

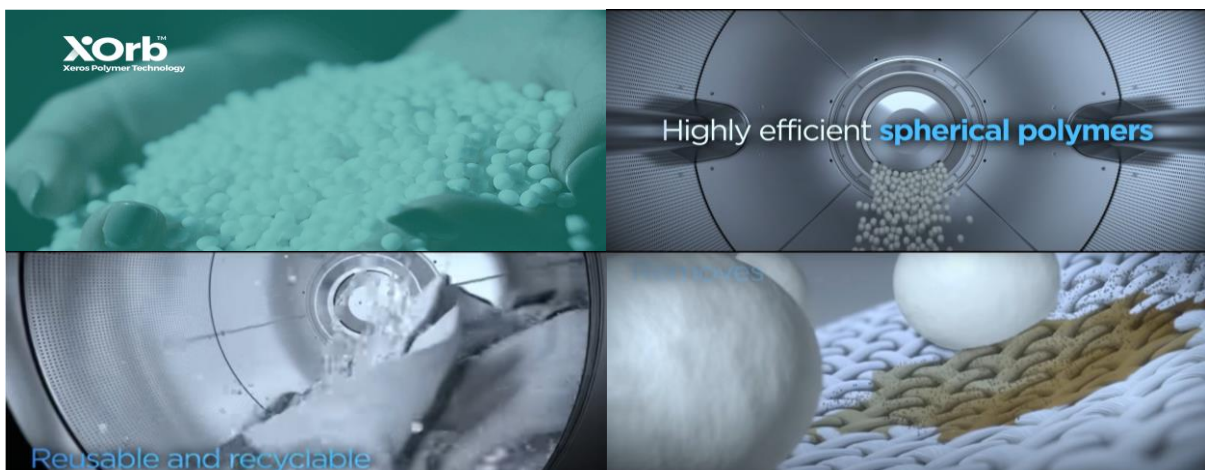
## โอกาสทางธุรกิจจากเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

โดยพัทธดนย์ ลีละสิริ

นับตั้งแต่องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ได้ประกาศเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือ Sustainable Development Goals (SDGs) จำนวน 17 เป้าหมาย เมื่อปี ค.ศ. 2015 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม และภาคประชาสังคมร่วมกันจัดการและแก้ไขปัญหาความท้าทายของโลกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น ความยากจน ความเหลื่อมล้ำทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ภายในปี ค.ศ. 2030 ประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง สำหรับภาคธุรกิจในประเทศไทย บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขนาดใหญ่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเป้าหมายนี้ ในขณะที่บริษัทบางส่วนยังคงมองว่าเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ และไม่ได้ให้ความสนใจกับประเด็นนี้มากนัก ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความสอดคล้องกับปัจจัยความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ทุกบริษัทต้องพบเจอ ซึ่งหากบริษัทขาดมาตรการป้องกันหรือวิธีลดความเสี่ยงที่ดีพออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อธุรกิจได้ อย่างไรก็ตาม กลับมีบริษัทอีกส่วนที่ไม่ได้มองว่าเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมนี้เป็นเรื่องของต้นทุนและความยุ่งยากที่เพิ่มขึ้น แต่กลับสร้างโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญอีกด้วย ดังนั้น บทความนี้จะนำเสนอกรณีศึกษาของบริษัททั่วโลกที่ได้พลิกประเด็นความเสี่ยงไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ไม่เพียงสร้างรายได้ให้กับบริษัท แต่ยังตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอีกด้วย

### โอกาสทางธุรกิจจากความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ

ในสภาวะปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกต่างประสบปัญหาภัยแล้ง หรือมีน้ำใช้ไม่เพียงพอต่อการบริโภคและอุปโภค ดังนั้น โอกาสของธุรกิจ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถใช้ได้ในช่วงที่ขาดแคลนน้ำหรือช่วยลดการใช้น้ำลงได้ ซึ่งจะช่วยตอบโจทย์เป้าหมายที่ 6 Clean Water and Sanitation หรือการมีน้ำใช้ การจัดการน้ำและสุขาภิบาลที่ยั่งยืน



ที่มา Xeros Technology Group

สำหรับตัวอย่างบริษัทที่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบโจทย์ปัญหาด้านการขาดแคลนน้ำ เช่น บริษัท Xeros Technology Group บริษัทนวัตกรรมด้านน้ำจากสหราชอาณาจักรได้พัฒนา XOrb ผลิตภัณฑ์ไมโครบีตส์

