

หน่วยที่ 1 การวิเคราะห์ตลาดและออกแบบ Business Model Canvas ธุรกิจสีเขียว

1.1 แนวคิดธุรกิจสีเขียวและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ท่ามกลางวิกฤตการณ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และความผันผวนของระบบเศรษฐกิจโลก ภาคธุรกิจกำลังเผชิญกับแรงกดดันอย่างหนักให้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตจากการแสวงหาผลกำไรสูงสุดเพียงประการเดียว ไปสู่การสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ระบบนิเวศ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงถูกยกระดับจากการเป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดำเนินการแบบผิวเผิน ไปสู่การเป็นยุทธศาสตร์หลักที่ฝังรากลึกอยู่ในโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร การเปลี่ยนผ่านนี้ก่อให้เกิดภูมิทัศน์ทางธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า "ธุรกิจสีเขียว" ซึ่งกลายเป็นเงื่อนไขสำคัญที่กำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันและการอยู่รอดขององค์กรในศตวรรษที่ 21

ธุรกิจสีเขียว (Green Business) เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญของการพัฒนาโลกในปัจจุบัน ผู้ประกอบการจึงควรเรียนรู้แนวคิดดังกล่าวเพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



1.1.1 ความหมายและความสำคัญของ Green Business

ธุรกิจสีเขียว (Green Business) คือรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่บูรณาการความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล (ESG: Environmental, Social, and Governance) เข้าเป็นแกนกลางของยุทธศาสตร์องค์กร ควบคู่ไปกับการสร้างความยั่งยืนทางการเงิน โดยมุ่งเน้นการลดรอยเท้าทางนิเวศ (Ecological Footprint) การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานหมุนเวียนอย่างมี

ประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนการสร้างคุณค่าและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดธุรกิจสีเขียวไม่ได้จำกัดขอบเขตอยู่เฉพาะในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมโดยตรง เช่น อุตสาหกรรมพลังงานทางเลือก หรือธุรกิจบริหารจัดการขยะ เท่านั้น แต่ยังเป็นปรัชญาการบริหารที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับอุตสาหกรรมทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นภาคการผลิต ภาคการบริการ หรือพาณิชยกรรม ที่เลือกดำเนินงานในแนวทางที่บรรเทาผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดในขณะที่ยังคงรักษาระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจไว้ได้

ความสำคัญของธุรกิจสีเขียวในมิติทางเศรษฐศาสตร์มหภาคและจุลภาคมีความชัดเจนและสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม ประการแรกคือความสามารถในการลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว (Long-term Operational Cost Reduction) การเปลี่ยนผ่านจากการใช้พลังงานฟอสซิลไปสู่การใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ และการลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร สามารถช่วยลดรายจ่ายด้านพลังงานและวัตถุดิบได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดโลก ประการที่สองคือการสร้างความน่าเชื่อถือและยกระดับภาพลักษณ์ขององค์กร ในยุคที่ผู้บริโภคและพันธมิตรทางธุรกิจให้ความสำคัญกับความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม องค์กรที่ดำเนินธุรกิจสีเขียวจะมีความได้เปรียบในการสร้างความไว้วางใจ (Brand Trust) และความภักดีจากลูกค้า (Brand Loyalty) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้แต่มูลค่ามหาศาล ประการที่สาม ข้อมูลจากการวิจัยระดับโลกชี้ให้เห็นว่าบริษัทที่มีแหล่งที่มาของรายได้จากตลาดสีเขียวมักมีผลการดำเนินงานทางการเงินที่โดดเด่น โดยมีการเติบโตของรายได้เร็วกว่าสายธุรกิจแบบดั้งเดิมถึง 2 เท่า ยิ่งไปกว่านั้น ในตลาดทุน บริษัทที่สามารถสร้างรายได้มากกว่าร้อยละ 50 จากผลิตภัณฑ์หรือบริการสีเขียว มักจะได้รับส่วนเพิ่มของมูลค่าหุ้น (Valuation Premium) ประมาณร้อยละ 12 ถึง 15 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของกลุ่มนักลงทุนที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรและความยืดหยุ่นต่อความเสี่ยงในอนาคตขององค์กร เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและยกระดับมาตรฐานของภาคอุตสาหกรรมไทย กระทรวงอุตสาหกรรมได้ริเริ่มและกำหนดเกณฑ์ "อุตสาหกรรมสีเขียว" (Green Industry) ซึ่งเป็นกรอบการประเมินที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เพื่อเป็นเข็มทิศให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ดังนี้

