

# SD Focus

Driving Sustainability of the Thai Capital Market

ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 เดือนธันวาคม 2559

## สวัสดิ์คະคุณผู้อ่านทุกท่าน

SD Focus ฉบับส่งท้ายปลายปี 2559 นี้ ขอน้อมนำคำสอนพ่อ ต่อยอดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานให้ประชาชนชาวไทย เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตอย่างยั่งยืน จึงขอชวนท่านผู้อ่านรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์ท่านในคอลัมน์พิเศษ เรื่อง **“ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กับการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน”** เพื่อนำมาต่อยอดช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการบนความไม่ประมาท และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ต่างๆ ให้อยู่รอดได้ในระยะยาว

สำหรับเนื้อหาในคอลัมน์ประจำยังคงสรรบทความที่มีเนื้อหาสาระเข้มข้น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้บริษัทจดทะเบียนทุกขนาดดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสมดุลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social, Governance: ESG) เช่นเคย ซึ่ง SD Focus ฉบับนี้ จะนำคุณผู้อ่านไปเกาะกระแสพัฒนาการพัฒนาความยั่งยืนในประเทศต่างๆ ที่ต่างก็เพิ่มน้ำหนักให้บริษัทจดทะเบียนมีการดำเนินงานและบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้าน ESG รวมถึงย้ำให้เห็นประโยชน์ของการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ที่นอกจากจะเป็นการแสดงผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพที่สำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียแล้ว กระบวนการจัดการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลนั้นยังทำให้เกิดการเรียนรู้กระบวนการทำงานของฝ่ายงานภายในองค์กร เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่ติดตามอ่านสาระต่างๆ ใน SD Focus มาอย่างต่อเนื่องแล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้า ต้อนรับปี 2560 สวัสดิ์ปีใหม่ค่ะ

ปริยาภรณ์ อันทอง



### STRATEGIC SR

- » **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**  
กับการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน
- » **มือใหม่ หัดทำ**  
รายงานความยั่งยืน
- » **เตรียมพบหนังสือใหม่**  
“คำแนะนำการจัดทำรายงานความยั่งยืนของธุรกิจ Business Sustainability Reporting Guidelines”
- » **การวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน**  
(Sustainability Risk and Materiality Analysis)

### IR

- » **แนวโน้มงานนักลงทุนสัมพันธ์**  
ในประเทศไทย ปี 2557-2559

### SOCIAL INVESTMENT

- » **ถอดรหัสนิยามและนโยบาย**  
ธุรกิจเพื่อสังคมในไทย

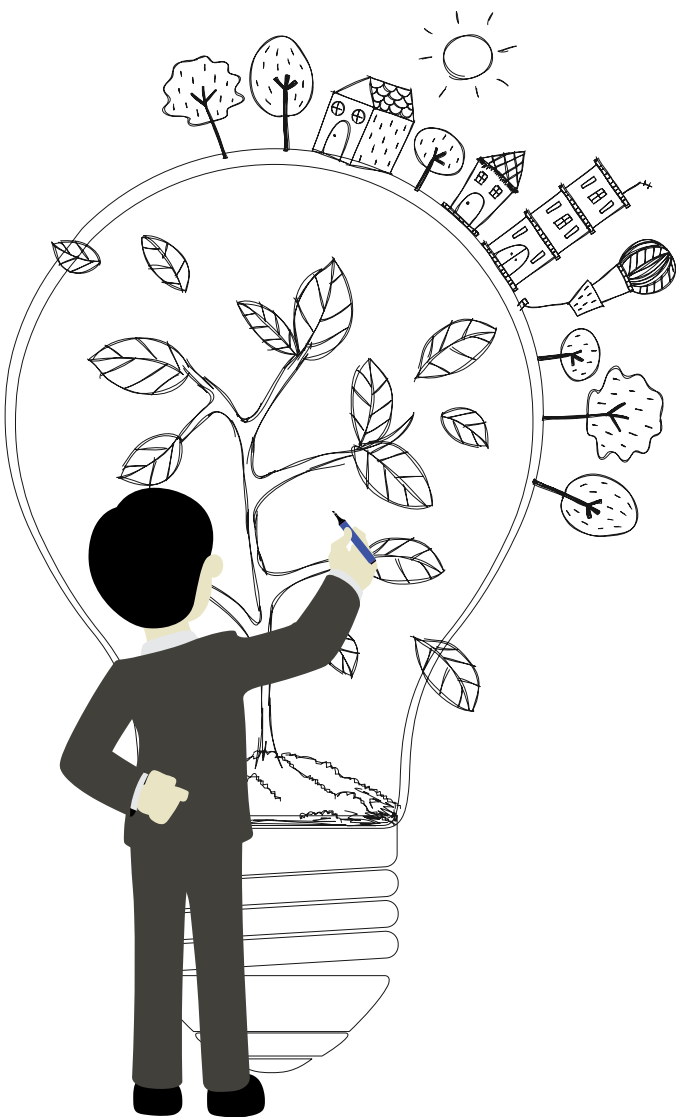
### CG

- » **เกาะติดกระแส**  
การพัฒนาความยั่งยืน

# ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กับการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



ศุภกร เอกชัยไพบุลย์

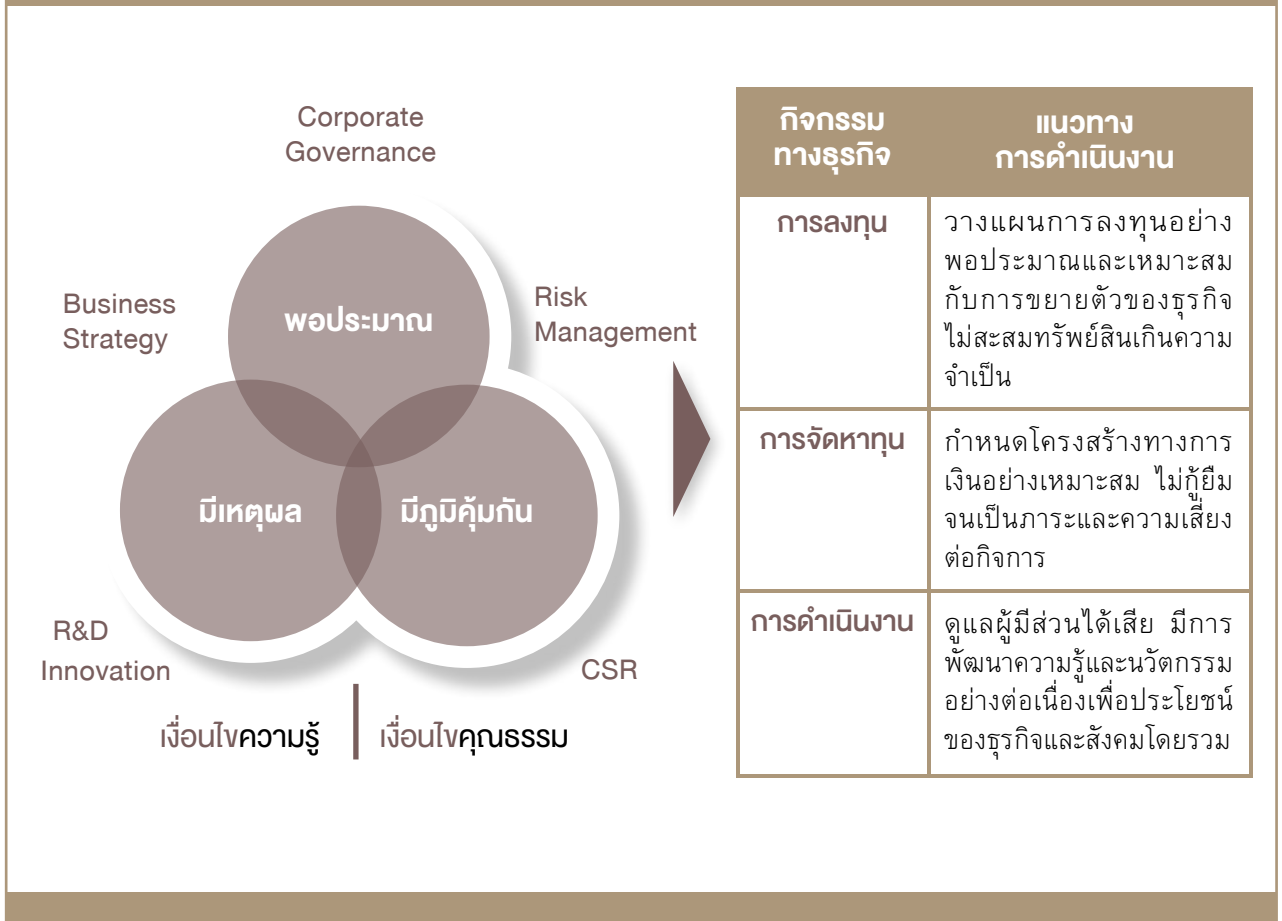


## การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจทำให้ธุรกิจ

ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและการแข่งขันทั้งด้านการตลาด การผลิต บุคลากร การเงินและเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว การนำ**ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**ที่ประกอบด้วยแนวทางสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ **ความพอประมาณ** **ความมีเหตุผล** และ**การมีภูมิคุ้มกัน** **ควบคู่กับการมีความรู้คู่คุณธรรม** จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการบนความไม่ประมาทและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ต่างๆ ได้ในระยะยาว

การนำ**ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**ไปปฏิบัติในองค์กร ไม่ใช่เรื่องใหญ่ที่ธุรกิจต้องคิดใหม่ทำใหม่ เพียงเข้าใจหลักการ และสามารถเชื่อมโยง “แก่น” ของเศรษฐกิจพอเพียงกับกิจกรรมของธุรกิจ เช่น การลงทุน การจัดหาแหล่งทุน และการดำเนินการ โดยสอดแทรกไปกับแผนกลยุทธ์ (Strategy Map) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) บรรษัทภิบาลองค์กร (Corporate Governance) ก็จะเกิดเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีความทันสมัย สามารถตัดสินใจในเชิงนโยบายที่ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรระยะสั้น แต่คำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว อีกทั้งยังเป็นแนวทางของการส่งเสริมความรู้ เพื่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) และการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพไม่ใช่เพียงแค่สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ที่จะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

## ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการตัดสินใจทางธุรกิจ



ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชพระราชทานให้ชาวไทยเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตอย่างยั่งยืนนั้น ไม่ได้ถูกจำกัดความเพียงการประหยัด การไม่เป็นหนี้ หรือเกี่ยวข้องกับเฉพาะกับภาคเกษตรกรรมเท่านั้น แต่เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางที่ประยุกต์ใช้ได้ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน ธุรกิจ และราชการเพื่อให้มีการจัดการและนำไปปฏิบัติให้เกิดความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศชาติอย่างยั่งยืน ดังพระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชที่พระราชทานเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ณ ศาลาดุสิดาลัย วันที่ 4 ธันวาคม 2541 ความว่า “...พอเพียง มีความหมายกว้างขวางยิ่งกว่านี้อีก คือ คำว่าพอ ก็พอเพียงนี้ก็พอแค่นั้นเอง คนเราถ้าพอในความต้องการก็มีความโลภน้อย เมื่อมีความโลภน้อยก็เบียดเบียนคนอื่นน้อย ถ้าประเทศใดมีความคิดอันนี้ มีความคิดว่าทำอะไรต้องพอเพียง หมายความว่าพอประมาณ ซื่อตรง ไม่โลภอย่างมาก คนเราก็อยู่เป็นสุข พอเพียงนี้อาจจะมีมีมากอาจจะมีของหรูหราก็ได้ แต่ว่าต้องไม่ไปเบียดเบียนคนอื่น...”

