

# SD Focus

Driving Sustainability of the Thai Capital Market

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือน มิถุนายน 2557

## Highlight

### STRATEGIC SR

เจาะประเด็นความท้าทายในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน พบกับประเด็นความท้าทายในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมกิจกรรม Sharing and Consulting ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ประกอบด้วยตัวอย่างประเด็น ข้อเสนอแนะจากวิทยากรในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้ความสำคัญและการสนับสนุนจากผู้บริหารและพนักงาน การพัฒนากรอบการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานระยะยาวเพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

### CG

การเสนอวาระต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามหลักบรรษัทภิบาล หากเกิดกรณีการเพิ่มวาระต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นโดยไม่แจ้งล่วงหน้า คณะกรรมการบริษัทจดทะเบียนจะต้องปฏิบัติอย่างไร จึงจะถูกหลักกฎหมาย หลักบรรษัทภิบาล และไม่ทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยเสียประโยชน์

### DJSI

นำเสนอบทความ Focus on Financial Materiality of Sustainability จาก Sustainability Yearbook 2014 บอกเล่าเรื่องการให้ความสำคัญกับ Financial Materiality ของธุรกิจ ผ่านบทสัมภาษณ์ของ Mr. Christopher Greenwald, Co-Head of Sustainability Investing Research, RobecoSAM AG

### SOCIAL ENTERPRISE

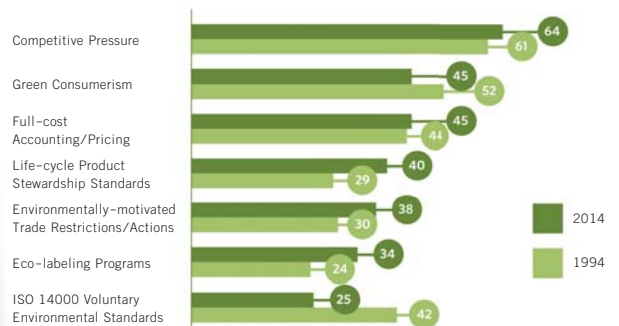
มาทำความเข้าใจและรู้จักกับ 5 รูปแบบของการลงทุนเพื่อสังคม หรือ Social Investment Models พร้อมตัวอย่างจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นรูปแบบการลงทุนเพื่อสังคมที่น่าสนใจในการแก้ไข หรือบรรเทาปัญหาสังคมที่มีอยู่ หรือพัฒนาสังคมให้มีสภาพและสถานะที่ดีขึ้น

## The 2014 Sustainability Leaders

A GlobeScan/SustainAbility Survey



“Major” (4+5) Role in Next 5 Years, 1994-2014



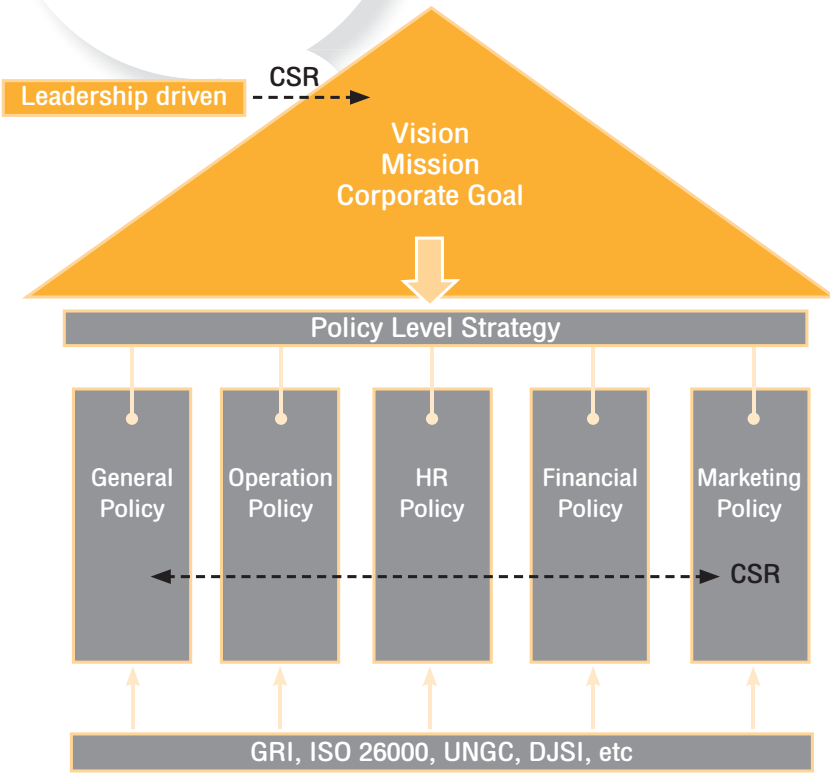
# เจาะประเด็นความท้าทาย ในการขับเคลื่อนธุรกิจ สู่ความยั่งยืน

นริรัตน์ สันธยาติ

**ในการขับเคลื่อน**การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อนำพองค์กรไปสู่ความยั่งยืนนั้น บริษัทจดทะเบียนหลายแห่งพบประเด็นท้าทายที่หลากหลาย และแตกต่างกันไปตามแต่ละลักษณะเฉพาะ หรือบริบทของแต่ละองค์กร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงดำเนินกิจกรรม **“CSR Sharing and Consulting”** เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนได้แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนมุมมอง รวมถึงประสบการณ์จากการนำความรู้ที่ได้รับจากการเข้าอบรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดขึ้นไปปฏิบัติจริงว่าประสบความสำเร็จ หรือเผชิญปัญหาอุปสรรคอย่างไร รวมทั้งกิจกรรมในครั้งนี้ได้เปิดโอกาสให้บริษัทจดทะเบียนสามารถขอคำปรึกษาและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการประเด็นท้าทายต่างๆ จากวิทยากร **อาจารย์อนันตชัย ยูรประถม ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Development Institute: SDBi)** ได้โดยตรง

สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมกิจกรรม “CSR Sharing and Consulting” รุ่นแรกของปีนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 5 บริษัท ได้แก่ บริษัท แปซิฟิคไฟฟ์ จำกัด (มหาชน) บริษัท คิวทีซี เอนเนอร์ยี จำกัด (มหาชน) บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) และบริษัท วิค แอนด์ ซุกัลด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งทุกบริษัทได้ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นท้าทายที่พบจากการนำความรู้ที่ได้รับจากการเข้าอบรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปใช้ ซึ่ง SD Focus ขอยกตัวอย่างประเด็นที่น่าสนใจเพื่อการเรียนรู้ และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทจดทะเบียน และหน่วยงานอื่นๆ ตลอดจนผู้ที่สนใจนำไปต่อยอดใน 2 เรื่อง คือ **“การให้ความสำคัญและการสนับสนุนจากผู้บริหารและพนักงาน”** และ **“การพัฒนากรอบการดำเนินงาน (Framework) แผนกลยุทธ์ (Strategy) และแผนการดำเนินงานระยะยาว (Roadmap) เพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน”**

**ประเด็นท้าทาย  
จากการขับเคลื่อน  
ความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของธุรกิจจดทะเบียน**



- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม
- การต่อต้านการทุจริต
- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
- การจัดการสิ่งแวดล้อม
- นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

**ประการที่ 2** วิเคราะห์และประเมินว่าบริษัทได้ดำเนินการในเรื่องใดไปแล้วบ้าง เพราะหลายครั้งที่บริษัทไม่รู้ว่าสิ่งที่ดำเนินการอยู่เป็นปกติ นั่นคือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วที่สำคัญการประเมินนี้จะช่วยให้ผู้บริหารพบว่า **เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่เป็นสิ่งที่บริษัทดำเนินการอยู่แล้วเป็นปกติ** จะทำให้ผู้บริหารเกิดมุมมองเชิงบวก ช่วยลดอคติและความกังวลได้

นอกจากนี้ เมื่อผู้บริหารมีความเข้าใจเกี่ยวกับหัวข้อต่างๆ แล้ว ก็จะสามารถแสดงวิสัยทัศน์ทิศทาง และแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นที่บริษัทยังไม่ได้ดำเนินการได้

**ประการที่ 3** พัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารที่เป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งบริษัทไม่จำเป็นต้องกำหนดเป็น Issue สำหรับแต่ละมิติ แต่ควรพิจารณาตามเนื้อหา และลักษณะของบุคลากรในองค์กร เช่น บริษัทที่มีผู้บริหารและพนักงานส่วนใหญ่เป็นวิศวกร มักคุ้นเคยกับมาตรฐาน และระบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบ เป็นกระบวนการ จึงควรใช้ระบบการบริหารจัดการมาเป็นสื่อในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน เช่น Total Quality Management (TQM) เป็นต้น



ที่มา: บริษัท คิวทีซี เอนเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)

ที่มา: สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

**ประเด็นท้าทาย 1: การให้ความสำคัญและการสนับสนุนจากผู้บริหารและพนักงาน**

การขับเคลื่อนเรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร มักเน้นที่ “ระบบการบริหารจัดการภายใน” มากกว่า “กิจกรรม หรือ โครงการเพื่อสังคมภายนอก” จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกส่วนงานในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้นำองค์กรต้องมีบทบาทในการริเริ่มและสนับสนุนการปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการภายในองค์กร นอกจากนี้ ผู้บริหารระดับกลางและพนักงานเองก็ต้องสนับสนุน และมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง จึงจะทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปสู่ความยั่งยืนได้สำเร็จ

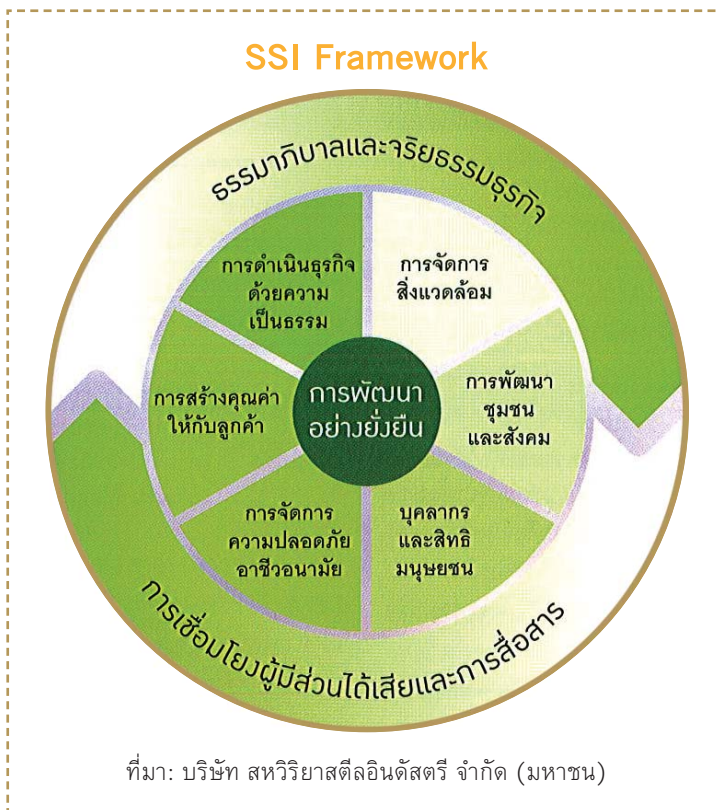
ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จประการหนึ่งในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การที่ผู้นำองค์กร ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กรให้ความสำคัญ และให้การสนับสนุนการดำเนินงาน ซึ่งหากผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลางยังไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้การสนับสนุน และพนักงานด้วยกันยังมองว่าเป็นการเพิ่มภาระงาน เพิ่มงบประมาณ องค์กรย่อมไม่สามารถขับเคลื่อนไปสู่ความยั่งยืนได้

**ข้อเสนอแนะ**  
**ประการแรก** ต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้บริหารและพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำองค์กร โดยบริษัทควรสื่อสารว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ที่หลากหลาย อาทิ

สำหรับบริษัทที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรโดยเฉพาะเรื่องงบประมาณ ควรนำเสนอผู้นำองค์กรว่าการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนนี้ไม่ได้มีผลดีเฉพาะต่อสังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environmental) เท่านั้น แต่ยังสร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic) ให้แก่ธุรกิจเองด้วย ดังนั้น หากผู้บริหารเล็งเห็นประโยชน์เช่นนี้แล้ว ย่อมเปิดใจยอมรับที่จะเรียนรู้ และพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในที่สุด

**ประเด็นท้าทาย 2: การพัฒนากรอบการดำเนินงาน (Framework) แผนกลยุทธ์ (Strategy) และแผนการดำเนินงานระยะยาว (Roadmap) เพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน**

การพัฒนากรอบการบริหารจัดการองค์กรแบบองค์รวมนั้นต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำ และการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด และเพื่อให้องค์กรสามารถมองเห็นภาพที่ชัดเจนว่าควรเน้นการดำเนินงานแต่ละมิติ (เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) ในเรื่องใดเป็นสำคัญ



อย่างไรก็ดี บางองค์กรยังไม่มีการพัฒนา และกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จึงนำเสนอเป็นลักษณะแผนการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม เพราะทำได้ง่าย ไม่ต้องเก็บข้อมูลมาก สามารถวัดผลความสำเร็จได้ชัดเจน รวมทั้งเห็นผลในระยะสั้น ซึ่งการที่องค์กรยังไม่มีการพัฒนา และกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนดังกล่าว ย่อมทำให้องค์กรไม่สามารถมองเห็นภาพในองค์กรรวมของธุรกิจได้ ขาดการเชื่อมโยงเข้ากับแต่ละกระบวนการดำเนินธุรกิจ จึงยากที่จะขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนได้

**ข้อเสนอแนะ**

**ประการแรก** บริษัทต้องเริ่มจากการวิเคราะห์บริบทภายในองค์กร ตั้งแต่ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ แผนกลยุทธ์องค์กร รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร คุณค่าองค์กร โดยมองในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อพิจารณาว่า **เรื่องใดบ้างเป็นแนวคิดที่บริษัทต้องยึดถือ และให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ**

**ประการที่ 2** เมื่อบริษัทกำหนดแนวคิดการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของธุรกิจขององค์กรแล้ว **บริษัทกำหนดแผนการดำเนินงานในระยะยาวภายใต้แนวคิดนั้นๆ** อย่างไร เช่น กำหนดเป็นแผน Roadmap 5 ปีขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ทุกคนในองค์กรเห็นทิศทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในอีก 5 ปีข้างหน้าได้อย่างชัดเจน

**ประการที่ 3** การกำหนดรายละเอียดของ Roadmap สามารถ **เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร (Internal Stakeholder Engagement)** โดยขอให้ผู้นำองค์กรและผู้บริหารระดับสูงร่วมแสดงวิสัยทัศน์ และให้แนวทางในการขับเคลื่อนองค์กรในองค์กรรวมเพื่อไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับกลางของแต่ละฝ่ายงานมีส่วนร่วมแสดงข้อคิดเห็นว่าในแต่ละกระบวนการดำเนินธุรกิจที่สำคัญของแต่ละฝ่ายงานนั้น ควรเน้นเรื่องใดเป็นประเด็นสำคัญ (Material Issues) เพื่อให้ Roadmap ด้านความยั่งยืนสามารถเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการดำเนินธุรกิจที่สำคัญได้อย่างครอบคลุม ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กร จึงนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนอย่างมีพลวัต

นอกเหนือจากการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรแล้ว บริษัทยังสามารถ **เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (External Stakeholder Engagement)** เช่น ชุมชนใกล้ ชุมชนไกล สังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถกำหนดแผนการดำเนินงานระยะยาว หรือแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นอีกด้วย

**ประการที่ 4** หลังจากการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย และได้ประเด็นสำคัญแล้ว บริษัทควรกำหนด **ขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานที่มีเป้าหมายชัดเจน** ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับองค์กรมาสู่ระดับหน่วยงาน

**ประการที่ 5 นำแผนงานไปสู่การปฏิบัติ** ในขั้นตอนนี้ บริษัทจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลลัพธ์ โดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

## การเสนอวาระต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามหลักบรรษัทภิบาล

พรชัย ถาวรานนท์

**การประชุมสามัญประจำปี**ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนได้สิ้นสุดไปแล้วเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา ปรากฏว่าได้เกิดประเด็นคำถามด้านบรรษัทภิบาลถึงความเหมาะสมของการเสนอเพิ่มวาระการประชุมโดยไม่ได้แจ้งล่วงหน้าของบริษัทจดทะเบียนแห่งหนึ่ง SD Focus ฉบับนี้ จึงขอให้ความรู้เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวว่าการเสนอเพิ่มวาระการประชุมโดยไม่ได้แจ้งล่วงหน้าเป็นสิ่งที่ยุติธรรมหรือไม่อย่างไร

โดยปกติแล้วแนวคิดของการให้บริษัทจดทะเบียนแจ้งวาระก่อนการประชุมผู้ถือหุ้น คือ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีเวลาศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อออกเสียงลงคะแนนตามสิทธิที่ตนเองมีอยู่ หลักบรรษัทภิบาลสำหรับบริษัทจดทะเบียนจึงมีข้อแนะนำในประเด็นดังกล่าวว่า **ผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารไม่ควรเพิ่มวาระการประชุมที่ไม่ได้แจ้งเป็นการล่วงหน้าโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะวาระสำคัญที่ผู้ถือหุ้นต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ ทั้งนี้ ก็มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยนั่นเอง**

อย่างไรก็ตาม หากผู้ถือหุ้นประสงค์ที่จะเสนอวาระการประชุมเพิ่มเติมหลังจากสิ้นสุดการพิจารณาตามวาระการประชุมที่กำหนดไว้แล้วก็ย่อมสามารถทำได้ โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา ๑๐๕ วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. ๒๕๓๕ ซึ่งกำหนดไว้ว่า เมื่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาระเบียบวาระตามลำดับที่กำหนดไว้ในหนังสือนัดประชุมเสร็จสิ้นแล้ว **ผู้ถือหุ้นซึ่งมีหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด จะขอให้ที่ประชุมพิจารณาเรื่องอื่นนอกจากที่กำหนดไว้ในหนังสือนัดประชุมอีกก็ได้**

ดังนั้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และหลักบรรษัทภิบาลสำหรับบริษัทจดทะเบียนมีข้อแนะนำว่า บริษัทจดทะเบียนไม่ควรเสนอเพิ่มวาระการประชุมโดยไม่ได้แจ้งล่วงหน้า คณะกรรมการบริษัทควรจะต้องปฏิบัติอย่างไร ไม่นับว่าได้หรือไม่ ในทางปฏิบัติ คณะกรรมการบริษัทคงจะปฏิเสธไม่ได้ เพราะถือเป็นสิทธิตามกฎหมายของผู้ถือหุ้น แต่สิ่งสำคัญที่คณะกรรมการบริษัทจะต้องคำนึงถึง และแจ้งต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นที่ทราบโดยทั่วกันพร้อมบันทึกไว้ในรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นอย่างละเอียดครบถ้วน

