



CMDF
Thailand Capital Market
Development Fund

TDRI
THAILAND
DEVELOPMENT
RESEARCH
INSTITUTE

Research Summary & Policy Brief



เอกสารสรุปงานวิจัย และบทสรุปเชิงนโยบาย

**โครงการสำรวจการจัดทำรายงานความยั่งยืนและการมีส่วนร่วม
ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดประเด็นความยั่งยืน
ที่มีนัยสำคัญของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย**

*Exploring Thai listed companies' corporate sustainability
reporting and the stakeholder involvement
in corporate materiality analysis*

จัดทำโดย
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

มิถุนายน 2566

บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นที่ทวีความสำคัญโดยเฉพาะในกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ ประกอบกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้ง 17 เป้าหมายขององค์การสหประชาชาติถูกนำมาใช้ขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา

หน่วยงานเอกชน โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่มีการจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างแพร่หลาย เพื่อแสดงถึงความโปร่งใสในการติดตาม วัดผล และแสดงความรับผิดชอบต่อ รวมถึงแสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและอย่างมีความรับผิดชอบต่อ อย่างไรก็ตาม ด้วยแนวปฏิบัติ และกฎระเบียบที่หลากหลาย ส่งผลให้องค์กรมีการจัดเก็บและเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนในระดับที่แตกต่างกัน อีกทั้งกลุ่มบริษัทขนาดกลางและเล็กอาจยังมีความพร้อมในการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนไม่มากนักทั้งในด้านทรัพยากรและความตื่นตัว

การรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กรที่เพิ่มขึ้น อาจไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพของข้อมูลความยั่งยืนที่เพิ่มขึ้น และอาจไม่ได้สะท้อนว่าองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ หรือมีการผนวกแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นทางด้านความยั่งยืนเข้าไปในการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างแท้จริง การใช้ผู้สอบทานอิสระในการตรวจสอบข้อมูลในรายงานความยั่งยืน และกระบวนการวิเคราะห์ประเด็นที่มีนัยสำคัญ (Materiality Analysis หรือ Materiality Assessment) ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในการยกระดับการเปิดเผยข้อมูลองค์กรอาจถูกมองข้ามหรือไม่ได้รับความสำคัญ

เอกสารสรุปงานวิจัย และบทสรุปเชิงนโยบายนี้จัดทำขึ้นจากข้อมูลในรายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการสำรวจการจัดทำรายงานความยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย” เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้ม และวิธีปฏิบัติในการจัดทำรายงานความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย และมุ่งส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นความสำคัญของกระบวนการกำหนดประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยรายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SET100 ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2558-2564 และข้อมูลจากกรณีศึกษาทั้งหมด 10 บริษัทจากกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารสรุปงานวิจัย และบทสรุปเชิงนโยบายชิ้นนี้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 บท บทแรกนำเสนอผลการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนกลุ่มบริษัทในดัชนี SET100 บทที่สองนำเสนอการถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบริษัท 10 แห่งจากกลุ่มตัวอย่างโดยครอบคลุมกลุ่มธุรกิจและลักษณะการเปิดเผยที่ต่างกัน บทสุดท้ายนำเสนอสรุปประเด็นสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานกำกับดูแล ตลาดหลักทรัพย์ฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับการเปิดเผยความยั่งยืนองค์กรของบริษัทจดทะเบียนไทย

สารบัญ

บทที่ 1: แนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กร.....	4
1.1 แนวปฏิบัติ และกฎระเบียบการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กร	4
1.2 ผลการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทในดัชนี SET100.....	4
บทที่ 2: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กร.....	8
2.1 แนวปฏิบัติที่เป็นจุดเด่นในกระบวนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน	8
2.2 ความท้าทายในกระบวนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน.....	12
บทที่ 3: แนวทางสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	14
3.1 แนวทางสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืน	14
3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	16
เกี่ยวกับเอกสารนี้	18
เกี่ยวกับหน่วยงานผู้จัดทำ	18

บทที่ 1: แนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กร

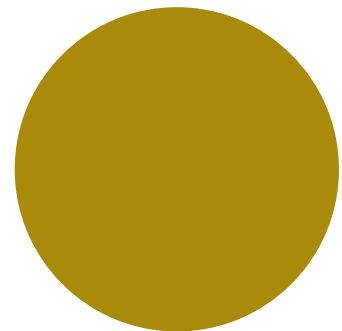
1.1 แนวปฏิบัติ และกฎระเบียบการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กร

ในปัจจุบันการเปิดเผยข้อมูล และการจัดทำรายงานความยั่งยืนไม่ได้มีกฎเกณฑ์ ข้อบังคับเกี่ยวกับมาตรฐาน กรอบแนวคิด หรือแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและตายตัว โดยองค์กรหรือบริษัทต่าง ๆ สามารถเลือกใช้มาตรฐาน กรอบแนวคิด หรือแนวทางปฏิบัติได้หลากหลาย ทำให้องค์กรที่จัดทำรายงานสามารถกำหนดขอบเขต และความลึกของประเด็นเกี่ยวกับความยั่งยืนที่ต้องการเปิดเผยในรายงานความยั่งยืนได้อย่างอิสระ

Global Reporting Initiative (GRI) เป็นมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนระดับสากลที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดย GRI เป็นมาตรฐานที่ให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม กรอบการเปิดเผยข้อมูลที่พัฒนาขึ้นภายหลัง GRI ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญทางการเงินมากขึ้น เช่น กรอบ The Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) ที่เน้นการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ หรือ IFRS Sustainability Disclosure Standards ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลเพื่อสนองความต้องการของนักลงทุนในการประเมินมูลค่าของกิจการจากการผนวกประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าไปด้วย มาตรฐานที่กล่าวมาข้างต้นยังไม่ได้เป็นข้อกำหนดบังคับสำหรับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนในประเทศไทย

สำหรับมาตรฐาน กรอบแนวคิด และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนในประเทศไทยนั้น องค์กรหลักที่ได้พัฒนาระบบ หรือแนวทางต่าง ๆ เพื่อช่วยธุรกิจในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืน คือ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉพาะข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูล 56-1 One Report ที่ทางก.ล.ต. บังคับใช้ในการเปิดเผยข้อมูลปีพ.ศ. 2564 ซึ่งมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กรเพิ่มเติมจากรายงานประจำปีรูปแบบเดิมโดยเพิ่มการเปิดเผยข้อมูลของมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ขององค์กรเข้าไปด้วย รวมถึงการพัฒนา ESG Data Platform โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อยกระดับการเปิดเผย และเก็บข้อมูลความยั่งยืนองค์กรด้วย

“แนวปฏิบัติ และกฎระเบียบการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กรมีทั้งแบบภาคสมัครใจ และภาคบังคับ”



1.2 ผลการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทในดัชนี SET100

เพื่อเป็นการฉายภาพแนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ทางทีมวิจัยได้สำรวจข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในดัชนี SET100 โดย

ประเด็นที่เก็บข้อมูลครอบคลุมประเด็น 5 ส่วนหลัก ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการจัดทำรายงานความยั่งยืน 2) ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐาน หรือกรอบการรายงานที่บริษัทใช้ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) 4) การใช้ผู้สอบทานอิสระในการให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อมูลที่นำเสนอในรายงานความยั่งยืน และ 5) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญ

จากการสำรวจข้อมูลการจัดทำรายงานความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SET100 ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2558-2564 พบว่าในปีพ.ศ. 2558 มีบริษัทจากกลุ่มตัวอย่างเพียง 40% ที่จัดทำรายงานแบบแยกเล่ม แต่ตัวเลขดังกล่าวเพิ่มมาอยู่ที่ 51% ในผลการสำรวจปี พ.ศ. 2564 สัดส่วนการจัดทำรายงานแบบแยกเล่มอาจไม่สูงมากนักซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่บริษัทจดทะเบียนบางแห่งไม่ได้ทำรายงานความยั่งยืนแยกเล่มหลังจากที่นโยบาย 56-1 One Report ถูกบังคับใช้ (ดูรูปที่ 2 เพิ่มเติม)

อย่างไรก็ตามประเด็นใน Materiality Matrix ควรเชื่อมเข้ากับตัวชี้วัดขององค์กร เพื่อผนวกประเด็นดังกล่าวเข้ากับกลยุทธ์ และการลดผลกระทบเชิงลบ และ/หรือเพิ่มผลกระทบเชิงบวกขององค์กร จากการสำรวจข้อมูลพบว่าสัดส่วนของบริษัทที่เปิดเผยมูล Materiality Matrix ที่เชื่อมประเด็นบน Materiality Matrix เข้ากับตัวชี้วัดมีปริมาณมากขึ้นจาก 45% ในปี พ.ศ. 2558 เป็น 64% ในปี พ.ศ. 2564 ในขณะที่บริษัทที่เปิดเผยมูล Materiality Matrix ยังเชื่อมโยงประเด็นที่มีนัยสำคัญบน Materiality Matrix เพียงบางประเด็นเท่านั้นกับตัวชี้วัด หรือไม่มีการเชื่อมโยงประเด็นบน Materiality Matrix กับตัวชี้วัดเลย

นอกจากนี้บริษัทส่วนใหญ่ที่เปิดเผยมูล Materiality Matrix จะเปิดเผยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดประเด็นดังกล่าวด้วย แต่บางบริษัทอาจไม่ได้นำเสนอรายละเอียดที่จำเป็นควบคู่กันไปโดยเฉพาะ-

การเปิดเผยเกี่ยวกับความถี่ในการจัดกระบวนการรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงความชัดเจนเกี่ยวกับผู้ที่เข้าร่วมกระบวนการ และช่องทางการรับฟังเพื่อให้ได้มาซึ่งประเด็นที่มีนัยสำคัญ

หากมองถึงมาตรฐาน หรือกรอบการเปิดเผยข้อมูลที่บริษัทจากกลุ่มตัวอย่างใช้จะเห็นว่าบริษัทสามารถเลือกใช้มาตรฐาน หรือกรอบที่ค่อนข้างหลากหลาย จากข้อมูลการสำรวจพบว่ากรอบ SDGs เป็นหนึ่งในกรอบที่บริษัทใช้เป็นแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลองค์กร จากการสำรวจพบว่าบริษัท 14% ในปีพ.ศ. 2558 จากกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวถึง SDGs ในรายงานของบริษัทมาเป็น 90% ในปีพ.ศ. 2564 สัดส่วนบริษัทที่กล่าวถึง SDGs ในรายงาน รวมการกล่าวถึง SDGs ในทุกรูปแบบ คืออาจเป็นการกล่าวถึงแบบไม่มีการเชื่อมกับเป้าหมาย SDGs ใด ๆ หรือเป็นการกล่าวถึงแบบเจาะจง SDGs บางเป้าหมาย หรือเป็นการกล่าวถึงแบบเจาะจง SDGs ทุกเป้าหมาย ส่วนใหญ่แล้วบริษัทในกลุ่มเป้าหมายกล่าวถึง SDGs แบบเจาะจงบางเป้าหมายเท่านั้น โดยเฉพาะเป็นเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก ยิ่งไปกว่านั้นผลการสำรวจพบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา บริษัทที่กล่าวถึง SDGs ในรายงานมากกว่า 80% ได้เชื่อมโยง SDGs เข้ากับตัวชี้วัดขององค์กร เพื่อเพิ่มความชัดเจนในการส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนี้ GRI ก็ยังเป็นอีกมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก จะเห็นได้จากสัดส่วนของบริษัทที่เปิดเผยมูล GRI Content Index ที่เพิ่มขึ้นจาก 36% ในปีพ.ศ. 2558 เป็น 66% ในปีพ.ศ. 2564

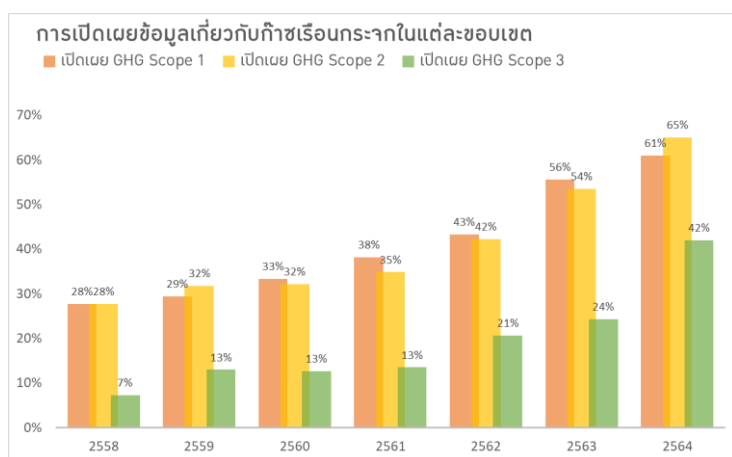
ตารางที่ 1 สรุปสัดส่วนของบริษัทที่ใช้กรอบการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ

	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
SDGs	14%	36%	43%	54%	65%	75%	90%
GRI	36%	42%	44%	48%	53%	60%	66%
CDP	8%	11%	9%	10%	9%	14%	15%
TCFD	0%	0%	1%	3%	7%	12%	33%

ที่มา: คณะผู้วิจัย

สำหรับกรอบการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเปิดเผยข้อมูลก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ก๊าซเรือนกระจก หรือประเด็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะมีสองกรอบด้วยกัน คือ CDP และ TCFD โดยกรอบ CDP ไม่ค่อยเป็นที่นิยมนัก ส่วนกรอบ TCFD เป็นกรอบการเปิดเผยข้อมูลที่เพิ่งเริ่มใช้ในปี พ.ศ. 2560 สัดส่วนบริษัทที่ใช้กรอบนี้เพิ่มขึ้นค่อนข้างรวดเร็วจาก 1% ในปีพ.ศ. 2560 มาเป็น 33% ในปี 2564 คาดว่าเป็นผลจากกระแสของ COP 26 และการสนับสนุนกรอบ TCFD ของก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งแนวโน้มที่ TCFD จะเป็นกรอบการเปิดเผยข้อมูลที่อาจกลายเป็นภาคบังคับในหลายประเทศทำให้แนวโน้มการใช้กรอบ TCFD เพิ่มขึ้นมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2564 มีบริษัทจากกลุ่มตัวอย่างใช้กรอบนี้ถึง 33%

ผลการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทในกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตทั้ง 3 พบว่าการเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 มีน้อยกว่า ขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 อาจเพราะการเก็บและวัดข้อมูลขอบเขตที่ 3 ยังคงมีความท้าทายมากกว่าขอบเขตอื่น ๆ สำหรับการเปิดเผยข้อมูลขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 คาดว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นข้อกำหนดของทางก.ล.ต. ให้บริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวใน 56-1 One Report ตั้งแต่ปีพ.ศ.2564 เป็นต้นมา พร้อมกับให้มีการรับรองจากผู้สอบทานอิสระ (หากยังไม่เปิดเผย หรือใช้ผู้สอบทานสามารถเปิดเผยถึงแผนการเก็บข้อมูล หรือเหตุผลได้)



รูปที่ 1 บริษัทจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับก๊าซเรือนกระจกในแต่ละขอบเขต

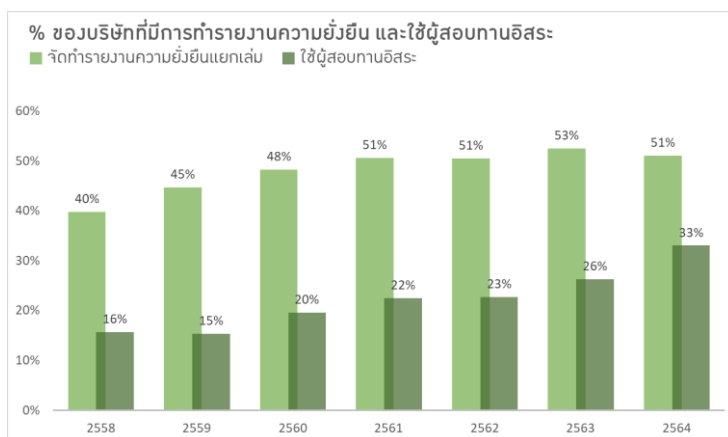
ที่มา: คณะผู้วิจัย

การให้ความสำคัญของข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ยังสะท้อนจากการที่บริษัทบางแห่งมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายเพื่อบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ผลสำรวจข้อมูลในปีพ.ศ. 2564 พบว่ามีบริษัทจากกลุ่มตัวอย่าง 27% และ 22% ที่ตั้งเป้าหมายเพื่อบรรลุ Carbon Neutrality และ Net Zero ตามลำดับ โดยมีการ

ตั้งเป้าหมาย และใช้ฐานที่ต่างกันออกไป บางบริษัทที่ตั้งเป้าหมายดังกล่าวก็อาจยังไม่มีเปิดเผยฐานที่ใช้ บางบริษัทมีการประกาศว่าบรรลุเป้าหมาย Carbon Neutrality แล้ว โดยใช้ใบรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (TGO) การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมาย Carbon Neutrality และ Net Zero ของบางบริษัทยังสะท้อนถึงการขาดความชัดเจนในการประกาศเป้าหมาย รวมถึงรายละเอียดที่เกี่ยวกับเป้าหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรต้องพัฒนาเพื่อเพิ่มความชัดเจนของข้อมูล และการเปรียบเทียบกันได้ของข้อมูล

ผลสำรวจเกี่ยวกับการใช้บริการผู้สอบทานอิสระในการให้ความเชื่อมั่นข้อมูลความยั่งยืนที่องค์กรเปิดเผยพบว่าสัดส่วนของบริษัทที่ใช้ผู้สอบทานอิสระมีมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่สัดส่วนนี้ยังคงค่อนข้างต่ำอยู่ ในปีพ.ศ. 2564 มีบริษัทในกลุ่มตัวอย่างเพียง 33% เท่านั้นที่ใช้ผู้สอบทานอิสระในการให้ความเชื่อมั่นข้อมูลที่เปิดเผยมการให้ความเชื่อมั่นส่วนใหญ่จะมีขอบเขตที่จำกัดโดยเฉพาะเจาะจงกับบางตัวชี้วัดเท่านั้น ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้สอบทานใช้กับข้อมูลความยั่งยืนส่วนใหญ่จะเป็นการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัด (Limited Assurance) ซึ่งเป็นระดับความเชื่อมั่นที่ต่ำกว่าการให้ความเชื่อมั่นข้อมูลในงบการเงินโดยผู้สอบบัญชีที่เป็นการให้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล (Reasonable Assurance) อย่างไรก็ตามผู้สอบทานอาจให้ Reasonable Assurance สำหรับบางตัวชี้วัด ในปัจจุบันแม้สัดส่วนบริษัทที่ใช้ผู้สอบทานอิสระยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีข้อบังคับที่ชัดเจน แต่การใช้ผู้สอบทานอิสระสำหรับข้อมูลความยั่งยืนองค์กรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการสอบทานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

“จำนวนบริษัทที่ใช้บริการผู้สอบทานอิสระในการให้ความเชื่อมั่นข้อมูลความยั่งยืนที่องค์กรเปิดเผยมียังคงค่อนข้างต่ำอยู่ แต่การใช้ผู้สอบทานอิสระสำหรับข้อมูลความยั่งยืนองค์กรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการสอบทานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก”



รูปที่ 2 บริษัทจากกลุ่มตัวอย่างที่มีทำรายงานความยั่งยืนแบบแยกเล่ม และใช้ผู้สอบทานอิสระ
ที่มา: คณะผู้วิจัย

บทที่ 2: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กร

นอกจากการสำรวจรายงานของบริษัทจดทะเบียนที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ทางทีมวิจัยยังได้เลือกบริษัทจากกลุ่มตัวอย่างมา 10 แห่ง¹ โดยสุ่มเลือกจากบริษัทในกลุ่มธุรกิจที่ต่างกัน และมีลักษณะการเปิดเผยข้อมูลที่ต่างกันด้วย เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร และกระบวนการเปิดเผยข้อมูล ประเด็นอิทธิพลของรางวัลและดัชนีต่าง ๆ ต่อการจัดทำรายงานและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ประเด็นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการกำหนดประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ รวมถึงการตั้งเป้าหมาย การวัดผล และรายงานผลประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และประเด็นการใช้ผู้สอบทานอิสระ ข้อมูลในส่วนนี้จะเน้นการถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่เป็นจุดเด่น และความท้าทายในกระบวนการจัดทำรายงานความยั่งยืนของบริษัทในกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว

2.1 แนวปฏิบัติที่เป็นจุดเด่นในกระบวนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน

1) ความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร และกระบวนการเปิดเผยข้อมูล

ข้อมูลจากกรณีศึกษาชี้ให้เห็นว่าการสนับสนุนจากผู้บริหาร หรือ Tone from the top เป็นจุดสำคัญในการบริหารจัดการความยั่งยืนองค์กร นอกจากนี้โครงสร้างองค์กรส่งผลต่อการนำนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กรผนวกเข้าสู่งานดำเนินงานในระดับต่าง ๆ รวมถึงการเก็บข้อมูลความยั่งยืนองค์กรเพื่อการวัดผล และการสร้างความเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

บางองค์กรที่มีทรัพยากรเพียงพออาจมีฝ่ายงานความยั่งยืนแยกออกมาชัดเจน บางองค์กรอาจมีฝ่ายงานด้านความยั่งยืนอยู่ภายใต้ฝ่ายงานใหญ่อื่น ๆ เช่น ฝ่ายงานกลยุทธ์ ในขณะที่บางองค์กรที่เพิ่งเริ่มดำเนินการด้านความยั่งยืนอาจตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืนที่ประกอบด้วยสมาชิกจากหลายฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ไม่一定会เป็นการวางหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านความยั่งยืนองค์กรในรูปแบบใดก็ตาม หัวใจสำคัญอยู่ที่การผนวกและประสานงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านความยั่งยืนให้การทำงานที่สอดคล้องกับการกำหนดกลยุทธ์องค์กร เพื่อทำให้เกิดการตั้งเป้าหมายสอดคล้องกับหน่วยปฏิบัติการต่าง ๆ และมีการเก็บข้อมูลความยั่งยืนองค์กรที่เป็นระบบ

หนึ่งในตัวอย่างจากกรณีศึกษา คือ การที่บริษัทมีฝ่ายงานความยั่งยืนองค์กรซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดทำรายงานความยั่งยืน จัดทำและเสนอ KPIs ด้านความยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับฝ่ายงานกลยุทธ์องค์กร และฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้การขับเคลื่อนทั้งองค์กรในประเด็นดังกล่าวเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยการตั้ง KPIs ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนจะมีการตั้งให้เชื่อมโยงกับการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายในองค์กร เพื่อให้ประเด็นด้านความยั่งยืนสอดคล้อง และแทรกซึมเข้าไปในกระบวนการทำงาน มากกว่าการมองว่าเป็นส่วนเพิ่ม หรือภาระเพิ่มที่ไม่เกี่ยวกับงาน โดยตั้งทั้ง KPIs และเป้าหมายด้วย นอกจากนี้มีบริษัทหนึ่งระบุว่าทางบริษัทใช้กระบวนการเปิดเผยข้อมูล และการจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นเครื่องมือในการสรุปผลการดำเนินงานให้หน่วยงานภายในแต่ละฝ่ายทราบ เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงาน

¹ 10 แห่ง ประกอบด้วย MINT, STGT, SCB, AEONTS, IVL, AP, BCP, HMPRO, VGI และ ADVANC

“การตั้ง KPIs ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนจะมีการตั้งให้เชื่อมโยงกับการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายในองค์กรเพื่อให้ประเด็นด้านความยั่งยืนสอดคล้อง และแทรกซึมเข้าไปในกระบวนการทำงานมากกว่าการมองว่าเป็นส่วนเพิ่ม หรือภาระเพิ่มที่ไม่เกี่ยวกับงาน”

อีกตัวอย่างหนึ่งจากกรณีศึกษาแสดงให้เห็นว่าถึงแม้บริษัทจะเพิ่งเริ่มดำเนินการเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และยังไม่มียุทธศาสตร์ความยั่งยืนเป็นทีมแยกชัดเจน แต่มีการตั้งคณะทำงานเฉพาะขึ้นมาซึ่งมีบุคลากรจากหลายแผนกเข้ามาช่วยรวบรวมข้อมูล และวางแผนงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังเลือกใช้ทีมที่ปรึกษาจากภายนอกเข้ามาช่วยในการพัฒนาการเก็บ และเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนและพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูล และการดำเนินงานต่อไป

บริษัทที่มีความพร้อมอาจมีหน่วยงานกำกับดูแลด้านความยั่งยืน รวมถึงคณะทำงานหลายหน่วยงาน ที่มีหน้าที่ชัดเจนทำให้มีการทำงาน และกระจายงานอย่างเป็นระบบ โดยโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนจะเน้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ความยั่งยืน นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปใช้ตัดสินใจ ไม่เพียงเน้นเรื่องการเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำรายงานความยั่งยืนเท่านั้น

การทำงานในลักษณะนี้จะทำให้ประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ พร้อมกับ ตัวชี้วัด และเป้าหมายสอดคล้องไปกับกลยุทธ์ภาพใหญ่ขององค์กร และผลักดันให้เกิดการปฏิบัติจริงในระดับปฏิบัติการด้วย

2) การจัดเก็บข้อมูลความยั่งยืนขององค์กรอย่างเป็นระบบช่วยลดภาระ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

องค์กรต้องจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน เพื่อใช้ในการบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน และใช้ในการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งการเก็บข้อมูลต้องอาศัยความร่วมมือจากฝ่ายงานภายในที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ดังนั้นการพัฒนาระบบฐานข้อมูลมีความสำคัญในการจัดเก็บ ส่งผ่าน และเรียกดูข้อมูลความยั่งยืนย้อนหลัง พร้อมทั้งยังอำนวยความสะดวกและเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัทอีกด้วย ข้อมูลจากบริษัทกลุ่มตัวอย่างพบว่า ทุกบริษัทได้พัฒนาระบบการเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืน โดยระบบดังกล่าวสามารถแบ่งกว้าง ๆ ออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การพัฒนาซอฟต์แวร์ที่เป็นฐานข้อมูลส่วนกลาง โดยฝ่ายงานเจ้าของข้อมูลทุกส่วนสามารถส่งข้อมูลเข้าระบบได้โดยตรง 2) การจัดเก็บข้อมูลเป็นฐานข้อมูลในซอฟต์แวร์ส่วนกลาง และการจัดเก็บข้อมูลบางประเด็นแยกส่วนโดยใช้โปรแกรม Excel และ 3) การจัดเก็บข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Excel

รูปแบบข้างต้นขึ้นอยู่กับทรัพยากร ความพร้อม และความต้องการของบริษัท ซึ่งหากมีการผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนเข้าสู่ระบบส่วนกลางได้มากเท่าใด ก็จะทำให้เกิดการใช้ข้อมูลนั้นในระดับองค์กรและลงไปสู่ระดับปฏิบัติการยิ่งขึ้น

ข้อมูลจากกรณีศึกษาชี้ว่าการจัดทำซอฟต์แวร์ และฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนขององค์กรภายในทำให้การรวบรวมข้อมูลเป็นไปได้ง่าย และแม่นยำ รวมถึงง่ายต่อการที่หน่วยงานภายในต่าง ๆ จะนำไปใช้ต่อยอดด้วย บางบริษัทให้ฝ่ายการเงินและบัญชี ซึ่งเป็นศูนย์กลางของข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน เข้ามามีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงิน โดยเชื่อมกับเส้นทางของข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้น ทำให้เห็นภาพการผนวกข้อมูลทั้งสองส่วนเข้าด้วยกันในการตัดสินใจ เช่น การที่ฝ่ายการเงินและบัญชี เข้ามามีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรโดยเก็บข้อมูลจากเส้นทางการเบิกเงินค่าเดินทาง ที่อนาคตอาจพัฒนาสู่การทำ Carbon Budget ที่ละเอียดขึ้น อีกกรณีหนึ่งเป็นตัวอย่างฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในองค์กรที่มีการเก็บในฐานข้อมูลที่ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

พัฒนาขึ้น ทำให้การส่งข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนมีติดตัวกล่าวเพื่อการดำเนินนโยบาย และเปิดเผยข้อมูลก็ง่ายขึ้น

การมีกระบวนการสำหรับรวบรวมข้อมูลความยั่งยืนจากแผนกต่าง ๆ และความคาดหวังที่ชัดเจนช่วยสร้างความเข้าใจตรงกันระหว่างหน่วยงานเจ้าของข้อมูลกับทีมที่จัดทำรายงานความยั่งยืน

3) กระบวนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน และดัชนี หรือรางวัลด้านความยั่งยืนเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปรับการดำเนินงาน

บริษัทจากกรณีศึกษามีการใช้กระบวนการเปิดเผยข้อมูล และจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นเครื่องมือในการสรุปผลการดำเนินงานให้หน่วยงานภายในแต่ละฝ่ายทราบ เพื่อให้เกิดการนำข้อมูลนี้ไปปรับปรุงการดำเนินงาน รวมถึงมีการให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนไปใช้วิเคราะห์ต่อเพื่อสร้างประโยชน์ทางธุรกิจให้บริษัท ไปพร้อมกับสร้างผลกระทบเชิงบวกให้สิ่งแวดล้อมและสังคม

กระบวนการเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนเพื่อเปิดเผยข้อมูลตามกรอบ หรือมาตรฐานต่าง ๆ นั้น ช่วยสร้างหลัก หรือระบบให้บริษัททำความเข้าใจถึงข้อมูลที่บริษัทมี หรือการดำเนินงานที่ทำไปแล้ว และหาจุดที่ต้องพัฒนาต่อในอนาคต นอกจากกรอบการเปิดเผยข้อมูลอย่าง GRI แล้ว หลายบริษัทได้มีการนำกรอบ SDGs เข้ามาใช้ในการเปิดเผยข้อมูลด้วย บางบริษัทใช้กรอบ SDGs เป็นเครื่องมือในการมองประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ Top-down ที่เชื่อมโยงเป้าหมาย SDGs กับกิจกรรมขององค์กรที่ตอบโจทย์ SDGs แต่ละข้อ และเชื่อมโยง SDGs กับประเด็นที่มีนัยสำคัญ รวมถึงตัวชี้วัดที่ชัดเจนด้วย

“การเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนเพื่อเปิดเผยตามกรอบ หรือมาตรฐานต่าง ๆ นั้น ช่วยสร้างหลัก หรือระบบให้บริษัททำความเข้าใจถึงข้อมูลที่บริษัทมี หรือการดำเนินงานที่ทำไปแล้ว และหาจุดที่ต้องพัฒนาต่อในอนาคต”

ในกรณีของบริษัทที่เปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนมาสู่สาธารณะหนึ่งแล้ว ประโยชน์ที่ได้รับจากกระบวนการดังกล่าวรวมถึงการเก็บข้อมูลที่ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ขององค์กร โดยฝ่ายงานอื่น ๆ สามารถดึงข้อมูลที่มีไปใช้เพื่อทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และตอบโจทย์ด้านความยั่งยืนมากขึ้นด้วย เช่น การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับค่าไฟที่สูงขึ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุนติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่ม ทำให้มาตอบโจทย์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 และตอบโจทย์ธุรกิจในด้านการประหยัดค่าไฟ เป็นต้น

นอกจากกระบวนการเปิดเผยข้อมูลแล้ว บริษัทกลุ่มตัวอย่างบางแห่งได้กล่าวถึงดัชนีและรางวัลที่ข้องเกี่ยวกับความยั่งยืนว่าเป็นเหมือนจุดเริ่มต้นที่กระตุ้นให้องค์กรหันมาสนใจเรื่องการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เพราะเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารหรือบุคลากรภายในหันมาสนใจประเด็นด้านความยั่งยืนมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสื่อสารให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เห็นผลลัพธ์ของการดำเนินงานข้างต้นอีกด้วย แต่นอกเหนือจากผลลัพธ์ในแง่การได้เข้าร่วมดัชนี หรือการได้รางวัล เครื่องมือเหล่านี้ยังเป็นกรอบที่ชี้ให้เห็นว่าข้อมูลประเด็นใดมีความสำคัญ ทำให้องค์กรที่เข้าร่วมเริ่มเก็บข้อมูล และทำให้เกิดการเปรียบเทียบข้อมูล และผลการดำเนินงาน (benchmark) เพื่อศึกษาการเปิดเผยข้อมูล และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนจากกลุ่มบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ดีทั้งในอุตสาหกรรมเดียวกันและอุตสาหกรรมอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม ดัชนี หรือรางวัลข้างต้นอาจไม่ได้เป็นการบ่งชี้ถึงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรทั้งหมด เพราะการประเมินจะอิงกับการตอบคำถาม และให้ข้อมูล ซึ่งการที่คะแนนของบริษัทดีขึ้นได้

ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะการเปิดเผยข้อมูลหรือการตอบคำถาม ข้อมูลจากบริษัทในกรณีศึกษาหนึ่งชี้ว่าองค์กรอาจพิจารณาสร้างสมดุลระหว่างการลงทุนเพื่อการเพิ่มคะแนน และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระดับปฏิบัติการด้วย

4) การรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสื่อสารข้อมูลความยั่งยืนองค์กร

หนึ่งในขั้นตอนสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กรคือ การเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร บริษัทจากกรณีศึกษาชี้ว่ากระบวนการเปิดเผยข้อมูลจะเริ่มที่การรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญ โดยมีการนำประเด็นที่มีนัยสำคัญเป็นแกนหลักในการจัดทำรายงานความยั่งยืน ทำให้ข้อมูลที่เปิดเผยสามารถใช้สื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ เนื่องจากยังไม่มีกฎหมายตายตัวในแง่การจัดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บางบริษัทอาจทำทุก 1-3 ปี บางบริษัทก็มีการทำกระบวนการนี้เอง หรือบางบริษัทก็ใช้ที่ปรึกษาเข้ามาช่วยทำกระบวนการ

หลายบริษัทจากกรณีศึกษาได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ซึ่งการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนองค์กรก็เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ช่วยสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกไป เช่น บางบริษัทจากกรณีศึกษามีการอัปเดตและแชร์ข้อมูลความยั่งยืนของหน่วยธุรกิจที่อยู่ในภูมิภาคที่ต่างกันของธุรกิจในเรื่อง ทำให้หน่วยธุรกิจดังกล่าวเรียนรู้ที่จะรับมือกฎระเบียบ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เปลี่ยนแปลงไปได้ทันทั่วทั้งที่ เช่น กฎหมาย และความคาดหวังของผู้บริโภคในมิติสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเด็นนี้ในประเทศไทยอาจยังไม่เข้มข้นเท่าต่างประเทศ การแชร์ข้อมูลส่วนนี้ของบริษัทในเครือทำให้หน่วยธุรกิจในไทยสามารถเรียนรู้ และนำมาปรับใช้เพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตได้

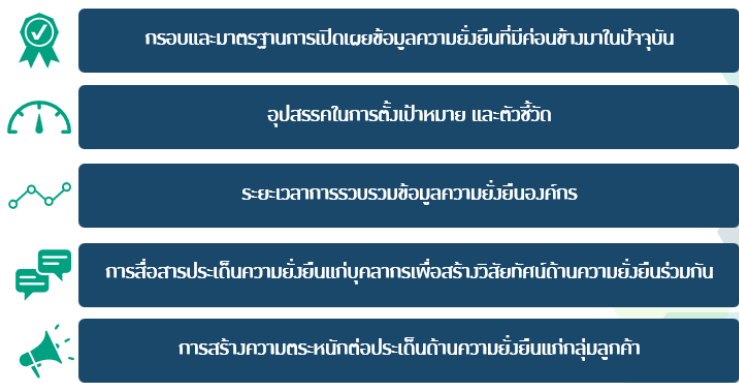
กรณีศึกษาจากบริษัทหนึ่งแสดงถึงตัวอย่างการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่าง NGOs โดยบริษัทจะมีทีม Advocacy ที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อสื่อสาร และให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มดังกล่าวที่มีความต้องการข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวกับประเด็นความยั่งยืนองค์กร อีกตัวอย่างหนึ่งจากกรณีศึกษาคือ การมีทีมชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) ที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับชุมชนในละแวกที่บริษัทเข้าไปติดตั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน นอกจากนี้ทางทีมยังหาโอกาสช่วยบรรเทาปัญหาของชุมชน เช่น ช่วยตอบโจทย์การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก

ในแง่ของการสื่อสารข้อมูลความยั่งยืนองค์กรนั้นไม่ได้จำกัดรูปแบบอยู่ที่การเปิดเผยข้อมูลในรูปแบบรายงานเพียงอย่างเดียว บางบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลในรูปแบบหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้สะดวก ตัวอย่างหนึ่งจากกรณีศึกษาแสดงให้เห็นถึงแนวปฏิบัติของบริษัทหนึ่งที่มีการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนองค์กรในรูปแบบที่ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกดูข้อมูลความยั่งยืนตามกรอบ มาตรฐาน หรือดัชนีต่าง ๆ ตามการกรองจากलिस्ट Drop-down ได้ ทำให้การใช้ และเข้าถึงข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำได้ง่ายขึ้น

5) การพิจารณาเลือกผู้สอบทานให้เหมาะสม

บริษัทจากกรณีศึกษาทั้งบริษัทที่ใช้ผู้สอบทานแล้ว หรือพิจารณาจะใช้ในอนาคตได้แสดงข้อคิดเห็นในแง่เกณฑ์การเลือกผู้สอบทานที่ค่อนข้างสอดคล้องกันว่าจะพิจารณาจากความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ ความเข้าใจถึงอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินการ และความเข้าใจกรอบการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างมาตรฐาน GRI เป็นหลัก ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ เช่น ความสามารถในการให้คำแนะนำ พร้อมเสนอมุมมองใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานของบริษัทที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการสอบทานข้อมูล เป็นต้น

2.2 ความท้าทายในกระบวนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน



รูปที่ 3 สรุปภาพรวมความท้าทายในกระบวนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน

ที่มา: คณะผู้วิจัย

1) กรอบและมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนที่มีค่อนข้างมากในปัจจุบัน

ในปัจจุบันมีกรอบ และมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน รวมไปถึงรางวัล และดัชนีจำนวนมาก ในมุมหนึ่งก็เป็นประโยชน์แก่บริษัทเพื่อให้เป็นหลักในการพัฒนาการเปิดเผยข้อมูล แต่อีกมุมหนึ่งการที่มีกรอบหรือมาตรฐานจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้น ทำให้เกิดคำถามว่าบริษัทควรเริ่มต้น และให้ความสำคัญแก่มาตรฐานใดบ้าง เพราะการเก็บข้อมูล และการเปิดเผยข้อมูลเป็นการเพิ่มภาระด้านค่าใช้จ่าย โดยภาระดังกล่าวจะยิ่งทวีความรุนแรงแก่กลุ่มบริษัทขนาดเล็กกลางมาที่เพิ่งเริ่มดำเนินงานด้านความยั่งยืน

2) อุปสรรคในการตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัด

มีหลายบริษัทที่สะท้อนถึงความท้าทายในการตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัดโดยเฉพาะเป้าหมาย และตัวชี้วัดในมิติสังคม ตัวอย่างที่พบบ่อยจากกรณีศึกษาคือ ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องการระบุสัดส่วนของพนักงานตามเพศ บางบริษัทยอมรับว่าถึงแม้ว่าบริษัทจะดำเนินการไม่ได้ตามความคาดหวังที่เป็นมาตรฐานสากล แต่ไม่ได้หมายความว่าคัดเลือกพนักงานไม่ยุติธรรม หรือมีการกีดกันทางเพศ โดยให้เหตุผลเพิ่มเติมว่าบางตำแหน่งงาน หรืองานบางลักษณะอาจมีบุคลากรเป็นเพศใดเพศหนึ่งมากกว่า ดังนั้นเวลามองประเด็นเรื่องการรักษาสมดุลเรื่องเพศในตำแหน่งงาน อาจต้องพิจารณาถึงบริบทด้วย

นอกจากนี้การตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่ตอบโจทย์ทั้งเรื่องความยั่งยืน และเรื่องการค้าเงินธุรกิจนั้นก็อีกหนึ่งความท้าทายเช่นกัน เพราะการตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัดดังกล่าวต้องอาศัยความเข้าใจทั้งสองด้าน

ประเด็นความท้าทายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัดรวมถึงการตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับประเด็น SDGs รวมถึงการตั้งเป้าหมายการบรรลุ Net Zero ที่นอกจากจะมีความท้าทายในแง่การเก็บข้อมูลแล้ว ยังมีความท้าทายในการขาดทิศทางการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดระดับประเทศที่ชัดเจน ซึ่งกระทบต่อการตั้งเป้าหมาย และตัวชี้วัดนี้ขององค์กรโดยตรง

3) ระยะเวลาการรวบรวมข้อมูลความยั่งยืนขององค์กร

เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนขององค์กรมีค่อนข้างมาก ทำให้หลายบริษัทมีความท้าทายในแง่การเก็บรวบรวมข้อมูล ยิ่งไปกว่านั้นผู้สอบทานข้อมูลก็อาจใช้เวลาค่อนข้างมากในการสอบทานข้อมูลเช่นกัน ถึงแม้การเปิดเผยข้อมูลองค์กรจะเน้นให้ครอบคลุมประเด็นที่มีนัยสำคัญ แต่ประเด็นดังกล่าวบวกกับข้อกำหนดการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อบังคับ และเป็นไปตามกรอบการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ก็ยังมีข้อมูลที่ค่อนข้างเยอะ

หนึ่งในวิธีการจัดการกับความท้าทายนี้คือการลงทุนในระบบจัดเก็บจัดการข้อมูลซึ่งจะช่วยเร่งระยะเวลาการรวบรวมข้อมูลจากส่วนงานต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตามบริษัทที่ยังมีทรัพยากรไม่มากพออาจไม่ได้รับการจัดสรรเงินทุนที่เพียงพอในการพัฒนาระบบดังกล่าว

4) การสื่อสารประเด็นความยั่งยืนแก่บุคลากรเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืนร่วมกัน

อีกหนึ่งความท้าทายที่หลายบริษัทสื่อออกมาในทิศทางเดียวกันคือ การสื่อสารการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปสู่ฝ่ายงานต่าง ๆ ในองค์กร โดยทำให้เห็นภาพไปในทางเดียวกัน แม้หลายบริษัทมีการตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วยตัวแทนจากฝ่ายงานต่าง ๆ โดยมีทีมที่ดูแลด้านความยั่งยืนเป็นผู้ประสาน แต่ไม่ใช่ทุกฝ่ายงานที่จะมองเห็นถึงความเกี่ยวข้องของฝ่ายตนเองกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โครงสร้างการทำงานที่มีการแบ่งฝ่ายแบบแยกส่วนงานอย่างชัดเจนจึงมีความท้าทายในการสื่อสารประเด็นความยั่งยืนองค์กรให้กระจายไปทุกแผนก โจทย์คือการวางโครงสร้างองค์กรที่เน้นการกำกับดูแล และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบองค์รวมมากขึ้น

อย่างไรก็ดีบริษัทจากกรณีศึกษาได้พยายามขยายการสื่อสารให้ครอบคลุมพนักงานมากที่สุดผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น การสื่อสารผ่านรางวัลความยั่งยืนที่บริษัทได้รับ การผนวกความยั่งยืนเข้าไปในการประชุมรวมทั้งองค์กร (Town Hall) การจัดอบรมพนักงาน และการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ให้พนักงานเข้าร่วม เป็นต้น ถึงแม้เป็นความท้าทาย โดยเฉพาะในบางกรณีที่พนักงานบางส่วนยังแยกไม่ออกระหว่างการดำเนินงานด้านความยั่งยืนองค์กรและกิจกรรม CSR แต่ถ้าองค์กรสามารถสร้างความเข้าใจในหมู่พนักงานได้ก็จะทำให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนภายในองค์กร รวมถึงการจัดเก็บจัดการข้อมูลความยั่งยืนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5) การสร้างความตระหนักต่อประเด็นด้านความยั่งยืนแก่กลุ่มลูกค้า

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญกลุ่มหนึ่งของทุกบริษัทคือ ลูกค้า จากกรณีศึกษาตัวอย่างให้ เห็นว่าการให้ความสำคัญทางด้านราคาเหนือกว่าประเด็นด้านความยั่งยืนของกลุ่มลูกค้าถือเป็นความท้าทายที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กรเช่นกัน เช่น บริษัทหนึ่งให้ข้อมูลว่ากลุ่มลูกค้าของบริษัทอาจยังให้ความสำคัญไม่มากนักในเรื่องประเด็นด้านความยั่งยืน แต่ให้ความสำคัญในแง่ราคาของสินค้า และคุณภาพของวัสดุ ซึ่งอาจทำให้บริษัทยังให้ความสำคัญไม่มากนักในด้านประเด็นความยั่งยืนตามไปด้วย

อีกตัวอย่างหนึ่งที่ถึงแม้ว่าบริษัทจะให้ความสำคัญด้านความยั่งยืน และพยายามเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น โดยใช้นวัตกรรมในการออกแบบ และการประชาสัมพันธ์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่อาจได้ผลดีมานัก เพราะมีปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทเข้ามากระทบพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น ความอ่อนไหวต่อราคาในสินค้าบางประเภท รวมถึงการเพิ่ม/ลดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าที่เป็นมิตร/ภัยกับสังคม และสิ่งแวดล้อมในแง่นโยบายระดับประเทศ เป็นต้น

บทที่ 3: แนวทางสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1 แนวทางสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืน

จากข้อมูลข้างต้นทำให้คณะผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืนองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มกิจกรรมหลัก คือ 1) การประเมินประเด็นสำคัญอย่างรอบด้าน 2) การบริหารจัดการด้านความยั่งยืน และการลงมือปฏิบัติ 3) การจัดเก็บและจัดการข้อมูล และ 4) การเปิดเผยข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 10 ประเด็นสำคัญตามกลุ่มกิจกรรม ดังนี้

1) การประเมินประเด็นสำคัญอย่างรอบด้าน

1. **มีกระบวนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Materiality Analysis หรือ Materiality Assessment) เป็นหัวใจสำคัญ** ข้อมูลที่เกี่ยวกับกระบวนการดังกล่าวรวมถึงการวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์กรที่เปิดเผยมูลควรเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำ Materiality Analysis ในแง่ความถี่ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในกระบวนการด้วย ประเด็นต่าง ๆ ข้างต้นยังใช้เป็นจุดตั้งต้นในการจัดทำโครงสร้างการเปิดเผยข้อมูล ระบบเก็บข้อมูล และการประเมินผลตัวชี้วัดเพิ่มเติมหากองค์กรยังไม่เคยเก็บข้อมูลในประเด็นนั้น ๆ มาก่อน บางประเด็นที่ถูกบ่งชี้ว่าเป็นประเด็นที่มีนัยสำคัญ แต่บริษัทอาจยังไม่มีความพร้อมของข้อมูล หรือตัวชี้วัดที่ชัดเจน บริษัทควรอธิบายในรายงานถึงความคืบหน้าในการจัดเตรียมข้อมูล และตัวชี้วัดดังกล่าวด้วย
2. **ต้องรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** กระบวนการนี้ทำให้บริษัทบ่งชี้ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้ความสำคัญ รวมทั้งเข้าใจความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม เพื่อให้การตอบสนองต่อความคาดหวังเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและช่วยลดความเสี่ยงในอนาคต
3. **ใช้กรอบ SDGs ช่วยในการมองประเด็นด้านความยั่งยืนร่วมด้วย** องค์กรที่เปิดเผยมูลอาจใช้กรอบ SDGs เข้ามาช่วยในการมองประเด็นด้านความยั่งยืนในภาพใหญ่ประกอบกับมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลอื่น ๆ และใช้กรอบ SDGs เชื่อมโยงกับประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ รวมถึงกลยุทธ์องค์กร รวมทั้งกำหนดเป็นเป้าหมาย และสื่อสารผลการดำเนินงานเหล่านั้นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบ โดยอาจเริ่มจากการมองเป้าหมาย SDGs ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทขณะนี้ หรืออาจจัดลำดับความสำคัญของ SDGs แบบเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง เป็นต้น
4. **ทบทวนประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญอย่างสม่ำเสมอ** ทบทวน และปรับปรุงประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญเมื่อมีปัจจัยที่เข้ามากระทบ ปัจจัยดังกล่าว เช่น การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์หรือการดำเนินงานขององค์กร ความเสี่ยงรูปแบบใหม่ที่องค์กรต้องเผชิญ หรือ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น

2) การบริหารจัดการด้านความยั่งยืน และการลงมือปฏิบัติ

5. **มองให้ไกลกว่าแค่การเปิดเผยข้อมูล หรือจัดทำรายงาน** มองการเปิดเผยข้อมูลเป็นกรอบสะท้อนที่ช่วยให้องค์กรบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน และนำประเด็นที่สำคัญไปดำเนินการในองค์กร ข้อมูลที่เปิดเผยควรเชื่อมกับกลยุทธ์ และการดำเนินงานหลักขององค์กร นอกจากนี้การยื่นประเมินหุ้นยั่งยืน (THSI) กับตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือการประเมินแบบสากลอื่น ๆ อาจเป็นตัวผลักดันให้บริษัททราบถึงประเด็นด้านความยั่งยืนสามารถพัฒนาต่อได้ รวมถึงมีผลพลอยได้ในแง่การสร้างความรู้ความเข้าใจให้คนในองค์กร และแง่ชื่อเสียงด้วย
6. **มีโครงสร้างองค์กร และการกำกับดูแลที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านความยั่งยืน** ผู้บริหารให้ความสำคัญ (Tone from the top) นอกจากนี้ บริษัทควรจัดตั้งฝ่ายงานความยั่งยืน และคณะกรรมการที่ดูแลด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน ซึ่งบริษัทควรพิจารณาคัดเลือกคณะกรรมการที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านความยั่งยืนทั้งในภาพรวมและประเด็นเฉพาะ อย่างไรก็ตาม สำหรับบริษัทที่มีทรัพยากรจำกัด อาจพิจารณาจัดตั้งคณะทำงานที่รวบรวมสมาชิกจากหลายฝ่ายเพื่อดำเนินงานด้านความยั่งยืนแทนที่จะตั้งฝ่ายงานด้านความยั่งยืนขึ้นมา
7. **มีตัวชี้วัด และเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่เชื่อมกับกลยุทธ์ และประเด็นที่มีนัยสำคัญ** บริษัทสามารถเชื่อมประเด็นความยั่งยืนเข้าสู่ฟังก์ชันต่าง ๆ ขององค์กรผ่าน KPIs ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละส่วนงานเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และไม่เพิ่มภาระให้แก่ผู้ปฏิบัติงานโดยไม่จำเป็น การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายควรให้ข้อมูลประกอบที่เพียงพอแก่ผู้ใช้ข้อมูล เช่น ปีที่จะบรรลุเป้าหมาย ข้อมูลพื้นฐาน หรือแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนเพื่อบรรลุเป้าหมาย เพื่อลดความเสี่ยงทางด้านชื่อเสียงที่อาจถูกเรียกได้ว่าเป็นการฟอกเขียวได้

3) การจัดเก็บและจัดการข้อมูล

8. **มีเครื่องมือ และระบบการเก็บข้อมูลที่เหมาะสม** องค์กรที่เปิดเผยข้อมูลอาจพิจารณาเลือกและพัฒนาเครื่องมือการเก็บข้อมูลความยั่งยืนองค์กรให้เจ้าของข้อมูลในฝ่ายงานต่าง ๆ สามารถบันทึก และเรียกดูข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการลงทุนพัฒนาระบบอาจขึ้นอยู่กับทรัพยากร ความพร้อม ความต้องการของบริษัท รวมถึงความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลต่าง ๆ

4) การเปิดเผยข้อมูล

9. **ใช้กรอบการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นไปตามข้อบังคับ และเหมาะสมกับองค์กร** เลือกกรอบ หรือมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจน และเหมาะสมกับบริบท และทรัพยากรขององค์กร เพื่อช่วยกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญ และประเมินความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้รูปแบบการเปิดเผยข้อมูลอาจไม่ต้องจำกัดอยู่ที่การจัดทำรายงานความยั่งยืนแบบแยกเล่ม บริษัทอาจพิจารณาเปิดเผยข้อมูลใน 56-1 One Report หรือเปิดเผยในเว็บไซต์ของบริษัทเพิ่มเติม หรือเปิดเผยในรูปแบบอื่นได้ ทั้งนี้การเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัทมีข้อควรระวังคือการเข้าถึงข้อมูลในปีก่อนหน้าของผู้ใช้ข้อมูลเพื่อการเปรียบเทียบ ที่ในบางกรณีหน้าเว็บไซต์ข้อมูลปีก่อนหน้าอาจหายไป หรือลิงค์เข้าสู่เว็บไซต์หน้าดังกล่าวไม่สามารถใช้งานได้

10. เพิ่มความมั่นใจให้ผู้ใช่ข้อมูลด้วยการใช้ผู้สอบทานอิสระ องค์กรที่เปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน อาจพิจารณาใช้ผู้สอบทานอิสระ โดยอาจพิจารณาขอบเขตของการสอบทานข้อมูลในประเด็นที่หน่วยงานกำกับดูแลให้ความสำคัญก่อน หรือประเด็นที่บริษัทมีข้อมูลอยู่แล้ว เช่น ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งข้อมูลที่เป็นประเด็นที่มีนัยสำคัญขององค์กร แล้วจึงขยายขอบเขตเมื่อบริษัทมีความพร้อมมากขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

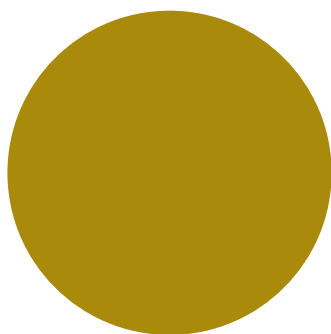
หน่วยงานกำกับดูแล ตลาดหลักทรัพย์ฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนสามารถเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กรได้อย่างราบรื่น โดยหน่วยงานข้างต้นอาจมีนโยบายดำเนินการตามข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้เพื่อให้บรรลุผลดังกล่าว