**ข้อมูลอ้างอิง:** วนดา จันทร์สม เอกสารประกอบการบรรยาย เศรษฐกิจพอเพียงกับการปฏิรูปธุรกิจ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

# มือใหม่ หัดทำ รายงานความยั่งยืน



พริยาภรณ์ อินทอง



**ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย** จัดงานเสวนา “มือใหม่ หัดทำรายงานความยั่งยืน” ขึ้น เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 ที่ผ่านมา เพื่อให้บริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นจัดทำรายงานความยั่งยืน ได้เห็นกระบวนการทำรายงานความยั่งยืน ขั้นตอน การเตรียมการตั้งแต่การทำความเข้าใจกับผู้บริหาร พนักงาน การกำหนดเนื้อหาและกรอบการรายงาน การติดตามและ จัดเก็บข้อมูล การเผยแพร่ผลการดำเนินงานให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก รวมถึงแนวทางในการจัดการปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการรวบรวมและจัดทำรายงาน เป็นต้น

การเสวนาในวันนั้น ได้รับเกียรติจาก **คุณสันติ วาสนสิริ** ผู้จัดการฝ่ายนวัตกรรมและการบริหารความยั่งยืน **คุณปานชญา ปฏิกริตลป** ผู้ประสานงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนจาก บมจ. ไทยออยล์ **คุณมนตรีพิชย์ ชี้อวัฒนากุล** ผู้อำนวยการฝ่ายกำกับ การปฏิบัติงานและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน บมจ. น้ำมันพืชไทย และ **คุณมนตรี สุภกิจจานุสันต์** ผู้จัดการแผนกบริหารสื่อ และภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ. แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ในการจัดทำรายงาน ความยั่งยืนอย่างเป็นกันเอง

## คุณรัตน์วาลี อนันตานานนท์

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน กล่าวว่

“เมื่อพูดถึงการทำรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) บริษัทจดทะเบียนใน mai หรือบริษัทขนาดกลางและเล็ก มักมีคำถามว่า **ทำไมต้องทำรายงานความยั่งยืน ในเมื่อบริษัทขนาดกลางและเล็กไม่มีผู้ลงทุนสถาบันขนาดใหญ่มาลงทุนหรือไม่ได้เป็นบริษัทจดทะเบียน** แต่ในความเป็นจริง ถึงแม้ว่าบริษัทอาจไม่มีผู้ลงทุนสถาบันขนาดใหญ่มาลงทุน รวมทั้งไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ก็ต้องมีกำรดำเนินกำรและเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล

(ESG) เพราะในบทบาทของการเป็นธุรกิจที่อยู่ใน Supply Chain ของบริษัทใหญ่ ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว หากไม่ทำจะกลายเป็นข้อจำกัด เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งในปัจจุบัน ตลาดหลักทรัพย์ในต่างประเทศต่างก็ตื่นตัวในเรื่องการจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างมาก บางประเทศออกเป็นเกณฑ์ให้บริษัทจดทะเบียนต้องรายงานเรื่องดังกล่าว สำหรับประเทศไทยนั้น สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดเกณฑ์เพียงแค่ให้บริษัทจดทะเบียนรายงานข้อมูลการดำเนินงาน CSR ในแบบ 56-1 ยังไม่ได้กำหนดเป็นหลักเกณฑ์ให้บริษัทจดทะเบียนต้องจัดทำรายงานความยั่งยืน ดังนั้น จึงควรเริ่ม **“เรียนรู้”** และ **“ลงมือทำ”** ตั้งแต่วันนี้ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม ดังนั้นการต่อยอดการขับเคลื่อนเรื่องความยั่งยืนนั้นก็ไม่ใช่เรื่องยากเกินไป”



## ในช่วง “เตรียมพร้อม...การจัดทำรายงานความยั่งยืน ปี 2560”

โดย**คุณสันติ วาสนสิริ** ผู้จัดการฝ่ายนวัตกรรมและการบริหารความยั่งยืน และ**คุณปภาชญา ปฏิกริตลปี** ผู้ประสานงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนจาก บมจ.ไทยออยล์ ได้เล่าถึงกระบวนการแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่เตรียมการจนถึงเสร็จสมบูรณ์เป็นรายงาน รวมถึงความสำคัญของการทำรายงานความยั่งยืนตามกรอบการรายงานสากล GRI ในฐานะที่ทำการรายงานความยั่งยืนมาแล้วหลายปี โดยขอสรุปสาระสำคัญที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านไปปรับใช้ดังนี้

## รู้จักกับ GRI (Global Reporting Initiative)

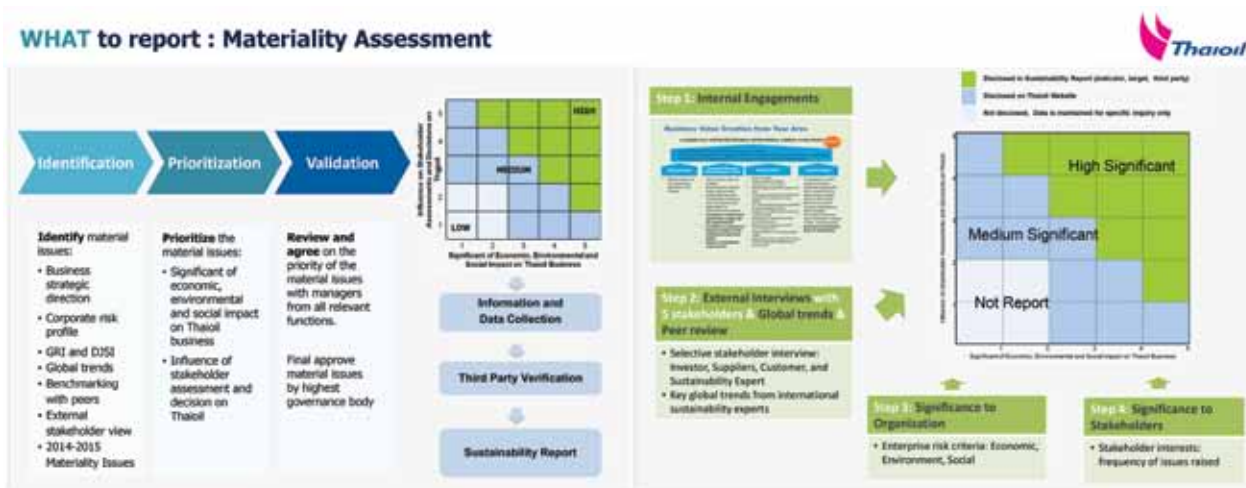
GRI ได้ออก Guideline การจัดทำรายงานความยั่งยืนเพื่อใช้เป็นกรอบการเขียนและจัดทำรายงานความยั่งยืนที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้การสื่อสารระหว่างบริษัทจดทะเบียน และผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและอ้อมได้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการจัดทำรายงานความยั่งยืนมีประโยชน์ทั้งต่อภายในองค์กร เช่น ทำให้องค์กรเห็นเป้าหมาย เห็นวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ จุดแข็งและจุดอ่อนที่ต้องจัดการและปรับปรุงให้ดีขึ้น สำหรับประโยชน์ภายนอกองค์กร **คุณสันติ วาสนสิริ** ได้ย้ำให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน (Financial Report) นั้นไม่พอแล้ว ข้อมูลส่วนนี้หาดูได้ง่าย แต่ปัจจุบันผู้มีส่วนได้เสียต้องการรู้ว่าบริษัทเป็นอย่างไร ดำเนินการเรื่องใดดี เรื่องใดไม่ดี มีประเด็นไหนที่บริษัทให้ความสำคัญมากน้อยและมีวิธีการจัดการอย่างไร รวมถึงผู้ลงทุนเอง มักมีคำถามเพิ่มมากขึ้นว่าบริษัทให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนอย่างไร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เปิดเผยไว้ในรายงานความยั่งยืน ซึ่งถือเป็น Non-Financial Report ที่สามารถใช้เป็นข้อมูลในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างโอกาสให้กับบริษัท



## พร้อมทำรายงานความยั่งยืนแล้วหรือยัง

“จะเขียนรายงานเรื่องอะไร” ใน Guideline ของ GRI ได้กำหนดกรอบการเปิดเผยข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไว้ว่าควรเปิดเผยเรื่องใดบ้าง องค์กรไม่จำเป็นต้องเปิดเผยทุกเรื่อง แต่ให้เลือกเฉพาะ **“ประเด็นสำคัญ (Materiality)”** ที่ต้องรายงาน เช่น ดูว่าเรื่องใดมีผลกระทบต่อบริษัททั้งผลบวกและลบ ประเด็นใดที่เป็นผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท เป็นต้น

**ตัวอย่างการหาประเด็นสำคัญ** บมจ.ไทยออยล์ได้นำประเด็นสำคัญขององค์กรที่รวบรวมไว้มาจัดลำดับความสำคัญโดยใช้ Materiality Matrix เป็นเครื่องมือในการจัดลำดับ โดยที่แกนนอนเป็นการแสดงค่าประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่อบมจ.ไทยออยล์ ส่วนแกนตั้งแสดงค่าประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ ซึ่งบริษัทใช้สีเป็นตัวแบ่งว่าประเด็นใดสำคัญและจำเป็นต้องรายงาน แบ่งได้ดังนี้คือ **“สีเขียว”** คือ ประเด็นที่จำเป็นต้องรายงาน **“สีฟ้า”** คือ ประเด็นที่สามารถเลือกเฉพาะบางประเด็นมารายงาน และ **“สีขาว”** คือ ประเด็นที่ไม่จำเป็นต้องรายงาน



“จะเขียนรายงานอย่างไร” ถ้าเขียนรายงานความยั่งยืนเป็นหัวข้อเหมือนรายงานทางวิชาการ ก็จะไม่น่าอ่าน ดังนั้น ควรสร้างเรื่องราวโดยกำหนด Theme หรือ Concept ให้น่าสนใจ และที่สำคัญคือ การร้อยเรียงและการลำดับเรื่องราวเพื่อให้เนื้อหาไม่กระจัดกระจาย ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจและสามารถเชื่อมโยงเรื่องราวได้ง่ายขึ้น

“ควรรายงานมากน้อยแค่ไหน” บริษัทสามารถเลือกรายงานในประเด็นที่มีผลกระทบ (Impact) ทั้งบวกและลบที่มีผลต่อความยั่งยืนขององค์กรเป็นหลัก แม้ว่าจะเป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก หากสร้างผลกระทบรุนแรงก็ต้องรายงานให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบ พร้อมบอกวิธีการจัดการผลกระทบนั้นๆ

## กระบวนการทำรายงานความยั่งยืน

**คุณปาลชญา ปฏิกรศิลป์** ได้เล่าถึงกระบวนการทำรายงานความยั่งยืนของไทยออยล์ โดยเริ่มแรกจะให้ฝ่ายงานต่างๆ ที่เป็นเจ้าของข้อมูล (Content Owner) ทำความเข้าใจ GRI Guideline ก่อน และนำ Guideline ทั้งหมดมาพิจารณาว่ามีความเชื่อมโยงกับหน่วยงานใดบ้าง ซึ่งเทคนิคสำคัญ คือ **ควรปรับคำหรือศัพท์เฉพาะตาม Guideline ให้เป็นภาษาที่คนในองค์กรเข้าใจ** โดยในปีแรกของการเขียนรายงาน หน่วยงานเจ้าของข้อมูลจะยังไม่รู้แนวทางว่าจะเขียนอย่างไร ดังนั้น การสร้าง Template ของโครงสร้างเนื้อหา (Content Structure) จึงเป็นเครื่องมือช่วยที่สำคัญที่ช่วยให้เจ้าของข้อมูลทราบว่าต้องมีข้อมูลประกอบอะไรบ้าง และการใส่ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเชิงปริมาณจะทำให้เห็นผลการดำเนินงานที่ชัดเจนและวัดผลเปรียบเทียบได้

คุณสันติ ได้สรุปหัวใจของการจัดทำรายงานความยั่งยืนว่า



**“เขียนเฉพาะเรื่องสำคัญ คุณเองอย่างสำคัญ”** แม้ว่าผลการดำเนินงานได้สร้างผลกระทบที่ไม่ดี ก็ควรรายงานบอกว่าทำไม่ดีเรื่องอะไร แต่ควรบอกด้วยว่าจะจัดการแก้ไขอย่างไร



