



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
The Stock Exchange of Thailand

แนวทางการจัดทำ รายงานแห่งความยั่งยืน



แนวทางการจัดทำ รายงานแห่งความยั่งยืน

ผู้เขียน สถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
ณัฐศิริ บุญชวน

กองบรรณาธิการ สุดารัตน์ มงคลวิจารย์ณผล

อำนวยการผลิต สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute : CSRI)
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0 2229 2222 โทรสาร 0 2654 5414
www.csri.or.th e-mail: csri@set.or.th

ออกแบบรูปเล่ม บริษัท พูลพอร์ท จำกัด

พิมพ์ครั้งที่ 1 มิถุนายน 2555 จำนวน 2,000 เล่ม

พิมพ์ที่ บริษัท เมจิกเพรส จำกัด

ลิขสิทธิ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สงวนลิขสิทธิ์ ห้ามทำออกเลียนไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือ
นอกจากจะได้รับอนุญาต
เอกสารนี้มีใช้คำแนะนำทางกฎหมาย และมีได้ผูกพันการตีความ
ทางกฎหมายของผู้จัดทำแต่อย่างใด



สารบัญ

หน้า

หน้า

7

บทที่ 1 ความรับผิดชอบต่องสังคมของกิจการ

- | | |
|--|----|
| 1.1 ความรับผิดชอบต่องสังคมของกิจการหมายถึงอะไร | 14 |
| 1.2 พัฒนาการเรื่องความรับผิดชอบต่องสังคมของกิจการ | 18 |
| 1.3 ประโยชน์ของความรับผิดชอบต่องสังคมที่มีต่องกิจการ | 21 |
| 1.4 แนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่องสังคมของกิจการ | 25 |
| 1.5 แนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่องสังคมของพนักงาน | 29 |

บทที่ 2 ภาพรวมการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

- | | |
|--|----|
| 2.1 รายงานแห่งความยั่งยืนคืออะไร | 34 |
| 2.2 วัตถุประสงค์ของการรายงาน | 35 |
| 2.3 คุณค่าและความสำคัญของการรายงาน | 36 |
| 2.4 หลักการสำคัญในการรายงาน | 39 |
| 2.5 องค์ประกอบที่เกือหนูนผลสำเร็จของรายงาน | 42 |

2.6	ใครควรต้องจัดทำรายงาน	43
2.7	วิธีการจัดทำรายงาน	45
2.8	ประเด็นที่ควรนำมารายงาน	46
2.9	ช่วงเวลาที่ยังรายงาน	48
2.10	ช่องทางในการรายงาน	49

บทที่ 3 การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI

3.1	องค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) คือใคร	52
3.2	กรอบและแนวทางการจัดทำรายงานของ GRI	53
3.3	กระบวนการจัดทำรายงาน 5 ระยะของ GRI	60
3.4	สารัตถภาพของการรายงาน	65
3.5	การนำแนวทางไปประยุกต์ใช้	67
3.6	การใช้แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนและวิธีจัดทำ รายงานแห่งความยั่งยืน ตามกรอบของ GRI รุ่น 3.1	70

แนวทางการจัดทำ รายงานแห่งความยั่งยืน



บทนำ

ความยั่งยืน (Sustainability) ถูกจัดให้เป็นวาระที่กำหนดให้เป็น “ผล” การดำเนินงานของกิจการ ท่ามกลางความคาดหวังของโลกที่มุ่งเน้นความสำคัญของการพัฒนาที่สมดุลในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม องค์กรที่มุ่งเน้นผลการดำเนินงานไปที่การเติบโต (Growth) เพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถยืนหยัดหรืออยู่รอดในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจเช่นในปัจจุบันได้อีกต่อไป

การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility: CSR) นับเป็นปัจจัยหลักหรือ “เหตุ” ที่เกื้อหนุนให้องค์กรได้มาซึ่งความยั่งยืนจากการประกอบกิจการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “กิจการไม่สามารถดำรงไว้ซึ่งความยั่งยืนโดยปราศจากความรับผิดชอบต่อสังคม”

การดำเนินกิจการขององค์กรหนึ่งๆ มิได้มีความบริบูรณ์พร้อมในขนาดที่ปลอดจากการส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมใดๆ แต่ในสภาพความเป็นจริงองค์กรมีการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในทางบวก อาทิ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การสร้างงาน การพัฒนาคุณภาพชีวิตจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ และผลกระทบในทางลบ อาทิ การเผาผลาญทรัพยากรธรรมชาติ ชะมลภาวะ กากของเสีย ฯลฯ

การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่ควรจะเป็น จึงมิใช่การมุ่ง
ยุติผลกระทบในทางลบเพื่อมิให้เกิดขึ้น แต่เป็นการบริหารจัดการผลกระทบทางลบ
เหล่านั้นให้ส่งผลน้อยที่สุด หรืออยู่ในวิสัยที่ควบคุมดูแลได้ เพื่อมิให้เกิดความ
เดือดร้อนเสียหายแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ขณะที่กิจการส่งมอบผลกระทบทาง
บวกให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

ด้วยเหตุนี้ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social
Responsibility Institute : CSRI) ต่างเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็น
ของบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจและ
ริเริ่มพัฒนากิจการของตนเองไปสู่ความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคมและ
สิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล (Environment Social & Corporate
Governance : ESG) รวมถึงนำแนวคิดดังกล่าวมาปฏิบัติอย่างจริงจัง ดังนั้น
สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม จึงเห็นพ้องในการเตรียมความ
พร้อมให้แก่บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ในการพัฒนาไปสู่ความ
ยั่งยืนดังกล่าวเพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงแข็งแรงด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
ให้แก่สังคมไทย ด้วยการจัดทำและเผยแพร่คู่มือด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
2 ฉบับ ได้แก่

1. แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

เป็นคู่มือด้านความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเพิ่มเติมและขยายเนื้อหาของ
"เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม" ที่จัดทำไว้ตั้งแต่ในปี 2551 โดยคู่มือดังกล่าวจะครอบคลุม
ประเด็นสำคัญทั้งหมดของหลักการสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ได้แก่

ISO 26000, UN Global Compact, GRI รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผสมผสานกับเนื้อหาเพิ่มเติมด้านหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยเน้นเนื้อหาให้สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมทั้งนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง

2. “แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน” หรือ Sustainability Reporting Guidelines

แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนที่กล่าวถึง ซึ่งก็คือเอกสารฉบับนี้เป็นแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนขององค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI) ในฉบับแปลภาษาไทยเพื่อใช้เป็นเอกสารตั้งต้นสำหรับบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป ใช้ศึกษาทำความเข้าใจถึงแนวทางและวิธีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน โดยเป็นการจัดทำร่วมกับสถาบันไทยพัฒน์ ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

ดังนั้น การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Reporting) จึงนับเป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งขององค์กร ที่ใช้สื่อสารถึงผลการดำเนินงานของกิจการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ไม่จำกัดอยู่เพียงกิจการหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ยังเป็นประโยชน์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการรายงานถึงโปรไฟล์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้แก่ลูกค้าและคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับทราบและเกิดการยอมรับ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ

แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไป มีแนววิธีการจัดทำข้อมูลรายงานการดำเนินงานของกิจการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอ้างอิงจากรอบการรายงานของ GRI ที่ประกอบด้วย เนื้อหา คุณภาพ ขอบเขตของการรายงาน มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล เกณฑ์วิธีตัวชี้วัด และการวัดระดับการรายงาน

ความเข้าใจเบื้องต้นของรายงานแห่งความยั่งยืน คือการรายงานตามความเป็นจริง ดังเช่นที่องค์กรมีทั้งการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในทางบวกและในทางลบ การรายงานจึงต้องสะท้อนผลการดำเนินงานทั้งในทางบวกและในทางลบ เช่นกัน ความพยายามในการปรับแต่งข้อมูลรายงานหรือจำกัดการรายงานเฉพาะข้อมูลด้านใดด้านเดียวจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ขององค์กรที่จัดทำรายงาน ทำให้การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรทุ่มเทมาต้องสูญเปล่าไปอย่างน่าเสียดาย

ปัจจุบันมีหลายประเทศที่ส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจในประเทศของตนจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนเผยแพร่ต่อสาธารณะ อาทิ ฝรั่งเศส เดนมาร์ก แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ และมีองค์กรธุรกิจหลายพันแห่งทั่วโลกได้ริเริ่มจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบการรายงานของ GRI โดยมีแนวโน้มของจำนวนองค์กรที่จัดทำรายงานเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม และสถาบันไทยพัฒน์ หวังว่าแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนฉบับนี้ จะเป็นเอกสารตั้งต้นสำหรับบริษัทจดทะเบียนและองค์กรธุรกิจทั่วไปในการศึกษาทำความเข้าใจถึงแนวทางและวิธีการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน เพื่อประโยชน์ในการใช้เป็นช่องทางสื่อสารของ

องค์กรในผลการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการแก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

อนึ่ง “แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน” จัดทำขึ้นเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คือ “แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน” ฉบับนี้ ซึ่งจัดทำให้ใช้ควบคู่กับ

ส่วนที่ 2 คือ “วิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI Sustainability Reporting Guidelines รุ่น 3.1” ซึ่งเป็นฉบับแปลภาษาไทยจากต้นฉบับภาษาอังกฤษของ GRI และผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคมที่ www.csri.or.th

บทนำ

1



ความรับผิดชอบต่อสังคม

ต่อสังคม

ของกิจการ

1.1

ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหมายถึงอะไร

ใน ประเทศไทยยังมีความเข้าใจความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหรือซีเอสอาร์ (Corporate Social Responsibility : CSR) ในมุมมอง และการนิยามความหมายของ CSR ของกิจการในประเทศไทย ยังมีความเข้าใจไม่ตรงกันว่า CSR คืออะไร

ส่วนใหญ่จะมองว่า CSR คือการมีส่วนร่วมทางสังคมในแง่ของการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ช่วยเหลือสังคมในเชิง “สังคมสงเคราะห์” ให้กับผู้ยากไร้หรือด้อยโอกาส ในขณะที่นิยามของ CSR ที่ได้รับการยอมรับสากล คือนิยามที่ผสมเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ากับการดำเนินกิจการ โดยกินความรวมถึงสิ่งที่ทำภายนอกและองค์ประกอบภายในองค์กรควบคู่กันไป

จากความเข้าใจ CSR ในมุมมองเช่นนี้ ทำให้การดำเนินงานด้าน CSR ของกิจการส่วนใหญ่จะเน้นการช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นเรื่องภายนอกองค์กร แต่ละเรื่องภายในองค์กร เช่น การเสียภาษีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การจัดระบบบริหารจัดการที่ใส่ใจเรื่องธรรมาภิบาล และการปรับกระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อหรือทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ปล่อยน้ำเสียลงในแหล่งน้ำสาธารณะ เป็นต้น

มีผู้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการหรือ CSR ไว้หลายคำจำกัดความซึ่งก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก และความหมายหนึ่งที่น่าจะทำให้เห็นภาพและเข้าใจ CSR ได้ดีคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมขององค์กรทั้งภายนอกและภายในที่คำนึงถึงผลกระทบต่อตัวองค์กรเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งในระดับใกล้และระดับไกลด้วยทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะพาให้มีการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นสุข

คำว่ากิจกรรมในความหมายข้างต้นหมายรวมถึงการคิด การพูดและการกระทำ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการและการดำเนินงานขององค์กร

ส่วนสังคมในความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ จะพิจารณาตั้งแต่ผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ สังคมใกล้และสังคมไกล

สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ ส่วนสังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป รวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รับผลกระทบในระดับของประเทศ เป็นต้น ดังนั้น ลำดับชั้นของผู้มีส่วนได้เสียในระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถแสดงด้วยภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 ลำดับชั้นของผู้มีส่วนได้เสียในระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ระดับลูกค้า

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค การให้ข้อมูลขององค์กรและตัวผลิตภัณฑ์อย่างพอเพียงและอย่างถูกต้องเที่ยงตรง มีการให้บริการลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ระดับคู่ค้า

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การรวมกลุ่มและยกระดับความสามารถในการดำเนินกิจการของคู่ค้า ความรอบคอบระมัดระวังในการผสมผสานประโยชน์อย่างเป็นธรรมและไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า เช่น การอาศัยอำนาจการครองตลาดที่ใหญ่กว่าไปกดดันบีบบังคับให้คู่ค้าต้องปฏิบัติตามด้วยความไม่เต็มใจ เป็นต้น

ระดับชุมชนและสภาพแวดล้อม

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การเกื้อกูลชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสเข้าทำงานในองค์กร การระแวดระวังการดำเนินงานของกิจการที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข เป็นต้น

ระดับประชาสังคม

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่นๆ ในการพัฒนาสังคม การตรวจตราดูแลมิให้กิจการเกี่ยวร้อยกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน การรับฟังข้อมูลหรือทำประชาพิจารณ์ต่อการดำเนินกิจการที่ส่งผลกระทบต่อสังคม และการเสียภาษีอากรให้รัฐอย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น

ระดับของคู่แข่งเงินทางธุรกิจ

ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การดูแลกิจการมิให้เกี่ยวข้องกับ การแข่งขันด้วยวิธีการหุ่มตลาด การต่อต้านการทุจริต การกรรโชกและให้สินบน ในทุปรูปแบบ เป็นต้น

ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในอีกแง่มุมหนึ่งที่ยังมีความคลาดเคลื่อนคือ การที่ผู้บริหารยังมอง CSR จากกรอบความคิดเรื่องต้นทุน และผลประโยชน์ระยะสั้นของกิจการ โดยขาดความรู้และความเข้าใจว่า CSR จะสามารถทำให้กิจการได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างไรในแง่ของการเพิ่มผลกำไรหรือยอดขาย ยิ่งไปกว่านั้นบางส่วนยังต่อต้าน CSR เพราะเห็นว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินกิจการ ซึ่งอาจส่งผลทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้และเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุจุดประสงค์ในการดำเนินกิจการหรือทำธุรกิจ ที่ต้องการผลตอบแทนสูงสุดให้แก่เจ้าของ ทั้งที่ในความเป็นจริงการดำเนินการด้าน CSR มีนัยของสิ่งที่กิจการต้องยินดีจ่ายออกไปว่าเป็น “การลงทุน” ที่อาจไม่ได้สร้างผลตอบแทนระยะสั้นที่เห็นได้ชัดเจน แต่เป็นการสร้าง “ความเชื่อมั่น และความศรัทธา” ของผู้บริโภคต่อกิจการนั้น ผู้บริหารจึงควรมองเรื่อง CSR เป็นเรื่องของ “การลงทุน” มิใช่เรื่องของ “ค่าใช้จ่าย” โดยอาจเปรียบเทียบเหมือนกับ สมัยหนึ่งที่มีมองเรื่องของการศึกษาและฝึกอบรมบุคลากรเป็นเรื่องของ “ค่าใช้จ่าย” ที่มองไม่เห็น “ผลตอบแทน” ในระยะสั้นชัดเจน แต่ในยุคปัจจุบันกลับกลายเป็น เรื่องของ “การลงทุน” ที่เก็บเกี่ยวผลในระยะยาว

นอกจากนี้ มักจะพบว่าหากกิจการใดผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับ CSR มาก เรื่องนี้ก็จะได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ทั้งในเรื่องบุคลากรและงบประมาณ ขณะที่บางกิจการแม้ผู้บริหารระดับสูงจะให้การสนับสนุน แต่ในภาวะที่ผลประกอบการขององค์กรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย งบประมาณที่จะถูกตัดออกในลำดับต้นๆ ก็คืองบประมาณด้าน CSR และในหลายกิจการ งาน CSR ถูกจัดให้รวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์หรืองานการตลาด แทนที่จะมี

ส่วนงานรับผิดชอบโดยตรง ทำให้ต้องแบ่งบุคลากรที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์หรือการตลาดมารับผิดชอบต่องาน CSR ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ส่วนใหญ่จะไม่เข้าใจในเนื้อหา CSR อย่างแท้จริง ส่งผลให้กิจกรรมด้าน CSR ออกมาในเชิงการตลาดและการประชาสัมพันธ์มากกว่าจะเป็นการเข้าไปช่วยแก้ไขบรรเทาผลกระทบหรือปัญหาที่เกิดจากกิจการซึ่งส่งผลต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

ดังนั้น ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ CSR จึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเริ่มต้นหันมาดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยจิตสำนึกที่มาจากข้างในอย่างแท้จริง

1.2

พัฒนาการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

ที่มาของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

คำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” เริ่มถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในช่วงต้นปี ค.ศ. 1970 แม้ว่าจะมีองค์กรและหน่วยงานของรัฐหลายๆ แห่งนำประเด็นต่างๆ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาดำเนินการแล้วตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 19 หรืออาจจะเกิดขึ้นก่อนหน้านั้นด้วยซ้ำ

ในอดีต ความสนใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคมได้มุ่งเน้นอยู่แต่ในภาคธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น คำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ” (Corporate Social responsibility: CSR) จึงเป็นคำที่คุ้นเคยมากกว่าคำว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” (Social responsibility: SR) และในความเป็นจริง ความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถนำไปใช้ได้กับองค์กรทุกประเภท ไม่ใช่แค่เฉพาะกับองค์กรที่เป็นภาคธุรกิจเท่านั้น ด้วยองค์กรทุกแห่งเหล่านี้สามารถดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งต่อตัวองค์กรเองและผู้มีส่วนได้เสียรายรอบ

องค์ประกอบหรือประเด็นต่างๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งสำหรับกิจการ จะสะท้อนถึงความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการในช่วงเวลานั้นและอาจจะมีความเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป ดังนั้น เมื่อประเด็นข้อกังวลต่างๆ ของสังคมมีความเปลี่ยนแปลงไป ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการก็ย่อมจะเปลี่ยนแปลงไปตามประเด็นข้อกังวลต่างๆ เหล่านั้นด้วย ซึ่งกิจการควรวางรับรู้อุบัติการณ์ถึงความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

โดยทั่วไป มักพบว่าความรู้ในระบะแรกของความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการมักมุ่งเน้นไปที่กิจกรรมการให้ความช่วยเหลือประเภทการบริจาค (Philanthropic Activities) ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมก็เริ่มได้รับการกล่าวถึงในศตวรรษนี้ ตามมาด้วยเรื่องสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม การปกป้องผู้บริโภค และการต่อต้านการทุจริตที่ได้รับความสนใจมากขึ้น

ในมาตรฐานสากล ISO 26000 เราจะพบว่าประกอบด้วยหัวข้อหลักและประเด็นต่างๆ ที่สะท้อนมุมมองของการปฏิบัติที่ดีในปัจจุบัน ซึ่งแน่นอนว่าอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตหรืออาจมีประเด็นอื่นๆ เกิดขึ้นเพิ่มเติมภายหลังที่จะเป็นองค์ประกอบสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมได้ต่อไป

แนวโน้มเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจุบันกิจการเริ่มตระหนักเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น จากเหตุผลต่างๆ มากมาย ซึ่งเหตุผลหนึ่งมาจากเรื่องโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่สามารถทำให้การเคลื่อนย้ายและการเข้าถึงสิ่งต่างๆ ง่ายตายขึ้น รวมถึงการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วแบบทันทีทันใด ส่งผลให้บุคคลและองค์กรต่างๆ ในโลกนี้สามารถทราบถึงการตัดสินใจและเรียนรู้การดำเนินการต่างๆ ของกิจการที่มีสถานที่ตั้งอยู่ทั้งใกล้และห่างไกลออกไป ซึ่งหมายความว่า การตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ ของกิจการจะได้รับการตรวจสอบอย่างเข้มงวดจากกลุ่มคนหรือบุคคลต่างๆ อย่างกว้างขวาง รวมถึงสามารถนำนโยบายและการปฏิบัติของกิจการต่างๆ ทั้งที่มีสถานที่ตั้งอยู่ทั้งใกล้และห่างไกลออกไปเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกันได้

การอยู่ร่วมกันของพลเมืองโลกก็เป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งผลักดันและส่งผลต่อแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในแง่มุมมองการดำรงอยู่ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การมีสุขภาพที่ดี การต่อสู้กับปัญหาความยากจน การเติบโตด้านการเงินและการพึ่งพากันด้านเศรษฐกิจ ซึ่งหมายความว่าเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการ อาจมีขอบเขตอาณาบริเวณที่ครอบคลุมไกลออกไปกว่าบริเวณรายรอบพื้นที่ตั้งของกิจการก็ได้ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกิจการที่ดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมควรคำนึงถึงสถานการณ์ของสังคมหรือเศรษฐกิจอย่างครอบคลุมในทุกๆ ประเด็นที่เกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ จะเห็นว่าแนวปฏิบัติและประกาศต่างๆ ของสากลต่างล้วนเน้นให้เห็นถึงการพึ่งพากันและกันในระดับโลก ได้แก่

- ❖ ประกาศปฏิญญาไรโอ ว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The Rio Declaration on Environment and Development)
- ❖ ประกาศปฏิญญาโจฮันเนสเบิร์ก ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (The Johannesburg Declaration on Sustainable Development)
- ❖ เป้าประสงค์ของการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals – MDGs) และ
- ❖ ประกาศปฏิญญาขององค์การแรงงานระหว่างประเทศเกี่ยวกับหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (The ILO Declaration of Fundamental Principles and Rights at Work) เป็นต้น

เนื่องจากหลายสิบปีที่ผ่านมา โลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดผลกระทบที่เพิ่มขึ้นกับองค์กรประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรในภาคเอกชน องค์กรในภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO's) ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์กรเหล่านี้ต่างเริ่มกลายมาเป็นผู้ให้บริการต่างๆ ที่แต่เดิมมีเพียงภาครัฐเป็นผู้ให้บริการเท่านั้น โดยเฉพาะในประเทศที่รัฐบาลต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายและเงื่อนไขต่างๆ ที่รุนแรง รวมทั้งไม่สามารถจะให้บริการได้อย่างเพียงพอ เช่น บริการด้านสุขภาพ

การศึกษาและสวัสดิการ ทำให้บทบาทหน้าที่ขององค์กรในภาคเอกชน องค์กรในภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชนต่างๆ ก็มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ส่งผลให้ประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขยายตัวและเปลี่ยนแปลงไปสู่องค์กรเหล่านี้เช่นกัน

ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจและการเงิน กิจการควรคงไว้ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยวิกฤตการณ์เช่นนี้จะยิ่งก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ดังนั้น จึงกิจการจึงควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น ในมุขกลับกัน กิจการสามารถใช้วิกฤตการณ์เป็นโอกาสเฉพาะสำหรับการบูรณาการประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปกำหนดนโยบาย การตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ

นอกจากนี้ ผู้บริโภค ลูกค้า นักลงทุน ผู้บริจาคและเจ้าของกิจการ (ผู้ถือหุ้น) ต่างล้วนมีอิทธิพลด้านการเงินที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ อีกทั้งความคาดหวังของสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรก็มักจะมีเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้น การมีกฎหมายที่ส่งเสริมให้ชุมชนมีสิทธิรับรู้ข้อมูลข่าวสารจะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและการดำเนินการต่างๆ ของกิจการ อย่างไรก็ตาม กิจการควรใช้กลยุทธ์เชิงรุกด้วยการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียของตนเองด้วยความเต็มใจ โดยการจัดทำรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับสารสนเทศและแสดงให้เห็นผลการดำเนินงานในด้านนี้

1.3

ประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อกิจการ

ยังมีผู้บริหารของกิจการจำนวนมากที่มองไม่เห็นประโยชน์ของ CSR โดยมองงาน CSR จากกรอบความคิดเรื่องต้นทุนและผลประโยชน์ระยะสั้น นั่นคือสนใจเพียงแค่ว่า CSR จะทำให้บริษัทได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างไรในแง่ของการเพิ่มผลกำไรหรือยอดขาย ผู้บริหารอีกจำนวนหนึ่งจึงยังต่อต้าน CSR เพราะ

เห็นว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินกิจการ ส่งผลทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้

ที่จริงแล้ว CSR สามารถสร้างคุณประโยชน์ในหลายด้านให้เกิดแก่กิจการได้ ซึ่งการนำแนวคิด CSR ไปปฏิบัติจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ทั้งรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) แก่ทั้งผู้ที่อยู่ในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงและโดยอ้อม ดังนี้

ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

ในแง่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ เป็นการช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน ราคาหุ้นมีเสถียรภาพและมีมูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน เม็ดเงินลงทุนในกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเรียกกันว่า SRI (Socially Responsible Investing) นั้น มีมูลค่าและแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้นซึ่งจะทำให้ต้นทุนทางการเงินมีแนวโน้มที่ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติของตลาด ในแง่ของพนักงานเกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปแบบตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกันก็สามารถชักชวนบุคคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้

CSR ยังช่วยสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงาน กล่าวคือ ขณะที่คนมองว่า CSR เป็นการเพิ่มภาระต้นทุนของกิจการ แต่ข้อเท็จจริงกลับปรากฏว่าการจัดการกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับแนวคิด CSR ส่งผลช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว ตัวอย่างเช่น บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งที่มีสาขาอยู่มากมายทั่วประเทศไทย มีโครงการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าของบริษัทเมื่อปี 2547 ด้วยการเปลี่ยนหลอดไฟใน 30 สาขาให้เป็นหลอดประหยัดพลังงาน และปรับปรุงการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หลังจากนั้นเพียง 8 เดือนเมื่อมีการเก็บตัวเลขพบว่า กิจการสามารถประหยัดค่าพลังงานไฟฟ้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องได้ถึง 90 ล้านบาท หรืออีกตัวอย่างของ CSR

ในการช่วยลดต้นทุน คือการลดค่าโฆษณาเปิดตัวสินค้าของบริษัทแห่งหนึ่งที่เคยช่วยเหลือเกษตรกร ซึ่งได้รับความเดือดร้อนจากผลผลิตที่ล้นตลาด โดยบริษัทได้รับการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์จากหลายส่วนในสังคมที่รับรู้การกระทำดังกล่าวของบริษัท

ประการต่อมา CSR ช่วยสร้างการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ชื่อดังแห่งหนึ่งเคยช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีแก่ชุมชนห่างไกลในอินเดียที่ไม่มีไฟฟ้าใช้ โดยคิดค้นเครื่องพริ้นเตอร์ที่ไม่ต้องใช้ไฟฟ้าเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องไฟฟ้า ในที่สุดนวัตกรรมนี้ถูกนำมาใช้เป็นสินค้าตัวหนึ่งของบริษัท หรืออีกตัวอย่างของผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ในญี่ปุ่นที่เริ่มผลิตรถ Hybrid ซึ่งใช้ได้ทั้งเชื้อเพลิงและไฟฟ้า โดยที่การขับเคลื่อนรถ Hybrid จะปล่อยมลพิษเพียง 10% เมื่อเทียบกับรถปกติและใช้น้ำมันเพียงครึ่งหนึ่งของปกติ สิ่งประดิษฐ์ใหม่นี้ทำให้รถเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและกลายเป็นสินค้าตัวใหม่ของบริษัท นอกจากนี้ องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม

องค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการที่ลูกค้ามีตราผลิตภัณฑ์อยู่ในใจเป็นอันดับต้นๆ ของสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันจากการที่ได้รับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เช่น ผู้ผลิตกาแฟหรือร้านกาแฟที่รับซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรกรอินทรีย์ เป็นต้น ส่วนองค์กรที่ไม่ได้ใช้ตราผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กรหรือมีตราหลายผลิตภัณฑ์ สามารถดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เสริมภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) นอกเหนือการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติให้แก่กิจการที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมอย่างสมัครใจ มากกว่าเพียงการปฏิบัติตามข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมาย เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดของเสียโรงงานให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กฎระเบียบกำหนด หรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์แต่มีได้ใช้งาน เป็นต้น

ประโยชน์ที่น่าสนใจและนับว่าสำคัญประการหนึ่งคือ การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการ งานวิจัยของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดพบว่า ความน่าเชื่อถือและความสามารถในการประกอบการของบริษัทมีความเชื่อมโยงกัน โดยพบว่า การที่บริษัทสามารถจัดการความสัมพันธ์และความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นองค์รวมได้ จะส่งผลกระทบต่อยอดขายมากถึง 4 เท่า และมีการเจริญเติบโตของการจ้างงานถึง 8 เท่าเมื่อเทียบกับบริษัทที่ตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากการทำ CSR ช่วยสร้างภาพลักษณ์ในด้านที่ดีต่อสังคม จึงเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีของบริษัทเมื่อถึงคราววิกฤตเกิดกับบริษัท บริษัทที่มีบทบาทแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องจึงมีโอกาสจะได้รับการสนับสนุนจากลูกค้ามากกว่าบริษัทที่ไม่ทำอะไรเพื่อสังคมเลย

เราคงจะเห็นแล้วว่า CSR มีความสำคัญในการดำเนินกิจการ ถ้าหากกิจการที่ประกอบการอยู่มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้และให้ความสำคัญในการดำเนินนโยบายด้าน CSR สิ่งนี้จะสร้างความมั่นคงในการดำเนินกิจการมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ องค์กรสามารถจัดทำรายงานของกิจการที่เรียกว่า "รายงานแห่งความยั่งยืน" หรือ "Sustainability Report" ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานในระดับสากลหลายแห่งช่วยสร้างแนวทางการจัดทำ "รายงานแห่งความยั่งยืน" ขึ้นมา หนึ่งในนั้นคือ Global Reporting Initiative (GRI) ที่เป็นผู้วางกรอบและแนวทางไว้ (ดังจะได้กล่าวถึงวิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI Sustainability Reporting Guidelines รุ่น (Version) 3.1 ในเอกสารส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นส่วนต่อเนื่องจากแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน ส่วนที่ 1 ฉบับนี้ต่อไป) เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร



ภาพที่ 2 ประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองต่างๆ

1.4

แนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

บรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาลมาจากคำว่า บรรษัท + อภิ (แปลว่า เฉพาะ ช้างหน้า ยิง) + บาล (แปลว่า การปกครอง การรักษา) หมายถึงการกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุดหน้าอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความถูกต้องโปร่งใสมีจริยธรรมที่ดี โดยมีการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในกิจการเป็นหลัก

หลักการบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Government : CG) ที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549 ตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกาศเผยแพร่และนำมาใช้จนถึงปัจจุบันนั้น เป็นการนำข้อพึงปฏิบัติจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ ที่ประกาศใช้เมื่อเดือนมีนาคม 2545 มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้เทียบเคียงกับหลักการกำกับดูแลกิจการของ The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD Principles of Corporate Governance ปี ค.ศ. 2004) และข้อเสนอแนะของธนาคารโลกจากการเข้าร่วมโครงการ Corporate Governance Report on the Observance of Standards and Codes (CG-ROSC) โดยปรับให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนไทย ซึ่งมีอยู่ 5 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท จึงควรส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิของตน

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

ผู้ถือหุ้นทุกรายทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นบริหาร รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติ ควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่ถูกละเมิดสิทธิควรมีโอกาสได้รับการชดเชย

หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการควรพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างความมั่นคง ความมั่นคงทางการเงิน และความยั่งยืนของกิจการ

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการควรมีการดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วนทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกันและน่าเชื่อถือ

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

หลักการกำกับดูแลกิจการทั้ง 5 หมวดนี้ หมวด 1 และหมวด 2 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น หมวด 4 และหมวด 5 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการ ซึ่งทั้งผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ ขณะที่หมวดที่ 3 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ ซึ่งเป็นการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมขั้นพื้นฐานของกิจการ

เจตนารมณ์ในการดำเนินกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ได้ให้ความสำคัญกับผลกระทบและประโยชน์ที่เกิดแก่สังคมโดยไม่จำกัดเฉพาะเพียงการคำนึงถึงความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนของกิจการเท่านั้น อีกทั้งการดูแลผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเริ่มต้นจากจิตสำนึกที่ต้องการทำด้วยความเต็มใจ มิใช่แค่เพียงปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น การดำเนินกิจการโดยมีเป้าหมายที่ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร คณะกรรมการ หรือพนักงาน (คือผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ) เป็นตัวตั้ง กิจกรรรมเหล่านี้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร ซึ่งจัดอยู่ในหัวข้อการกำกับดูแลกิจการภายในให้มีความโปร่งใสสามารถให้สังคมภายนอกตรวจสอบได้ ในขณะที่การดำเนินกิจการโดยมีเป้าหมายที่ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้ง สิ่งแวดล้อม ลูกค้า

คู่ค้า คู่แข่งขันและประชาชนทั่วไปเป็นตัวตั้ง (คือผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการ) เหล่านี้เป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมนอกองค์กร ฉะนั้นกิจการใดที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีอยู่แล้วก็ถือว่าได้มีส่วนในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ด้วย ทั้งนี้ CG ถือเป็นโครงสร้างและกระบวนการภายในกิจการที่ต้องจัดให้มีขึ้นเพื่อกำหนดทิศทางและสอดส่องดูแลผลการปฏิบัติงานของกิจการมิให้เกิดความเสียหาย พร้อมกับความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเติบโตของกิจการอย่างมั่นคง

บรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาลหรือความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility : SR) มาจากคำว่า บริษัท + บริ (แปลว่า ทั้งหมด ออกไป โดยรอบ) + บาล หมายถึงการดูแลรักษาไม่เฉพาะส่วนที่เป็นกิจการแต่ยังขยายครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดโดยรอบกิจการ ด้วยเงื่อนไขความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองบริษัท (Corporate Citizen) การมีคุณธรรมโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นกลไกการดำเนินงานในกิจการที่เชื่อมโยงสู่กระบวนการภายนอกที่จัดให้มีขึ้นภายใต้จุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างประโยชน์แก่กิจการและส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การสงเคราะห์ช่วยเหลือส่วนรวมตามกำลังและความสามารถของกิจการอื่นจะนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาว

1.5

แนวปฏิบัติเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานในองค์กรสามารถดำเนินการตามแนวปฏิบัติตามหน้าที่ในตำแหน่งที่ตนเองรับผิดชอบ อีกทั้งยังสามารถอาสาทำนอกเหนือหน้าที่ได้ด้วย และเพื่อให้พนักงานจดจำได้ง่าย สามารถจำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย 6 กลุ่มหรือจดจำว่าเป็น 6 ทิศ ได้แก่

(1) ทิศเบื้องหน้า คือ ลูกค้า ซึ่งมีอุปการคุณแก่องค์กร

- 1.1 ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณสมบัติตรงตามต้องการ ได้คุณภาพสมราคา
- 1.2 มีมาตรการรับประกันคุณภาพและการดูแลลูกค้าหลังการส่งมอบ
- 1.3 สื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยความจริงใจ
- 1.4 ปฏิบัติตามข้อกำหนดหมาย เกณฑ์มาตรฐาน เพื่อนำมาซึ่งความปลอดภัยแก่ลูกค้า
- 1.5 เคารพการตัดสินใจและไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของลูกค้า

(2) ทิศเบื้องหลัง คือ คู่ค้า ซึ่งให้กำลังสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง

- 2.1 รักษาพันธะสัญญาและปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความเป็นธรรม ซื่อสัตย์และจริงใจ
- 2.2 ไม่ใช้อิทธิพลหรือการวิ่งเต้นเพื่อแสวงหาประโยชน์จากคู่ค้า
- 2.3 ไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับและไม่ละเมิดกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินของคู่ค้า
- 2.4 ให้โอกาสการเข้าร่วมประกอบกิจการแก่คู่ค้าท้องถิ่น
- 2.5 ค่าขายกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกัน

(3) กิศเบื้องบน คือ ผู้บังคับบัญชาซึ่งมอบโอกาสการทำงาน เป็นผู้คอยให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหา

- 3.1 ทำงานในหน้าที่อย่างเต็มความสามารถโดยไม่โอ้อวดปิดพลิ้ว
- 3.2 ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่ของตนหาผลประโยชน์ในทางที่มีชอบ
- 3.3 ปฏิบัติตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงาน
- 3.4 หลีกเลี่ยงการกระทำที่เสี่ยงต่อการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน
- 3.5 สื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรตามความเป็นจริง

(4) กิศเบื้องล่าง คือ ผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งช่วยในการทำงานต่างๆ เป็นฐานกำลังให้

- 4.1 มอบหมายงานและจัดเงื่อนไขการทำงานที่เหมาะสม
- 4.2 ให้คำตอบแทนที่สมควรแก่งานและฐานะ
- 4.3 ดูแลให้มีอาชีพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน
- 4.4 ถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะความสามารถใหม่ๆ ให้ก้าวหน้า
- 4.5 ปลุกฝังให้มีคุณธรรม จริยธรรมเป็นเครื่องคุ้มภัย

(5) กิศเบื้องซ้าย คือ ชุมชน ซึ่งช่วยให้ข้ามพ้นอุปสรรคและเป็นปัจจัยสนับสนุนให้บรรลุความสำเร็จ

- 5.1 อาสาพัฒนากิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน
- 5.2 สื่อสารกับชุมชนด้วยความเป็นมิตรอย่างสม่ำเสมอ
- 5.3 ช่วยเหลือชุมชนยามเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุเดือดร้อน
- 5.4 ไม่ถือตัวและมีส่วนร่วมทุกข์ร่วมสุขกับชุมชน
- 5.5 เคารพในวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน

(6) ทัศนียภาพ คือ สิ่งแวดล้อม ซึ่งให้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่ควรแก่การตอบแทนและการดูแลรักษาสืบค้น

- 6.1 มีความรอบคอบระมัดระวังต่อการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 6.2 อาสาดำเนินกิจกรรมที่ช่วยยกระดับการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม
- 6.3 ส่งเสริมการพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 6.4 บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้หรือกากอุตสาหกรรมและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ
- 6.5 เอาใจใส่อย่างจริงจังต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างประหยัดและคุ้มค่า

unh

2



ภาพรวมการจัดทำ

รายงาน

แห่งความยั่งยืน

2.1

รายงานแห่งความยั่งยืนคืออะไร

รายงานแห่งความยั่งยืน มีชื่อพ้องที่เรียกในความหมายเดียวกันอีกหลายชื่อ เช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (CSR Report) รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Report หรือ SD Report) รายงานความเป็นพลเมือง (Citizenship Report) รายงานไตร่ตรอง (Triple-bottom Line Report) ซึ่งล้วนแต่สนับสนุนให้องค์กรใช้เป็นเครื่องมือนำเสนอข้อมูลผลประกอบการในแง่มุมมองเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยกันทั้งสิ้น สำหรับองค์กรที่จะเริ่มทำรายงานแห่งความยั่งยืน คำถามที่มักเจอกันบ่อยคือ จะรายงานอย่างไร มีรูปแบบหรือมาตรฐานอะไรบ้างที่จะนำมาใช้เป็นแนวทาง รายงานเพื่อให้ใครอ่าน จะรายงานเรื่องใดบ้าง ต้องรายงานบ่อยแค่ไหน และจะได้ผลลัพธ์อะไรจากการรายงาน ซึ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่องค์กรต้องตอบให้ได้ก่อนเพื่อจะบรรลุเป้าหมายและประโยชน์ที่แท้จริงจากการรายงาน

การจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถทำได้หลายรูปแบบตามหลักการ กฎเกณฑ์ เงื่อนไข และแม้แต่กฎหมายต่างๆ ของหน่วยงาน องค์กรหรือรัฐ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการหรือที่กิจการอยู่ภายใต้การกำกับดูแลได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามแนวทางของ GRI ที่เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนฉบับนี้ ก็เป็นแนวทางแบบหนึ่งของการจัดทำรายงานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลอย่างกว้างขวาง ซึ่งสามารถนำมาใช้ได้

2.2

วัตถุประสงค์ของการรายงาน

รายงานแห่งความยั่งยืนหรือ Sustainability Report เป็นเอกสารที่เปิดเผยมข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่กิจการจัดทำขึ้น เพื่อสนองความต้องการในปัจจุบันที่ล้าหลังรายงานทางการเงินเพียงอย่างเดียวหรือแม้กระทั่งรูปแบบการจัดทำรายงานประจำปีก็ยังไม่สามารถสะท้อนข้อมูลผลประกอบการในมุมมองกว้างโดยรวมให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นได้อย่างครบถ้วน ซึ่งเป็นส่วนอยู่นอกเหนือการจัดทำรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลด้านธรรมาภิบาลขององค์กร (Corporate Governance) กล่าวได้ว่ารายงานแห่งความยั่งยืนเป็นเครื่องมือของภาคธุรกิจในการสื่อสารกับภาคสังคม ซึ่งการประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบที่ผ่านมาและมักจะเน้นเพื่อส่งเสริมการตลาดนั้น จะไม่สามารถสร้างคุณค่าและความสัมพันธ์ได้เหมือนดังเดิมอีกต่อไป

