

กลยุทธ์ความยั่งยืนในการพัฒนาธุรกิจ SMEs การประยุกต์ใช้แนวคิด ESG เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

Sustainability Strategies for SME Business Development Applying ESG Concepts to Create Competitive Advantage

สุวิมล มธุรส¹, ศิริทิพย์ กุลจิตตรตรี² และ ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ³

Suwimon Mathuros¹, Sirintip Kuljittree², and Kwanrutai Wongkamhaengharn³

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี¹

Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University, Thailand¹

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร^{2, 3}

Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Thailand^{2, 3}

E-mail: suwimonmat637@gmail.com¹, sirintip.k@rmutp.ac.th², kwanrutai.w@rmutp.ac.th³

Received April 24, 2025; Revised May 28, 2025; Accepted June 10, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนตาม ESG ในธุรกิจ SMEs 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการนำหลักการ ESG มาปฏิบัติกับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน 3) พัฒนารอบแนวคิดการบูรณาการ ESG ที่เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย การวิจัยแบบผสมวิธีนี้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 384 ราย และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่มีการดำเนินงาน ESG โดดเด่น จำนวน 15 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระ ผลการวิจัยพบว่า 1) ธุรกิจ SMEs สามารถประยุกต์ใช้หลักการ ESG ได้ครบทุกมิติ โดยกลยุทธ์ยอดนิยม ได้แก่ การลดใช้พลังงานและทรัพยากร การพัฒนาศักยภาพพนักงาน และการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส 2) การนำ ESG มาปฏิบัติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยสัมพันธ์สูงสุดกับภาพลักษณ์องค์กร ($r = 0.768, p < 0.01$) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ($r = 0.721, p < 0.01$) และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ($r = 0.695, p < 0.01$) 3) กรอบการบูรณาการ ESG ที่เหมาะสม ควรเริ่มจากการประเมินสถานะปัจจุบัน กำหนดเป้าหมายชัดเจน และดำเนินการค่อยเป็นค่อยไปตามขนาดและทรัพยากร โดยเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายสนับสนุน ESG โดยภาครัฐ การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อความยั่งยืนโดยสถาบันการเงิน และการออกแบบกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อสร้าง
ได้เปรียบเชิงแข่งขันผ่านการดำเนินงานอย่างยั่งยืนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs

คำสำคัญ: ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน, กลยุทธ์ความยั่งยืน, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

This study aims to 1) examine approaches for applying sustainability strategies based on the ESG framework in SMEs' business, 2) analyze the relationship between ESG implementation and competitive advantage of SMEs, and 3) develop an appropriate ESG integration framework for SMEs in Thailand. This mixed-method research employed questionnaires to collect data from 384 SME entrepreneurs in Bangkok and surrounding areas, and conducted in-depth interviews with 15 SME entrepreneurs who demonstrated outstanding ESG practices. Data analysis employed descriptive and inferential statistics, as well as content analysis and thematic analysis. The research findings revealed that 1) SMEs can apply ESG principles across all dimensions, with the most popular strategies being energy and resource reduction, employee capacity development, and transparent business operations, 2) ESG implementation has a positive relationship with competitive advantage, with the highest correlation found in corporate image ($r = 0.768$, $p < 0.01$), access to funding sources ($r = 0.721$, $p < 0.01$), and operational efficiency ($r = 0.695$, $p < 0.01$) respectively, and 3) an appropriate ESG integration framework should begin with current status assessment, clear goal setting, and gradual implementation according to size and available resources, emphasizing the creation of an organizational culture for sustainability. The research results can be applied to formulate ESG support policies by government agencies, develop sustainable financial products by financial institutions, and design business strategies to create a competitive advantage through sustainable operations for SME entrepreneurs.

Keywords: competitive advantage, sustainability strategy, small and medium enterprises

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG) หรือแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในระดับโลก และได้กลายเป็นเกณฑ์สำคัญที่นักลงทุนใช้ประเมินความยั่งยืนและศักยภาพในระยะยาวของกิจการ (Fan, 2024) แม้ว่า ESG จะถูกนำไปใช้กันอย่างกว้างขวางในองค์กรขนาดใหญ่ แต่การประยุกต์ใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(Small and Medium Enterprises: SMEs) ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ขาดแคลนทรัพยากร โครงสร้างที่ไม่เป็นทางการ และความเข้าใจในหลักการ ESG ที่ยังไม่ชัดเจน (Prabasari, 2024)

งานวิจัยเกี่ยวกับ SMEs ในเอเชียพบว่า ธุรกิจเหล่านี้มักมองว่า ESG เป็นต้นทุนมากกว่าโอกาสทางธุรกิจ และยังมีแนวโน้มปฏิบัติที่สามารถปรับใช้ได้โดยตรงจากองค์กรขนาดใหญ่ เนื่องจากบริบทที่แตกต่างกัน (Fan, 2024) ในประเทศไทย SMEs ถือเป็นกลไกสำคัญทางเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 99.5 ของกิจการทั้งหมด และมีสัดส่วนการจ้างงานถึงร้อยละ 72.2 (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023) หลังวิกฤตโควิด-19 ธุรกิจ SMEs จำนวนมากต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินงาน รวมถึงแรงกดดันจากคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน และความคาดหวังจากผู้บริโภคในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้น

การส่งเสริม ESG ใน SMEs สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ที่เน้นการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน และแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG (Bio–Circular–Green Economy) ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรธรรมชาติและ การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การพัฒนาความสามารถด้าน ESG ของ SMEs จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล

อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับการบูรณาการ ESG กับความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะการขาดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่เหมาะสมและผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาแนวทางการนำหลัก ESG มาปรับใช้ในธุรกิจ SMEs ไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 384 ราย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่มีการดำเนิน ESG อย่างมีประสิทธิภาพจำนวน 15 ราย ผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างกรอบแนวคิดและกลยุทธ์ ESG ที่เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ SMEs ในไทย พร้อมทั้งเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานรัฐในการกำหนดนโยบายสนับสนุนการดำเนิน ESG ในภาคธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG ในธุรกิจ SMEs
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการนำหลักการ ESG มาปฏิบัติกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs
3. เพื่อพัฒนารอบแนวคิดและกลยุทธ์การบูรณาการ ESG ที่เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ESG

แนวคิด ESG เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในบริบทที่ผู้บริโภคและนักลงทุนให้ความสำคัญกับความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้าน (Eccles et al., 2014; Amel-Zadeh & Serafeim, 2018)

จากการศึกษาของ Fan (2024) ซึ่งสำรวจ ESG ในองค์กรจดทะเบียนในเกาหลีและไต้หวัน พบว่าการดำเนินงานด้าน ESG ส่งผลเชิงบวกต่อผลประกอบการขององค์กร แต่การนำไปปฏิบัติมีลักษณะแตกต่างกันตามบริบทประเทศ เช่น โครงสร้างเศรษฐกิจ ความคาดหวังของสังคม และระดับการพัฒนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่สามารถใช้แนวทาง ESG แบบเดียวกันในทุกประเทศได้

ESG กับ SMEs ในเอเชีย

การนำ ESG ไปประยุกต์ใช้ในบริบทของธุรกิจ SMEs นั้นยังมีข้อจำกัดสำคัญหลายประการ ทั้งในด้านโครงสร้างองค์กร ทรัพยากรทางการเงิน และความรู้ความเข้าใจที่ยังไม่ทั่วถึง (Lepoutre & Heene, 2006; Spence, 2007)

การศึกษาในอินโดนีเซีย ของ Prabasari (2024) ชี้ว่า แม้ SMEs จะเริ่มต้นตัวกับแนวทาง ESG แต่ส่วนใหญ่ยังคงดำเนินการในลักษณะที่ไม่เป็นระบบ และขาดการบูรณาการ ESG เข้ากับกลยุทธ์หลักของธุรกิจ โดยเน้นที่กิจกรรม CSR แบบดั้งเดิม เช่น การบริจาคหรือสนับสนุนกิจกรรมชุมชน มากกว่าการบริหารจัดการองค์กรโดยยึด ESG เป็นแกนกลาง

ในมุมมองระดับภูมิภาค Clarke et al. (2024) ระบุว่า ESG จะกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญขององค์กรทุกขนาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม SMEs ต้องการกรอบประเมินที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของตน โดยเฉพาะด้านทรัพยากรและโครงสร้างองค์กร

ESG กับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

หลักฐานเชิงประจักษ์จำนวนมากยืนยันว่า ESG ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ทั้งในด้านการลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Cheng et al., 2014; Bocquet et al., 2013)

งานวิจัยของ Cantele and Zardini (2018) พบว่า การดำเนินงานด้าน ESG ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของ SMEs ในยุโรป โดยเฉพาะด้านการตลาดและการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วน Lee et al. (2016) พบว่า SMEs ที่นำ ESG ไปใช้สามารถลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดใหม่ได้

Martínez–Martínez et al. (2017) ยังชี้ให้เห็นว่า ESG ช่วยส่งเสริมความสามารถด้านนวัตกรรม โดยธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมีแนวโน้มจะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่มากกว่าธุรกิจทั่วไป

อย่างไรก็ตาม งานส่วนใหญ่ยังเน้นที่บริษัทขนาดใหญ่ เช่น การศึกษาของ Fan (2024) ที่มุ่งเน้นองค์การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของเกาหลีและไต้หวัน จึงยังขาดข้อมูลเชิงลึกที่เน้น SMEs โดยเฉพาะในบริบทของประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ESG มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะในยุคที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แม้ว่าแนวคิด ESG จะได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง แต่การนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่แตกต่างกันยังต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กรและประเทศ

อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างของความรู้ที่สำคัญในด้านต่าง ๆ ได้แก่

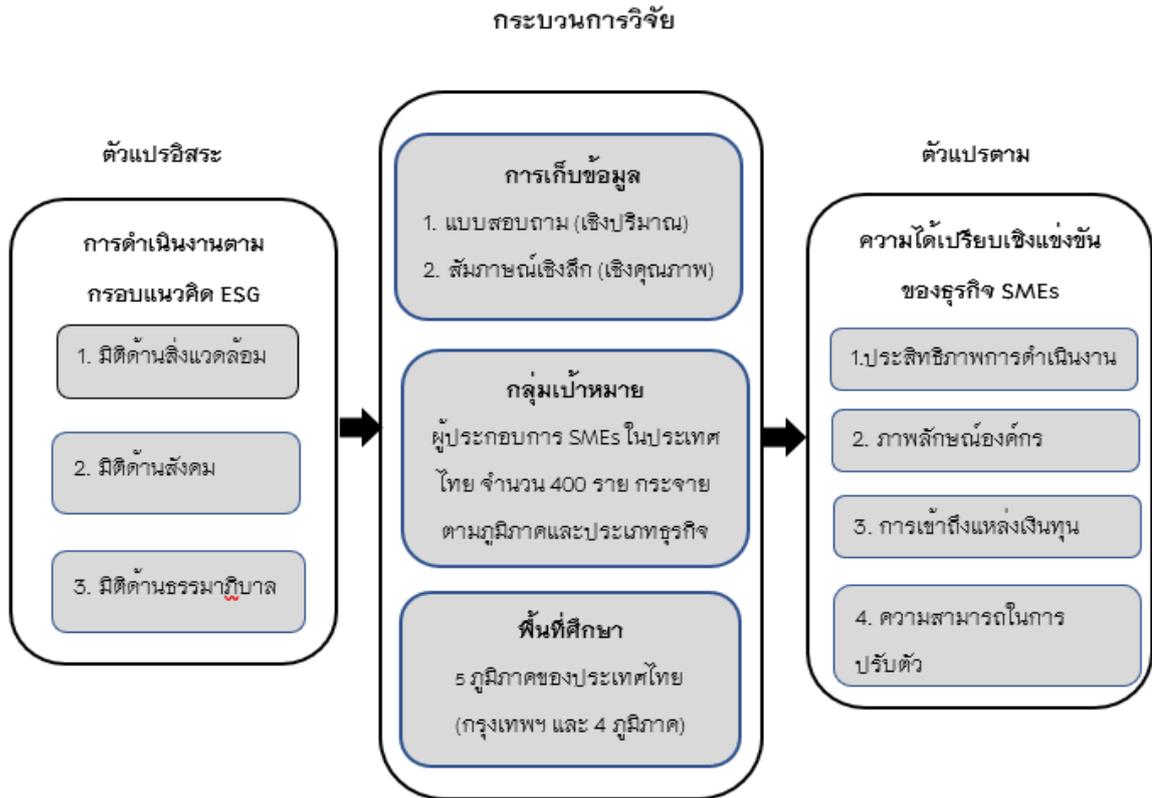
1. การขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ ESG ใน SMEs ไทย ซึ่งมีบริบททางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเฉพาะตัวที่แตกต่างจากประเทศพัฒนาแล้ว รวมถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากรและโครงสร้างการจัดการที่แตกต่างจากองค์กรขนาดใหญ่
2. ขาดงานวิจัยที่เชื่อมโยงกลยุทธ์ ESG กับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ SMEs อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลกระทบในระยะยาวต่อผลการดำเนินงาน
3. ขาดกรอบแนวคิดและเครื่องมือที่พัฒนาเฉพาะสำหรับ SMEs ที่สามารถปรับใช้ได้จริงในบริบทไทย โดยคำนึงถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากร ความรู้ และโครงสร้างการจัดการ
4. การขาดแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม สำหรับการบูรณาการ ESG เข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจของ SMEs ในประเทศกำลังพัฒนา

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนารอบแนวคิดและกลยุทธ์ ESG ที่เหมาะสมกับ SMEs ในประเทศไทย เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว และให้แนวทางการดำเนินธุรกิจที่สามารถปฏิบัติได้จริงในบริบทไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแบบผสมวิธี ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด ESG ของ Amel–Zadeh และ Serafeim (2018) ร่วมกับแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Porter (1985) และการประยุกต์ใช้ ESG สำหรับ SMEs ของ Cantele and Zardini (2018)

ประกอบด้วยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG กับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) คือ การบริหารจัดการทรัพยากร การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. มิติด้านสังคม (Social) คือ การปฏิบัติต่อพนักงาน ความรับผิดชอบต่อชุมชน และการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. มิติด้านธรรมาภิบาล (Governance) คือ ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การต่อต้านการทุจริต และการบริหารจัดการความเสี่ยง

ตัวแปรตาม คือ ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) คือ การลดต้นทุน การเพิ่มผลิตภาพ และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) คือ การรับรู้ของลูกค้า ความไว้วางใจ และความภักดีต่อแบรนด์

3. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Access to Finance) คือ ความสามารถในการระดมทุน การได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน และโอกาสในการเข้าถึงเงื่อนไขทางการเงินที่เอื้อประโยชน์

4. ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) คือ การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ นวัตกรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการใหม่

การวิจัยนี้จะทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละมิติของ ESG กับองค์ประกอบของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยคาดว่า การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG จะส่งผลเชิงบวกต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ SMEs ไทย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการประยุกต์ใช้ ESG ในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การออกแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยบูรณาการระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เหตุผลของการเลือกใช้วิธีการนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ทั้งเชิงกว้างจากแบบสอบถามที่สามารถสรุปเป็นภาพรวมของการดำเนินงาน ESG ใน SMEs และเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ที่ช่วยอธิบายกลไกและบริบทที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลวิจัยผ่านการตรวจสอบข้อมูลข้ามวิธี (Triangulation) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเข้าใจปรากฏการณ์อย่างลึกซึ้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งมีจำนวนประมาณ 713,526 ราย (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023)

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 384 ราย ซึ่งได้มาจากการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนโดยแบ่งตามประเภทธุรกิจและพื้นที่

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีการดำเนินงานด้าน ESG ที่โดดเด่น จำนวน 15 ราย ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากการได้รับรางวัลหรือการยอมรับในด้านความยั่งยืน และความหลากหลายในด้านประเภทธุรกิจ ขนาด และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 3 ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ภาพลักษณ์องค์กร การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความสามารถในการปรับตัว

แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) และได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ทั้งหมดนับเท่ากับ 0.89 และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.87

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับ ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิด ESG แนวทางและกลยุทธ์การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคในการดำเนินงานด้าน ESG ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินงานด้าน ESG ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการดำเนินงานด้าน ESG ของธุรกิจ SMEs

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามทั้งรูปแบบออนไลน์และแบบเอกสาร ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัวและการสัมภาษณ์ผ่านระบบออนไลน์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลและปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG กับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการตามขั้นตอนที่ชัดเจน ดังนี้

1. การเตรียมข้อมูล (Data Preparation) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาถอดเทปและจัดทำ Transcript

2. การเข้ารหัสข้อมูล (Coding) จัดหมวดหมู่ข้อมูลและกำหนดรหัสเบื้องต้น (Initial Coding) ตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง
3. การสร้างธีม (Thematic Development) วิเคราะห์ประเด็นหลักและประเด็นย่อย เพื่อสร้างธีมสำคัญ (Key Themes)
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลข้ามแหล่ง (Data Triangulation) และการตรวจสอบโดยผู้ร่วมวิจัย (Peer Review)
5. การแปลความหมาย (Interpretation) อธิบายและแปลความหมายของข้อมูลในบริบทของการวิจัย
6. การนำเสนอผล นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนาความพร้อมด้วยการยกตัวอย่างข้อมูลสนับสนุน

การตรวจสอบคุณภาพของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของการวิจัยโดยใช้หลักการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความสามารถในการถ่ายทอด (Transferability) ความสอดคล้อง (Dependability) และความยืนยันได้ (Confirmability) เพื่อให้แน่ใจว่าผลการวิจัยมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ความยั่งยืนในการพัฒนาธุรกิจ SMEs การประยุกต์ใช้แนวคิด ESG เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน" มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 3 ประการ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 แนวทางการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG ในธุรกิจ SMEs

ระดับการดำเนินงาน ESG โดยรวม

ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจ SMEs มีการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.24, S.D. = 0.89) โดยมีการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลในระดับสูงสุด รองลงมาคือด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ในธุรกิจ SMEs (n=384)

มิติ ESG	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านสิ่งแวดล้อม	2.88	0.94	ปานกลาง
ด้านสังคม	3.28	0.91	ปานกลาง
ด้านธรรมาภิบาล	3.58	0.82	มาก
ภาพรวม	3.24	0.89	ปานกลาง

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า SMEs มีการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลสูงสุด เนื่องจากเป็นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีเฉพาะหรือเงินลงทุนสูง ในขณะที่ด้านสิ่งแวดล้อมมีคะแนนต่ำสุดเนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความรู้เทคโนโลยีสีเขียว

กลยุทธ์ที่นิยมใช้ในแต่ละมิติ

มิติด้านสิ่งแวดล้อม การลดการใช้พลังงานและทรัพยากร (ร้อยละ 75.8) การลดและจัดการขยะ (ร้อยละ 64.3) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 42.7)

มิติด้านสังคม การพัฒนาศักยภาพพนักงาน (ร้อยละ 82.6) การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย (ร้อยละ 78.4) การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 65.1)

มิติด้านธรรมาภิบาล การดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส (ร้อยละ 86.2) การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ (82.8%) การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (ร้อยละ 79.7)

ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 15 ราย พบว่าการประยุกต์ใช้ ESG เป็นไปแบบลำดับขั้น โดยเริ่มจากกิจกรรมที่ไม่ซับซ้อนและต้นทุนต่ำ เช่น การประหยัดพลังงาน การคัดแยกขยะ ก่อนพัฒนาไปสู่กลยุทธ์ที่ซับซ้อนขึ้น

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนิน ESG วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ความตระหนักรู้ด้านความยั่งยืน ทรัพยากรและเงินทุน ความต้องการของลูกค้า และการสนับสนุนจากภาครัฐ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการนำหลักการ ESG มาปฏิบัติกับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงาน ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) โดยมีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับภาพลักษณ์องค์กร ($r = 0.768$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG กับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs (n=384)

มิติ ESG	ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ภาพลักษณ์องค์กร	การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	ความสามารถในการปรับตัว	ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.638**	0.724**	0.683**	0.587**	0.658**
ด้านสังคม	0.702**	0.753**	0.698**	0.639**	0.698**
ด้านธรรมาภิบาล	0.745**	0.827**	0.782**	0.729**	0.771**
โดยรวม	0.695	0.768	0.721	0.652	0.709

หมายเหตุ: ** $p < 0.01$

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การดำเนินงาน ESG สามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ร้อยละ 67.2 ($R^2 = 0.672$) โดยมีตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.487$) รองลงมาคือด้านสังคม ($\beta = 0.329$) และด้านสิ่งแวดล้อม ($\beta = 0.216$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ที่มีต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs

ตัวแปรอิสระ	B	SE B	β	t	p
ค่าคงที่	0.621	0.128	-	4.852	0.000
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.189	0.043	0.216	4.395	0.000
ด้านสังคม	0.287	0.045	0.329	6.378	0.000
ด้านธรรมาภิบาล	0.429	0.048	0.487	8.938	0.000

R = 0.820, $R^2 = 0.672$, Adjusted $R^2 = 0.669$, F = 258.964, p < 0.001

ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนิน ESG

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า SMEs ที่ดำเนิน ESG ได้รับประโยชน์ 4 ด้านหลัก

1. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุนผ่านการประหยัดพลังงานและทรัพยากร เพิ่มคุณภาพสินค้า/บริการ
2. ภาพลักษณ์องค์กร สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มความน่าเชื่อถือ ดึงดูดลูกค้าใหม่
3. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้รับดอกเบี้ยต่ำกว่า เข้าถึงแหล่งทุนสีเขียว ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ
4. ความสามารถในการปรับตัว รับมือกับกฎระเบียบใหม่ ปรับตามความต้องการตลาด พัฒนานวัตกรรม

วัตถุประสงค์ที่ 3 กรอบแนวคิดและกลยุทธ์การบูรณาการ ESG สำหรับธุรกิจ SMEs

จากผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้พัฒนากลยุทธ์การบูรณาการ ESG ที่เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย โดยออกแบบให้เป็นกระบวนการที่เป็นระบบและสามารถปฏิบัติได้จริง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลักที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องตามแนวคิดของวงจรการปรับปรุงคุณภาพ (PDCA Cycle)

ขั้นตอนแรก คือ การประเมินสถานะปัจจุบัน (Assessment) เป็นการปูพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจในทุกมิติของ ESG ผู้ประกอบการต้องประเมินผลกระทบที่ธุรกิจมีต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม วิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทบทวนระบบธรรมาภิบาลที่มีอยู่ และระบุความเสี่ยงและโอกาสด้าน ESG ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การประเมินนี้จะช่วยให้เข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน และจุดเริ่มต้นที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา ESG

ขั้นตอนที่สอง คือ การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ (Planning) จากข้อมูลที่ได้จากการประเมินผู้ประกอบการจะกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ โดยเลือกประเด็น ESG ที่มีความสำคัญและเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ จากนั้นพัฒนากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับขนาดและทรัพยากรที่มีอยู่ สิ่งสำคัญคือการบูรณาการ ESG เข้ากับกลยุทธ์หลักของธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจโดยรวม

ขั้นตอนที่สาม คือ การนำไปปฏิบัติ (Implementation) เป็นขั้นตอนการดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยจากผลการวิจัยพบว่า SMEs ควรเริ่มต้นจากกิจกรรมที่ไม่ซับซ้อนและมีต้นทุนต่ำ เช่น การประหยัดพลังงาน การคัดแยกขยะ หรือการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงาน ขณะเดียวกันต้องสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับผ่านการให้ความรู้และการสร้างแรงจูงใจ พัฒนาระบบการติดตามผลการดำเนินงานที่เหมาะสม และสื่อสารรายงานผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนสุดท้าย คือ การทบทวนและปรับปรุง (Review and Improvement) เป็นการประเมินผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กระบวนการนี้จะเป็นการพัฒนาการดำเนินงาน ESG อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

สำหรับกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละมิติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม SMEs ควรเน้นการลดการใช้พลังงานและทรัพยากรเป็นอันดับแรก ตามด้วยการจัดการขยะและของเสียอย่างเป็นระบบ การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และค่อยๆ พัฒนาไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียวและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในมิติด้านสังคม ควรเริ่มจากการพัฒนาศักยภาพและสวัสดิการของพนักงาน การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ขยายไปสู่การส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียมในองค์กร การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และการรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค ในมิติด้านธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นมิติที่ SMEs มีการดำเนินงานดีที่สุสุดแล้ว ควรเน้นการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและจริยธรรม การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างเคร่งครัด การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และการกำหนดนโยบายและมาตรการ ESG อย่างเป็นทางการ

การบูรณาการ ESG ให้ประสบความสำเร็จนั้นไม่สามารถทำได้ด้วยความพยายามของ SMEs เพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากระบบนิเวศทางธุรกิจในวงกว้าง ภาครัฐ มีบทบาทสำคัญในการสร้างนโยบายสนับสนุน มาตรการจูงใจทางภาษี และการให้ความรู้แก่ SMEs สถาบันการเงิน ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินสีเขียวและปรับเกณฑ์การประเมินสินเชื่อให้รวมปัจจัย ESG พันธมิตรทางธุรกิจ ช่วยในการแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน และสถาบันการศึกษาและองค์กรไม่แสวงกำไร สนับสนุนผ่านการวิจัยพัฒนาและการให้

คำปรึกษาเชิงเทคนิค เมื่อปัจจัยเหล่านี้ทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ จะช่วยให้ SMEs สามารถดำเนิน ESG ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ ESG ในธุรกิจ SMEs ไทย ซึ่งมีความแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาที่เน้นองค์กรขนาดใหญ่เป็นหลัก ผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ ESG ใน SMEs

ระดับการดำเนินงาน ESG ที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยที่พบว่า SMEs มีการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลสูงสุด รองลงมาคือด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมต่ำสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lepoutre and Heene (2006), and Prabasari (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่า SMEs มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความรู้เทคโนโลยี โดยเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง

ข้อค้นพบใหม่ คือการที่ธรรมาภิบาลมีคะแนนสูงสุดเนื่องจากเป็นพื้นฐานการดำเนินธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาในประเทศพัฒนาแล้วที่ SMEs มักมีการดำเนินงานทุกมิติในระดับใกล้เคียงกัน

แนวทางการดำเนินงานแบบลำดับขั้น

การที่ SMEs เริ่มจากกลยุทธ์ที่ไม่ซับซ้อนและต้นทุนต่ำ เช่น การประหยัดพลังงาน และการจัดการขยะ เป็นข้อค้นพบที่สำคัญ ที่แสดงให้เห็นความปรับตัวของ SMEs ภายใต้ข้อจำกัดที่มี ซึ่งสนับสนุนโดยการศึกษาของ Nimtrakool et al. (2024) ที่พบว่าการตลาดสีเขียวต้องเริ่มจากต้นทุนที่เหมาะสมและได้รับการสนับสนุนจากภายนอก

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความสัมพันธ์กับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ผลกระทบที่แตกต่างในแต่ละมิติ

การที่ภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์สูงสุดกับ ESG สอดคล้องกับ Cantele and Zardini (2018) แต่ข้อค้นพบใหม่คือความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา การเข้าถึงเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับ SMEs มากกว่าในประเทศพัฒนาแล้ว

อิทธิพลของธรรมาภิบาลต่อความสามารถแข่งขัน

การที่ธรรมาภิบาลมีอิทธิพลสูงสุด ต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน สอดคล้องกับ Fan (2024) แต่ในบริบทของ SMEs ไทย ธรรมาภิบาลมีความหมายที่กว้างขึ้น รวมถึงความโปร่งใส และการต่อต้านทุจริต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประโยชน์เชิงประจักษ์ที่วัดได้

ข้อมูลเชิงคุณภาพแสดงให้เห็นประโยชน์ที่จับต้องได้ เช่น การลดต้นทุนพลังงานร้อยละ 30 และการเพิ่มยอดขายร้อยละ 25 ซึ่งเป็นข้อมูลใหม่ที่แสดงผลตอบแทนที่ชัดเจนจากการลงทุน ESG ใน SMEs ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยเดิมที่มักเน้นผลกระทบในระยะยาว

