

SDGs & ESG

ยกระดับความยั่งยืนสู่โอกาสทางธุรกิจ

(Reframing Sustainability as a Source of Strategic Value)

วันพุธ ที่ 25 กุมภาพันธ์ 69
ตั้งแต่เวลา 09.00-15.45 น. (1 วัน)

Executive Strategy Seminar ที่ใช้ SDGs & ESG เป็นเลนส์ เวทที่ไม่ได้ถามว่า “องค์กรควรทำ SDGs อย่างไร” แต่ถามว่า “**SDGs และ ESG จะเข้าไปเปลี่ยน ‘การตัดสินใจทางธุรกิจ’ ได้อย่างไร**”

อบรมนี้เหมาะสำหรับ

- ผู้บริหารที่ทำโครงการ SDGs ในองค์กร
- ผู้ที่จะริเริ่มทำโครงการ SDGs ในองค์กร
- ผู้ที่จะนำ SDGs มาสร้าง Innovation ในองค์กร
- ผู้ที่สนใจทำโครงการ SDGs

อัตราค่าอบรม

ท่านละ 1,800 / ท่าน

****ราคายังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%**

สนใจลงทะเบียน



ผู้ประสานงาน:

คุณนาฏติยา โสมาเกต

เบอร์โทร. 085-9391593 | email: nartiya@kctathailand.com

Facebook: KCT Academy สถาบันพัฒนาศกยภาพบุคลากร



หัวข้อสัมมนา

Sessions	Time	Detail
1	09:00-09:30	<p>SDGs: กรอบคิดทางธุรกิจเพื่อการสร้างคุณค่าและโอกาสขององค์กร (SDGs as a Business Framework for Value and Opportunity)</p> <p>Executive Insight</p> <ol style="list-style-type: none"> SDGs ไม่ได้บอกว่าองค์กรควรเป็นคนดีแค่ไหน แต่บอกว่าองค์กร “คิดและตัดสินใจ” อย่างไร SDGs ไม่ใช่ “สิ่งที่องค์กรต้องทำเพิ่ม” แต่เป็น Framework ที่ตลาดใช้ตีความการตัดสินใจขององค์กร <p>เนื้อหา</p> <ul style="list-style-type: none"> SDGs ในฐานะ External Lens ที่ลูกค้า คู่ค้า และสังคมใช้มององค์กร ทำไม SDGs จึงกลายเป็น “ภาษากลาง” ระหว่างธุรกิจและความคาดหวังภายนอก ความแตกต่างระหว่าง <ul style="list-style-type: none"> องค์กรที่ “อ้างถึง SDGs” กับองค์กรที่ “ใช้ SDGs กำหนดทิศทาง” Case องค์กรที่เปลี่ยน SDGs เป็น Narrative เชิงกลยุทธ์
2	09.45 - 10.45	<p>Strategic SDG Alignment: เมื่อการเลือก SDGs คือการเลือกอนาคตธุรกิจ (Choosing SDGs as Strategic Choices, Not Commitments)</p> <p>Executive Insight</p> <p>การเลือก SDGs = การจัดลำดับความสำคัญของทรัพยากร และสะท้อนว่าองค์กร “จะโตแบบไหน”</p> <p>เนื้อหา</p> <ul style="list-style-type: none"> การเลือก SDGs อย่างมีกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนทิศทางธุรกิจ Material SDGs ในฐานะ Strategic Filter การเชื่อม SDGs กับ <ul style="list-style-type: none"> วิสัยทัศน์องค์กร กลยุทธ์ธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) Business Model Value Creation Logic การแปลง SDGs เป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และตัวชี้วัด (KPI) ปัจจัยจำกัดที่พบบ่อยในการนำ SDGs ไปใช้โดยไม่เกิดผลเชิงธุรกิจ <p>Mini Exercise</p> <ul style="list-style-type: none"> วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง: องค์กรควรโฟกัส SDG ใด เพื่อสร้างคุณค่าและโอกาสทางธุรกิจ