ทั้งนี้ การปฏิสัมพันธ์กับสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจการทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ย่อมจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียของมิติเหล่านี้จะเป็นตัวขับเคลื่อนประเด็นความรับผิดชอบต่อกิจการในที่สุด อย่างไรก็ตามประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรมีอยู่และปฏิบัติ อาจมิใช่ประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีความสำคัญ หรือเป็นที่สนใจใคร่รู้ที่องค์กรจำเป็นต้องนำไปเปิดเผยในรายงานทั้งหมด

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนหรือรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย ยังมีได้มีระเบียบกฎเกณฑ์หรือวาระใดๆ บังคับให้กิจการต้องจัดทำ แต่เป็นเพียงการเชิญชวนให้รายงานด้วยความสมัครใจ อย่างไรก็ตาม กระแสความสนใจและความเกี่ยวข้องของผู้มีส่วนได้เสียในประเด็นผลกระทบด้านสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการ รวมถึงกระแสด้านการพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนในมิติของความรับผิดชอบต่อสังคม

และสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักธรรมาภิบาล หรือ Environment Social and Governance (ESG) ย่อมเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญให้กิจการต้องหันมารายงาน และเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานในเรื่องเหล่านี้กันมากขึ้น นอกจากนี้ องค์กรซึ่งมีหน้าที่ในการกำกับดูแลหลายๆ แห่งทั่วโลกก็เริ่มหันมากำหนดให้กิจการภายใต้การกำกับดูแลของตนต้องจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนเป็นเครื่องมือและช่องทางหนึ่งในการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานของกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ แต่แก่นแท้ของเรื่องนี้ต้องเกิดจากการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการจากภายในอย่างมีจิตสำนึกและรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง และในขณะเดียวกัน กิจการอาจจะไม่ทราบว่าตนเองได้จัดทำรายงานด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมบางประการอยู่แล้วจากกฎหมายหรือข้อบังคับทางรัฐที่ใช้ควบคุมการดำเนินกิจการบางประเภทอุตสาหกรรมเป็นการเฉพาะ ซึ่งสามารถนำรายงานเหล่านี้มาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนได้

2.3

คุณค่าและความสำคัญของการรายงาน

เมื่อใกล้ถึงสิ้นปี องค์กรหรือกิจการต่างๆ ก็จะเริ่มวุ่นกับการจัดทำรายงานประจำปี บางแห่งต้องทำควบคู่ไปกับกับรายงานแห่งความยั่งยืน ซึ่งรายงานทางการเงินก็จะมีข้อมูลการเงินที่ได้เก็บบันทึกไว้แล้วตลอดทั้งปี ขณะที่ข้อมูลการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่แม้จะมีการทำจริงเห็นผลจริง แต่หากไม่ได้มีการวางระบบหรือระเบียบวิธีในการจัดเก็บและบันทึกข้อมูลไว้ล่วงหน้า ก็มีแนวโน้มสูงที่จะไม่สามารถหาข้อมูลมารายงานได้อย่างครบถ้วนตามความประสงค์ของกิจการ

ที่ผ่านมาเราจึงเห็นรายงานแห่งความยั่งยืนปรากฏในหนังสือรายงานข้อมูลประจำปีที่เป็นการรวบรวมความเคลื่อนไหวของการดำเนินกิจกรรมด้านสังคมและ

สิ่งแวดล้อมในรอบปีเสียมากกว่า ทำให้เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นข้อมูลจากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ของกิจการที่เน้นเปิดเผยผลการดำเนินงานเชิงผลผลิต (Output) รายโครงการ แทนที่จะเป็นผลลัพธ์ (Outcome) หรือผลกระทบ (Impact) ต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของกิจการในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้กิจการหลายแห่งเมื่อดำเนินการไประยะหนึ่ง ก็เริ่มมีข้อสงสัยหรือคำถามว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินอยู่ก่อให้เกิดคุณค่าจริงหรือไม่ หรือการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของกิจการก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไร

การสร้างคุณค่าของการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน จะเกิดขึ้นได้เมื่อกิจการกำหนดให้การจัดทำรายงานเป็นกระบวนการ (Process) มากกว่าเป็นโครงการ (Project) ที่มุ่งหวังเพียงเอกสารที่เป็นรายงาน หรืออีกนัยหนึ่งกิจการต้องสร้างกระบวนการจัดทำรายงานให้เป็นเครื่องมือที่ใช้ขับเคลื่อนงานความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตลอดปี มากกว่ามุ่งให้ได้รายงานตอนท้ายปีเท่านั้น และแม้ว่าการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนจะเป็นกระบวนการที่เพิ่มจากการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการโดยปกติทั่วไป แต่ประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดทำรายงานดังกล่าวก็มีคุณค่าหลายประการ ที่สำคัญคือช่วยให้กิจการเข้าใจถึงหนทางในการมุ่งสู่อนาคตที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะกิจการที่กำหนดให้การจัดทำรายงานเป็นกระบวนการ (ไม่ใช่เป็นเพียงโครงการที่มุ่งแค่เอกสารรายงานชิ้นสุดท้าย) จะสามารถเพิ่มพูนคุณค่าให้แก่องค์กรจากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการจัดทำรายงานได้ เช่น

เพิ่มภาพลักษณ์ด้านคุณภาพและความโปร่งใสขององค์กร

- ☉ ให้ภาพที่ชัดเจนเรื่องการสร้างผลกระทบหลักทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งทำความเข้าใจเรื่องความเชื่อมโยงระหว่างเป้าประสงค์ทางธุรกิจกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในทุกๆ วันของการปฏิบัติงาน

- ⊕ สามารถวัดผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม
- ⊕ เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารถึงความสำเร็จ ความเอาใจใส่ ความมุ่งมั่นของกิจการในความรับผิดชอบต่อและการเอาใจใส่ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

พัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

- ⊕ เป็นเครื่องมือช่วยแสดงและอธิบายว่าองค์กรมีอิทธิพลหรือส่งผลจากการดำเนินกิจการต่อผู้มีส่วนได้เสีย และ/หรือได้รับอิทธิพลจากความคิดหวังเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างไรบ้าง
- ⊕ เป็นโอกาสในการสานเสวนากับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดสิ่งที่ต้องมุ่งเน้นในการบริหารจัดการ และการระบุถึงโอกาสต่างๆ ของกิจการที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- ⊕ ช่วยเพิ่มความยอมรับและนับถือในชุมชน

เพิ่มโอกาสด้านคุณภาพและการพัฒนากฎหมายบุคคล

- ⊕ เพิ่มความผูกพันกับพนักงานที่อยู่เต็มและดึงดูดบุคคลากรใหม่ๆ ที่สนใจเข้าร่วมงาน

เพิ่มโอกาสด้านการแข่งขัน

- ⊕ ได้มาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการได้รับการยอมรับ
- ⊕ ช่วยเปรียบเทียบผลการดำเนินงานทั้งภายในองค์กรและกับกิจการอื่นๆ เป็นระยะ
- ⊕ สามารถมองเห็นและระบุถึงโอกาสและความเสี่ยงในกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ และทำให้ทราบถึงบริเวณหรือส่วนงานบริหารที่ควรได้รับการปรับปรุง
- ⊕ ช่วยเพิ่มชื่อเสียง ความภักดีของลูกค้า

เพิ่มโอกาสด้านการพัฒนาองค์กร

- ⊕ ใช้เป็นเกณฑ์เปรียบเทียบ (Benchmarking) ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรกับกฎหมาย มาตรฐาน บรรทัดฐาน มาตรการ แนวปฏิบัติหรืออื่นๆ ที่มีกำหนดหรือปรากฏอยู่เป็นที่ยอมรับในสากล
- ⊕ ซึ่ให้เห็นประเด็นความเสี่ยงขององค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
- ⊕ ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและสร้างสรรค์วิธีการดำเนินงานที่ดีกว่าในปัจจุบัน
- ⊕ สามารถกลับมาวางแผนองค์กรตามข้อมูลที่ได้รับ

2.4

หลักการสำคัญในการรายงาน

ความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ

เนื่องจากคณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบโดยตรงในเรื่องทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กร ดังนั้น การมีส่วนร่วม การมีความเข้าใจเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการดำเนินการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม นับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการขับเคลื่อนทิศทางองค์กร คณะกรรมการบริษัทจึงควรนำประเด็นด้านสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมบรรจุไว้ตั้งแต่ระดับนโยบายและทิศทางองค์กร นอกจากนี้คณะกรรมการและผู้บริหารบริษัทควรมีส่วนในการกำหนดประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กรร่วมกัน

ความครอบคลุมของกรอบการบริหารความเสี่ยง

นอกเหนือความสนใจในประเด็นด้านธรรมาภิบาลแล้ว ในปัจจุบันผู้มีส่วนได้เสียยังเริ่มหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อประเด็นด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมจากกิจการมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องนี้สามารถตอบสนองได้ด้วยการมีความชัดเจนในนโยบายของคณะกรรมการและภาพการดำเนินงานของกิจการอย่างจริงจังในมิติดังกล่าว โดยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบย่อมจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรได้ ตัวอย่างประเด็นความยั่งยืนที่สามารถนำมาเป็นตัวชูความเข้มแข็งขององค์กรในเรื่องนี้ ได้แก่ การมีตรา “ฉลากเขียว” หรือ “Green Label” บนสินค้า ซึ่งแสดงความรับผิดชอบของกิจการในกระบวนการผลิตอันจะช่วยลดความเสี่ยงในแง่ของผู้บริโภค

การวัดผล/ประสิทธิภาพ

กรอบการบริหารความเสี่ยงที่กิจการกำหนดไว้และได้ลงมือปฏิบัติต้องควบคู่ไปกับการวัดผลและประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นโดยสามารถสะท้อนความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงสามารถเปรียบเทียบความก้าวหน้าเมื่อเวลาผ่านไปตามรอบของการรายงาน การวัดผลนี้จะย้อนกลับมาช่วยสะท้อนให้กิจการเห็นประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือต้องเข้าไปมีส่วนรับผิดชอบต่อที่ขยายเพิ่มเติม ทั้งนี้ กรอบการรายงานแห่งความยั่งยืนหรือหลักการรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่จะมีคำแนะนำและตัวชี้วัดในเรื่องเหล่านี้ไว้

ประเด็นความยั่งยืน

ในเบื้องต้นกิจการควรควรเปิดเผยนโยบายด้านความยั่งยืน การบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ข้อมูลผลการดำเนินงานและ

ข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยขยายความเข้าใจของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งรายงานแห่งความยั่งยืนที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องจะช่วยเติมเต็มรายงานทางการเงินที่มีอยู่แล้ว โดยการรายงานควรนำเสนอภาพกิจการทั้งในแง่บวกและลบไปพร้อมกัน และแสดงเจตจำนงรวมถึงแผนงานที่ชัดเจนในการแก้ไขประเด็นทางลบดังกล่าว

นอกจากนี้ การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนควรอิงกับมาตรฐาน/แนวทางการรายงานใดๆ ที่ได้รับการยอมรับ หรืออย่างน้อยที่สุดควรมีการแสดงและเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วนตามประเด็นสำคัญที่ผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวข้องหรืออยู่ในความสนใจ รวมถึงมีคุณภาพโปร่งใส โดยไม่เพียงแค่อัดตัดกับรูปแบบของการรายงานเท่านั้น

แนวทางสากลของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมระดับสากลที่ได้รับการยอมรับ ได้แก่ ISO 26000 และแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของ GRI ที่มีกรอบการรายงานซึ่งครอบคลุมมิติหลักที่สำคัญต่างๆ กิจการที่สนใจเข้าสู่มาตรฐานสากลสามารถนำหลักการและแนวทางทั้งสองฉบับนี้ประยุกต์ใช้ได้

การรับประกันรายงาน

การรับประกันรายงานที่จัดทำแล้วเสร็จโดยบุคคลที่ 3 ที่เป็นอิสระ (Independent Assurance) เป็นการเพิ่มความมั่นใจและความน่าเชื่อถือของกิจการให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียถึงความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลที่เปิดเผย บุคคลที่ 3 ที่เป็นอิสระเหล่านี้ ได้แก่ ที่ปรึกษารับอนุญาตด้านบัญชีและตรวจสอบ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การรับประกันรายงานเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจเท่านั้น มิได้เป็นขั้นตอนที่จำเป็นสำหรับการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนแต่อย่างใด

2.5

องค์ประกอบที่เกื้อหนุนผลสำเร็จของรายงาน

หลายๆ กิจการมักไม่ทราบว่าตนเองมีการรายงานผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว อย่างน้อยที่สุดผู้ที่รับผิดชอบต่องานความรับผิดชอบต่อสังคมก็ต้องจัดทำรายงานเสนอต่อผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ เกี่ยวกับการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรอบปี ดังนั้น รายงานแห่งความยั่งยืนจึงมีใช้เรื่องใหม่สำหรับคนทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพียงแต่ผู้เห็นรายงานดังกล่าว อาจจำกัดอยู่แค่ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น เจ้าของกิจการ ผู้บริหารและพนักงานเท่านั้น ซึ่งเหตุผลหลักของการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนก็เพื่อชี้ให้เห็น “ผลสำเร็จ” ที่องค์กรใช้ทรัพยากรต่างๆ ในการดำเนินงานและความรับผิดชอบต่อสังคม และนำเสนอต่อผู้บริหารและเจ้าของกิจการ เพื่อสนับสนุนการจัดสรรทรัพยากรสำหรับขับเคลื่อนงานความรับผิดชอบต่อสังคมปีต่อไป

