกว่าแค่ตัวเลขในบัญชี... นั่นคือการสร้าง 'คุณค่า' ที่จะคงอยู่อย่างยั่งยืน

และเช่นเคย... การเดินทางนับพันลี้ เริ่มต้นที่ก้าวแรกตรงนี้เสมอ

PART 1:

ก่อนเริ่มเรื่องความยั่งยืน

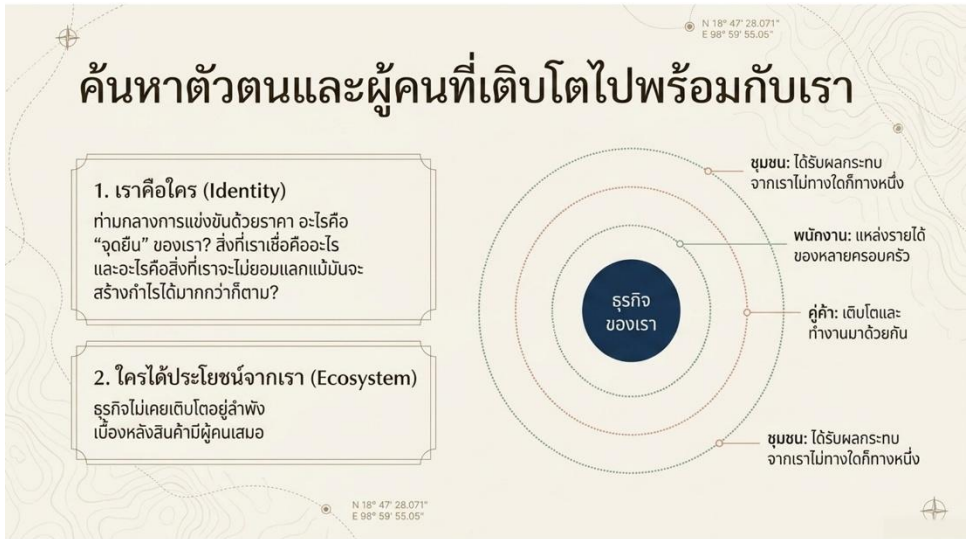
ลองมาทบทวนรากฐานธุรกิจกันก่อน

ก่อนที่จะเราขยับไปคุยเรื่องกติกาใหม่ๆ หรือลงลึกถึงตัวอักษร E, S และ G ผมอยากชวนทุกคนหยุดพักจากการวิ่งทำยอดสัณทิต แล้วกลับมามองที่ “จุดเริ่มต้น” ของธุรกิจเราครับ

เวลาพูดถึงความยั่งยืน เรามักมองออกไปข้างนอก มองเรื่องสิ่งแวดล้อม ชุมชน หรือหาเครื่องมือใหม่ ๆ มาใช้จัดการธุรกิจ แต่ในความเป็นจริง ธุรกิจที่จะดูแลเรื่องภายนอกได้ดี ต้องมีพื้นฐานภายในที่ชัดเจนและแข็งแรงเสียก่อน

แทนที่จะรีบหาวิธีลดต้นทุน หรือกังวลเรื่องการทำรายงาน ESG จุดเริ่มต้นที่สำคัญกว่า คือการกลับมาทบทวน 4 คำถามพื้นฐานที่จะเป็นเหมือนแกนกลางในการตัดสินใจของธุรกิจเราตั้งแต่วันนี้ไปจนถึงอนาคต เป็น 4 คำถามที่ไม่ได้มุ่งแค่ว่า "เราจะขายอะไร" แต่ชวนให้มองลึกลงไปว่า "ธุรกิจของเรามีไว้เพื่ออะไร"

1. เราคือใคร



ในโลกธุรกิจที่แข่งขันกันสูง เรามักใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการพยายามสร้างความแตกต่าง แข่งกันทำราคา แข่งกันจัดโปรโมชั่น หรือพยายามวิ่งให้เร็วกว่าคู่แข่ง แต่ท่ามกลางความวุ่นวายเหล่านั้น มีคำถามหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กัน

“จริง ๆ แล้ว... เราคือใคร”

คำถามนี้ดูเรียบง่าย แต่หลายธุรกิจอาจลืมถามตัวเองอย่างจริงจัง เพราะเมื่อเวลาผ่านไป ธุรกิจมักเติบโตตาม “โอกาส” มากกว่า “ตัวตน” วันนี้สินค้าตัวไหนฮิตก็เอามาขาย คู่แข่งทำอะไรก็รีบทำตาม

