

# SD FOCUS

Driving Sustainability of the Thai Capital Market

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2/2560 เดือนพฤษภาคม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



**SD Focus ฉบับนี้** เป็นการเน้นย้ำถึงบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง รวมถึงมุมมองของผู้ลงทุน ในการเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืนกับกลยุทธ์ธุรกิจเข้าไว้ด้วยกัน และการให้ความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลที่น่าไปสู่เครื่องมือการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งนำเสนอเทคนิคต่างๆ ที่ช่วยเตรียมความพร้อมให้กับบริษัทได้เห็นว่าการขับเคลื่อนเรื่องความยั่งยืน และการจัดทำรายงานความยั่งยืนไม่ได้ยากเกินไป แต่ในทางกลับกันเรื่องเหล่านี้จะเป็นเข็มทิศในการขับเคลื่อนองค์กร และส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนได้ประสบผลสำเร็จ

พิริยากรณ์ อ้นทอง

เนื้อหาในเล่ม
01 <b>เหตุใด</b> คณะกรรมการและผู้นำของบริษัทจดทะเบียน ควรเชื่อมโยงกลยุทธ์ความยั่งยืนกับกลยุทธ์ธุรกิจ
02 <b>“การตั้งคำถาม”</b> อีกหนึ่งเทคนิค เพื่อเตรียมตัว ก่อนเริ่มจัดทำรายงานความยั่งยืน
03 <b>GRI Standards: จากภาระงานสู่เครื่องมือการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน</b>
04 <b>การประเมินความยั่งยืน: เครื่องมือเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการขององค์กร</b>
05 <b>เข้าใจ</b> ผู้จัดการกองทุนกับทิศทางการลงทุนในปัจจุบัน
06 <b>GYM</b> by mai Executives เป็นสื่อที่มุ่งส่งเสริม Social Enterprises ในโครงการ SET Social Impact Platform

## เหตุใด

คณะกรรมการและผู้นำของบริษัทจดทะเบียน ควรเชื่อมโยงกลยุทธ์ความยั่งยืนกับกลยุทธ์ธุรกิจ

Terry F. Yosie ได้เผยแพร่ในบทความ **“Why boards and C-suites should fuse sustainability with strategy”** ซึ่งเป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (C-suite) ของบริษัทขนาดใหญ่ในหลายภาคธุรกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ มีความจำเป็นในการรักษาและขับเคลื่อนให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในระยะยาวท่ามกลางความแปรปรวนของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

[อ่านต่อ](#)

## “การตั้งคำถาม”

อีกหนึ่งเทคนิค เพื่อเตรียมตัว ก่อนเริ่มจัดทำรายงานความยั่งยืน

สำหรับบริษัทที่เพิ่งเริ่มจัดทำรายงานความยั่งยืน อาจยังไม่มั่นใจว่าจะเริ่มต้นอย่างไร เทคนิค **“การตั้งคำถาม”** จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์และสำรวจความพร้อมของบริษัทในการจัดทำรายงานความยั่งยืนได้ในระดับเบื้องต้น ซึ่งในบทความนี้ ได้รวบรวมตัวอย่างคำถามเพื่อให้บริษัทได้ลองถามและตอบในประเด็นต่างๆ เพื่อเป็นการตรวจสอบความพร้อมในขั้นต้น และยังเป็นกรอบทบทวนสถานะการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทว่าเป็นอย่างไร ทั้งในเรื่องของแนวคิด นโยบาย กลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน รวมถึงการบูรณาการประเด็นด้าน ESG (Environment, Social and Governance) ไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ที่จะช่วยให้บริษัทเห็นช่องว่างในการพัฒนาความยั่งยืนและการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทได้

[อ่านต่อ](#)

GRI Standards: จากภาระงานสู่เครื่องมือการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน



รายงานความยั่งยืน เป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้ลงทุนและสร้างความเชื่อมั่นให้ธุรกิจ รวมทั้งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้แนวคิดการลงทุนที่ยั่งยืน (Sustainable Investment) แพร่หลายอย่างต่อเนื่อง มีผลสำรวจหลายฉบับชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่ารายงานความยั่งยืน เป็นส่วนประกอบสำคัญในการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุน และยังเป็นเครื่องมือสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

[อ่านต่อ](#)

การประเมินความยั่งยืน: เครื่องมือเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการขององค์กร



**แบบประเมินความยั่งยืน** ถือเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนากระบวนการจัดการทำให้สามารถคาดการณ์วางแผนรับมือสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ในปีนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังคงจัดให้มีการประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนเช่นเดิมโดยบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมการประเมิน นอกจากจะได้รับคะแนนและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนากระบวนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทแล้ว บริษัทที่มีคะแนนการประเมินถึงเกณฑ์ที่กำหนด และผ่านการคัดกรองด้านคุณสมบัติยังมีโอกาสได้รับการคัดเลือกเป็น **“หุ้นยั่งยืน”** หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) และมีโอกาสได้รับรางวัล SET Sustainability Awards อีกด้วย

[อ่านต่อ](#)

## เข้าใจ

ผู้จัดการกองทุนกับทิศทาง การลงทุนในปัจจุบัน



ดร.วิน อุดมรัชตวนิชย์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัทหลักทรัพย์ เคทีบี (ประเทศไทย) จำกัด ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสไตล์การลงทุนของผู้จัดการกองทุน ซึ่งแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ Active Style และ Passive Style ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้น การทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจลงทุนของผู้จัดการกองทุน จะทำให้นักลงทุนสัมพันธ์สามารถสื่อสารข้อมูลเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้จัดการกองทุนได้อย่างตรงจุด

[อ่านต่อ](#)

SET Social Impact **GYM** by mai Executives

ผู้บริหาร mai อาสาเป็นโค้ชให้ Social Enterprises ในโครงการ SET Social Impact Platform

เป็นโครงการเสริมศักยภาพของธุรกิจเพื่อสังคม (social enterprise: SE) ให้แข็งแกร่ง โดยการเชื่อมโยงผลสัมฤทธิ์ความร่วมมือจากผู้บริหารของภาคธุรกิจในการทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้และเทคนิคการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม

[อ่านต่อ](#)

## สื่อความรู้

บริษัทจดทะเบียนที่เพิ่งเริ่มต้นพัฒนากระบวนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอาจมีคำถามว่าควรจะมีแผนดำเนินการอย่างไรหรือจะสามารถศึกษาตัวอย่างของธุรกิจประเภทเดียวกับธุรกิจของตนเองได้จากที่ไหน ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดทำหนังสือเผยแพร่เพื่อเป็นเครื่องมือให้บริษัทจดทะเบียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย



• **Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน...ฉบับ SME** อธิบายวิธีการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างง่าย ตั้งแต่ระดับเริ่มต้นวิเคราะห์บริบทของธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนการดำเนินการไปจนถึงการรายงานข้อมูลการดำเนินการด้านความยั่งยืน รวมถึงแนะนำ

checklist ตรวจสอบประเมินสถานะความยั่งยืนขององค์กรในเบื้องต้น สามารถดูรายละเอียดหนังสือได้ที่ [คลิกที่นี่](#)



