บทสรุปพิเศษ (Key Takeaways)

ESG Materiality : เจาะประเด็นเด่น ด้าน ESG ราย Sector

Sector: ENERG

Scan / Click
QR Code
เพื่อเข้าเรียน

ESG EP2

Sector : ENERG

ดร.ชัชรี ธีรพงษ์
Principal Consultant
บริษัท อีอาร์เอ็ม-สยาม จำกัด

38 การทำธุรกิจอย่างยั่งยืน ต้อง Balance ทั้ง 3 มิติ

39 ประโยชน์ของ ESG

1. ลดต้นทุน, เพิ่มกำไร
2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี
3. พนง.อยากทำงานด้วย
4. จัดการความเสี่ยงที่ดี
5. ผู้มีส่วนได้เสียติดตามการดำเนินงานของบริษัท

40 4 ส่วนที่เน้นย้ำ Global Trend 2050

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับพลังงาน ต้องมองภาพในอนาคตมากขึ้น เพราะใกล้ชิดกับ Climate Change

1. การเข้าถึงพลังงานของคนให้มากขึ้น → การกระจายพลังงาน/ไฟฟ้า
2. ลดการปล่อยมลภาวะที่สร้างก๊าซเรือนกระจกให้น้อย
3. ประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าที่มากขึ้น
4. เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

41 ESG Trend ของโลก

1. การประยุกต์ ESG ในธุรกิจ
2. สิ่งแวดล้อม Climate Change & Biodiversity
3. พัฒนาบุคคลากร (Human Capital)
4. Supply Chain
5. Human Right
6. Sustainable consumption
7. Technology
8. กฎหมายที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

42 Climate Change สำคัญมาก และกระทบโดยตรง กับกลุ่ม Utility และกลุ่ม Power

43 สิ่งที่ CEO ของบริษัทใหญ่ๆ มองว่าสำคัญกับ Sustainable development

1. Climate Change
2. Biodiversity
3. Water Scarcity

44 Climate change จาก ipcc Research

ถ้าไม่ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อุณหภูมิของโลกจะสูงกว่านี้

สิ่งที่เราต้องทำคือ ต้องมีกฎข้อบังคับ และการขับเคลื่อนที่เข้มงวดมากขึ้น ทั้งในภาครัฐ และภาคธุรกิจ เช่น การออกกฎหมาย

45 แรงกดดันจากทุกประเทศ COP26 การประชุมทุกปี เกี่ยวกับ Climate Change

1. ลดก๊าซเรือนกระจก ในภาพรวมทั่วโลก
2. ปรับการดำเนินงานของธุรกิจเข้ากับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง
3. ช่วยเหลือทางการเงินกับประเทศด้อยโอกาส
4. ความร่วมมือกับทุกภาคส่วน

46 Business Value Chain

1. การบริหารปัจจัยการผลิต
2. การปฏิบัติงาน
3. การกระจายสินค้าแบบการ
4. การตลาด และการขาย
5. การบริการหลังการขาย

คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ESG EP2

Sector : ENERG

ดร. ชัชรี ธีรพงษ์
Principal Consultant
บริษัท อีอาร์เอ็ม-สยาม จำกัด

ความกดดันเรื่อง ESG ของโลกที่มากขึ้น
ก็จะกดดันประเทศไทยเช่นกัน เช่น

1. Carbon Tax
   ปล่อย Green house gas เท่าไร = จ่ายเท่านั้น
2. Cap and Grade (สิทธิในการปล่อย Carbon)
   อุตสาหกรรมเราไม่สามารถปล่อยเกินเท่าไร
   ถ้าปล่อยเกินต้องซื้อสิทธิเพิ่ม (Carbon Credit)
3. กระบวนการอื่นๆ

เตรียมตัว → เตรียมพร้อม → สร้างโอกาสทางธุรกิจ

S1 ESG Material (Generic) Issues

Economy
- ✓ การกำกับดูแลที่ดี
- ✓ จรรยาบรรณธุรกิจ
- ✓ การบริหารความเสี่ยง
- ✓ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- ✓ นวัตกรรม

Society
- ✓ สิทธิมนุษยชน
- ✓ ทรัพยากรมนุษย์
- ✓ ความปลอดภัย
- ✓ ลูกค้า/ผู้บริโภค
- ✓ ชุมชน/สังคม

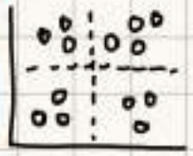
Environment
- ✓ มาตรฐานสิ่งแวดล้อม
- ✓ จัดการพลังงาน
- ✓ จัดการน้ำ
- ✓ จัดการของเสีย
- ✓ จัดการก๊าซเรือนกระจก

S2 SASB
สถาบันที่ทำ Survey
เรื่อง Material Issues
ออก Guideline ที่ใกล้เคียง GCI
ซึ่งมีการรายงานความยั่งยืน
ที่มี Standard
และได้รับการยอมรับสูงสุด

S3 Value Chain
ตัวอย่าง : บางจาก
มี Value Chain ตั้งแต่ต้น→ปลายน้ำ
✓ มองภาพธุรกิจชัดเจนมากขึ้น
Bio Field, Solar, Renewable ธุรกิจสีเขียว
✓ โครงการการทำผลผลิตการเกษตรมาขาย
ทำ Promotion ในสถานประกอบการร้านค้าปั๊ม
✓ พยายามสอดแทรก ESG ในเชิงของ CSR
✓ มองเรื่อง Climate Change มากขึ้น
✓ รวมกลุ่ม Carbon Market Club
ที่เห็นความสำคัญของ Climate Change

S4 ตัวอย่าง : GPSC
ดูแลเรื่องการผลิตไฟฟ้า
ไม่เพียงแต่แสดง Business Value Chain
แต่ยังแสดงผลลัพธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย
1. หุ้นชั้น
2. การอบรมพนง.
3. ความพอใจของชุมชน
4. ประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน
5. รายได้จากนวัตกรรม
6. การลดก๊าซเรือนกระจก
7. การใช้น้ำลดลง

S5 เสิ่งจากรู้ Value Chain
ที่ต้องทำประเมิน
Materiality Assessment



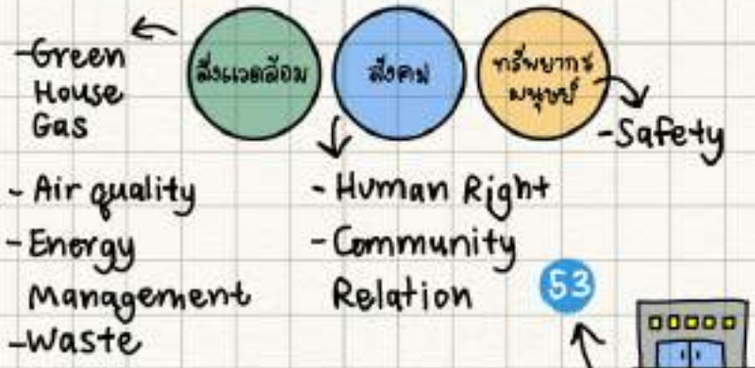
ว่าประเด็นไหนสำคัญ?
สร้างความยั่งยืนกระทบกับใคร?
แล้วเราต้องโฟกัสจุดไหน?
เราจะตอบสนองลักษณะไหน?
สำคัญกับบริษัทมาก/น้อยแค่ไหน?
(เรียงลำดับความสนใจ & ความสำคัญ)