จนในที่สุด... ธุรกิจอาจมียอดขายเพิ่มขึ้น แต่กลับค่อย ๆ สูญเสียความเป็นตัวเองไปทีละนิด

และเมื่อธุรกิจไม่มีจุดเด่นที่ชัดเจน สิ่งที่เหลือให้แข่งกันก็มักจะหนีไม่พ้นเรื่อง “ราคา” ลูกค้าไม่รู้ที่เราต่างจากร้านอื่นอย่างไร พนักงานไม่แน่ใจว่าบริษัทนี้มีจุดยืนแบบไหน แม้แต่ตัวเจ้าของเอง บางครั้งก็เริ่มตอบไม่ได้ว่าอะไรคือจุดเด่นที่เราควรเก็บรักษาไว้

ธุรกิจทุกแห่งล้วนมีบางสิ่งให้ความสำคัญเป็นพิเศษ บางที่เน้นคุณภาพ บางที่เน้นความซื่อสัตย์ บางที่เชื่อเรื่องการดูแลคน หรือเชื่อว่าการเติบโตต้องไม่เอาเปรียบใคร

สิ่งเหล่านี้อาจไม่ได้แปะไว้บนผนังออฟฟิศ แต่มันสะท้อนออกมาผ่าน “การตัดสินใจ” ของเราทุกวัน เราเลือกผลิตแบบไหน ปฏิบัติกับพนักงานอย่างไร ใช้วัตถุดิบจากไหน และสื่อสารกับลูกค้าอย่างไร ทั้งหมดนี้กำลังบอกโลกอยู่เสมอว่า “เราคือใคร”

การรู้ว่าเราคือใคร ไม่ใช่แค่การเขียนวิสัยทัศน์สวย ๆ แต่มันคือการกำหนด “จุดยืน” หรือ โพลิซันนิ่ง ให้ชัดเจน ว่าจะอยู่ตรงไหนในใจลูกค้า และเราตั้งใจจะมอบสิ่งดี ๆ อะไรให้กับสังคม

และในความเป็นจริง การทำ ESG ก็ไม่ได้เริ่มจากโปรเจกต์ใหญ่โต แต่มันเริ่มจากการที่เราเห็น “คุณค่าหลัก” ของธุรกิจตัวเองชัดเจน เพราะเมื่อรู้ที่เราเป็นใคร เราจะรู้ว่าควรให้ธุรกิจเติบโตไปในทิศทางไหน และอะไรคือสิ่งที่เราจะไม่ยอมแลก... แม้มันจะสร้างกำไรได้มากกว่าก็ตาม

2. ใครได้ประโยชน์จากเรา

ตอนเริ่มทำธุรกิจ เรามักเริ่มด้วยคำถามตรงไปตรงมาว่า

“จะขายอะไรดี”

“จะทำยังไงให้ลูกค้าซื้อ”

“จะทำยังไงให้รอด”

คำถามเหล่านี้เป็นเรื่องปกติครับ เพราะช่วงเริ่มต้น การประกอบธุรกิจให้อยู่รอดคือเรื่องสำคัญที่สุด แต่เมื่อธุรกิจเริ่มนิ่งและต้องการเติบโตอย่างมีทิศทาง เราอาจต้องตั้งคำถามที่เฉพาะเจาะจงขึ้นว่า

“ใครคือคนที่ต้องการสิ่งที่เราทำจริง ๆ”

ลูกค้าเป้าหมายของเราคือใคร อายุเท่าไร มีไลฟ์สไตล์แบบไหน เพราะในความเป็นจริง เราไม่สามารถขายทุกอย่างให้กับทุกคนได้ และเมื่อเราระบุได้ชัดเจนว่า “ใคร” คือกลุ่มเป้าหมายหลัก คำถามที่ตามมาก็คือ “แล้วมีใครอีกบ้าง ที่ได้ประโยชน์จากธุรกิจของเรา”

เพราะธุรกิจไม่เคยเติบโตอยู่ลำพัง เบื้องหลังสินค้าหรือบริการหนึ่งอย่าง มีผู้คนเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ

ลูกค้าที่เชื่อใจและจ่ายเงินให้เรา พนักงานที่ลงแรงและสละเวลาช่วยขับเคลื่อนงาน คู่ค้าที่ทำงานและเติบโตมาด้วยกัน รวมถึงชุมชนรอบข้าง ที่อาจได้รับผลกระทบจากเราไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

แม้แต่ธุรกิจเล็ก ๆ อย่างร้านอาหารหน้าปากซอย ก็อาจเป็นแหล่งรายได้หลักของพนักงานหลายครอบครัว ร้านของชำ อาจช่วยให้คนเฒ่าคนแก่ในซอยไม่ต้องเดินทางไกล หรือโรงงานเล็ก ๆ ก็อาจช่วยให้คนในพื้นที่มีงานทำใกล้บ้าน

หลายครั้ง คุณค่าของธุรกิจไม่ได้โชว์อยู่บนป้ายโฆษณา แต่แฝงอยู่ใน

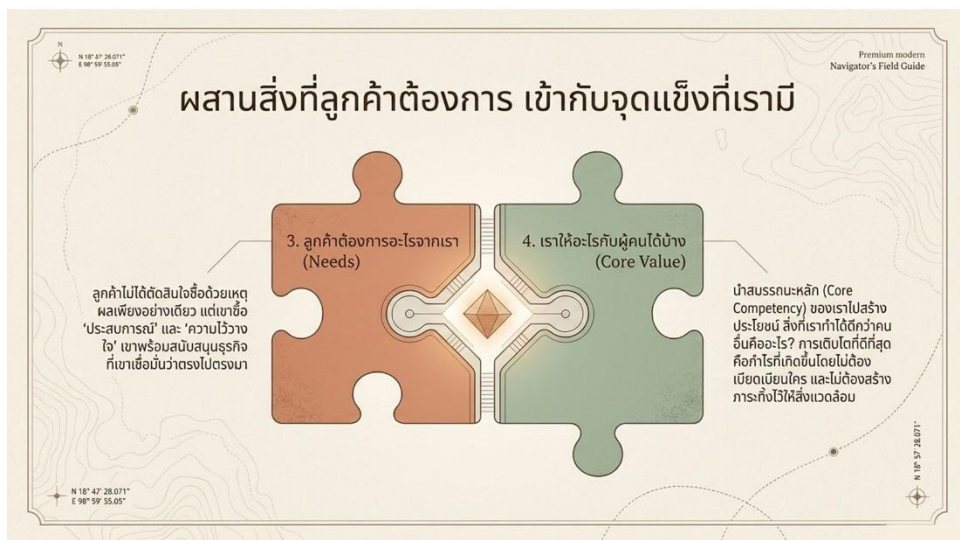
“ผลกระทบเล็ก ๆ” ที่เกิดขึ้นกับคนรอบตัวในทุกวัน

เมื่อเราเริ่มใส่ใจกับคนเหล่านี้ วิธีคิดในการขยายธุรกิจก็จะเปลี่ยนไป จากที่เคยมองแค่ว่า “จะทำยอดขายให้ได้เยอะ ๆ ยังไง”

เราจะเริ่มมองว่า “เราจะเติบโตไปพร้อมกับคนที่สนับสนุนเราได้อย่างไร”

เพราะธุรกิจที่มั่นคงในระยะยาว ไม่ใช่ธุรกิจที่สนใจแค่ตัวเลขกำไร แต่คือธุรกิจที่สร้าง “คุณค่าร่วม” ให้กับทั้งลูกค้า ทีมงาน และสังคมรอบตัวไปพร้อมกัน

3. ลูกค้านต้องการอะไรจากเรา



สมัยก่อน การแข่งขันในตลาดอาจวัดกันที่ “คุณภาพ” กับ “ราคา” เป็นหลัก ใครทำต้นทุนได้ถูกกว่า ส่งเร็วกว่า หรือจัดโปรโมชั่นเก่งกว่าก็มักจะได้เปรียบ แต่เมื่อพฤติกรรมคนเปลี่ยนไป สิ่งที่ลูกค้ามองหาเปลี่ยนแปลงหลายครั้ง เขาไม่ได้เลือกซื้อแค่เพราะมันเป็น “สินค้าที่ดีที่สุด” แต่เขาตัดสินใจซื้อ เพราะสินค้านั้นช่วยแก้ปัญหา หรือช่วยลบ เพนพอยต์ ในชีวิตของเขาได้ และที่สำคัญกว่านั้น เขาเริ่มเลือกสนับสนุน “ธุรกิจที่เขารู้สึกดีด้วย” ลูกค้าบางคนยอมจ่ายแพงขึ้นอีกนิด เพื่ออุดหนุนแบรนด์ที่เขาเชื่อมั่นว่าตรงไปตรงมา บางคนเลือกร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบชุมชน แม้จะมีร้านอื่นที่ราคาถูกกว่า บางคนเลือกทำงานกับบริษัทที่แนวคิดตรงกัน แม้จะได้เงินเดือนน้อยกว่าที่อื่นนิดหน่อย