พอลิเมอร์ที่ช่วยประหยัดน้ำในการซักผ้า โดยเพียงแคใส่ XOrb ในเครื่องซักผ้าอุตสาหกรรมที่ใช้ถังซักแบบพิเศษที่ ออกแบบโดย Xeros Technology Group ภายใต้แบรนด์ Hydrofinitly เมื่อเริ่มกระบวนการซัก ไมโครบีตส์จะถูกปล่อย ออกมา และผสมกับน้ำในถังซักผ้า ซึ่ง XOrb มีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถจับตัวกับสิ่งสกปรกและคราบปนเปื้อนบน เสื้อผ้าได้ดี ส่งผลให้หลายคราบดังกล่าวบนเสื้อผ้าได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการซัก XOrb จะกลับ เข้าสู่ตัวถังซัก ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ในครั้งถัดไป โดย XOrb สามารถใช้ซักผ้าได้มากถึง 1,000 ครั้ง และเมื่อ ครบกำหนดอายุการใช้งานจะมีพนักงานของทางบริษัทมาจัดเก็บไมโครบีตส์ เพื่อนำไปรีไซเคิล ป้องกันการเกิดผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

โดยจากการทดสอบพบว่าผลิตภัณฑ์ XOrb ช่วยประหยัดการใช้น้ำได้ถึงร้อยละ 80 เนื่องจาก XOrb จะทำหน้าที่ แทนน้ำ ส่งผลให้ใช้ปริมาณน้ำน้อยลง นอกจากนี้ ในกระบวนการซักผ้าทั่วไปจำเป็นต้องใช้ผงซักฟอกจำนวนมาก และ ต้องใช้น้ำอุ่นในการซักผ้า เพื่อจัดคราบบนเสื้อผ้า แต่ด้วยนวัตกรรมของ XOrb ส่งผลให้การใช้น้ำผงซักฟอกและการใช้ พลังงานลดลงร้อยละ 50 เนื่องจาก XOrb ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการซักคราบสกปรก และลดการใช้พลังงานเพื่อ เปลี่ยนจากน้ำเย็นไปน้ำอุ่นได้ อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยี XOrb ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นและบริษัทวางแผนที่จะ Scale Up เทคโนโลยีนี้ โดยปัจจุบันบริษัทได้มีการขายสิทธิ์การใช้เทคโนโลยีนี้ให้กับบริษัท IFB Home Appliances ผู้ผลิตเครื่อง ซักผ้าใช้ในบ้านในประเทศอินเดีย และบริษัท Jiangsu Sea-Lion Machinery Company ผู้ผลิตเครื่องซักผ้าอุตสาหกรรม ในประเทศจีน ซึ่งบริษัท Xeros Technology Group ประเมินการว่านำเทคโนโลยีนี้มาใช้จะส่งผลให้ราคาเครื่องซักผ้า เพิ่มขึ้นเพียง 50 ดอลลาร์สหรัฐเท่านั้น และจะช่วยสร้างการเติบโตให้กับบริษัทในอนาคต

### โอกาสทางธุรกิจจากความเสียด้านมลพิษ

การพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลส่งผลให้เกิดมลพิษทางอากาศทั่วทุกมุมโลก โดยหลายเมืองใหญ่ในภูมิภาค เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ต่างมีระดับมลพิษทางอากาศเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) กำหนดส่งผลต่อสุขภาพของประชาชน ดังนั้น ภาคธุรกิจสามารถเปลี่ยน บัญชีเสี่ยงนี้เป็นโอกาสได้โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยปกป้องจากมลพิษทางอากาศ เช่น อุตสาหกรรมความงามที่ นำเสนอผลิตภัณฑ์ดูแลผิวต่อต้านมลภาวะ หรืออุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่นำเสนอเครื่องฟอกอากาศ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้มลพิษเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าหรือบริการได้อีกด้วย ซึ่งโอกาสเหล่านี้จะช่วยตอบโจทย์เป้าหมายที่ 11 Sustainable Cities and Communities การทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทานและยั่งยืน



