APPLICATION OF ESG SUSTAINABLE ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT OF BUSINESS OPERATORS IN CHIANG MAI PROVINCE

Received Date: 2025, April 5
Revised Date: 2025, June 23
Accepted Date: 2025, July 30

Thanapol Fusricharoen*
Nirote Sinnarong**
Thanchanok Bejrananda**
Ke Nunthasen**

ABSTRACT

This study aimed to explore the application of ESG (Environment, Social and Governance) concepts in sustainable organizational development of business operators in Chiang Mai Province, focusing on industries related to public relations media, food, and transportation.

The research used qualitative interviews and analyzed and classified data from interview transcripts. The results of the study found that most business operators were aware of ESG concepts and took some actions before ESG became a widespread practice, with adaptations in three main dimensions:

Environmental dimension: using clean energy, reducing resource consumption, adjusting production processes to be environmentally friendly, and promoting waste separation and recycling.

Social dimension: emphasizing employee rights, gender equality, occupational safety, supporting communities through social projects, and helping with the environment and community development.

Governance dimension: focusing on transparency in business operations, ethical corporate governance, and using technology to increase efficiency and reduce environmental impacts.

However, it was found that business operators still lack a systematic approach to monitor and evaluate ESG performance. This research therefore recommends the establishment of an operational framework based on accepted ESG standards to help organizations effectively and sustainably adapt in the long term.

Keywords: ESG, Sustainable Development Organization, Business Operators, Chiang Mai Province.

---

* Ph.D. Student (Applied Economics), Faculty of Economics, Maejo University

** Faculty of Economic, Maejo University

Corresponding author e-Mail: artstock888@gmail.com, nirote@mju.ac.th, thanchanok@mju.ac.th, ke_n@mju.ac.th

การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ESG ของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 5 เมษายน 2568
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 23 มิถุนายน 2568
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 30 กรกฎาคม 2568

ธนพล ฟูศรีเจริญ*
นิโรจน์ สินณรงค์**
ธรรญชนก เพชรานนท์**
เก นันทะเสน**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำแนวคิด ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ อาหาร และการขนส่ง งานวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพและวิเคราะห์จัดกลุ่มข้อมูลจากการถอดเสียงสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความตระหนักถึงแนวคิด ESG และดำเนินการบางส่วนก่อนที่ ESG จะกลายเป็นแนวปฏิบัติที่แพร่หลาย โดยมีการปรับตัวในสามมิติหลัก ได้แก่

มิติสิ่งแวดล้อม (Environmental) : มีการใช้พลังงานสะอาด ลดการใช้ทรัพยากร ปรับกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการคัดแยกขยะ และการรีไซเคิล

มิติสังคม (Social) : ให้ความสำคัญกับสิทธิพนักงาน ความเท่าเทียมทางเพศ ความปลอดภัยในการทำงาน สนับสนุนชุมชนผ่านโครงการเพื่อสังคม และช่วยเหลือด้านสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาชุมชน

มิติธรรมาภิบาล (Governance) : มุ่งเน้นความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการอย่างมีจริยธรรม และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามพบว่า ผู้ประกอบการยังขาดแนวทางที่เป็นระบบในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้าน ESG งานวิจัยนี้จึงเสนอแนะให้มีการจัดทำกรอบการดำเนินงานตามมาตรฐาน ESG ที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: ESG การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบธุรกิจ จังหวัดเชียงใหม่

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
** คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Corresponding author e-Mail: artstock888@gmail.com, nirote@mju.ac.th, thanchanok@mju.ac.th, ke_n@mju.ac.th

บทนำ

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เริ่มต้นในปลายปี พ.ศ. 2562 ส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจโลก รวมถึงประเทศไทย โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่ต้องพึ่งพาการติดต่อกับผู้บริโภคโดยตรง ทั้งในด้านการตลาด การขนส่ง การเกษตร และสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งจำเป็นต้องปรับตัวภายใต้ข้อจำกัดด้านสาธารณสุข และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างฉับพลัน

ธุรกิจสื่อประชาสัมพันธ์ได้รับผลกระทบจากการลดลงของงบประมาณโฆษณาอย่างชัดเจน โดยในปี พ.ศ. 2563 งบโฆษณารวมในประเทศไทย ลดลงถึง 14% เหลือเพียง 106,255 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยเฉพาะสื่อแบบดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ และวิทยุที่รายได้ลดลงถึง 32% และ 24% ตามลำดับ ในขณะที่สื่อออนไลน์มีอัตราเติบโตสวนกระแสเล็กน้อย (Dataxet, ออนไลน์, 2564) สถานการณ์นี้บีบบังคับให้ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร

ภาคขนส่งซึ่งเป็นหัวใจของระบบโลจิสติกส์ประเทศ ก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักเช่นกัน โดยเฉพาะการขนส่งผู้โดยสารสาธารณะในเขตเมืองที่ปริมาณผู้โดยสารลดลงถึง 40-60% จากระดับก่อนโควิด (Laosunthara et al., 2022, pp. 546-551) ส่วนการขนส่งทางอากาศภาพรวมของไตรมาสที่ 3 พบว่า มีจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 10.06 ล้านคน ลดลง ร้อยละ 74.4 และมีปริมาณเที่ยวบิน ทั้งหมด 99,887 เที่ยวบิน ลดลง ร้อยละ 61.9 ปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ ทั้งหมด 198,254 ตัน ลดลง ร้อยละ 45.6 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2563)

ด้านราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกแนวโน้มดัชนีราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกที่สำคัญ จากรายงานของ Food and Agriculture Organization 2020 ส่วนใหญ่ปรับตัวลดลง เช่น สินค้ากลุ่มพืชอาหาร (ข้าวสาลี ข้าวโพด) ร้อยละ 1.9 สินค้าพืชน้ำมัน (ปาล์ม ถั่วเหลือง) ร้อยละ 4.3 น้ำตาล (อ้อยโรงงาน) ร้อยละ 19 น้ำนมโคและผลิตภัณฑ์นม ร้อยละ 3 มีดัชนีราคาลดลงต่อเนื่องจากเดือนกุมภาพันธ์ เนื่องจากปัจจัยของสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้กิจกรรมการบริโภคของผู้บริโภคลดลง และปัจจัยด้านการแข่งขันราคาของสินค้าทดแทนน้ำมันดิบมีราคาลดลงส่งผลต่อความต้องการสินค้าเอทานอลและไบโอดีเซลในตลาดโลกลดลง ตลอดจนผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 (คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์, ออนไลน์, 2564)