SET

ESG EP2

Sector : ENERG

สิ่งที่ให้ความสำคัญในอุตสาหกรรม Upstream เช่น ไฟฟ้า หรือ Utility Power



ESG Material (Specific) Issues

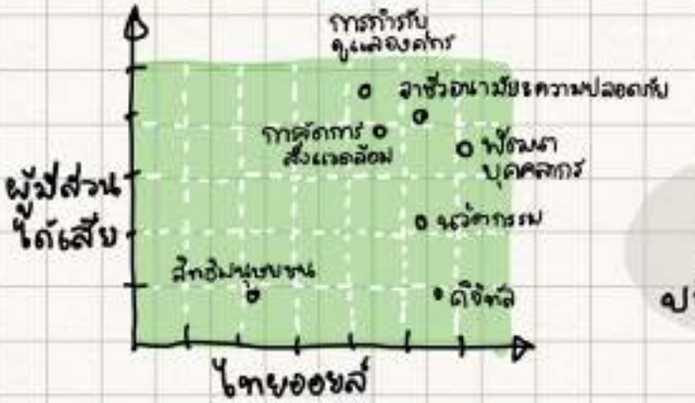
Economy
- ✓ การดูแลลูกค้า
- ✓ เสถียรภาพการผลิต
- ✓ ขยายโอกาสธุรกิจ & ประยุกต์ใช้ดิจิทัล และเทคโนโลยี
- ✓ ความปลอดภัย Cyber

Society
- ✓ การบริโภคอย่างรับผิดชอบ
- ✓ ความเสมอภาค & ความหลากหลาย
- ✓ ส่งเสริมสตรี
- ✓ การใช้แรงงานเด็ก

Environment
- ✓ ก๊าซเรือนกระจก
- ✓ ความหลากหลายทางชีวภาพ
- ✓ การจัดการพลังงาน
- ✓ การจัดการน้ำ

53 54

Materiality Matrix ตัวอย่าง : ไทยออยล์ 56



สิ่งที่ Thaioil ให้ความสำคัญ

1. การกำกับดูแลองค์กร
2. อาชีวอนามัย & ความปลอดภัย
3. การจัดการสิ่งแวดล้อม
4. การพัฒนาบุคลากรองค์กร
5. นวัตกรรม
6. ดิจิทัล
7. สิทธิมนุษยชน

ดูเพิ่มเติมได้ที่รายงานความยั่งยืนของบริษัท

③

ดร.ชัชรี ธีรพงษ์
Principal Consultant
บริษัท อีอาร์เอ็ม-สยาม จำกัด

Materiality Matrix ตัวอย่าง : บางจาก 55

สิ่งที่บางจากให้ความสำคัญ

1. การขยายธุรกิจอย่างเติบโตอย่างยั่งยืน
2. การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน
3. Climate Change
4. การต่อต้านทุจริต ประเด็นด้านจริยธรรม
5. ความปลอดภัยทางชีวอนามัย

ชี้แจง เปิดเผย โปร่งใส
และมี Third Party ตรวจสอบข้อมูล

SET

ESG EP2

Sector : ENERG

ธุรกิจบ้านปู (Banpu)

ธุรกิจพลังงานที่อยู่มามากกว่า 38 ปี ดำเนินธุรกิจ

1. Energy Resource ธุรกิจแหล่งพลังงาน (เหมือง, แก๊ส)
2. Energy Generator ธุรกิจไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน
3. Energy Technology เทคโนโลยีพลังงาน

เพื่อต้องการสร้าง BANPU EcosyStem กระจายอยู่ใน 10 ประเทศ ในภูมิภาคที่มีการเติบโตของการใช้พลังงาน

BANPU Business Value Chain มีธุรกิจตั้งแต่

ต้นน้ำ
- ✓ผลิตพลังงาน ทำเหมือง, Shale gas
- ✓การเจาะสำรวจ
- ✓วางแผนการผลิต
- ✓ใช้เทคโนโลยี / Digital Platform ปรับปรุงประสิทธิภาพ
- ✓ความปลอดภัย
- ✓ป้องกันผลกระทบกับธรณีวิทยาและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

กลางน้ำ
- ✓การบริหารจัดการ
- ✓การทำ Marketing
- ✓การขาย
- ✓การขนส่ง
- ✓เน้นความปลอดภัย
- ✓สินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
- ✓สินค้ามีคุณภาพ
- ✓ให้คำแนะนำเหมาะสม ช่วยให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปลายน้ำ
- ✓โรงไฟฟ้า
- ✓การติดตั้งอุปกรณ์ตักจับอัตราผลการใช้เทียบกับมาตรฐานทั้งในและต่างประเทศ
- ✓พัฒนาโรงไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน

ธุรกิจถ่านหิน

สร้าง EBITDA ให้กับบ้านปูมากกว่า 70-80%

การเปลี่ยนธุรกิจจึงต้องอาศัยเวลา

พอร์ตธุรกิจของ Banpu เน้นการบริหารพลังงานอย่างยั่งยืน (Sustainable Energy) สร้างสมดุลด้วย 3 เรื่องหลัก

เกษรา ชังวิโรจน์ธรรม
Manager-Investor Relations
บมจ. บ้านปู

คุณกฤษฎิ์ ลิลิตกาญจนกุล
Manager - Sustainability
บมจ. บ้านปู

เป้าหมายของ Banpu คือการเพิ่ม EBITDA จากพลังงานสะอาด ↑

GAS Mining
- ✓เน้นการสร้างประสิทธิภาพ
- ✓ลดต้นทุน
- ✓ไม่มีแผนใส่เงินลงทุนเพิ่มในธุรกิจถ่านหิน

Power
- ✓เน้นสร้างเสถียรภาพการเดินเครื่องของโรงไฟฟ้า
- ✓ลงทุนเพิ่มในพลังงานสะอาดมากขึ้น

Energy Tech
- ✓เน้นการ scale up ของ Product & Service
- ✓เกิดการเรียนรู้และสร้าง Business Model ใหม่ๆ

ESG ผลักดันในการสร้างกลยุทธ์ของบ้านปู

ช่วงที่ 1	(2000 - 2015)	Transformation ขยายการลงทุน & พัฒนาธุรกิจ
ช่วงที่ 2	(2016 - 2020)	Greener, Smarter ลงทุน & พัฒนาธุรกิจใหม่ๆ พลังงานหมุนเวียน พลังงานสะอาด
ช่วงที่ 3	(2021-2025)	Acceleration คง Greener, Smarter เร่งกระบวนการเปลี่ยนผ่าน เน้นการ Synergy กับบริษัทให้สอดคล้องกับเทรนด์พลังงานของโลก

SET

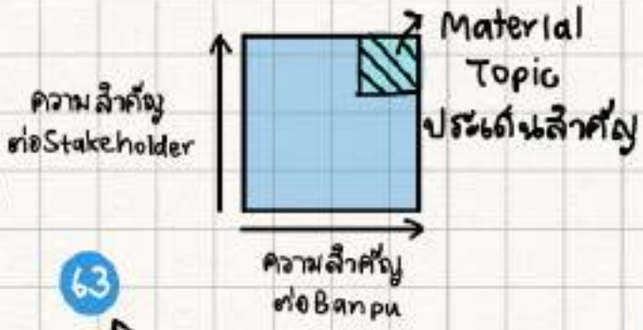
ESG EP2

Sector : ENERG

Materiality Analysis

ทำ Survey ว่าผู้มีส่วนได้เสีย
ให้ความสนใจกับเรื่องไหนบ้าง

Input from stakeholders
1. ชุมชน
2. พนักงาน



ทำ Long-term risk outlook

Top 10 risks over the next 10years
ประเด็นความเสี่ยงของโลกในระยะยาว
บ้านปูก็นำมาปรึกอบกับความคิดเห็น
ของ Stakeholder
เพื่อนำมาสร้าง
Material matrix ของบ้านปู

63

64

ตัวอย่าง 4 ด้าน ของ ESG Management ของบ้านปู

69

1. Climate Change 1
2. Employee 2
3. Community 3
4. Supplier 4

ตัวอย่าง Material Matrix (2020) ของบ้านปู

65

Environment
- การใช้เชื้อเพลิงและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การใช้พลังงาน
- การปฏิบัติตามกฎหมายเรื่องสิ่งแวดล้อม

Social
- พนักงาน
- ชุมชน

Governance
- จริยธรรมธุรกิจ
- การบริหารจัดการกับคู่ค้า
- การปฏิบัติทางกฎหมาย

เกษรา ศรีวิโรจน์ธรรม
Manager-Investor Relations
บมจ. บ้านปู

คุณกฤษฎ์ ลิลิตกาศกุล
Manager- Sustainability
บมจ. บ้านปู

68

ผนวกประเด็นความยั่งยืนของสหประชาชาติ SDG เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

1. น้ำ
2. พลังงานสะอาด
3. การจ้างงาน
4. การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า
5. การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ
6. สิ่งมีชีวิตบนโลก
7. ความร่วมมือเพื่อเป้าหมาย

67

66

- ✓ นอกเหนือจากองค์กรดำเนินการเองแล้ว ก็ส่งให้บริษัทภายนอกประเมินและรับรองว่ากระบวนการของบริษัทเป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือไม่
- ✓ มาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก มี 2 มาตรฐานคือ AA100 และ ISAE3000
- ✓ บ้านปูได้ผ่านการประเมินตามมาตรฐาน AA100

ESG EP2

Sector : ENERG

1
สิ่งกลยุทธ์ Climate change
การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ
1. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. การปรับตัวของธุรกิจ
3. เข้าร่วมสังคมคาร์บอนต่ำ
4. เข้าร่วมตลาดซื้อขายคาร์บอนภาคสมัครใจ

พนักงาน 2
1. จัดระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
2. สร้างวัฒนธรรมองค์กร
3. พัฒนาศักยภาพ

Engagement Survey

70 71 72

ชุมชน 3
6 Dimensional community activity
1. พัฒนาเศรษฐกิจ
2. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. ส่งเสริมสังคม & วัฒนธรรม
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
5. พัฒนาสุขอนามัย
6. พัฒนาด้านการศึกษา

73

คู่ค้า 4
1. จัดทำหลักจรรยาบรรณคู่ค้าในหลายภาษา
2. พัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจ้างงานคู่ค้าอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส
3. ประเมินคู่ค้าโดยพิจารณาปัจจัยด้าน ESG ประกอบด้วย

ENG Thai China

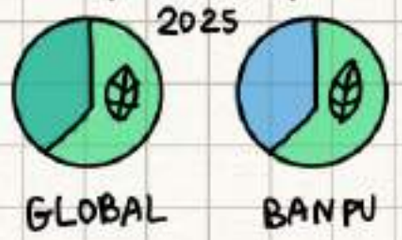
77
แนวทาง ESG ด้านสิ่งแวดล้อมของบ้านปู
1. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. ลงทุนใหม่ๆ ในธุรกิจพลังงานสะอาด ใน Energy Technology เช่น Solar Roof ยานยนต์ไฟฟ้า

เกษรา ศังวิโรจน์ธรรม
Manager - Investor Relations
บมจ. บ้านปู

คุณกฤษฎ์ ลิลิตการตกุล
Manager - Sustainability
บมจ. บ้านปู

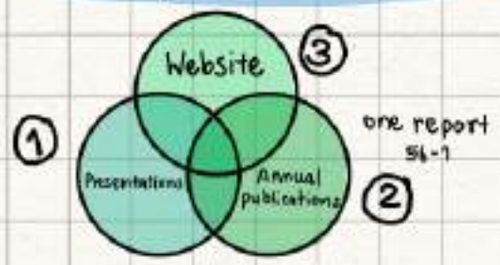
76

บ้านปู มองการขับเคลื่อนนโยบายการใช้พลังงานของทั่วโลก เพื่อเป็นแนวทางในการจัดสมดุลพอร์ตธุรกิจในอนาคต



75
การเป็นสมาชิก ESG Ratings Stakeholder มีข้อมูลประกอบในการตัดสินใจลงทุนและช่วยงานกับบ้านปู
Dow Jones Sustainability Indices
MSCI ESG Rating, THSI เป็นต้น

74
Stakeholder Engagement & Corporate value



ทำ ESG ให้จับต้องได้ และเป็นรูปธรรม สื่อสารเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง