

SD Focus

Driving Sustainability of the Thai Capital Market

Highlights

DJSI 1

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ร่วมกับ RobecoSAM เตรียมความพร้อมให้บริษัทไทยเข้าสู่การประเมินความยั่งยืนระดับสากล

CG 2

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ติดเทอร์โบให้กับ บจ. ด้านบรรษัทภิบาลรับมือ AEC

REPORT 8

แนวทางการเปิดเผยข้อมูลตามแบบ 56-1

SOCIAL ENTERPRISE 10

ทำความเข้าใจกับกิจการเพื่อสังคม

STRATEGIC SR 11

ความรับผิดชอบต่อสังคมจากกิจกรรมสู่กลยุทธ์องค์กร

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ร่วมกับ RobecoSAM

เตรียมความพร้อมให้บริษัทไทยในการเข้าสู่

การประเมินความยั่งยืนระดับสากลของ DJSI

โดย นริรัตน์ สันธยาดี

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจาก RobecoSAM ซึ่งเป็นองค์กรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจและเป็น partner ของ S&P Dow Jones ในการพัฒนาดัชนีความยั่งยืน DJSI (Dow Jones Sustainability Indices) มาเป็นวิทยากรในโครงการอบรมให้ความรู้ DJSI Exclusive Training แก่บริษัทไทย 31 แห่งที่ผ่านเกณฑ์คัดกรองขั้นต้นของ DJSI และได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจ (Corporate Sustainability Assessment) ประจำปี 2557

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ดำเนินโครงการอบรมให้ความรู้ดังกล่าว โดยเชิญ Mr. Manjit Jus, Sustainability Operations Manager และ Mr. Edoardo Gai, Head of Sustainability Services จาก RobecoSAM ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ มาให้ความรู้ในกิจกรรม ESG Analyst Training ในวันที่ 3-7 มีนาคม 2557 (จัดต่อเนื่อง 5 วัน) และกิจกรรม Corporate Sustainability Training ในวันที่ 11-14 มีนาคม 2557 (จัด 4 รุ่นๆ ละ 1 วัน แบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม)

กิจกรรมดังกล่าวได้รับความสนใจอย่างมากจากบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับเชิญเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมถึงกว่า 100 ท่าน ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ได้แสดงความมุ่งมั่นที่จะเข้าร่วมการประเมินในปีนี้เป็นครั้งแรกอีกด้วย ... อ่านต่อหน้า 4

SD Focus นำเสนอข้อมูล และข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านความยั่งยืนของธุรกิจไทย

รวมถึงเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนตลาดทุนไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ดิดเทอร์โบให้กับ บจ. ด้านบรรษัทภิบาลรับมือ AEC 2015

โดย พรชัย กวารานนท์

วันนี้จะมาเล่าสู่กันฟังว่าการประเมิน **ASEAN CG Scorecard** นั้นมีความสำคัญกับบริษัทจดทะเบียนอย่างไร ทำไมเราต้องเตรียมพร้อมกับการประเมินนี้ และการประเมินนี้จะมาถึงเราเมื่อไร

ASEAN CG Scorecard ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วัดคุณภาพด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งถือเป็นหัวใจและรากฐานสำคัญของการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน เพราะหากธุรกิจใดไม่มีโครงสร้างการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และเป็นธรรมต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายแล้ว ก็เป็นเรื่องยากที่ธุรกิจนั้นจะดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

ASEAN CG Scorecard เป็นผลมาจากแนวคิดของกลุ่ม ก.ล.ต. อาเซียน (ASEAN Capital Markets Forum: ACMF) ที่ต้องการยกระดับบรรษัทภิบาลของบริษัทจดทะเบียนในภูมิภาคอาเซียน ให้เป็นที่สนใจของผู้ลงทุนทั่วโลก ตามแผนปฏิบัติการเชื่อมโยงตลาดทุนอาเซียน เพื่อรองรับการเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 โดยกลุ่ม ก.ล.ต. อาเซียน ได้แต่งตั้งคณะผู้เชี่ยวชาญด้านบรรษัทภิบาลที่มาจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย เพื่อทำหน้าที่ศึกษาและนำเสนอหลักเกณฑ์ **ASEAN CG Scorecard** ต่อที่ประชุม ACMF เพื่อให้ความเห็นชอบ

ASEAN CG Scorecard เป็นหลักเกณฑ์การประเมินเช่นเดียวกับเกณฑ์ Corporate Governance Report of Thai Limited Companies หรือที่เรียกว่า CGR ของ IOD โดยเกณฑ์นี้พัฒนามาจากมาตรฐานสากล (อาทิเช่น OECD, UK Code, ICGN และ ACGA) ซึ่งการประเมินนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ ส่วนแรกเป็นหลักเกณฑ์ปกติจะมี 100 คะแนน และส่วนที่สองจะเป็นคะแนนเพิ่ม (bonus) กับคะแนนลด (penalty) ซึ่งจะบวกเพิ่มหรือหักลดจากคะแนนที่ได้ในส่วนแรก สำหรับในช่วงปีแรกๆ จะประเมินเฉพาะบริษัทจดทะเบียนที่มี Market capitalization สูงสุด 100 บริษัทแรก และในอนาคตหากเกณฑ์ประเมินนี้เป็นที่แพร่หลายและยอมรับมากขึ้นก็จะนำมาใช้ประเมินกับบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดต่อไป

ASEAN CG Scorecard ได้ดำเนินการประเมินไปแล้ว 2 ครั้ง โดยผลประเมินครั้งแรกประกาศไปเมื่อพฤษภาคม 2556 ที่ผ่านมา และเป็นที่น่าชื่นชมเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยได้คะแนนประเมินเฉลี่ยที่ 67 คะแนน ซึ่งเป็นคะแนนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียนที่เข้าร่วมการประเมินในครั้งนี้ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ เวียดนาม ดังนั้น ณ วันนีการประเมินดังกล่าวไม่ใช่เรื่องใหม่แล้ว แต่เป็นเรื่องที่บริษัทจดทะเบียนต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ จะให้การสนับสนุนและคำปรึกษากับบริษัทจดทะเบียนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การประเมินในครั้งต่อไป ซึ่งถือเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ลงทุนทั้งในประเทศ และต่างประเทศต่อไป สำหรับผลประเมิน **ASEAN CG Scorecard** ครั้งหลังสุด (ประจำปี 2012-2013) สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับสมบูรณ์ได้ที่ http://www.adb.org/sites/default/files/pub/2_0_1_3/asean-corporate-governance-scorecard.pdf



“คณะกรรมการบริษัท”

กลไกหลักสร้างความยั่งยืนแก่กิจการ

โดย พรชัย ทวารานนท์ และณัฐธวีพร รัตนไทย

เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2557 ที่ผ่านมา ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดสัมมนา CG Forum 1/2014 ภายใต้หัวข้อ “Effectiveness in boardroom : Route to success & best practices” ณ โรงแรมเจดับบลิว แมริออท เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้กรรมการบริษัทจดทะเบียนเห็นความสำคัญของบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ได้รับการเลือกตั้งจากผู้ถือหุ้นให้ทำหน้าที่กำกับดูแล และบริหารจัดการบริษัทให้เติบโต มีผลกำไรและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยการสัมมนาในครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ช่วง คือ การบรรยาย หัวข้อ “แนวปฏิบัติที่ดีในการประชุมคณะกรรมการบริษัท” และการเสวนาเรื่อง “คณะกรรมการบริษัท กลไกหลักในการสร้างความยั่งยืนแก่กิจการ” ซึ่งได้รับความสนใจจากกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจดทะเบียนเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก



ก่อนเริ่มงาน ดร.สถิตย์ ลิ้มพงศ์พันธุ์ ประธานกรรมการตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้กล่าวเปิดงาน พร้อมปาฐกถาพิเศษ เน้นย้ำให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เห็นความสำคัญของการนำหลักบรรษัทภิบาลไปปฏิบัติ

เพราะในปัจจุบันนอกจากการพิจารณาเรื่องผลประโยชน์แล้ว ผู้ลงทุนจำนวนมากได้ให้ความสำคัญและเลือกลงทุนในบริษัทที่มีบรรษัทภิบาลมากขึ้น รวมถึงผู้บริหารเอง นอกจากเลือกใช้สินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพของสินค้าแล้ว ยังพิจารณาจากบริษัทที่ดำเนินกิจการอย่างมีบรรษัทภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กันไปด้วย ซึ่งจะทำให้เรื่องบรรษัทภิบาลเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ไม่ว่าธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่
คุณภาพย่อมเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำพาธุรกิจ
ไปสู่ความสำเร็จเสมอ ทั้งคุณภาพของสินค้าและบริการ
คุณภาพของการบริหารจัดการตั้งแต่
ระดับปฏิบัติการไปจนถึงคณะกรรมการบริษัท
ซึ่งเป็นผู้กำกับดูแล โดยความสำเร็จสามารถสะท้อนได้จาก
กำไร และความมั่นคงของกิจการในระยะยาวนั่นเอง

การสัมมนาครั้งนี้ ได้มุ่งเน้นในเรื่องบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ ซึ่งหน้าที่สำคัญ คือ การกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรที่ชัดเจน การกำหนดนโยบายกำกับดูแลแก่ฝ่ายจัดการ การติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ การร่วมแก้ไขปัญหากับฝ่ายจัดการ ตลอดจนสร้างองค์กรให้มีการดำเนินกิจการอย่างมีบรรษัทภิบาล ในส่วนของฝ่ายจัดการก็ต้องนำเสนอข้อมูลขององค์กรแก่คณะกรรมการให้เพียงพอต่อการตัดสินใจกำหนดเป้าหมายและ KPIs ขององค์กร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อฝ่ายจัดการจะได้ดำเนินนโยบายของคณะกรรมการไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผลต่อไป สำหรับในส่วนของการทำงานของคณะกรรมการให้มีประสิทธิภาพนั้น องค์กรประกอบของคณะกรรมการควรมีความกระชับเหมาะสมกับความซับซ้อนของกิจการและประกอบไปด้วยผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจของกิจการ เพื่อที่จะขับเคลื่อนและนำพางค์กรให้สามารถแข่งขันและดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง การเสวนาครั้งนี้ได้มีการถ่ายทอดมุมมองและแง่คิดในการปฏิบัติงานจริง ประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตมาแล้วสู่กันฟังอย่างเป็นกันเอง โดยผู้ที่สนใจสามารถรับชมการสัมมนาย้อนหลังได้ที่เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ http://www.set.or.th/th/regulations/cg/cg/seminar_p1.html



กิจกรรม CEO CG Talk: สร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการด้วยหลักบรรษัทภิบาล (26 มี.ค.57) เป็นกิจกรรมแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างผู้บริหารระดับสูงในด้านการบริหารและการกำกับดูแลกิจการ ตลอดจนการนำเสนอแนวปฏิบัติที่ดีไปปฏิบัติจริง ครั้งต่อไปจะจัดขึ้นในวันที่ 2 เม.ย.นี้

ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีแผนในการจัด CG forum จำนวน 4 ครั้งในปีนี้ โดยการสัมมนา CG Forum 1/2014

ภายใต้หัวข้อ “Effectiveness in boardroom: Route to success & best practices” จัดขึ้นเป็นครั้งแรก และครั้งต่อไปจะเป็นงานสัมมนาใหญ่ประจำปี จะจัดขึ้นในช่วงเดือนมิถุนายน จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความท้าทายของกรรมการอิสระในบริษัทจดทะเบียนที่เป็นธุรกิจครอบครัว

โดยสามารถติดตามได้จากช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ต่อไป

... ต่อจากหน้า 1

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ร่วมกับ RobecoSAM**เตรียมความพร้อมให้บริษัทไทยในการเข้าสู่การประเมินความยั่งยืนระดับสากลของ DJSI**

กิจกรรม DJSI Exclusive Training เปิดโอกาสให้ตัวแทนจากบริษัทไทยได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน และเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงแนวทางการประเมินความยั่งยืนในระดับสากลจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก SD Focus ฉบับนี้ จึงได้สรุปสาระสำคัญของกิจกรรมอบรมให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ เช่น กระบวนการเข้าร่วมสู่การประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจของ DJSI ประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับจากการเข้าร่วมการประเมินดังกล่าว อีกทั้งยังบอกเล่าถึงกระบวนการคัดกรองสมาชิกของ DJSI อีกด้วย

เตรียมความพร้อมสู่การประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจของ DJSI

โครงการอบรมให้ความรู้ DJSI Exclusive Training จะช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และแนวคิดการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจอย่างรอบด้าน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญ โครงการนี้จะช่วยสนับสนุนให้บริษัทไทยมีความพร้อมในการเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจของ DJSI ประจำปี 2557 ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการคัดเลือกบริษัทที่มีความโดดเด่นเข้าเป็นสมาชิกของดัชนี DJSI ก่อนจะมีการประกาศรายชื่อบริษัทที่ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกในกลุ่มดัชนี DJSI ในเดือนกันยายนต่อไป”



“ที่สำคัญคือ โครงการให้ความรู้ DJSI Exclusive Training ของตลาดหลักทรัพย์ฯ จะช่วยสนับสนุนให้บริษัทไทยมีความพร้อมในการเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจของ DJSI ประจำปี 2557”



กระบวนการเข้าร่วมการประเมินของ DJSI ประจำปี 2557



ประโยชน์จากการเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจ

- การประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจเป็นเครื่องมือช่วยสะท้อนให้องค์กรได้ตรวจสอบและประเมินแนวทางและผลการดำเนินงานของบริษัทว่ามีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ
- บริษัทที่เข้าร่วมการประเมินจะได้รับผลการประเมินจาก RobecoSAM ในลักษณะเป็น Benchmark Report และ Industry Overview Report ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมองเห็นประเด็นที่องค์กรสามารถพัฒนาตัวเองให้ดียิ่งขึ้น โดยสามารถเทียบเคียงได้กับองค์กรอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือมีลักษณะธุรกิจคล้ายคลึงกัน ซึ่งมักมีลักษณะ ปัจจัยความท้าทาย และประเด็นที่ควรให้ความสำคัญที่ใกล้เคียงกัน
- สำหรับบริษัทที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของ DJSI จะได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เช่น ได้รับความสนใจจากผู้ลงทุนที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการยอมรับในสายตาของภาคประชาสังคม สามารถดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพเข้าร่วมทำงานในองค์กร เป็นต้น
- ธุรกิจมีโอกาสได้เห็นว่า อะไรคือประเด็นสำคัญที่ผู้ลงทุน โดยเฉพาะผู้ลงทุนสถาบันและผู้ลงทุนต่างประเทศ กำลังให้ความสนใจ เพราะทุกๆ ปี RobecoSAM มีการปรับปรุงแบบสอบถามให้สอดคล้องกับ Megatrends ของโลกที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง

Megatrends are Shaping the World

| | | |
|---|---|--|
| Demographics & Shifting Consumer Behavior | Humanity is Exceeding Earth's Carrying Capacity | Acceleration of Global Change |
|  |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> • Changed Healthcare Patterns • Changes in Consumer Behaviour • Changes in Demographics • Labor Market • Urbanization | <ul style="list-style-type: none"> • Climate Change & Energy Efficiency • Ecosystems & Pollution • Resource Scarcity | <ul style="list-style-type: none"> • Globalization • Increased access to Information / Online Society • Innovation • Politics and Policy |

ภาพ : RobecoSAM


- การเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการตอบแบบประเมินจะมีส่วนช่วยให้หน่วยงานต่างๆ ในบริษัทได้ทำงานประสานงานร่วมกัน และเกิดการถ่ายทอดความรู้ข้ามสายงานกันภายในองค์กรและภายในกลุ่มบริษัทอีกด้วย

แบบประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจ

แบบประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจประกอบด้วย 3 มิติหลักคือ **Economic Social และ Environmental** ซึ่งประกอบด้วย

Criteria ย่อยอีกประมาณ 20 หมวด รวมเป็นคำถามประมาณ 130 ข้อ

RobecoSAM จัดให้มีแบบประเมินสำหรับธุรกิจในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม รวม 59 กลุ่ม ตามมาตรฐาน GICS (Global Industry Classification Standard) เพื่อให้การประเมินตามแนวทาง **best-in-class** เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเปรียบเทียบผลคะแนนของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

| | |
|---|---|
| Economic Dimension <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Governance • Risk & Crisis Management • Customer Relationship Mgmt • Innovation Management • Supply Chain Management • ... | Social Dimension <ul style="list-style-type: none"> • Talent Attraction & Retention • Human Capital Development • Occupational Health & Safety • Stakeholder Engagement • Human Rights • ... |
|  | |
| Environmental Dimension <ul style="list-style-type: none"> • Environmental Performance • Water-related Risks • Envir. Management System • Climate strategy • Product Stewardship • ... | |

ภาพ : RobecoSAM

การคัดกรองสมาชิกของ DJSI

| | | | | |
|------------------------------|---|--|--|---|
| DJSI World | 2,500 largest companies of the S&P Global Broad Market Index 59 DJSI Industries 45 Countries | Selection of top 10% in terms of sustainability in each industry | 15% target market cap coverage in each Industry Group | 333 Components 59 DJSI Industries 25 Countries Review 2013: 39 ADD / 47 DEL |
| DJSI Emerging Markets | 800 largest Emerging Markets companies of the S&P Global Broad Market Index 57 DJSI Industries 20 Countries | Selection of top 10% in terms of sustainability in each industry | 81 Components 34 DJSI Industries 12 Countries Review 2013: 20 ADD / 8 DEL | |

 **DJSI World**
Step**1**

คัดเลือกจากบริษัทขนาดใหญ่ 2,500 แห่งทั่วโลก โดยพิจารณาจาก Free float market capitalization ณ สิ้นปีที่ผ่านมา

2

คัดกรองธุรกิจที่มีผลคะแนนด้านการดำเนินงานอย่างยั่งยืนสูงสุด 10% ของแต่ละอุตสาหกรรม โดย RobecoSAM ให้คะแนนจากการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจของบริษัทหรือการศึกษาข้อมูลของบริษัทเปิดเผยต่อสาธารณะ

3

พิจารณาว่าบริษัทที่คัดกรองมานั้นต้องเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรม คือ ต้องมีขนาด Free float market capitalization รวมกันไม่น้อยกว่า 15% ของอุตสาหกรรมนั้นๆ

ในปี 2556 มีบริษัท 333 แห่งจาก 25 ประเทศได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกของ DJSI World ใน 59 อุตสาหกรรม (มี 39 บริษัทที่เพิ่มเข้ามาใหม่ ในขณะที่อีก 47 บริษัทถูกถอดออกไป)

 **DJSI Emerging Markets**
Step**1**

คัดเลือกจากบริษัทขนาดใหญ่ 800 แห่งจากกลุ่ม Emerging markets 20 ประเทศ* โดยพิจารณาจาก Free float market capitalization ณ สิ้นปีที่ผ่านมา

2

คัดกรองธุรกิจที่มีผลคะแนนด้านการดำเนินงานอย่างยั่งยืนสูงสุด 10% ของแต่ละอุตสาหกรรม โดย RobecoSAM ให้คะแนนจากการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจของบริษัทหรือการศึกษาข้อมูลของบริษัทเปิดเผยต่อสาธารณะ

ในปี 2556 มีบริษัท 81 แห่งจาก 12 ประเทศได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกของ DJSI Emerging Markets ใน 34 อุตสาหกรรม (มี 20 บริษัทที่เพิ่มเข้ามาใหม่ ในขณะที่อีก 8 บริษัทถูกถอดออกไป)

หมายเหตุ:

* Emerging markets 20 ประเทศ ประกอบด้วย บราซิล ชิลี โคลอมเบีย สาธารณรัฐเช็ก อียิปต์ ฮังการี เม็กซิโก โมร็อกโก เปรู โปแลนด์ รัสเซีย แอฟริกาใต้ ตุรกี จีน อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน และไทย

ในปี 2556 มีบริษัทจดทะเบียนไทยที่มีรายชื่อเป็นสมาชิกใน DJSI World รวม 3 แห่ง คือ **บมจ. ปูนซิเมนต์ไทย (SCC)** **บมจ. ปตท. (PTT)** และ **บมจ. พีทีที โกลบอล เคมิคอล (PTTGC)** สำหรับสมาชิกใน DJSI Emerging Markets ประกอบด้วยบริษัท 3 แห่งข้างต้น และ **บมจ. ไทยออยล์ (TOP)**

ที่ผ่านมา ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดกิจกรรมสนับสนุนให้ธุรกิจไทยสามารถพัฒนาศักยภาพและก้าวเข้าสู่ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนในระดับสากลอย่าง DJSI มาอย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย

- **กิจกรรม CEO Forum** จัดขึ้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจไทยไปสู่มาตรฐานตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนในระดับสากล (สำหรับกลุ่ม CEO และผู้บริหารระดับสูงโดยเฉพาะ)
- **กิจกรรม Coaching Workshop** สำหรับระดับผู้ปฏิบัติงานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมการประเมินความความยั่งยืนทางธุรกิจของ DJSI และ เพื่อสนับสนุนและพัฒนางานด้านความยั่งยืนขององค์กร

สำหรับในปี 2557 ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะยังคงเดินหน้าในการสนับสนุนบริษัทจดทะเบียนอย่างต่อเนื่องต่อไป อีกทั้ง ยังจะขยายขอบเขตให้ครอบคลุมถึงเรื่องการส่งเสริมการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย



รายชื่อบริษัทไทยที่ผ่านเกณฑ์คัดกรองอันดับของ DJSI และ

ได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจประจำปี 2557

| | ชื่อย่อ | บริษัท | กลุ่มอุตสาหกรรม (ตามการแบ่งกลุ่ม GICS) |
|----|---------|--|--|
| 1 | ADVANC | บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) | TLS Telecommunication Services |
| 2 | AOT | บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) | TRA Transportation and Transportation Infrastructure |
| 3 | BANPU | บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) | COL Coal & Consumable Fuels |
| 4 | BAY | ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) | BNK Banks |
| 5 | BBL | ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) | BNK Banks |
| 6 | BEC | บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) | PUB Media |
| 7 | BGH | บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด(มหาชน) | HEA Health Care Providers & Services |
| 8 | BH | บริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) | HEA Health Care Providers & Services |
| 9 | BIGC | บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) | FDR Food & Staples Retailing |
| 10 | BTS | บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) | TRA Transportation and Transportation Infrastructure |
| 11 | CPALL | บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) | FDR Food & Staples Retailing |
| 12 | CPF | บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) | FOA Food Products |
| 13 | CPN | บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) | REA Real Estate |
| 14 | DTAC | บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) | TLS Telecommunication Services |
| 15 | GLOW | บริษัท โกลว์ พลังงาน จำกัด (มหาชน) | ELC Electric Utilities |
| 16 | INTUCH | บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) | TLS Telecommunication Services |
| 17 | IRPC | บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) | OIX Oil & Gas |
| 18 | IVL | บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน) | CHM Chemicals |
| 19 | KBANK | ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) | BNK Banks |
| 20 | KTB | ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) | BNK Banks |
| 21 | MINT | บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) | TRT Hotels, Resorts & Cruise Lines |
| 22 | PTT | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) | OIX Oil & Gas |
| 23 | PTTEP | บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) | OIX Oil & Gas |
| 24 | PTTGC | บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) | CHM Chemicals |
| 25 | SCB | ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) | BNK Banks |
| 26 | SCC | บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) | COM Construction Materials |
| 27 | TOP | บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) | OIX Oil & Gas |
| 28 | TMB | ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) | BNK Banks |
| 29 | TRUE | บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) | TLS Telecommunication Services |
| 30 | TUF | บริษัท ไทยยูเนียน โพรเซ้น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) | FOA Food Products |
| 31 | - | บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) | BVG Beverages |

สีเขียว คือ บริษัทที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประเมินฯ สำหรับกลุ่ม DJSI World และ DJSI Emerging Markets

สีเทา คือ บริษัทที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประเมินฯ สำหรับกลุ่ม DJSI Emerging Markets

แนวทางการเปิดเผยข้อมูล

ความรับผิดชอบต่อสังคมตามแบบ 56-1

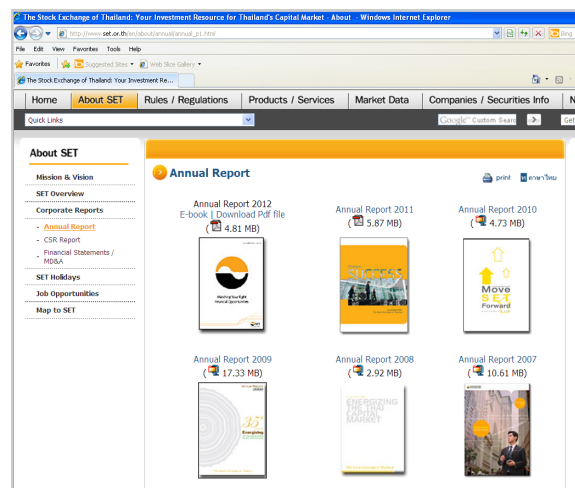
โดย พิริยาภรณ์ อันทอง

การที่ ก.ล.ต. ให้บริษัทจดทะเบียนมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นเรื่องดี เป็นประโยชน์ต่อบริษัททำให้ได้บททวนกระบวนการทำงานในช่วงที่ผ่านมา ว่าได้สร้างผลบวกหรือลบให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างไร รวมทั้งยังทำให้เกิดการเรียนรู้กระบวนการทำงานของฝ่ายงาน กลุ่มงานต่าง ๆ ในองค์กร ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ช่วงที่ผ่านมาเป็นช่วงที่บริษัทจดทะเบียนต่างเตรียมรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา เพื่อเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) และในรายงานประจำปี (56-2) ซึ่งในปีที่ ก.ล.ต. ได้ออกประกาศให้บริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มเติมจากเดิมที่กำหนดให้เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานทางการเงินเท่านั้น ซึ่งการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ไม่ได้กำหนดกรอบการรายงานแบบตายตัว บริษัทสามารถพิจารณาเปิดเผยข้อมูลในขอบเขตที่บริษัทได้ดำเนินการแล้ว ไม่ต้องเปิดเผยในทุกเรื่อง ให้เปิดเผยเฉพาะเรื่องที่บริษัทพร้อม หรือเรื่องที่บริษัททำ ซึ่งในทางปฏิบัติเชื่อว่าทุกบริษัทมีการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว เพียงแต่อาจนึกไม่ถึงหรือไม่รู้ว่าจะเริ่มเปิดเผยอย่างไร รวมถึงอาจยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเท่านั้น ก.ล.ต. ไม่ได้ต้องการให้บริษัทมีภาระในการจัดทำข้อมูลหรือเอกสารใหม่ ดังนั้น หากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไว้อยู่แล้วสามารถอ้างอิงไปยังรายงานที่จัดทำไว้แยกเล่มที่เปิดเผยใน website ของบริษัทโดยไม่ต้องสรุปรายละเอียดภายใต้หัวข้อนี้

SD Focus ฉบับนี้ ได้ประมวลคำแนะนำของ **ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา** จากงานสัมมนา “แนวทางการเปิดเผยข้อมูล เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมตามแบบ 56-1” ที่ก.ล.ต. จัดขึ้นเมื่อช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา ซึ่งเป็นประโยชน์ และถือเป็นจุดเริ่มต้นให้กับบริษัทได้ค้นหาประเด็น และวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงการเตรียมเก็บข้อมูลในปีนี้อย่าง

ดร.พิพัฒน์ ได้ให้แนวทางว่าข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ในแบบ 56-1 ที่ต้องเปิดเผยนั้น ควรเปิดเผยนโยบายของบริษัทที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนของกิจการ และสังคมโดยรวมที่รวมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจปกติ ตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย กลยุทธ์ การประเมินความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบการดำเนินงาน ซึ่งอย่างน้อยต้องเป็นไปตามมาตรฐานหรือข้อบังคับตามกฎหมาย นอกจากนั้นแล้ว **บริษัทควรเปิดเผยข้อเท็จจริงว่าบริษัทมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร เพื่อแสดงถึงความจริงใจ ความตั้งใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นของผู้มีส่วนได้เสีย**