ผลกระทบทั้งหมดนี้เน้นให้เห็นถึงความเปราะบางของระบบเศรษฐกิจและธุรกิจในช่วงวิกฤต และนำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะแนวคิด ESG (Environmental, Social and Governance) ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในระดับโลกว่าเป็นแนวทางในการปรับตัวและฟื้นฟูองค์กรในระยะยาว (Friede, Busch & Bassen, 2015, pp. 210-233) แนวคิดนี้มุ่งเน้นให้ภาคธุรกิจให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมความรับผิดชอบต่อสังคม และธรรมาภิบาลอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างความมั่นคงและเติบโตในระยะยาวภายใต้บริบทของความเปลี่ยนแปลง

ในบริบทของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยการท่องเที่ยว การเกษตร และภาคบริการ ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรงจากวิกฤตโควิด เช่นกัน จากรายงานของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า 2567

จังหวัดเชียงใหม่ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดอยู่ในอันดับที่ 15 ของประเทศ ด้วยมูลค่า 239,748 ล้านบาท เศรษฐกิจหลักประกอบด้วย ภาคการเกษตร การท่องเที่ยว การบริการสุขภาพ อุตสาหกรรมการผลิต และภาคสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และกองบริหารพาณิชย์ภูมิภาค, ออนไลน์, 2567) งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการนำแนวคิด ESG มาประยุกต์ใช้ของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในภาคสื่อประชาสัมพันธ์ ภาคการเกษตร ภาคขนส่ง และธุรกิจด้านดิจิทัล เพื่อสร้างแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศอันจะนำไปสู่การเสริมสร้างขีดความสามารถในการฟื้นฟูหลังวิกฤติ และการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในอนาคต ตามกรอบวิสัยทัศน์แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558-2593 (ชิดชนก ดิชวงศ์, ออนไลน์, 2566) และแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ “นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” ที่มุ่งเน้นการเป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนในระดับโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการนำแนวคิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ESG ไปประยุกต์ใช้ของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

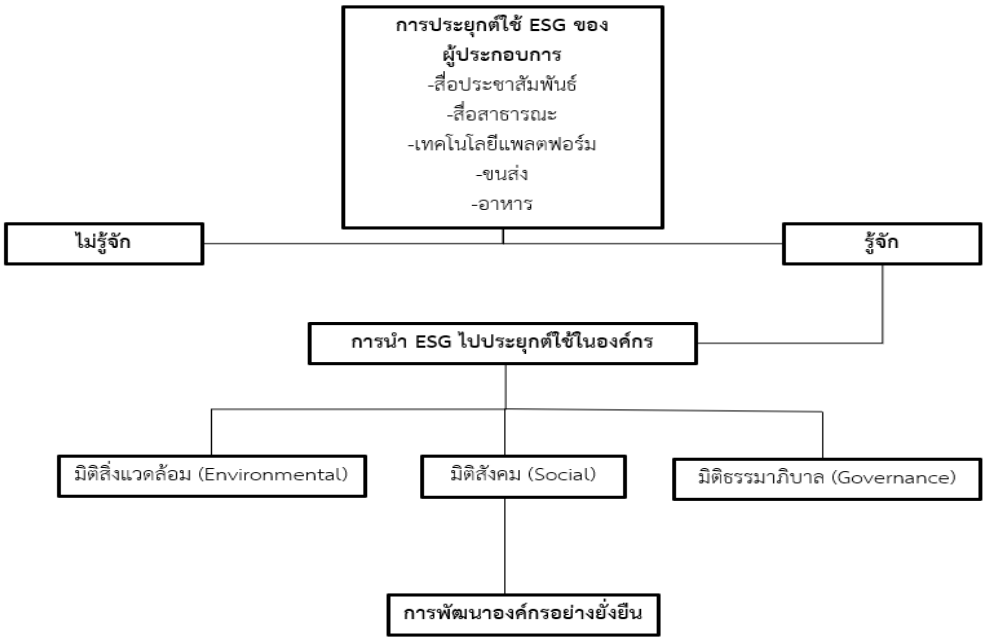
จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แนวคิด ESG ได้ถูกประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในภาคธุรกิจทั้งในระดับสากลและประเทศไทย โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมโดยตรง เช่น ภาคสื่อ และแพลตฟอร์มดิจิทัล ภาคขนส่ง และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

“ESG” ถูกใช้เป็นครั้งแรกในรายงาน Who Cares Wins ซึ่งแนะนำแนวทางการบูรณาการ ESG ในการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environmental), สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานสำคัญที่ใช้กันในภาคธุรกิจ และการลงทุนทั่วโลก (Krantz, Online, 2024)

E (สิ่งแวดล้อม) หมายถึง ผลกระทบของบริษัทต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานและทรัพยากร ของเสียที่ปล่อยออกมา รวมถึงการปล่อยก๊าซคาร์บอน และมลพิษที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

S (สังคม) หมายถึง ความสัมพันธ์ของบริษัทกับพนักงาน ลูกค้า และชุมชนรอบข้าง รวมถึงการดูแลสิทธิแรงงาน ความเท่าเทียมทางเพศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม

G (ธรรมาภิบาล) หมายถึง วิธีการบริหารจัดการของบริษัท เช่น กฎระเบียบ และการปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างโปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อพนักงาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การคิด และดำเนินการเกี่ยวกับ ESG อย่างเชิงรุกกลายเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากขึ้น การลงทุนที่คำนึงถึง ESG เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมูลค่าการลงทุนที่ยั่งยืนทั่วโลกทะลุ 30 ล้านล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 68% ตั้งแต่ปี 2014 และสูงขึ้นกว่า 10 เท่า ตั้งแต่ปี 2004 ปัจจัยที่ผลักดันการเติบโตนี้มาจากความสนใจที่เพิ่มขึ้นของภาครัฐ สังคม และผู้บริโภคที่ต้องการให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น รวมถึงนักลงทุนและผู้บริหารที่ตระหนักว่า การมีแนวทาง ESG ไม่ได้เป็นเพียงกระแสชั่วคราวหรือแนวทางเพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดีเท่านั้น แต่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน (Henisz, Koller & Nuttall, Online, 2019)

จากข้อมูลของ Just Capital บริษัทชั้นนำระดับโลกได้พัฒนากลยุทธ์ด้าน ESG อย่างเป็นระบบเพื่อผลักดันความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน โดย Apple Inc. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 23 ล้านเมตริกตัน ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนมาใช้ชิป Apple M1 ใน MacBook Pro รุ่น 13 นิ้ว ซึ่งช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ของผลิตภัณฑ์ลงถึง 8% และกว่า 20% ของวัสดุที่ใช้ผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ มาจากวัสดุรีไซเคิล โดยบริษัทตั้งเป้าหมายจะบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2030 (Buchholz, Online, 2023)