คนเราไม่ได้ตัดสินใจซื้อด้วย “เหตุผล” แค่อำนาจเดียว บ่อยครั้งเราตัดสินใจจาก “ความรู้สึก” ความเชื่อมั่น และคุณค่าที่เรารู้สึกตรึงกัน ลูกค้าอาจจะซื้อของกับเราครั้งแรกเพื่อแก้ปัญหาเบื้องต้น แต่สิ่งที่ทำให้เขากลับมาซื้อซ้ำ มักไม่ใช่แค่ตัวสินค้า แต่มันคือ “ประสบการณ์” ที่เขาได้รับไป

เขารู้สึกว่าเราใส่ใจไหม งานของเรามีคุณภาพสม่ำเสมอหรือเปล่า เราดูแลคนรอบข้างอย่างไร และเวลาที่เกิดปัญหา เราเลือกที่จะรับผิดชอบแบบไหน

รายละเอียดเล็ก ๆ พวกนี้ สำคัญมากในยุคที่หาสินค้าทดแทนกันได้ง่าย “ความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์” จึงกลายเป็นจุดแข็งที่ใช้แข่งขันได้จริง นั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมธุรกิจยุคนี้ ถึงมองลูกค้าเป็นแค่ “คนซื้อของ” ไม่ได้ แต่ต้องมองเป็น “ความสัมพันธ์ระยะยาว” ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดี ไม่ได้เกิดจากการใช้เทคนิคปิดการขายเก่ง ๆ แต่เกิดจาก “ความไว้วางใจ” ที่สะสมจากการทำธุรกิจอย่างตรงไปตรงมาทุกวัน

เราสื่อสารอย่างโปร่งใสไหม แก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความจริงใจหรือเปล่า ลูกค้าอาจจะไม่ได้พูดเรื่องนี้ออกมาตรง ๆ แต่เขาสัมผัสได้เสมอ ถ้ามองในมุมนี้ จะเห็นว่า ESG ไม่ใช่แค่เรื่องการทำกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ แต่มันเป็นเรื่องของการรักษา “ความไว้วางใจ” ที่เรามีต่อผู้คน เพราะธุรกิจที่อยู่รอดและแข็งแกร่ง ไม่ใช่ธุรกิจที่ขายของเก่งที่สุด แต่คือธุรกิจที่ผู้คน “อยากสนับสนุนให้เติบโตต่อไป” ต่างหาก

4. แล้วเราให้อะไรกับผู้คนได้บ้าง

พอเราเริ่มชัดเจนว่า “เราคือใคร” รู้ว่า “กลุ่มเป้าหมายคือใคร” และ “เขาต้องการอะไรจากเรา”

คำถามสำคัญข้อสุดท้าย อาจไม่ใช่แค่ “เราจะทำกำไรได้อีกเท่าไร” แต่เป็น “เราจะนำจุดแข็งของเรา ไปสร้างประโยชน์อะไรให้ผู้คนได้บ้าง”

ธุรกิจทุกแห่ง ล้วนมีหน้าที่ส่งมอบบางสิ่งให้กับสังคมอยู่แล้ว บางที่มอบความสะดวกสบาย บางที่มอบโซลูชันที่ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น บางที่มอบความปลอดภัย และบางที่ก็ส่งมอบความสบายใจให้กับลูกค้าในทุก ๆ วัน

คำถามที่น่าสนใจคือ... แล้วทำไมต้องเป็นเรา? สิ่งที่เราทำได้ดีกว่าคนอื่นคืออะไร นี่คือการกลับมาประเมิน สมรรถนะหลัก หรือจุดแข็งของธุรกิจตัวเอง ความเชี่ยวชาญบางอย่างของเรา เป็นประโยชน์กับลูกค้า ทักษะบางอย่างของเรา หากคนทำแทนได้ยาก และระบบที่เราวางไว้ ก็เป็นสิ่งที่คู่แข่งลอกเลียนแบบไม่ได้ง่าย ๆ