• **Sustainable Development Showcases 2016** หนังสือรวบรวมการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล SET Sustainability Awards และบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment หรือรายชื่อ **“หุ้นยั่งยืน”** ประจำปี 2559 ซึ่งสามารถใช้

เป็นตัวอย่างการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ที่เชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี สามารถดูรายละเอียดหนังสือได้ที่ [คลิกที่นี่](#)

ปีนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังคงมีหลักสูตรอบรมให้ความรู้ด้าน ESG แก่บริษัทจดทะเบียนตลอดทั้งปี โดยสามารถดูตารางการอบรมได้ที่

- [ตารางอบรม ด้าน SD](#) [คลิกที่นี่](#)
- [ตารางอบรม ด้าน IR](#) [คลิกที่นี่](#)

นอกเหนือจากหลักสูตรข้างต้นแล้ว ขอเชิญบริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมอบรมหลักสูตร **“การรายงานข้อมูลก๊าซเรือนกระจกเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Greenhouse Gas Reporting for Sustainable Business)”** ในวันที่ 6 มิถุนายน 2560 เวลา 9.00-16.30 น. ณ ห้อง 601-602 ชั้น 6 อาคาร B ตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยเน้นให้เห็นแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสามารถนำเครื่องมือสำหรับการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกมาใช้ในองค์กรได้อย่างเหมาะสม พร้อมต่อยอดด้วยการนำผลการดำเนินงานด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปสู่การเปิดเผยในระดับองค์กรและระดับสากล

ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมอบรมได้ที่ [คลิกที่นี่](#)



Download รายงานประจำปี และรายงานตลาดหลักทรัพย์เพื่อความยั่งยืน ปี 2559 ของตลาดหลักทรัพย์ฯ [คลิกที่นี่](#)

www.set.or.th

SET You Grow We Grow

## ขอเชิญผู้อ่านสมัครสมาชิก “SET Portal”

ซึ่งเป็นช่องทางเข้าถึงข้อมูลกิจกรรมของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งการสมัครเข้าอบรม/สัมมนา การเรียกดูประวัติการเข้าร่วมกิจกรรมของบริษัทและของผู้อ่าน รวมถึงสามารถเรียกพิมพ์ e-certificate และคู่มือโอ๊กกิจกรรมที่ผ่านมาได้ ผู้อ่านสามารถศึกษาการใช้งาน SET Activity ผ่าน VDO Tutorial สอบถามเพิ่มเติม ติดต่อ SET Contact Center Ins. 02-009-9999 กด 7 หรือ SETContactCenter@set.or.th

## ตลาดหลักทรัพย์ฯ กับการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีบทบาทในการสร้างรากฐานสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทุน สังคม และประเทศไทย

## ติดต่อเรา

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

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

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

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







# เหตุใด

คณะกรรมการและผู้นำของบริษัทจดทะเบียน  
ควรเชื่อมโยงกลยุทธ์ความยั่งยืน  
กับกลยุทธ์ธุรกิจ

ณัฐศิริ บุญชวน

ปัจจุบันบริษัทขนาดใหญ่หลายแห่งในโลก ได้นำประเด็นด้านความยั่งยืนมาเป็นเครื่องมือช่วย  
คาดการณ์เพื่อนำทางให้ก้าวผ่านความผันผวนของเศรษฐกิจ อีกทั้งเพื่อรองรับความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นของผู้มีส่วนได้เสีย  
ทั้งภายนอกและภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืน  
ยังใช้เพื่อจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ ซึ่งทำให้เห็นว่าประเด็นความยั่งยืนนี้ได้ถูก  
ยกระดับจากเพียงแค่กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ไปสู่การเป็นแกนหลักของกลยุทธ์ธุรกิจและการวางแผน  
การดำเนินงานในระยะยาว

จากบทความ “Why boards and C-suites should fuse sustainability with strategy” ของ Terry F. Yosie ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (C-suite) ของบริษัทขนาดใหญ่ในหลายภาคธุรกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (C-suite) ของบริษัทเหล่านี้มีการตื่นตัวอย่างมากในการทำความเข้าใจแนวคิดเรื่องความยั่งยืน เพราะเชื่อว่ามีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจของตนอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงเหล่านี้มีมุมมองที่ให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดความยั่งยืนของบริษัทใน 4 เรื่อง ได้แก่

- 1  การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต
- 2  การทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ
- 3  ความร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถช่วยแก้ปัญหาสังคมได้
- 4  การปรับตัวของธุรกิจให้สามารถรองรับความท้าทายที่กำลังเกิดขึ้นในโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ การขาดแคลนทรัพยากรน้ำ การขยายตัวของจำนวนประชากรและเมือง ฯลฯ

ตัวชี้วัดความยั่งยืนแต่ละตัวดังกล่าวข้างต้นสามารถเป็นทั้งความเสี่ยงและโอกาสอยู่ในตัว บริษัทจึงต้องรู้จักนำมาใช้อย่างรอบคอบและระมัดระวัง และเมื่อประเด็นความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น บริษัทต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก อาทิ พนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค และนักลงทุน เป็นต้น ที่สำคัญความท้าทายนี้จะถูกจัดการได้ดีขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น หากคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงสามารถเชื่อมโยงกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์ความยั่งยืนของบริษัทให้รวมกันเป็นหนึ่งเดียว

ดังนั้น ในยุคที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานและประเด็นความยั่งยืนของบริษัทจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่สร้างความอ่อนไหวต่อการดำเนินธุรกิจ การเป็นองค์กรที่ถูกลอยกระทงและได้ชื่อว่า “เป็นองค์กรที่ยั่งยืน” จึงเป็นจุดสำคัญที่พิสูจน์ความเป็นผู้นำของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

นอกจากนี้ คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ ยังเห็นว่าการบริหารจัดการที่ประยุกต์ตัวชี้วัดความยั่งยืนดังกล่าวเข้าไปสู่กลยุทธ์ธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันใน 5 ประการ ดังนี้

## 01 | ความเสี่ยง

คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ว่าธุรกิจทั่วโลกกำลังเผชิญกับความเสี่ยงและอุปสรรคใหม่ๆ ทั้งความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาลงทุน สินค้าเกษตร สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงและไม่เคยประสบมาก่อน ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน กฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลง และการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น ดังนั้น การริเริ่มที่จะปรับปรุงสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ และความเข้าใจถึงแนวโน้มของความเสี่ยงเหล่านี้ จะช่วยให้บริษัทจัดระบบบริหารและป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลถึงความต่อเนื่องของธุรกิจได้อย่างชาญฉลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

## 02 | โอกาส

ประเด็นความยั่งยืนเป็นโอกาสช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของกองทุน (Capital) ขณะเดียวกันช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด (Compliance) และค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพภายใน เช่น การจัดการสภาพแวดล้อมของสิ่งปลูกสร้าง (ได้แก่ อาคารสำนักงาน ศูนย์คอมพิวเตอร์ โรงงานผลิต เป็นต้น) นอกจากนี้