ให้เจ้าของข้อมูล (Content Owner) เข้าใจด้วยว่าสิ่งที่ได้ปฏิบัติในงานนั้น ทำให้เศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมดีขึ้นอย่างไร **ไม่ใช่ทำเพราะเป็นเพียง KPI** และควรเชื่อมโยงให้ได้ว่าสิ่งที่ทำกระทบกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร และจะจัดการแก้ไขอย่างไร



ควรการออกแบบรูปเล่มให้มี **“Look and Feel”** น่าสนใจ อ่านง่าย และแสดงความเป็นองค์กรที่เมื่อเห็นรูปเล่มแล้วรู้ได้ในทันทีว่าเป็นองค์กรใด

ช่วงที่ 2 เป็นช่วงเสวนา **“มือใหม่ หัดทำรายงานความยั่งยืน”** ได้รับเกียรติจากผู้เริ่มจัดทำรายงานนำเสนอการดำเนินงานมาร่วมแลกเปลี่ยนกัน โดย **คุณมนตรีพิชญ์ ชี้อวัฒนากุล** ผู้อำนวยการฝ่ายกำกับการปฏิบัติงานและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน บมจ.น้ำมันพืชไทย ได้กล่าวว่า “ปัญหาแรกที่พบจากการที่ ก.ล.ต กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยข้อมูลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม 8 ข้อ ในแบบ 56-1 คือ บางข้อบริษัทไม่ได้ดำเนินการ อีกทั้งยังไม่มีกำหนดนโยบายภาพรวมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน รวมถึงจะสื่อสารอย่างไรให้ผู้บริหารเข้าใจปัญหาเหล่านี้ แก้ปัญหาได้ โดยการเข้าไปพูดคุยกับผู้บริหารให้เห็นความจำเป็น รวมถึงส่งพนักงานที่เกี่ยวข้องไปอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดขึ้น และพยายามโน้มน้าวให้แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญและจัดทำรายงานความยั่งยืน โดยการเขียนรายงานนั้นจะใช้ Keyword 4 ตัว คือ “In process” “After process” “Impact” และ “Value” ในการสื่อสารไปยังฝ่ายงานเจ้าของข้อมูล และเขียนให้รู้ว่า **“What Where When Why”** เพื่อให้ตรงประเด็นและทุกคนเข้าใจได้ง่าย”



สำหรับ**คุณมนตรีพิชญ์ ชี้อวัฒนากุล** ผู้จัดการแผนกบริหารสื่อและภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ. แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ กล่าวว่า “กรอบการรายงาน GRI ค่อนข้างยืดหยุ่นให้นำไปปรับใช้ สำหรับแอล.พี.เอ็น. นอกจากศึกษาจาก Guideline ของ GRI แล้ว ก็ใช้วิธีการศึกษาและดูตัวอย่างจากบริษัทที่รายงานตามกรอบนี้อยู่แล้ว สำหรับปัญหาที่แอล.พี.เอ็น. พบในปีแรก คือ หน่วยงานเจ้าของข้อมูลไม่รู้ว่า “คนอ่านอยากรู้อะไร” “บริษัทอยากบอกอะไร” ทำให้ไม่ได้ข้อมูลที่ต้องการ ในปีต่อๆ มาแก้ปัญหาโดยการให้ความรู้ และกำหนดแผนการทำรายงานกันตลอดทั้งปี ให้ทุกคนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงาน ท้ายสุดจะเห็นประเด็นที่บริษัทต้องปรับปรุงในปีต่อๆ ไป

ประโยชน์ที่บริษัทได้จากการทำรายงานฯ คือ 1. รู้จักตัวเอง 2. รู้ว่าผู้มีส่วนได้เสียมีความกังวลในประเด็นใด และ 3. องค์กรได้ปรับปรุงตนเอง นอกจากนั้น สิ่งที่ผู้บริหารเน้นย้ำคือ **“ทำในสิ่งที่พูด พูดในสิ่งที่ทำ”** หากบริษัทได้สร้างผลกระทบแล้วจะทำอย่างไรให้ผลกระทบลดลง และในท้ายที่สุดต้องการแสดงให้เห็นว่าแอล.พี.เอ็น. เป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม

ในตอนท้าย อาจารย์อนันตชัย ยูรประถม ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ได้กล่าวโดยสรุปว่าการทำรายงานฯ เริ่มต้นที่ว่า “เราทำรายงานเพื่ออะไร” เช่น เชื่อมโยงคนในองค์กร ปรับปรุงกระบวนการ พัฒนาสิ่งใหม่ เป็นต้น จากนั้นก็ปรับเนื้อหาการรายงาน แล้วจึงเชื่อมโยงกับกรอบการรายงานสากล GRI และที่สำคัญต้องมองว่า **ปลายทางของการเปิดเผยข้อมูลนั้นไม่ใช่รูปเล่มรายงาน แต่ได้เครื่องมือในการบริหารจัดการองค์กรที่เชื่อมโยงกระบวนการต่างๆ ในบริษัท**



พร้อมกันนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดทำหนังสือ Checklist พืชธุรกิจยั่งยืน...ฉบับ SME ขึ้นให้กับบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์กรที่เพิ่งเริ่มต้นพัฒนาเรื่องความยั่งยืน ได้ใช้เป็น Checklist ตรวจสอบสถานะความยั่งยืน รวมถึงวิธีการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน และจัดทำรายงานข้อมูลยั่งยืนอย่างง่าย ๆ เพื่อให้ทุกบริษัทสามารถไปปรับใช้ให้เหมาะกับบริบทองค์กรต่อไป

สำหรับผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดเอกสารประกอบการเสวนา “มือใหม่ หัดทำรายงานความยั่งยืน” ได้ที่

- TOP → [http://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/sr/activities/files/25591130\\_sharingsdreport\\_TOP.pdf](http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/activities/files/25591130_sharingsdreport_TOP.pdf)
- LPN → [http://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/sr/activities/files/25591130\\_sharingsdreport\\_LPn.pdf](http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/activities/files/25591130_sharingsdreport_LPn.pdf)
- TVO → [http://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/sr/activities/files/25591130\\_sharingsdreport\\_TVO.pdf](http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/activities/files/25591130_sharingsdreport_TVO.pdf)
- หนังสือ Checklist พืชธุรกิจยั่งยืน...ฉบับ SME → [http://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/sr/publication/files/checklistsme.pdf](http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/publication/files/checklistsme.pdf)



# เตรียมพบหนังสือใหม่

“คำแนะนำการจัดทำรายงานความยั่งยืนของธุรกิจ  
Business Sustainability Reporting Guidelines”



ณัฐศิริ บุญชวน

“คำแนะนำการจัดทำ  
รายงานความยั่งยืนของธุรกิจ  
Business Sustainability  
Reporting Guidelines”



## หลายท่านคงมีคำถามเกิดในใจ

เมื่อได้รับหน้าที่ให้เป็นผู้จัดทำรายงานความยั่งยืนของบริษัทว่า “นี่คือรายงานเกี่ยวกับอะไร ทำไมต้องทำรายงานที่ว่านี้มีใครเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง ต้องรายงานเรื่องใดบ้าง แล้วจะรายงานอย่างไร และเอาข้อมูลมาจากไหน ฯลฯ”

ด้วยเหตุนี้ตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงได้จัดทำ “คำแนะนำการจัดทำรายงานความยั่งยืนของธุรกิจ” หรือ “Business Sustainability Reporting Guidelines” ขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเรื่องการจัดทำรายงานความยั่งยืนแบบง่ายๆ ที่ช่วยให้ “มือใหม่” ที่ต้องทำรายงานหรือผู้ที่รับหน้าที่จัดทำรายงานอยู่แล้ว ได้พัฒนากระบวนการรายงานให้เข้าที่เข้าทางหรือดียิ่งขึ้น

ก่อนอื่นต้องบอกว่าการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน นอกจากการสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น และการผู้ลงทุนอย่างต่อเนื่องแล้ว บริษัทยังต้องคำนึงถึงการดำเนินงานอย่างมีบรรษัทภิบาล มีความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อและหลีกเลี่ยงการกระทำที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในทางลบ ซึ่งหากจะถามว่าอย่างหลังนี้



ทำไปเพื่ออะไร ก็คงตอบได้ว่าเพื่อความยั่งยืนของบริษัทเอง เพราะแรงกดดันที่เกิดจากความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ นักลงทุน พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า สังคมและชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม และคอยจับจ้องว่าบริษัทจะแก้ไขสิ่งเหล่านี้อย่างไร นับวันยิ่งทวีความรุนแรงและมีอิทธิพลขึ้นเรื่อยๆ จนเป็นตัวกระตุ้นให้บริษัทต้องตระหนักถึงความสำคัญและประสิทธิภาพของการพัฒนาความยั่งยืนของตนเอง จึงเป็นที่มาของความจำเป็นในการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนของบริษัทนั่นเอง

**คำแนะนำการจัดทำรายงานความยั่งยืนของธุรกิจ** ที่จัดทำขึ้นนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับบริษัททุกขนาดและทุกประเภทธุรกิจ ช่วยให้ผู้ที่เปี่ยมมือใหม่เริ่มจัดทำรายงานสามารถเข้าใจได้อย่างแท้จริงว่ารายงานความยั่งยืนคืออะไร และสำคัญอย่างไร รายงานนี้มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) และเชื่อมโยงกับเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนอย่างไร ซึ่งความเข้าใจดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนจัดทำรายงานและการได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารองค์กรตั้งแต่ระดับคณะกรรมการและผู้บริหารตลอดจนพนักงาน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการทำรายงานอย่างเห็นประโยชน์และคุณค่าที่สามารถสะท้อนกลับมาสู่ธุรกิจ ในเชิงเศรษฐกิจ โอกาสการลงทุน การพัฒนากระบวนการดำเนินงาน การพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาและยกระดับพนักงานและสังคมอย่างแท้จริง ซึ่งสิ่งเหล่านี้นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการขยายฐานการค้าของบริษัทเองในระยะยาว ที่ไม่ใช่แค่ทำรายงานตามที่ถูกเชิญชวน ตามกระแสหรือถูกบังคับด้วยเกณฑ์ใดๆ

หนังสือเล่มนี้จะช่วยบอกให้ทราบว่าจะเริ่มจัดทำรายงานผู้จัดทำรายงานต้องเตรียมพร้อมเรื่องอะไรบ้างและอย่างไร ส่วนนี้นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญในการได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องสำหรับนำไปใช้รายงาน นอกจากนี้ในหนังสือยังบอกถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่สามารถนำไปเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้กระบวนการจัดทำรายงานประสบความสำเร็จ

ทั้งเรื่องการจัดการเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้โอกาสมีส่วนร่วม กับบริษัท การระบุเป้าหมายผู้อ่านรายงานที่สำคัญอย่างแท้จริงว่าเป็นใครหรือกลุ่มไหนเพื่อประโยชน์ในการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของรายงาน การจัดตั้งทีมงานและการกำกับดูแลรายงานให้เป็นไปด้วยความโปร่งใสตรวจสอบได้ และการเลือกแนวทางรายงานที่เหมาะสม เป็นต้น

และในขั้นตอนสำคัญ คือ เมื่อการลงมือเขียนรายงานมาถึงหนังสือเล่มนี้จะแนะนำเทคนิคต่างๆ ในการเขียนรายงานไว้มากมาย ตั้งแต่เทคนิคการรวบรวมคัดเลือกและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญก่อนจะแปลงเป็นสารไปยังผู้อ่านในแบบที่สามารถเข้าใจง่ายและครบถ้วน เทคนิคการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายงาน และเทคนิคการสื่อสารรายงานไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป เป็นต้น