เมื่อเราเอาจุดแข็งเหล่านี้ มาสร้างคุณค่าอย่างเป็นระบบ มุมมองที่เรามีต่อการเติบโตก็จะเริ่มเปลี่ยนไป

เราจะเริ่มประเมินตัวเองว่า การเติบโตแบบไหนคือสิ่งที่เราต้องการ ระหว่างการโตแบบก้าวกระโดดแต่ต้องแลกมาด้วยความกดดันของทุกฝ่ายกับการเติบโตที่ทำให้ทั้งลูกค้า ทีมงาน คู่ค้า และตัวธุรกิจ เดินหน้าไปพร้อมกันได้ยาว ๆ

เพราะหลายครั้ง กำไรที่ดีที่สุด อาจไม่ใช่กำไรที่มาเร็วที่สุด แต่เป็นกำไรที่เกิดขึ้นโดยไม่ต้องเปิดเบียนใคร ไม่ต้องทำลายสายสัมพันธ์ และไม่ต้องสร้างภาระทิ้งไว้ให้สิ่งแวดล้อม และตรงนี้เองที่แนวคิดเรื่อง ESG จะเข้ามา มีบทบาทอย่างชัดเจน เพราะเมื่อถอยออกมามองภาพกว้าง ธุรกิจของเรา ล้วนทำงานเกี่ยวข้องกับ “ผู้คน” “สิ่งแวดล้อม” และ “กติกา” เสมอ



Workshop ท้ายบท:

ค้นหาแก่นคุณค่าของธุรกิจเรา

ระยะเวลา 20–30 นาที

อุปกรณ์

- ปากกา
- กระดาษ 1 แผ่น หรือใช้หน้าว่างในหนังสือ
- ความซื่อสัตย์กับตัวเอง

ก่อนที่จะเราจะไปไกลถึงคำว่า ESG

ขอชวนคุณหยุดสั้น ๆ แล้วหันกลับมามองธุรกิจของตัวเองก่อน

เพราะ ESG ที่ดี ไม่ได้เริ่มจากการทำตามกระแส

แต่เริ่มจากการมองเห็นว่า ธุรกิจของเรามีอยู่เพื่ออะไร

ใครได้รับประโยชน์จากการมีอยู่ของเรา

และเรามีจุดแข็งอะไรที่จะสร้างคุณค่านั้นให้ชัดเจน

ใช้เวลาเพียง 20–30 นาที ตอบคำถามต่อไปนี้โดยตรงไปตรงมา

ไม่ต้องตอบให้สวย

ขอเพียงตอบให้จริง

แบบฝึกหัดที่ 1: “เราคือใคร”

ให้ผู้อ่านตอบสั้น ๆ

1. ธุรกิจของเราทำอะไร

.....

.....

.....

2. ถ้าไม่พูดถึงสินค้า/บริการ เราอยากให้ลูกค้าจดจำเราเรื่องอะไร

.....

.....

.....

3. สิ่งที่เราเชื่อในการทำธุรกิจคืออะไร

.....

.....

.....

4. มีอะไรที่เราไม่อยากแลก แม้มันจะทำให้กำไรมากขึ้น

.....

.....

.....

สรุปเป็นประโยคเดียว

ธุรกิจของเราคือธุรกิจที่เชื่อใน

และอยากถูกจดจำในฐานะ

เกี่ยวกับผู้เขียน

ผมวรปรัชญ์ ผมเชื่อว่า...

“ESG ไม่ควรเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก หรือเป็นภาษาของผู้เชี่ยวชาญเพียงไม่กี่คน”

จากประสบการณ์ในการทำงานด้านความยั่งยืนภายในบริษัทมหาชนแห่งหนึ่งในกลุ่ม SET100 ผมพบว่า ผู้ประกอบการและคนทำงานจำนวนมาก ไม่ได้ปฏิเสธ ESG เพราะไม่เห็นคุณค่า แต่เพราะสิ่งที่พวกเขาได้รับมักเต็มไปด้วยศัพท์เทคนิค กรอบมาตรฐาน และแนวคิดที่ดูไกลจากความเป็นจริงของธุรกิจ

มากไปกว่านั้น สำหรับหลายคนที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานด้าน ESG ความยากไม่ได้อยู่แค่การทำความเข้าใจแนวคิดเท่านั้น แต่อยู่ที่ความรู้สึกว่า “นี่คืองานเพิ่ม” เป็นภาระใหม่ที่ต้องรับผิดชอบ โดยยังไม่รู้ว่าจะเริ่มจากตรงไหน ต้องทำมากแค่ไหน และอะไรคือสิ่งที่จำเป็นจริงๆ สำหรับธุรกิจของตนเอง

ในขณะเดียวกัน ผมกลับพบว่า ธุรกิจจำนวนมากกำลังทำสิ่งที่สอดคล้องกับ ESG อยู่แล้ว เพียงแต่ไม่เคยเรียกสิ่งเหล่านั้นด้วยชื่อนี้

ด้วยความเข้าใจและความเชื่อนี้ นำไปสู่การพัฒนา itemcentre.com พื้นที่สำหรับถ่ายทอดแนวคิดด้านความยั่งยืนในภาษาที่เข้าใจง่าย เชื่อมโยงกับโลกของคนทำธุรกิจจริง และช่วยให้ธุรกิจเริ่มต้นจากสิ่งที่ตนเองมีอยู่แล้ว

ผมเชื่อว่า ธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนไม่ได้เริ่มจากการทำตามกระแส แต่เริ่มจากการเข้าใจคุณค่าของตนเอง เข้าใจผู้คนรอบข้าง และค่อย ๆ บริหาร Business Ecosystem ให้แข็งแรงพอที่จะเติบโตต่อไปได้ในระยะยาว

หนังสือเล่มนี้จึงไม่ได้เกิดขึ้นจากความต้องการ “สอน ESG” แต่เกิดจากความตั้งใจที่จะช่วยให้คนทำธุรกิจมองเห็นว่า ESG อาจไม่ใช่อย่างที่พวกเขาเคยคิด และอาจเริ่มต้นได้ง่ายกว่าที่หลายคนกังวล

ปัจจุบัน ผมทำงานด้านความยั่งยืน การพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการสื่อสารองค์ความรู้ พร้อมพัฒนาเครื่องมือและแนวทางที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเริ่มต้นและประยุกต์ใช้ ESG ได้ด้วยตนเอง

ร่วมค้นหาคุณค่าของธุรกิจ และเรียนรู้เพิ่มเติมได้ที่

Website: itemcentre.com



วรปรัชญ์

ESG

ไม่ใช่อย่างที่คุณคิด

คู่มือเริ่มต้นสำหรับคนทำธุรกิจและผู้เริ่มต้นสาย ESG

หนังสือเล่มนี้จะช่วยเปลี่ยนมุมมองของคุณเกี่ยวกับ ESG จากเรื่องยากใกล้ตัว ให้กลายเป็นเรื่องใกล้ตัวและเริ่มต้นได้จริง ไม่ว่าคุณจะเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงาน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านความยั่งยืน หนังสือเล่มนี้คือจุดเริ่มต้นที่ใช้สำหรับคุณ

ในเล่มนี้ คุณจะได้



เข้าใจ ESG อย่างง่าย

ถอดรหัส E, S, G ด้วยภาษาของคนทำธุรกิจ พร้อมตัวอย่างที่จับต้องได้



ค้นหา “คุณค่า” ของธุรกิจ

ด้วยเครื่องมือและกรอบคิด ที่จะช่วยให้คุณเห็น จุดแข็งและความหมายที่แท้จริงของธุรกิจคุณ



เริ่มต้นได้จริง ทำได้ทันที

ผ่านแนวทาง 4 ขั้นตอน (E.P.A.C.) ที่จะพาคุณวางแผนการลงมือทำอย่างมั่นคง



สื่อสารอย่างจริงใจ

เล่าเรื่องราวการเดินทางของธุรกิจคุณ ให้ผู้คนเข้าใจและอยากสนับสนุน



เหมาะสำหรับ

- ✓ เจ้าของธุรกิจและผู้บริหาร
- ✓ พนักงานและผู้ที่ได้รับผิดชอบงานด้านความยั่งยืน
- ✓ ผู้เริ่มต้นสาย ESG / Sustainability Officer
- ✓ ผู้ที่ต้องการเข้าใจ ESG และนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กร