การวางแผน การติดตาม และการคำนึงถึงการใช้วัตถุดิบในการผลิตอย่างใส่ใจก็เป็นโอกาสนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะที่การส่งเสริมคู่ค้าให้ร่วมพัฒนาความยั่งยืนไปด้วยกันเป็นโอกาสให้คู่ค้าสร้างความยั่งยืนให้ตนเองและนำไปสู่โอกาสสร้างความแข็งแกร่งให้กับห่วงโซ่อุปทานของบริษัท รวมถึงโอกาสเติบโตของผู้ประกอบการรายย่อยในสังคม สุดท้ายยังได้สร้างโอกาสให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้าและบริษัทโดยการให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะนำไปสู่โอกาสที่ขยายกว้างขึ้นของบริษัท ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างแบรนด์ที่ยั่งยืน

## 03 | นวัตกรรม

บริษัทใหญ่ๆ จำนวนมากที่เติบโตขึ้นโดยการใช้ประเด็นความยั่งยืนมาสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งการทบทวนของเดิมที่มีอยู่และการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ธุรกิจผลิตรถยนต์ การผลิตวัสดุก่อสร้าง การจัดทำโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีด้านพลังงาน เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมใหม่นี้สามารถสร้างผลกระทบทางบวกให้ผู้เกี่ยวข้อง รวมไปถึงช่วยพัฒนาทักษะการบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพของแรงงานอีกด้วย

## 04 | ความสามารถของบุคลากรด้านความยั่งยืน

การสรรหาและการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถเป็นเรื่องที่คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (C-suite) ต้องคำนึงถึงเพื่อสร้างความมั่นใจในอนาคตของบริษัท ในขณะที่เดียวกันความรู้ความสามารถด้านการพัฒนาความยั่งยืนก็เริ่มเป็นทักษะที่ผู้สำเร็จการศึกษายุคใหม่จากโรงเรียนธุรกิจและวิศวกรรมชั้นนำให้ความสำคัญมากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตนเองให้เป็นที่สนใจของบริษัทชั้นนำด้านความยั่งยืน และในอีกด้านหนึ่งคนรุ่นใหม่เองก็เลือกที่จะร่วมงานกับบริษัทที่ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างคำนึงถึงเรื่องความยั่งยืนด้วยเช่นกัน

## 05 | ความเป็นเลิศ

การขยายตัวทางการค้าและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศได้ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงต้องพยายามรักษาความสามารถในการแข่งขันของตนเองทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ เพื่อมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศเหนือคู่แข่ง ดังนั้น การฝึกฝนความเป็นเลิศจึงต้องเริ่มจากการพัฒนาทักษะและประสบการณ์ตั้งแต่ระดับบุคคล ที่ทีมงาน ตลอดจนในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท นั่นแสดงว่าบริษัทไม่สามารถเติบโตได้อย่างลำพังโดยละเลยต่อห่วงโซ่คุณค่าของตนเอง บริษัทต้องพัฒนาและแสดงออกถึงความยั่งยืนของตนเองด้วยการนำเสนอแนวคิดและตัวชี้วัดต่างๆ ผ่านการเปิดเผยข้อมูลหรือการจัดทำรายงานความยั่งยืน รวมถึงการกำหนดเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อเสริมสร้างบทบาทการเป็นธุรกิจที่เป็นเลิศไปพร้อมกับใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (C-suite) ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า การบูรณาการกลยุทธ์ความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ นอกจากจะช่วยรักษาใบอนุญาตทางสังคมของบริษัท (License to Operate) ในเบื้องต้นแล้ว ยังเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในระยะยาวท่ามกลางความแปรปรวนของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ที่มา: บทความ “Why boards and C-suites should fuse sustainability with strategy” โดย Terry F. Yosie  
เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ BreenBiz เมื่อ 4 เม.ย. 2560

# “การตั้งคำถาม”

อีกหนึ่งเทคนิค เพื่อเตรียมตัวก่อนเริ่มจัดทำ  
รายงานความยั่งยืน

ณัฐศิริ บุญชวน



สำหรับผู้ทำรายงานความยั่งยืนมือใหม่ หากในวันนี้ ท่านยังไม่มั่นใจว่าจะเริ่มต้นจากตรงไหน การลองตั้งคำถามกับตัวเองก็เป็นอีกเทคนิคง่ายๆ ในการวิเคราะห์และสำรวจความพร้อมของบริษัทในการเตรียมตัวจัดทำรายงานความยั่งยืน ซึ่งในบทความนี้ได้ยกตัวอย่างแนวคำถามซึ่งบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นจัดทำรายงานความยั่งยืนสามารถใช้ถามตัวเองเพื่อตรวจสอบว่ามีความพร้อมเพียงใด และมีข้อมูลประกอบการจัดทำรายงานความยั่งยืนได้ในระดับไหน อีกทั้งคำถามเหล่านี้ยังเป็นเครื่องมือสำหรับทบทวนสถานะการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทว่าในปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้าง ทั้งในเรื่องของแนวคิด นโยบาย กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงาน รวมถึงตรวจสอบว่าได้บูรณาการประเด็นด้าน ESG (Environment, Social and Governance) ไว้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจแล้วหรือยัง ซึ่งจะช่วยให้บริษัทเห็นช่องว่างในการพัฒนาความยั่งยืนและการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทได้เป็นอย่างดี





## ตัวอย่างคำถาม



### >> ภาพรวมการรายงานความยั่งยืน

- 01 | มีการกำหนดกลยุทธ์ และกระบวนการขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืนอย่างไร
- 02 | มีการกำหนดประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทไว้อย่างไร และสามารถช่วยสนับสนุนหรือส่งเสริมให้บริษัทบรรลุเป้าหมายธุรกิจได้อย่างไร

### >> ข้อเรียกร้องจากผู้มีส่วนได้เสียในการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน

- 03 | มีการสอบถามหรือข้อเรียกร้องจากผู้มีส่วนได้เสีย ให้บริษัทเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG รวมถึงประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ
- 04 | สถานการณ์การรายงานความยั่งยืนของบริษัทอื่นๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งในและต่างประเทศว่าเป็นอย่างไร

### >> วัตถุประสงค์ของการรายงานความยั่งยืน

- 05 | วัตถุประสงค์หลักที่สำคัญที่ทำให้บริษัทจะต้องเปิดเผยและจัดทำรายงานความยั่งยืน

### >> การกำกับดูแล ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาความยั่งยืนภายในบริษัท

- 06 | คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงได้แสดงมุมมองเกี่ยวกับเป้าหมายหลักของบริษัทที่มีความเชื่อมโยงกับประเด็นความยั่งยืนอย่างไร
- 07 | คณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน มีส่วนร่วมในการเปิดเผยข้อมูลและการจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างไร
- 08 | คณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG อย่างไร รวมถึงมีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตามความคืบหน้าและดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างไร