คือ วาระที่ขอเสนอเพิ่มนั้นเป็นเรื่องที่จะกระทบถึงสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้นอย่างไม่เท่าเทียมกันหรือไม่ มีผลได้ผลเสียต่อบริษัทอย่างไร เป็นการทำการที่เกี่ยวโยงกันหรือไม่ ตลอดจนจนเป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับผู้บริหาร หรือกลุ่มผู้ถือหุ้นที่เกี่ยวข้องหรือไม่ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการให้ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทแก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่มาประชุม ก่อนที่จะได้ทำการลงคะแนนเสียงในวาระที่เพิ่มดังกล่าว

กรณีนี้นับเป็นเรื่องที่สร้างความท้าทายแก่คณะกรรมการบริษัทเป็นอย่างมาก เพราะหากไม่อนุญาตก็จะเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และเป็นกรรณสิทธิผู้ถือหุ้น ในขณะที่เดียวกันหากให้มีการเพิ่มวาระการประชุมตามที่ผู้ถือหุ้นร้องขอได้ โอกาสที่วาระนั้นจะได้รับการลงคะแนนเสียงด้วยมติที่เห็นชอบก็มีสูงมาก เพราะผู้ถือหุ้นที่ร้องขอให้เพิ่มวาระจะมีคะแนนเสียงอยู่ในมืออย่างน้อย 33.33% ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งในการลงคะแนนเสียงก็ใช้ฐานของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและออกเสียงลงคะแนน ไม่ใช่จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด ดังนั้น **สิ่งที่คณะกรรมการบริษัททำได้ที่ดีที่สุด คือ ต้องแถลงให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นรับทราบถึงผลได้ผลเสียตามที่กล่าวแล้วข้างต้น ด้วยเหตุผลที่ว่าคณะกรรมการบริษัทเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นที่ได้รับการแต่งตั้งให้ทำหน้าที่บริหารกิจการแทนผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทจึงมีความรับผิดชอบร่วมกันต่อผู้ถือหุ้นด้วยการปฏิบัติหน้าที่อย่างสุจริต รับผิดชอบ และปราศจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์บนหลักการพื้นฐานของความยุติธรรม (Fairness) ความโปร่งใส (Transparency) ความรับผิดชอบตามหน้าที่ (Accountability) และความรับผิดชอบต่อในงาน (Responsibility) โดยคณะกรรมการบริษัทต้องควบคุมดูแลการดำเนินงานของผู้บริหาร หรือฝ่ายจัดการให้บรรลุตามเป้าหมายของบริษัท เพื่อที่จะสร้างความเชื่อมั่นว่าจะสามารถสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรมโดยผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารจะไม่ถูกเอาเปรียบและผู้บริหารกิจการจะไม่ใช้โอกาสจากการเป็นผู้บริหารแสวงหาประโยชน์เพื่อตนเอง**

ท่านที่สนใจข่าวสารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สามารถเข้าชมได้ที่เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์

[www.set.or.th/set/todaynews.do?language=th&country=TH](http://www.set.or.th/set/todaynews.do?language=th&country=TH)

## Focus on Financial Materiality of Sustainability

นริรัตน์ สันธยาติ



Mr. Christopher Greenwald  
Co-Head of Sustainability Investing Research, RobecoSAM AG

**ในการดำเนินธุรกิจ** อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น ธุรกิจมีหลากหลายประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ แต่จากผลการวิจัยของ RobecoSAM AG\* ในเรื่องการลงทุนอย่างยั่งยืนพบว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ธุรกิจชั้นนำของโลกกำลังมุ่งเน้นให้ความสำคัญ คือ ธุรกิจต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่า **ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ธุรกิจกำลังให้ความสำคัญนั้นสามารถเชื่อมโยงเข้ากับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจได้อย่างไร** เพื่อตอบโจทย์ในการเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน

บทความ “Focus on financial materiality of sustainability” ที่เผยแพร่ใน Sustainability Yearbook 2014 จัดทำโดย RobecoSAM AG โดยบอกเล่าเรื่องราวแนวโน้มของธุรกิจในเรื่องการให้ความสำคัญกับเรื่อง Financial Materiality ผ่านบทสัมภาษณ์ **Mr. Christopher Greenwald, Co-Head of Sustainability Investing Research, RobecoSAM AG**

**Recent initiatives such as the Global Reporting Initiative’s G4 Sustainability Reporting Guidelines have put a spotlight on the concept of financial materiality of sustainability. While RobecoSAM has always focused on identifying**

**sustainability factors that are likely to have an impact on companies’ financial performance, over the past year, the Sustainability Investing Research team has updated its analysis of the materiality of sustainability criteria across all industries. Christopher Greenwald, RobecoSAM’s Co-Head of Sustainability Investing Research, explains how RobecoSAM determines the financial relevance of the sustainability criteria that are incorporated into the Corporate Sustainability Assessment.**

**How do you define financial materiality, and why is this important to you?**

We consider any intangible factor that can have an impact on a company’s core business value—namely growth, profitability, capital efficiency and risk exposure—to be financially material. Factors such as a company’s ability to innovate, attract and retain talent, or anticipate regulatory changes matter from an investor’s point of view because they have significant impacts on a company’s competitive position and long-term financial performance.

\* RobecoSAM AG เป็นบริษัทเอกชนในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ที่เชี่ยวชาญในเรื่องการลงทุนอย่างยั่งยืน (Sustainability Investing) และการประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็น partner ของ S&P Dow Jones ในการจัดทำกลุ่มดัชนี Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ซึ่งเป็นดัชนีประเมินความยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก (ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ RobecoSAM AG ได้ที่ [www.robecosam.com/](http://www.robecosam.com/))

As an asset manager, we have always focused on identifying financially relevant sustainability factors. For this reason, we have put considerable effort into developing and updating our materiality framework so that our analysts focus on those factors that are most relevant to the companies' financial performance. This helps us ensure that we integrate financially material sustainability factors into our investment process in a structured manner. Because these factors are relatively under-researched by most investors, our integration of financially material sustainability factors in the investment process allows us to make unique and better-informed investment decisions for the long-term.

**There has been much discussion about the materiality of sustainability in recent months. What makes your framework different?**

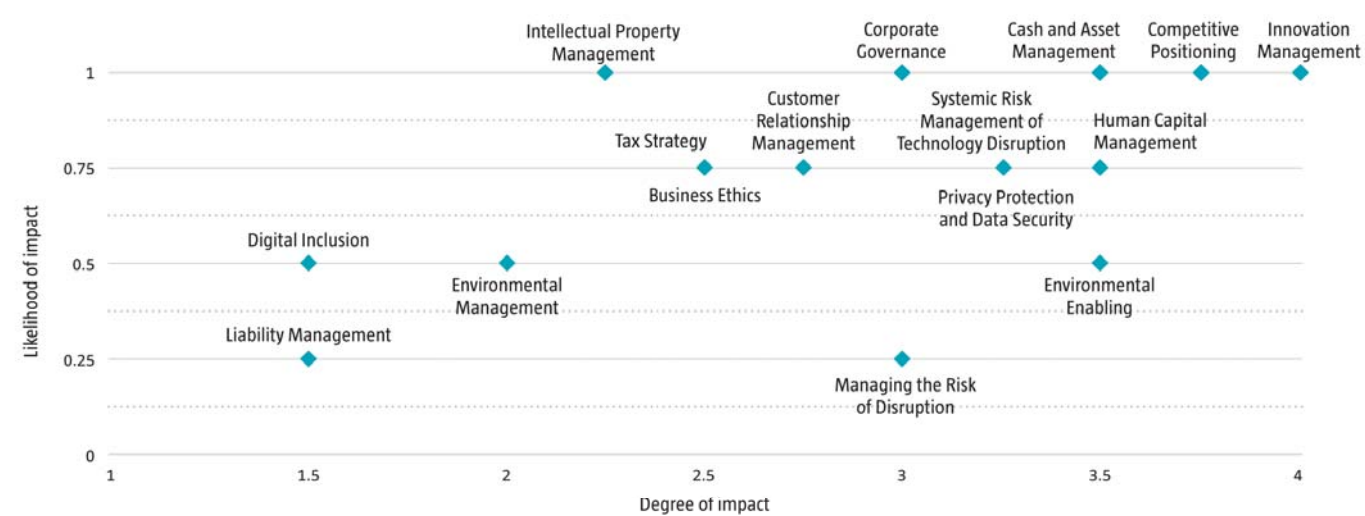
What sets us apart is that our approach focuses on the intersection between sustainability and business performance. Specifically, we focus on identifying the most important intangible factors that relate to companies' ability to create long-term value. For instance, lowering energy consumption in manufacturing processes results in significant cost-saving opportunities and has a direct impact on a company's bottom line. This focus on the most financially relevant sustainability factors is essential, given our mission to create long-term attractive returns for our clients through Sustainability Investing strategies. However, we have also found that a focus on the link between sustainability and business performance is also a key priority for the leading companies in sustainability, which are working toward much more sophisticated models to understand the pay-offs of their sustainability investments in financial terms.

**So how do you determine which information is financially material?**

We begin with a top-down industry and mega-trend analysis. For each of the 59 industries we assess, we ask ourselves which are the key sources of value creation for that industry, and which long-term trends are likely to have an impact on these industry drivers. For example, one of the primary value drivers for the IT industry is its user and customer base. Given increasing interconnectedness and the exploding volume of data, an IT company's ability to ensure data privacy is critical to maintaining customer trust.

Once we have identified material factors for each industry, we prioritize them according to their expected magnitude and the likelihood of their impact on growth, profitability, capital efficiency and risk. This results in a materiality matrix for each industry, which maps the relative importance of each material factor against each other and provides us with a visualization of the most important factors for each industry (See Figure 1).

**Figure 1: Example of Materiality Matrix: Software industry**



◆ Long-term intangible factors

Note: This materiality matrix is provided for illustrative purposes. The materiality matrix for other industries may differ.

Source: RobecoSAM

Once the material issues in each industry have been prioritized, our analysis shifts to the company level and focuses on how and to what degree management is addressing these intangible factors that are considered to be most relevant. This allows us to make the investment case for sustainability for individual companies, which in turn ensures that our investment decisions consider long-term company performance.

Essentially, we are determining which companies are most likely to remain competitive in a rapidly changing business environment and are therefore best positioned to continue to create value in a sustainable way.

**Although your materiality framework focuses on industry-specific criteria, have you identified any sustainability criteria or factors that are significant across all industries?**

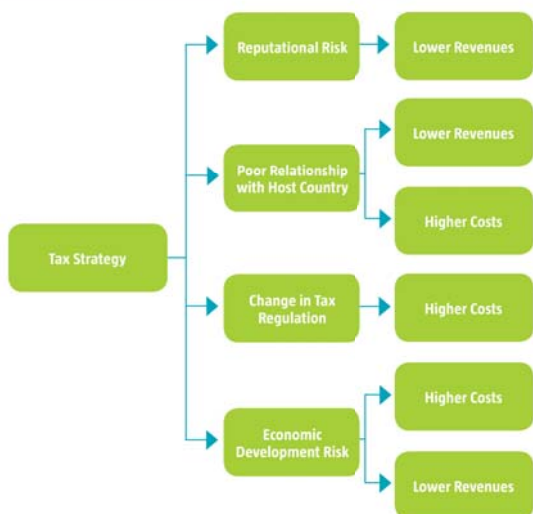
Yes. A variety of sustainability factors are relevant to companies across a wide range of industries. These include innovation management, human capital management, supply chain management, environmental management and corporate governance. But we tailor the questions in these criteria to the specific characteristics of each industry.

**Sustainability factors and their financial impacts**

In the next few pages, we provide three industry examples—one for each dimension—to illustrate the impact of three selected sustainability criteria on the business value drivers for that industry. These examples are by no means exhaustive, and were selected to demonstrate how we make the link between sustainability factors and company costs and revenues.



Industry: Beverages  
Dimension: Economic  
Sustainability Criterion: Tax Strategy

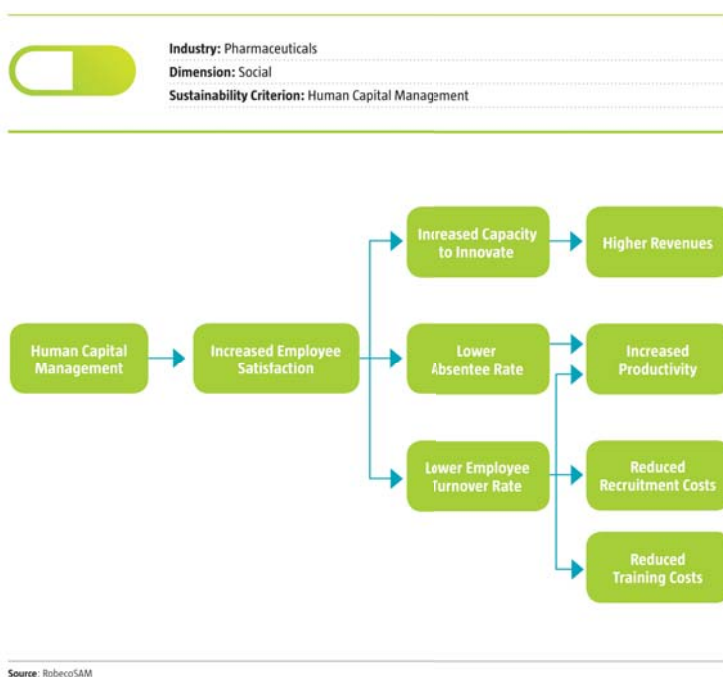
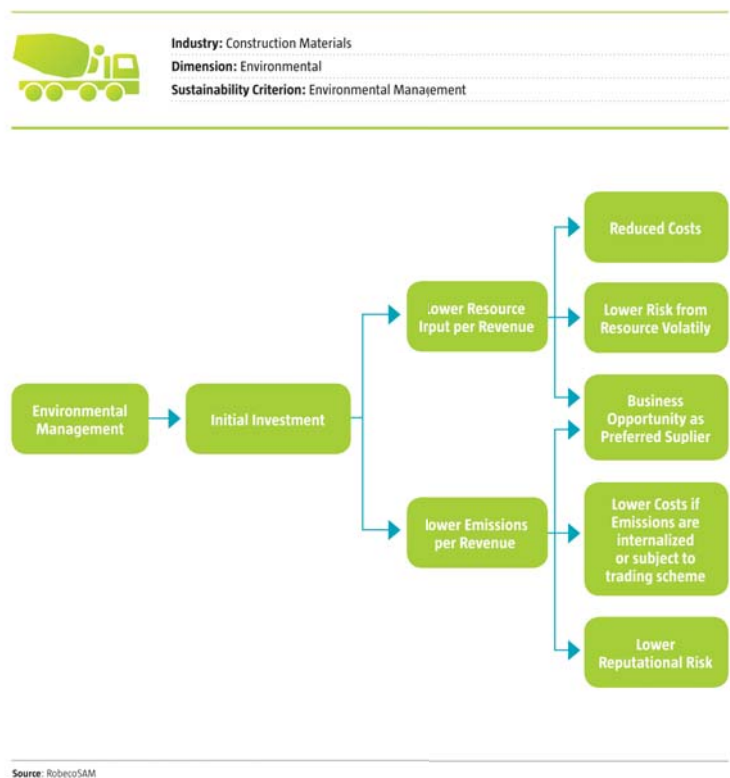


Source: RobecoSAM

Tax competition among different tax jurisdictions offers opportunities for multinational companies to optimize their tax spending. Tax optimization can help a multinational beverage company, for instance, to enhance its profitability, which investors appreciate. But the company can also face reputational risks if its tax strategy is perceived to be too aggressive, hurting its brand value and revenues. It can also lead to a poor relationship with the host country, jeopardizing the company’s license to operate or slowing permit approvals to build new factories, leading to higher costs and lower revenues. In addition, a tax strategy that relies too heavily on exploiting tax loopholes is not sustainable in the long-run and may result in higher costs if the government decides to change tax regulations to close these loopholes. Finally, if the company is not paying an appropriate level of local taxes to support economic development, particularly in developing countries, it inhibits the government’s ability to invest in basic services for the local population, hurting potential consumers’ purchasing power, and ultimately, company revenues.



Given the amount of energy required for cement production, the cement industry accounts for 5% of global CO<sub>2</sub> emissions. Therefore, reducing CO<sub>2</sub> emissions is an important component of an effective environmental management strategy for this resource-intensive industry. One approach, for instance, involves replacing CO<sub>2</sub> emitting coal with renewable energy. Though such a solution typically requires a large initial investment, it can also generate immediate benefits for the company. First, the amount of coal input per revenue generated is reduced, lowering operating costs and reducing the risk of margin volatility caused by changing coal prices. Second, emissions per revenue are reduced. This is particularly important in some regions, such as Europe, where CO<sub>2</sub> emissions are subject to an emissions trading scheme, and therefore have a real monetary value. Finally, a lower emissions profile may help companies generate business opportunities, as cement produced in this manner is considered to be more sustainable.



For most companies today, employees are their most valuable asset. This is especially true for a knowledge-driven industry such as the pharmaceuticals industry. An advanced human capital management strategy that offers employees opportunities for career advancement, appropriate incentives to perform well, and a fulfilling work environment contributes to employee satisfaction. In turn, a motivated workforce contributes to the company's capacity to innovate, which has a positive impact on revenues. Lower absentee rates also contribute to enhanced productivity, while lower employee turnover leads to lower recruitment and training costs.

# เปิดมุมมอง ปรับทิศทาง เตรียมความพร้อม สู่การเป็น ‘ผู้นำด้านความยั่งยืน’

พัทธ์ธีรา วงศราวิทย์

**ปัจจุบัน “การพัฒนาอย่างยั่งยืน”** เป็นประเด็นที่ภาครัฐและภาคธุรกิจทั้งหลายในประเทศไทยให้ความสำคัญกันมากขึ้น ซึ่งรวมถึงบริษัทจดทะเบียนไทยจำนวนไม่น้อยที่กำลังเดินหน้าในการผลักดัน ขับเคลื่อน และพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

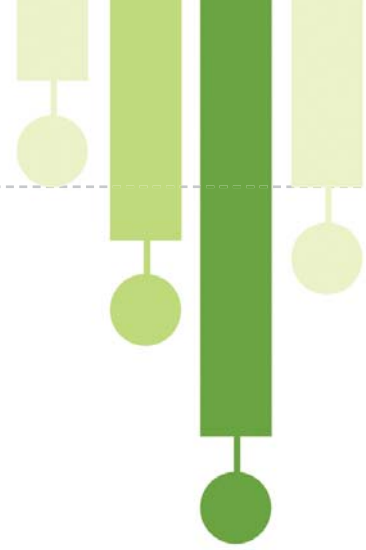
SD Focus ฉบับนี้จึงขอนำเสนอประเด็นเรื่อง **“ผู้นำด้านความยั่งยืน” (Sustainability Leaders)** ในระดับโลกจากผลการสำรวจล่าสุดของ GlobeScan และ SustainAbility ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและที่ปรึกษาด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ติดตามความเคลื่อนไหว และสำรวจเกี่ยวกับผู้นำด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องมากกว่า 20 ปี

ผลการสำรวจ The Sustainability Leaders 2014 ที่มาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย และมีประสบการณ์ทำงานด้านความยั่งยืนกว่า 887 องค์กร ครอบคลุม 87 ประเทศทั่วโลก ได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้ม และประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนระดับโลกได้เป็นอย่างดี