ในส่วนของการรายงานหรือเปิดเผยข้อมูลนั้น บริษัทควรเริ่มจากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้รู้ว่าผู้มีส่วนได้เสียของเราคือใคร ใครเป็นผู้ได้รับผลกระทบหรือสร้างผลกระทบให้กับองค์กร อะไรคือสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสีย กังวล เรื่องไหนที่องค์กรควรทำ รวมถึงท่าทีของผู้มีส่วนได้เสีย ที่ถือเป็นกุญแจดอกสำคัญให้บริษัทรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น และหลังจากที่วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียแล้ว สิ่งที่ต้องทำถัดมาคือ การวางกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ควรผนวกเรื่องการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับการกลยุทธ์ธุรกิจ และควรกำหนดกรอบการดำเนินการให้ชัดเจน ส่วนสุดท้ายของกระบวนการ คือ การจัดทำรายงาน หรือเปิดเผยข้อมูล ดังกล่าว **ดร.พิพัฒน์** ได้สรุปสิ่งที่ควรเปิดเผยในแต่ละหัวข้อ ว่าควรประกอบด้วยอะไรบ้าง มาให้เป็นแนวทางสำหรับบริษัทจดทะเบียนที่เพิ่งเริ่มต้น และต้องการเตรียมตัวสำหรับการเปิดเผยข้อมูลในปีหน้า ดังนี้

การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม



ในประเทศไทยบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในรูปของการบริจาคเงิน การพัฒนาช่วยเหลือสังคมชุมชน สิ่งแวดล้อมที่มีลักษณะเป็นโครงการที่ไม่ต่อเนื่อง จึงมีคำถามว่าเรื่องเหล่านี้จะเปิดเผยได้หรือไม่ ประเด็นนี้ **ดร.พิพัฒน์** กล่าวว่าสามารถเปิดเผยได้ โดยให้แยกจากเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจอย่างหนึ่งถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และควรเปิดเผยเฉพาะเรื่อง หรือโครงการที่โดดเด่นเท่านั้น ไม่ต้องเปิดเผยทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำ

และเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บริษัทจดทะเบียนในการจัดทำรายงานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดหลักสูตรอบรม เรื่อง การจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่ปีที่ผ่านมา และในปีนี้จะจัดอบรมทั้งสิ้น 8 รุ่น (จัดแล้ว 4 รุ่น ในไตรมาส 1) โดยบริษัทจดทะเบียนสามารถติดตามการรับสมัครรุ่นต่อไปได้ใน SD Focus หน้า 14

ที่มา : งานสัมมนา “แนวทางการเปิดเผยข้อมูล เรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ตามแบบ 56-1” จัดโดย ก.ล.ด. เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2557

กิจการเพื่อสังคม (SOCIAL ENTERPRISE)

โดย ณัฐศิริ บุญชวน

เมื่อกล่าวถึงกิจการเพื่อสังคมหรือชื่อเรียกติดปากในภาษาอังกฤษว่า **Social Enterprise** หลายคนคงนึกในทันทีว่าเป็นเรื่องที่ทำเพื่อสังคมแน่แท้ แต่ทำไมต้องเป็น “กิจการ” จะทำเพื่อสังคมแบบทั่วไปไม่ได้หรือ

“การทำเพื่อสังคมทั่วไป” ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการทำครั้งเดียวแล้วจบ หรือบางครั้งอาจเป็นโครงการที่ทำต่อเนื่อง โดยการลงแรงหรือบริจาคทรัพย์สินต่างๆ เพื่อมุ่งหวังที่จะมีส่วนช่วยให้สังคมหรือผู้ที่ได้ประโยชน์โดยตรงสามารถยืนได้ด้วยตนเอง

สำหรับ “กิจการเพื่อสังคม” มีเป้าหมายหลักเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสังคมรวมถึงสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน โดยรูปแบบการดำเนินการของ “กิจการเพื่อสังคม” ก็มีลักษณะเหมือนกิจการหรือธุรกิจปกติทั่วไป ซึ่งใช้กลไกทางการค้า การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการนำความคิดหรือนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้แก้ปัญหาประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน



ภาพ : www.ideafoundry.org

“กิจการเพื่อสังคม” ใช้การดำเนินงานแบบธุรกิจที่สามารถสร้างผลกำไรให้กิจการอยู่รอดและเติบโตได้เมื่อเวลาผ่านไป รวมทั้งสามารถสร้างผลกระทบทางสังคมได้อย่างต่อเนื่องและไม่ต้องพึ่งพากลไกสนับสนุนจากภายนอก (อาทิ เงินบริจาค) ที่สำคัญเป้าหมายสูงสุดของกิจการเพื่อสังคมไม่ใช่การได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด (profitable but not-for-profit) แต่อยู่ที่การแก้ปัญหาสังคม

หรือสิ่งแวดล้อม ดังนั้น “กิจการเพื่อสังคม” ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบโครงสร้างผู้ถือหุ้น โครงสร้างและความโปร่งใสของการบริหารจัดการ เพื่อช่วยส่งเสริมให้เป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมของกิจการที่ตั้งไว้จะได้รับการยึดถือและแก้ไขอย่างแท้จริง รวมถึงผลประโยชน์ส่วนใหญ่ของกิจการจะถูกนำไปใช้หมุนเวียนและลงทุนต่อเนื่อง ไม่ได้ตกอยู่กับผู้ถือหุ้นหรือผู้บริหารเท่านั้น

คุณลักษณะสำคัญของกิจการเพื่อสังคม

1. มีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ไม่ใช่กำไรสูงสุด
2. มีรูปแบบการดำเนินงานแบบธุรกิจที่มีความยั่งยืนทางการเงิน โดยดำเนินการในรูปแบบของธุรกิจมีรายได้จากการขาย การผลิตสินค้า และ/หรือการให้บริการเป็นสัดส่วนสำคัญ สามารถรับการบริจาคระดมทุน หรือรับทุนสนับสนุนได้บางส่วน) เพื่อสะท้อนถึงโอกาสในการเกิดความยั่งยืนทางการเงินของกิจการ
3. มีความรับผิดชอบและเป็นมิตรต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการผลิตและการดำเนินกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว
4. ผลกำไรส่วนใหญ่หรือทั้งหมดกลับคืนสู่สังคมและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผลกำไรส่วนใหญ่จากการดำเนินงานถูกนำไปขยายผลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในข้อ 1 หรือคืนผลประโยชน์นั้นให้แก่สังคมและชุมชน โดยมีสัดส่วนที่สูงกว่าการนำไปปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น
5. ดำเนินกิจการอย่างโปร่งใส มีการจัดทำผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โปร่งใสและเปิดเผยต่อสาธารณะ

STRATEGIC SR

ความรับผิดชอบต่อสังคมจากกิจกรรมสู่กลยุทธ์องค์กร

โดย พิริยาภรณ์ อันทอง

ในช่วงเข้าสู่ไตรมาส 2 ของทุกปี ก็เริ่มต้นเข้าสู่ฤดูกาลการประกวดรางวัล SET Awards และหนึ่งประเภทรางวัลสำคัญของ SET Awards ที่มอบให้กับจดทะเบียนที่มีคุณภาพ มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ก็คือ รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Awards) นั่นเอง

การมอบรางวัล SET Awards ให้กับบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในด้านต่างๆ เพื่อยกย่องเชิดชู และให้กำลังใจบริษัท นอกจากนี้ รางวัลนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้บริษัทได้พัฒนาการดำเนินงาน และใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานขององค์กรตนเองอีกด้วย

SD Focus ฉบับนี้ ขอนำเรื่องราวความน่าสนใจของ 2 บริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และรางวัล CSRI Recognition ในปี 2556 ที่ผ่านมานำเสนอเป็นตัวอย่างของการดำเนินธุรกิจที่น่าประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการทำงานมาพัฒนาต่อยอดสู่กลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรซึ่งทำให้บริษัทสามารถลดผลกระทบเชิงลบทั้งทางตรงและทางอ้อม และสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้อย่างมาก

บริษัทแรก คือ บมจ.ไทยบริดจ์ ซีเคียวริตี้ พรินต์ติ้ง หรือ TBSP ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประเภทดีเด่นจากกลุ่มบริษัทที่มี market cap. ไม่เกิน 2,000 ล้านบาท และบริษัทที่สอง คือ บมจ.ซีเฟรชอินดัสตรี หรือ CFRESH ซึ่งได้รับรางวัล CSRI Recognition ประเภท Most Improved CSR จากกลุ่มบริษัทที่มี market cap. ไม่เกิน 2,000-10,000 ล้านบาท



บมจ. ไทยบริดจ์ ซีเคียวริตี้ พรินต์ติ้ง หรือ TBSP

เป็นบริษัทที่ให้บริการพิมพ์เอกสารปลอดการปลอมแปลงทุกประเภท โดยมี

บมจ.เอสซีจี เปเปอร์ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ SCG เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้เร่งผลักดันการปรับปรุงประสิทธิภาพภายในตามแนวทางของ Total Productivity Management หรือ TPM ตลอดจนการนำเสนอสินค้าและการบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองลูกค้าให้ดีที่สุดอย่างต่อเนื่อง

TBSP ให้ความสำคัญในเรื่อง Reduce Reuse Recycle หรือเรียกว่า "3Rs" เพื่อเพิ่มสัดส่วนการนำของเสียไปใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น และให้ความสำคัญกับเรื่อง Zero Landfill เพื่อให้มีปริมาณของเสียที่ถูกกำจัดโดยวิธีการฝังกลบน้อยที่สุด หรือเป็น "ศูนย์" จากการกำหนดนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ทำให้บริษัทสามารถลดใช้เศษผ้าปนเปื้อนหมึก และนำกลับมาใช้ซ้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเห็นได้จากปริมาณของเสียที่เป็นเศษผ้าปนเปื้อนหมึกลดลงเหลือ 22 ตันในปี 2555 จากเดิมที่มีปริมาณมากถึง 30 ตัน

TBSP ได้เข้าร่วมโครงการศึกษาดูงานการใช้ประโยชน์จากของเสียภายใต้การสนับสนุนของกรมโรงงานอุตสาหกรรมปี 2555





ภาพ : www.thomasbus.com



นอกจากนี้ **TBSP** ยังใช้ถุงกระสอบใส่เศษวัสดุแทนการใช้ถุงพลาสติก เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ รวมทั้งใช้กระดาษและแผ่น PVC ทั้งสองด้านและหลายครั้ง จากความมุ่งมั่นทำให้บริษัทเป็นโรงพิมพ์แห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รางวัลโรงงานที่มีการจัดการของเสียที่ดีตามหลัก 3Rs Award และ Zero Waste to landfill ประจำปี 2555

นอกจากนี้ **TBSP** มีการจัดการสวนป่าอย่างยั่งยืนและห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบอย่างยั่งยืน จนได้เป็นโรงพิมพ์แห่งแรกที่ได้รับ FSC (Forest Stewardship Council) Certificate ที่สามารถรับรองได้ว่า ไม้หรือผลิตภัณฑ์ไม้ ซึ่งเป็นวัตถุดิบของบริษัทไม่ได้มาจากการทำลายป่าธรรมชาติ เป็นไม้ที่ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศที่ผืนป่านั้นตั้งอยู่ มีการใช้ประโยชน์จากป่าไม้ให้คุ้มค่าที่สุด มีการกำหนดแผนการจัดการป่าอย่างเหมาะสม มีระบบการควบคุมดูแลรักษาสภาพผืนป่าและการกำหนดแผนการปลูกป่าทดแทน ตลอดจนการรับซื้อไม้ในราคาที่เป็นธรรม เป็นต้น

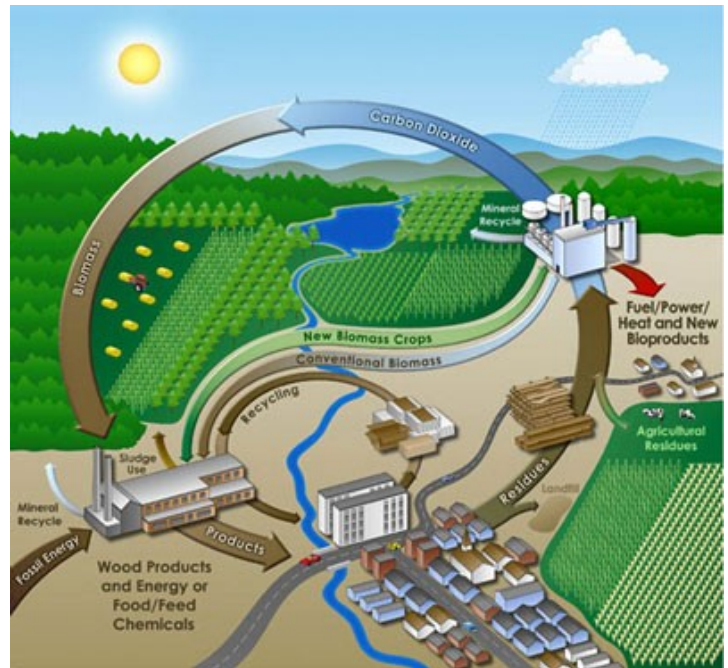


สำหรับ **บมจ.ซีเฟรชอินดัสตรี หรือ CFRESH** เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารทะเลแช่แข็ง โดยส่วนใหญ่เป็นกุ้งแช่แข็งในรูปแบบต่างๆ โดยผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยนำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมสอดแทรกเข้าไปในกระบวนการธุรกิจหลัก (core business process) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การจ้างงาน การผลิต จนออกเป็นผลิตภัณฑ์สู่มือผู้บริโภค ที่สำคัญ **CFRESH** ส่งเสริมเรื่องห่วงโซ่อุปทาน หรือ supply chain โดยให้คำแนะนำแก่คู่ค้าในการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ทำให้มั่นใจว่า supply chain ของบริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดย **CFRESH** ได้นำความรู้ ความชำนาญของบริษัทถ่ายทอด know-how สู่ผู้เลี้ยงกุ้ง ซึ่งถือเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบให้กับบริษัท ให้สามารถเลี้ยงกุ้งให้มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานสากล

นอกจากนี้ **CFRESH** ยังมีโครงการรับซื้อผลผลิตในราคาประกัน (contract farming) เพื่อช่วยรับความเสี่ยงแทนเกษตรกรในเรื่องความผันผวนของราคาทุ่ง เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง และไม่ได้รับผลกระทบในช่วงที่ราคาทุ่งตกต่ำ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบคู่ค้า และมีการพัฒนาคู่ค้าให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทด้วย

CFRESH ได้จัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นเฉพาะ โดยเป็นตัวแทนจากผู้บริหารและมีการแต่งตั้งคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์หาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการประกอบธุรกิจ รวมถึงผลักดันให้มีการปฏิบัติตามระเบียบและคู่มือการปฏิบัติงานในระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมนี้ได้มีการปลูกฝังให้กับพนักงานในทุกระดับขององค์กร

บริษัทได้กำหนดนโยบายดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมไว้อย่างชัดเจน โดยควบคุมการผลิตและวัตถุดิบเหลือใช้ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้นำวัตถุดิบที่เหลือใช้จากการผลิตออกจำหน่ายในรูปแบบเศษวัสดุ นอกจากนี้ บริษัทมีระบบบำบัดน้ำเสียให้ได้คุณภาพตามกฎหมายและตามมาตรฐานสากลก่อนปล่อยสู่สาธารณะ รวมทั้งส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน โดยติดตั้งหม้อไอน้ำเป็นระบบเชื้อเพลิงชีวมวล หรือ *Biomass Boiler* โดยใช้กะลาปาล์ม ซึ่งเป็นของเหลือจากการทำการเกษตรของเกษตรกรท้องถิ่น และให้ความร้อนสูงมาเป็นเชื้อเพลิงทดแทนการใช้น้ำมันเตา ทำให้ลดการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณมลพิษและผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย



ภาพ : <http://www.vcharkarn.com>

“จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 บริษัทได้นำประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกำหนดเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กร โดยให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่แหล่งกำเนิดของวัตถุดิบ จนสินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภค รวมถึงมีการวิเคราะห์และเชื่อมโยงประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก ซึ่งมีส่วนช่วยลดต้นทุนทางสังคม ต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ส่งผลให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และได้รับการยอมรับจากสังคม”

สามารถติดตามข่าวสารการประกวดรางวัล SET Awards ประจำปี 2557

ได้ตามช่องทางประชาสัมพันธ์ของตลาดหลักทรัพย์ เร็วๆ นี้

Training ปีนี้มีอะไร

ในปี 2557 นี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้เตรียมหลักสูตรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติให้กับผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทจดทะเบียนทั้งในเรื่องความรู้พื้นฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และหลักสูตร workshop การวางกลยุทธ์/นโยบาย การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การวิเคราะห์ความเสี่ยง เป็นต้น เพื่อเตรียมพร้อมให้บริษัทจดทะเบียนสามารถนำไปใช้ต่อยอดสู่การปฏิบัติจริง โดยได้จัดอบรมบางหลักสูตรแล้วในไตรมาส 1 ที่ผ่านมา

หลักสูตรในปี

1. หลักสูตร : การบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

Output

ผู้เข้าอบรมมีความรู้เข้าใจพื้นฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสามารถแนะนำผู้บริหาร/พนักงานในองค์กรให้เห็นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปเป็นพื้นฐานปรับใช้ในการกระบวนกร

4-5 มิถุนายน (Prop / Resource) / 12-13 มิถุนายน (Indus.) / 2-3 กรกฎาคม (Refresh) และ 6-7 สิงหาคม (Refresh)

2. หลักสูตร : การเขียนรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

Output

ผู้เข้าอบรมมีความรู้เข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายงาน และมีทักษะในการคัดเลือกข้อมูลประเด็นที่จะนำเสนอในรายงาน รวมทั้งสามารถออกแบบโครงสร้างของรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม

16 มิถุนายน (Prop / Resource) / 18 มิถุนายน (Indus.) / 23 กรกฎาคม (Refresh) และ 24 กรกฎาคม (Refresh)

3. Workshop : Strategic CSR Management

Output

ผู้เข้าอบรมสามารถสร้างและบูรณาการกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปในกลยุทธ์ธุรกิจ และนำไปขับเคลื่อนให้เกิดการปฏิบัติจริงในองค์กร

9-10 กรกฎาคม (SET) และ 16-17 กรกฎาคม (mai)

4. Workshop : Responsible Supply Chain Management

Output

ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์คู่ค้าที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานขององค์กร พร้อมทั้งวิธีการบริหารจัดการกับคู่ค้าเหล่านั้น เพื่อสนับสนุนผลการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

13-14 สิงหาคม (SET) และ 20-21 สิงหาคม (mai)

5. Workshop : Stakeholder Engagement (for SET) และ Stakeholder and Communication Management (for mai)

Output

ผู้เข้าอบรมมีทักษะในการวิเคราะห์ความสำคัญของ stakeholder ในแต่ละกลุ่ม และประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำไปสู่การทำ materiality และการสร้างกลยุทธ์ CSR ต่อไป

2-3 กันยายน (SET) และ 11-12 กันยายน (mai)

6. Workshop : Sustainability Risk & Material Analysis

Output

ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยง และประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจ รวมทั้งแนวทางตอบสนองเพื่อรักษาความยั่งยืนขององค์กร

1 ตุลาคม (Agro / Consump / Fin / Techno) และ 2 ตุลาคม (Service / Prop / Resource / Indus)

7. Workshop : Workplace Quality & Human Rights

Output

ผู้เข้าอบรมมีทักษะในการวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อแรงงาน และสร้างกลยุทธ์ที่สามารถส่งเสริมการพัฒนาพนักงานในด้านต่างๆ

17-18 กันยายน (Agro / Consump / Fin / Techno) และ 23-24 กันยายน (Service / Prop / Resource / Indus)

8. Workshop : CSR Evaluation & Knowledge Management

Output

ผู้เข้าอบรมมีทักษะในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลกิจกรรม/ รวมถึงการนำ ICT มาช่วยสนับสนุน เพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้งองค์กร

13-14 ตุลาคม (Agro / Consump / Fin / Techno) และ 21-22 ตุลาคม (Service / Prop / Resource / Indus)

9. Workshop : Effective CSR Communication

Output

ผู้เข้าอบรมได้เข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการสื่อสารโครงการ/ กิจกรรม CSR ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ รวมทั้งออกแบบการสื่อสารประเภทต่างๆ

31 กรกฎาคม (Agro / Consump / Fin / Techno) และ 1 สิงหาคม (Service / Prop / Resource / Indus)

นอกจากหลักสูตรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมข้างต้นแล้ว ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังได้เตรียมหลักสูตรและกิจกรรมสัมมนาเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านบรรษัทภิบาล และด้านนักลงทุนสัมพันธ์ให้กับบริษัทจดทะเบียน ซึ่งทุกท่านสามารถติดตามได้จาก SD Focus นะคะ

สอบถามเพิ่มเติม โทร 0 2226 2608-10 และ 0 2229 2612 หรือ csri@set.or.th





Corporate Citizenship

ทิศทางสำคัญของ

ความรับผิดชอบต่อสังคม ปี 2557

โดย จิวัสสา ดิทยานนท์

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ตลาดหลักทรัพย์ฯ ร่วมกับสถาบันไทยพัฒนา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดงานสัมมนา “ทิศทาง CSR ปี 2557 : Corporate Citizenship ขึ้น โดยในงานดังกล่าว ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา ได้ชี้ให้เห็นทิศทางการขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคม ประจำปี 2557 ซึ่งประกอบด้วย 6 ทิศทางที่องค์กรต่าง ๆ สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนของกิจการภายในภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน

ทิศทางที่ 1

ธุรกิจจะมีบทบาทร่วมปฏิรูปสังคมไทยในฐานะพลเมืองภาคองค์กร ในปีนี้บทบาทของภาคเอกชนต่อการมีส่วนร่วมและพัฒนาสังคมจะเป็นเรื่องที่ผนวกไว้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืนและจะเป็นมากกว่าการสานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียในแง่ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร โดยการมีส่วนร่วมที่สังคมของภาคเอกชนดังกล่าวจะอยู่ในบทบาทฐานะของพลเมืองภาคองค์กร ที่ธุรกิจถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้เสียหนึ่งในสังคมและมีผลประโยชน์ร่วมกับสังคม การเข้าร่วมขบวนปฏิรูปดังกล่าวสามารถใช้แนวทาง Engage-Enable-Empower ที่เริ่มจากสำนึกขององค์กรที่ประสงค์จะเข้าร่วม (engage) ปฏิรูปหรือแก้ไขปัญหาโดยใช้การทำงานระดับจิตใจและสติปัญญา นอกเหนือจากเจตนาธรรมและทรัพยากรที่องค์กรมีให้ รวมถึงการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ขององค์กร เพื่อเปิดทาง (enable) การเข้าร่วมปฏิรูป หรือทำให้เกิดสภาพที่เอื้อต่อการทำหน้าที่พลเมืองภาคองค์กร ตลอดจนการเสริมสร้างพลัง (empower) ให้แก่บุคลากรในเครือข่ายที่องค์กรได้เข้าร่วมทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ สร้างความเข้มแข็งกับเครือข่าย ให้สามารถขับเคลื่อนงานต่อไปได้ เมื่อองค์กรถอนการทำงานออกจากเวทีหรือประเด็นปฏิรูปที่เข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อถึงเวลาอันเหมาะสม

ทิศทางที่ 2

ธุรกิจจะเพิ่มน้ำหนักความสำคัญที่สาระของการดำเนินงานและการรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ธุรกิจที่พยายามผลักดันตัวเองให้เข้าถึงการขับเคลื่อนด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จะให้ความสำคัญกับการริเริ่มพัฒนาขีดความสามารถในการเลือกเรื่องที่จะดำเนินการ โดยเน้นที่สารัตถภาพ (materiality) ของประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะแตกต่างกันในแง่มุมมองการดำเนินงานตามปัจจัยและเงื่อนไขของแต่ละองค์กร เพื่อรับกับแนวโน้มที่เกิดขึ้น

ทิศทางที่ 3

เส้นแบ่งของการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างองค์กรกับองค์กรข้างเคียงในห่วงโซ่ธุรกิจจะเลือนราง การดำเนินงานจากนี้ไปจะไม่ได้ขึ้นอยู่กับสมรรถนะขององค์กรเพียงลำพัง แต่เชื่อมโยงกับสมรรถนะของคู่ค้าในห่วงโซ่ธุรกิจ ซึ่งองค์กรต้องถ่ายทอดอิทธิพลข้ามองค์กรไปยังคู่ค้าที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่ต้องการให้ร่วมดำเนินการ ทำให้เส้นแบ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างองค์กรกับองค์กรข้างเคียงในห่วงโซ่ธุรกิจเลือนรางลง เนื่องจากองค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่เกิดขึ้นด้วยการผลกระทบให้พ้นจากขอบเขตความรับผิดชอบต่อตนเองได้

ทิศทางที่ 4

แผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะถูกยกระดับสู่การพัฒนาเชิงกลยุทธ์ ที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์องค์กร โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่ตอบสนองต่อเป้าหมายในระดับองค์กรมากกว่า

การตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในระดับแผนงาน และหลีกเลี่ยงการกำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในแผนงานแยกต่างหากจากกลยุทธ์องค์กร ซึ่งไม่สามารถตอบโจทย์การนำองค์กรไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

ทิศทางที่ 5

แนวคิดเรื่องการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value : CSV) จะถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในธุรกิจเพื่อตอบโจทย์สังคมเพิ่มมากขึ้น การสร้างคุณค่าร่วม หรือ CSV คือ การนำ

วิธีการทางธุรกิจมาใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม โดยคำนึงถึงการนำทรัพยากรและความเชี่ยวชาญหลักของกิจการมาสร้างให้เกิดเป็นคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน ซึ่งในปีนี้อาจคาดว่ามีธุรกิจที่นำแนวคิด CSV มาใช้เพิ่มมากขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและการตอบสนองต่อประเด็นปัญหาหรือความจำเป็นทางสังคมที่สร้างให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ โดยมีผลตอบแทนทางธุรกิจเป็นสิ่งจูงใจ

ทิศทางที่ 6

ธุรกิจจะจัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น มีการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม

เพิ่มเติมจากเดิม รวมถึงการใช้ทะเบียนคู่ค้าเป็นเครื่องมือในการผลักดันเพิ่มยอดการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวองค์กร

สำหรับท่านที่สนใจรายละเอียดการประมวลแนวโน้มความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ปี 2557

สามารถศึกษาได้จากรายงาน “6 ทิศทาง CSR ปี 2557: Corporate Citizenship” ของสถาบันไทยพัฒน์ที่ www.thaipat.org

ตลาดหลักทรัพย์ฯกับการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีบทบาทในการสร้างรากฐานสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทุน สังคม และประเทศชาติ

ติดต่อเรา

● งานพัฒนาด้านบรรษัทภิบาล

ติดต่อ : ฝ่ายพัฒนาธรรมาภิบาลเพื่อตลาดทุน

โทรศัพท์ 0-2229-2603-4

e-mail : cgcenter@set.or.th

● งานพัฒนาด้านนักลงทุนสัมพันธ์

ติดต่อ : ฝ่ายพัฒนาธรรมาภิบาลเพื่อตลาดทุน

โทรศัพท์ 0-2229-2606-7

e-mail : irdevelopment@set.or.th

● งานพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ติดต่อ : ฝ่ายพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

โทรศัพท์ 0-2229-2608-10 และ 0-2229-2612

e-mail : csri@set.or.th

www.csri.or.th

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110