### >> การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

- 09 | ระบุได้ว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัท
- 10 | มีกระบวนการหรือหลักเกณฑ์เพื่อระบุผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทอย่างไร
- 11 | มีการเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมกับบริษัทอย่างไรบ้าง
- 12 | วิธีการใดบ้างที่นำมาใช้เพื่อดึงดูดให้ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมกับบริษัท
- 13 | มีวิธีอย่างไรที่ทำให้ทราบว่าผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียต้องการข้อมูลอะไรจากบริษัท
- 14 | มีวิธีอย่างไรเพื่อรักษาและขยายความสัมพันธ์กับผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

### >> ภาพรวมเนื้อหาการรายงานความยั่งยืน

- 15 | มีประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG อะไรบ้าง ที่เกี่ยวข้องและเป็นสาระสำคัญต่อผู้ลงทุนกลุ่มปัจจุบัน และกลุ่มที่เป็นเป้าหมายในอนาคตของบริษัท
- 16 | มีประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG อะไรบ้าง ที่เกี่ยวข้องและเป็นสาระสำคัญทั้งในแง่ของความเสี่ยงและโอกาสที่สามารถส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท
- 17 | มีการระบุตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนและการดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อบริษัทไว้อย่างไร

## >> การระบุประเด็นความยั่งยืน หรือประเด็นด้าน ESG ที่เป็นสาระสำคัญ และเกี่ยวข้องกับองค์กร

- 18 | มีการระบุไว้หรือไม่ว่า ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทต้องการข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญเรื่องอะไรบ้าง
- 19 | มีกระบวนการระบุประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG ที่เป็นสาระสำคัญของบริษัทอย่างไร
- 20 | มีวิธีอย่างไร ในการคัดกรองและยืนยันว่าเรื่องใดเป็นประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG ที่เป็นสาระสำคัญต่อบริษัท ต่อผู้ลงทุน และต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- 21 | มีประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG อะไรบ้าง ที่มีผลกระทบมากที่สุดต่อการสร้างมูลค่าของบริษัทในระยะยาว
- 22 | มีประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG อะไรบ้าง ที่กระทบโดยตรงต่อผลประกอบการด้านการเงินในระยะสั้นของบริษัท
- 23 | มีการเทียบเคียงประสิทธิผลของการจัดการประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG ของบริษัทตนเองกับบริษัทอื่นไว้หรือไม่ และอย่างไร
- 24 | มีประเด็นความยั่งยืนหรือประเด็นด้าน ESG อะไรบ้าง ที่เชื่อมโยงกับกฎระเบียบในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

## >> การใช้ประโยชน์จากรายงานความยั่งยืน

- 25 | มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนเพื่อสานสัมพันธ์กับผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทอย่างไร
- 26 | มีการนำข้อเสนอแนะของผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียมาปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานบริษัทอย่างไร
- 27 | ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียใช้ข้อมูลความยั่งยืนบริษัทเพื่อประโยชน์อะไรบ้าง
- 28 | มีการนำข้อเสนอแนะของผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจอย่างไร

## >> ความจำเป็นของรายงานความยั่งยืน

- 29 | มีการนำกระบวนการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินไปประยุกต์ใช้กับการเปิดเผยข้อมูล ESG ของบริษัทอย่างไร
- 30 | การมีผู้รับประกันรายงานความยั่งยืนนั้นมีประโยชน์กับบริษัทหรือไม่

ตัวอย่างคำถามข้างต้นนั้น บางคำถามบริษัทอาจตอบได้ยากหรือยังไม่มีคำตอบในเวลานี้ ซึ่งในครั้งแรกอาจจะหาคำตอบไม่ได้ทุกข้อ แต่อาจเริ่มต้นจากคำถามที่เห็นว่าเป็นสาระสำคัญและมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของตนเองและสามารถตอบได้ก่อน จากนั้นให้ลองพยายามหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคำตอบเหล่านั้นให้ได้มากที่สุด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลตั้งต้นในการทำรายงาน แล้วจึงค่อยๆ นำ Gap ที่พบจากคำถามที่ยังตอบไม่ได้มาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการภายใน แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนาเหล่านั้นมาใช้เป็นข้อมูลในการทำรายงานความยั่งยืนในลำดับต่อไป

สิ่งที่อยากจะเน้นย้ำสำหรับผู้จัดทำรายงานความยั่งยืนมือใหม่ คือ ท่านยังไม่จำเป็นต้องกังวลเกี่ยวกับการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐานสากลจนกว่าบริษัทจะมีความพร้อม เพราะเมื่อใดที่บริษัทมีข้อมูลที่พร้อมรายงาน ท่านจะพบว่าข้อมูลเหล่านั้นของท่านสามารถนำไปใช้ตามกรอบรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐานสากลได้อย่างน่าอัศจรรย์เลยทีเดียว

# GRI Standards: จากการรายงาน สู่เครื่องมือ การจัดการธุรกิจ อย่างยั่งยืน

การจัดทำรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด เป้าหมาย พัฒนาการ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลแก่ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบอย่างต่อเนื่อง โดยนิยมเปิดเผยเป็นรายปี

อรุณี ตันติมังกร และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์





**รายงานความยั่งยืน** เป็นช่องทางสำคัญในการดึงดูดผู้ลงทุนและเพิ่มความเชื่อมั่นให้ธุรกิจ อีกทั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้แนวคิดการลงทุนที่ยั่งยืน (Sustainable Investment) แพร่หลายอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากตลาดทุนชั้นนำทั่วโลกพิจารณาผลการดำเนินงานด้าน ESG จากการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนเพื่อไปจัดทำดัชนีความยั่งยืน (Sustainability Index) เช่น Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI (สหรัฐอเมริกา) SGX Sustainability Index (สิงคโปร์) ที่ช่วยให้ผู้ลงทุนมีข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากรายงานทางการเงินเพื่อไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของนิตยสาร MIT Sloan Management Review ที่พบว่า 60% ของผู้ลงทุนและผู้จัดการกองทุนกว่า 3,000 คนทั่วโลก อ่านรายงานความยั่งยืนและเห็นว่าข้อมูลด้าน ESG จะช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุนได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ รายงานความยั่งยืนยังเป็นเครื่องมือสร้างโอกาสทางธุรกิจจากผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ เช่น การสำรวจของ The Boston College Center for Corporate Citizenship and EY พบว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG จะดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพเข้ามาร่วมงานกับองค์กร โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะความรู้และสวัสดิการต่างๆ ที่องค์กรจัดสรรให้พนักงาน อีกทั้งเป็นช่องทางให้ลูกค้าและคู่ค้าของธุรกิจรับทราบผลการดำเนินงานทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท

ปัจจุบันมีหน่วยงานระดับสากลได้ร่วมกันพัฒนารอบการรายงานความยั่งยืนให้สามารถตอบสนองต่อความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีตัวชี้วัดที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม เช่น Global Reporting Initiative (GRI) และ International Integrated Reporting Council (IIRC)

### เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง GRI และ IIRC

	กลุ่มเป้าหมายหลัก	วิธีการ
<b>GRI</b>	ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	รายงานแยกผลประกอบการ (financial performance) กับผลการดำเนินงานทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (non-financial performance)
<b>IIRC</b>	ผู้ลงทุน	คำนวณผลประกอบการ (financial performance) ร่วมกับผลการดำเนินงานทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (non-financial performance)

### GRI จากกรอบการรายงานสู่มาตรฐานความยั่งยืนสากล

GRI ถือเป็นกรอบการรายงานความยั่งยืนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดขณะนี้ เนื่องจากมีตัวชี้วัดการรายงานที่เข้าใจง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน เหมาะกับองค์กรทุกประเภท ทุกขนาด และทุกอุตสาหกรรม จากการสำรวจข้อมูลของ GRI พบว่า 82% ขององค์กรขนาดใหญ่ที่สุดในโลก 250 แห่งมีการรายงานความยั่งยืนตามกรอบ GRI และพบว่ามีองค์กร จำนวน 10,557 แห่งทั่วโลกรายงานตามกรอบ GRI โดยมีการเผยแพร่รายงานแล้วกว่า 27,000 ฉบับ<sup>1</sup> สำหรับประเทศไทย มีองค์กรทั้งที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 177 แห่งใช้ GRI เป็นกรอบการรายงานโดยเผยแพร่ไปแล้ว 342 ฉบับ

GRI เป็นองค์กรอิสระที่ก่อตั้งโดยสำนักงานโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) และเครือข่าย Ceres โดยเผยแพร่แนวปฏิบัติการรายงานเป็นครั้งแรกในปี 2543 เรียกว่า ฉบับ G1 จากนั้นได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมาถึงฉบับ G4 ในปัจจุบัน ที่มีการปรับปรุงให้แตกต่างไปอย่างสิ้นเชิง โดยเน้นคุณภาพการรายงานมากกว่าปริมาณการรายงานโดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลในประเด็นการวิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects) และประเด็นการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร (Stakeholder Analysis) อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงระดับของการรายงานที่แต่เดิมกำหนดเป็น Level A, B, C ทำให้เกิดความสับสนว่า การให้เกรดเป็นการบ่งชี้คุณภาพของการรายงาน ซึ่งที่จริงแล้วเป็นเพียงมาตรวัดปริมาณหรือระดับของการเปิดเผยข้อมูลตามแนวทาง GRI ดังนั้น GRI G4 นี้จึงใช้การวัดตามหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า ‘In Accordance’ ในแบบหลัก (Core)<sup>2</sup> หรือแบบรวม (Comprehensive)<sup>3</sup> แทนวิธีการให้ Level ซึ่งจะช่วยให้องค์กรโฟกัสให้ความสำคัญกับเนื้อหาการรายงานให้สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียมากยิ่งขึ้น

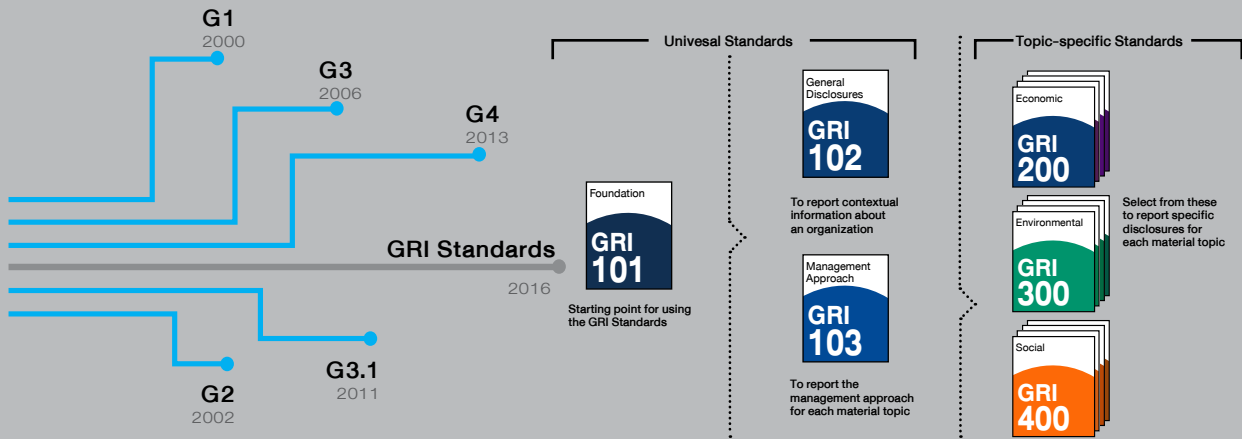
1 ข้อมูลจาก GRI Database ณ วันที่ 26 เมษายน 2560

2 แบบหลัก (Core) คือ การเปิดเผยข้อมูลตามตัวชี้วัดการดำเนินงาน (Indicator) อย่างน้อย 1 ตัวชี้วัดจากประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects)

3 แบบรวม (Comprehensive) คือ การเปิดเผยข้อมูลตามตัวชี้วัดการดำเนินงาน (Indicator) ครบทุกตัวชี้วัดที่เป็นประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects)

จากความนิยมใน GRI ฉบับ G4 ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดในปี 2559 GRI ได้ออกมาตรฐานการรายงาน “GRI Standards” ทดแทนฉบับ G4 ที่จะสามารถใช้ได้ถึงเดือนมิถุนายน 2561 โดยหลังจากนี้แล้ว องค์กรที่ใช้ GRI เป็นกรอบการรายงานต้องใช้กรอบการรายงานตามฉบับ GRI Standards แทน

## พัฒนาการของ GRI



Source: GRI website (2016)

การเปลี่ยนแปลงจาก GRI ฉบับ G4 ไปสู่ GRI Standards นั้นยังคงมีเนื้อหา หลักการ และรูปแบบการรายงานที่เหมือนเดิม ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

### 01 | ข้อมูลพื้นฐานการรายงาน (Universal Standards)

ได้แก่ ข้อมูลบริษัท การกำกับดูแลกิจการ กลยุทธ์องค์กร ความเสี่ยง ประเด็นสำคัญของธุรกิจ (Material Aspects) และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Analysis)