ที่มา Unilever

สำหรับตัวอย่างบริษัทที่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบโจทย์ปัญหาด้านมลพิษ เช่น บริษัท Unilever ในประเทศจีนได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ซักผ้าชนิดแคปซูลภายใต้ยี่ห้อโอโม (OMO) ที่ใช้สารลดแรงตึงผิวที่ผลิตขึ้นจากคาร์บอนรีไซเคิล (Recycled Carbon Emissions) ทดแทนการใช้สารลดแรงตึงผิวจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ผลิตภัณฑ์ซักผ้าโอโมรูปแบบใหม่นี้เกิดความความร่วมมือ 3 องค์กร ได้แก่ บริษัท Unilever บริษัท LanzaTech ผู้เชี่ยวชาญด้านไบโอเทค และบริษัท India Glycols บริษัทเคมีที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัท LanzaTech มีหน้าที่ในการดักจับคาร์บอนที่ถูกปล่อยออกมาจากโรงถลุงเหล็กและแปรรูปเป็นเอทานอล (Ethanol) ซึ่งเป็นหนึ่งในวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตสารลดแรงตึงผิวผ่านเครื่องปฏิกรณ์ชีวภาพหรือถังหมัก ในขั้นตอนถัดไปบริษัท India Glycols จะนำเอทานอลที่ได้ไปทำปฏิกิริยาทางเคมีเพื่อเปลี่ยนเป็นเอทิลีน ออกไซด์ (Ethylene Oxide) และนำมาผลิตเป็นสารลดแรงตึงผิวสำหรับใช้ในผลิตภัณฑ์ซักผ้าต่อไป

การผลิตสารลดแรงตึงผิวจากคาร์บอนนอกจากจะช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลที่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศแล้วในกระบวนการผลิตเอทานอลจากคาร์บอนยังปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงถึงร้อยละ 82 เมื่อเทียบกับกระบวนการผลิตในรูปแบบเดิม สำหรับผลิตภัณฑ์ซักผ้าชนิดแคปซูลภายใต้ยี่ห้อโอโมที่ผลิตจากคาร์บอนรีไซเคิลนี้บริษัท Unilever มีการจำหน่ายในราคาเท่ากับแคปซูลซักผ้าที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิล เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้สินค้านี้ โดยแคปซูลซักผ้าจากคาร์บอนรีไซเคิลนี้ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดี และได้รับการจัดอันดับเป็นสินค้าขายดีในแพลตฟอร์ม E-commerce ของจีนอย่าง JD and Tmall รวมถึงยังได้รับการพูดถึงในสื่อต่างๆ กว่า 300 ล้านครั้ง ส่งผลให้ยอดขายรวมของแบรนด์โอโมเติบโตขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังวางแผนที่จะต่อยอดการใช้สารลดแรงตึงผิวจากคาร์บอนในผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของบริษัทในอนาคต เช่น สบู่และน้ำยาล้างจาน เป็นต้น

### โอกาสทางธุรกิจจากความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดภัยธรรมชาติและภัยพิบัติทั้งภัยแล้ง น้ำท่วม และคลื่นความร้อน สำหรับบริษัทที่พึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติหรือใช้วัตถุดิบที่ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศมีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) ดังนั้นบริษัทอาจลดความเสี่ยงได้โดยการหาวัตถุดิบอื่นมาทดแทน นอกจากนี้ จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม (Eco-anxiety) ส่งผลให้ความต้องการสินค้าและบริการที่ยั่งยืนมากขึ้น จากผลการสำรวจของ Euromonitor International บริษัทวิจัยตลาดระดับโลกพบว่าผู้บริโภคร้อยละ 51 รู้สึกยินดีที่จะใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และระบุว่าการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนี้จะช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับโลก นอกจากนี้ จากการผลการสำรวจของ YouGov บริษัทวิจัยตลาดสัญชาติอังกฤษที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกพบว่าผู้บริโภคร้อยละ 60 ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าหรือบริการที่ช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ภาคธุรกิจสามารถพลิกปัจจัยเสี่ยงนี้เป็นโอกาสได้โดยพัฒนาสินค้าหรือบริการที่มีการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) ต่ำโดยอาศัยนวัตกรรม ซึ่งจะช่วยตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของการดำเนินงานได้ สำหรับโอกาสเหล่านี้จะช่วยตอบโจทย์เป้าหมายที่ 13 Climate Action การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ที่มา Perfect Day