งานวิจัย เรื่อง “Social Media, Relationship Marketing and Corporate ESG Performance” ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างโซเชียลมีเดีย การตลาดเชิงความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) และประสิทธิภาพด้าน ESG ขององค์กร โดยใช้ข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหุ้น A-Share ของประเทศจีน งานวิจัยนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยเบื้องต้น (Benchmark Regression Analysis) พร้อมทั้งตรวจสอบกลไกการดำเนินงานและวิเคราะห์ความแตกต่างของผลลัพธ์ในแต่ละกลุ่ม ผลการวิจัยชี้ให้

เห็นว่า การใช้โซเชียลมีเดียควบคู่กับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงความสัมพันธ์สามารถยกระดับประสิทธิภาพ ESG ขององค์กรได้ โดยความสำเร็จนี้เกิดจากการเสริมสร้างกลไกการตรวจสอบจากภายนอก ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ระดับ ESG ขององค์กรสูงขึ้น (Ye, Hou, Wang & Omar, 2024)

นอกจากนี้ในอุตสาหกรรมอาหารมีการนำ ESG มาใช้ งานวิจัยเรื่อง ESG Investing Issues in Food Industry Enterprises: Focusing on On-the-Job Training in Waste Management มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์การลงทุนด้าน ESG กับการฝึกอบรมในสถานประกอบการเกี่ยวกับการจัดการของเสียในภาคอุตสาหกรรมอาหาร โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจาก 8 กลุ่มย่อย ของอุตสาหกรรมอาหารใน 6 ประเทศ ได้แก่ สเปน สหราชอาณาจักร อิตาลี ลัตเวีย ลิทัวเนีย และตุรกี รวมทั้งสิ้น 80 คน ซึ่งเป็นนายจ้าง ลูกจ้าง และบุคลากรทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง การศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความตื่นตัวและมีทักษะสูงในการจัดการของเสีย ได้แก่ การผลิตไข่ ช็อกโกแลต และผลไม้ ซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของการฝึกอบรมพนักงานเพื่อรองรับการลงทุน ESG ในขณะที่กลุ่มเกษตรกรรมและประมงดั้งเดิมยังขาดความพร้อมด้านนี้ นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญต่างเห็นพ้องว่า แรงงานทุกระดับในอุตสาหกรรมอาหารควรได้รับการพัฒนาทักษะด้านการจำแนกประเภทของเสีย ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมาย ตลอดจนทักษะเชิงเทคนิคเพื่อคิดค้นแนวทางลดของเสียภายในองค์กร (Grinberga-Zalite & Zvirbule, 2022, pp. 1-14)

ในบริบทของประเทศไทย การนำ ESG มาใช้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการบูรณาการเชิงระบบ อย่างไรก็ตามมีกรณีศึกษาที่น่าสนใจหลายประการ เช่น กลุ่มบริษัท BTS และ VGI โดยใช้พื้นที่สื่อโฆษณาบนระบบขนส่ง เช่น BTS Skytrain เพื่อสร้างแคมเปญเกี่ยวกับความยั่งยืน เช่น “Sustainism” ร่วมกับภาคี UN และมหาวิทยาลัย ซึ่งช่วยยกระดับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบทางสังคม (O2O, ออนไลน์, 2568) ในด้านอาหาร งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอย่างยั่งยืนของ SMEs อุตสาหกรรมอาหารไทย โดยใช้กรอบ Export Readiness ร่วมกับหลัก ESG และเป้าหมาย SDGs โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการ 150 ราย และสัมภาษณ์เชิงลึก 6 ราย ผลพบว่า ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล การปรับกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสื่อสารคุณค่า ESG และการสร้างเครือข่ายเชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญ งานวิจัยเสนอ “3P Export Readiness Model” คือ ความพร้อมผลิตภัณฑ์ (Product Readiness) การปรับกระบวนการ (Process Adaptation) และการสร้างเครือข่ายและแพลตฟอร์ม (Partnership & Platform) พร้อมข้อเสนอเชิงนโยบาย เช่น การตั้งศูนย์ความพร้อมส่งออก การพัฒนา Thai Food ESG Index และขยาย “คลินิก ESG for SMEs” เพื่อสนับสนุนการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้เศรษฐกิจ BCG (สุธินี มงคล และธรรมนูญ วิศิษฏ์ศักดิ์, 2568, หน้า 47-61)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว จึงนำมาสู่แนวทางการประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงแนวคิด ESG กับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถปรับตัวและยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่สมดุลเพื่อความยั่งยืนในระดับท้องถิ่น

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาการนำมาประยุกต์ใช้เรื่องการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงในภาคธุรกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางการพัฒนาองค์กรในประเด็นความยั่งยืนตามแนวคิด ESG (Environmental, Social and Governance) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในแต่ละประเภทธุรกิจ จำนวน 5 คน โดยคัดเลือกจาก 5 ประเภทธุรกิจสำคัญ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม ผู้ประกอบการด้านสื่อสาธารณะ ผู้ประกอบการด้านการขนส่ง และผู้ประกอบการด้านอาหาร ในแต่ละประเภท จะคัดเลือกบริษัทอย่างละ 1 แห่ง และเลือกผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในระดับนโยบายจากบริษัทนั้น จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา

วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ต้องมีบทบาทในการกำหนดทิศทางองค์กร หรือมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารองค์กร ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ หรือประสบการณ์เกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หรือการดำเนินการด้าน ESG

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาโดยอิงจากกรอบแนวคิด ESG (Environmental, Social, Governance) และหลักการของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

- ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) เช่น การใช้ทรัพยากรในองค์กร การจัดการของเสีย การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- ด้านสังคม (Social) เช่น ความสัมพันธ์กับพนักงาน ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การดูแลความปลอดภัยในการทำงาน

- ด้านธรรมาภิบาล (Governance) เช่น การกำกับดูแลองค์กร ความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของผู้บริหาร

ในแบบสัมภาษณ์มีทั้งคำถามปลายเปิด ที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และคำถามเฉพาะเจาะจง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับการนำ ESG มาประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นระบบก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำร่างแบบสัมภาษณ์และให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของคำถามเพื่อให้แน่ใจว่าครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

หลังจากดำเนินการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการถอดเทปคำสัมภาษณ์ (Transcription) อย่างละเอียด จากนั้นใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นในแบบสัมภาษณ์ แยกเป็น 3 หมวดหลัก ตามแนวคิด ESG

ผลการวิจัย

โดยภาพรวม องค์กรกลุ่มตัวอย่างมีการนำแนวทางที่สอดคล้องกับ ESG มาใช้ในกระบวนการดำเนินงาน แม้ยังไม่เป็นระบบหรือมีโครงสร้างชัดเจน แต่ได้ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การดูแลพนักงานและสังคม รวมถึงการบริหารจัดการอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรม ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวสะท้อนถึงความพยายามในการผสานหลักการ ESG เข้ากับบริบทของธุรกิจตนเอง

มิติสิ่งแวดล้อม (Environment)

การปรับตัวของผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันที่มุ่งเน้นเทคโนโลยี การลดต้นทุน และการเพิ่มประสิทธิภาพผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดการนำเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกในยุคของการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียวและดิจิทัล ผู้ประกอบการจำนวนมากในภาคธุรกิจต่าง ๆ ได้หันมาให้ความสำคัญกับมิติด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น โดยตระหนักถึงผลกระทบของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม การปรับตัวของผู้ประกอบการจึงมิใช่เพียงเพื่อความอยู่รอด หรือการลดต้นทุนเท่านั้น หากแต่เพื่อสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และนโยบายที่ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ในภาคธุรกิจสื่อประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีแพลตฟอร์มออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานแบบดั้งเดิม ไปสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เช่น การใช้ระบบโฆษณาออนไลน์ผ่าน Google Adwords และเครื่องมือจากพันธมิตร Search Engine ซึ่งช่วยลดการใช้กระดาษ และลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการจัดพิมพ์และกระจายสื่อแบบออฟไลน์ ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้รับการปรับปรุงและหลากหลายมากยิ่งขึ้นผ่าน LINE, Facebook, TikTok, Zoom, WeChat, E-mail และเว็บไซต์ ซึ่งไม่เพียงแค่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน แต่ยังลดการเดินทาง ลดการใช้ทรัพยากร ลดของเสีย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม

บริษัทเทคโนโลยีขั้นสูงบางแห่งยังมีการนำระบบ Blockchain เข้ามาจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ระบบ E-Document อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรกระดาษ ประหยัดเวลา และลดภาระงานซ้ำซ้อน ในขณะเดียวกันสื่อสาธารณะก็เริ่มมีบทบาทเชิงรุกในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การนำเสนอสารคดีเชิงสืบสวนเกี่ยวกับมลภาวะทางอากาศ หรือการผลิตเนื้อหาสำหรับรณรงค์เรื่องฝุ่น PM2.5 อย่างต่อเนื่อง

ในภาคอุตสาหกรรมและโลจิสติกส์ มีการปรับกระบวนการผลิตด้วยการนำเครื่องจักรที่ประหยัดพลังงานและปล่อยมลพิษต่ำเข้ามาใช้ เช่น การใช้รถขนส่งพลังงานไฟฟ้า การติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) เพื่อทดแทนไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานฟอสซิล รวมถึงการออกแบบสำนักงาน หรือโรงงานให้โปร่งโล่ง มีแสงสว่างธรรมชาติเข้าถึง เพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้า

ด้านการจัดการของเสีย มีการส่งเสริมระบบการแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและการรีไซเคิลขยะอินทรีย์ เช่น การใช้เครื่องย่อยเศษอาหารเพื่อผลิตเป็นปุ๋ยอินทรีย์ การนำใบไม้ที่ร่วงหล่นมาเข้าเครื่องบด และนำไปแจกจ่าย

ให้เกษตรกรในชุมชนโดยไม่คิดมูลค่า การใช้เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) มาช่วยตรวจสอบและควบคุมปริมาณของเสีย ทำให้สามารถติดตาม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นระบบ

องค์กรธุรกิจยังให้ความสำคัญกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน เช่น โครงการรณรงค์ไม่เผาป่าเพื่อลดปัญหา PM2.5 โดยใช้แนวทาง “ไม่เผามีรางวัล” เพื่อสร้างแรงจูงใจ กลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้รับการส่งเสริมให้ดำเนินกิจการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ชุมชน การอนุรักษ์ต้นน้ำลำธาร และผืนป่า เช่น โครงการปลูกต้นไม้เพื่อคืนพื้นที่สีเขียว และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้กลับมามีความสมดุล และการส่งเสริมเกษตรกรรมออร์แกนิกในชุมชนต้นน้ำ ก็เป็นตัวอย่างสำคัญที่สะท้อนความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการและเครือข่ายทางธุรกิจ โดยส่งเสริมให้เกษตรกรงดการใช้สารเคมี เมื่อฝนตกน้ำฝนที่ไหลผ่านไร่นาจึงไม่มีสารพิษตกค้าง ทำให้แหล่งน้ำธรรมชาติได้รับการฟื้นฟูและปลอดภัยต่อการบริโภคของผู้คนในพื้นที่ปลายน้ำอย่างเป็นรูปธรรม

ช่วงการระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลให้การทำงานแบบ Work from Home (WFH) ได้รับการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย การลดการเดินทางของพนักงาน ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากยานพาหนะ การใช้เทคโนโลยีประชุมทางไกลแทนการเดินทาง ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีนัยสำคัญ ในบางกรณีบริษัทยังสามารถว่าจ้างบุคลากรจากต่างประเทศหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในลักษณะงานฟรีแลนซ์ได้อีกด้วย ซึ่งช่วยกระจายรายได้โดยไม่เพิ่มภาระทางสิ่งแวดล้อมในประเทศ

ตารางที่ 1 แสดงการใช้ ESG มิติด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

องค์กร	การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม
ผู้ประกอบการด้านสื่อประชาสัมพันธ์	WFH เพื่อลดค่าใช้จ่ายและประหยัดพลังงาน ใช้โปรแกรมในการทำงาน แยกขยะรีไซเคิลวัสดุ ใช้โซลาร์เซลล์รอบโกดัง เครื่องใช้ไฟฟ้า เบอร์ 5 และ LED จัดกิจกรรมปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวที่ต้นน้ำ
ผู้ประกอบการสื่อสาธารณะ	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ ลดค่าไฟลง 50% และรณรงค์สิ่งแวดล้อมผ่านสื่อ
ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม	WFH ทั้งจากการจ้างงานในประเทศ และต่างประเทศ มุ่งเน้นเทคโนโลยี Blockchain ลดการใช้ทรัพยากรกระดาษผ่านระบบ E-Document
ผู้ประกอบการการขนส่ง	ใช้โซลาร์พลังงานสะอาด แจกโซลาร์ให้ชุมชน ทดลองใช้รถไฟฟ้า และมีระบบแยกขยะ
ผู้ประกอบการด้านอาหาร	เน้นปลูกผักแบบออร์แกนิก ลดสารเคมีในการเกษตร สนับสนุนการทำเกษตรที่ยั่งยืน จัดกิจกรรมปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวที่ต้นน้ำ

มิติด้านสังคม (Social)

ผู้ประกอบการในปัจจุบันได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับบทบาทของตนในฐานะพลเมืององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นสิทธิมนุษยชน สวัสดิภาพแรงงาน ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญในด้านสวัสดิการและความปลอดภัยของพนักงานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านทักษะ และจริยธรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดบุคลากรที่มีคุณภาพในทุกระดับขององค์กร

ในด้านแรงงาน ผู้ประกอบการได้กำหนดนโยบายด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสม สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเป็นธรรม รวมถึงจัดสวัสดิการ เช่น หอพักสำหรับพนักงานที่อยู่ห่างจากที่ทำงาน เบี้ยเลี้ยง ค่ารักษาพยาบาล และเงินช่วยเหลือในยามฉุกเฉิน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานและลดความเหลื่อมล้ำภายในองค์กร บางองค์กรยังมีการอบรมเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจิตอาสา เพื่อปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อสังคม

ในระดับชุมชน ผู้ประกอบการหลายรายมีบทบาทเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาสังคม เช่น การจัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการทำเกษตรปลอดสารพิษ การส่งเสริมเกษตรกรรมออร์แกนิก การสนับสนุนเครื่องจักรที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ในชนบทเพื่อลดแรงงานและเพิ่มผลผลิต การส่งเสริมให้เยาวชนในชนบทกลับคืนสู่ภูมิลำเนาเพื่อสืบสานการทำการเกษตรในครอบครัวแทนการอพยพเข้าสู่เมืองใหญ่ ทั้งหมดนี้เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง และยั่งยืน

ในช่วงสถานการณ์วิกฤติ เช่น น้ำท่วม ไฟป่า หรือฝุ่น PM2.5 แม้สถานการณ์นั้นเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม แต่การตอบสนองของผู้ประกอบการ ในประเด็นนี้เน้นไปที่การช่วยเหลือมนุษย์ ชุมชน และสังคม ที่ได้รับผลกระทบ ผู้ประกอบการมีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือทั้งในรูปของเงินทุน อุปกรณ์ และการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจเพื่อฟื้นฟู และเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบอย่างรวดเร็ว

ในด้านการพัฒนาการศึกษา ผู้ประกอบการได้บริจาคอุปกรณ์การเรียน อาทิ คอมพิวเตอร์ แผงโซลาร์เซลล์ และสื่อการเรียนรู้ให้กับเด็กและเยาวชนในพื้นที่ห่างไกลที่ยังขาดแคลนทรัพยากรพื้นฐาน โดยมีเป้าหมายในการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงองค์ความรู้ของเด็ก ๆ อย่างทั่วถึง ด้านการส่งเสริมศีลธรรมและการพัฒนาจิตใจ ก็ได้รับความสำคัญไม่น้อยไปกว่าประเด็นทางวัตถุ มีการจัดอบรมสมาธิ ฝึกวิปัสสนา จัดค่ายคุณธรรม สำหรับเยาวชนและพนักงาน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือเป็นการพัฒนา “ทุนมนุษย์” อย่างลึกซึ้งในระดับจิตวิญญาณ และเป็นรากฐานของสังคมที่มีความยั่งยืนในระยะยาว

ตารางที่ 2 แสดงการใช้ ESG มิติด้านสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

องค์กร	การดำเนินการด้านสังคม
ผู้ประกอบการด้านสื่อประชาสัมพันธ์	สนับสนุนสวัสดิการพนักงานอย่างเหมาะสม ส่งเสริมคุณธรรม และมีโครงการช่วยเหลือสังคม เช่น บริจาคของในช่วงภัยพิบัติ
ผู้ประกอบการสื่อสาธารณะ	ให้ความรู้แก่ประชาชน สนับสนุนคนพิการ และทำโครงการวิชาการช่วยเหลือสังคม และเยาวชน
ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม	เคารพ และสร้างความเท่าเทียมในการทำงาน ใช้แพลตฟอร์มเทคโนโลยีเพื่อแบ่งปันองค์ความรู้ และสร้างชุมชนสำหรับผู้พัฒนาเทคโนโลยี
ผู้ประกอบการการขนส่ง	สนับสนุนให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีโครงการปลอดเหล้า-บุหรี่ และให้กู้เงินเพื่อประกอบธุรกิจ
ผู้ประกอบการด้านอาหาร	ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง จ่ายราคาสูงกว่าตลาดเพื่อให้เกษตรกรไม่ต้องใช้สารเคมี ช่วยเหลือภัยพิบัติต่าง ๆ

มิติด้านการกำกับดูแลที่ดี (Governance)

ประเด็นการกำกับดูแลที่ดีสามารถจัดได้เป็นการกำกับดูแลองค์กร การกำกับดูแลฝ่ายบริหาร การกำกับดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือ Stakeholder ลักษณะนี้เป็นการแบ่งปันในเชิงธุรกิจ เพื่อลดต้นทุนหรือสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ คือ การแบ่งปันในวงไม่กว้างมาก และเป็นส่วนหนึ่งของการอยู่รอดในยุคปัจจุบัน คือ แบ่งความรับผิดชอบ แบ่งหน้าที่ ตามความถนัดในแต่ละองค์กร เพื่อลดต้นทุนจากการที่องค์กรไม่สามารถดำเนินการได้หรือการที่องค์กรไม่มีการดำเนินการในส่วนนั้น ๆ เช่น การใช้ภาคขนส่งอย่างการใช้ผ่าน Application ต่าง ๆ เช่น Grab, Line, Man, Lalamove, Panda ภาคขนส่งเอกชน สนามบิน รถไฟ เรือ เพื่อลดภาระ และทรัพยากรในองค์กรที่ไม่ต้องมารับผิดชอบในส่วนภาคขนส่ง การแบ่งงานความรับผิดชอบเฉพาะทาง เช่น โปรแกรม หรือ Application ที่เกี่ยวกับการดำเนินการ การประชุมผ่าน โปรแกรม Zoom, Wechat, Line, Skype, Tello เป็นต้น และการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานเสมือนจริง เช่น โปรแกรม Discord เพื่อความสะดวก กรณีอยู่คนละสาขา หรือการดำเนินการที่ไม่ว่าอยู่ส่วนใดในโลกที่เชื่อมต่อด้วย Internet โดยสามารถทำงานผ่านทุกที่ ในโลกปัจจุบันการนำเอาเครื่องจักรมาทดแทนทรัพยากรมนุษย์ เช่น สายพานลำเลียงพัสดุ เครื่องสแกนตรวจนับ การแบ่งพื้นที่ในองค์กรเพื่อสามารถใช้งานได้สูงสุด การให้เช่าสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้งานเพื่อหารายได้ การแชร์ไฟล์ข้อมูลผ่าน Google Drive การเก็บไฟล์ผ่าน Data Center โดยผู้ให้บริการซึ่งเรียกว่า Cloud System การแชร์คอนเท้นท์ Content ผ่าน Youtube การจัดอบรมสัมมนา ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งล้วนแต่เป็นการแบ่งปันเพื่อมุ่งเน้นในการบริหารต้นทุน

นอกจากนี้ประเด็นเรื่องของสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีความอันตรายไม่ปลอดภัย ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยและมีสิ่งยั่วยุให้เกิดการกระทำผิดมากขึ้น บริษัทจึงเน้นให้น้ำหนักด้านคุณธรรม การสร้างจิตสำนึก

ผู้ประกอบการบริษัทมหาชน เช่น บริษัท ปลูกผักเพราะรักแม่ ได้ให้นิยามว่า ESG คือ จิตสำนึก คือ คุณธรรม หากมนุษย์มีคุณธรรม หรือจิตสำนึกที่ดีจะสะท้อนออกมาในทางปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ การสร้างรากฐานเยาวชน เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีเป็นเป้าหมายของทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการเอง ในการสร้างความเท่าเทียมและส่งเสริมให้สังคมโปร่งใส การจ้างงานที่เป็นธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบ การส่งเสริมสังคมทำดีเชิดชูเกียรติ จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เน้นในการสร้างสังคมให้น่าอยู่ โดยการส่งเสริมเยาวชนกลับสู่อ้อมกอดของครอบครัวโดยการพัฒนาองค์ความรู้ การส่งเสริมนวัตกรรมและการมอบเครื่องจักรเพื่อไปสร้างรากฐานจากสังคมชนบท เพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบพอเพียง เน้นการเอาทรัพยากรกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ThaiPBS เสริมสร้างความยั่งยืนให้แก่สังคมโดยการนำงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาให้เป็นประเด็นเชิงสังคมทั้งปัญหาอาชญากรรม สิ่งแวดล้อม โดยทำการจัดเวทีเสวนาต่าง ๆ ถอดบทเรียน สรุปประเด็น และข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเสริมสร้างความเข้มแข็งในแห่งชุมชนให้มีองค์ความรู้เท่าทันในกระแสสังคม เป็นต้น

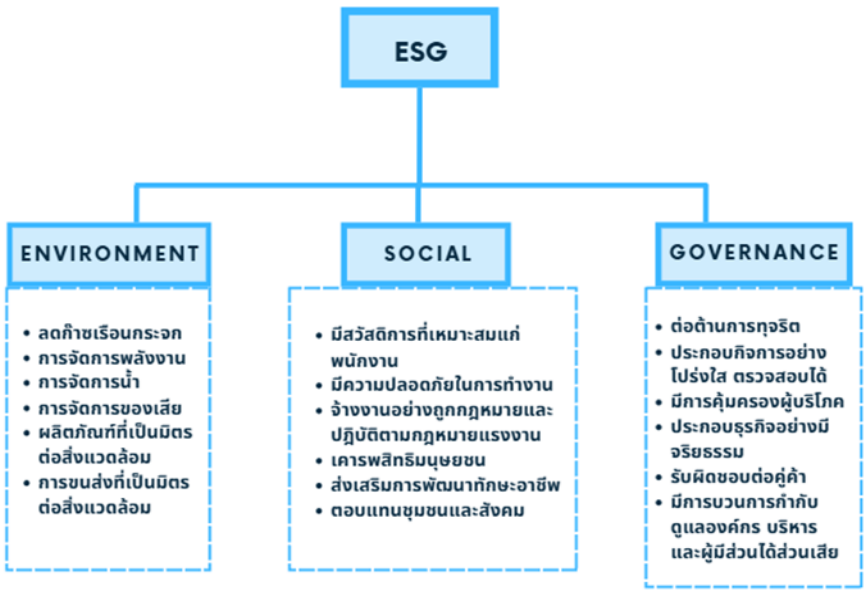
ในสังคมปัจจุบันมีความพยายามอย่างมากในการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน ESG ในทุกภาคส่วนหลาย ผู้ประกอบการพยายามร่วมมือในการดำรงอยู่ของกิจการอย่างยั่งยืน เมื่อประสบความสำเร็จจากการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในตลาดจึงจำเป็นที่ต้องตอบแทนสังคม เพื่อชดเชยทรัพยากรที่กิจการได้นำไปใช้แล้วสิ้นไปนำกิจกรรมที่ดีกลับสู่สังคม ในบริบทที่สามารถทำได้ เสริมสร้างคุณธรรม จิตสำนึกจึงเป็นเหตุลำดับแรกที่ต้องปลูกฝังเพื่อการพัฒนาองค์รวมอย่างยั่งยืนต่อไป

ตารางที่ 3 แสดงการใช้ ESG มิติด้านการกำกับดูแลที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง

องค์กร	**การดำเนินการด้านการกำกับดูแลที่ดี**
ผู้ประกอบการด้านสื่อประชาสัมพันธ์	จัดระบบการผลิตและบริการหลังการขาย จ่ายเงินเดือนพนักงานตรงเวลา จ่ายภาษีอย่างถูกต้องใช้สินค้าลิขสิทธิ์ และสนับสนุนจริยธรรมองค์กร
ผู้ประกอบการสื่อสาธารณะ	ดำเนินการเป็นองค์กรสื่ออิสระ ไม่ถูกครอบงำโดยฝ่ายใด และต่อต้านการทุจริต
ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม	ใช้ระบบการทำงานเสมือนจริง สร้างระบบตรวจสอบการทำงานแบบโปร่งใส และสนับสนุนความรู้เกี่ยวกับการต่อต้านการฉ้อโกง
ผู้ประกอบการการขนส่ง	พัฒนาระบบขนส่งของบริษัท บริหารธุรกิจโปร่งใส ให้ความสำคัญกับพนักงาน และรักษาความซื่อสัตย์ในองค์กร
ผู้ประกอบการด้านอาหาร	เน้นส่งเสริมจิตสำนึกและคุณธรรมในการทำงาน ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์พบว่า สามารถจัดหมวดหมู่ประเด็นหลัก ของ E (Environment), S (Social) และ G (Governance) ที่องค์กรกลุ่มตัวอย่างได้นำมาปรับใช้กับกิจการของตนได้ดังภาพที่ 1 คือ มิติสิ่งแวดล้อม Environment เน้นเรื่องการบริหารจัดการพลังงานเพื่อลดการใช้พลังงานทั้ง ไฟฟ้า น้ำ และอากาศ รวมถึงจัดการของเสียโดยคัดแยกขยะและนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี รวมถึงปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต การทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น มิติทางด้านสังคม Social แบ่งเป็นด้านสวัสดิภาพ สวัสดิการของพนักงาน ประเด็นหลัก คือ การเคารพสิทธิมนุษยชน รายได้และสวัสดิการตามกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีสวัสดิการเพิ่มเติมตามนโยบายของบริษัทนั้น ๆ และการตอบแทนสังคม พบว่าเป็นด้านของสิ่งแวดล้อม เนื่องจากองค์กรมีการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติ และสารเคมี และการปล่อยมลพิษในกระบวนการผลิต จึงตอบแทนสังคมกลับคืนด้วยการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมโดยการสนับสนุนชุมชนในการเพาะปลูก อนุรักษ์ป่าต้นน้ำ เพื่อบรรเทาภัยพิบัติทั้งจากไฟป่า หมอกควัน และน้ำท่วม มิติการกำกับดูแลที่ดี Governance หัวใจสำคัญ คือ ความโปร่งใส ประกอบกิจการด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ต่อต้านการทุจริตในองค์กร และมีการกำกับดูแลในบริษัทอย่างเป็นระบบ ทั้งองค์กรการบริหาร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการดำเนินกิจการอย่างเป็นระบบและยั่งยืนต่อไป ซึ่งการดำเนินการของกลุ่มตัวอย่างก็ได้สอดคล้องกับการดำเนินการในภาพรวมของ ESG แต่ไม่ได้มีระเบียบแบบแผนที่ชัดเจน ซึ่งหลายประเทศในเอเชียมีการปรับปรุงแนวปฏิบัติด้าน ESG มากขึ้น ทั้งด้านการบังคับใช้กฎหมายเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม การตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ และการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นโยบาย ESG ในเอเชียแปซิฟิกเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า หรือคิดเป็น 20% ของนโยบาย ESG ทั่วโลก เริ่มจากการจัดทำ Taxonomy เพื่อนิยามกิจกรรมสีเขียวในประเทศจีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย มองโกเลีย ส่วนประเทศที่กำลังจัดทำ ได้แก่ สิงคโปร์ ฮ่องกง และไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2566)



ภาพที่ 2 แผนผังสรุปการประเด็นการใช้ ESG ของกลุ่มตัวอย่าง

จากรายงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2567 ประเทศไทย มีบริษัทหลายแห่งที่นำหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างโดดเด่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ประเมินและจัดอันดับบริษัทที่มีความยั่งยืนผ่าน SET ESG Ratings ประจำปี 2567 โดยมีบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับในระดับ AAA จำนวน 56 บริษัท หนึ่งในนั้นได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (ADVANC) หรือเอไอเอส ได้ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและสร้างคุณค่าให้กับสังคมแนวทางการดำเนินงานด้าน ESG ของเอไอเอส 1) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ Digital Economy โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการในรูปแบบดิจิทัลที่ตอบโจทย์คุณภาพชีวิตและธุรกิจให้พร้อมเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล พนักงานและวัฒนธรรมองค์กรต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิดและการทำงานและพัฒนาองค์ความรู้ให้เท่าทันโลกยุคดิจิทัล 2) การสร้างการเข้าถึงดิจิทัลสำหรับทุกคนในสังคม : เอไอเอสปรับกลยุทธ์ และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และมุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านการเข้าถึงดิจิทัลเพื่อให้ทุกคนในสังคมสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเท่าเทียม และ 3) การยืนหยัดเพื่อสิ่งแวดล้อม : เอไอเอสตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและได้กำหนดเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด (ไทยพับลิก้า, ออนไลน์, 2565)

สำหรับบริษัทด้านสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างกลุ่มบีอีซี เวิลด์ (BEC World) ได้ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาว บริษัทตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม ควบคู่กับการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การขับเคลื่อนธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบาย กลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท รวมถึงการกำกับ ดูแล ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน BEC World มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความยั่งยืน ดังนี้ กระบวนการดำเนินธุรกิจ ทำการผลิตคอนเทนต์และสื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพตอบสนองผู้ชมทุกแพลตฟอร์ม ดำเนินธุรกิจโปร่งใส มีจรรยาบรรณและนโยบายต่อต้านการทุจริตด้านพัฒนาทรัพยากรบุคคล สนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพพนักงานปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ไม่มีการเลือกปฏิบัติ การบริหารความเสี่ยงด้านสังคม ทำการผลิตข่าวและรายการที่ส่งเสริมสังคมต่อต้านคอร์รัปชัน และสร้างแรงบันดาลใจ สนับสนุนโครงการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ การบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม โดยให้ความรู้ผ่านคอนเทนต์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าร่วมมือกับโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศ (บีอีซี เวิลด์, ออนไลน์, 2568)

แนวทางการดำเนินงานขององค์กรกลุ่มตัวอย่างแม้ยังไม่ได้ดำเนินการในลักษณะที่เป็นระบบชัดเจน แต่พบว่า มีการปรับใช้แนวทางที่สอดคล้องกับหลัก ESG ในลักษณะที่ผสานเข้ากับบริบทของธุรกิจตนเอง โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การดูแลพนักงานและชุมชน รวมถึงการบริหารจัดการที่โปร่งใสและมีจริยธรรม ซึ่งทั้งหมดนี้ยังสอดคล้องกับแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558-2593 ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่มีวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยมีภูมิคุ้มกัน

ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมีการเติบโตที่ปล่อยคาร์บอนต่ำตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ซึ่งในงานของ นิโรจน์ สินณรงค์ (2565, หน้า 254-256) ได้อ้างถึงและสะท้อนถึงการนำแผนแม่บทนี้มาใช้เป็นกรอบวิเคราะห์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศ โดยประกอบด้วยแนวทางใน 8 ภาคส่วนสำคัญ

ภาคการผลิตไฟฟ้า : มุ่งลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล และเพิ่มสัดส่วนของพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ลม และชีวมวล ซึ่งหลายองค์กรในกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้พลังงานสะอาดเพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของกิจกรรมทางธุรกิจ

ภาคการคมนาคมขนส่ง : เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ เช่น การใช้ยานพาหนะไฟฟ้า (EV) และการบริหารจัดการอุปสงค์ด้านการเดินทาง ซึ่งบางองค์กรได้เริ่มนำแนวทางเหล่านี้มาใช้ในการวางแผนขนส่งและจัดการซัพพลายเชน

ภาคการใช้พลังงานภายในอาคาร : สนับสนุนการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน การควบคุมการใช้ไฟฟ้าและระบบปรับอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์กรเอกชนหลายแห่งมีการปรับปรุงอาคารสำนักงานให้มีประสิทธิภาพด้านพลังงานมากขึ้น

ภาคอุตสาหกรรม : ส่งเสริมการใช้เครื่องจักรประสิทธิภาพสูง การลดของเสียในกระบวนการผลิต และการใช้พลังงานหมุนเวียน ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียวที่บางองค์กรได้เริ่มดำเนินการแล้ว

ภาคของเสีย : ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียอย่างครบวงจร โดยใช้แนวทาง 3Rs ได้แก่ Reduce, Reuse, Recycle เพื่อลดปริมาณของเสียจากต้นทาง ซึ่งเห็นได้จากหลายธุรกิจที่เริ่มมีระบบคัดแยกขยะและรีไซเคิลภายในองค์กร