ระดับอุตสาหกรรมสีเขียว	ความหมายและเกณฑ์การพิจารณาเชิงโครงสร้าง
ระดับที่ 1: ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment)	ระดับเริ่มต้นที่องค์กรต้องแสดงเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนโดยผู้บริหารระดับสูง และมีการสื่อสารนโยบายดังกล่าวให้บุคลากรภายในองค์กรรับทราบอย่างทั่วถึง
ระดับที่ 2: ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity)	องค์กรสามารถแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง ผ่านการริเริ่มกิจกรรมหรือโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมอย่างน้อย 1 โครงการ และ

ระดับอุตสาหกรรมสีเขียว	ความหมายและเกณฑ์การพิจารณาเชิงโครงสร้าง
	สามารถแสดงหลักฐานหรือสรุปผลความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ได้
ระดับที่ 3: ระบบสีเขียว (Green System)	การพัฒนาจากการทำกิจกรรมเฉพาะจุดไปสู่การจัดทำระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในระดับองค์กรอย่างบูรณาการ เช่น การนำมามาตรฐาน ISO 14001 มาประยุกต์ใช้ การมีกระบวนการประเมินความเสี่ยง การควบคุม และการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ⁴
ระดับที่ 4: วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture)	การหลอมรวมแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร บุคลากรทุกระดับมีจิตสำนึกและร่วมมือกันดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นกิจวัตร โดยไม่ต้องมีการบังคับ
ระดับที่ 5: เครือข่ายสีเขียว (Green Network)	ขอบเขตขั้นสูงสุดที่สะท้อนการขยายอิทธิพลของอุตสาหกรรมสีเขียวจากภายในองค์กรออกสู่ภายนอก ครอบคลุมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยองค์กรทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับคู่ค้า ตลอดจนพันธมิตรทางธุรกิจให้ก้าวสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวร่วมกัน

การกำหนดหลักเกณฑ์อุตสาหกรรมสีเขียวอย่างเป็นลำดับขั้นนี้ สะท้อนให้เห็นว่าการสร้างธุรกิจสีเขียวไม่ใช่กระบวนการที่สามารถทำให้สำเร็จลุล่วงได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่เป็นการเปลี่ยนผ่านเชิงยุทธศาสตร์ที่ต้องอาศัยภาวะผู้นำ การปรับโครงสร้างทรัพยากรมนุษย์ และการบูรณาการระบบปฏิบัติการเข้าด้วยกัน

1.1.2 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นวิสัยทัศน์และกรอบการทำงานระดับโลกที่สมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติได้รับรองขึ้นในปี ค.ศ. 2015 โดยมีเป้าหมายเพื่อยุติความยากจน ปกป้องโลก และสร้างความมั่นใจว่าประชากรโลกทุกคนจะมีความสุขและความมั่งคั่งภายในปี ค.ศ. 2030 (พ.ศ. 2573) กรอบการทำงานนี้ประกอบด้วยเป้าหมายหลัก 17 ประการ และเป้าหมายย่อย 169 ประการ ซึ่งครอบคลุมมิติการพัฒนาทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแยกออกจากกันไม่ได้ ภายใต้ปณิธานสำคัญคือ "การไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง" (Leave no one behind) สำหรับภาคธุรกิจเอกชน การบูรณาการ SDGs เข้ากับยุทธศาสตร์องค์กร ถือเป็นการเปลี่ยนมุมมองจากการทำธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว ไปสู่การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ที่ตอบโจทย์ทั้งความอยู่รอดของธุรกิจและความผาสุกของสังคมมนุษย์

เพื่อความเข้าใจในการนำไปออกแบบ Business Model Canvas เป้าหมายทั้ง 17 ประการสามารถจัดกลุ่มเพื่อการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจได้ 4 มิติหลัก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มิติการพัฒนา	รายละเอียดเป้าหมาย SDGs และการประยุกต์ใช้เชิงธุรกิจ
1. มิติสสิ่งแวดล้อม (Biosphere)	เป้าหมายที่ 13 (Climate Action): การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ธุรกิจต้องมีเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) และส่งเสริมกลยุทธ์คาร์บอนต่ำ เป้าหมายที่ 14 (Life Below Water): การอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับประมงหรือการขนส่งทางทะเลต้องบริหารจัดการไม่ให้เกิดมลพิษหรือสนับสนุนการประมงพื้นบ้านอย่างเป็นธรรม เป้าหมายที่ 15 (Life on Land): การปกป้องระบบนิเวศบนบก ธุรกิจควรบูรณาการมูลค่าของความหลากหลายทางชีวภาพเข้าสู่บัญชีด้านเศรษฐกิจและการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายป่าไม้
2. มิติเศรษฐกิจ (Economy)	เป้าหมายที่ 8 (Decent Work and Economic Growth): การส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับการจ้างงานที่เป็นธรรม การยุติแรงงานทาสและแรงงานเด็ก และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เป้าหมายที่ 9 (Industry, Innovation and Infrastructure): การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ยืดหยุ่น การยกระดับอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีสะอาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับห่วงโซ่อุปทานการผลิต เป้าหมายที่ 10 (Reduced Inequalities): การลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และโอกาส ธุรกิจสามารถอุดหนุนแหล่งวัตถุดิบจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาหรือชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม เป้าหมายที่ 12 (Responsible Consumption and Production): การรับประกันรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนผ่านเศรษฐกิจหมุนเวียน
3. มิติสังคม (Society)	เป้าหมายที่ 1 (No Poverty) & 2 (Zero Hunger): การยุติความยากจนและความหิวโหย ธุรกิจสามารถลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตรเพื่อลดความผันผวนของราคาอาหาร

มิติการพัฒนา	รายละเอียดเป้าหมาย SDGs และการประยุกต์ใช้เชิงธุรกิจ
	เป้าหมายที่ 3 (Good Health and Well-being): การสร้างหลักประกันด้านสุขภาพ ธุรกิจต้องรับประกันความปลอดภัยของสินค้าและสวัสดิการด้านสุขภาพของพนักงาน เป้าหมายที่ 4 (Quality Education): การศึกษาที่เท่าเทียม ธุรกิจควรลงทุนในการพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของพนักงาน เป้าหมายที่ 5 (Gender Equality): ความเท่าเทียมทางเพศ ธุรกิจต้องรับประกันสิทธิที่เท่าเทียมของผู้หญิงในทรัพยากรทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี เป้าหมายที่ 6 (Clean Water and Sanitation): การจัดการน้ำ ธุรกิจอุตสาหกรรมต้องจัดการระบบน้ำทิ้งและสนับสนุนชุมชนในการจัดการน้ำ เป้าหมายที่ 7 (Affordable and Clean Energy): การเข้าถึงพลังงานสะอาด ธุรกิจควรเปลี่ยนผ่านสู่การใช้พลังงานหมุนเวียน เป้าหมายที่ 11 (Sustainable Cities and Communities): การทำให้เมืองปลอดภัยและยั่งยืน ผ่านการลดมลภาวะจากยานพาหนะหรือโรงงานในเขตเมือง เป้าหมายที่ 16 (Peace, Justice and Strong Institutions): การสร้างสถาบันที่มีความรับผิดชอบและโปร่งใส ต่อต้านการทุจริตในภาคธุรกิจ
4. มิติความร่วมมือ (Partnership)	เป้าหมายที่ 17 (Partnerships for the Goals): การสร้างความร่วมมือระดับสากล ธุรกิจควรส่งเสริมความเป็นหุ้นส่วนระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม (PPPP - Public-Private-People Partnerships) เพื่อแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี ข้อมูลสถิติ และยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืน

ในบริบทของประเทศไทย การบรรลุเป้าหมาย SDGs ได้รับการบรรจุเป็นวาระสำคัญที่สอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยเฉพาะแผนฉบับที่ 13 ซึ่งสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้เชื่อมโยงตัวชี้วัด SDGs เข้ากับหมุดหมายการพัฒนาประเทศ เช่น การมุ่งสู่การเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง การท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืน การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า และ

โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ซึ่งเป็นวาระแห่งชาติ การบูรณาการ SDGs เข้าสู่ธุรกิจจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ SCG ได้นำเป้าหมายที่ 17 มาเป็นแกนกลางในการสร้างความร่วมมือเพื่อมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี พ.ศ. 2593 ในขณะที่บริษัท เอฟ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ได้เชื่อมโยง SDGs เข้ากับการดำเนินธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่การส่งเสริมความปลอดภัยของแรงงานก่อสร้าง การพัฒนาทักษะวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ในห่วงโซ่อุปทาน ไปจนถึงการออกแบบอาคารที่ลดคาร์บอนและประหยัดพลังงาน

1.1.3 แนวโน้มธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงที่ทรงพลังที่สุดในยุคปัจจุบันคือปรากฏการณ์การหลอมรวมระหว่างการพัฒนาที่ยั่งยืน และการปฏิวัติเทคโนโลยี ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์และผู้กำหนดนโยบายทั่วโลกขนานนามว่า "การเปลี่ยนผ่านแบบคู่ขนาน" (Twin Transition) หรือ Green-Digital Nexus ปรากฏการณ์นี้บ่งชี้ว่า เป้าหมายด้านเศรษฐกิจสีเขียวและการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลไม่ได้เป็นกระบวนการที่แยกขาดจากกันอีกต่อไป แต่เป็นกลไกที่เกื้อหนุนและสอดคล้องกันอย่างแน่นอน เทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานระดับรากฐานที่ช่วยเร่งอัตราเร่งของการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เทคโนโลยีอุบัติใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI), ระบบอัตโนมัติ (Automation), บล็อกเชน (Blockchain), อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) และระบบคลาวด์อัจฉริยะ กำลังถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อน ตัวอย่างเช่น การนำ AI มาใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์และบริหารห่วงโซ่อุปทาน ช่วยลดการผลิตสินค้าส่วนเกิน (Overproduction) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งได้อย่างแม่นยำ รายงานการค้าโลกประจำปี ค.ศ. 2025 โดยองค์การการค้าโลก (WTO) ประเมินว่า หากประเทศต่างๆ มีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่เพียงพอ เทคโนโลยี AI เพียงอย่างเดียวจะสามารถเพิ่มมูลค่าการค้าโลกได้มากถึงร้อยละ 30 ภายในปี ค.ศ. 2040 ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน นอกจากนี้ บริษัทเทคโนโลยีชั้นนำอย่าง หัวเว่ย (Huawei) ยังได้พิสูจน์ให้เห็นถึงศักยภาพของ Green-Digital Nexus ผ่านการปรับปรุงระบบคลาวด์และ 5G ให้ใช้พลังงานลดลงกว่าร้อยละ 60 รวมถึงการใช้แผงโซลาร์เซลล์ผลิตพลังงานหมุนเวียนปริมาณมหาศาลเพื่อป้อนเข้าสู่ระบบดาต้าเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ สามารถเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ลดคาร์บอนได้

สำหรับประเทศไทย ทิศทางของธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัลมีความโดดเด่นและเต็มไปด้วยโอกาส มูลค่าตลาดสีเขียวในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จาก 218 พันล้านบาทในปี ค.ศ. 2015 สู่ระดับประมาณ 369 พันล้านบาทในปี ค.ศ. 2024 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 5.68 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาดสีเขียวโลกที่เติบโตที่ร้อยละ 5.03 ต่อปี² ภาครัฐยังได้ออกนโยบายเพื่อกระตุ้นการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว โดยเฉพาะการสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้ยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 (เช่น BCG, EV, ดิจิทัล และ AI) รวมถึงการมอบสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ให้อุตสาหกรรมหักค่าใช้จ่ายดิจิทัลได้ถึงร้อยละ 200 (สูงสุด 300,000 บาท) ซึ่งเป็นหน้าต่างแห่งโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SME ในการยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยี

อย่างไรก็ตาม รายงานเชิงวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยยังคงเผชิญกับจุดเปราะบางที่สำคัญที่สุด นั่นคือ "ช่องว่างทางทักษะดิจิทัล" (Digital Skills Gap) ในขณะที่มูลค่าของธุรกิจดิจิทัลในภาพรวมเติบโตสูงถึงร้อยละ 13 ต่อปี แต่ทักษะดิจิทัลของแรงงานไทยกลับมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 1.4 ต่อปี ความไม่สอดคล้องกันนี้ก่อให้เกิดภาวะ "คอขวดในห่วงโซ่อุปทาน" และทำให้ประเทศตกอยู่ใน "ภาวะลวงตาความพร้อมทางดิจิทัล" (Digital Readiness Illusion) ดังนั้น การออกแบบโมเดลธุรกิจสีเขียวในยุค Twin Transition จึงต้องให้ความสำคัญสูงสุดกับการพัฒนาทุนมนุษย์และการให้การศึกษาที่มีคุณภาพ (SDG 4) ควบคู่ไปกับการลงทุนในเทคโนโลยี เพื่อป้องกันไม่ให้แรงงานกลุ่มเปราะบางถูกทิ้งไว้ข้างหลัง