สำหรับตัวอย่างบริษัทที่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบโจทย์ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น บริษัท Perfect Day บริษัท Startup ที่ตั้งอยู่ใน Silicon Valley ได้มองเห็นปัญหาของไอศกรีมที่ทำจากผลิตภัณฑ์ทางเลือกอื่นๆ เช่น นมอัลมอนด์ หรือนมข้าวโอ๊ต ให้รสสัมผัสที่ไม่เหมือนกับไอศกรีมที่ทำจากนมวัว โดยเฉพาะความครีมมี ทำให้เกิดเป็นไอเดียในการพัฒนาไอศกรีมที่ผลิตจากโปรตีนนม ที่ไม่ต้องใช้นมวัวในการผลิต ซึ่งกระบวนการผลิตโปรตีนจากนมเริ่มจากการนำจุลินทรีย์ (Microflora) มาปรับปรุงให้มีรหัสพันธุกรรมและโครงสร้างเหมือนนมวัว เพื่อสร้างเป็นโปรตีน 2 กลุ่มหลัก คือ เคซีน (Casein) และเวย์ (Whey) จากนั้นโปรตีนที่ได้ผสมด้วยไขมันจากพืช วิตามิน แร่ธาตุ และนำไปผ่านกระบวนการหมักจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์โปรตีนนมที่ปราศจากน้ำตาลแลคโตส ซึ่งสามารถนำไปผลิตไอศกรีมได้ โดยไอศกรีมที่ผลิตจากโปรตีนนมนี้จะมีรสชาติ ความหนืด และปริมาณสารอาหารที่เหมือนกับนมวัว ทั้งที่ไม่ได้ใช้ส่วนผสมหรือองค์ประกอบใดจากวัวเลย โดยปัจจุบันบริษัท Perfect Day ได้มีการขายโปรตีนนมเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตไอศกรีมให้กับหลายแบรนด์ เช่น ไอศกรีม Greater's และเจลลาโต้ Villa Dolce เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น นมบรรจุกล่อง ครีมชีส และเวย์โปรตีน เป็นต้น จากผลสำเร็จดังกล่าวส่งผลให้บริษัท Perfect Day ได้รับเงินลงทุนจาก Venture Capital รวมกันตั้งแต่รอบ Series A ถึง Series D สูงถึง 750 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอยู่ในขั้นตอนเตรียมการเพื่อเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

จากรายงาน Climate Change and The Global Dairy Cattle Sector ซึ่งจัดทำโดยองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization) ในปีค.ศ. 2019 พบว่าการผลิตสินค้าจากนมวัวมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่าปีละ 1,711.8 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Carbon Dioxide Equivalent) คิดเป็นร้อยละ 3.4 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก ซึ่งมากกว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของอุตสาหกรรมการบิน (ร้อยละ 1.9) และอุตสาหกรรมชิปป์ (ร้อยละ 1.7) ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลของบริษัท Perfect Day ที่ระบุว่ากระบวนการผลิตโปรตีนนมของบริษัทสามารถลดการปล่อยเรือนกระจกลงไปได้ถึงร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับการใช้ผลิตภัณฑ์จากนมวัว นอกจากนี้ยังลดการใช้น้ำและพลังงานที่ไม่หมุนเวียนได้ถึงร้อยละ 99 และ 60 ตามลำดับ ดังนั้นการใช้โปรตีนนมมาทดแทนผลิตภัณฑ์จากนมวัวสามารถช่วยบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากตัวอย่างธุรกิจที่นำเสนอข้างต้นจะเห็นได้ว่าแต่ละบริษัทมีกลยุทธ์การพลิกความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้เป็นโอกาสโดยการออกผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยลดผลกระทบที่เกิดจากประเด็นปัญหาต่างๆ ของโลก และตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างน่าสนใจ สำหรับภาคธุรกิจในประเทศไทยควรมีการนำประเด็นเป้าหมายการพัฒนา

ที่ยั่งยืนมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และสร้างความแตกต่างในสายตาของลูกค้า นอกจากนี้ จากรายงาน UN Sustainable Development Goals ในปีค.ศ. 2019 ได้คาดการณ์มูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนจะสูงถึง 12 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปีค.ศ. 2030 ดังนั้น หากภาคธุรกิจในประเทศไทยจะเลยหรือไม่ให้ความสนใจกับประเด็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอาจจะพลาดโอกาสที่สำคัญนี้

## ที่มา

<https://www.xerostech.com/>

<https://www.agemon.cz/en/hydrofinito-commercial-laundry-machine/>

<https://www.unilever-ewa.com/news/2021/the-worlds-first-laundry-capsule-made-using-recycled-carbon-emissions/>

<https://perfectday.com/>

<https://thespoon.tech/perfect-day-launches-ice-cream-made-from-cow-free-milk-and-we-tried-it/>

### **About the Author**

คุณพัทธดนย์ ลีละสิริ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นที่ปรึกษา (Consultant) ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ระบบการเงินและการธนาคาร การสร้างแบบจำลองทางการเงินและเศรษฐกิจ การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การจัดทำกลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร