

Manual: Materiality Assessment Application

คู่มือการใช้โปรแกรมวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ
เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

วิธีใช้งาน Materiality Assessment Application

เข้า Website: <https://www.setlink.set.or.th/>

เปิดตัวบริการใหม่ **“ESG Development Service”** ตั้งแต่วันนี้ที่ SETLink

รวมทุกบริการเพื่อพัฒนาคุณภาพบริษัทจดทะเบียนไทยสู่ความยั่งยืน และเชิญร่วมเป็นพันธมิตรโครงการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม

คลิกดูรายละเอียด

- Smart Calendar
- Smart Meeting
- Smart Corporate Action
- ESG Development Services

การร่างและเผยแพร่ข่าว - ผู้สร้างข่าวและรายงาน

การรับหลักการขั้ว - ใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์ - ใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์(old) - ใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์(dev) - คู่มือพื้นฐานใบสำคัญแสดงสิทธิ

รายงานการรับ-จ่ายหุ้น - ผู้สร้างรายงานการกระจายหุ้น

การจัดการข้อมูลผู้ใช้งานระบบ - ข้อมูลผู้ใช้งานระบบ

TSD - การเรียกข้อมูล TSD - Issuer Portal - e-Proxy

การกิจกรรมงาน - SET Activity - Opportunity Day

SETSMART - SETSMART

CD/SG - Materiality Assessment

One-Stop Service - ใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์

- User ต้องมี Role LST_CGR ถึงจะ
เข้าใช้งาน App นี้ได้
หากลืมรหัส บริษัทท่านสามารถติดต่อ
ขอรหัส Username หรือ Password
ใหม่ได้ที่ SET Contact Center
โทร: 0 2009 9999
- User ที่มี Role นี้จะเห็น Function
“Materiality Assessment” ภายใต้
Menu CG/SD

ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานฟังก์ชัน Materiality App

1. บริษัทจดทะเบียนรับทราบว่า ฟังก์ชัน Materiality App เป็นบริการหนึ่งในระบบ SETLink ที่ตลาดหลักทรัพย์จัดให้มีเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทจดทะเบียน ใช้ในการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment) ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ภายใต้สูตรการประมวลผลที่ผู้พัฒนาฟังก์ชัน Materiality App กำหนด และบริษัทจดทะเบียนตกลงว่าจะใช้บริการฟังก์ชัน Materiality App เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวเท่านั้น

ตลาดหลักทรัพย์จะดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อให้การเข้าถึงและการใช้งานฟังก์ชัน Materiality App เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก อย่างไรก็ตาม บริษัทจดทะเบียนรับทราบว่า ตลาดหลักทรัพย์ไม่อาจรับรองได้ว่าการใช้งานฟังก์ชัน Materiality App จะเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก หรือปราศจากความล่าช้า หรือข้อบกพร่องใด ๆ และไม่อาจรับรองว่าฟังก์ชัน Materiality App นี้จะปราศจากโปรแกรม ไวรัส หรือซอฟต์แวร์ที่มีจุดประสงค์มุ่งร้าย หรืออาจสร้างความเสียหายหรือสูญหายต่อระบบหรือข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน อาทิ ไวรัส คอมพิวเตอร์เวิร์ม โทรจันฮอรัส สปายแวร์ หรือไฟล์ซึ่งเป็นอันตรายอื่น ๆ (รวมเรียกว่า “ความบกพร่อง”) ทั้งนี้ ไม่ว่าความบกพร่องดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากบุคคล หรือความขัดข้องทางเทคนิค หรือเหตุสุดวิสัยอย่างอื่น ดังนั้น บริษัทตกลงว่าในกรณีที่มีความบกพร่องใด ๆ เกิดขึ้น ตลาดหลักทรัพย์ไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหาย ความเสียหาย ค่าสินไหมทดแทน ค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากหรือเป็นผลสืบเนื่องมาจากความบกพร่องเหล่านั้นในทุกกรณี

2. บริษัทจดทะเบียนรับรองว่า ข้อความ รูปภาพ ตารางข้อมูล กราฟ (ถ้ามี) กราฟฟิกต่าง ๆ เสียง และข้อมูลอื่น ๆ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ที่บริษัทจดทะเบียนนำเข้าสู่วงกั้น Materiality App อัปโหลด (Upload) หรือนำมาใช้บนฟังก์ชัน Materiality App (“ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) เป็นลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทจดทะเบียนและ/หรือผู้ให้อนุญาตแก่บริษัทจดทะเบียน รวมถึงไม่ใช่ข้อมูลที่จะเปิดเผยหรือเป็นการต้องห้ามตามกฎหมาย หากในระหว่างระยะเวลาการใช้บริการฟังก์ชัน Materiality App หรือเมื่อการใช้บริการฟังก์ชัน Materiality App สิ้นสุดลง ไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม มีบุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใด ๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน หรือเป็นข้อมูลที่จะเปิดเผยหรือเป็นการต้องห้ามตามกฎหมาย บริษัทจดทะเบียนตกลงที่จะแจ้งให้

- บริษัทจดทะเบียนตกลงให้ตลาดหลักทรัพย์เข้าถึงและมีสิทธิ์ใช้ข้อมูลที่นำเข้าสู่วงกั้น Materiality App และ/หรือข้อมูลจากการประมวลผล เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษา และเพื่อพัฒนาสินค้าและ/หรือบริการของตลาดหลักทรัพย์และบริษัทในกลุ่มตลาดหลักทรัพย์

ข้าพเจ้าตกลงยินยอมให้เปิดเผยข้อมูล

ยอมรับ

ไม่ยอมรับ

- ยอมรับเงื่อนไขๆ เพื่อการใช้งาน
- สำหรับเงื่อนไขที่ 2 จะเป็นแบบ Optional ว่า User จะให้เจ้าหน้าที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ เข้าถึงข้อมูลที่กรอกไว้ในระบบหรือไม่
- กด “ยอมรับ” เพื่อการใช้งาน

วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

Materiality หรือ ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวก และ/หรือ ทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจ การดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การได้มาซึ่ง Materiality
บริษัทควรเข้าใจบริษัท กระบวนการในการดำเนินธุรกิจ และความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยให้การระบุ Materiality และการพิจารณาประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างครอบคลุม ครบถ้วนมากที่สุด

Materiality สำคัญอย่างไร

- ช่วยให้ผู้เข้าใจว่า เรื่องใดเป็นความเสี่ยงและโอกาสต่อการอยู่รอดและการเติบโต
- ช่วยให้เห็นภาพชัดเจนว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจหลัก และส่งผลกระทบต่อในระยะสั้น และยาว โดยครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และ/หรือ สิ่งแวดล้อม
- ใช้ประกอบการวางแผนพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืน อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

Draft Document

พฤศจิกายน 2020: วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
แก้ไขครั้งสุดท้ายวันที่ 17 พฤศจิกายน 2020 โดย เอนนิช ออเฮน

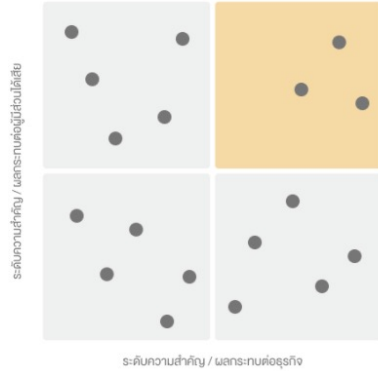
1. Value Chain Analysis

creator creator
Applicant Creator / CGR Portal / Creator / Derivative Wara...