1) การออกกฎระเบียบหรือแนวปฏิบัติ

- ปัจจุบันมีมาตรฐาน กฎเกณฑ์ และกรอบการประเมินการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนค่อนข้างมากและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทางหน่วยงานกำกับดูแลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจแนะนำมาตรฐาน กฎเกณฑ์ และกรอบการประเมินต่าง ๆ ที่เหมาะสมแก่บริษัทในประเทศไทยเพื่อให้บริษัทเหล่านั้นสามารถปฏิบัติตามได้ โดยอาจคำนึงถึงบริบทของบริษัทต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตามรายอุตสาหกรรมด้วย
- ปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดถึงระยะเวลาการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสำหรับบริษัทที่ต้องการเผยแพร่รายงานแบบแยกเล่ม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงอาจพิจารณาออกคำแนะนำเกี่ยวกับช่วงเวลาของบริษัทจะเผยแพร่รายงานรูปแบบดังกล่าว เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลจาก One Report ของบริษัทนั้น ๆ ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และทันการณ์ ในกรณีที่มีการอ้างอิงข้อมูลจากรายงานความยั่งยืนแบบแยกเล่มใน One Report ของบริษัทนั้น
- สำหรับการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้พัฒนาเครื่องมือ SET Application for Materiality Assessment เพื่อทำให้บริษัทต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการกำหนดประเด็นที่มีนัยสำคัญเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานกำกับดูแลและตลาดหลักทรัพย์ฯ อาจเน้นย้ำถึงความสำคัญของกระบวนการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน และแนะนำให้บริษัทเชื่อมโยงประเด็นเหล่านั้นเข้ากับตัวชี้วัดขององค์กรมากขึ้น รวมทั้งอาจให้แนวทางด้านความถี่ในการจัดทำกระบวนการดังกล่าว
- แนะนำแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความมุ่งมั่นเพื่อบรรลุเป้าหมาย Carbon Neutrality หรือ Net Zero เพื่อให้ความมุ่งมั่นของบริษัทต่าง ๆ ต่อเป้าหมายดังกล่าว มีความสอดคล้องกัน รวมถึงแนะนำแนวทางการเปิดเผยข้อมูลประกอบอื่น ๆ ที่จำเป็นหากบริษัทมีการเปิดเผยเป้าหมาย Carbon Neutrality หรือ Net Zero เช่น ข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลแผนการดำเนินการในแต่ละช่วงปีของบริษัทเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ประกาศไว้ หรือรายละเอียดเพิ่มเติมหากบริษัทมีการปรับเป้าหมายดังกล่าว
- การกำหนดเกณฑ์ในการใช้ผู้สอบทานอิสระ เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลเกิดความเชื่อมั่นต่อข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กร หน่วยงานกำกับดูแลอาจออกข้อบังคับให้บริษัทจดทะเบียนใช้ผู้สอบทานอิสระ อย่างไรก็ดี หน่วยงานกำกับดูแลควรกำหนดขอบเขตเป็นประเด็นรายตัวชี้วัดที่สำคัญก่อน ต่อมาควรพิจารณาหรือสำรวจความพร้อมของบริษัทจากข้อมูลความยั่งยืนที่บริษัทเปิดเผยไว้ แล้วจึงบังคับใช้ข้อกำหนดดังกล่าว

2) การสนับสนุนทางการเงินหรือการสร้างแรงจูงใจ

- หน่วยงานกำกับดูแลหรือตลาดหลักทรัพย์ฯ อาจพิจารณาสนับสนุนทางการเงิน หรือสร้างแรงจูงใจให้บริษัทจดทะเบียนต้องการใช้บริการที่ปรึกษาด้านความยั่งยืนเพื่อปรับปรุงการรายงานความยั่งยืน และกระบวนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร เช่น การอุดหนุนค่าบริการที่ปรึกษาด้านความยั่งยืน และจัดทำรายชื่อ/ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัทที่ปรึกษาแก่บริษัทจดทะเบียน



3) การเสริมสร้างศักยภาพให้แก่บริษัทจดทะเบียน

- หน่วยงานกำกับดูแล ตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ และระเบียบที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไปแก่ภาคเอกชน ช่วยวางแนวทางการปรับตัวและให้ข้อมูลผลกระทบประเด็นการเก็บภาษีคาร์บอนในอนาคต โดยชี้แจงเกี่ยวกับภาคอุตสาหกรรมที่เป็นเป้าหมายแรก แนวทางการปรับตัวของธุรกิจ และบทลงโทษ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจเน้นการสื่อสารกับบริษัทจดทะเบียนขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น โดยการจัดอบรมให้แก่บริษัทขนาดเล็กในประเด็นข้อกำหนดด้านการเปิดเผยข้อมูลตามกรอบใหม่ ๆ ซึ่งอาจขยายไปสู่การเตรียมความพร้อมแก่บริษัทขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ในแง่การเก็บ จัดเตรียม และใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืน นอกจากนี้ SMEs ต่าง ๆ อาจอยู่ในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทขนาดใหญ่ จึงอาจต้องให้ความช่วยเหลือ SMEs เหล่านี้ ในการเปลี่ยนผ่านธุรกิจสู่สังคมคาร์บอนต่ำ และประเด็นด้านความยั่งยืนองค์กรด้วย

4) การสร้าง Ecosystem ให้ครอบคลุม

- ตลาดหลักทรัพย์ฯ กำลังพัฒนา ESG Data Platform ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการรวบรวมข้อมูลด้านความยั่งยืนแก่หน่วยงานและบุคคลที่สนใจ เพื่อสามารถค้นหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม แพลตฟอร์มดังกล่าว ยังต้องปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้เป็นมิตรกับผู้ใช้มากขึ้น รวมทั้งต้องปรับหมวดหมู่การเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มให้ยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับการคำนวณหรือการเก็บข้อมูลขององค์กรบางแห่ง
- หน่วยงานกำกับดูแลและตลาดหลักทรัพย์ฯ อาจพิจารณาปรับข้อกำหนดใน 56-1 One Report ให้สอดคล้องกับข้อมูลที่บริษัทต้องกรอกใน ESG Data Platform เนื่องจากข้อมูลบางส่วนที่บริษัทต้องกรอกในแพลตฟอร์มไม่ได้เป็นข้อบังคับที่บริษัทต้องเปิดเผยใน One Report ดังนั้น บริษัทอาจไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูลบางส่วนบน ESG Data Platform เพราะเกรงว่าข้อมูลเหล่านั้นจะรั่วไหลไปยังคู่แข่งในตลาด
- พิจารณาพัฒนา Stakeholder engagement platform เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบันแสดงความคิดเห็นต่อการเปิดเผยข้อมูล หรือการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทผ่านสื่อโซเชียลค่อนข้างมาก การพัฒนา Stakeholder engagement platform จึงเป็นช่องทางในวงกว้างที่จะรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อการรวบรวมข้อมูลของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

- เพิ่มศักยภาพ รวมทั้งสร้างที่ปรึกษาและผู้สอบทานข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนที่เป็นบริษัทสัญชาติไทยเพิ่มขึ้น เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนที่ต้องการรับบริการมีทางเลือกมากขึ้น ทั้งในแง่ความเชี่ยวชาญและราคาบริการข้อมูลดังกล่าว ทั้งยังควรทำให้ผู้บริโภครู้เข้าใจประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนและความต้องการต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และโครงการที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้บริโภคจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่ตั้งคำถามและขอข้อมูลจากบริษัทด้วย

เกี่ยวกับเอกสารฉบับนี้

เอกสารฉบับนี้เป็นการสรุปผลการศึกษางานวิจัย “โครงการสำรวจการจัดทำรายงานความยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย” ซึ่งทางสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมการพัฒนาด้านทุน โดยมีระยะเวลาโครงการระหว่างเดือนมกราคม 2565 - มิถุนายน 2566 สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงานฉบับสมบูรณ์

เกี่ยวกับหน่วยงานผู้จัดทำ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยเป็นสถาบันวิจัยนโยบายสาธารณะที่ให้บริการทางวิชาการแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในการจัดทำนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทย ทีมวิจัยการดำเนินธุรกิจ และการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นทีมวิจัยที่รับผิดชอบโครงการ

กองทุนส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุน

93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
Website: www.CMDF.or.th

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ)

565 ซอยรามคำแหง 39 เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์: 02-718-5460
โทรสาร: 02-718-5461-2
Website: www.tdri.or.th