วัตถุประสงค์ที่ 3 กรอบแนวคิดการบูรณาการ ESG

กรอบแนวคิดที่เหมาะสมกับบริบทไทย

กรอบ 4 ขั้นตอน (Assessment–Planning–Implementation–Review) มีความสอดคล้องกับ Eccles et al. (2014), and Clarke et al. (2024) แต่มีความเฉพาะเจาะจงกับ SMEs ไทยในการเน้นการเริ่มต้นจากกิจกรรมต้นเหตุและการสร้างระบบนิเวศที่สนับสนุน

การปรับใช้แบบขั้นบันได

ข้อค้นพบสำคัญ คือการที่ SMEs ต้องการกลยุทธ์ที่หลากหลายตั้งแต่ระดับพื้นฐาน (การประหยัดพลังงาน) ไปจนถึงระดับสูง (การรับรองมาตรฐาน) ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยเดิมที่มักเสนอแนวทางแบบเดียวสำหรับทุกธุรกิจ

ความจำเป็นของระบบนิเวศที่สนับสนุน

การที่ต้องอาศัยการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน (ภาครัฐ สถาบันการเงิน พันธมิตร) เป็นข้อค้นพบใหม่ที่แสดงให้เห็นว่า ESG ใน SMEs ไม่สามารถพึ่งพาความพยายามเพียงอย่างเดียวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Nimtrakool et al. (2024) ที่เน้นความสำคัญของการสนับสนุนจากชุมชนและภาครัฐ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ กรอบการบูรณาการ ESG สำหรับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย (ESG Integration Framework for Thai SMEs) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นเฉพาะสำหรับธุรกิจ SMEs ในบริบทของประเทศไทย โดยคำนึงถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากร ความรู้ และบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

กรอบการบูรณาการ ESG สำหรับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลักที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ได้แก่ การประเมินสถานะปัจจุบัน (Assessment) ที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ผลกระทบและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ (Planning) ที่เน้นการเลือกประเด็นสำคัญและพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม การนำไปปฏิบัติ (Implementation) ที่เริ่มจากสิ่งที่ทำได้ง่ายและลงทุนต่ำ และการทบทวนและปรับปรุง (Review) เพื่อพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

กรอบการบูรณาการนี้ออกแบบให้มีความยืดหยุ่นและปรับใช้ได้ตามบริบทของธุรกิจ SMEs แต่ละประเภท โดยเน้นการเริ่มต้นจากสิ่งที่ทำได้ง่ายและลงทุนต่ำ แล้วค่อย ๆ พัฒนาไปสู่การ

ดำเนินงานที่ซับซ้อนและครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรม SMEs สามารถบูรณาการ ESG เข้ากับการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

สรุป

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ความยั่งยืนในการพัฒนาธุรกิจ SMEs การประยุกต์ใช้แนวคิด ESG เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG ในธุรกิจ SMEs วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการนำหลักการ ESG มาปฏิบัติกับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และพัฒนารอบแนวคิดและกลยุทธ์การบูรณาการ ESG ที่เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจ SMEs มีการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนในระดับปานกลาง โดยมีการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลในระดับสูงสุด รองลงมาคือด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านภาพลักษณ์องค์กร นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนารอบการบูรณาการ ESG สำหรับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การประเมินสถานะปัจจุบัน การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ การนำไปปฏิบัติ และการทบทวนและปรับปรุง พร้อมทั้งเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสมในแต่ละมิติของ ESG

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ไม่เพียงแต่เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs อย่างไรก็ตาม การบูรณาการ ESG ให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากหลายภาคส่วน และการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทและความพร้อมของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ธุรกิจ SMEs มีการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด ESG ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการดำเนินงานในระดับต่ำที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ควรพัฒนาโครงการให้ความรู้และคำปรึกษาด้าน ESG ที่เข้าถึงได้ง่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจ SMEs ยังมีความรู้และการดำเนินงานในระดับต่ำ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมควรพัฒนาคู่มือและเครื่องมือการประเมินด้าน ESG ที่เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs แต่ละประเภท เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินและพัฒนาการดำเนินงานได้ด้วยตนเอง

สมาคมธุรกิจต่าง ๆ ควรส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้าน ESG ระหว่างสมาชิก เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาาร่วมกัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ SMEs ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

ธนาคารและสถาบันการเงินควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่จูงใจให้ธุรกิจ SMEs ดำเนินงานด้าน ESG เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับโครงการด้านความยั่งยืน การประกันความเสี่ยงสำหรับการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม และการให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับการลงทุนด้าน ESG

หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนามาตรการจูงใจทางภาษีและการสนับสนุนทางการเงินสำหรับธุรกิจ SMEs ที่มีการดำเนินงานด้าน ESG ที่โดดเด่น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านความยั่งยืนอย่างกว้างขวาง

องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้คู่ค้าที่เป็น SMEs พัฒนาการดำเนินงานด้าน ESG เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า กรอบการบูรณาการ ESG ที่เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

สถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัยควรพัฒนาหลักสูตรและโครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบูรณาการ ESG ที่เน้นการปฏิบัติจริงและสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย

หน่วยงานภาครัฐและองค์กรไม่แสวงหากำไรควรส่งเสริมการนำกรอบการบูรณาการ ESG ไปทดลองใช้ในธุรกิจ SMEs นำร่อง และถอดบทเรียนเพื่อเผยแพร่ให้กับธุรกิจ SMEs อื่น ๆ

สื่อมวลชนและองค์กรด้านการสื่อสารควรเผยแพร่กรณีศึกษาและตัวอย่างความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ที่มีการบูรณาการ ESG อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างให้กับธุรกิจอื่น ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ (องค์ความรู้) ที่สำคัญ คือ กรอบการบูรณาการ ESG สำหรับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ SMEs ในหลากหลายประเภทและขนาด โดยควรให้ความสำคัญกับการปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและความพร้อมของแต่ละธุรกิจ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

1. การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบ ของการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด ESG ของธุรกิจ SMEs ในระยะยาว เพื่อวัดความคุ้มค่าของการลงทุนด้าน ESG และความยั่งยืนของการดำเนินงาน
 2. การพัฒนาเครื่องมือวัดและประเมินผล การดำเนินงานด้าน ESG ที่เหมาะสมกับบริบทและขนาดของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย โดยเฉพาะเครื่องมือที่ใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน
 3. การศึกษาเปรียบเทียบ การบูรณาการ ESG ในธุรกิจ SMEs ระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เช่น อุตสาหกรรมการผลิต การบริการ และการค้า เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เฉพาะเจาะจงกับแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม
 4. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ในการนำกรอบการบูรณาการ ESG ไปทดลองใช้ในธุรกิจ SMEs จริง เพื่อทดสอบประสิทธิภาพและปรับปรุงกรอบให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
 5. การศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมและอุปสรรค ในการดำเนินงานด้าน ESG ของธุรกิจ SMEs ในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะในช่วงภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย เพื่อพัฒนามาตรการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ
 6. การวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัล ในการสนับสนุนการดำเนินงานด้าน ESG ของธุรกิจ SMEs เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ เครื่องมือติดตามและรายงานผล และเทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 7. การศึกษาความต้องการและความคาดหวัง ของผู้บริหารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อการดำเนินงานด้าน ESG ของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย เพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบสนองได้อย่างตรงจุด
- การวิจัยในประเด็นเหล่านี้จะช่วยต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบูรณาการ ESG ในธุรกิจ SMEs และนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับการส่งเสริมความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย

References

- Amel-Zadeh, A., & Serafeim, G. (2018). Why and how investors use ESG information: evidence from a global survey. *Financial Analysts Journal*, 74(3), 87–103.
<https://doi.org/10.2469/faj.v74.n3.2>
- Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C., & Poussing, N. (2013). Are firms with different CSR profiles equally innovative? Empirical evidence from French SMEs. *Journal of Business Ethics*, 117(1), 111–124. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1514-7>

- Cantele, S., & Zardini, A. (2018). Is sustainability a competitive advantage for small businesses? an empirical analysis of possible mediators in the sustainability–financial performance relationship. *Journal of Cleaner Production*, 182, 166–176.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.016>
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1–23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>
- Clarke, T., Khlif, W., & Ingley, C. (2024). *Elgar encyclopedia of corporate governance*. Edward Elgar Publishing.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>
- Fan S. (2024). An exploratory study on the impact of ESG on business performance–focusing on listed companies in Korea and Taiwan. *PloS one*, 19(11), e0310447.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310447>
- Lee, K. H., Cin, B. C., & Lee, E. Y. (2016). Environmental responsibility and firm performance: the application of an environmental, social and governance model. *Business Strategy and the Environment*, 25(1), 40–53. <https://doi.org/10.1002/bse.1855>
- Lepoutre, J., & Heene, A. (2006). Investigating the impact of firm size on small business social responsibility: a critical review. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 257–273.
DOI:10.1007/s10551-006-9183-5
- Nimtrakool, K., Paranan, M., Saisanit, S., Nitipaiboon, J., Leerattananugulsiri, A., Pichayamahoot, N., & Traiphiriya, K. (2024). Green marketing strategies affecting the decision to purchase environmentally friendly community products in Rayong Province. *Arts of Management Journal*, 8(4), 18–40. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/272915>
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP). (2023, November 22). *Report on the situation of Thai SMEs 2023*. <https://bds.sme.go.th/Knowledge/Detail/16>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Prabasari, A. A. K. (2024). Exploring the indicators of micro, small, and medium enterprises toward sustainable business practices implementation in Indonesian context. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 2273–2293.

<https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5286>

Spence, L. J. (2007). CSR and small business in a European policy context: the five “C”s of CSR and small business research agenda 2007. *Business and Society Review*, 112, 533–552.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2007.00308.x>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper and Row.