สำหรับ Highlights ของหนังสือก็คือ การเรียบเรียงเนื้อหา รายงาน เป็นการแนะนำหัวข้อต่างๆ ที่บริษัทควรหยิบยกมาใช้ในการรายงาน โดยในแต่ละหัวข้อได้มีการยกตัวอย่างการเขียนรายงานมาประกอบไว้อีกหลายๆ ตัวอย่าง เพื่อให้บริษัทเห็นภาพและเข้าใจมากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทสามารถศึกษาเพิ่มเติมและนำมาประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสม หากเป็นตัวอย่างของบริษัทที่มีบริบทที่ใกล้เคียงกัน โดยตัวอย่างเหล่านี้ได้รับการคัดสรรมาจากรายงานความยั่งยืนของหลากหลายบริษัทที่ได้รับการยกย่องว่าดำเนินการเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนได้ดีและได้รับรางวัลด้านการจัดทำรายงานความยั่งยืนอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีเรื่องการแนะนำเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยอื่นๆ เพื่อเพิ่มสีสันและเสน่ห์ให้กับรายงานอีกด้วย

คำแนะนำการจัดทำรายงานความยั่งยืนของธุรกิจจะเผยแพร่ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษภายในเดือนมกราคม 2560 ผ่านทาง [www.set.or.th](http://www.set.or.th) ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากทุกท่านเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการจัดทำเอกสารฉบับนี้ให้สมบูรณ์และเหมาะสมกับการนำไปใช้งานจริงยิ่งขึ้นและเกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้อย่างแท้จริง

# การวิเคราะห์ความเสี่ยง และประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(Sustainability Risk and Materiality Analysis)



มณฑกาท่า ตั้งนรวันตร



**ปัจจุบันต้องยอมรับว่าองค์กรจะประสบความสำเร็จได้** ต้องสามารถนำเอาการบริหารจัดการความเสี่ยงมาเป็นเครื่องมือในการรับมือกับความไม่แน่นอนที่อาจกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่กระทบต่อองค์กรทั้งในรูปตัวเงิน หรือต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร เหล่านี้ถือเป็นความท้าทายว่าองค์กรมีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องและครอบคลุมเป้าหมายและกลยุทธ์องค์กร รวมถึงมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk and Materiality Analysis) มาประกอบการจัดทำความเสี่ยงในระดับต่างๆ เพื่อให้สร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ

ในปีนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดอบรมหลักสูตร “การวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk and Material Analysis)” ให้กับบริษัทจดทะเบียน ใน SD Focus ฉบับนี้ได้สรุปสาระสำคัญจากการอบรมดังกล่าว เพื่อเป็นประโยชน์แก่ทุกท่านที่สนใจ

## ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risks)

คือ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานที่กระทบต่อเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง และลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

## บทบาทของหน่วยงานด้านความยั่งยืนหรือด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีต่อการบริหารจัดการความเสี่ยง

- การสร้างให้คนในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหารถึงพนักงานระดับล่างได้ตระหนักและเข้าใจถึงเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน และการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Culture) ให้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานของพนักงานทุกคนในองค์กร
- การรวบรวมข้อมูลความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อนำเสนอให้หน่วยงานบริหารความเสี่ยงไปวิเคราะห์บริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้น
- การทำงานร่วมกับหน่วยงานบริหารความเสี่ยงในฐานะผู้รับผิดชอบในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร

## ขอบเขตในการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การใช้พื้นที่ (Area) ที่เกิดความเสี่ยงเป็นตัวกำหนดขอบเขตความเสี่ยง ซึ่งอาจมาจากปัจจัยภายในหรือภายนอกที่ส่งต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร และการใช้เวลา (Time) เป็นตัวกำหนด ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง หรือระยะยาว

ทั้งนี้ สิ่งที่สะท้อนความยั่งยืนขององค์กร คือ การยอมรับจากสังคม ชุมชนที่อยู่รอบสถานประกอบการ ในรูปของการให้ความยินยอมหรืออนุญาตให้กิจการ ประกอบการได้อย่างต่อเนื่อง (License to Operate) ซึ่งองค์กรสามารถทำให้เกิดการยอมรับได้ตั้งแต่การปฏิบัติตามกฎระเบียบ จนกระทั่งถึงระดับที่ได้รับการสนับสนุนจากคนในสังคม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องเชื่อมโยงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเข้าไปในการบริหารจัดการความยั่งยืน

## องค์ประกอบที่สำคัญในการบ่งชี้ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

พิจารณาจากกระบวนการดำเนินธุรกิจว่ามีประเด็นความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอะไรบ้างที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในอนาคต ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง หรือระยะยาว

### ตัวอย่างความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

#### ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม เช่น

- สถานที่ตั้งที่มีความเสี่ยงเรื่องสิ่งแวดล้อมซึ่งสร้างผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ
- การเลือกใช้วัสดุที่กระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในการก่อสร้าง
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

#### ความเสี่ยงด้านสังคม เช่น

- คนในชุมชนไม่เห็นด้วยกับการสร้างโรงงานในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงชุมชน
- พนักงานไม่สามารถคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ จึงเป็นความเสี่ยงทำให้ไม่สามารถสร้างคุณค่าที่ตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรได้
- พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป

#### ความเสี่ยงด้านกฎหมาย และกฎระเบียบ เช่น

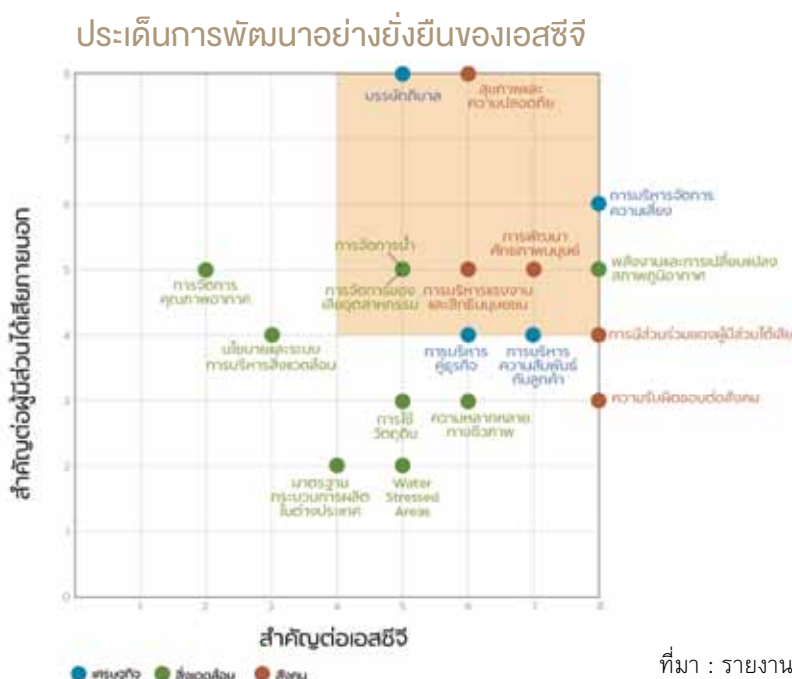
- การไม่ผ่านการพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA)
- บริษัทเลือกวัสดุที่ไม่ได้มาตรฐานในการก่อสร้าง ทำให้ไม่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานราชการ

## การจัดลำดับประเด็นสำคัญ (Materiality) ด้านความยั่งยืน

มีขั้นตอนดังนี้

- 1 | **การระบุประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร** ซึ่งเป็นประเด็นที่เกิดจากปัจจัยภายในหรือภายนอก ประเด็นความท้าทายของแต่ละอุตสาหกรรม และประเด็นจากความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย โดยการระบุประเด็น สามารถพิจารณาได้หลายด้าน เช่น
  - ขอบเขตของผลกระทบที่เกิดขึ้นว่าส่งผลเพียงแคภายในองค์กรหรือส่งผลถึงภายนอกด้วย ถ้าส่งผลกระทบต่อทั้งภายในและภายนอกถือว่าเรื่องดังกล่าวเป็นประเด็นที่สำคัญมากต่อองค์กร
  - ประเด็นที่สร้างผลกระทบต่อองค์กร หรือผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยพิจารณาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ **ผลกระทบที่เกิดขึ้น โอกาสที่จะเกิด และโอกาสในการขยายผล** ซึ่งหากเหตุการณ์มีการขยายผลรุนแรงขึ้นเหตุการณ์เหล่านั้นจะขยับขึ้นเป็นภาวะวิกฤตได้
- 2 | **การจัดลำดับประเด็นสำคัญ** สามารถใช้เครื่องมือในการจัดลำดับความสำคัญ เช่น **Materiality Matrix** ซึ่งเป็นตารางที่แสดงการจัดลำดับความสำคัญด้านความยั่งยืนที่องค์กร และผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ ทั้งนี้ หากประเด็นใดที่องค์กรและผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญมาก องค์กรควรหาวิธีการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ และสร้างผลกระทบเชิงบวก เพื่อลดความเสี่ยง และสร้างโอกาสให้กับองค์กรต่อไป

จากตัวอย่าง ประเด็นด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเอสซีจี ในพื้นที่มูมขวาบน (ส่วนสีแดง) จะเป็นประเด็นสำคัญที่ทั้งองค์กร และผู้มีส่วนได้เสียของเอสซีจี ให้ความสำคัญ



จากข้างต้น สามารถกล่าวโดยสรุปว่าองค์กรควรให้ความสำคัญในการกำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่ชัดเจน โดยเชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนไปในการบริหารจัดการความยั่งยืน และนำประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนไปพิจารณา ร่วมกับความเสี่ยงขององค์กร และสิ่งที่สำคัญ คือ การสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture) ให้เกิดขึ้นกับพนักงานทุกคนในองค์กรได้ตระหนัก และนำกระบวนการบริหารความเสี่ยงไปใช้การปฏิบัติงาน โดยบูรณาการเข้าไปในกระบวนการทำงานปกติ เพื่อให้องค์กรสามารถจัดการความเสี่ยงและลดความสูญเสียชีวิตที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



# แนวโน้มงานนักลงทุนสัมพันธ์ ในประเทศไทย ปี 2557-2559

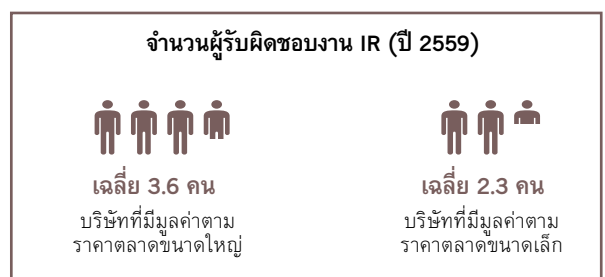
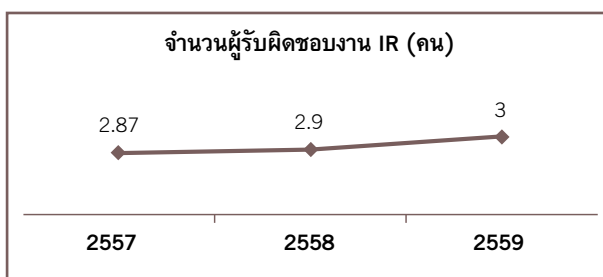
ไพศาล เจียรอุทัยธารังค์



**ในปัจจุบันแนวทางการลงทุนมีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น** งานนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations: IR) จึงมีบทบาทมากขึ้นที่จะช่วยให้บริษัทรับมือกับความต้องการและความคาดหวังของนักลงทุนและนักวิเคราะห์ที่เปลี่ยนแปลงไป การติดตามและเข้าใจพัฒนาการของงาน IR จึงเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานของบริษัทจดทะเบียน

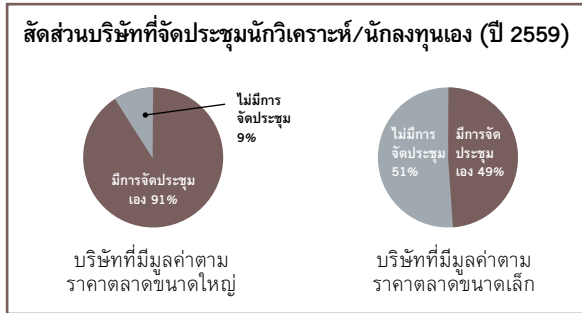
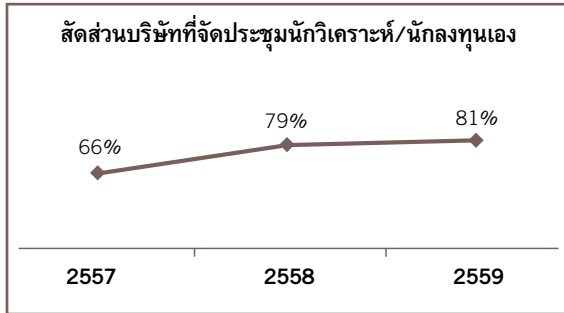
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้รวบรวมและประมวลผลการสำรวจแนวปฏิบัติด้าน IR ของบริษัทจดทะเบียนในไทยมาอย่างต่อเนื่อง โดยพบประเด็นที่แสดงถึงพัฒนาการของงาน IR ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา (ระหว่างปี 2557-2559) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแผนงาน IR ของบริษัทต่อไปในอนาคต

- จำนวนผู้รับผิดชอบงาน IR** ผลสำรวจในปี 2559 พบว่า บริษัทจดทะเบียนในไทยมีจำนวนผู้รับผิดชอบงาน IR เฉลี่ย 3 คนต่อบริษัท ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเฉลี่ย 2.87 คนต่อบริษัท ในปี 2557 และผลสำรวจในปี 2559 ยังพบว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่ (Market Cap. มากกว่า 10,000 ล้านบาทขึ้นไป) มีจำนวนผู้รับผิดชอบงาน IR เฉลี่ย 3.6 คน ซึ่งสูงกว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็ก (Market Cap. < 10,000 ล้านบาท และ mai) ที่มีจำนวนเฉลี่ย 2.3 คน สอดคล้องกับจำนวนกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทขนาดใหญ่ได้ดำเนินการในปริมาณที่มากกว่าบริษัทขนาดเล็ก

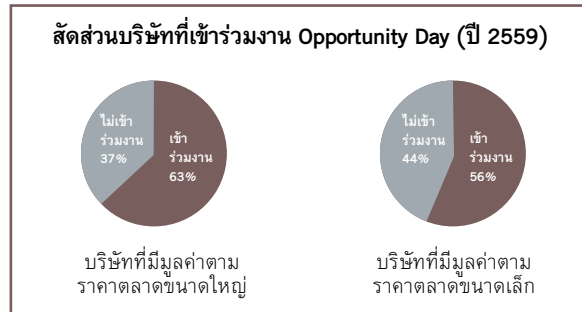
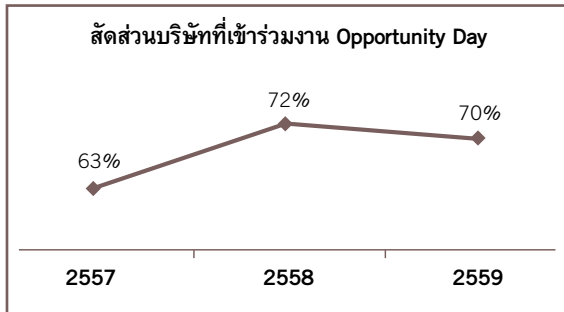


**การจัดกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์** เป็นช่องทางที่บริษัทใช้สื่อสารถึงนักลงทุนและนักวิเคราะห์ โดยผลสำรวจพบว่าบริษัทจดทะเบียนมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น

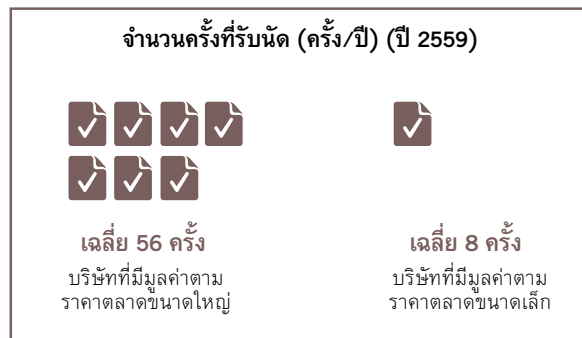
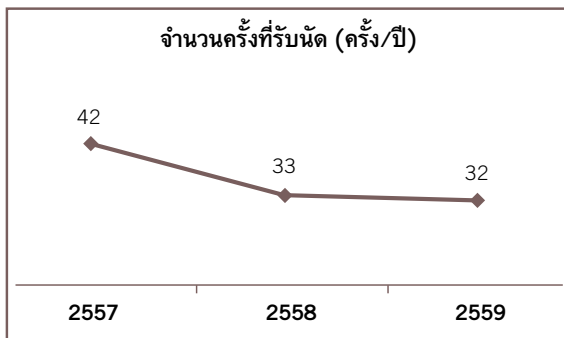
- **กิจกรรมประชุมนักวิเคราะห์/นักลงทุน** บริษัทจดทะเบียนอาจจัดประชุมนักวิเคราะห์ (Analyst Meeting) เป็นการเฉพาะหรือเลือกมาเข้าร่วมงานบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) ที่จัดโดยตลาดหลักทรัพย์ ผลสำรวจพบว่า ในปี 2559 บริษัทจดทะเบียนโดยรวมมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวคิดเป็น 84% ของบริษัททั้งหมด
  - สัดส่วนของบริษัทจดทะเบียนที่จัดประชุมนักวิเคราะห์เองเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 66% ในปี 2557 เป็น 81% ในปี 2559 นอกจากนี้ ผลสำรวจในปี 2559 พบว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่ มีจำนวนถึง 91% ที่มีการจัดประชุมเอง ซึ่งสูงกว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็ก ซึ่งจัดเองเพียง 49%



- สัดส่วนของบริษัทจดทะเบียนที่มาร่วมงาน Opportunity Day มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่มีบริษัทจดทะเบียน 63% มาร่วมงาน เป็น 70% ในปี 2559 และผลสำรวจในปี 2559 ชี้ให้เห็นว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่ มีจำนวน 63% มาเข้าร่วมงาน Opportunity Day ซึ่งสูงกว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็กที่มาเข้าร่วมงาน 56%

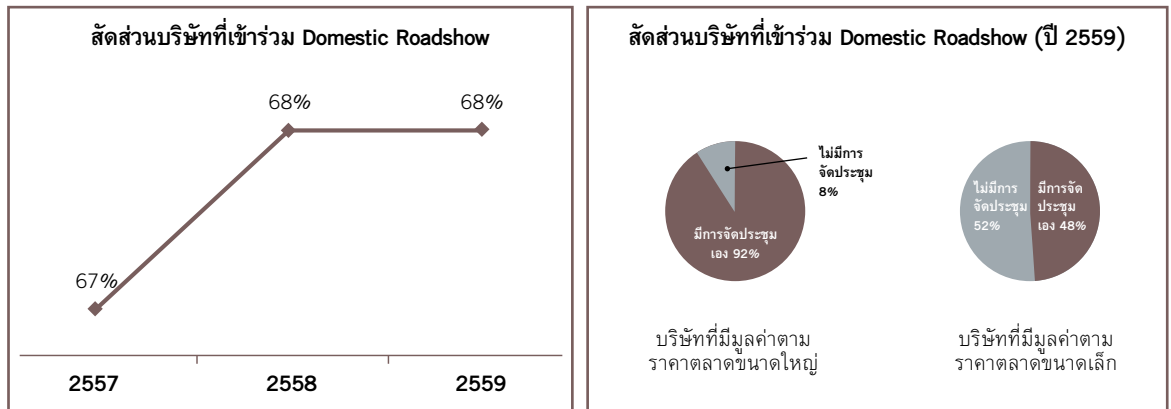


- **การเข้าพบผู้บริหาร (Company Visit)** ผลสำรวจพบว่า บริษัทจดทะเบียนโดยรวมรับนักวิเคราะห์หรือนักลงทุนประมาณ 32 ครั้ง/ปี ในปี 2559 ซึ่งมีสัดส่วนลดลงจากปี 2557 นอกจากนี้ ผลสำรวจในปี 2559 พบว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่มีการรับนักวิเคราะห์ 56 ครั้ง ซึ่งสูงกว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็กที่มีการรับนักวิเคราะห์ 8 ครั้ง

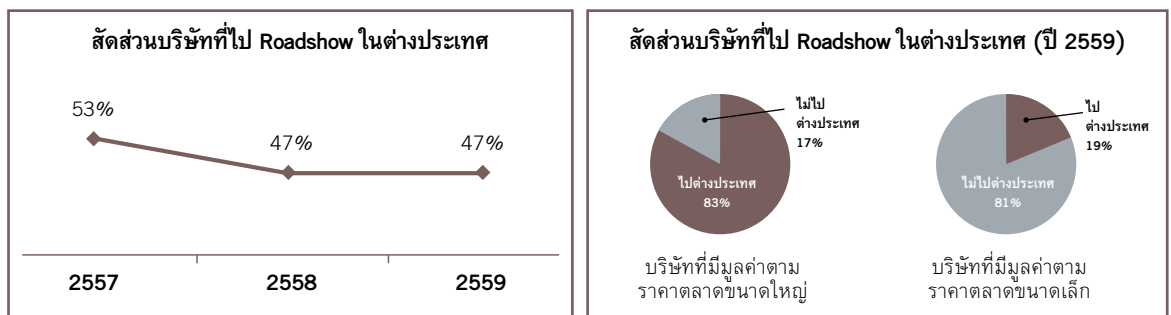


- **กิจกรรม Roadshow** ซึ่งเป็นกิจกรรมเชิงรุกที่บริษัทจดทะเบียนได้ออกไปพบปะกับนักลงทุนโดยตรง โดยบริษัทอาจเข้าร่วมกิจกรรม Roadshow ภายในประเทศหรือเลือกไป Roadshow ในต่างประเทศ ตามความเหมาะสมของขนาดและโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัท

- ผลสำรวจในปี 2559 พบว่ามีบริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม Roadshow ภายในประเทศกว่า 68% เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 67% ในปี 2557 และพบว่าในปี 2559 สัดส่วนบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่เข้าร่วมกิจกรรม Roadshow ภายในประเทศ เฉลี่ย 92% ซึ่งสูงกว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็กที่เข้าร่วมเฉลี่ย 48%



- ในปี 2559 มีบริษัท 47% ที่ไป Roadshow ในต่างประเทศ ลดลงจาก 53% ในปี 2557 โดยจุดหมายปลายทางที่บริษัทเลือกไปมากที่สุดในช่วงปี 2557-2559 คือ ประเทศสิงคโปร์ รองลงมาคือ ฮองกง ซึ่งทั้งสองแห่งเป็นตลาดหลักทรัพย์หลักที่มึ่นักลงทุนสนใจหุ้นของบริษัทจดทะเบียนไทย นอกจากนี้ จากผลสำรวจในปี 2559 พบว่าสัดส่วนบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่ไป Roadshow ในต่างประเทศ เฉลี่ย 83% ซึ่งสูงกว่าบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็กไป Roadshow เฉลี่ยเพียง 19%



ข้อมูลเหล่านี้เป็นประเด็นที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของงาน IR ในปัจจุบัน โดยยังมีรายละเอียดในเรื่องอื่นๆ เพิ่มเติมในการสำรวจนี้ ซึ่งบริษัทสามารถดาวน์โหลดเอกสารผลการสำรวจแนวปฏิบัติด้าน IR ได้ที่ [http://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/ir/development\\_p1.html](http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/ir/development_p1.html) นอกจากนี้ บริษัทที่สมัครเข้าร่วม Best Investor Relations Award 2016 จะได้รับข้อมูลรายกลุ่มแยกตามมูลค่าตามราคาตลาด ซึ่งทางตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดส่งให้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

\* ข้อมูลจากแบบสอบถามการดำเนินงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียนในรางวัล Best Investor Relations Awards ปี 2557-2559

- ปี 2557 จำนวน 177 บริษัท
- ปี 2558 จำนวน 188 บริษัท
- ปี 2559 จำนวน 194 บริษัท

# ถอดรหัสนิยามและนโยบาย ธุรกิจเพื่อสังคมในไทย



อาจารย์ชญญา ปัญญาอำพล  
ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายยุทธศาสตร์และประกันคุณภาพการศึกษา  
วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ฝ่ายพัฒนาเพื่อสังคม  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

## นิยามของ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ตามร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม



**ยังมีคนอีกจำนวนมาก** ที่ยังต้องการรู้ความหมายหรือนิยามที่ชัดเจนของ **“ธุรกิจเพื่อสังคม”** หรือ **“กิจการเพื่อสังคม”** ถึงแม้แนวคิดนี้ได้มีการดำเนินการมานานแล้ว เพียงแต่ที่ผ่านมาไม่ได้ใช้คำเหล่านี้ ทำให้เมื่อพูดถึง **“ธุรกิจเพื่อสังคม”** หรือ **“กิจการเพื่อสังคม”** จึงทำให้หลายคนไม่เข้าใจ บางคนถึงกับเข้าใจว่าเป็นคำกล่าวอ้างของธุรกิจที่มีการทำ CSR และเรียกตัวเองว่า **“ธุรกิจเพื่อสังคม”** เสียด้วยซ้ำ

ในปี 2559 นี้ ถือได้ว่ารัฐบาลได้มีนโยบายสนับสนุน **“ธุรกิจเพื่อสังคม”** ชัดเจนขึ้นระดับหนึ่ง โดยมีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกา เพื่อให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยในพระราชกฤษฎีกานี้ได้ใช้คำว่า **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”**

เพื่อให้เห็นมุมมองที่มีต่อ **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”** ขอยกตัวอย่างนิยามต่อคำว่า **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”** ในประเทศสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร ประกอบดังนี้

ในสหรัฐอเมริกามีการนิยามวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยหน่วยงานที่เรียกว่า Social Enterprise Alliance ซึ่งเป็นองค์กรเครือข่ายที่ทำหน้าที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของระบบนิเวศ (Ecosystem) ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศสหรัฐอเมริกาไว้ว่า

**“วิสาหกิจเพื่อสังคม คือ องค์กรหรือการริเริ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการทำงานเพื่อสังคมแบบองค์กรไม่แสวงหากำไรหรือหน่วยงานของรัฐ แต่ใช้กลไกตลาดเป็นแนวทางการดำเนินงานเช่นเดียวกับธุรกิจ”**

ในสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นประเทศที่วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความเข้มแข็งที่สุดในโลกประเทศหนึ่ง เมื่อดูจากสัดส่วนของมูลค่าทางการตลาดที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมเปรียบเทียบกับ “ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ” หรือที่เรียกย่อๆ ว่า “GDP”<sup>1</sup> ของสหราชอาณาจักร ซึ่งมีมากกว่าร้อยละ 5<sup>2</sup> โดยองค์กร ที่เรียกว่า Social Enterprise UK ซึ่งก็เป็นองค์กรเครือข่ายที่ตั้งขึ้นเพื่อช่วยวิสาหกิจเพื่อสังคมในสหราชอาณาจักร ได้นิยามวิสาหกิจเพื่อสังคมไว้ว่า

1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product – GDP) หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตได้ในประเทศ ซึ่งถูกใช้เป็นเกณฑ์หนึ่งในการวัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ  
2 อ้างอิงจาก [https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british\\_council\\_-\\_seuk\\_think\\_global\\_report\\_graph4.pdf](https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_-_seuk_think_global_report_graph4.pdf)

**“วิสาหกิจเพื่อสังคมประกอบธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาสังคม การพัฒนาชุมชน คน หรือสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจเพื่อสังคมเหล่านั้น ได้เงินจากการขายสินค้าและการให้บริการในตลาดเปิด เมื่อได้กำไรวิสาหกิจเพื่อสังคมจะนำกำไรกลับมาลงทุนหรือส่งต่อให้กับชุมชน เพราะฉะนั้นเมื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมได้กำไร สังคมย่อมได้กำไรด้วย”**

สังเกตได้ว่า จุดร่วมของนิยามคำว่า **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”** จากทั้งสองประเทศ (หรือในอีกหลายๆประเทศ) คือ วิสาหกิจเพื่อสังคมจะประกอบไปด้วยคุณสมบัติสำคัญสองประการ คือ (1) การมุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาสังคม และ (2) การใช้การจัดการบริหารเชิงธุรกิจเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในข้อ 1 ซึ่งในแง่นี้จะสอดคล้องกับความเข้าใจของประเทศไทยที่ได้นิยามคำว่า **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”** ไว้ว่า

**“นิติบุคคลซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ของภาคเอกชนโดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มิใช่การสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเป็นสำคัญ...”**

คำนิยามดังกล่าวข้างต้นนี้คัดลอกมาจากร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ....(ร่าง พ.ร.บ.ฯ) ซึ่งได้ผ่านการเห็นชอบในเบื้องต้นจากสภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) และกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของ สปช. ต่อไป โดยนอกเหนือจากคุณสมบัติสองข้อดังกล่าวแล้ว นิยามตามกฎหมายไทยยังมีในแง่ของการดำเนินกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสีย การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำผลกำไรกลับไปลงทุนเพื่อสังคมอีกด้วย

เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ.2559 ได้มีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลว่าด้วยการยกเว้นรัฐการณ์ฉบับที่ 621 พ.ศ. 2559 (พ.ร.ฎ.ฯ) ซึ่งเป็นการออกกฎหมายให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่นิติบุคคลที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามที่กำหนดไว้ใน พ.ร.ฎ.ฯ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเองก็มีการดำเนินการเชิงนโยบายและกฎหมายที่เป็นรูปธรรมเพื่อส่งเสริมระบบนิเวศของวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งก็สอดคล้องกับทิศทางของประชาชนทั่วไปที่ให้ความสนใจกับวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น ดังตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยด้านล่าง ได้แก่ **“กล่องดินสอ”** และ **“SideKick”**



**กล่องดินสอ** วิสาหกิจเพื่อสังคมที่คิดค้นดินสอ “เล่นเส้น” สำหรับผู้พิการทางสายตา เพื่อให้สามารถสัมผัสสายเส้นของตัวเองได้



**SideKick Media Agency** ที่มุ่งสร้างสรรคงานรณรงค์และออกแบบประชาสัมพันธ์ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับสังคม

การประกอบกิจการเพื่อสังคมนั้น ไม่จำเป็นจะต้องมีการจดทะเบียนเป็น **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”** ตามกฎหมายเสมอไป ผู้ประกอบธุรกิจสามารถทำธุรกิจที่มุ่งเน้นในการแก้ปัญหาสังคมได้โดยไม่ต้องอิงโครงสร้างทางกฎหมาย ในทางกลับกันมูลนิธิหรือองค์กรไม่แสวงหากำไรก็สามารถนำการบริหารที่มีประสิทธิภาพแบบการบริหารเชิงธุรกิจมาใช้โดยไม่ต้องอิงโครงสร้างทางกฎหมายว่าตัวองค์กรจะเป็น **“วิสาหกิจเพื่อสังคม”** ตามกฎหมายหรือไม่ ความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ การมุ่งเน้นแก้ปัญหาสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยไม่เกี่ยงว่ารูปแบบจดทะเบียนขององค์กรจะเป็นแบบใด

ในบางประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร หรือ สหรัฐอเมริกา ได้มีการสงวนใช้ชื่อเฉพาะ เช่น Community Interest Company (UK) หรือ Low Profit Limited Liability Company (US) สำหรับองค์กรที่จดทะเบียนและทำตามข้อบังคับต่าง ๆ สำหรับประเทศไทยนั้น ยังไม่มีการสงวนการใช้ชื่อออกมาเป็นกฎหมายในขณะนี้ แต่หากวิสาหกิจเพื่อสังคมต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตาม พ.ร.ฎ.ฯ นี้ จะต้องปฏิบัติตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับให้ถูกต้อง ซึ่งใน SD Focus ฉบับหน้าจะนำข้อมูลสิทธิประโยชน์ทางภาษีมาขยายความให้ทราบต่อไป



# เกาะติดกระแส การพัฒนาความยั่งยืน

พรชัย ถาวรานนท์ และสุกิจ กิตติบุญญานนท์

## แนวความคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 ในรายงาน Our Common Future หรือที่รู้จักกันในชื่อ Brundtland Report โดยคณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาของสหประชาชาติ ซึ่งต่อมาได้ขยายผลอย่างจริงจังในการประชุม Earth Summit ในปี ค.ศ. 1992 ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล โดยได้ร่วมกันรับรองปฏิญญาว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (Rio Declaration on Environment and Development) เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก โดยครอบคลุมการพัฒนาที่สมดุลทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Environment, Social, and Governance: ESG) ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งใน 178 ประเทศสมาชิกสหประชาชาติ ได้ร่วมลงนามรับรองในเรื่องนี้ด้วย



การขับเคลื่อนแนวคิด ESG แสดงถึงพลวัตที่สำคัญของภาคธุรกิจในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งการมุ่งเน้นถึงความยั่งยืนในระยะยาวแทนการสร้างกำไรในระยะสั้น ซึ่งมองได้เป็น 2 มิติ ใน **มิติของบริษัท** เป็นเรื่องที่คณะกรรมการบริษัทจะต้องติดตามดูแลการดำเนินงาน รวมถึงการดูแลความเสี่ยงขององค์กรให้ครอบคลุมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากความเสี่ยงทางการเงิน ทางกลยุทธ์ และการดำเนินงาน รวมถึงใน **มิติของผู้ลงทุน** โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ลงทุนสถาบัน ที่หันมาให้ความสำคัญกับการลงทุนในกิจการที่สร้างหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล นอกเหนือจากการมองเพียงแค่ตัวเลขผลประกอบการเพียงอย่างเดียว

อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนในกระบวนการดำเนินธุรกิจและการลงทุนนั้น นับวันจะทวีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ในบทความนี้ จึงขอหยิบพัฒนาการด้านความยั่งยืนของหลายประเทศต่างๆ ในโลกมาให้เห็นเป็นตัวอย่าง เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนไทยต้องเร่งปรับตัวพร้อมรับมือกับข้อกำหนดกฎเกณฑ์ด้าน ESG ที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งอาจกระทบต่อการดำเนินธุรกิจไม่มากนัก

➤ ในหลายประเทศได้ออก **หลักกำกับดูแลนักลงทุนสถาบัน หรือ Stewardship Code** เพื่อให้ผู้ลงทุนสถาบันเพิ่มน้ำหนักให้ความสำคัญในการเข้าไปกำกับดูแลกิจการที่ตนไปลงทุน เช่น การเลือกตั้งกรรมการ การจ่ายค่าตอบแทนกรรมการ การควมรวมกิจการ เป็นต้น ซึ่งประเทศอังกฤษ เป็นประเทศแรกที่ออก UK Stewardship Code (ปี 2010) และตามด้วยอีกหลายประเทศ เช่น ออสเตรเลีย ฮองกง ญี่ปุ่น มาเลเซีย เป็นต้น รวมถึงองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Co-operation and Development หรือ OECD) เอง ก็ได้บรรจุแนวคิดที่เสนอแนะในหลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD ฉบับปรับปรุงปี 2015 (the G20/OECD Corporate Governance Principles) ให้ทุกประเทศออก Stewardship Code ด้วย สำหรับประเทศไทยเองก็อยู่ระหว่างการจัดทำและรับฟังความเห็น โดยคาดว่าจะบังคับใช้ได้ประมาณต้นปี 2560

➤ **การประเมินการปฏิบัติด้าน CG ของบริษัทจดทะเบียน** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่น่าสนใจในการส่งเสริมและพัฒนาเรื่อง Corporate Governance หรือ CG ให้แก่บริษัทจดทะเบียน สำหรับประเทศไทยมีการประเมินรายงานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย (Corporate Governance Report of Thai Listed Company (CGR) ) โดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย อีกทั้งยังมีการประเมิน CG ในระดับเอเชีย นั่นก็คือ **การประเมิน CG Watch** โดยเอเชีย Asian

Corporate Governance Association (ACGA) ซึ่งเป็นหน่วยงานส่งเสริม Corporate Governance ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มประเทศเอเชีย เพื่อประเมิน CG ของบริษัทจดทะเบียนในภาพรวมของ 11 ประเทศในเอเชีย เป็นประจำทุก 2 ปี โดยการประเมินของ ACGA จะครอบคลุมเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้งระบบ ตั้งแต่เรื่องกฎเกณฑ์ทางด้าน CG ของแต่ละประเทศ การส่งเสริมและผลักดัน CG จากทางภาครัฐ มาตรฐานบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ลงทุน รวมถึงการนำหลักการ CG ไปปฏิบัติ ซึ่งในปี 2016 ประเทศไทยได้รับคะแนนประเมิน 58 คะแนน เป็นลำดับที่ 5 ของเอเชีย (ตามตารางที่แสดงด้านล่างนี้)

CG Watch market scores: 2010 to 2016				
(%)	2010	2012	2014	2016
1. Singapore	67	69	64	67
2. Hong Kong	65	66	65	65
3. Japan	57	55	60	63
4. Taiwan	55	53	56	60
5. Thailand	55	58	58	58
6. Malaysia	52	55	58	56
7. India	49	51	54	55
8. Korea	45	49	49	52
9. China	49	45	45	43
10. Philippines	37	41	40	38
11. Indonesia	40	37	39	36

Source: Asian Corporate Governance Association

สำหรับผลประเมิน CG Watch ที่สำรวจการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนทั้งขนาดใหญ่ กลาง และเล็กในประเทศไทย ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีในหลายเรื่องที่บริษัทจดทะเบียนสามารถนำไปปรับปรุงเพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทได้ อาทิ

- โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนควรมีประธานกรรมการที่เป็นกรรมการอิสระมากขึ้น
- การเปิดเผยข้อมูลนโยบายค่าตอบแทนของผู้บริหารควรเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัท
- การประเมินตนเองของคณะกรรมการควรมีที่ปรึกษาภายนอกมาชี้แนะแนวทางการประเมินอย่างน้อยทุก 3 ปี
- บริษัทขนาดกลางและเล็ก ควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทที่เปิดเผยข้อมูลด้าน ESG จะเป็นบริษัทขนาดใหญ่เป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ การประเมินของ CG Watch ได้เน้นที่การเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ให้กับผู้ลงทุน เพราะถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืนของกิจการที่ผู้ลงทุนให้ความสนใจ โดยหน่วยงานกำกับดูแลในหลายประเทศต่างส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ตามกรอบการรายงาน GRI (Global Reporting Initiative)

- ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนบริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูล ESG ตามกรอบการรายงาน GRI เพิ่มมากขึ้น
- ประเทศไต้หวัน กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนที่มีทุนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 5 พันล้านเหรียญต้องเปิดเผยข้อมูล ESG ตามกรอบการรายงาน GRI
- สำหรับในประเทศไทย การเปิดเผยข้อมูลตามกรอบการรายงาน GRI เป็นไปตามสมัครใจ ดังนั้น ความครบถ้วนของข้อมูลที่เปิดเผยจึงมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพร้อมของบริษัท



**การประเมินและจัดอันดับการพัฒนายั่งยืนของบริษัทชั้นนำในเอเชีย** หรือ **Channel NewsAsia Sustainability Ranking** โดยสำนักข่าว Channel NewsAsia ได้ทำการประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน 11 ประเทศในแถบเอเชีย ได้แก่ จีน ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ญี่ปุ่น และ ประเทศไทย โดยจะประเมินจาก 100 บริษัทของแต่ละประเทศ เพื่อประกาศรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับผลการประเมินสูงสุด 20 อันดับแรกของทุกประเทศรวมกัน และ 3 อันดับแรกของแต่ละประเทศ

โดยการประเมินความยั่งยืนและจัดอันดับนี้ จะพิจารณาจากการดำเนินงานด้าน ESG ของบริษัทจดทะเบียน เช่น ความคิดริเริ่มการพัฒนาสิ่งแวดล้อม การลดผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ การบริหารจัดการแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply-Chain Management) รวมถึงประเด็นถกเถียงของสังคมด้าน ESG ที่มีความรุนแรงและการแสดงความรับผิดชอบต่อผลการกระทำที่เกิดขึ้นของบริษัท เป็นต้น

สำหรับผลประเมินล่าสุดปี 2016 มี 6 บริษัทจดทะเบียนไทยติดอันดับ ได้แก่ บมจ. ไออาร์พีซี บมจ. ปตท. และ บมจ. ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม บมจ. พีทีที โกลบอล เคมิคอล บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย บมจ. ไทยออยล์ โดยผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดได้ที่ <http://sustainability-ranking.channelnewsasia.com/index.html>

ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะเกาะติดพัฒนาการด้านความยั่งยืนที่น่าสนใจนำเสนอแก่ท่านผู้อ่านในโอกาสถัดไป แล้วพบกันนะครับ

## » การสร้างความเข้าใจกับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน – CG

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันกรรมการบริษัทไทยจัดงานสัมมนาเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ CGR “Enhancing Good Corporate Governance based on CGR Scorecard” เพื่อเป็นการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามโครงการผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2559 โดยให้ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์และข้อมูลที่ควรเปิดเผยในรายงานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ในวันพุธที่ 26 กันยายน และ 3 ตุลาคม 2559 โดยมีผู้บริหาร และเลขานุการบริษัทของบริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมงานจำนวน 247 คน

### Company Visit

ตลาดหลักทรัพย์ฯ พร้อมผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมของตลาดหลักทรัพย์ฯ เข้าพบกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจดทะเบียนใหม่ เพื่อแนะนำและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเรื่องด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน



บมจ. เต้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง



บมจ. ไวส์ โลจิสติกส์



บมจ. อมตะ วิเอ็น



บมจ. สาลี พรินท์ติ้ง

## » การสร้างความเข้าใจกับผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน – IR



- 1 Good Practices for Analyst presentation งานอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และสร้างความเข้าใจเรื่องการจัดทำข้อมูลนำเสนอในรูปแบบ Presentation แก่ นักลงทุน ได้รับเกียรติจากคุณเมทินี อิศรจินดา ผู้อำนวยการฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ บมจ. ไทยคม และคุณเชษฐพร สุภธีระ ผู้อำนวยการฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ บมจ. สิงห์ เอสเตท มาแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2559 มีนักลงทุนสัมพันธ์บริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมจำนวน 98 ราย (73 บริษัท)

**2 Good Practices for IR Webpage** งานอบรมเพื่อเพิ่มความรู้อและสร้างความเข้าใจเรื่องการจัดทำข้อมูลนำเสนอบนเว็บไซต์ ได้รับเกียรติจาก คุณกิจพล ไพโรไพศาลกิจ ผู้อำนวยการและนักกลยุทธ์ บล.ยูโอบี เคย์เฮียน (ประเทศไทย) คุณชาย มโนภาส นายกสมาคมนักลงทุนเน้นคุณค่า คุณสุรัชย์ โฆษิตเสวีวงศ์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บัญชีและการเงิน บมจ. บางจากปิโตรเลียม มาแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559 มีนักลงทุนสัมพันธ์ บริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมจำนวน 104 ราย (91 บริษัท)



### 3 IR Magazine Award & Conference South East Asia 2016

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ร่วมจัดงานกับวารสาร IR Magazine ขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อนำเสนอข้อมูลด้านนักลงทุนสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้าน IR ในระดับสากล พร้อมด้วยการมอบรางวัลแก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ จากการสำรวจความเห็นนักลงทุนสถาบันในภูมิภาค รางวัลในครั้งนี้เป็นรางวัลสำหรับภูมิภาคอาเซียนที่ประกอบด้วย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และไทย โดยได้รับเกียรติจาก คุณเกศรา มัญชุศรี กรรมการและผู้จัดการ ตลาดหลักทรัพย์ฯ

ร่วมมอบรางวัลและแสดงความยินดีกับบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัลด้านนักลงทุนสัมพันธ์ จากวารสาร IR Magazine Awards ประจำปี 2559 เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2559 ที่ผ่านมา

โดยในปีนี้ 7 บริษัทจดทะเบียนไทย สามารถคว้า 14 รางวัลด้านนักลงทุนสัมพันธ์ จากทั้งหมด 24 รางวัลในระดับอาเซียน สะท้อนถึงศักยภาพด้านนักลงทุนสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับจากนักลงทุนสถาบันในภูมิภาคได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วย



**ADVANC:** บมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส  
ได้รับ 1 รางวัล ได้แก่ Best in sector: Communications



**MINT:** บมจ. ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล  
ได้รับ 1 รางวัล ได้แก่ Best in sector: Consumer discretionary & consumer staples



**KBANK:** บมจ. ธนาคารกสิกรไทย  
ได้รับ 6 รางวัล ได้แก่ Best use of technology, Best sustainability practice, Best in sector: Financials, Best in country: Thailand, Best investor relations officer และ Best overall investor relations (large cap)



**SCC:** บมจ. ปูนซิเมนต์ไทย  
ได้รับ 2 รางวัล ได้แก่ Best corporate governance และ Best in sector: Industrials & materials



**SPA:** บมจ. สยามเวลเนสกรุ๊ป  
ได้รับ 1 รางวัล ได้แก่ Best IR by a mai company



**GPSC:** บมจ. โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี่  
ได้รับ 1 รางวัล ได้แก่ Most progress in IR



**TOP:** บมจ. ไทยออยล์  
ได้รับ 2 รางวัล ได้แก่ Best IR by a senior management team และ Best in sector: Energy

\* สำหรับเกณฑ์ในการพิจารณารางวัลมาจากการสำรวจความเห็นนักลงทุนสถาบันในประเด็นต่างๆ เช่น การปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล คุณภาพของรายงานทางการเงิน การจัดประชุมกับนักลงทุน และการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นต้น



## » การสร้างความเข้าใจกับผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน - SR

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาด้านความยั่งยืนให้แก่บริษัทจดทะเบียนอย่างต่อเนื่อง อันเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาตลาดทุนไทยในระยะยาว ผ่านโครงการอบรมด้านการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี 2555 จนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนสามารถนำหลักการและแนวปฏิบัติด้านการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปบูรณาการร่วมกับบริหารจัดการองค์กร รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนสู่สาธารณะ

จากผลการดำเนินโครงการอบรมดังกล่าว มีบริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 560 บริษัท คิดเป็น 86% ของบริษัทจดทะเบียนทั้งหมด และได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเห็นได้จากมีเจ้าหน้าที่จากบริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมอบรมตั้งแต่กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง จนถึงเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ อีกทั้งผู้เข้าอบรมมาจากหน่วยงานต่างๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ เป็นต้น เป็นการแสดงให้เห็นว่าเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนได้ขยายผลไปยังหน่วยงานต่างๆ ของบริษัทจดทะเบียน พร้อมทั้งผู้บริหารและพนักงานในองค์กรได้ให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น

โดยในปี 2559 นี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดการอบรมหลักสูตรด้านการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมฯ มาอย่างต่อเนื่องตลอดปี และได้จัดอบรมให้กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของบริษัทจดทะเบียนอีก 3 หลักสูตรส่งท้ายของปี โดยได้รับเกียรติจากอาจารย์อนันตชัย ยูรประดม สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน เป็นวิทยากร ประกอบด้วย

**1 หลักสูตรการจัดทำรายงานแห่งอย่างยั่งยืน (Sustainability Reporting)** เพื่อให้ผู้อบรมได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการคัดเลือกประเด็นสำคัญสำหรับการรายงานด้านความยั่งยืน พร้อมแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐานสากล จำนวน 4 รุ่น ในเดือนตุลาคม 2559 มีผู้เข้าร่วมรับการอบรมจำนวน 107 ราย ( 73 บริษัท)



**2 หลักสูตรการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (CSR for Corporate Sustainability)** เพื่อให้ผู้อบรมได้เรียนรู้เกี่ยวกับการนำแนวคิดการบริการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนบูรณาการกับการบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน 2 รุ่น ในเดือนพฤศจิกายน 2559 มีผู้เข้าร่วมรับการอบรมจำนวน 148 ราย ( 102 บริษัท)



**3 หลักสูตรการประเมินผลและการจัดการข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Evaluation and Data Management Analysis)** เพื่อให้ผู้อบรมเรียนรู้และฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้ประเมินผลการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การกำหนดนโยบายในอนาคต พร้อมกำหนดข้อมูลสารสนเทศเพื่อจัดการความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในเดือนตุลาคมและเดือนพฤศจิกายน 2559 มีผู้เข้าร่วมรับการอบรมจำนวน 74 ราย (57 บริษัท)





กิจกรรมด้าน SR

หลักสูตรอบรมด้านการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดปี 2560

ชื่อหลักสูตร	เนื้อหา	วันที่อบรม	กลุ่มเป้าหมาย
<b>หลักสูตรพื้นฐาน (Preliminary Course)</b>			
<b>1</b> หลักสูตรการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (CSR for Corporate Sustainability)	เป็นการนำแนวคิดการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนบูรณาการกับการบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมทั้งแนวทางการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางของก.ส.ต.	รุ่น 1: 1-2 มี.ค. รุ่น 2: 5-6 ก.ค. รุ่น 3: 28-29 ก.ย.	สำหรับเจ้าหน้าที่ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
<b>หลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการ “เสริมสร้างทักษะนักปฏิบัติ CSR” (Developing CSR Practitioners’ Skills)</b>			
<b>2</b> หลักสูตรการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ (Strategic CSR Management)	การกำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ของธุรกิจที่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการปฏิบัติจริงในองค์กร	รุ่น 1: 31 ม.ค.- 1 ก.พ. รุ่น 2: 17-18 พ.ค. รุ่น 3: 12-13 ก.ค. รุ่น 4: 16-17 ส.ค.	สำหรับเจ้าหน้าที่บริหารระดับกลาง-สูงที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย การวางแผนกลยุทธ์และแผนงานระดับองค์กรหรือระดับหน่วยงานดูแลรับผิดชอบค่าในห่วงโซ่อุปทานและผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร รวมทั้งเกี่ยวข้องกับการกำหนดกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ขององค์กร
<b>3</b> หลักสูตรการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Supply Chain and Stakeholder Engagement)	การบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน และผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร พร้อมประเมินผลกระทบและความเสี่ยงในการปฏิบัติทางธุรกิจระหว่างคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสีย	รุ่น 1: 9-10 ก.พ. รุ่น 2: 23-24 พ.ค. รุ่น 3: 19-20 ก.ค. รุ่น 4: 23-24 ส.ค.	อาทิ ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร ฝ่าย CSR/SD ฝ่ายเลขานุการบริษัท ฝ่ายกำกับดูแลกิจการ ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ ฝ่ายตรวจสอบภายใน เป็นต้น
<b>4</b> หลักสูตรการพัฒนากิจกรรมเชิงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Social Initiatives for Sustainable Development)	การออกแบบกิจกรรมการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม โดยมุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมในกระบวนการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกับโครงการทางสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอก เพื่อส่งผลให้เกิดคุณค่าร่วมกัน	รุ่น 1: 22-23 มี.ค. รุ่น 2: 30-31 พ.ค. รุ่น 3: 26-27 ก.ค. รุ่น 4: 30-31 ส.ค.	อาทิ ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร ฝ่าย CSR/SD ฝ่ายเลขานุการบริษัท ฝ่ายกำกับดูแลกิจการ ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ ฝ่ายตรวจสอบภายใน เป็นต้น
<b>5</b> หลักสูตรการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk and Material Analysis)	การวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเด็นสำคัญของความยั่งยืน เพื่อใช้กำหนดกรอบการดำเนินงานและวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร	รุ่น 1: 7-8 มี.ค. รุ่น 2: 7-8 มิ.ย. รุ่น 3: 13-14 ก.ย.	สำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงและการกำหนดกลยุทธ์องค์กร อาทิ ฝ่ายบริหารความเสี่ยง ฝ่าย CSR/SD ฝ่ายตรวจสอบภายใน ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร เป็นต้น
<b>6</b> หลักสูตรการประเมินผลและการจัดการข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Evaluation and Data Management)	การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อใช้ประเมินผลการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การกำหนดนโยบายในอนาคต พร้อมทั้งกำหนดข้อมูลสารสนเทศเพื่อจัดการความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	รุ่น 1: 13-14 มี.ค. รุ่น 2: 14-15 มิ.ย. รุ่น 3: 20-21 ก.ย.	สำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูล ประมวลผลการดำเนินงาน และประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำเสนอผู้บริหารระดับสูงหรือคณะกรรมการบริษัท
<b>7</b> หลักสูตรการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Reporting)	การคัดเลือกประเด็นสำคัญสำหรับการรายงานด้านความยั่งยืน พร้อมแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐานสากล	รุ่น 1: 21-22 มิ.ย. รุ่น 2: 28-29 มิ.ย. รุ่น 3: 4-5 ต.ค. รุ่น 4: 11-12 ต.ค.	สำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมหรือรายงานความยั่งยืน

หมายเหตุ: หลักสูตร 5-7 ผู้เข้าอบรมจะต้องผ่านหลักสูตร 1 มาก่อน และรายละเอียดการจัดกิจกรรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม สำหรับผู้สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม โทร 0 2009 9000 ต่อ 9883 e-mail: SRcenter@set.or.th

คลิปความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

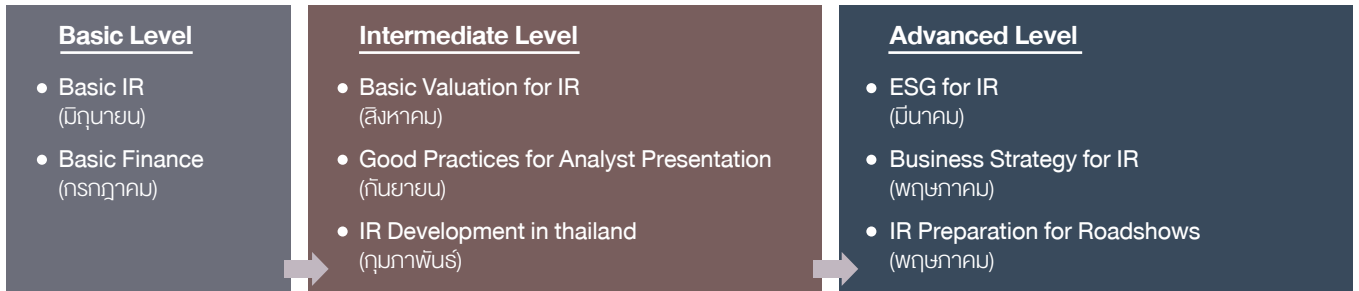
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้จัดทำและเผยแพร่คลิปความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จากการอบรมหลักสูตร “การบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” (CSR for Corporate Sustainability) จำนวน 4 ตอน โดยผู้สนใจสามารถเข้าชมได้ที่เว็บไซต์ [www.set.or.th/srcenter](http://www.set.or.th/srcenter) ภายใต้เมนู “คลังความรู้ -> คลิปวิดีโอ”





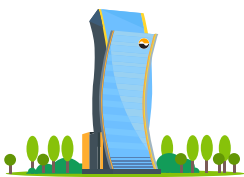
## กิจกรรมด้าน IR

ในปี 2560 งานพัฒนานักลงทุนสัมพันธ์ ยังคงจัดการอบรมหลักสูตรอบรมพัฒนางานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ให้กับนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียน โดยแบ่งระดับของผู้เข้าอบรมตั้งแต่พื้นฐานจนถึงขั้นสูง ดังนี้



วันที่	หลักสูตร	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย
กุมภาพันธ์	IR Professional Training 2017: IR Development in Thailand	เพื่อให้นักลงทุนสัมพันธ์ทราบถึงแนวโน้มพัฒนาการด้าน IR ในประเทศไทยรวมถึงตัวอย่าง Good Practices ของการทำงาน IR	นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียน
มีนาคม	IR Professional Training 2017: ESG for IR	เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องของ ESG และบทบาทของนักลงทุนสัมพันธ์ในการสื่อสารประเด็นด้าน ESG	
พฤษภาคม	IR Professional Training 2017: IR Preparation for Roadshows	เพิ่มความเข้าใจให้นักลงทุนสัมพันธ์ถึงมุมมองของนักลงทุนสถาบันทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงบทบาทของนักลงทุนสัมพันธ์ในการเตรียมความพร้อมเพื่อ Roadshows ในต่างประเทศ	
	IR Professional Training 2017: Business Strategy for IR	เพื่อส่งเสริมความรู้ให้นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียน มีความเข้าใจและเห็นความสำคัญของกลยุทธ์บริษัทรวมถึงบทบาทของ IR ในการสื่อสารกลยุทธ์	
มิถุนายน	IR Professional Training 2017: Basic IR	ให้ความรู้พื้นฐานแก่ผู้ที่เริ่มปฏิบัติหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ให้แก่บริษัทจดทะเบียน	
กรกฎาคม	IR Professional Training 2017: Basic Finance	ให้ความรู้พื้นฐานเรื่องการเงินแก่ผู้ที่เริ่มปฏิบัติหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียน	
สิงหาคม	IR Professional Training 2017: Basic Valuation for IR	เพื่อให้ความรู้เรื่องการประเมินมูลค่าหุ้นแก่นักลงทุนสัมพันธ์	
กันยายน	IR Professional Training 2017: Good Practices for Analyst Presentation	เพื่อเพิ่มความรู้และสร้างความเข้าใจเรื่องการจัดทำข้อมูลนำเสนอในรูปแบบ Presentation แก่นักลงทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	

สำหรับผู้สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ งานพัฒนานักลงทุนสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาบริษัทภิบาล โทร 0 2009 9000 ต่อ 9877-9 e-mail: [irdevelopment@set.or.th](mailto:irdevelopment@set.or.th)



**ตลาดหลักทรัพย์ฯ** กับการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน  
ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีบทบาทในการสร้างรากฐานสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน  
ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทุน สังคม และประเทศชาติ

### ติดต่อเรา

๑ งานพัฒนาด้านบริษัทภิบาล  
ติดต่อ:  
ฝ่ายพัฒนาบริษัทภิบาล  
โทรศัพท์ 0-2009-9874-6  
e-mail: [cgcenter@set.or.th](mailto:cgcenter@set.or.th)

๒ งานพัฒนาด้านนักลงทุนสัมพันธ์  
ติดต่อ:  
ฝ่ายพัฒนาบริษัทภิบาล  
โทรศัพท์ 0-2009-9877-9  
e-mail: [irdevelopment@set.or.th](mailto:irdevelopment@set.or.th)

๓ งานพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม  
ติดต่อ:  
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน  
โทรศัพท์ 0-2009-9882-7  
และ 0-2009-9889  
e-mail: [SRcenter@set.or.th](mailto:SRcenter@set.or.th)

๔ งานด้านการลงทุนเพื่อสังคม  
ติดต่อ:  
ฝ่ายพัฒนาเพื่อสังคม  
โทรศัพท์ 0-2009-9480-1  
และ 0-2009-9489  
e-mail: [SocialDevelopmentDepartment@set.or.th](mailto:SocialDevelopmentDepartment@set.or.th)