

# บทสรุปพิเศษ (Key Takeaways)

## ESG Materiality : เจาะประเด็นเด่น

### ด้าน ESG ราย Sector

**Sector: PERSON**



Environment



Social



Governance

Scan / Click

QR Code

เพื่อเข้าเรียน



### 4 Business Drivers

### ESG Business Drivers

เพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจ  
ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน



ทั้งกับบริษัท และ  
ผู้มีส่วนได้เสีย



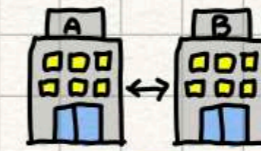
นักลงทุน



หน่วยงานกำกับ  
ดูแลของรัฐ  
(เช่น กสท.)



องค์กรด้าน  
ความยั่งยืน  
(เช่น SASB, IFC)



เพื่อนร่วม  
อุตสาหกรรม

### Consumer Products

1. Fashion
2. Personal Products & Pharmaceuticals ✓
3. Home & Office Products

### ข้อมูล ESG ภายนอก

1. Materiality Report
2. Website
3. ข้อมูลที่บริษัทเปิดเผย

### Company Materiality

1. Identity - บริษัทเป็นใคร?
2. Stakeholder - ผู้มีส่วนได้เสีย?
3. Circumstance - สภาพแวดล้อมของบริษัทยังไง?

นักวิเคราะห์ต้องทำความเข้าใจ  
กับบริษัทที่เราติดตามเรื่อง ESG อยู่

25

24

31

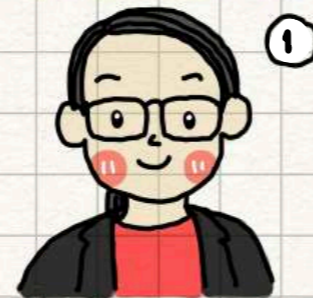
30

29

## ESG EP3

Sector:

Personal Products & Pharmaceuticals



พรพรรณ ศิริสัมพันธ์กุล  
Technical Director  
บริษัท อีอาร์เอ็ม - สยาม จำกัด

28

### ESG Risk ต้องเข้าใจ

1. ประเด็นด้าน Sustainability (ESG)
2. เทรนด์ความยั่งยืน (สุขภาพ & ความปลอดภัย)
3. Materiality ของบริษัท (การทำงานภายใน, ประเภทสินค้า)

26

### ESG Ecosystem

มีมากกว่า 100+ หน่วยงาน  
ที่สนับสนุน/ประเมิน ธุรกิจ ESG

- ✓ องค์กรชั้นนำระดับโลก  
↳ 17 ESG Goals
- ✓ SASB → กรอบการดำเนินงานด้าน ESG
- ✓ CDP → ผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
- ✓ Bloomberg → ESG Index
- ✓ Robecoram → ออกแบบประเมินความสามารถด้านความยั่งยืน

27

### Sustainability scheme : Pharmaceutical

มีออกใบรับรองด้วย

มาตรฐานด้านความยั่งยืน PSCI

1. Ethics
2. Labour Management
3. Health & Safety
4. Environment
5. Management System

★ SASB Materiality mapping

สามารถดูประเด็นที่กระทบแต่ละอุตสาหกรรมได้  
แบบ Guideline ในเบื้องต้น

ตัวอย่าง: Uniliver  
(Personal Product) 33

ตัวอย่าง: Novartis  
บริษัทยาระดับโลก  
(Pharmaceuticals) 34

ทำในขั้นประเมินประเด็น ESG  
ของบริษัทภายใน

Identity

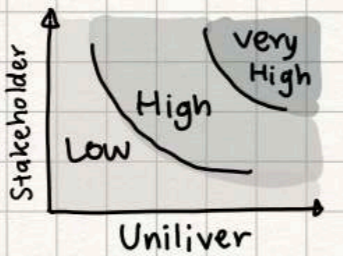
- 1. Sizing - ขนาดธุรกิจ ← บ่งบอกถึงขนาดของปัญหา
- 2. Positioning - Impact กับใครบ้าง
- 3. Value Chain - Business Model

Stakeholder + Expectation Concern

- 1. Our people
- 2. Customers
- 3. Planet & Society
- 4. Consumers
- 5. Suppliers & business partners
- 6. Shareholders