### 02 | ข้อมูลเฉพาะที่ครอบคลุมประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Topic-specific Standards)

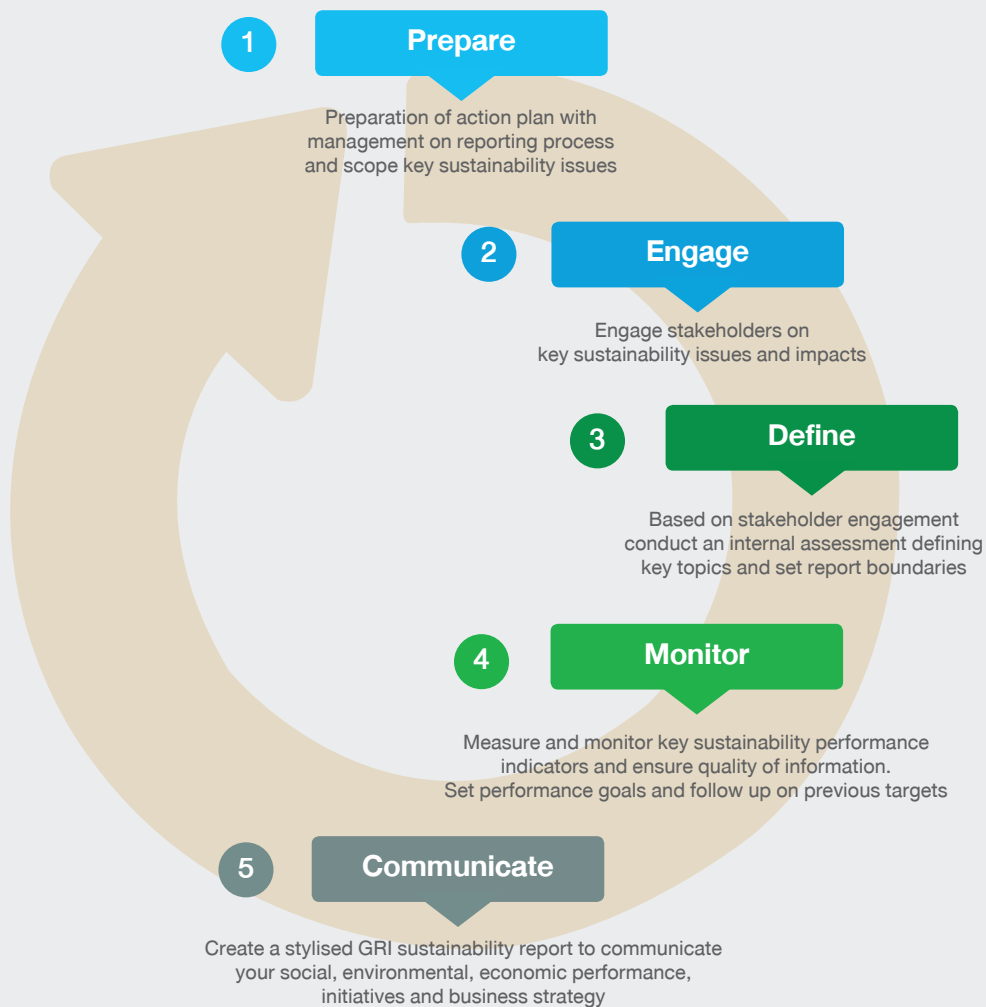
สำหรับส่วนที่แตกต่างไปจากเดิม คือ โครงสร้างการรายงานที่เป็นระบบมากยิ่งขึ้น และลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล การรายงานโดยการเปลี่ยนแปลงตัวชี้วัดที่สำคัญบางตัว นอกจากนี้โครงสร้างของ GRI Standards ได้ออกแบบให้รองรับการเปลี่ยนตัวชี้วัดหรือข้อกำหนดภายในในอนาคตโดยไม่ต้องทบทวนใหม่ทั้งฉบับ ดังนั้น องค์กรใดที่เคยรายงานตามกรอบ G4 มาแล้วจึงแทบไม่จำเป็นต้องทบทวนการรายงาน แต่อย่างไรก็ตาม ควรศึกษาและติดตามการอัปเดตข้อมูลจาก GRI อย่างสม่ำเสมอ

## GRI Standards ไม่ใช่แค่กรอบการรายงานอีกต่อไป

“คุณค่าของการทำรายงานความยั่งยืนอยู่ที่กระบวนการได้มาซึ่งข้อมูล ไม่ใช่การได้รูปเล่มรายงาน”

GRI Standards ไม่ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นเพียงการรายงาน เพื่อสื่อสารเท่านั้น แต่ได้ถูกพัฒนาเพื่อเป็น Checklist ที่ช่วยให้องค์กรนำไปวางแผนกลยุทธ์ในระยะยาว จากบทความ “Sustainability Reporting As a Tool for Better Risk Management” ในนิตยสาร MIT Sloan Management Review 2016 โดย Michael Meehan ระบุว่า การรายงานตาม GRI จะทำให้องค์กรเห็นช่องว่างระหว่างการดำเนินธุรกิจกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่า เมื่อองค์กรเข้าใจแล้วว่าต้องดำเนินการอย่างไรที่จะปิดช่องว่างเหล่านั้นก็จะทำให้เกิดกระบวนการ “การพัฒนา” เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้น GRI จึงเป็นเรื่องของการจัดการธุรกิจ ไม่ใช่แค่การทำรายงานเท่านั้น

## กระบวนการจัดทำรายงานความยั่งยืน



Source: Carbon Balance Consulting

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกระบวนการเก็บข้อมูล การเรียบเรียงและเชื่อมโยงข้อมูลกับกลยุทธ์องค์กร การวัด และประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 3 สิ่งนี้เป็นหัวใจสำคัญของการจัดทำรายงาน ขั้นตอนเหล่านี้จะทำให้องค์กรเห็นพัฒนาการ และสามารถลำดับความสำคัญของสิ่งที่ดำเนินการก่อนหลังได้ อีกทั้งช่วยให้ฝ่ายบริหารมีข้อมูลในการตัดสินใจที่อาจนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างโอกาสการแข่งขัน เพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้แก่ธุรกิจอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ การจัดทำรายงานความยั่งยืนสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบตามความพร้อมขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปีหรือแยกออกมารายงานต่างหาก หรือจะเผยแพร่ในรูปแบบรายงาน ซีดี หรือข้อมูลบนเว็บไซต์องค์กร สิ่งสำคัญคือต้องคำนึงถึงผู้ใช้ข้อมูลและความเหมาะสมของช่องทางเผยแพร่ข้อมูลที่เข้าถึงง่ายและรวดเร็ว ปัจจุบันมีการนำสื่อเทคโนโลยี สมัยใหม่มาช่วยนำเสนอข้อมูล ESG ให้มีความน่าสนใจดึงดูดผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย ซึ่งอาจนำเสนอในรูปแบบ Infographic หรือ Motion Clip เพื่อเผยแพร่ในโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

ตลาดหลักทรัพย์ฯ มุ่งส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมีการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปีตามแบบ 56-1 ของสำนักงาน ก.ล.ต. และกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล GRI อย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดโปรแกรมฝึกอบรมและทีมงานที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการเริ่มต้นการจัดทำรายงานความยั่งยืน ปัจจุบันมีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ รายงานตามกรอบ GRI แล้ว 75 แห่ง และมีแนวโน้มที่จะมีการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐาน GRI เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ เชื่อมั่นว่าการจัดทำรายงานความยั่งยืนจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่เป็นเสมือนเข็มทิศในการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน ที่สำคัญคุณค่าของการทำรายงานความยั่งยืนอยู่ที่กระบวนการได้มาซึ่งข้อมูล ไม่ใช่การได้รูปแบบรายงาน

# การประเมินความยั่งยืน: เครื่องมือเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการขององค์กร

พัทธ์ธีรา วงศราวิทย์

ปัจจุบันบริษัทจดทะเบียนไทยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่ควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมภายใต้กรอบบรรษัทภิบาลเพิ่มมากขึ้นและมีพัฒนาการในประเด็นดังกล่าวอย่างน่าชื่นชม โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีบริษัทจดทะเบียนไทยมีผลคะแนนการประเมินความยั่งยืนเฉลี่ยอยู่ที่ 66% ซึ่งสูงขึ้นจาก 63% ในการประเมินปี 2558 อย่างไรก็ตาม บริษัทจดทะเบียนที่เพิ่งเริ่มมีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอาจประสบปัญหาไม่ทราบว่าจะควรเริ่มดำเนินการในเรื่องใดบ้าง บริษัทดำเนินการได้ครอบคลุมเพียงพอแล้วหรือไม่ รวมถึงอาจไม่สามารถเปรียบเทียบการดำเนินงานของตนเองกับบริษัทอื่นที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้พัฒนาแบบประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้บริษัทจดทะเบียนได้รับประโยชน์สูงสุดจากการนำแบบประเมินฯ ไปใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินตนเอง เพื่อพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจที่ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืน และตลาดหลักทรัพย์ฯ เองได้ปรับปรุงแบบประเมินฯ ให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านความยั่งยืน (Sustainability Trends) ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับสากลและในประเทศ

สำหรับในปี 2560 นี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้พัฒนาแบบประเมินฯ ให้ครอบคลุมกระบวนการบริหารจัดการเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรอย่างเข้มข้นยิ่งขึ้นใน 2 ประเด็นหลัก คือ

1) การประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในวงกว้างที่อาจส่งผลโดยตรงต่อองค์กรและภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งเพื่อให้บริษัทสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยงได้ก่อนที่จะเกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

2) การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ (Materiality) โดยมุ่งเน้นให้บริษัทระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและสามารถเชื่อมโยงประเด็นเหล่านั้นเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อสร้างจุดแข็งและมูลค่าระยะยาวให้แก่องค์กรได้

ตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดให้มีการประเมินความยั่งยืนระหว่างเดือนเมษายน - มิถุนายนของทุกปี บริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมการประเมินฯ นอกจากจะได้รับผลคะแนนและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนากระบวนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทแล้ว บริษัทที่มีคะแนนการประเมินถึงเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านการคัดกรองด้านคุณสมบัติยังมีโอกาสได้รับการคัดเลือกเป็น “หุ้นยั่งยืน” หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) และมีโอกาสได้รับรางวัล SET Sustainability Awards อีกด้วย

แบบประเมินความยั่งยืน ปี 2560 ประกอบด้วยข้อคำถามใน 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ (รวมบรรษัทภิบาล) มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม โดยแบ่งย่อยเป็น 19 หมวด

มิติ	หมวด	
<b>เศรษฐกิจ</b> 	<b>หมวดที่ 1</b> บรรษัทภิบาล <b>หมวดที่ 2</b> จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) และการต่อต้านการทุจริต <b>หมวดที่ 3</b> การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต <b>หมวดที่ 4</b> การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ (Materiality) <b>หมวดที่ 5</b> การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า <b>หมวดที่ 6</b> การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน <b>หมวดที่ 7</b> การดำเนินการด้านภาษี <b>หมวดที่ 8</b> นวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม	
	<b>สิ่งแวดล้อม</b> 	<b>หมวดที่ 9</b> การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม <b>หมวดที่ 10</b> การจัดการสิ่งแวดล้อม <b>หมวดที่ 11</b> การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ <b>หมวดที่ 12</b> ความหลากหลายทางชีวภาพ
	<b>สังคม</b> 	<b>หมวดที่ 13</b> การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม <b>หมวดที่ 14</b> การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และเคารพสิทธิมนุษยชน <b>หมวดที่ 15</b> การพัฒนาศักยภาพแก่พนักงาน <b>หมวดที่ 16</b> การดูแลพนักงาน <b>หมวดที่ 17</b> สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน <b>หมวดที่ 18</b> การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม <b>หมวดที่ 19</b> การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ท่านผู้อ่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประเมินความยั่งยืนได้ที่  
[https://www.set.or.th/sustainable\\_dev/th/sr/sd/awards\\_2017.html](https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/sd/awards_2017.html)

# เข้าใจ

ผู้จัดการกองทุน  
กับทิศทางการลงทุน  
ในปัจจุบัน

ไพศาล เจียรอุทัยอำรงค์

ผู้จัดการกองทุนแต่ละกลุ่มมีรูปแบบและสไตล์การลงทุนที่แตกต่างกันไป การเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจลงทุนและแนวโน้มเศรษฐกิจที่มากกระทบ จึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้นักลงทุนสัมพันธ์ สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างตรงจุดและตอบสนองต่อความต้องการของผู้จัดการกองทุน

ตลาดหลักทรัพย์ฯ เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าว จึงได้จัดงานสัมมนา **IR Preparation for Roadshows** ขึ้นเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา โดยผู้เขียนได้รวบรวมประเด็นสำคัญจากการสัมมนาในหัวข้อ **Understanding the Environment that Equity Fund Managers have to Navigate** โดย **ดร.วิน อุดมรัชตวนิชย์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัทหลักทรัพย์ เคทีบี (ประเทศไทย) จำกัด** เพื่อช่วยให้นักลงทุนสัมพันธ์ ได้เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

ดร.วิน ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนของผู้จัดการกองทุนว่า จะมีความแตกต่างตามสไตล์ของกองทุน โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลักๆ ได้แก่

**1. Active Style:** ผู้จัดการกองทุนที่มุ่งเน้นค้นหาบริษัทที่ดี โดยใช้ข้อมูลงบการเงินและข้อมูลเชิงคุณภาพมาประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยการตัดสินใจจะพิจารณาจากศักยภาพของแต่ละบริษัทและจะลงทุนเมื่อราคาหุ้นอยู่ในระดับที่เหมาะสม ดังนั้น เพื่อตอบโจทย์ผู้จัดการกองทุนกลุ่มนี้นักลงทุนสัมพันธ์ต้องให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ความสามารถในการเติบโตของบริษัท ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละอุตสาหกรรม

**2. Passive Style:** ผู้จัดการกองทุนที่มุ่งเน้นการลงทุนในภาพใหญ่ เช่น ประเทศ หรืออุตสาหกรรม เป็นหลัก ไม่เน้นการเลือกหุ้นเป็นรายตัว โดยจะใช้การวิเคราะห์แบบ Top-Down ศึกษาภาพรวมเศรษฐกิจ นโยบายของประเทศ เพื่อดูการเติบโตและเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจ จากนั้น

นำข้อมูลมาวิเคราะห์ในการเลือก Asset Class ที่จะลงทุน ซึ่งผู้จัดการกองทุนจะให้ความสำคัญกับบรรยากาศการลงทุน (Sentiment) ของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว และสุดท้าย จะทำการประเมินมูลค่าของสินทรัพย์ที่จะเข้าไปลงทุน สำหรับการสื่อสารกับผู้จัดการกองทุนกลุ่มนี้ การนำเสนอปัจจัยทางเศรษฐกิจและผลกระทบที่มีต่อบริษัทจะมีความสำคัญค่อนข้างมาก

นอกจากนี้ ดร.วิน ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้ม Fund Flow ในครึ่งหลังของปี 2560 ระบุว่า Fund Flow มีแนวโน้มจะเคลื่อนย้ายจากการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง (ตราสารทุน) ไปสู่สินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อยลง (ตราสารหนี้) มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตราสารหนี้ระยะสั้น นอกจากนี้ จากสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วมีการฟื้นตัวตามลำดับ เงินลงทุนใน Emerging Markets จึงมีโอกาที่จะไหลกลับไปใน Developed Markets เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น มากขึ้น ซึ่งนักลงทุนสัมพันธ์ ควรติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและเตรียมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

ดังนั้น นักลงทุนสัมพันธ์จึงควรทำความเข้าใจผลกระทบของสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทให้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะได้สื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งจะทำให้ผู้ลงทุนเกิดความเข้าใจและเชื่อมั่นว่าบริษัทสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นได้

\*\*\*สรุปประเด็นจากงานสัมมนา IR Preparation for Roadshows จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในวันที่ 9 พ.ค. 2560\*\*\*

 SET Social Impact  
**GYM**  
by mai Executives



ผู้บริหาร mai อาสาเป็นโค้ชให้ Social Enterprises  
ในโครงการ SET Social Impact Platform





โครงการ **SET Social Impact Gym by mai Executives** เป็นความร่วมมือระหว่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA) ที่ได้รับความร่วมมือจากผู้บริหารจิตอาสาที่จะร่วมกันเป็นโค้ชเพื่อช่วยเสริมศักยภาพของธุรกิจเพื่อสังคม (social enterprise: SE) ให้แข็งแกร่ง อันถือได้ว่าเป็นการลงทุนเพื่อสังคม (Social Impact Investment) อีกหนึ่งรูปแบบที่ใช้ความรู้ความสามารถมาแบ่งปันให้แก่ภาคสังคม

หลังจากที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้เริ่มดำเนินการโครงการ **SET Social Impact Platform** ซึ่งประกอบด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มบน [www.setsocialimpact.com](http://www.setsocialimpact.com) และกิจกรรมต่างๆ เมื่อปี 2559 เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงความร่วมมือของภาคธุรกิจและภาคสังคมให้มาพบกัน เพื่อแบ่งปันทรัพยากร แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนทางสังคมเพื่อขยายการสร้างผลลัพธ์ที่ดีทางสังคม (social impact) ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังคงเดินหน้าขยายผลโครงการ SET Social Impact Platform ให้สามารถเสริมสร้างศักยภาพของภาคสังคมและ Social Enterprises โดยปัจจุบัน [www.setsocialimpact.com](http://www.setsocialimpact.com) มีข้อมูลด้านการพัฒนาสังคมชุมชนของภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนกว่า 60 บริษัท และในภาคสังคมมีข้อมูลของธุรกิจเพื่อสังคม 50 ราย ที่นำเสนอข้อมูลด้านทรัพยากร และความต้องการทรัพยากร ที่สามารถเชื่อมโยงกันและกันได้

ในปี 2560 นี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ต่อยอดความสำเร็จจากแพลตฟอร์มสู่ความร่วมมืออย่างเป็นทางการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจเพื่อสังคม (social enterprise : SE) สร้างการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ผ่านโครงการ **“SET Social Impact Gym by mai Executives”** ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานความร่วมมือจากผู้บริหารของภาคธุรกิจในการทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้และเทคนิคการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม โดยเริ่มแรกมีผู้บริหารจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA) 13 ท่าน ที่อาสาเป็นโค้ชร่วมพัฒนาศักยภาพให้กับธุรกิจเพื่อสังคม 13 ราย ที่เข้าร่วมโครงการนี้

นับได้ว่าโครงการ **“SET Social Impact Gym by mai Executives”** เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้าง social impact ร่วมกันระหว่างตลาดหลักทรัพย์ฯ และบริษัทจดทะเบียน ซึ่งจะทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง โดยเชิญชวนให้บริษัทจดทะเบียนที่สนใจ มีส่วนร่วมและบทบาทต่อการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมให้เติบโตและแข็งแกร่ง ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการขยายผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคมให้กว้างขวางมากขึ้น สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มุ่งพัฒนาตลาดทุนสร้างประโยชน์แก่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด **“You Grow, We Groom”** ซึ่งตลาดหลักทรัพย์ฯ เล็งเห็นว่าหากธุรกิจและสังคมก้าวหน้าเติบโตไปด้วยกัน จะส่งผลให้ประเทศไทยเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนได้ในที่สุด



ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA) มีส่วนร่วมในการอุทิศความรู้ ประสบการณ์ ร่วมสร้างธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อเป็นการเติมเต็มการทำงานซึ่งกันและกันระหว่างภาคธุรกิจกับภาคสังคมที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางสังคมอย่างยั่งยืน โดยเห็นว่าเป็นบทบาทสำคัญของบริษัทจดทะเบียนที่มีความพร้อมด้านการพัฒนาธุรกิจแล้ว ยังส่งต่อความสำเร็จไปยังผู้ประกอบการรายใหม่โดยเฉพาะธุรกิจเพื่อสังคมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ซึ่งจะช่วยสร้างรากฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงให้กับประเทศได้

ในทางกลับกันถือเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทจดทะเบียนใน mai ได้เรียนรู้แนวคิด และได้รู้จักกับธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งถือเป็นกระบวนการเรียนรู้จากทั้ง 2 ฝ่าย และอาจนำไปสู่การร่วมทุน หรือการพัฒนางานอื่นๆ ร่วมกัน เพื่อสร้างธุรกิจเพื่อสังคมรุ่นใหม่ในอนาคต

นอกเหนือจากโครงการ “SET Social Impact Gym by mai Executives” แล้ว ในปี 2560 ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังมีการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และกิจกรรมต่างๆ สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ SE (Social Enterprise) บริษัทจดทะเบียน หรือผู้ที่สนใจการลงทุนทางสังคม (Social Impact Investment) เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนทางสังคม และเป็นการเปิดโอกาสให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนทรัพยากร เพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจร่วมกัน อาทิ หลักสูตรอบรม SE 101 for beginning of social entrepreneur, SE 102 for scaling social enterprises, SE 201 for Listed Company & Social Impact Investor รวมทั้งกิจกรรม SET SE Matching Day, SET Social Impact Day และ SET Social Impact Fair

ผู้สนใจสามารถติดตามข่าวสารเพื่อสมัครเข้าอบรม หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ  
ได้ที่ [www.setsocialimpact.com](http://www.setsocialimpact.com) หรือ Facebook: SET Social Impact