✓ จำพวเข้าตกลงยินยอมให้เปิดเผยข้อมูล

ถ้า User จะยินยอมให้เปิดเผยข้อมูลในภายหลัง ให้ไปที่ตั้งคำถามขงวน แล้วกดยอมรับ

วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



Materiality หรือ ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวก และ/หรือ ทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจ การดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

การได้มาซึ่ง Materiality

บริษัทควรเข้าใจบริบท กระบวนการในการดำเนินธุรกิจ และความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อช่วยให้การระบุ Materiality และการพิจารณาผลกระทบต่อธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียเป็นไปอย่างครอบคลุม ครบถ้วนมากที่สุด

Materiality สำคัญอย่างไร

- ช่วยให้เข้าใจว่า เรื่องใดเป็นความเสี่ยงและโอกาสต่อการอุปโภคและการเติบโตของธุรกิจ
- ช่วยให้เห็นภาพชัดเจนว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจหลัก และส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างไร ทั้งในระยะสั้น และยาว โดยครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และ/หรือสังคม
- ใช้ประกอบการวางแผนพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

Draft Document

มีนาคม 2021: วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

แก้ไขครั้งสุดท้ายวันที่ 04 มีนาคม 2021 โดย นาย เอกนิษฐ์ ออบสิน



1. Value Chain Analysis


การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า



2. Stakeholder Engagement

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

หน้าแรก

- คำอธิบายเบื้องต้นเรื่อง Materiality
- STEP และ Progress ในการประเมิน Materiality uu App
- คลิกเครื่องหมาย  เพื่อซ่อน คำอธิบาย

วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

Draft Document

มีนาคม 2021: วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

แก้ไขครั้งสุดท้ายวันที่ 04 มีนาคม 2021 โดย นาย เอนามัย อออิน

- 1. Value Chain Analysis**
การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า
- 2. Stakeholder Engagement**
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 3. Materiality Identification**
ระบุประเด็นด้านความยั่งยืน
- 4. Materiality Assessment**
การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน
- 5. Materiality Validation**
การสอบทวนผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน
- 6. Materiality Management**
การบริหารจัดการประเด็นสำคัญ
- 7. Reporting**
การรายงานข้อมูลประเด็นสำคัญ

Archive the current assessment & create new

- Application จะแบ่งกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับ Materiality ทั้งหมด 7 STEP

Identify

- วัตถุประสงค์
- ขอบเขตธุรกิจ
- ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
- ประเด็นด้านความยั่งยืน

Prioritize

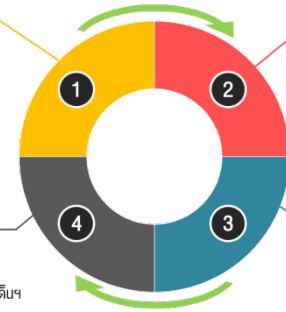
- วิเคราะห์ผลกระทบและความสำคัญของแต่ละประเด็น
- ประเมินระดับความสำคัญต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย

Review

- ข้อเสนอแนะ / ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย
- ผลการดำเนินงานของประเด็นฯ

Validate

- เห็นชอบโดยผู้บริหาร
- ทวนสอบความน่าเชื่อถือของกระบวนการและผลการประเมิน



- หากดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว สามารถกด

Archive the current assessment & create new

เพื่อเก็บเป็นข้อมูลการประเมินของปีนั้นได้

เริ่มใช้งาน Materiality Assessment Application

วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

- Value chain คืออะไร
- การใช้งาน App – STEP 1 Value Chain Identification

ห่วงโซ่คุณค่า หรือ Value Chain คืออะไร

Value Chain

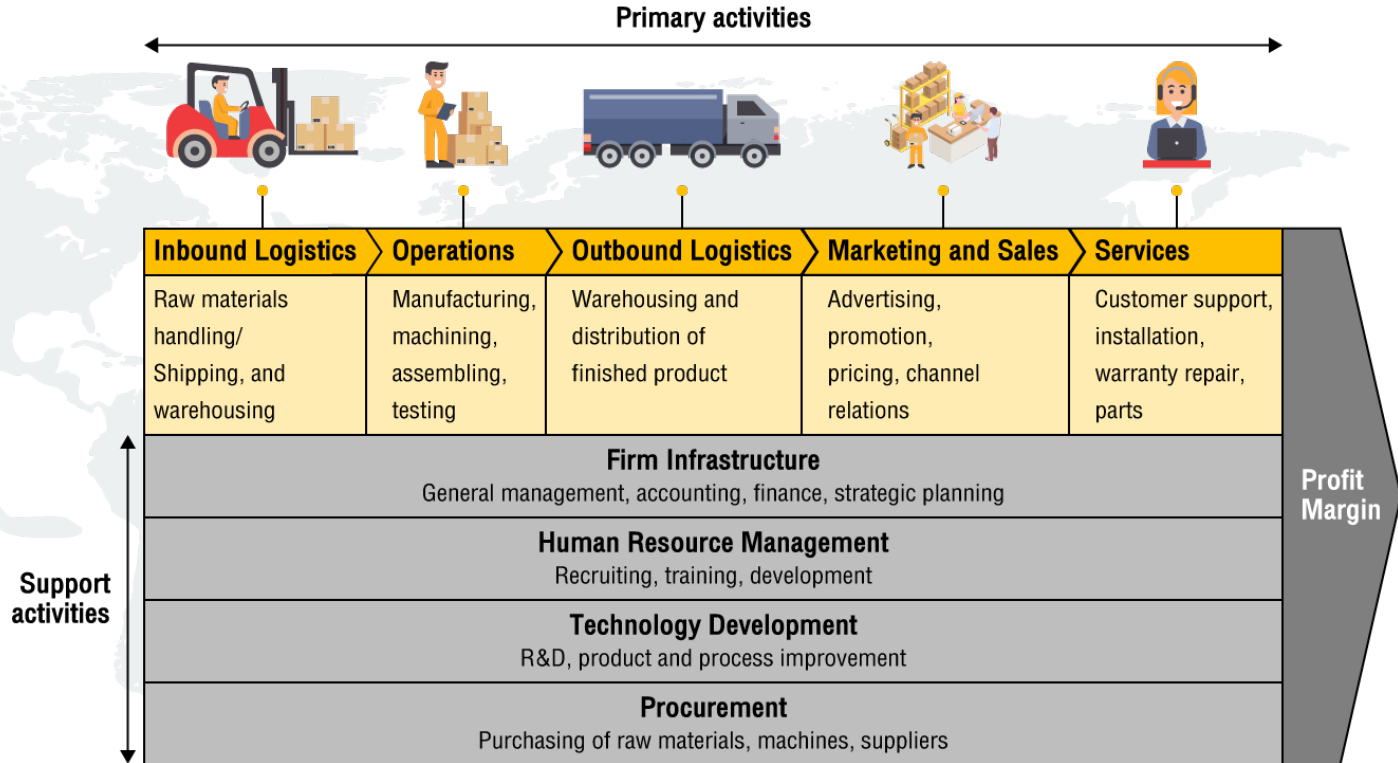
กิจกรรมของบริษัทที่ดำเนินเป็นลำดับต่อเนื่องกันเพื่อการออกแบบ การผลิต การขาย การจัดส่ง และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัท เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้สินค้า

กิจกรรมหลัก
Primary activities

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการส่งมอบสินค้า/บริการโดยตรง สามารถจัดกลุ่มได้ 5 กลุ่มหลักๆ

กิจกรรมสนับสนุน
Support activities

กิจกรรมสนับสนุนที่ช่วยให้การดำเนินกิจกรรมหลักเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล



วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ☹

Draft Document

มีนาคม 2021: วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

แก้ไขครั้งสุดท้ายวันที่ 04 มีนาคม 2021 โดย นาย เหนือ ออนสิน



1. Value Chain Analysis

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า



2. Stakeholder Engagement

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

3. Materiality Identification

ระบุประเด็นด้านความยั่งยืน

4. Materiality Assessment

การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน

5. Materiality Validation

การสอบทวนผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน

6. Materiality Management

การบริหารจัดการประเด็นสำคัญ

7. Reporting

การรายงานข้อมูลประเด็นสำคัญ

[Archive the current assessment & create new](#)



1.1

ทุกครั้ง que เริ่มกระบวนการวิเคราะห์
ประเด็นสำคัญบน App จะเริ่มต้น
จากการระบุห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
เป็นกระบวนการแรก

< อีกรายละเอียดสำคัญด้านคว...

- 1 Value Chain Analysis
- 2 Stakeholder Engagement
- 3 Materiality Identification
- 4 Materiality Assessment
- 5 Materiality Validation
- 6 Materiality Management
- 7 Reporting

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Value Chain Analysis

Value Chain Analysis ⌵



ห่วงโซ่คุณค่า คือ กิจกรรมของธุรกิจที่ดำเนินเป็นลำดับต่อเนื่องกันเพื่อออกแบการผลิต การขาย การจัดส่ง และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อสร้าง คุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ การทำความเข้าใจห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจเห็นภาพได้ชัดเจนขึ้นว่า ควรปรับปรุง หรือพัฒนากิจกรรมใดเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความโดดเด่นและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่าสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. Primary Activities หรือ กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการส่งมอบสินค้า/บริการโดยตรง สามารถจัดกลุ่มได้ 5 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ 1. Inbound Logistics 2. Operations 3. Outbound Logistics 4. Marketing & Sales 5. Service
2. Support Activities หรือ กิจกรรมสนับสนุน คือ กิจกรรมสนับสนุนที่ช่วยให้การดำเนินกิจกรรมหลักเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น การสร้าง โรงรสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่ง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดซื้อจัดหา เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสอดแทรกอยู่ในทุกกิจกรรมหลัก

1.2

+ เพิ่ม/แก้ไข Business unit

Inbound Logistics Operations Outbound Logistics Marketing & Sales Services เพิ่ม/แก้ไข