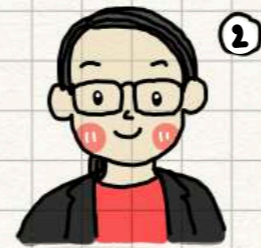
มีใน Sustainability Report

Materiality Matrix



ESG EP3

Sector:  
Personal Products & Pharmaceuticals



พรพรรณ ศิริสัมพันธ์กุล  
Technical Director  
บริษัท อีอาร์เอ็ม-สยาม จำกัด

Value Chain  
R&D → Manufacturing → ขาย → ส่งมอบ

66 แสดงให้เห็น  
กิจกรรมพื้นฐาน → Input → Impact

Stakeholders → ยากต่อการถ้อย

- 1. Patients - คนไข้
- 2. Peers
- 3. Investors - นักลงทุน
- 4. Suppliers
- 5. Customers - ลูกค้า
- 6. Regulators - สืบค้นควบคุม มีกฎหมายบังคับ

Common Expectation ของ Stakeholders



★ ESG Material (Specific) Issues

Economy

- ✓ ความปลอดภัยไซเบอร์
- ✓ คู่ค้ารายย่อยส่วนบุคคล
- ✓ คุณภาพผลิตภัณฑ์ & แนวทางการเรียกคืน
- ✓ รองรับเศรษฐกิจเงิน
- ✓ วิจัย & นวัตกรรม
- ✓ บริหารภาพลักษณ์
- ✓ ความสัมพันธ์ลูกค้า
- ✓ การตลาดอย่างรับผิดชอบ

Society

- ✓ เคารพความเสมอภาค & ความหลากหลาย
- ✓ ส่งเสริมแรงงานสตรี
- ✓ ผลิตภัณฑ์
- ✓ ภาครัฐ
- ✓ ประเมินผลกระทบด้านสังคม
- ✓ ราคาขายเหมาะสม, ปริมาณเพียงพอ
- ✓ โอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์

Environment

- ✓ รับจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ
- ✓ รับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์
- ✓ ใช้บรรจุภัณฑ์และของเสีย
- ✓ ใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- ✓ ส่งเสริมสุขภาพสัตว์
- ✓ จัดการจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน
- ✓ จัดการเหตุรั่วไหลของสารอันตราย

3 Years Strategic Plan



SJI

รับออกแบบ & ผลิต เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ลูกค้าใน 8 ต่างประเทศ ด้วยนวัตกรรม & เทคโนโลยี

ประเภทสินค้า

- Toiletry
- Skincare
- Make up
- Gift set
- Alcohol Gel

SJI Materiality Issue

- ระบุประเด็นความยั่งยืน
- จัดลำดับประเด็นความยั่งยืน
- ตรวจสอบความถูกต้อง
- ทบทวน & พัฒนาต่อเรื่อง

ESG EP3

Sector: Personal Products & Pharmaceuticals



คุณรุจจาภา ศรีสุวรรณ  
ผู้จัดการส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล บริษัท เอส เอนท์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอชเออาร์ ซี จำกัด (มหาชน)

การวัดความยั่งยืน → กำหนดนโยบายความยั่งยืน

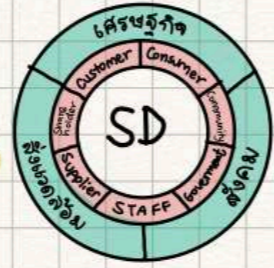


มองที่คุณค่า → เกิดผลลัพธ์

- เศรษฐกิจ → ยอดขายตามเป้า
- สังคม → ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชน
- สิ่งแวดล้อม → ใช้ไฟฟ้า ↓ ปริมาณขยะ การปล่อย CO<sub>2</sub> ↓

โดยการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

Sustainability Framework (เศรษฐกิจ)



- รับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- บริหารความเสี่ยง
- นวัตกรรม & เทคโนโลยี
- กำกับดูแลกิจการ
- ต่อต้านทุจริต
- บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
- บริหารห่วงโซ่อุปทาน

- (สิ่งแวดล้อม)
- พัฒนาบุคลากร
  - สิทธิมนุษยชน
  - อาชญากรรม
  - พัฒนาชุมชน & สังคม
- (สังคม)
- จัดการพลังงาน
  - จัดการน้ำ
  - ลดการปล่อย CO<sub>2</sub>
  - จัดการขยะ

Business Value Chain

ออกแบบวิจัย/พัฒนา → จัดซื้อจัดจ้าง → ผลิต → จัดเก็บ → จัดส่ง

วิธีการเติบโตอย่างยั่งยืน

- ✓ กำกับดูแลดี
- ✓ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- ✓ บริหารความเสี่ยง
- ✓ พัฒนาบุคลากร นวัตกรรม & เทคโนโลยี
- ✓ ต่อต้านทุจริต
- ✓ ปฏิบัติตามกฎหมาย & สิทธิมนุษยชน
- ✓ พัฒนาชุมชน & ดูแลสิ่งแวดล้อม

Stakeholders

- ผู้บริโภค → ผลลัพธ์ต่อคุณภาพ/ผลิตภัณฑ์คุณภาพ
- ลูกค้า → เข้าใจความต้องการ/ปฏิบัติตามสัญญา
- คู่ค้า → แลกเปลี่ยนผลประโยชน์/ดำเนินธุรกิจเป็นธรรม
- ผู้ถือหุ้น → ประชุมผู้ถือหุ้น/ดำเนินธุรกิจซื่อสัตย์
- พนักงาน → เหน็ดเหนื่อย, ปลดปล่อย, ก้าวหน้า
- ชุมชน & สังคม → พัฒนาชุมชน

★ **ธุรกิจกับการดูแลสิ่งแวดล้อม**

- |   |  |
|---|--|
| <p><b>Environment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 1. Green Factory / Project</li> <li>→ 2. ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ☀️</li> <li>→ 3. โครงการรีไซเคิลสิ่งแวดล้อม</li> </ul> | <p><b>Social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 1. โครงการ อนุรักษ์ช้าง</li> <li>→ 2. โครงการ Science on Mobile</li> <li>→ 3. โครงการ Look Good Feel Better</li> </ul> |
|---|--|

★ **การบริหารจัดการความเสี่ยง**



**ประเด็นที่สำคัญ**

**ด้านกลยุทธ์**

- 1. Supplier กระดาษ
- 2. การพัฒนาลูกค้ารายใหญ่

**ด้านกระบวนการทำงาน**

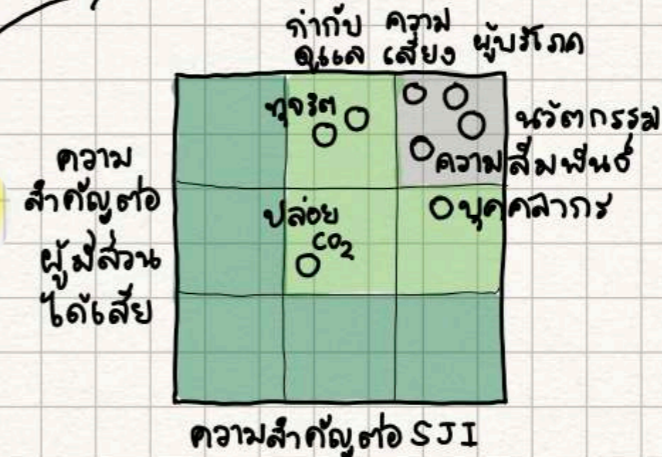
- 3. ความต้องการสินค้านวัตกรรม
- 4. ความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**สร้างแผนกลยุทธ์**

1. วางแผนการซื้อวัตถุดิบที่เหมาะสม
2. พัฒนาลูกค้าแนวคิด Green Packaging
3. ขยายฐานลูกค้า
4. วิจัยหาเสนอใหม่ ๆ
5. หนีเล่นของ Strategic Products



★ **Materiality Matrix**



★ **ที่มาของประเด็นสำคัญ**

- ✓ ข้อมูลจากลูกค้า
- ✓ วิจัยทางการตลาด
- ✓ เศรษฐกิจ
- ✓ การประชุมกับลูกค้า
- ✓ ข่าวสารเครือข่ายพันธมิตร
- ✓ ความคิดเห็นชอบ
- ✓ เสวนาชุมชน
- ✓ ประชุมภายใน/นอก

★ **ตัวอย่าง ประเด็นความสำคัญ**

**ด้านเศรษฐกิจ**

- 1. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- 2. การบริหารความเสี่ยง
- 3. นวัตกรรม & เทคโนโลยี

**ด้านสังคม**

- 1. การพัฒนาบุคลากร
- 2. อาชีวอนามัยความปลอดภัย
- 3. การพัฒนาชุมชน & สังคม

**ด้านสิ่งแวดล้อม**

- 1. จัดการน้ำ
- 2. จัดการพลังงานไฟฟ้า
- 3. ลดการปล่อย CO2

คุณอรุณา ศรีสุรางค์  
ผู้จัดการส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล  
บริษัท เอส เอชดี เจ อินเตอร์เนชั่นแนล  
เอชเอไอพีเอส จำกัด (มหาชน)

★ **ประเด็นความสำคัญ**

หมวด	ลำดับ	ประเด็น	ความสำคัญ	ขอบเขตผลกระทบ					
				ผู้บริโภค	ลูกค้า	คู่ค้า	ผู้ถือหุ้น	พว. ชุมชน	
~	1	~	~	★	★	★	★	★	★

เมื่อเชื่อมโยง ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เข้ากับ ประเด็นความเสี่ยงขององค์กร  
ออกมาเป็น "แผนกลยุทธ์"