ในทำนองเดียวกัน การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ก็มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างการยอมรับจากสังคมต่อ “ผลสำเร็จ” ในภารกิจความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อนุญาตให้กิจการดำเนินงาน (License to Operate) โดยไม่คัดค้านหรือโต้แย้งอันจะเป็นเหตุให้กิจการต้องชะงักหรือสะดุดหยุดลง และการยอมรับนั้นอยู่ที่การตีความหมาย “ผลสำเร็จ” ในภารกิจความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งบางองค์กรวัดผลสำเร็จด้วยสัมฤทธิ์ภาพ (Achievement) ของการจัดสรรทรัพยากรในโครงการหรือกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บางกิจการวัดด้วยกระบวนการ (Process) ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม บางกิจการวัดจากผลผลิต (Output) ของกิจกรรม บางกิจการก็วัดจากผลลัพธ์ (Outcome) ของโครงการ และบางกิจการเลือกใช้วิธีการวัดผลกระทบ (Impact) ที่คนในชุมชนและองค์กรสามารถอยู่ร่วมกันได้โดยปกติสุขจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

ดังนั้น การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนจึงเป็นวิธีการหนึ่งสำหรับวัดผลประกอบการ การเปิดเผยข้อมูลและการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินกิจการขององค์กรที่มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยรายงานดังกล่าวจะต้องแสดงให้เห็นถึงการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนที่มีทั้งความสมดุลและการนำเสนอข้อมูลอย่างมีเหตุมีผล ทั้งในมุมมองที่เป็นด้านดีและด้านลบ

2.6

ใครควรต้องจัดทำรายงาน

ในด้านตลาดทุน บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีมูลค่าทางการตลาดรวมกันที่นับว่าสูงมาก ซึ่งแน่นอนว่าการดำเนินกิจการของบริษัทเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง และมีใช้เพียงแค่ตัวกิจการเองเท่านั้นที่ก่อให้เกิดผลกระทบดังกล่าว แต่โดยรวมไปถึงทุกๆห่วงโซ่อุปทานที่มีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบและพึ่งพิงในการดำเนินกิจการด้วย นอกจากนี้ บริษัทจดทะเบียนที่มีกิจการแบบข้ามชาติ ก็ยังมีผู้มีส่วนได้เสียที่แผ่ขยายขอบเขตออกไปกว้างกว่าเพียงแค่ผู้มีส่วนได้เสียในประเทศ ดังนั้น บริษัทจดทะเบียนทุกแห่งจึงควรริเริ่มจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนที่มีใช้เพียงแค่การเปิดเผยข้อมูลให้ทราบเท่านั้น แต่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสะท้อนการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเนื่องในการนำกลับมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ในมุมมองของผู้ประกอบการและกิจการทั่วไป กิจการซึ่งได้รับความสนใจในประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งควรหันมาให้ความสนใจจัดทำรายงานในระดับต้นๆ ได้แก่

1. กิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ซึ่งมีความไวและเสี่ยงต่อประเด็นด้านสังคมและสภาพแวดล้อม
2. กิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซึ่งผลิตสารที่มีมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นนัยสำคัญ
3. กิจการที่เป็นผู้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมากในการผลิตและให้บริการ
4. กิจการที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีการขับเคลื่อนและความต้องการจากลูกค้า ผู้จัดจำหน่ายและผู้สัญญา ให้ต้องมีความรับผิดชอบร่วมต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ กิจการที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจและประเภทของอุตสาหกรรม อยู่ในกลุ่มที่ส่งผลกระทบและมีอิทธิพลในระดับสูงด้านสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ก็ควรจะมีริเริ่มจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนเช่นกัน อาทิ

1. การเกษตร
2. การขนส่งทางอากาศ
3. สารเคมีและผลิตภัณฑ์ยา
4. การก่อสร้าง
5. อาหารและเครื่องดื่ม
6. ป่าไม้และกระดาษ
7. เหมืองแร่และโลหะ
8. น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ
9. การจัดส่งสินค้า
10. น้ำ

2.7

วิธีการจัดทำรายงาน

กรอบการรายงานสากล (ที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป)

การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน สามารถประยุกต์ใช้และอิงตามแนวทางของกรอบการรายงานสากลใดๆ ที่มีอยู่และได้รับการยอมรับทั่วไป เช่น การใช้ “แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน” ของ GRI ซึ่งประกอบด้วยหลักการและคำแนะนำในการรายงานและตัวชี้วัดด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่กิจการสามารถใช้เป็นแนวทางเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรในมิติของเศรษฐกิจรวมถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม

กรอบการรายงานของ GRI ไม่ได้กำหนดให้จำเป็นต้องมีการรับประกันรายงานแต่อย่างใด อีกทั้งยังสามารถเริ่มรายงานตามจำนวนตัวชี้วัดจากน้อยไปหามาก ซึ่งตัวชี้วัดที่รายงานเหล่านี้หากขยายจำนวนที่รายงานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ก็จะถูกจัดให้อยู่ในระดับการรายงานตั้งแต่ระดับ C ไปหา B และ A ในที่สุด นอกจากนี้บนเว็บไซต์ของ GRI ที่ <https://www.globalreporting.org> ก็ยังมีเครื่องมือที่สามารถช่วยให้ผู้เริ่มจัดทำรายงานเริ่มต้นได้โดยไม่มียาก

กรอบการรายงานแบบเฉพาะเจาะจงของอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ

ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมบางประเภทที่มีความไวและสัมผัสเสี่ยงต่อประเด็นด้านสังคมและสภาพแวดล้อมตั้งที่กล่าวถึงมาแล้วข้างต้น เช่น เหมืองแร่และโลหะ น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ โดยทั่วไปจะถูกกำหนดให้ต้องจัดทำรายงานผลกระทบต่อด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามระเบียบและเกณฑ์ที่มีเพื่อยื่นต่อหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งบางครั้งจะรวมถึงการถูกตรวจสอบประเด็นดังกล่าวจาก

หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวด้วย ดังนั้น กิจกรรมที่เข้าข่ายอุตสาหกรรมดังกล่าวอาจถือเอารายงานเหล่านี้เป็นกรอบในการรายงานด้านความยั่งยืนหรือความรับผิดชอบต่อสังคมของตนก็ได้

การรับประกันรายงานจากภายนอก

กิจกรรมที่จัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน อาจจะทำให้มีการรับประกันรายงานโดยบุคคลที่ 3 ที่เป็นอิสระเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่รายงานในแง่ของความครบถ้วนถูกต้องและเหมาะสมของข้อมูล นอกจากนี้ ความเห็นของผู้รับประกันที่มีต่อรายงานในประเด็นต่างๆที่สะท้อนกลับมาให้แก่ผู้ประกอบการ ก็นับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญและมีประโยชน์ในการช่วยตรวจสอบและกลั่นกรองทิศทางและกลยุทธ์ต่างๆ รวมถึงและนำกลับมาใช้พัฒนาและปรับปรุงองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

2.8

ประเด็นที่ควรนำมารายงาน

รายงานแห่งความยั่งยืน เป็นรายงานที่จัดทำขึ้นเฉพาะของแต่ละองค์กร เพื่อนำเสนอและเปิดเผยข้อมูลของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ขอบเขตของรายงานจึงแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละอุตสาหกรรมหรือองค์กรแต่ละแห่ง รวมถึงประเด็นความแตกต่างในเรื่องของผู้มีส่วนได้เสีย ประเภทของผลกระทบที่เกิดขึ้นและความเสี่ยงต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไปประเด็นที่ควรนำมารายงาน ได้แก่

เรื่องทั่วไป

1. นโยบายและเป้าหมายขององค์กรด้านความยั่งยืน รวมถึงเหตุการณ์สำคัญ (Milestones) แผนงาน เป้าหมาย และวิสัยทัศน์ในระยะยาว

2. โครงสร้างและรูปแบบของการบริหารจัดการ การดูแลและการตัดสินใจ
ในประเด็นด้านความยั่งยืน
3. ทำที่และนโยบายองค์กรด้านการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริต
คอร์รัปชัน
4. วิธีการประเมินผลด้านผลกระทบ ความเสี่ยงและโอกาสด้านความยั่งยืน
5. นโยบายและกระบวนการบริหารจัดการ/การบริหารความเสี่ยงด้าน
สังคมและสิ่งแวดล้อม
6. กฎหมาย เกณฑ์ ระเบียบ ข้อตกลงระหว่างประเทศ หรือข้อตกลงใดๆ
ที่เกิดขึ้นโดยสมัครใจ ซึ่งมีนัยสำคัญต่อกลยุทธ์ขององค์กร ผู้มีส่วน
ได้เสีย รวมถึงการดัดแปร การเกิดอุบัติเหตุ การถูกฟ้องร้อง การได้รับโทษ
จากการไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมาย เกณฑ์ ระเบียบ หรือข้อตกลง
ข้างต้น
7. ประเด็นหรือความท้าทายในอนาคตที่มีต่อกิจการบางประเภท
อุตสาหกรรม ซึ่งอยู่ในการติดตามและถูกตั้งข้อสังเกตจากคู่แข่งหรือ
องค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน
8. การประเมินผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเปรียบ
เทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้กับองค์กรอื่นในกลุ่มอุตสาหกรรม
เดียวกัน และกับตัวชี้วัดมาตรฐานของอุตสาหกรรมที่องค์กรร่วมอยู่

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

1. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ที่เป็นผลกระทบมาจากกระบวนการ
ดำเนินกิจการขององค์กร ได้แก่ ผลกระทบที่มีต่ออากาศ น้ำและระบบ
นิเวศ เป็นต้น
2. การบริหารจัดการผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ
3. ระบบการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร

ประเด็นด้านสังคม

1. ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ที่มีและการปฏิบัติต่อแรงงาน
2. ความหลากหลายและความครบถ้วนของประเด็นด้านสังคม
3. วิธีการและแนวปฏิบัติที่ใช้ในการประเมินผลและจัดการกับผลกระทบที่เกิดจากดำเนินงานและการสื่อสารขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
4. นโยบาย แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ
5. หลักการด้านธรรมาภิบาลที่กำหนดไว้ในหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ ที่องค์กรเกี่ยวข้อง มักจะมีประเด็นเกี่ยวข้องกับระบบและขั้นตอนที่ใช้ในการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์กรควรนำประเด็นเหล่านี้มาเปิดเผยด้วย

ประเด็นที่ควรต้องเปิดเผยที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเพียงประเด็นสำคัญที่ควรจะต้องเปิดเผย มิใช่ประเด็นทั้งหมดที่ควรเปิดเผย ดังนั้น องค์กรควรถือปฏิบัติหรืออิงตามแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของ GRI ในการเลือกประเด็นที่จะนำมาเปิดเผย (ในบริบทของ GRI เรียกสิ่งนี้ว่า "ตัวชี้วัด") ซึ่งนับว่ามีความครอบคลุมครบถ้วน เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปและถูกนำมาใช้มากที่สุดขณะนี้

2.9

ช่วงเวลาที่ยังรายงาน

ตลาดหลักทรัพย์ในบางประเทศกำหนดให้บริษัทที่ยื่นจดทะเบียนใหม่ต้องจัดทำรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาด้วย เพื่อสะท้อนภาพแห่งความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับการร้องขอและสนใจจากผู้ลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในขณะเดียวกัน การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนอาจมีความจำเป็นเมื่อองค์กรต้องประสบกับประเด็นด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง หรือผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลต่อความสามารถหรือความต่อเนื่องในการดำเนินกิจการ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง และผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวต้องการให้องค์กรตอบสนองถึงวิธีการ/แนวทางที่ได้ดำเนินการเพื่อแก้ไขไปแล้ว สิ่งที่กำลังจะดำเนินการแก้ไข รวมถึงแผนระยะยาวในการป้องกันและบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงในอนาคต ผู้ประกอบการจึงอาจต้องจัดทำรายการเพื่อตอบสนองในเรื่องดังกล่าว ณ ช่วงเวลานั้น

สำหรับกรอบการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามแบบ GRI มีการแนะนำให้เปิดเผยข้อมูลที่เกิดขึ้นเป็นช่วงเวลาตามแต่ที่องค์กรจะกำหนด คล้ายกับการจัดทำรายงานประจำปีที่กำหนดให้ทำเป็นรายปี แต่รายงานแห่งความยั่งยืนสามารถกำหนดได้ตามระยะเวลาได้ตามเนื้อหาที่จะนำเสนอ เช่น ตามช่วงแผนระยะยาว แผนระยะสั้น ซึ่งส่วนใหญ่ในทางปฏิบัติเพื่อความสะดวกและง่ายต่อการติดตามเปรียบเทียบความคืบหน้าก็จะจัดทำเป็นรายปีเช่นกัน

2.10

ช่องทางในการรายงาน

การรายงานสามารถทำได้ในหลายรูปแบบ ทั้งผ่านทางเว็บไซต์และสิ่งพิมพ์ โดยจะจัดทำเป็นรูปเล่มแยกอิสระหรือรวมกับรายงานประจำปีหรือรายงานทางการเงินก็ได้

การจัดทำรายงานไม่จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลทุกเรื่องมาแสดงรวมกันไว้ทีเดียว ในรายงานหนึ่งฉบับ แต่สามารถจัดทำดัชนีข้อมูลไว้แนบท้ายรายงานเพื่อชี้แหล่งที่อยู่เดิมหรือที่อยู่ปกติซึ่งแสดงข้อมูลเรื่องนั้นๆ ไว้เป็นประจำ เช่น อยู่บนเว็บไซต์ เป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปีที่ทำไว้แล้ว เป็นรายงานที่ต้องนำส่งหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่และมีแหล่งแสดง/เปิดเผยข้อมูลเหล่านั้นที่ได้รายงานไว้แล้วต่อสาธารณะ เป็นต้น

บทที่

3

วิธีจัดทำรายงานแห่ง
ความยั่งยืน
ตามกรอบของ GRI

3.1

องค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) คือใคร

กรอบและแนวทางการรายงานแห่งความยั่งยืนมีให้เลือกใช้หลายแบบแตกต่างกันไป ต่อมความเกี่ยวเนื่องและที่ตั้งขององค์กร ตั้งแต่ระดับสากล เช่น GRI, ISO 26000 หรือ Carbon Disclosure Project และระดับประเทศที่มีประกาศใช้หรือที่เรียกว่า Country Guidelines เช่น ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ซิซิลี ออสเตรเลีย ระดับตลาดหลักทรัพย์ เช่น Singapore Stock Exchange, London Stock Exchange, US SEC Regulation S-K หรือแม้แต่ระดับรายกลุ่มอุตสาหกรรม เช่น IPEICA และ The Equator Principles

สำหรับกรอบการจัดทำรายงานสาธารณะซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับสากล หนีไม่พ้นองค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากลหรือ GRI องค์การอิสระที่ก่อตั้งโดยเครือข่าย Ceres (ออกเสียงว่า "series") และสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ในรูปแบบโครงการระหว่างปี 2540 ถึงกลางปี 2545 มีสำนักงานอยู่ที่เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ โดย GRI ทำงานในลักษณะเครือข่ายที่มีผู้มีส่วนได้เสียประมาณ 20,000 รายจากภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคการศึกษาและสมาคมการค้าต่างๆ จากกว่า 80 ประเทศ ช่วยเหลือร่วมมือกันพัฒนากรอบและแนวการดำเนินงานจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน จนปัจจุบันมีการประกาศแนวปฏิบัติหลักหรือ Core Guidelines สำหรับการจัดทำรายงานเป็นรุ่นที่สาม (G3) และสามจุดหนึ่ง (G3.1) ซึ่งขณะนี้ก็มีกิจการที่จัดทำรายงานตามแนวปฏิบัติของ GRI อยู่เป็นจำนวนหลายพันแห่งทั่วโลก และคาดว่า GRI จะประกาศรุ่นที่ 4 (G4) ออกมาในปี 2556 ด้วยนัยสำคัญและรูปแบบที่เรียกว่า A Stepping Stone

Towards Integrated Reporting ซึ่งจะดำเนินการจัดทำโดย The International Integrated Committee (IIRC) ด้วยการรวบรวมรายงานผลประกอบการทางการเงิน (Financial reporting) รายงานด้านการกำกับดูแลและการกำหนดค่าตอบแทน (Reporting on governance and remuneration) และรายงานด้าน CSR ไว้ด้วยกัน

3.2

กรอบและแนวทางการจัดทำรายงานของ GRI

ในคู่มือ “แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ” ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดทำไว้ นั้น มีหัวข้อที่แนะนำเรื่องการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ดังนี้

หลักการ

กิจการควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินการ โดยข้อมูลที่เปิดเผยนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ยังช่วยในการสอบทานให้ทราบว่าได้ดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่อย่างไร การเปิดเผยข้อมูลจะประกอบด้วยการกำหนดเนื้อหา รายงาน การกำหนดคุณภาพและการกำหนดขอบเขต

แนวปฏิบัติ

กล่าวถึงการจัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอาจจะระบุไว้ในรายงานประจำปี หรือจัดทำฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปี ที่เรียกว่ารายงานแห่งความยั่งยืนตามรูปแบบที่สากลยอมรับและควรครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อดังต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

1. บริบทรวมของการดำเนินธุรกิจ กล่าวถึงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่สะท้อนหลักการและแนวปฏิบัติตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงประวัติย่อ ปัจจัยกำหนดรายงาน การกำกับดูแลกิจการและผลการดำเนินงาน
2. การดำเนินงานและผลประกอบการในมิติเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ประเทศและโลก
3. การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย โดยกล่าวถึงนโยบายการฟื้นฟูระบบนิเวศหรือธรรมชาติที่เสื่อมโทรมอันเนื่องมาจากกิจกรรมกระบวนการจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังครอบคลุมการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับความหลากหลายทางชีวภาพและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง
4. การดำเนินงานด้านสังคม กล่าวถึงนโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงาน สวัสดิภาพในการทำงาน การพัฒนาและฝึกอบรม การส่งเสริมและพัฒนาชุมชนสังคมรอบที่ตั้งของกิจการ มิติทางด้านสังคมของความยั่งยืนจะเน้นผลกระทบขององค์กรที่มีต่อระบบสังคมที่องค์กรดำเนินงานอยู่
5. การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้จนก่อให้เกิดประโยชน์และผลิตภาพเพิ่มต่อดังกล่าวและเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยแสดงข้อมูลว่านวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนทั้งต่อตนเอง ส่วนรวมและเหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างไร

การจัดทำข้อมูลในรายงานแห่งความยั่งยืนต้องชัดเจนกระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ โดยสรุปการดำเนินงานทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอกให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล และกลั่นกรองความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาเปิดเผยไว้ในรายงาน

รายงานแห่งความยั่งยืนควรสามารถนำมาใช้เทียบเคียงการปฏิบัติงานขององค์กรด้านความริเริ่มเคารพกฎหมาย บรรทัดฐาน ประมวล มาตรฐาน การปฏิบัติงานและการอาสาสมัคร นอกจากนี้ยังเป็นการแสดงความผูกพันขององค์กรต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานขององค์กรตลอดเวลา

กิจการควรจัดให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก เช่น จัดทำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีการประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

ด้านกรอบการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของ GRI รุ่น G3.1 ซึ่งหยิบยกมาแนะนำในแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนฉบับนี้เขียนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ตลอดจนชี้ให้เห็นเหตุผลและวิธีการที่จะสามารถช่วยให้กิจการบริหารและรายงานผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมได้อย่างดี นอกจากนี้ยังได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่าสามารถนำไปปรับใช้ได้ไม่ยากกับการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของกิจการทั้งขนาดใหญ่และวิสาหกิจทั่วไป ไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมใดหรือภูมิภาคใด โดยองค์ประกอบหลักของกรอบการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนจาก GRI รุ่น G3.1 แบ่งออกเป็น 2 เรื่องหลัก ได้แก่

เรื่องที่ 1 “วิธีการรายงาน” (How to Report)

ประกอบด้วยหลักการและคำแนะนำ (Principles and Guidelines) ที่ใช้สำหรับจัดทำข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content) คุณภาพ (Quality) และขอบเขต (Boundary) พร้อมด้วยส่วนที่เกี่ยวกับการให้ความหมายต่างๆ ที่จะช่วยอธิบาย ขยายความและสนับสนุนการค้นหาเนื้อหาที่มีคุณภาพตามขอบเขตที่กล่าวถึงข้างต้น มาใช้สำหรับการรายงาน โดยสามารถสอดคล้องกับตัวชี้วัดการดำเนินงานต่างๆ (Performance indicators) ที่จะเลือกด้วย

การให้ความหมายและอธิบายความต่างๆ เพิ่มเติมเหล่านี้ประกอบด้วย 5 เรื่องหลัก ได้แก่

1. ความเกี่ยวเนื่อง (Relevance)
2. การรวบรวมข้อมูล (Compilation)
3. การให้นิยาม (Definitions)
4. การบันทึก (Documentation)
5. การอ้างอิง (References)

เรื่องที่ 2 “สิ่งที่จะรายงาน” (What to Report)

เป็นเรื่องของรูปแบบเนื้อหารายงาน (GRI เรียกส่วนนี้ว่า Principles for Defining Report Content) ที่ต้องคำนึงถึง 4 เรื่อง ที่จะช่วยเกื้อหนุนการค้นหาประเด็นซึ่งกิจการควรจะหยิบยกมารายงาน “ผลสำเร็จ” ในความรับผิดชอบต่อสังคมของตนให้ได้รับการยอมรับ ได้แก่

1. สาระตกภาพ (Materiality)

คือความมีนัยสำคัญและเกี่ยวเนื่องกับกิจการจริงๆ ของตัวชี้วัดสัมฤทธิ์ภาพในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2. บุณภาพ (Stakeholder Inclusiveness)

คือการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องและความครอบคลุมของภารกิจความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องหลักและประเด็นสำคัญได้อย่างครบถ้วน

3. กัยภาพหรือบริบทที่ยั่งยืน (Sustainability Context)

คือการส่งผลต่อการดำเนินงานทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้บริบทของการพัฒนาที่ยั่งยืนของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

4. ความสมบูรณ์ (Completeness)

คือความสมบูรณ์ของสิ่งที่จะรายงาน



ภาพที่ 3 ภาพรวมกรอบการรายงานของ GRI (The GRI Reporting Framework)

การจัดทำรายงานสามารถแยกได้เป็น 2 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นตอนแรก มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทั่วไป (Standard Disclosure)

เป็นขั้นตอนที่สามารถเลือกทำในระยะแรก ซึ่งจะครอบคลุมมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลของการจัดทำรายงานโดยทั่วไปอยู่แล้ว ได้แก่ ข้อมูลในเรื่องกลยุทธ์และการวิเคราะห์ (Strategy and Analysis) ข้อมูลเชิงองค์กร (Organizational Profile) ตัวแปรเสริมการรายงาน (Report Parameters) การกำกับดูแล (Governance) พันธกรณีและข้อผูกพันขององค์กร (Commitments and Engagements) ตลอดจนการเปิดเผยแนวการบริหารจัดการ (Disclosure on Management Approach) และตัวชี้วัดการดำเนินงาน (Performance indicators) ในด้านเศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environment)

2. ชั้นตอนที่สอง การเปิดเผยข้อมูลส่วนเพิ่มเติมรายสาขา (Sector Supplements)

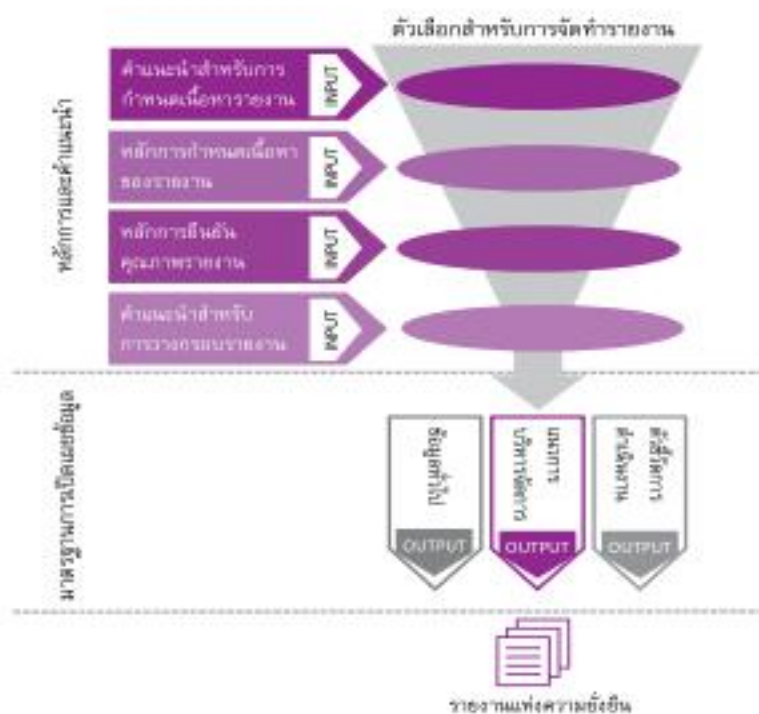
คือการเลือกเปิดเผยข้อมูลส่วนเพิ่มเติมเฉพาะด้านของกลุ่มสาขา/อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจการ เช่น ทำอากาศยาน ยานยนต์ การเงิน อาหาร รนส่ง ไทรคอมนาคม เป็นต้น ซึ่งในวิธีจัดทำรายงานตามกรอบของ GRI ในแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนฉบับนี้ไม่ได้ครอบคลุมถึง



ภาพที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลตามกรอบการรายงาน GRI รุ่น G3.1

ตัวชี้วัดการดำเนินงานซึ่งกิจการสามารถใช้วัดและรายงานผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมตามกรอบของ GRI รุ่น G3.1 มีจำนวน 84 ตัวชี้วัด ประกอบด้วยตัวชี้วัดหลัก (Core indicators) ด้านเศรษฐกิจ 7 ตัวชี้วัด ด้านสังคม 31 ตัวชี้วัด และด้านสิ่งแวดล้อม 17 ตัวชี้วัด รวม 55 ตัวชี้วัด กับตัวชี้วัดเพิ่มเติม (Additional indicators) ด้านเศรษฐกิจ 2 ตัวชี้วัด ด้านสังคม 14 ตัวชี้วัด และด้านสิ่งแวดล้อม 13 ตัวชี้วัด รวม 29 ตัวชี้วัด

GRI ยังอธิบายให้เห็นกระบวนการรายงาน 5 ระยะ รวมทั้งเทคนิคการเลือกตัวชี้วัดด้วยวิธีการทดสอบสารัตถภาพ (Materiality Test) ที่จะช่วยคัดกรองตัวชี้วัดให้เหมาะสมกับแต่ละกิจการ นอกจากนี้ GRI ยังชี้ให้เห็นวิธีการวางแผนและนำไปผนวกให้เกิดการเข้าถึง และทวีคุณค่าของกระบวนการจัดทำรายงานซึ่งได้มาจากการกำหนดให้การจัดทำรายงานเป็นกระบวนการมากกว่าที่จะทำเป็นโครงการ และมีใช้เป็นเพียงกระบวนการที่มุ่งหวังแค่เอกสารรายงานขั้นสุดท้ายตั้งที่ได้เกริ่นถึงมาแล้วก่อนหน้านี้



ภาพที่ 5 ภาพรวมแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI

3.3

กระบวนการจัดทำรายงาน 5 ระยะเวลาของ GRI

หากจะมองภาพรวมของการรายงานรุ่น G3.1 ในมุมมองของกระบวนการก็สามารถแบ่งกระบวนการจัดทำรายงานออกเป็น 5 ระยะดังนี้ Prepare > Connect > Define > Monitor > Report โดยมีรายละเอียดของแต่ละระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 : การเตรียมการ (Prepare)

เป็นขั้นเตรียมการภายในกิจการโดยมีเป้าหมายเพื่อปรับกระบวนการภายในให้พร้อมเริ่มต้นการจัดทำรายงานด้วยความเข้าใจและสามารถระบุแง่มุมที่สำคัญสุดของกิจการในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งอาจหาหรือและขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก ทั้งนี้ให้ลองตั้งคำถามว่าอยากเห็นรายงานหน้าตาแบบไหน ควรเริ่มจัดทำเมื่อไหร่ จะรายงานข้อมูลอะไรบ้าง มีใครช่วยรวบรวม แล้วจะเสนอรายงานให้ใครอ่าน จากนั้นจึงทำแผนงานการปฏิบัติงานที่แสดงรายละเอียดเป็นเวลา คณะผู้จัดทำ ภาระกิจที่ทำ รวมทั้งทำหน้าที่นำเสนอต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจให้ดำเนินการ

หลังจากได้แผนงานแล้ว ควรจัดประชุมเตรียมความพร้อมเริ่มดำเนินงานเพื่อประเมินเป้าประสงค์ของกิจการ ทำความเข้าใจและระบุผลกระทบจากการดำเนินงานทั้งทางบวกและลบในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งระบุผลกระทบที่ควรมุ่งเน้นเพื่อการวางแผน การดำเนินงานและการรายงาน ตลอดจนการลงความเห็นร่วมกันต่อกระบวนการรายงาน ผู้ที่เกี่ยวข้อง กำหนดเวลาและงบประมาณที่ใช้

ระยะที่ 2 : การหาหรือ (Connect)

เป็นขั้นที่กิจการต้องสามารถระบุตัวผู้มีส่วนได้เสียหลัก ทั้งในและนอกกิจการ เพื่อพูดคุยหาหรือและขอความเห็นประกอบการตัดสินใจต่อเรื่องที่ได้เลือกมารายงาน

อันจะนำไปสู่การกำหนดเนื้อหาของรายงานและการจัดเตรียมระบบที่ให้ได้มาซึ่งเนื้อหา รายงาน ชั้นตอนนี้นับเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นๆ ของการวางกลยุทธ์ CSR ของกิจการ เรียกว่าเป็นการสร้างข้อผูกพันร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

การระบุผู้มีส่วนได้เสียเป็นได้ทั้งกลุ่มบุคคลหรือปัจเจกที่สามารถส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อกิจการทั้งแง่การดำเนินงาน ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการบรรลุจุดหมายของกิจการตามลำดับขั้นของผู้มีส่วนได้เสียในระดับต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงไว้ในบทที่ 1 ภาพที่ 1 จากนั้นเรียงลำดับว่าใครต้องร่วมเกี่ยวพันอย่างสำคัญตามบริบทของกิจการ และเรื่องใดมีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้นที่ต้องดำเนินการและจัดทำรายงาน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่จะต้องพูดคุยหารือและขอความเห็นอาจมีเพิ่มเติมได้อีกในอนาคต ทั้งนี้ ควรเตรียมคำถามและหาวิธีการในการขออนุญาตข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมไว้ล่วงหน้า

วิธีการระบุผู้มีส่วนได้เสียอาจใช้เกณฑ์ความเกี่ยวข้องกับองค์กรในการพิจารณา ซึ่งสามารถจำแนกผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Primary Stakeholders)

คือกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้เสียใกล้ชิดกับกิจการโดยตรง เป็นผู้ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบกิจการ เช่น ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ (Suppliers) พนักงานและครอบครัวพนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน เจ้าหนี้ ชุมชนรอบถิ่นที่ตั้งของกิจการ

ผู้มีส่วนได้เสียรอง (Secondary Stakeholders)

คือกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการโดยอ้อม เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบกิจการ เช่น รัฐบาล หน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ผู้ที่จะมาเป็น

ลูกค้าหรือพนักงานของกิจการในอนาคต (Prospects) ประชาชนทั่วไป ชุมชนนอก
ถิ่นที่ตั้งของกิจการ

องค์กรธุรกิจไม่จำเป็นต้องดำเนินกิจกรรม CSR ให้แก่ทุกกลุ่มของสังคม
ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ
และความพร้อมขององค์กร สำหรับกิจการที่มีกระบวนการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อ
สิ่งแวดล้อมอาจต้องให้ความสำคัญกับชุมชนหรือระบบนิเวศที่อยู่รายรอบที่ตั้ง
เป็นพิเศษ สำหรับกิจการขนาดเล็กที่ต้องอาศัยพนักงานเป็นหัวใจแห่งความสำเร็จ
อาจต้องสร้างกิจกรรม CSR เพื่อครอบคลุมพนักงานเป็นสำคัญ สำหรับองค์กรที่
ฝากความสำเร็จไว้กับสายอุปทาน (Supply Chain) ที่ส่งมอบหรือหน่วยกระจาย
สินค้า อาจต้องคำนึงถึงกิจกรรม CSR กับคู่ค้าเป็นอันดับต้นๆ

ระยะที่ 3 : การกำหนดเนื้อหา (Define)

เป็นขั้นการกำหนดเป้าประสงค์และเนื้อหารายงาน (ซึ่งอาจปรับกระบวนการ
ภายในให้เชื่อมต่อการจัดทำรายงานหลังจากรับฟังเสียงสะท้อนในกิจการและข้อ
แนะนำจากภายนอก รวมถึงการระบุตัวชี้วัดเพิ่มเติมสำหรับรายงานระยะต่อไป)
การจัดทำข้อสรุปและเสนอชุดตัวชี้วัดที่มีนัยสำคัญกับรายงาน โดยควรรวบรวม
ประเด็นมาจากที่ประชุมเตรียมความพร้อมเริ่มดำเนินงานและจากการพบปะ
หารือกับผู้มีส่วนได้เสีย ส่วนการคัดประเด็นที่จะนำมารายงานขั้นสุดท้าย ควรให้
มีการทดสอบกับตัวชี้วัดในหลักการรายงานรุ่น G3.1 ที่ประกอบด้วยสารัตถภาพ
(Materiality) บริบทความยั่งยืน (Sustainability Context) และความสมบูรณ์
(Completeness)

จากนั้นก็จัดทำร่างข้อเสนอต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจ พร้อมทั้งแสดงให้เห็นว่า
ตัวชี้วัดใดมีความเหมาะสมต่อการรายงานในปัจจุบันและตัวชี้วัดใดควรรวมไว้ใน
การรายงานระยะต่อไป ดังนั้น การกิจสำคัญในขั้นนี้คือการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร
ระดับสูงในการตัดสินใจเลือกตัวชี้วัดและเห็นชอบเนื้อหาสุดท้ายที่จะเก็บรวบรวม
และรายงาน ทั้งนี้ ส่วนของเป้าประสงค์สามารถเป็นไปได้ทั้งตัวเลขที่แน่นอน
หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการ อาทิ การจัดวางระบบการวัดผลใหม่

การปรับปรุงนโยบายหรือขั้นตอนการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่มักจะตั้งต้นมาจากการเปลี่ยนแปลงในกิจการที่สามารถตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ควบคุม และจัดการเองได้ภายในองค์กร

ระยะที่ 4 : การรวบรวมข้อมูล (Monitor)

เป็นขั้นการติดตามและรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นต่อการรายงานตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ ข้อมูลที่ได้ต้องมีคุณภาพและถูกต้องน่าเชื่อถือ มีวิธีการวิเคราะห์ที่ได้ประสิทธิภาพ ซึ่งขั้นตอนนี้จะทอดระยะเวลาสิ้นสุดและดำเนินไปไม่สิ้นสุด

การได้ข้อมูลที่ต้องการอาจเริ่มจากการตรวจสอบและปรับกระบวนการที่มีในปัจจุบันให้เอื้อต่อการติดตามเก็บรวบรวมและบันทึกอย่างมีคุณภาพและต่อเนื่องตลอดรอบปีการรายงาน โดยสามารถทดสอบกับหลัก 6 ประการตามกรอบการรายงานของ GRI เรื่องหลักการให้นิยามด้านคุณภาพรายงาน ที่ประกอบด้วย ความสมดุล (Balance) การเปรียบเทียบได้ (Comparability) ความไว้วางใจได้ (Reliability) ความแม่นยำ (Accuracy) ความเหมาะสมของช่วงเวลา (Timeliness) และความชัดเจน (Clarity) สำหรับกิจการที่เพิ่งเริ่มและยังไม่คุ้นเคยกับการรวบรวมข้อมูล ควรเริ่มสร้างช่องทางการสื่อสารหรืออธิบายสิ่งที่ต้องดำเนินการและผลที่คาดหวังแต่เนิ่นๆ และอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่รอให้ถึงนาทีสุดท้าย

ระยะที่ 5 : การจัดทำรายงาน (Report)

เป็นขั้นการลงมือเขียนรายงานเริ่มจากพิจารณารูปแบบและช่องทางการรายงาน เพื่อให้แน่ใจว่าผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ได้รับรายงานทั่วถึง โดยโครงสร้างรายงานไม่มีแบบตายตัวขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะแต่ละกิจการ อย่างไรก็ตาม แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนฉบับ GRI มีข้อเสนอแนะเรื่องการวางโครงสร้างไว้เป็นแนวทางเบื้องต้นด้วย นอกจากนี้ การเขียนและข้อมูลที่ปรากฏในรายงานควรชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น สรุปการดำเนินการทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอก ให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล

กิจการต้องกลั่นกรองความถูกต้องสอบทานความแม่นยำ สถานะ ความสมดุล น้ำหนักของข้อมูล ฯลฯ และได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจก่อนเผยแพร่รายงานขั้นสุดท้าย และการใช้ผู้สอบทานจากภายนอกหรือเริ่มกระบวนการแต่เนิ่นๆ จะเพิ่มความน่าเชื่อถือของรายงานได้มากยิ่งขึ้น สำหรับการเผยแพร่รายงานควรจัดให้มีช่องทางที่หลากหลายเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก ได้แก่ การจัดประชุม การนำเสนอ การจัดส่งรายงานและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อแสดงให้เห็นผลการดำเนินงานของกิจการที่มีต่อเรื่องความยั่งยืน รวมถึงการจัดทำรายงานทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษและเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ทั้งนี้ การรับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะต่อตัวรายงานทั้งจากการสอบถามสำรวจหรือสัมภาษณ์ ถือเป็นขั้นตอนนำร่องก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดทำรายงานในรอบถัดไป



ภาพที่ 6 ปฏิทินการดำเนินงาน 5 ระยะตามกรอบการรายงาน G3

3.4

สารัตถภาพของการรายงาน

คำถามหนึ่งที่ผุดขึ้นมาในใจเสมอๆ ในช่วงการขับเคลื่อนงานความรับผิดชอบต่อสังคม คือกิจกรรมหรือประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินการอยู่มีสิ่งใดที่กิจการควรทำหรือไม่ หรือเหมาะสมดีแล้วหรือไม่ ซึ่งแน่นอนว่าทุกๆ กิจกรรมที่เชื่อมโยงอยู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมมีประโยชน์ต่อสังคมไม่ทางใดก็ทางหนึ่งและส่งผลกระทบต่อกิจการไม่ทางใดก็ทางหนึ่งเช่นกัน และเชื่อว่ากิจการมีความตั้งใจทำความรับผิดชอบต่อสังคมที่ก่อให้เกิดผลจริงๆ ดังนั้น คำตอบจึงอยู่ภายในองค์กรเองและคนในองค์กรจะเป็นผู้ตอบคำถามนี้ได้ดีที่สุดเพราะมีข้อมูลอยู่กับตัวมากที่สุด โดยข้อจำกัดถ้าจะมีอยู่ก็คือการขาดวิสัยเคราะห้เพื่อให้ได้มาซึ่งประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม และกิจกรรมที่ควรดำเนินการที่อาจต้องอาศัยผู้มีประสบการณ์มาชี้แนะเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการ

เครื่องมือหนึ่งที่ช่วยวิเคราะห์ประเด็นและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมซึ่ง GRI รุ่น G3.1 พัฒนาขึ้นคือการทดสอบสารัตถภาพ (Materiality Test) ของข้อมูลแนวการดำเนินงานในหมวดเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนซึ่งได้มาจาก 3 แหล่งคือ แง่มุม (Aspect) ที่ระบุโดยผู้มีส่วนได้เสียภายในกิจการ แง่มุมที่แนะนำโดยผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และ แง่มุมที่ตกหล่นจาก 2 แหล่งแรกแต่มีความสำคัญ ซึ่งการทดสอบสารัตถภาพนี้เป็นการคัดเลือกตัวชี้วัดที่มีนัยสำคัญ (Significant) ต่อกิจการ โดยพิจารณาผลกระทบจากการดำเนินการตามแง่มุมนั้นๆ และคัดเลือกตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง (Relevant) กับกิจการ โดยพิจารณาความคาดหวังหรือการให้นำหนักความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียในแง่มุมดังกล่าว ทั้งนี้ ผลจากการทดสอบสารัตถภาพจะทำให้กิจการได้ตัวชี้วัดที่ “มีนัยสำคัญ” และ “เกี่ยวข้อง” ซึ่งสามารถใช้ติดตามเก็บข้อมูลและนำมารายงาน ที่สำคัญทำให้ผู้รับผิดชอบต่อสังคมของกิจการสามารถอธิบายหลักการและเหตุผลในการเลือกประเด็นและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับกิจการเพื่อดำเนินการได้



ภาพที่ 7 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการทดสอบสารวัดคุณภาพ (Materiality Test)

เกณฑ์การคัดเลือกตัวชี้วัดในการทดสอบสารวัดคุณภาพตาม GRI รุ่น G3.1 ประกอบด้วยคำถามสำคัญ ดังนี้

1. ตัวชี้วัดถูกหยิบยกขึ้นมาให้ความสำคัญโดยผู้มีส่วนได้เสียหรือไม่
2. ตัวชี้วัดนี้เป็นสิ่งทำลายหรือสามารถสร้างให้เกิดอุปสรรคทางธุรกิจในวันข้างหน้าได้หรือไม่ และสิ่งนี้ถูกหยิบยกมาเป็นประเด็นในวงธุรกิจหรือไม่
3. ตัวชี้วัดนี้เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อตกลงระหว่างประเทศ ที่มีนัยสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ต่อกิจการ/ผู้มีส่วนได้เสียหรือไม่

4. ตัวชี้วัดนี้เอื้ออำนวยให้เกิดโอกาสบางอย่างให้แก่กิจการหรือไม่
5. ตัวชี้วัดนี้ก่อให้เกิดแนวโน้มที่ทำให้กิจการต้องประสบกับความเสียหายอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่
6. ตัวชี้วัดนี้เป็นสิ่งที่นักวิทยาศาสตร์/ผู้เชี่ยวชาญยอมรับว่าเป็นภัยต่อความเสี่ยงต่อความยั่งยืนหรือไม่
7. กิจการมีความรู้/ความสามารถที่ชำนาญพิเศษในการเสริมหนุนความยั่งยืนในเรื่องที่ตัวชี้วัดนี้กล่าวถึงหรือไม่
8. ตัวชี้วัดนี้มีส่วนทำให้เกิดผลสำเร็จของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติหรือไม่ หรือมีส่วนช่วยเสริมสร้างคุณค่าหรือค่านิยมของกิจการหรือไม่

3.5

การนำแนวทางไปประยุกต์ใช้

จุดเริ่มต้น

องค์กรทั้งหมด (เอกชน รัฐ หรือองค์กรไม่หวังผลประโยชน์) ได้รับการสนับสนุนให้รายงานต่อแนวทาง ไม่ว่าจะองค์กรนั้นเป็นผู้รายงานระดับเริ่มต้นหรือมีประสบการณ์ และไม่ว่าจะมีขนาดเท่าใด สังกัดภาคส่วนใด หรือมีที่ตั้งอยู่ที่ใดก็ตาม การรายงานอาจทำได้ในหลายรูปแบบ รวมทั้งผ่านเว็บไซต์หรือสิ่งพิมพ์ แยกอิสระหรือรวมกับรายงานประจำปีหรือรายงานทางการเงิน

ขั้นตอนแรกได้แก่การกำหนดเนื้อหารายงาน บางองค์กรอาจเลือกที่จะเริ่มการรายงานตามกรอบการรายงานของ GRI แบบสมบูรณ์ตั้งแต่เริ่มต้น ในขณะที่องค์กรอื่นๆ อาจต้องการเริ่มจากประเด็นที่เป็นไปได้และปฏิบัติได้จริงมากที่สุดก่อน และแทรกการรายงานประเด็นอื่นๆ เมื่อเวลาผ่านไป

ฉบับของ “วิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI” ที่นำเสนอพร้อมกับ “แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน” เล่มนี้ ได้แสดงวิธีการ

นิยามหลักการและตัวชี้วัดที่กิจการสามารถใช้วัดและรายงานผลการดำเนินงานทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้เพื่อกำหนดเนื้อหาและกำกับข้อมูลที่กิจการจะนำมารายงาน

ระดับการรายงาน

กิจการสามารถใช้กรอบการรายงานของ GRI เพื่อจัดทำรายงาน ซึ่งมีการจัดระดับการรายงานออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ C B และ A แต่ละระดับสะท้อนให้เห็นการนำไปใช้หรือความครอบคลุมที่เพิ่มขึ้นของกรอบการรายงานของ GRI โดยเริ่มจากการรายงานตามข้อกำหนดของตัวชี้วัดจากจำนวนน้อยไปหามาก ได้แก่ เริ่มจาก 10 ตัวชี้วัดซึ่งตามเกณฑ์ GRI จะให้อยู่ในระดับ C (Level C) แล้วจึงค่อยขยายขอบเขตการรายงานเพิ่มขึ้นเป็น 20 ตัวชี้วัดซึ่งตามเกณฑ์ GRI จะให้อยู่ในระดับ B (Level B) จนสามารถขยายขอบเขตการรายงานได้ครบทุกตัวชี้วัดหลักซึ่งตามเกณฑ์ GRI จะให้อยู่ในระดับ A (Level A) ในที่สุด โดยการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามแนวทาง GRI นี้ จะเป็นเครื่องมือสำหรับใช้บริหารและวัดผลกระทบ (Manage and Measure Impacts) การดำเนินการกิจความรับผิดชอบต่อสังคมของการพัฒนาที่ยั่งยืนของกิจการอย่างแท้จริง

และเมื่อกิจการเสร็จสิ้นการจัดทำรายงาน กิจการอาจพิจารณาประกาศระดับการรายงานตามกรอบการรายงานของ GRI ข้างต้นโดยสามารถดำเนินการผ่านทางระบบ “ระดับการรายงานของ GRI” โดยระบบนี้มุ่งที่จะช่วยให้

- ⊕ ผู้อ่านรายงานได้รับทราบถึงขอบเขตเกณฑ์วัดผลซึ่งแนวทางของ GRI และองค์ประกอบของกรอบการรายงานอื่นๆ ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดเตรียมรายงาน
- ⊕ ผู้จัดทำรายงานได้รับวิสัยทัศน์หรือวิธีในการขยายการนำกรอบการรายงานของ GRI ไปใช้อย่างเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเมื่อเวลาผ่านไป

การประกาศระดับการรายงานส่งผลให้เกิดการสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับองค์ประกอบของกรอบการรายงานของ GRI ที่ได้รับการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดเตรียมรายงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รายงานขึ้นเริ่มต้น ผู้รายงาน

ชั้นสูง และผู้ที่อยู่ระหว่างกลาง องค์กรสามารถประกาศระดับ "บวก" (+) ด้วยตนเองในทุกระดับ (เช่น C+, B+, A+) หากมีการใช้การรับประกันรายงานจากภายนอก

องค์กรประกาศระดับการรายงานด้วยตนเองโดยใช้พื้นฐานจากการประเมินเนื้อหารายงานตามเกณฑ์ในระดับการรายงานของ GRI ซึ่งนอกจากการประกาศด้วยตนเอง องค์กรยังสามารถเลือกกระทำกรหนึ่งหรือทั้งสองวิธีต่อไปนี้ได้

- ⊕ ให้ผู้รับรองเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกาศด้วยตนเอง
- ⊕ ขอให้ GRI ตรวจสอบการประกาศด้วยตนเอง

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระดับการรายงาน และเกณฑ์การประเมินโดยสมบูรณ์ ให้ดูชุดข้อมูลระดับการรายงานของ GRI ที่แนบมาพร้อมกับเอกสารฉบับนี้ หรือดูออนไลน์ได้ที่ www.globalreporting.org

สารบัญชารายงาน		C	C+	B	B+	A	A+
การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ	การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ GRI 1.1	การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ GRI 1.1 0-1-2-10 01-03, 3, 10-0, 10 0, 1-0, 4, 4, 10-4, 10		การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ GRI 1.1 0-1-2-10 01-03, 3, 10-0, 10 0, 1-0, 4, 4, 10-4, 10		การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ GRI 1.1 0-1-2-10 01-03, 3, 10-0, 10 0, 1-0, 4, 4, 10-4, 10	
	การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ GRI 1.2						
	การเปิดเผยข้อมูลเชิงลบ GRI 1.3						

© 2013 Global Reporting Initiative
 *ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงระดับการรายงานที่ต่ำกว่า ระดับที่ 1 ใน 10 ระดับที่แสดงในตารางการประเมินผลการรายงาน GRI
 **ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงระดับการรายงานที่ต่ำกว่า ระดับที่ 1 ใน 10 ระดับที่แสดงในตารางการประเมินผลการรายงาน GRI

ภาพที่ 8 ระดับในการรายงาน

การขอให้แจ้งการนำไปใช้

องค์กรที่ได้ใช้แนวทางและ/หรือองค์ประกอบอื่นๆ ในกรอบการรายงานของ GRI เป็นพื้นฐานสำหรับรายงานต้องแจ้งให้ GRI ทราบเมื่อมีการตีพิมพ์รายงาน ในการแจ้ง GRI องค์กรสามารถเลือกกระทำการอย่างใดก็ได้ดังต่อไปนี้

- ⊕ แจ้ง GRI เกี่ยวกับรายงานเท่านั้นและมอบสำเนาถาวรหรือสำเนาชั่วคราวให้ GRI ด้วย
- ⊕ ลงทะเบียนรายงานขององค์กรในฐานข้อมูลรายงานออนไลน์ของ GRI
- ⊕ ขอให้ GRI ตรวจสอบระดับการนำไปใช้ที่องค์กรประกาศด้วยตนเอง

การเพิ่มมูลค่ารายงานอย่างสูงสุด

การรายงานความยั่งยืนเป็นกระบวนการและเครื่องมือที่พัฒนาอยู่ตลอดเวลา และไม่มีจุดเริ่มต้นหรือจบด้วยการตีพิมพ์ในกระดาษหรือออนไลน์ การรายงานควรรวมเข้าอยู่ในกระบวนการที่กว้างกว่าในการตั้งกลยุทธ์ขององค์กร ลงมือปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการและประเมินผลที่ตามมา การรายงานช่วยให้เกิดการประเมินที่ตรงไปตรงมาของผลการดำเนินงานขององค์กรและสามารถสนับสนุนการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเมื่อเวลาผ่านไป นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเข้าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและการได้มาซึ่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับกระบวนการในองค์กร

3.6

การใช้แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน และวิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI รุ่น 3.1

"แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน" จัดทำขึ้นเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คือ "แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน" ที่ท่านกำลังอ่านในขณะนี้ ซึ่งจัดทำมาให้ใช้ควบคู่กับ

ส่วนที่ 2 คือ "วิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI Sustainability Reporting Guidelines รุ่น 3.1" ซึ่งเป็นฉบับแปลภาษาไทยจากต้นฉบับภาษาอังกฤษของ GRI ดังนั้น ในส่วนที่ 2 ผู้จัดทำจึงคงรูปแบบและเนื้อหาของ "วิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI Sustainability Reporting Guidelines รุ่น 3.1" เดิมไว้ทุกประการเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้อ้างอิงตามต้นฉบับและวัตถุประสงค์ขององค์กรผู้ริเริ่มซึ่งเป็นสากล

ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลด "วิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนตามกรอบของ GRI Sustainability Reporting Guidelines รุ่น 3.1" ได้จากเว็บไซต์ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคมที่ www.csri.or.th นอกจากนี้ สามารถศึกษาเนื้อหาต้นฉบับภาษาอังกฤษของ GRI Sustainability Reporting Guidelines ได้จากเว็บไซต์ของ GRI ที่

<https://www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Sustainability-Reporting-Guidelines.pdf>

และเนื่องจากเนื้อหาแนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืนของ GRI และหลักการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อมาตรฐานสากล ISO 26000 มีหลายส่วนที่สอดคล้องกัน GRI จึงมีการจัดทำตารางเปรียบเทียบหมวดเนื้อหาและตัวชี้วัดของ GRI กับ ISO 26000 ไว้ในเอกสารที่ชื่อว่า GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000 เพื่อให้เกิดความสะดวกและเข้าใจได้ง่ายสำหรับทั้งผู้ที่นำไปใช้ปฏิบัติในกิจการและการจัดทำรายงาน ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของ GRI ที่

<https://www.globalreporting.org/resource/library/How-To-Use-the-GRI-Guidelines-In-Conjunction-With-ISO26000.pdf>

บรรณานุกรม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549 (ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย), 2549

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน), ความรับผิดชอบต่อสังคม (คณะทำงานแผนงาน ความรับผิดชอบต่อสังคม, บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)) 2554

สถาบันไทยพัฒนา, รายงานเพื่อความยั่งยืน, กุมภาพันธ์ 2554

สถาบันไทยพัฒนา, 6 ทิศทาง ความรับผิดชอบต่อสังคมปี 2554: Reporting your ความรับผิดชอบต่อสังคม, กุมภาพันธ์ 2554

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม (คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บริษัทจดทะเบียน, สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์), กุมภาพันธ์ 2551

GRI, Sustainability Reporting Guidelines, Version 3.1, 2000-2011
Copy Right

International Organization for Standardization, ISO 26000: Guidance on social responsibility, Edition: 1, 2010.