ภาคการเกษตร : เน้นการทำเกษตรกรรมที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ และสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและความรู้ในกลุ่มเกษตรกร ซึ่งพบในบางกรณีขององค์กรที่ทำงานกับชุมชนเกษตรในการส่งเสริมการปลูกพืชหมุนเวียน ปลูกพืชอินทรีย์ และการอนุรักษ์ดิน และน้ำ

ภาคป่าไม้ : ส่งเสริมการเพิ่มพื้นที่ป่า การฟื้นฟูป่าเสื่อมโทรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ป่า ซึ่งบางองค์กรได้สนับสนุนกิจกรรม CSR หรือโครงการปลูกป่าโดยมีชุมชนมีส่วนร่วมอย่างชัดเจน

ภาคการจัดการเมือง : สนับสนุนการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตเมือง การวางผังเมืองอย่างยั่งยืน และการพัฒนาที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งในกรณีองค์กรที่ดำเนินงานในเมือง มีการพัฒนาพื้นที่สำนักงานให้มีการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อพนักงานและชุมชนรอบข้างแนวทางในแต่ละภาคเหล่านี้ สะท้อนถึงกรอบเชิงนโยบายที่องค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และเป็นพื้นฐานที่เชื่อมโยง ESG กับการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ถึงแม้องค์กรจะมีการนำ ESG มาปรับใช้ภายในกิจการของตน แต่ยังไม่ได้มีการจัดทำตามคู่มือของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งหากองค์กรสามารถดำเนินการได้ตามคู่มือมีการติดตามและประเมินผลการนำ ESG มาใช้ในทุกปีจะสามารถทำให้องค์กรดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืนท่ามกลางความเสี่ยงในโลกที่มีการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม มีกรอบการติดตามและประเมิน ESG อย่างเป็นระบบภาคธุรกิจควรมีมาตรฐานที่ชัดเจนในการประเมินผลการดำเนินงาน ESG ส่งเสริมการพัฒนาเครื่องมือทางการเงินเพื่อสนับสนุน ESG เช่น พันธบัตรสีเขียว และสินเชื่อเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนพัฒนาแนวทาง ESG ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดกลาง (SMEs) ซึ่ง ESG มักถูกนำไปใช้ในธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ควรมีแนวทางสำหรับ SMEs ด้วย

บรรณานุกรม

คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์. (2564). ***รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง ผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย จากโรคติดต่อเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) และข้อเสนอแนะเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาภาคเกษตร ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติตามสถานการณ์ (ออนไลน์)***. เข้าถึงได้จาก: https://anyflip.com/kshdj/shmq/basic [2568, 5 มิถุนายน].

ชิดชนก ดิชวงศ์. (2566). ***แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.onep.go.th/open-data-climate/ [2568, 4 กุมภาพันธ์].

ไทยพับลิก้า. (2565). ***“เอไอเอส” ฉายภาพเศรษฐกิจดิจิทัล เชื่อม “ESG”*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://thaipublica.org/2022/05/building-esg-driven-society23/ [2568, 4 กุมภาพันธ์].

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). ***ส่องภาพรวมนโยบาย ESG ผลกระทบต่อภาคธุรกิจและการลงทุน*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/256601135GlobalTrend_ESG.html [2568, 2 กุมภาพันธ์].

นิโรจน์ สินณรงค์. (2565). ***เศรษฐศาสตร์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ***. เชียงใหม่: เอ็ม ดี ดี กรุ๊ป.

บีอีซี เวิลด์. (2568). ***การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.becworld.com/th/sustainability/sustainability/concepts-and- practices?utm_source=chatgpt.com [2568, 4 กุมภาพันธ์].

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2563). ***รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ ไตรมาสที่ 3 ประจำปี 2563*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.caat.or.th/th/archives/54571?fbclid=IwY2xjawLc5ZVleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFWanM2TE1qbnNHTVluS0JaAR52QjsUcPvx587ndCSYDqV1V0YDd5iQ1hzO9Y0iiYL_XB56gL2XbzpSCiwCQ_aem_D6cEmrIVtwKFQv7zYslU_A [2568, 5 มิถุนายน].

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และกองบริหารพาณิชย์ภูมิภาค. (2567). ***FACTSHEET – จังหวัดเชียงใหม่ ประจำเดือน มกราคม 2567*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://chiangmai.moc.go.th/th/file/get/file/20240228d5c7bd22b7c757f77eb3a949b4c3e872110125.pdf [2568, 3 กุมภาพันธ์].

สุธินี มงคล และธรรมนูญ วิศิษฏ์ศักดิ์. (2568). แนวทางการปรับตัวของ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมอาหารในการเข้าสู่ตลาดส่งออกที่ยั่งยืน. ***วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น***, ***22***(1), หน้า 47-61.

Buchholz, L. (2023). ***Top 10: ESG Strategies from the World's Largest Companies*** (Online). Available: https://sustainabilitymag.com/top10/top-10 [2025, February 5].

Dataxet. (2564). ***ภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2564 : การแข่งขันและเอาตัวรอดของสื่อในยุคโควิด-19*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.dataxet.co/media-landscape/2021-th [2568, 28 มิถุนายน].

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. ***Journal of sustainable finance & investment***, ***5***(4), pp. 210-233.

Grinberga-Zalite, G., & Zvirbule, A. (2022). ESG investing issues in food industry enterprises: Focusing on on-the-job training in waste management. ***Social Sciences***, ***11***(9), 424 (1-14). https://doi.org/10.3390/socsci11090424

Henisz, W., Koller, T., & Nuttall, R. (2019). ***Five ways that ESG creates value*** (Online). Available: https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/Strategy%20and%20Corporate%20Finance/Our%20Insights/Five%20ways%20that%20ESG%20creates%20value/Five-ways-that-ESG-creates-value.ashx [2025, February 5].

Krantz, T. (2024). ***The history of ESG: A journey towards sustainable investing*** (Online). Available: https://www.ibm.com/think/topics/environmental-social-and-governance-history [2025, February 5].

Laosunthara, A., Saengtabtim, K., Sochoeiya, P., Leelawat, N., Tang, J., Kodaka, A., Onda, Y. & Kohtake, N. (2022). Impact of COVID-19 measures on mobility in Bangkok, Thailand. ***Journal of Disaster Research, 17***(4), pp. 546-551.

O2O. (2568). ***ESG : BTS Group และ VGi ร่วมกับ Sustainism ประกาศความเป็นสื่อยั่งยืนสนับสนุนธุรกิจไทยเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนบนรถไฟฟ้า ในโครงการ Sustrain : Disclosing the future*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://o2oforum.com/esg-bts-vgi-sustainism-sustrain/ [2568, 7 กรกฎาคม].

Ye, X., Hou, R., Wang, S., & Omar, N. A. B. (2024). Social media, relationship marketing and corporate ESG performance. ***Finance Research Letters***, ***63***, Article 105288. https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105288