## The 2014 *Sustainability Leaders*

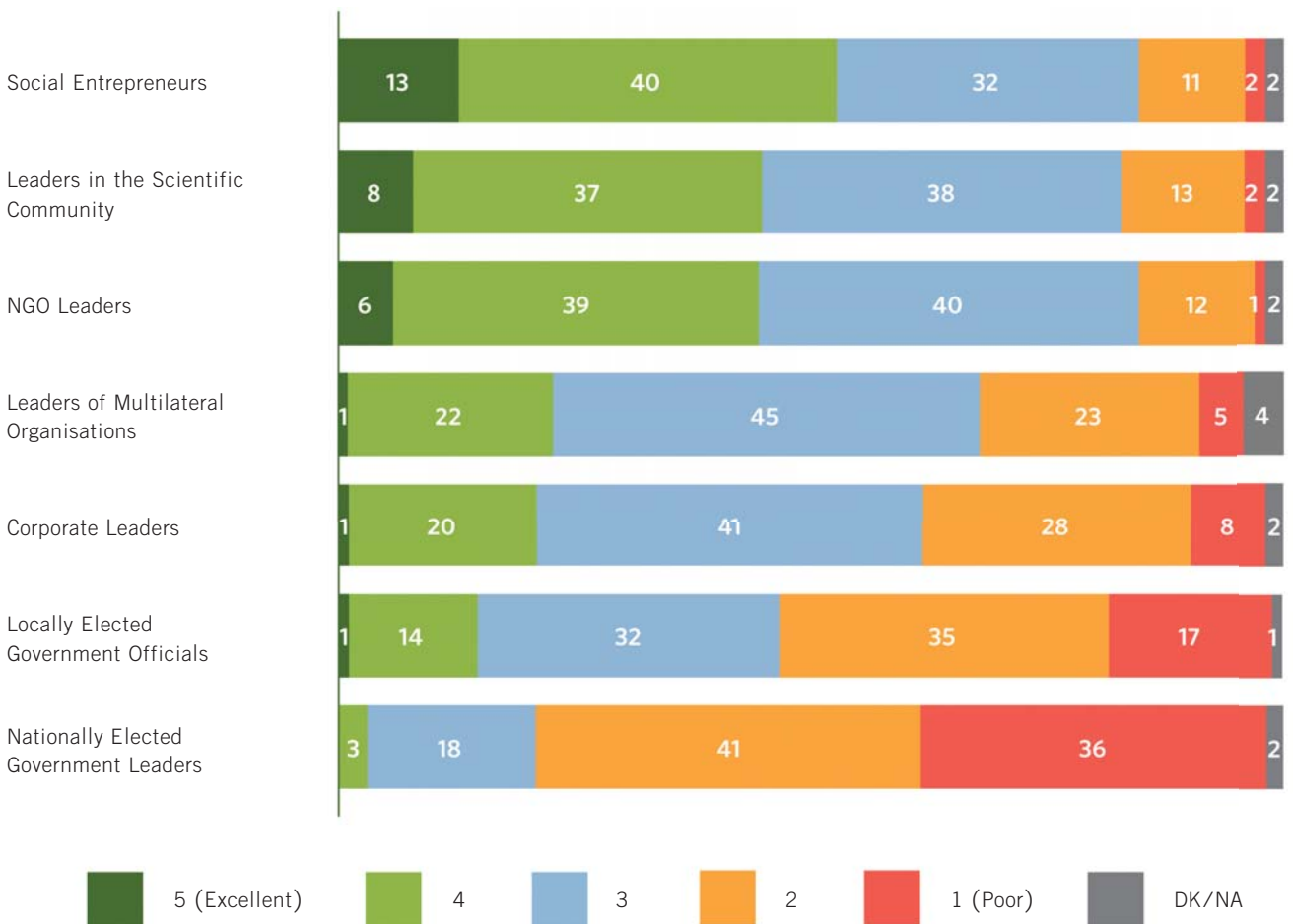
A GlobeScan/SustainAbility Survey





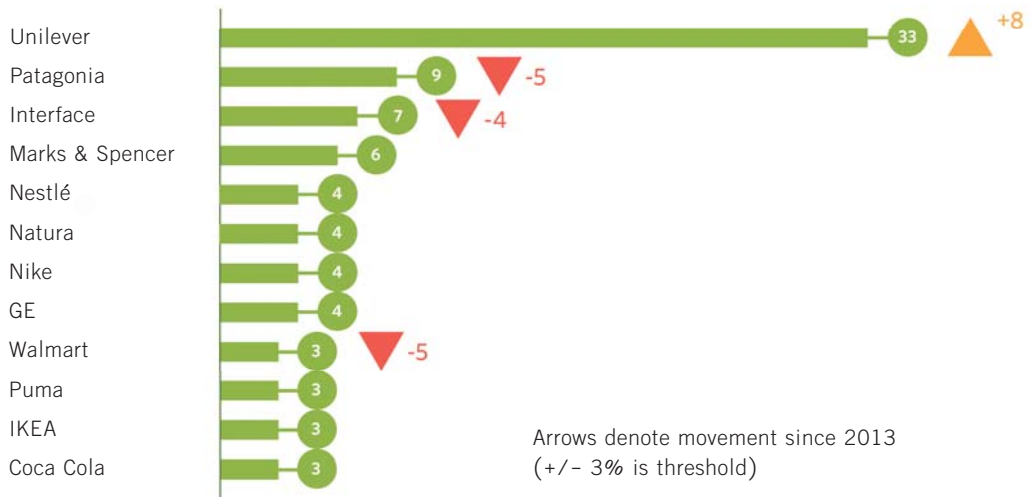
โดยที่ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 887 องค์กร ซึ่งจำแนกตามประเภทองค์กรได้เป็น 7 กลุ่ม พบว่ากลุ่มที่ได้คะแนนความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

1. ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurs)
2. ผู้นำชุมชนเครือข่ายทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Community)
3. ผู้นำกลุ่ม NGO

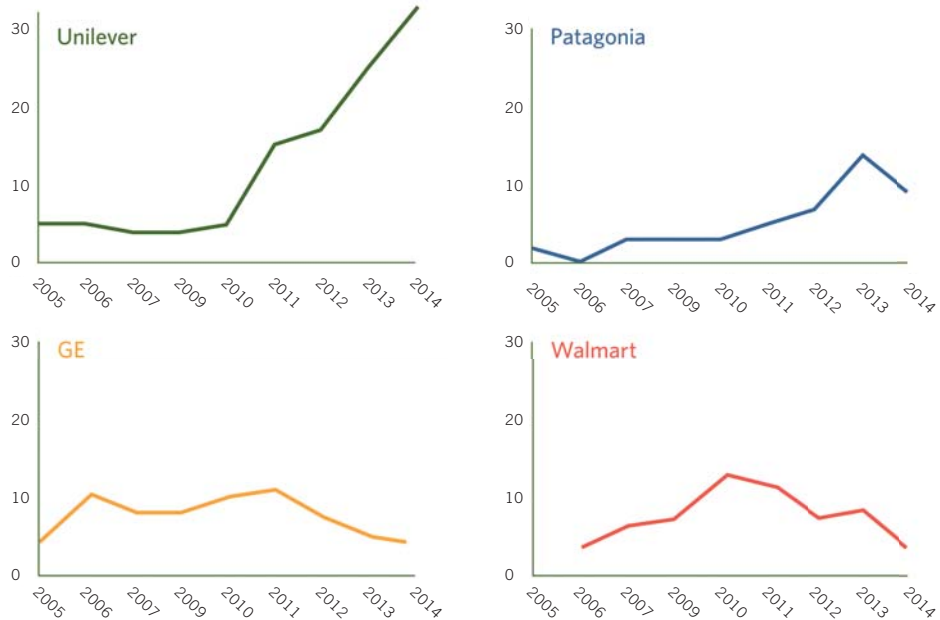


สำหรับภาคธุรกิจ บริษัทในกลุ่มตัวอย่างที่ได้คะแนนความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนสูงสุด และได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการนำความยั่งยืนมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ คือ Unilever ซึ่งเป็นบริษัทเดียวที่ยังคงได้คะแนนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีช่วงห่างอย่างมากจากบริษัท Patagonia ซึ่งได้คะแนนเป็นลำดับที่ 2

% of Experts



% of Experts, Selected Companies, 2005-2014

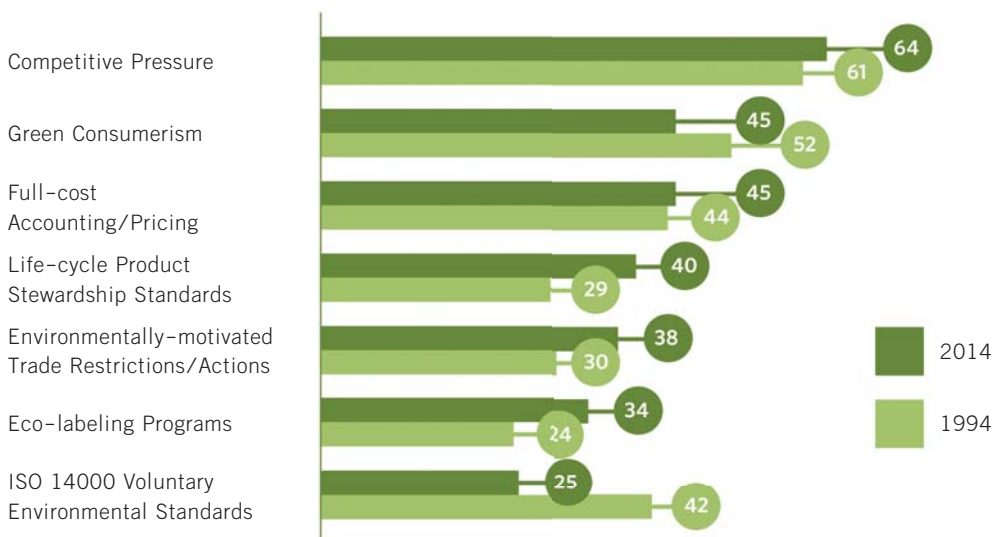


ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมามีความคาดหวัง และมาตรฐานด้านความยั่งยืนมีการปรับเปลี่ยนสูงขึ้นอยู่เสมอ ทำให้บริษัทต่างๆ มีประเด็นท้าทายที่จะต้องพัฒนา และปรับปรุงกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวัง และมาตรฐานที่สูงขึ้นเหล่านั้นด้วย จึงเป็นสาเหตุให้หลายๆ บริษัทในกลุ่มตัวอย่างได้รับคะแนนความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนลดลงจากเดิม

สำหรับคุณลักษณะของการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนที่กำลังเป็นประเด็นหลักในปัจจุบันคือ **ความสามารถในการทำให้ความยั่งยืนกลายเป็นคุณค่าหลักขององค์กร** โดยองค์กรต้องมีการกำหนดเป้าหมาย หรือนโยบายด้านความยั่งยืนที่ท้าทาย พร้อมทั้งให้คำมั่นที่จะดำเนินการตามเป้าหมาย หรือนโยบายเหล่านั้นในระยะยาว ตลอดจนมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความยั่งยืนให้แก่สังคม

ผลการสำรวจยังได้ชี้ให้เห็นว่าในระยะเวลาอันใกล้นี้ **เทคโนโลยีและภาคธุรกิจจะกลายเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนในสังคม** ตัวภาคธุรกิจเองก็จะถูกผลักดันให้ต้องคำนึงถึงประเด็นด้านความยั่งยืนจาก **แรงกดดันด้านการแข่งขันทางธุรกิจ กระแสการบริโภคอย่างยั่งยืน (Green Consumerism) และปัจจัยด้านราคาและต้นทุน** ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ยังคงมีความสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาความยั่งยืนต่อไปในระยะเวลา มากกว่า 5 ปี (นับจากปีที่ตอบแบบสำรวจ คือ ปี 2014)

#### “Major” (4+5) Role in Next 5 Years, 1994–2014



การทำให้ความยั่งยืนกลายเป็นคุณค่าหลักขององค์กร และเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจนั้นสามารถตอบสนองต่อการให้ความสำคัญในมิติด้านเศรษฐกิจของผู้ประกอบการได้ในหลายรูปแบบ เช่น เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สร้างตลาดและกลุ่มลูกค้าใหม่ ตลอดจนช่วยลดต้นทุน และความเสี่ยงในการดำเนินกิจการ ซึ่งผลการสำรวจ The Sustainability Leaders 2014 นี้ นอกจากจะเป็นข้อมูลและแนวทางให้บริษัทจดทะเบียนไทยนำไปใช้ทบทวน และปรับปรุงกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านความยั่งยืนในระดับโลกแล้ว ยังทำให้บริษัทจดทะเบียนไทยเห็นภาพว่า **ปัจจุบันการเติบโตของธุรกิจไม่สามารถแยกออกจากความยั่งยืนได้อีกต่อไป** ได้อย่างชัดเจนมากขึ้นด้วย ดังนั้น การคำนึงถึงประเด็นด้านความยั่งยืนในทุกๆ ขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นหลักการสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรมีความเข้มแข็ง สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของผู้บริโภคและสังคมโดยรวมได้

ที่มา: The Sustainability Leaders 2014 by A GlobeScan/SustainAbility Survey ([www.globescan.com/component/edocman/?view=document&id=103&Itemid=591](http://www.globescan.com/component/edocman/?view=document&id=103&Itemid=591))

# จับกระแสการลงทุนที่ยั่งยืน เน้นลงทุนในธุรกิจที่มี ESG โดดเด่น

นริรัตน์ สันธยาดี

ในงานสัมมนา CG Forum ครั้งที่ 2/2557 ในหัวข้อ “Corporate Governance in the Perspective of Investors” ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2557 ที่ผ่านมานี้ หอประชุมศาสตราจารย์สังเวียน อินทรวิชัย อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลของบริษัทจดทะเบียนไทยและบทบาทของบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ลงทุนนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจลงทุน จนกลายเป็นกระแส “การลงทุนที่ยั่งยืน” ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแพร่หลายในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ลงทุนสถาบัน

SD Focus ฉบับนี้จึงถือโอกาสรวบรวมประเด็นสำคัญจากงานสัมมนาดังกล่าวมาฝากคุณผู้อ่าน ทั้งในเรื่องของบรรษัทภิบาล แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และแนวคิดการลงทุนที่ยั่งยืน (Responsible Investment) ตามหลัก Principles for Responsible Investment (PRI)

ดร. สติติย์ ลิมพ์พงศ์พันธุ์ ประธานกรรมการ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของบรรษัทภิบาล หรือ Corporate Governance (CG) ในช่วงปาฐกถาพิเศษ “15 Years of Thai Corporate Governance Practices” โดยกล่าวว่า บรรษัทภิบาลเป็นแนวปฏิบัติที่จะช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมทั้ง วัฏจักรกระบวนการ และขั้นตอนในการบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้ง่ายขึ้น ตลอดจนสามารถเฝ้าติดตามวัดผลการดำเนินงานของกิจการว่าเป็นไปตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่อีกด้วย

“บริษัทที่มีบรรษัทภิบาลจึงสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ อีกทั้งยังสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ลงทุนสถาบันประเภทกองทุนต่างๆ รวมถึง



ดร. สติติย์ ลิมพ์พงศ์พันธุ์  
ประธานกรรมการ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กองทุนบำเหน็จบำนาญ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในเงินลงทุน (Fiduciary Duty) ของผู้อื่น ทำให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจว่าบริษัทที่กองทุนลงทุนไปนั้นปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งจะช่วยเพิ่มพูนมูลค่าของเงินลงทุนในกองทุนนั้นได้ **การใช้หลักธรรมาภิบาลจึงเป็นการสร้าง ‘คุณค่า’ ให้กับองค์กรธุรกิจ นอกเหนือไปจาก ‘มูลค่า’ ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจ”**

ดร. สติติย์ ยังได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development (SD) ว่าภาคธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือ Profit-People-Planet โดยกลไกสำคัญซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของภาคธุรกิจ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่ใช่เพียงแค่การทำความดีเพื่อสังคมที่อยู่นอกกระบวนการธุรกิจ หรือเพียงแค่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น แต่ต้องสามารถผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปในทุกกระบวนการทางธุรกิจ จนพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของขีดความสามารถขององค์กร

“บทบาทของบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมจึงทวีความสำคัญมากขึ้น ทั้งในแง่ของการเป็นแนวคิด กลไก และเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรธุรกิจ และการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของโลกอย่างยั่งยืน”

“การใช้หลักธรรมาภิบาลจึงเป็นการสร้าง ‘คุณค่า’ ให้กับองค์กรธุรกิจ นอกเหนือไปจาก ‘มูลค่า’ ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจ”

**คุณไพบูลย์ นลินทรางกูร** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด และประธานกรรมการ สมาธุรกิจตลาดทุนไทย บอกเล่าถึงประสบการณ์ในการพาบริษัทจดทะเบียนไทยไปพบผู้ลงทุนสถาบันทั้งในและต่างประเทศ ในช่วงการบรรยายในหัวข้อ **“Responsible Investment of Institutional Investors”**

“ปัจจุบันผู้ลงทุนสถาบันได้ให้ความสำคัญกับเรื่องความน่าเชื่อถือและบรรษัทภิบาลของบริษัทจดทะเบียนเป็นลำดับแรกๆ ซึ่งสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจและกรณีเอ็นรอน **แนวทางการลงทุนของกลุ่มผู้ลงทุนสถาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็น Conventional Investment มาเป็น Responsible Investment** โดยมีการนำปัจจัยด้าน ESG หรือ Environmental, Social, Governance มาพิจารณาประกอบการลงทุนด้วย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการการลงทุนที่ยั่งยืน หรือ Principles for Responsible Investment (PRI)”



คุณไพบูลย์ นลินทรางกูร  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด  
ประธานกรรมการ สมาธุรกิจตลาดทุนไทย

### The Six Principles for Responsible Investment

**Principle 1:** We will incorporate ESG issues into investment analysis and decision-making processes.

**Principle 2:** We will be active owners and incorporate ESG issues into our ownership policies and practices.

**Principle 3:** We will seek appropriate disclosure on ESG issues by the entities in which we invest.

**Principle 4:** We will promote acceptance and implementation of the Principles within the investment industry.

**Principle 5:** We will work together to enhance our effectiveness in implementing the Principles.

**Principle 6:** We will each report on our activities and progress towards implementing the Principles.

ที่มา: [www.unpri.org/about-pri/the-six-principles/](http://www.unpri.org/about-pri/the-six-principles/)

นอกจากนี้ คุณไพบูลย์ ยังระบุอีกด้วยว่า ปัจจุบันผู้ลงทุนสถาบันได้กำหนดให้หลักการ ESG เป็นเกณฑ์หนึ่งในการพิจารณาเลือกลงทุนกันมากขึ้น รวมทั้งมีผลการวิจัยและสถิติที่พิสูจน์ได้แล้วว่า **การลงทุนในบริษัทที่ให้ความสำคัญกับ ESG และนำนโยบายด้าน ESG มาใช้ปฏิบัติอย่างจริงจัง มีผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุนในบริษัทที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่อง ESG** ส่วนหนึ่งเป็นเพราะบริษัทที่ให้ความสำคัญกับ ESG สามารถบริหารจัดการกับความเสี่ยงประเภท Company Specific Risk ได้ดีกว่าบริษัทอื่นที่ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องนี้

“ตัวอย่างเช่น กรณีการเกิดน้ำมันรั่วของ BP ซึ่งสร้างความเสียหายร้ายแรงเป็นประวัติการณ์นั้น หากบริษัทมีความใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมและประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน ความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจไม่มากมายเช่นนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า **การบริหารธุรกิจโดยคำนึงถึง ESG แท้จริงแล้วไม่ใช่เรื่องของ ‘ต้นทุน’ หรือ ‘ค่าใช้จ่าย’ แต่เป็นการประหยัดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เพราะช่วยป้องกันการเกิดค่าใช้จ่ายในอนาคตมากกว่า**” คุณไพบูลย์กล่าว

**“ การลงทุนในบริษัทที่ให้ความสำคัญกับ ESG และนำนโยบายด้าน ESG มาใช้ปฏิบัติอย่างจริงจัง มีผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุนในบริษัทที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่อง ESG ”**

ในช่วงท้ายของการบรรยาย คุณไพบูลย์ได้กล่าวถึงประเด็นท้าทายสำหรับการพัฒนาการลงทุนที่ยั่งยืนในตลาดทุนไทยว่า ยังคงมีประเด็นท้าทายอีกหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง Mindset ในการลงทุนระยะยาวที่เน้นความยั่งยืนในกลุ่มผู้ลงทุนบุคคล การพัฒนาบริษัทจดทะเบียนที่ยังมีผลการประเมินด้านบรรษัทภิบาลในระดับ 3 ดาว และการพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมให้บริษัทจดทะเบียนก่อนที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะพัฒนาและออกดัชนีด้านความยั่งยืน หรือดัชนีด้าน ESG ต่อไป

# รูปแบบการลงทุนเพื่อสังคม (Social Investment Models)

มณฑกา ตั้งนิรันดร

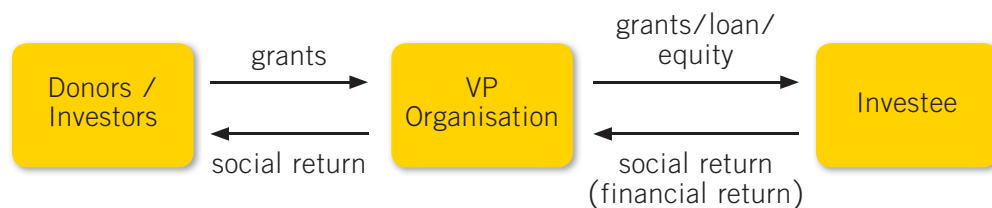
**การลงทุนเพื่อสังคม**เป็นการลงทุนในกิจการที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการลงทุนที่คำนึงถึงผลตอบแทนทางสังคม (Social Return) ผลตอบแทนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Return) และการสร้างรายได้ทางการเงิน (Financial Return) เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร SD Focus ฉบับนี้จะขอแนะนำคุณผู้อ่านทุกท่านไปทำความเข้าใจกับรูปแบบการลงทุนเพื่อสังคมซึ่งมี 5 รูปแบบด้วยกัน

1

**รูปแบบแรก คือ Venture Philanthropy หรือ VP** เป็นการร่วมให้ทุนสนับสนุนการทำกิจการเพื่อสังคม และองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยลักษณะการร่วมลงทุนจะอยู่ในรูปแบบของการให้ทุน การซื้อหุ้นของกิจการ หรือการให้กู้ยืม อีกทั้งผู้ให้ทุนยังช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมนั้นๆ ด้วย ซึ่งในทศวรรษที่ผ่านมา มีเงินลงทุนในลักษณะดังกล่าวนี้คิดเป็นมูลค่ากว่า 1 พันล้านยูโรในยุโรป (ข้อมูลจาก European Venture Philanthropy Association, 2012)

ตัวอย่างเช่น **UnLtd UK ประเทศอังกฤษ และ Global Network ในประเทศสหรัฐอเมริกา** เป็นกิจการเพื่อสังคมในรูปแบบของ Venture Philanthropy ที่ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนพร้อมกับการให้คำปรึกษาแก่กิจการเพื่อสังคมในระยะเริ่มต้นนับร้อยรายทั่วโลก

สำหรับตัวอย่างกิจการเพื่อสังคมในรูปแบบ Venture Philanthropy ในประเทศไทย ได้แก่ **UnLtd TH** เป็นองค์กรที่ทำงานด้านการออกแบบนวัตกรรมทางสังคม และส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม ในประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนโดยสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) และ**โครงการพลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม** หรือ Banpu Champions for Change ที่บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) ริเริ่มขึ้นในปี 2554 ดำเนินการภายใต้แนวคิด “พลังความรู้...พลังแห่งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา” โดยเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่จากทั่วประเทศได้นำเสนอ และลงมือดำเนินกิจการเพื่อสังคม รวมทั้งยังเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง จากการดำเนินกิจการเพื่อสังคมตามความถนัด และความสนใจของตนเอง เรียนรู้การนำทักษะจากการดำเนินงานไปใช้ และเรียนรู้ที่จะนำผลลัพธ์ทางการที่ได้บางส่วนกลับคืนสู่สังคมต่อไปในอนาคตอีกด้วย



GROWTH/SCALE-UP STAGE ORGANISATIONS



2

รูปแบบที่ 2 คือ **Impact Investing หรือ II** เป็นการลงทุนในกิจการเพื่อสังคม โดยมุ่งสร้างทั้งผลกระทบทางสังคม และผลตอบแทนทางการเงินในเวลาเดียวกัน ปัจจุบัน มีเงินลงทุนประเภทนี้ทั่วโลกคิดเป็นมูลค่ากว่า 36,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคาดว่าจะในอีก 10 ปีข้างหน้าเงินลงทุนประเภทนี้จะเติบโตขึ้นอีก 10 เท่า (ข้อมูลจาก JP Morgan, 2013)

ตัวอย่างเช่น **Root Capital ในประเทศสหรัฐอเมริกา** ที่มีการลงทุนด้านการเกษตรแบบยั่งยืน เพื่อสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรชาวแอฟริกา และละตินอเมริกาที่ยากจน โดยให้เงินกู้ถึง 613 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเงินจำนวนดังกล่าวสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกรเกือบ 1 ล้านคน

สำหรับตัวอย่าง Impact Investing ในประเทศไทย ได้แก่ **บริษัทร่วมทุนชนบท จำกัด (Rural Capital Partners Co.,Ltd)** เป็นกิจการที่ลงทุนกับกิจการ และโครงการในชนบททั่วประเทศ ซึ่งมีทั้งรูปแบบการร่วมลงทุน (Venture Capital) และการให้กู้ยืม



LARGE SCALE/  
LISTED FIRMS

3

รูปแบบที่สามเรียกว่า **Socially Responsible Investment หรือ SRI** เป็นแนวทางการลงทุนผ่านกองทุนรวม หรือเครื่องมือการลงทุนประเภทต่างๆ ในตลาดทุนที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างผลตอบแทนทางการเงิน โดยมีหลักเกณฑ์พิจารณาการลงทุนที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันการลงทุนแบบ SRI มีมูลค่าสินทรัพย์รวมกันทั่วโลกอย่างน้อย 1.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูลจาก Global Sustainable Investment Alliance, 2012)

โดย **Calvert Investments ในประเทศสหรัฐอเมริกา** ถือเป็นตัวอย่างของ Socially Responsible Investment มีการบริหารกองทุนรวม และเครื่องมือทางการลงทุนต่างๆ โดยมีสินทรัพย์ภายใต้การบริหารจัดการเป็นมูลค่ากว่า 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Calvert Investments จะเฟ้นหากิจการที่มีแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่เป็นเลิศเพื่อการลงทุน



**Crowd Funding คือ รูปแบบการลงทุนเพื่อสังคม** โดยเป็นการระดมเงินลงทุน และเงินบริจาคผ่านเว็บไซต์ Crowd Funding ในจำนวนเงินที่ไม่มากนักจากผู้ลงทุนรายย่อยหลายๆ ราย เพื่อนำเงินที่ได้จากการระดมทุนไปให้เปล่า หรือให้กู้แก่กิจการที่ต้องการเงินทุนต่อไป

ตัวอย่างเช่น **Kiva ประเทศสหรัฐอเมริกา (www.kiva.org)** ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ให้กู้รายย่อยกับผู้กู้รายย่อยที่มีฐานะยากจนจากทั่วโลก เพื่อนำไปช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้กู้ให้ดีขึ้น โดยที่ผ่านมา Kiva ให้เงินกู้ไปแล้วกว่า 500 ล้านเหรียญสหรัฐแก่ผู้กู้กว่า 1 ล้านคนจาก 73 ประเทศ และเงินกู้ที่ได้คืนมีอัตราสูงถึง 98%

ในประเทศไทย **www.taeJai.com** จัดเป็นเว็บไซต์ Crowd Funding ที่นำเงินบริจาคไปช่วยเหลือกลุ่มคนที่ต้องการทำเรื่องดีๆ เพื่อสังคม ซึ่งมีทั้งองค์กรไม่แสวงกำไร NGOs กลุ่มคน และกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) นอกจากนี้สมาชิกของ **www.taeJai.com** ยังสามารถมีส่วนร่วมติดตามผลการดำเนินโครงการที่ตนสนับสนุน และติดต่อพูดคุยกับเจ้าของโครงการได้โดยตรง



**รูปแบบการลงทุนเพื่อสังคมรูปแบบสุดท้าย คือ Corporate Partnership as Social Investment** กิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่มักมีความโดดเด่นด้านนวัตกรรม แต่ยังขาดความสามารถในการพัฒนาและขยายกิจการให้เติบโต เนื่องจากขาดเงินทุนและความสามารถในการเชิงธุรกิจ ดังนั้น บริษัทร่วมทุน และกิจการเพื่อสังคมหลายแห่งจึงร่วมมือกันในการเพิ่มมูลค่าทางสังคมและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ โดยร่วมกันสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ หรือสร้างช่องทางกระจายสินค้าใหม่ให้กับกิจการเพื่อสังคมและตัวธุรกิจเอง ซึ่งการลงทุนในรูปแบบนี้ บางทีอาจเรียกว่า Corporate Shared Value (CSV) หรือ Hybrid Value-chain

ตัวอย่างเช่น **M-PESA ในประเทศอินเดีย** เกิดขึ้นจากความร่วมมือด้านความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่าง Vodaphone กับสถาบันการเงินระดับฐานราก (Microfinance Institution) และองค์กรเพื่อการพัฒนา โดยเริ่มต้นจากการให้บริการทางการเงินบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่สำหรับภาคการเงินระดับฐานรากไปสู่การให้บริการสำหรับประชาชนทั่วไปในประเทศเคนยา ปัจจุบัน M-PESA มีผู้ใช้บริการกว่า 17 ล้านคน

ปัจจุบัน กระแสการลงทุนเพื่อสังคมกำลังเป็นที่สนใจและเป็นที่จับตามอง เนื่องจากการลงทุนเพื่อสังคมจะเป็นจุดเชื่อมระหว่างภาคธุรกิจกับภาคประชาสังคม อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าระหว่างกันที่ส่งผลให้เกิดการริเริ่มนวัตกรรมทางการเงินและผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur) ทั่วโลก ทั้งนี้ SD Focus จะได้ติดตามพัฒนาการของการลงทุนเพื่อสังคมและนำมาเสนอแก่คุณผู้อ่านเป็นระยะๆ ต่อไป

ที่มา: บทความรูปแบบการลงทุนเพื่อสังคม โดยสุนิตย์ เชนษฐา กรรมการผู้จัดการ สถาบัน ChangeFusion

# เตรียมพบกับนิยาม ความหมายศัพท์ และแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เร็วๆ นี้

จิวิสา ตีปานนท์

**การสร้างเสริม**ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมแก่บริษัทจดทะเบียนถือเป็นภารกิจหลักที่สำคัญประการหนึ่งของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ดำเนินการตั้งแต่จัดอบรมให้ความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียน ทั้งหลักสูตรชั้นพื้นฐาน เช่น หลักสูตรการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และหลักสูตร workshop เช่น หลักสูตร Strategic CSR Management หลักสูตร Responsible Supply Chain Management เป็นต้น การจัดทำ **สื่อและเอกสารเผยแพร่ความรู้** ผ่านทาง [www.csri.or.th](http://www.csri.or.th) และจัดทำเป็นเอกสารเผยแพร่ความรู้ต่างๆ เช่น แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รายการคู่มือสหกรณ์ ฯลฯ รวมถึง**การจัดสัมมนาในประเด็น SR ที่กำลังอยู่ในความสนใจ** ตลอดจนจัด **CEO Forum** เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ CEO และผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจดทะเบียนด้วย

จากการดำเนินการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดขึ้นดังกล่าว ทำให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้เกิดขึ้น นั่นคือ การที่บริษัทจดทะเบียนมีความสับสน และเกิดความเข้าใจไม่ตรงกันในการนำศัพท์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปใช้ เนื่องจากหน่วยงานต่างๆ ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยมีการนิยามความหมายศัพท์ที่หลากหลายและแตกต่างกันไป

ตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงได้**จัดทำเอกสารรวบรวมศัพท์ นิยาม ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม**ในประเด็นหลักๆ 11 ประเด็น โดยแต่ละประเด็นจะแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยง และการนำ

ศัพท์ไปใช้ในแต่ละโอกาส โดย 11 ประเด็นดังกล่าวประกอบด้วย

1. แนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับการพัฒนาที่ยั่งยืน
2. แนวปฏิบัติ/ประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ความรับผิดชอบต่อในสายโซ่อุปทาน
4. การบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม
5. การพัฒนาชุมชน
6. การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย
7. การดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
8. หลักการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
9. การรายงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน
10. คุณค่าทางสังคม
11. ดัชนีการลงทุนที่ยั่งยืน

ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ มุ่งหวังให้บริษัทจดทะเบียนทราบถึงนิยามศัพท์ต่างๆ ตลอดจนเข้าใจถึงความหมายและการนำไปใช้งาน โดยศัพท์ต่างๆ ที่ถูกบัญญัติขึ้นทั้งในอดีต ปัจจุบัน และในอนาคตนั้น ส่วนใหญ่พบว่ามีความหมายที่ใกล้เคียงกัน หากแต่ผู้บัญญัติศัพท์ต้องการสื่อความหมายให้ผู้อ่านเกิดการรับรู้และเข้าใจในแบบเฉพาะของตนเป็นสำคัญ

ตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงมุ่งหวังให้บริษัทจดทะเบียนเข้าใจถึงแก่นแท้ของคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจำเป็นต้องสมดุลทั้งเรื่องเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

# CSR Management Corporate Shared Value Sustainable Development

## ข่าวสารการสัมมนา

### 28 กรกฎาคมนี้เตรียมพบกับ SD Forum “New Investment Opportunities for Sustainable Growth”

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ขอเชิญผู้สนใจเข้าร่วมงานสัมมนาด้านความยั่งยืนประจำปี SD Forum ภายใต้หัวข้อ **New Investment Opportunities for Sustainable Growth** ในวันที่ 28 กรกฎาคม 2557 เวลา 09.00-12.00 น. ณ หอประชุมศาสตราจารย์สังเวียน อินทรวิชัย ชั้น 3 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก

ผู้เข้าร่วมงานทุกท่านจะได้รับฟังทิศทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ ในการส่งเสริมการลงทุนเพื่อสังคม (Social Investment) พร้อมทั้งการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการลงทุนเพื่อสังคมจากวิทยากรจากสถาบันและองค์กรที่มากประสบการณ์ในการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ว่าการลงทุนเพื่อสังคมมีแนวโน้ม ทิศทางและโอกาสในการเติบโตอย่างไร รวมทั้งองค์กรเหล่านี้มีวิธีการจัดการเงินทุนภายใต้การบริหารงานของตนให้คงอยู่ไปพร้อมๆ กับการช่วยสร้างผลกระทบทางสังคมที่ดีอย่างไร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนมุมมองของผู้ประกอบการที่เรียกว่ากิจการเพื่อสังคม ที่มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหา รวมถึงพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านกลไกการค้าเงินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

โปรดติดตามข่าวสารการจัดสัมมนาเพิ่มเติมได้จาก [www.csri.or.th](http://www.csri.or.th)

## ข่าวสารการอบรม IR

ในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2557 นี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะจัดงานอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ของนักลงทุนสัมพันธ์จำนวน 4 หลักสูตร ได้แก่

- เดือนกรกฎาคม: Basic Finance for IR** เป็นหลักสูตรระดับ Basic IR เหมาะสำหรับนักลงทุนสัมพันธ์ที่เพิ่งเริ่มต้นการทำงาน และต้องการเพิ่มพูนความรู้พื้นฐานด้านการเงิน
- เดือนกรกฎาคม: IR Preparation for Roadshows** เป็นหลักสูตรระดับ Advanced IR เหมาะสำหรับนักลงทุนสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจงาน IR ในภาพรวม และอยู่ระหว่างการเตรียมตัวเข้าร่วมงาน Roadshows ต่างๆ
- เดือนสิงหาคม: Stock Valuation for IR** เป็นหลักสูตรระดับ Intermediate IR เหมาะสำหรับนักลงทุนสัมพันธ์ที่มีความรู้พื้นฐานด้านการเงิน และต้องการทำความเข้าใจถึงแนวทางเบื้องต้นในการประเมินมูลค่าหุ้น
- เดือนกันยายน: Good Practice for Analyst Presentation** เป็นหลักสูตรระดับ Intermediate IR เหมาะสำหรับนักลงทุนสัมพันธ์ที่มีความรู้พื้นฐานด้าน IR และต้องการปรับปรุงการจัดทำ Analyst Presentation ให้ดีขึ้น

ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะแจ้งกำหนดการและช่องทางการสมัครไปยังบริษัทจดทะเบียนทุกบริษัทล่วงหน้า 1 เดือน ก่อนวันอบรม สนใจข้อมูลการอบรมเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่ โทร. 0-2229-2606-7 หรือ [www.set.or.th/th/regulations/cg/ir/development\\_p1.html](http://www.set.or.th/th/regulations/cg/ir/development_p1.html)

## ตลาดหลักทรัพย์ฯ ก้าวสู่การพัฒนารัฐกิจสู่ความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีบทบาทในการสร้างรากฐานสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทุน สังคม และประเทศชาติ

### ติดต่อเรา

#### ๑ งานพัฒนาด้านบรรษัทภิบาล

ติดต่อ: ฝ่ายพัฒนาบรรษัทภิบาลเพื่อตลาดทุน  
โทรศัพท์ 0-2229-2603-4  
e-mail: [cgcenter@set.or.th](mailto:cgcenter@set.or.th)

#### ๑ งานพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ติดต่อ: ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม  
โทรศัพท์ 0-2229-2608-10  
และ 0-2229-2612 [www.csri.or.th](http://www.csri.or.th)  
e-mail: [SRcenter@set.or.th](mailto:SRcenter@set.or.th)

#### ๑ งานพัฒนาด้านนักลงทุนสัมพันธ์

ติดต่อ: ฝ่ายพัฒนาบรรษัทภิบาลเพื่อตลาดทุน  
โทรศัพท์ 0-2229-2606-7  
e-mail: [irdevelopment@set.or.th](mailto:irdevelopment@set.or.th)