หัวข้อสัมมนา

Sessions	Time	Detail
3	11.00 - 12.00	<p>Credible SDG Communication: เมื่อความน่าเชื่อถือกลายเป็นสินทรัพย์ Executive Insight 1.องค์กรไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์ แต่ต้องดู “สอดคล้องกับสิ่งที่เลือกทำ” 2.Trust as a Strategic Asset in SDG Communication</p> <p>เนื้อหา</p> <ul style="list-style-type: none"> • SDG Communication ในฐานะ Signal ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย • หลักการสื่อสาร SDGs ให้ • เข้าใจง่าย - น่าเชื่อถือ - เชื่อมโยงกับธุรกิจ • การออกแบบ Narrative ที่สะท้อน <ul style="list-style-type: none"> ◦ Decision ◦ Trade-off ◦ Priority • การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักขององค์กรผ่าน ช่อง วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ <ul style="list-style-type: none"> ◦ ลูกค้า ◦ คู่ค้า ◦ พนักงาน ◦ สังคม • ความแตกต่างระหว่างการสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบกับ Greenwashing • การเล่าเรื่องจากการดำเนินงาน สู่ ผลลัพธ์ และสู่ คุณค่าที่ตลาดรับรู้ <p>กรณีศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case การสื่อสารที่สร้าง Trust ระยะยาว vs การสื่อสารที่สร้างคำตามในตลาด
4	13.00 - 14.00	<p>SDGs as Innovation Logic: จาก Compliance สู่ Growth Platform (Using SDGs to Redesign Innovation and Growth)</p> <p>Executive Insight 1.SDGs ไม่ใช่เป้าหมาย แต่เป็น โจทย์ออกแบบนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจเนื้อหา</p> <p>เนื้อหา</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovation for SDGs ในมุมมอง <ul style="list-style-type: none"> ◦ Cost Structure ◦ Risk Reduction ◦ Market Differentiation • E / S / G ในฐานะ Design Constraints ที่สร้างความได้เปรียบ • บทบาทผู้นำในการทำให้ SDGs เข้าไปอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ และการเปลี่ยน SDGs เป็นโอกาส • แนวคิด Innovation for SDGs ในบริบทองค์กรเอกชน และตัวอย่างนวัตกรรมที่เชื่อมโยง <ul style="list-style-type: none"> ◦ สิ่งแวดล้อม (E) ◦ สังคม (S) ◦ ธรรมชาติ (G) <p>Workshop</p> <ul style="list-style-type: none"> • ระดมแนวคิด <p>“องค์กรจะใช้ SDGs เป็นฐานในการสร้างนวัตกรรมและโอกาสทางธุรกิจได้อย่างไร”</p>

Sessions	Time	Detail
5	14.15 - 15.45	<p>From SDGs Strategy to Actionable Projects (Strategic Execution Workshop)</p> <p>เนื้อหา</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executive Reality Check - Strategy Lives Under Constraints วิทยากรตั้งโจทย์เดี่ยวก่อนเริ่ม Workshop: “ถ้าองค์กรคุณทำได้แค่ 2 โครงการในปีหน้า โครงการ SDGs ไหน ควร ทำ และโครงการไหน ต้อง ไม่ทำ” <ul style="list-style-type: none"> o งบ = จำกัด o คน = จำกัด o เวลาผู้บริหาร = จำกัด <p>Strategic Project Filter (Executive Lens) ให้แต่ละกลุ่มใช้ Filter 5 คำถาม (บังคับตอบให้ชัด)</p> <p>Executive Project Filter</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.โครงการนี้แก้ “ความเสี่ยงหรือโอกาสเชิงกลยุทธ์” อะไร 2.ถ้าไม่ทำภายใน 12-24 เดือน จะเสียอะไร 3.โครงการนี้สนับสนุนกลยุทธ์หลักข้อไหนขององค์กร 4.ใช้ทรัพยากรอะไรเป็นหลัก (เงิน / คน / เวลา) 5.โครงการนี้ “แย่งทรัพยากร” จากโครงการไหน <p>หมายเหตุ : ต้องตอบให้ได้ทั้ง 5 ข้อ</p> <p>Workshop</p> <ul style="list-style-type: none"> o แต่ละกลุ่มคิดได้หลายโครงการ o แต่ เลือกได้สูงสุด 2 โครงการเท่านั้น <p>เรียงลำดับ :</p> <ul style="list-style-type: none"> o Project A = Must Do o Project B = Nice to Have o Not This Year <p>-เขียนเหตุผล “เชิงตัดสินใจ” ไม่ใช่เหตุผลเชิงคุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executive Reflection - What We Chose NOT to Do ทุกกลุ่มตอบคำถามด้วย: “ปีหน้า องค์กรนี้ ‘จะไม่ทำอะไร’ เพื่อให้โครงการนี้เกิดผลจริง” • Strategic Consequence Review : ให้ผู้เข้าอบรมย้อนดู Project ที่ตัวเองเลือกตอบ 3 คำตาม <ol style="list-style-type: none"> 1.การเลือกนี้ > เพิ่ม / ลด ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์อะไร 2.การเลือกนี้ > ต้องการการตัดสินใจระดับผู้บริหารอะไรเพิ่ม 3.ถ้าโครงการนี้ล้ม > ใครต้องรับผิดชอบ และในบทบาทใด <ul style="list-style-type: none"> -Strategy กลายเป็น Leadership Reality <p>From Strategic Choice to Executive Readiness : ไม่ใช่ “ทางเดิน” แต่คือ “ความพร้อมของผู้นำในการพาองค์กรเดิน”</p>

ผู้ประสานงาน:

คุณนาถียา ไสมาฤกษ์

เบอร์โทร. 085-9391593 | email: nartiya@kctathailand.com

Facebook: KCT Academy สถาบันพัฒนาศกยภาพบุคลากร