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- 1 Value Chain Analysis
- 2 Stakeholder Engagement
- 3 Materiality Identification
- 4 Materiality Assessment
- 5 Materiality Validation
- 6 Materiality Management
- 7 Reporting

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Value Chain Analysis

Value Chain Analysis

+ เพิ่ม/แก้ไข Business unit

Inbound Logistics Operations Outbound Logistics Marketing & Sales Services เพิ่ม/แก้ไข

Inbound Logistics



องค์กร/ประเภท/กระบวนการ & Stakeholder

ระบุองค์กร/ประเภท/กระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง

เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

+ เพิ่มองค์กร/ประเภท

Operations



องค์กร/ประเภท/กระบวนการ & Stakeholder

ระบุองค์กร/ประเภท/กระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง

เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

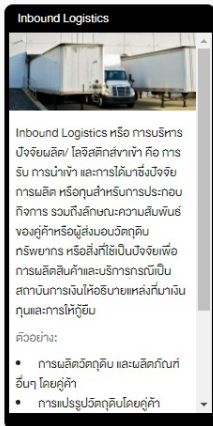
+ เพิ่มองค์กร/ประเภท

Outbound Logistics



องค์กร/ประเภท/กระบวนการ & Stakeholder

ระบุองค์กร/ประเภท/กระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง



1.3

Default 5 categories: Inbound logistics, Operations, Outbound logistics, Marketing & Sales, Services

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว... หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Value Chain Analysis

Value Chain Analysis

+ เพิ่ม/แก้ไข Business unit

Inbound Logistics Operations Outbound Logistics Marketing & Sales Services **เพิ่ม/แก้ไข**

+ เพิ่ม/แก้ไข Business unit

Inbound Logistics Operations Outbound Logistics Marketing & Sales Services **เพิ่ม/แก้ไข**

Operations

องค์กร/ประเภท/กระบวนการ & Stakeholder

ระบุองค์กร/ประเภท หรือกระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง

เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

+ เพิ่มองค์กร/ประเภท

Outbound Logistics

องค์กร/ประเภท/กระบวนการ & Stakeholder

ระบุองค์กร/ประเภท หรือกระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง

การลดสินค้าและบริการที่เป็น
สถาบันการเงินให้อินทรีย์เหล็กกับเงิน
ทุนและการให้กู้ยืม

ตัวอย่าง:

- การผลิตวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์
อื่นๆ โดยคู่ค้า
- การปรับปรุงวัตถุดิบโดยคู่ค้า



1.3 **Default 5 categories:** Inbound logistics, Operations, Outbound logistics, Marketing & Sales, Services

1.4 - สามารถเพิ่มและแก้ไข Category ของ Value Chain ได้

- Min. 4 categories & Max. 7 categories

1.5 - หากบริษัทมีหลาย BU และต้องการแยก Value Chain สามารถเพิ่ม BU ได้ และสามารถแก้ไขชื่อ BU ได้

1.6

Inbound Logistics

Edit Business unit

= Business Unit A

+ เพิ่ม

- ลบ Default BU ไม่ได้ แต่เปลี่ยนชื่อ Default BU ได้

ยกเลิก

บันทึก

1.7

Inbound Logistics

Edit Value Chain (for Business Unit A)

= Inbound Logistics

= Operations

= Outbound Logistics

= Marketing & Sales

= Services

+ เพิ่ม

- ลบ Default Category ได้ แต่เปลี่ยนชื่อ Default Category ไม่ได้
- จัด Sequence ใหม่ได้

ยกเลิก

บันทึก



+ เพิ่ม/แก้ไข Business unit

Inbound Logistics Operations Outbound Logistics Marketing & Sales Services

เพิ่ม/แก้ไข

Inbound Logistics ①

องค์ประกอบ/กระบวนการ & Stakeholder



ระบุองค์ประกอบ หรือกระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง

เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

เกษตรกร

คู่แข่งทางการค้า

ลูกค้า

คู่ธุรกิจ / พันธมิตรธุรกิจ

เจ้าหน้าที่

ชาวประมง

ชุมชน

ชุมชนรอบสถานประกอบการ



1.8

ระบุกระบวนการ หรือ Activity ใน Category นี้



1.9

เลือกผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

App มี List ของ Stakeholder ไว้ให้ หากต้องการเพิ่มกลุ่มใดนอกเหนือจากนี้ ให้แจ้งทาง Admin โดย Admin จะเพิ่มให้

Inbound Logistics ⓘ

องค์กรประกอบ/กระบวนการ & Stakeholder

 การประมง 

ชาวประมง × เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

+ เพิ่มองค์ประกอบ



1.10

- User ต้องระบุองค์ประกอบ/กระบวนการ และ ผู้มีส่วนได้เสียอย่างน้อย 1 กระบวนการ/รายในทุก Category
- ถ้า Category ใด ไม่มีข้อมูล ต้องกลับไปแก้ไข Value Chain Category (Slide 19-20) หากไม่แก้ไข จะไม่สามารถเริ่ม STEP ต่อไปได้

- หาก Category นั้น มีองค์ประกอบ/กระบวนการมากกว่า 1 ให้เพิ่มองค์ประกอบได้
- สามารถลบองค์ประกอบ/กระบวนการได้

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...


- 1 Value Chain Analysis
- 2 Stakeholder Engagement
- 3 Materiality Identification
- 4 Materiality Assessment
- 5 Materiality Validation
- 6 Materiality Management
- 7 Reporting

คู่ค้า × ผู้จำหน่ายสินค้า × เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

+ เพิ่มองค์ประกอบ

Services 0

องค์ประกอบ/กระบวนการ & Stakeholder

 บริการรับประกันสินค้า

คู่ค้า × เลือก Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง

+ เพิ่มองค์ประกอบ

เสร็จแล้ว

Export Next

▪ เสร็จแล้ว Reminder ว่าบริษัทกรอกข้อมูลเสร็จแล้ว สามารถ Tick ออกได้หากต้องการแก้ไขข้อมูล

▪ สามารถ Export ข้อมูลเป็น Word ไปใช้งานต่อได้



1.11 เงื่อนไขก่อนกด

Next

- อย่างน้อย 4 Category ไม่เกิน 7 Category

- ทุก Category ต้องระบุองค์ประกอบ/กระบวนการ และผู้มีส่วนได้เสีย หาก Category ใดไม่มีข้อมูล ต้องลบออก

- ต้องระบุ Stakeholder อย่าง น้อย 3 กลุ่ม ไม่ซ้ำกัน แต่ไม่เกิน 12 กลุ่ม

Edit Stakeholder Engagement

Stakeholder Engagement ที่ไม่สนใจ

= แรงงานต่างด้าว

= NGOs

= คิวแกนจำหน่าย

Stakeholder Engagement ที่สนใจ (10/12)

= ชุมชน

= หน่วยงานราชการ

= คู่ธุรกิจ / พันธมิตรธุรกิจ

= ผู้ถือหุ้น

= ชาวประมง

= ผู้แปรรูปวัตถุดิบ

= ผู้จำหน่ายสินค้า

ยกเลิก

ยืนยัน



1.11 เงื่อนไขก่อนกด

Next

- อย่างน้อย 4 Category ไม่เกิน 7 Category

- ทุก Category ต้องระบุองค์ประกอบ/กระบวนการ และผู้มีส่วนได้เสีย หาก Category ใดไม่มีข้อมูล ต้องลบออก

- ต้องระบุ Stakeholder อย่าง น้อย 3 กลุ่ม ไม่ซ้ำกัน แต่ไม่เกิน 12 กลุ่ม

- หากเกิน 12 หน้าต่างสำหรับ Edit จะ Pop-up ขึ้นมาหลังจากกด

Next

- แก้ไขโดยการลากกล่องผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกล่อง

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

- Stakeholder คือใคร Stakeholder Engagement ต้องทำอะไร
- การใช้งาน App – STEP 2 Stakeholder Engagement

รู้จัก...ผู้มีส่วนได้เสีย

บุคคลหรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทในทางตรงและ/หรือทางอ้อม แบ่งเป็น

1	ผู้มีส่วนได้เสียทางตรง
2	ผู้มีส่วนได้เสียทางอ้อม

ระบุผู้มีส่วนได้เสียโดยพิจารณาได้จาก

1	ผู้มีส่วนได้เสียที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท
	<ul style="list-style-type: none">ให้ความช่วยเหลือและ/หรือให้การสนับสนุนด้านทรัพยากรมีอิทธิพลในการกำหนดข้อกำหนด/นโยบาย/แนวทางปฏิบัติที่อาจส่งผลดีหรือผลเสียต่อบริษัทสนใจต่อบางสิ่งที่อาจขัดแย้งกับการดำเนินโครงการ/ธุรกิจ
2	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบจากบริษัท
	<ul style="list-style-type: none">ได้รับผลกระทบและ/หรือได้ประโยชน์อะไรจากการดำเนินโครงการ/ธุรกิจ

เข้าใจ...ผู้มีส่วนได้เสีย



1	ช่องทางการสื่อสาร
	<ul style="list-style-type: none">การสื่อสารแบบทางเดียวการสื่อสารแบบสองทาง
2	ความคาดหวัง / ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย
3	สิ่งที่บริษัทดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวัง/ความสนใจ

สามารถเก็บข้อมูลได้จากฝ่ายงานในบริษัทที่ทำงานใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มนั้น

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Stakeholder Engagement

Stakeholder Engagement

Link ข้อมูล Stakeholder จาก STEP ที่ 1 มาให้โดยอัตโนมัติ

ลูกค้า ลูกค้า พนักงาน ชุมชน หน่วยงานราชการ

แก้ไข

ลูกค้า

Inbound Logistics
Outbound Logistics

Communication Channel

ระบุช่องทาง
+ เพิ่มช่องทาง

Expectation / Interest

ระบุความคาดหวัง / ความสนใจ
+ เพิ่มความคาดหวัง / ความสนใจ

Communication Channel

ช่องทางการสื่อสารในที่นี้ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่บริษัทใช้สำหรับการนำเสนอข้อมูลของบริษัทและรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียโดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การ

รายงาน
ที่ยั่งยืน
ก่อน
เสนอข้อมูล
ผ่านทางสื่อ
สำหรับ
ห่วงโซ่อุป
การ
ดำเนินการ
CommunityDay

ยืนยัน

Edit Stakeholder Engagement

Stakeholder Engagement ที่ไม่เจอ

- = ชุมชน
- = NGOs
- = หน่วยงานราชการ

Stakeholder Engagement ที่เจอ (10/12)

- = ลูกค้า
- = พนักงาน
- = ผู้ถือหุ้น
- = ชุมชน
- = ผู้มีส่วนได้เสีย
- = หน่วยงานราชการ

- การแก้ไขในหน้านี้จะทำได้เพียงการจัดลำดับ Stakeholder และการเพิ่มลดจาก List ที่เราระบุไว้ใน STEP 1
- หากต้องการเพิ่ม/ลด Stakeholder นอกเหนือจากนี้ ต้องย้อนไปแก้ที่ STEP 1

- 1 Value Chain Analysis
- 2 Stakeholder Engagement
- 3 Materiality Identification
- 4 Materiality Assessment
- 5 Materiality Validation
- 6 Materiality Management
- 7 Reporting

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Stakeholder Engagement

- Value Chain Analysis
- Stakeholder Engagement
- 3 Materiality Identification
- 4 Materiality Assessment
- 5 Materiality Validation
- 6 Materiality Management
- 7 Reporting

Stakeholder Engagement ^

ลูกค้า ลูกค้า พนักงาน ชุมชน หน่วยงานราชการ แก้ไข

ลูกค้า

Inbound Logistics
Outbound Logistics

Note ว่าผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มนี้ปรากฏอยู่ใน Value Chain Category ไດบ้าง

Communication Channel ⓘ

ระบุช่องทาง

+ เพิ่มช่องทาง

อธิบายว่าคำนี้หมายถึงอะไร

Expectation / Interest ⓘ

ระบุความคาดหวัง / ความสนใจ

+ เพิ่มความคาดหวัง / ความสนใจ

Issue ⓘ

ระบุ Issue

+ เพิ่ม Issue

ลูกค้า

Outbound Logistics

Communication Channel

ช่องทางการสื่อสารในที่นี้ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่บริษัทใช้สำหรับการนำเสนอข้อมูลของบริษัทและรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียโดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารทางเดียวและสองทาง

ตัวอย่าง:

- การสื่อสารทางเดียว เช่น รายงานประจำปี 56-1 รายงานความยั่งยืน จดหมายข่าว วารสารรายเดือน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ นำเสนอข้อมูลทางเว็บไซต์ การให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อ เป็นต้น
- การสื่อสารสองทาง เช่น สำรองความผูกพัน สำรองความพึงพอใจ การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การประเมินผลการดำเนินงาน การตรวจสอบ OpportunityDay

คู่ค้า

Inbound Logistics

Outbound Logistics

Communication Channel ⓘ

ระบุช่องทาง

+ เพิ่มช่องทาง

Max. 10 Channels

Expectation / Interest ⓘ

ระบุความคาดหวัง / ความสนใจ

+ เพิ่มความคาดหวัง / ความสนใจ

Max. 10 Expectations

Issue ⓘ

Max. 5 Issues

ระบุ Issue

+ เพิ่ม Issue



2.1

User ต้องกรอกข้อมูล ช่องทางการสื่อสาร ความคาดหวัง และประเด็นของแต่ละ Stakeholder โดย User ต้องกรอกข้อมูลทุกช่อง

2.2

แต่ละกล่อง Stakeholder จะ Default ให้กรอก Communication channel, interests และ issue อย่างน้อย 1 ช่อง

- ข้อมูล Issue ที่กรอกในหน้านี้จะ Link ไปยัง STEP 3 Materiality identification เป็นประเด็นด้านความยั่งยืน

2.3

ลูกค้า

Inbound Logistics
Outbound Logistics

Communication Channel ⓘ

- แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
- เยี่ยมชมการทำงานของคู่ธุรกิจ/ลูกค้า
- สัมมนาลูกค้าประจำปี

+ เพิ่มช่องทาง

Expectation / Interest ⓘ

- การชี้แจงอย่างเป็นธรรม
- ความสม่ำเสมอและสิ่งสินค้าเพิ่มขึ้น

+ เพิ่มความคาดหวัง / ความสนใจ

Issue ⓘ

- การบริหารจัดการลูกค้า

+ เพิ่ม Issue



2.4

ลูกค้า

Outbound Logistics
Services

Communication Channel ⓘ

- สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (ทั้ง B2B และ B2C)
- เว็บไซต์และอีเมลส่งมอบฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ หรือ Call C

+ เพิ่มช่องทาง

Expectation / Interest ⓘ

- ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและความรวดเร็วในการขนส่ง
- คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร
- สินค้าได้รับรองฉลากอาหารและฉลากด้านการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ความหลากหลายของสินค้า

+ เพิ่มความคาดหวัง / ความสนใจ

Issue ⓘ

- คุณภาพการให้บริการ
- การพัฒนาสินค้า
- คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร




















+ เพิ่ม Issue

การระบุประเด็น หรือ Materiality Identification

- Materiality ได้มาจากไหน
- การใช้งาน App – STEP 3 Materiality Identification

ประเด็นด้านความยั่งยืน หรือ Material Issues

ระบุประเด็นสำคัญพิจารณาจากแหล่งที่มาหลากหลายทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร และ ระบุขอบเขตผลกระทบของประเด็นนั้นๆ

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง	แหล่งข้อมูลอื่นๆ
 หน่วยงานภาครัฐ  ผู้ถือหุ้น/ ผู้ร่วมทุน/เจ้าหนี้	 ทีมผู้บริหาร  ฝ่ายความเสี่ยง	 สื่อและสิ่งพิมพ์  อุตสาหกรรม/ คู่แข่ง
 ลูกค้า  คู่ค้า/คู่ธุรกิจ  ชุมชน สังคม	 ฝ่ายสิ่งแวดล้อม  ฝ่ายลูกค้า/นักลงทุน /ชุมชนสัมพันธ์	 กฎระเบียบ/ ข้อบังคับ  มาตรฐาน
 พนักงานของบริษัท  ภาคประชาสังคม/ องค์กรอิสระ	 ฝ่ายบุคคล  ฝ่ายการตลาด	 แนวโน้ม & ความท้าทาย  Sustainability rating

ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ เสีย
ส่งผลต่อการบริหารจัดการ ความเสี่ยงขององค์กร
ส่งผลต่อ Cost และ/หรือ Revenue ขององค์กร

วิธีการจัด Cluster ประเด็นจากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย



ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง / ความสนใจ
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม - ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพและโอกาสในการเติบโต - การแจ้งข่าวพนักงาน
หน่วยงานกำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง - ยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี - มีเป้าหมายดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน - จ่ายภาษีอย่างถูกต้อง
ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานผลการดำเนินงาน/เปิดเผยแผนงาน/เป้าหมายในอนาคต - ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริง
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าและบริการมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากล - ส่งมอบสินค้าและบริการตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในสัญญา - บริการหลังการขายที่ดี

การดูแลและการมีส่วนร่วมของบุคลากร

ประกอบไปด้วยเรื่องการให้พนักงานได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม รวมถึงการ Engage กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาบุคลากร

การให้โอกาสพนักงานในการพัฒนาศักยภาพและโอกาสในการเติบโต

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

การกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้กิจการเติบโตไปอย่างยั่งยืน

คุณภาพสินค้าและบริการ

สินค้าและบริการมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

การส่งมอบสินค้าและบริการตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในสัญญาและบริการหลังการขายที่ดี

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- Value Chain Analysis
- Stakeholder Engagement
- Materiality Identification**
- Materiality Assessment
- Materiality Validation
- Materiality Management
- Reporting

Materiality Identification

Issue

ผู้ค้า

- #1 การบริหารจัดการผู้ค้า
ไปสรร:บุคคลอื่นมาย ทด Edit
copy to material issue

ลูกค้า

- #2 คุณภาพการให้บริการ
ไปสรร:บุคคลอื่นมาย ทด Edit
copy to material issue
- #14 การพัฒนาสินค้า
ไปสรร:บุคคลอื่นมาย ทด Edit
copy to material issue
- #15 คุณภาพและความปลอดภัยของอา
ร
ไปสรร:บุคคลอื่นมาย ทด Edit
copy to material issue

พนักงาน

- #3 การดูแลรักษาพนักงาน
ไปสรร:บุคคลอื่นมาย ทด Edit
copy to material issue

ชุมชน

เสร็จสิ้น

Next

แบ่งประเด็นเป็น 2 ด้าน...

- ซ้ายมือ (Issue) คือประเด็นที่ User ระบุไว้ใน STEP 2
- ขวามือ (Material Issues) คือประเด็นที่ User สรุปแล้วว่าจะนำไปใช้ใน STEP 4

Material Issues ทางขวามือ ได้มาจาก...

3.1 การ Confirm ประเด็นทางซ้ายมือ โดย User ต้องกด **copy to material issue** เพื่อ Confirm

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- Value Chain Analysis
- Stakeholder Engagement
- Materiality Identification
- Materiality Assessment
- Materiality Validation
- Materiality Management
- Reporting

Materiality Identification

Issue

คู่ค้า

- #1 การบริหารจัดการคู่ค้า
ไม่ระบุมูลค่าอธิบาย กด Edit
copy to material issue

ลูกค้า

- #2 คุณภาพการให้บริการ
ไม่ระบุมูลค่าอธิบาย กด Edit
copy to material issue
- #14 การพัฒนาสินค้า
ไม่ระบุมูลค่าอธิบาย กด Edit
copy to material issue
- #15 คุณภาพและความปลอดภัยของจواهر
ไม่ระบุมูลค่าอธิบาย กด Edit
copy to material issue

พนักงาน

- #3 การใส่ใจและรักษาพนักงาน
ไม่ระบุมูลค่าอธิบาย กด Edit
copy to material issue

ชุมชน

Material Issue

+ เพิ่ม

- #1 การบริหารจัดการคู่ค้า
ไม่ระบุมูลค่าอธิบาย กด Edit
#1

เสร็จแล้ว

Next

แบ่งประเด็นเป็น 2 ด้าน...

- ซ้ายมือ (Issue) คือประเด็นที่ User ระบุไว้ใน STEP 2
- ขวามือ (Material Issues) คือประเด็นที่ User สรุปแล้วว่าจะนำไปใช้ใน STEP 4

Material Issues ทางขวามือ ได้มาจาก...

3.1 การ Confirm ประเด็นทางซ้ายมือ โดย User ต้องกด **copy to material issue** เพื่อ Confirm

3.2 หาก User มีประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ผู้มีส่วนเสียคาดหวัง สามารถ "+เพิ่ม" ได้

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- Value Chain Analysis
- Stakeholder Engagement
- Materiality Identification**
- Materiality Assessment
- Materiality Validation
- Materiality Management
- Reporting

Materiality Identification

Issue

ลูกค้า

#1 Edit

การบริหารจัดการลูกค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

ลูกจ้าง

#2 Edit

คุณภาพการให้บริการ

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

#14 Edit

การพัฒนาสินค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

#15 Edit

คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

พนักงาน

#3 Edit

การใส่ใจและรักษาพนักงาน

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

ชุมชน

Material Issue

+ เพิ่ม

#1 Edit

การบริหารจัดการลูกค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

#1

#2 Edit

ยังไม่มีรายละเอียด

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

แบ่งประเด็นเป็น 2 ด้าน...

- ซ้ายมือ (Issue) คือประเด็นที่ User ระบุไว้ใน STEP 2
- ขวามือ (Material Issues) คือประเด็นที่ User สรุปแล้วว่าจะนำไปใช้ใน STEP 4

Material Issues ทางขวามือ ได้มาจาก...

3.1 การ Confirm ประเด็นทางซ้ายมือ โดย User ต้องกด copy to material issue เพื่อ Confirm

3.2 หาก User มีประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ผู้มีส่วนเสียดหวัง สามารถ "+เพิ่ม" ได้

3.3 จะมิกล่องเปล่าขึ้นมาสำหรับ Edit เพิ่มข้อมูล

3.4

Edit

#1
การบริหารจัดการลูกค้า
โปรดระบุคำอธิบาย กด Edit
copy to material issue

#1 Save

Title ?

การบริหารจัดการลูกค้า

Detail ?

ซ้ายมือ (Issue)	ขวามือ (Material Issue)
แถบสีส้ม	แถบสีน้ำเงิน
Edit รายละเอียดได้	Edit รายละเอียดได้
Delete ไม่ได้	Delete ได้
Link ข้อมูลมาจาก STEP 2 แล้วหยุดที่ตรงนี้	ประเด็นเหล่านี้จะถูกส่งต่อไปยัง STEP 4

Edit ข้อมูลฝั่งใครฝั่งมัน

3.5

Edit

#1
การบริหารจัดการลูกค้า
โปรดระบุคำอธิบาย กด Edit
#1

#1 Delete Save

Title ?

การบริหารจัดการลูกค้า

Detail ?

Reference Issue ?

#1 x

Materiality Identification

ผู้ค้า

#1 Edit

การบริหารจัดการลูกค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

ลูกค้า

#2 Edit

คุณภาพการให้บริการ

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

#15 Edit

คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

#14 Edit

การพัฒนาสินค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

พนักงาน

#3 Edit

การดูแลและรักษาพนักงาน

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

copy to material issue

ชุมชน

Material Issue

+ เพิ่ม

#1 Edit

การบริหารจัดการลูกค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

#1

#3 Edit

คุณภาพการให้บริการ

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

#2

#4 Edit

การพัฒนาสินค้า

โปรดระบุคำอธิบาย ทด Edit

#14

Next

3.6 เงื่อนไขก่อนกด

Next

- Material Issue ฝั่งขวาต้องมีอย่างน้อย 3 ประเด็น แต่ไม่เกิน 25 ประเด็น
- Material Issue ฝั่งขวาทุกประเด็นต้องระบุ Title และ Detail แต่ไม่ต้องระบุ Reference ก็ได้

#1 Delete Save

Title ?

การบริหารจัดการลูกค้า

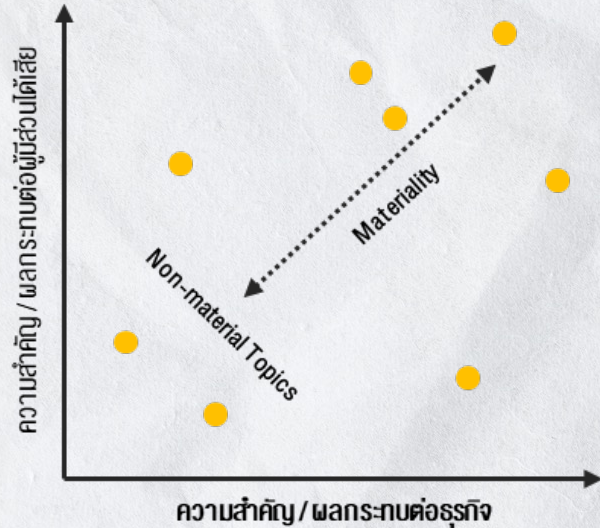
Detail ?

Reference Issue ?

#1 x

การประเมินประเด็นฯ หรือ Materiality Assessment

- มีติในการจัดลำดับความสำคัญของ Material Issues
- การใช้งาน App – STEP 4 Materiality Assessment



มิติการประเมิน:

ความสำคัญ/ผลกระทบต่อธุรกิจ	ความสำคัญ/กระทบต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย
<ul style="list-style-type: none"> - Financial - Operation - Strategy - Reputation - Regulation 	<ul style="list-style-type: none"> - ขอบเขตผลกระทบ - ระดับความสนใจ / ผลต่อการตัดสินใจ

ตัวอย่างตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับเป้าหมาย / KPIs ขององค์กร และประเด็นสำคัญ

มิติเศรษฐกิจ	มิติสิ่งแวดล้อม	มิติสังคม
<ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น - รายได้ที่เพิ่มขึ้น - คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า - ประสิทธิภาพการผลิตที่ลดลง / เพิ่มขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาในการฟื้นฟูผลกระทบสิ่งแวดล้อม - ค่าปรับ / ค่าเสียหาย - จำนวนข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - คะแนนความพึงพอใจ/ความผูกพันของพนักงาน - จำนวนอุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงาน - ภาพลักษณ์ / ชื่อเสียงขององค์กร

Setting – Materiality Assessment ⌵

!! การเปลี่ยนขนาดตาราง จะทำให้ตัวเลขการประเมินที่อ้างอิงกับตารางหายไปทั้งหมด รวมถึง setting ในหน้านี้

ก่อนจะเข้าสู่ STEP 4 ผู้ใช้งานจะต้องตั้งค่าการประเมินและหน้าตา Matrix ต่างๆ ในหน้านี้ก่อน ผู้ใช้งานสามารถศึกษาคำอธิบายได้โดยคลิกที่เครื่องหมาย ? หากผู้ใช้งานต้องการเปลี่ยนการตั้งค่าหลังจากเข้าสู่ STEP 4 แล้ว ก็สามารถทำได้โดยเลือก "Setting" ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงขนาดตารางจะทำให้ตัวเลขการประเมินที่ทำได้ใน STEP 4 หายไปทั้งหมด รวมถึงการตั้งค่าอื่นๆ ด้วย

Setting

ขนาดของตาราง ⊕

ตารางขนาด 4 X 4 ตารางขนาด 5 X 5

คำสีของตาราง ⊕

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสีย	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ

ขนาดของตาราง

กำหนดคือขีดและเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ/ผลกระทบ เพื่อให้การให้คะแนนประเมิน อ้างอิงจากเกณฑ์ที่ชัดเจน ซึ่งบริษัทสามารถกำหนดเกณฑ์ให้ครอบคลุมถึงด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติการ ด้านกลยุทธ์ ด้านภาพลักษณ์/ชื่อเสียงองค์กร ด้านกฎหมาย/ระเบียบข้อบังคับ ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมก็ได้ ทั้งนี้ โปรแกรมนี้จะให้เลือกสเกลการให้คะแนนระหว่าง 1 (สำคัญ/ผลกระทบน้อย) ถึง 4 หรือ 5 (สำคัญ/ผลกระทบ สูงมาก)

Scale 4

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสีย	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○
	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○

4.1

เมื่อกด Next แล้ว ระบบจะพามาหน้า Setting สำหรับ Matrix ก่อนเริ่มประเมิน

***** การเปลี่ยนขนาดตาราง จะทำให้ตัวเลขการประเมินที่อ้างอิงกับตารางหายไปทั้งหมด รวมถึง setting**

เลือกได้ว่าจะใช้ตารางประเมิน
ขนาด 4x4 หรือ 5x5

กำหนดจุด Cut-off พื้นที่บน
Matrix ว่าจะให้พื้นที่
ความสำคัญแต่ละระดับ
ครอบคลุมไปถึงส่วนใดบ้าง ซึ่ง
การกำหนดพื้นที่ความสำคัญ
จะมีผลต่อการนำประเด็น
สำคัญด้านความยั่งยืนที่อยู่ใน
แต่ละพื้นที่ไปดำเนินการจัดการ
ต่อ

ขนาดของตาราง ๑

ตารางขนาด 4 X 4 ตารางขนาด 5 X 5

ค่าสีของตาราง ๑

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย				
	ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ			

4.1

เมื่อกด Next แล้ว ระบบจะพามาหน้า
Setting สำหรับ Matrix ก่อนเริ่ม
ประเมิน

Setting ประกอบด้วย...


4.2

ขนาดของตาราง Matrix และค่าสีของ
ตาราง (จุด Cut-off)

ระดับของสีที่เปลี่ยนไปบ่งบอกถึงระดับความสำคัญของประเด็นที่มีต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย

หากประเด็นสำคัญอยู่ในระดับที่มีความสำคัญสูง บริษัทก็ควรกำหนดแนวทางการจัดการประเด็นเหล่านี้ในเชิงกลยุทธ์ กำหนดเป้าหมายและติดตามผลอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง


ความหมายของสี

 สีแดง


ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียสูงมาก

 สีส้ม

ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียสูง

 สีเหลือง

ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียปานกลาง

 สีเขียว

ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียน้อย

4.1

เมื่อกด Next แล้ว ระบบจะพามาหน้า Setting สำหรับ Matrix ก่อนเริ่มประเมิน

Setting ประกอบด้วย...

4.2

ขนาดของตาราง Matrix และค่าสิ่งของตาราง (จุด Cut-off)

4.3

ความหมายของสีบน Matrix

กำหนดตัวชี้วัดและเกณฑ์การให้คะแนนระดับ
ความสำคัญ/ผลกระทบ เพื่อให้การให้คะแนน
ประเมินอ้างอิงจากเกณฑ์ที่ชัดเจน

บริษัทสามารถประเมินความสำคัญ /
ผลกระทบ โดยพิจารณาจากผลกระทบต่อ
การตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ความสำคัญ
หรืออิทธิพลที่ผู้มีส่วนได้เสียนั้นมีต่อบริษัท
และขอบเขตผลกระทบของประเด็นนั้นว่า
ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดบ้าง

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ ของผลกระทบต่อผู้มีสิทธิได้เสีย ๑

1 คะแนน

น้อย

2 คะแนน

ปานกลาง

3 คะแนน

สูง

4 คะแนน

สูงมาก

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ ของผลกระทบต่อธุรกิจ ๑

1 คะแนน

น้อย

2 คะแนน

ปานกลาง

3 คะแนน

สูง

4 คะแนน

สูงมาก

4.1

เมื่อกด Next แล้ว ระบบจะพามาหน้า
Setting สำหรับ Matrix ก่อนเริ่ม
ประเมิน

Setting ประกอบด้วย...

4.2

ขนาดของตาราง Matrix และค่าสิ่งของ
ตาราง (จุด Cut-off)

4.3

ความหมายของสีบน Matrix

4.4

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ

กำหนดตัวชี้วัดและเกณฑ์การให้คะแนนระดับ
ความสำคัญ/ผลกระทบ เพื่อให้การให้คะแนน
ประเมินอ้างอิงจากเกณฑ์ที่ชัดเจน

บริษัทสามารถประเมินความสำคัญ /
ผลกระทบ โดยพิจารณาจากผลกระทบต่อ
การตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ความสำคัญ
หรืออิทธิพลที่ผู้มีส่วนได้เสียนั้นมีต่อบริษัท
และขอบเขตผลกระทบของประเด็นนั้นว่า
ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดบ้าง

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ ของผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ๑

1 คะแนน

น้อย

2 คะแนน

ปานกลาง

3 คะแนน

สูง

4 คะแนน

สูงมาก

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ ของผลกระทบต่อธุรกิจ ๒

1 คะแนน

น้อย

2 คะแนน

ปานกลาง

3 คะแนน

สูง

4 คะแนน

สูงมาก

4.1

เมื่อกด Next แล้ว ระบบจะพามาหน้า
Setting สำหรับ Matrix ก่อนเริ่ม
ประเมิน

Setting ประกอบด้วย...

4.2

ขนาดของตาราง Matrix และค่าสิ่งของ
ตาราง (จุด Cut-off)

4.3

ความหมายของสีบน Matrix

4.4

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ

4.5

กด 

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- Value Chain Analysis
- Stakeholder Engagement
- Materiality Identification
- Materiality Assessment
- Materiality Validation
- Materiality Management
- Reporting

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Materiality Assessment

Materiality Assessment

Material Issue

#1 Edit

การบริหารจัดการลูกค้า

การซื้อขายอย่างเป็นธรรม การพัฒนาสัมพันธ์กับลูกค้า

#1

ผลกระทบต่อนักลงทุนได้เสีย

1 2 3 4

ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 2 3 4

เหตุผล

#3 Edit

คุณภาพการให้บริการ

การให้บริการลูกค้าในด้านต่างๆ ต้องทำอย่างมีมาตรฐาน และมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

#2

ผลกระทบต่อนักลงทุนได้เสีย

1 2 3 4

ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 2 3 4

เหตุผล

#4 Edit

การพัฒนาสินค้า

การพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

#14

ผลกระทบต่อนักลงทุนได้เสีย

1 2 3 4

ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 2 3 4

เหตุผล

#5 Edit

ผลกระทบต่อนักลงทุนได้เสีย

Materiality Assessment Setting

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อนักลงทุนได้เสีย				
ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ				

ความหมายของสี **เกณฑ์การให้คะแนน**

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อนักลงทุนได้เสีย

1 คะแนน น้อย

2 คะแนน ปานกลาง

3 คะแนน สูง

4 คะแนน สูงมาก

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 คะแนน น้อย

2 คะแนน ปานกลาง

3 คะแนน สูง

4.6

เริ่มต้นการให้คะแนนแต่ละประเด็น

หาก User ต้องการแก้ไข Setting ให้กด “Setting” ที่อยู่ทางขวามือเหนือ Matrix เพื่อกลับไปหน้า Setting อีกครั้ง

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- Value Chain Analysis
- Stakeholder Engagement
- Materiality Identification
- Materiality Assessment
- Materiality Validation
- Materiality Management
- Reporting

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Materiality Assessment

Materiality Assessment

Material Issue

#1 Edit

การบริหารจัดการลูกค้า

การร้องเรียนอย่างเป็นระบบ การพัฒนา
ร่วมกับกับลูกค้า

#1

ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

1 2 3 4

ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 2 3 4

เหตุผล

#3 Edit

คุณภาพการให้บริการ

การให้บริการลูกค้าในด้านต่างๆ คือังก่า
อย่างมีมาตรฐาน และมีคุณภาพเพื่อส
ร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

#2

ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

1 2 3 4

ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 2 3 4

เหตุผล

#4 Edit

การพัฒนาสินค้า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ |
เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

#14

ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

1 2 3 4

ผลกระทบต่อธุรกิจ

1 2 3 4

เหตุผล

Materiality Assessment Setting

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย	#1	#5	#9	#3
	#7	#11	#10	#8
	#10	#11	#14	#6
	#6	#11	#14	#6

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ

ความหมายของสี

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

- 1 คะแนน น้อย
- 2 คะแนน ปานกลาง
- 3 คะแนน สูง
- 4 คะแนน สูงมาก

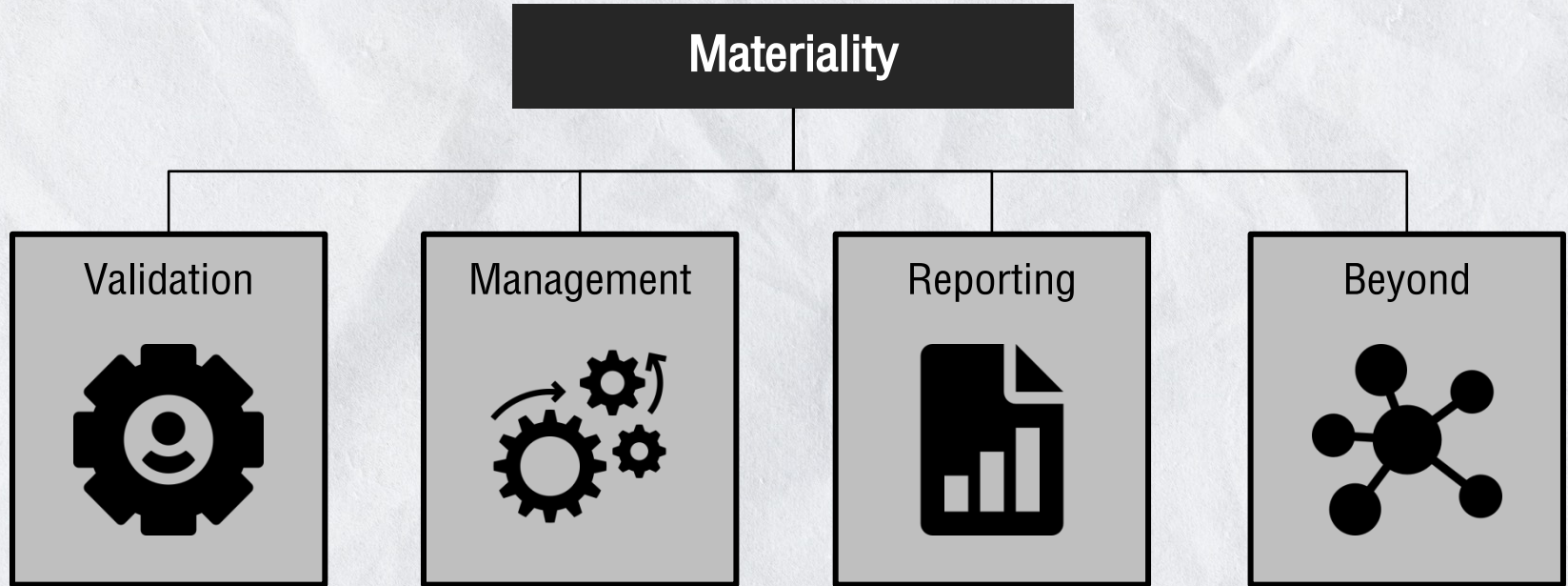
ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ

- 1 คะแนน น้อย
- 2 คะแนน ปานกลาง
- 3 คะแนน

4.7 User สามารถ Export ผล เพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารพิจารณาได้

Next Step

- การบริหารจัดการประเด็นสำคัญ หรือ Materiality Management
- การเปิดเผยข้อมูล ESG ให้สอดคล้องกับ Materiality



< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...

- 1 Value Chain Analysis
- 2 Stakeholder Engagement
- 3 Materiality Identification
- 4 Materiality Assessment
- 5 Materiality Validation
- 6 Materiality Management
- 7 Reporting

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Materiality Validation

Materiality Validation ⊙

Material Issue

#1
การบริหารจัดการลูกค้า

การซื้อขายอย่างเป็นธรรม การพัฒนาสัมพันธ์กับลูกค้า

#1

เหตุผลเดิม -

เหตุผลเพิ่มเติม

#3
คุณภาพการให้บริการ

การให้บริการลูกค้าในด้านต่างๆ ต้องทำอย่างมีมาตรฐาน และมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

#2

เหตุผลเดิม -

เหตุผลเพิ่มเติม

#4
การพัฒนาสินค้า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

#14

เหตุผลเดิม -

เหตุผลเพิ่มเติม

#5
คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

ผลิตภัณฑ์ต้องได้รับการรับรองด้านคุณภาพ และกระบวนการผลิตต้องมีการตรวจสอบ ความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ

เหตุผลเดิม -

เหตุผลเพิ่มเติม

เสร็จแล้ว

Next

Materiality Assessment Setting

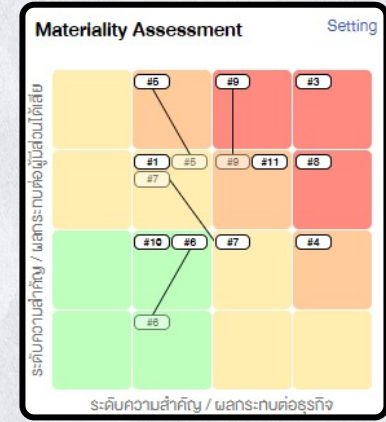
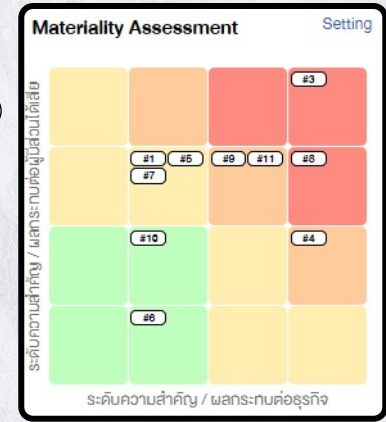
ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย	#1	#5	#9	#11	#8
	#7				
	#10				#4
	#6				

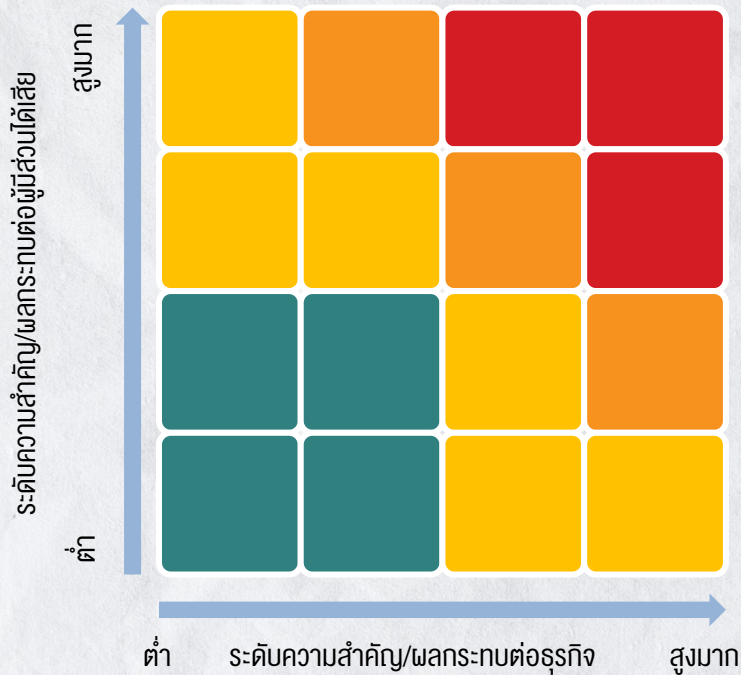
ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ

ความหมายของสี **เกณฑ์การให้คะแนน**

- ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียสูงมาก
- ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียสูง
- ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียปานกลาง
- ประเด็นสำคัญในพื้นที่ที่มีความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียน้อย

สามารถเลื่อน #n
ประเด็นบน Matrix
เพื่อเปลี่ยนตำแหน่ง
ได้เลย





แนวทางการบริหารจัดการ	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
นโยบาย	●	●		
เป้าหมาย	●	●		
ผู้รับผิดชอบ	●	●	●	●
กลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน	●	●		
การดำเนินงาน	●	●	●	●
การวัดผลการดำเนินงาน	●	●	●	●
การรายงานผล	●	●	●	●

หมายเหตุ:

- องค์ประกอบการจัดการที่บริษัทควรมี
- องค์ประกอบการจัดการที่แนะนำให้ทำ

< วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านคว...



Value Chain Analysis



Stakeholder Engagement



Materiality Identification



Materiality Assessment



Materiality Validation



Materiality Management



Reporting

หน้าหลัก > 04 มีนาคม 2021 > Materiality Management

Materiality Management

แนวทางการบริหารจัดการ

[นโยบาย](#) [เป้าหมาย](#) [หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ...](#) [กลยุทธ์แผนการค้า...](#) [การค้าดำเนินงาน/กิจ...](#) [การวัดผลการค้า...](#) [การรายงานผลการ...](#)

นโยบาย

กำหนดนโยบาย

การกำหนดนโยบายสำหรับการบริหารจัดการประเด็นสำคัญสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น

- กำหนดเป็นนโยบายเฉพาะสำหรับการบริหารจัดการประเด็นสำคัญนั้นๆ เช่น นโยบายการจัดการพลังงาน นโยบายการพัฒนาศึกษาพนักงาน เป็นต้น หรือ
- กำหนดเป็นนโยบายที่รวมหลายๆ ประเด็นเข้าด้วยกัน ซึ่งสาเหตุที่รวมกันไว้อาจเป็นเพราะหน่วยงาน (Owner) ที่ดูแลประเด็นเหล่านั้น เป็นหน่วยงานเดียวกัน หรือประเด็นเหล่านั้นมีการทับกันจนได้เสียกลุ่มเดียวกัน หรือ
- กล่าวไว้ในวิสัยทัศน์/วัฒนธรรมองค์กร

ตัวอย่าง

ฝ่ายงานบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท A กำหนดนโยบายการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเนื้อหาในนโยบายประกอบด้วยข้อ

- การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- การใช้พลังงานหมุนเวียน
- การจัดการทรัพยากรน้ำ
- การจัดการของเสีย
- การสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมในการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแก่นักงานทุกระดับ

เป้าหมาย

กำหนดเป้าหมาย (รับมากกว่า 1 เป้าหมาย (ถ้ามี))

การกำหนดเป้าหมายสำหรับการบริหารจัดการถือว่าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญ เพราะจะช่วยให้บริษัทเข้าใจสถานการณ์บริหารจัดการประเด็นสำคัญนั้น และ มีเกณฑ์มาตรฐานสำหรับเปรียบเทียบผลลัพธ์การค้าดำเนินงานในแต่ละประเด็นสำคัญ บริษัทสามารถกำหนดเป้าหมายได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสม ดังนี้

- เป้าหมายเชิงปริมาณ และ/หรือ
- เป้าหมายเชิงคุณภาพ ในกรณีที่บริษัทยังไม่สามารถกำหนดเป้าหมายเป็นเชิงปริมาณได้ หรือกรณีที่เป้าหมายเชิงปริมาณยังไม่สะท้อนถึงคุณภาพในการบริหารจัดการ

ตัวอย่าง

1 ในประเด็นสำคัญของบริษัทคือ การพัฒนาศึกษาพนักงาน ให้มีทักษะการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

เป้าหมายเชิงปริมาณ: ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 30 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

ทั้งนี้ ควรสปีดก่อนในแต่ละปีประกอบด้วยคอร์สอบรรยากาศ (เช่น จริยธรรมธุรกิจ สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในที่ทำงาน เป็นต้น) และ คอร์สอบรม

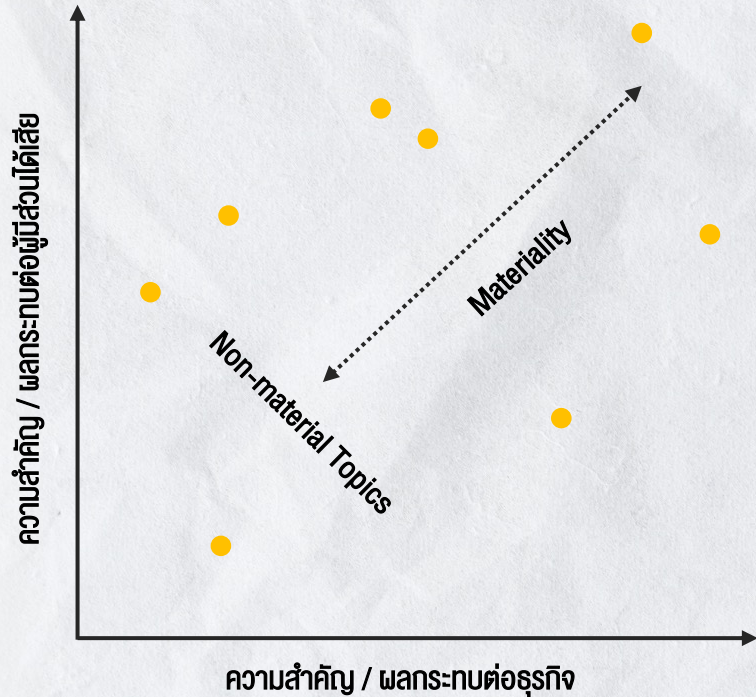
One Report	
Company Profile	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (ทำอะไร/ทำกับใคร/เกิดคุณค่าอย่างไร)
Stakeholder Analysis	<ul style="list-style-type: none"> ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
Materiality Analysis*	<ul style="list-style-type: none"> การระบุประเด็นสำคัญ ลำดับความสำคัญของประเด็น การตรวจสอบข้อมูลโดยผู้บริหาร
Performance & Indicators	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อมและสังคม ผลการดำเนินงาน

มีนาคม 2021: วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

แก้ไขครั้งสุดท้ายวันที่ 04 มีนาคม 2021 โดย นาย เอกนิษฐ์ อ่อนสิน

- Value Chain Analysis**
การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า
- Stakeholder Engagement**
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- Materiality Identification**
ระบุประเด็นด้านความยั่งยืน
- Materiality Assessment**
การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน
- Materiality Validation**
การสอบทวนผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืน
- Materiality Management**
การบริหารจัดการประเด็นสำคัญ
- Reporting**
การรายงานข้อมูลประเด็นสำคัญ

หมายเหตุ: * Optional ไม่ได้เป็นเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลแบบ One Report



ประเด็นสาระสำคัญ	ระบุประเด็นสาระสำคัญ 1
ผลกระทบ	ต่อธุรกิจ: ระบุว่ากระทบต่อการบริหารความเสี่ยง / เป็นค่าใช้จ่าย / เป็นโอกาสของธุรกิจอย่างไร ต่อผู้มีส่วนได้เสีย: ผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับ / ผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย
แนวทางการบริหารจัดการ	
นโยบาย	ระบุชื่อนโยบาย สรุปเนื้อหาหลักๆ ในนโยบาย (2-3 บรรทัด)
เป้าหมาย	ระบุเป้าหมาย (ระบุได้มากกว่า 1 เป้าหมาย (ถ้ามี))
หน่วยงานรับผิดชอบ*	ระบุชื่อหน่วยงาน หรือ ชื่อผู้รับผิดชอบกรณีที่ไม่ได้จัดตั้งฝ่ายใหม่
แผนการดำเนินงาน*	สรุปกลยุทธ์/แผนการดำเนินงาน (10 - 15 บรรทัด)
การดำเนินงาน	ระบุกิจกรรมที่บริษัทดำเนินการเพื่อบรรลุแผน/กลยุทธ์ (ระบุได้มากกว่า 1 กิจกรรม (ถ้ามี))
การวัดผลการดำเนินงาน	ระบุว่าใช้ตัวชี้วัดใดในการวัดผลการดำเนินงาน มีการวัดผลหรือไม่ และมีการวัดผลการดำเนินงานย้อนหลังหรือไม่

หมายเหตุ: * Optional

