



Certificate in ESG Management Program by SET & Sasin

Self-paced online learning program

M1 Module 1 ESG Fundamentals

- S1** Session 1 Introduction to ESG
- S2** Session 2 ESG Management: Environment
- S3** Session 3 ESG Management: Social
- S4** Session 4 ESG Management: Governance

M2 Module 2 ESG Integration Management

- S1** Session 1 ESG Integration Management
- S2** Session 2 Integration - Case Studies

M3 Module 3 ESG Disclosure

- S1** Session 1 ESG Disclosure
- S2** Session 2 Data Management
- S3** Session 3 ESG Performance Assessment and Indices

M2S1

Module 2 ESG Integration Management

Session 1 ESG Integration Management



แผนผังบทเรียน



M1S1

Module 1 ESG Fundamentals
Session 1 Introduction to ESG

M1S2

Module 1 ESG Fundamentals
Session 2 ESG Management: Environment

M1S3

Module 1 ESG Fundamentals
Session 3 ESG Management: Social

M1S4

Module 1 ESG Fundamentals
Session 4 ESG Management: Governance

M2S1

Module 2 ESG Integration Management
Session 1 ESG Integration Management

M2S2

Module 2 ESG Integration Management
Session 2 Integration - Case Studies

M3S1

Module 3 ESG Disclosure
Session 1 ESG Disclosure

M3S2

Module 3 ESG Disclosure
Session 2 Data Management

M3S3

Module 3 ESG Disclosure
Session 3 ESG Performance Assessment and Indices

วัตถุประสงค์การเรียนรู้

โครงสร้างหลักสูตร	วัตถุประสงค์การเรียนรู้
Module 2 ESG Integration Management Session 1 ESG Integration Management	
1. ESG Integration at a Corporate Level	เพื่อให้ผู้เรียนสามารถ อธิบาย ความสำคัญและกระบวนการในการบูรณาการเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานด้าน ESG Development เข้ากับแผนกลยุทธ์ในระดับองค์กรได้
2. Key Steps of ESG Integration Overview	ประยุกต์ ใช้กระบวนการหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน และนำมาเป็นแนวทางการบริหารการบูรณาการ ESG ในระดับองค์กร ซึ่งมีขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ (1) Buy In (2) Materiality (3) Policy (4) Strategy (5) Implementation (6) Disclosure

แนะนำวิทยากร

M2S1

Module 2 ESG Integration Management
Session 1 ESG Integration Management

วิทยากร

คุณนรีรัตน์ สันธยาติ



M2S1

Module 2 ESG Integration Management

Session 1 ESG Integration Management

- 1. ESG Integration at a Corporate Level**
2. Key Steps of ESG Integration Overview
3. ESG Case Studies

ESG Integration at a Corporate Level

8

Philanthropy
Maximize profit → Donation



สนใจที่กำไร/ขาดทุนเป็นหลัก
และไปบริจาคในโครงการด้านสังคม/
สิ่งแวดล้อม

Sustainable Business
Focus on E/S/G



เน้นเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม
ควบคู่กับผลการดำเนินงานทางการเงิน
เพื่อบริหารความเสี่ยงและสร้างความสามารถในการแข่งขัน → ความยั่งยืน

ESG Integration at a Corporate Level

9



Risk Management



Business Opportunities

ESG Integration at a Corporate Level

10

	Strong ESG proposition (examples)	Weak ESG proposition (examples)
 Top-line growth	Attract B2B and B2C customers with more sustainable products Achieve better access to resources through stronger community and government relations	Lose customers through poor sustainability practices (e.g., human rights, supply chain) or a perception of unsustainable/unsafe products Lose access to resources (including from operational shutdowns) as a result of poor community and labor relations
 Cost reductions	Lower energy consumption Reduce water intake	Generate unnecessary waste and pay correspondingly higher waste-disposal costs Expend more in packaging costs
 Regulatory and legal interventions	Achieve greater strategic freedom through deregulation Earn subsidies and government support	Suffer restrictions on advertising and point of sale Incur fines, penalties, and enforcement actions
 Productivity uplift	Boost employee motivation Attract talent through greater social credibility	Deal with "social stigma," which restricts talent pool Lose talent as a result of weak purpose
 Investment and asset optimization	Enhance investment returns by better allocating capital for the long term (e.g., more sustainable plant and equipment) Avoid investments that may not pay off because of longer-term environmental issues	Fall behind competitors that have invested to be less "energy hungry"

ESG Integration at a Corporate Level

11

How ESG relates to corporate value



M2S1

Module 2 ESG Integration Management

Session 1 ESG Integration Management

1. ESG Integration at a Corporate Level
- 2. Key Steps of ESG Integration Overview**
3. ESG Case Studies

Key Steps of ESG Integration

6 กระบวนการหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

From Why “ESG” to “What” + “How” + “When”



Step 1: Management and Employee Buy-in

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

Roles & Responsibilities

บทบาทของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทาง กำกับดูแลในเชิงนโยบายและกลยุทธ์ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย

บทบาทของผู้บริหารและพนักงาน

ผู้บริหารระดับสูงควรมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการในการกำหนดและทบทวนทิศทาง กรอบการดำเนินงาน และเป้าหมายการดำเนินงาน ตลอดจนแสดงบทบาทความเป็นผู้นำและเป็นแบบอย่างที่ดี รวมถึงปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรให้สะท้อนแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บทบาทของ ESG Professionals

ESG Professionals สามารถทำหน้าที่เป็น Facilitator โดยสนับสนุนการทำงานและให้คำแนะนำแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ตามนโยบาย กลยุทธ์ และแผนงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน

Key Steps of ESG Integration

Step 1: Management and Employee Buy-in

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

5 Ways to Promote Engagement and Buy-in

- ☒ Share the current landscape: ESG status, risks & opportunities, gap analysis
- ☒ Spell out the business case for sustainability
- ☒ Connect everyone with tailored messages
- ☒ Co-create sustainable practices with employees
- ☒ Create sustainability knowledge and competence

Step 1: Management and Employee Buy-in

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

Outside-in

ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ
ต่อการดำเนินงานธุรกิจ



ประเด็นสำคัญ

ธุรกิจ

Inside-out

ประเด็นจากการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Material Issue ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

Double materiality considers not just the risks that material ESG issues pose to a business, but also the impact that business activities have on the environment and society.

Materiality Assessment สำคัญอย่างไร

- ช่วยให้เข้าใจว่า เรื่องใดเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นต้องความอยู่รอด และการเติบโตของธุรกิจ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย
- พัฒนาเป็นกลยุทธ์ เพื่อลดความเสี่ยง สร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

Materiality Assessment ทำอย่างไร

บริษัทควรเข้าใจบริบทของธุรกิจ (วิสัยทัศน์ พันธกิจ ห่วงโซ่คุณค่า ความเสี่ยงและโอกาส) ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ และประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจและประเด็นที่ธุรกิจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ) เพื่อวิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญ และกำหนดประเด็น Material Issues

Step 1: Management and Employee Buy-in

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

ตัวอย่าง: Material Issue ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



Corporate
Governance



Stakeholder
Governance



Access to
Basic Services



Business
Ethics



Community
Relations



Data Privacy
and Security



Resilience



Emissions,
Effluents and Waste



Carbon –
Own Operations



Carbon –
Products and Services



Environmental
and Social Impact
of Products
and Services



Human
Rights



Human Rights –
Supply Chain



Water Use –
Own Operations



Water Use –
Supply Chain



Human
Capital



Land Use
and Biodiversity



Land Use
and Biodiversity –
Supply Chain



Occupational
Health and Safety



ESG Integration –
Financials



Product
Governance



Raw Material Use

Step 2: Management and Employee Buy-in



1. วิเคราะห์บริบทของธุรกิจ

- วิสัยทัศน์ พันธกิจ ห่วงโซ่คุณค่า
- ความเสี่ยง-โอกาสของธุรกิจ
 - Current & Emerging risks (Impact / Exposure)
 - Trends & Industry practice (Leaders, Peers)

2. วิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

- กำหนดประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ
- กำหนดประเด็นที่ธุรกิจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- จัดลำดับความสำคัญของประเด็น

3. กำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

- กำหนด Material issues
- กำหนดแนวทางการบริหารจัดการ Material issues

Step 2: Materiality Assessment Tool

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

Materiality Assessment Application



รายละเอียดเพิ่มเติม

Clip สอนการใช้งาน



คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน



3. ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน (ESG Metrics) ระดับพื้นฐาน

- E** 1. นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
2. การจัดการพลังงาน
3. การจัดการน้ำ
4. การจัดการขยะและของเสีย
5. การจัดการก๊าซเรือนกระจก
- S** 1. สิทธิมนุษยชน
2. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
3. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค
4. ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม
- G** 1. นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ
2. นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน
3. การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
4. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
5. การพัฒนาวัตกรรม

คู่มือและเอกสาร



Step 3: Policy



1. กำหนดนโยบาย (+เป้าหมาย)

- กำหนดนโยบายในเรื่องที่มีผลต่อการเติบโตในระยะยาวของธุรกิจ
- กำหนดระดับของนโยบาย
 - วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม
 - Code of conduct
 - นโยบายเฉพาะด้าน
- กำหนดขอบเขตของนโยบาย
 - เฉพาะ BU / Product line
 - ทั้งองค์กร / ทั้ง Value chain

2. ประกาศนโยบายให้ทราบและปฏิบัติตาม

- ผู้มีส่วนได้เสียที่ควรรับทราบ (ภายใน / ภายนอก)
- ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม

3. ขับเคลื่อนนโยบายที่กำหนด

- จัดตั้งทีมงานขับเคลื่อนนโยบายที่กำหนด ร่วมกับฝ่ายงานต่าง ๆ

Step 3: Policy



เรื่องความยั่งยืน เป็นเรื่องของ “ทุกคน” ในองค์กร

อย่างไรก็ดี เพื่อขับเคลื่อนนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
อย่างเป็นระบบ หลายองค์กรกำหนดให้มี “ทีมงาน” ที่ทำหน้าที่
ขับเคลื่อนเรื่องความยั่งยืนขององค์กร โดยมีบทบาทในการทำงานร่วมกับ
หน่วยงานหรือฝ่ายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะของทีมงานที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนด้านความยั่งยืน

- เป็นฝ่ายงาน
- เป็นคณะทำงานข้ามสายงาน
- เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ

Step 4: Strategy



1. กำหนด Framework

- ออกแบบและพัฒนา Framework (Align กับ Framework ที่มีอยู่เดิม หรือพัฒนาขึ้นใหม่ก็ได้)

2. กำหนดกลยุทธ์

- กำหนดกลยุทธ์ที่สะท้อน Material issues บริบทการดำเนินงาน และเอกลักษณ์ขององค์กร
- ควรเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร (ระยะสั้น กลาง ยาว)

3. กำหนดแผนงานตามที่กลยุทธ์กำหนด

- กำหนดแผนงานให้สอดคล้องกับ Framework และกลยุทธ์ที่กำหนด
- ควรระบุเงื่อนไขเวลา แนวทางบริหารจัดการ และตัวชี้วัด เพื่อติดตามประเมินผลต่อเนื่อง

Step 5: Implementation

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

1. Plan

- วางแผนการดำเนินงาน

2. Do

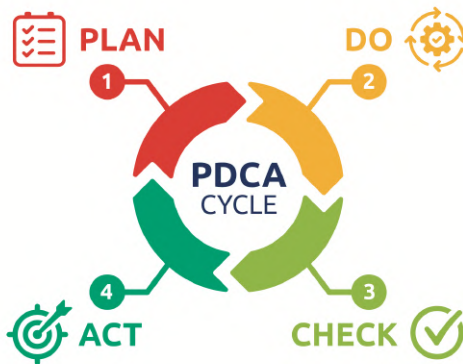
- ดำเนินงานตามแผนงาน

3. Check

- ติดตามผลการดำเนินงาน

4. Act

- พัฒนาผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง



Key Steps of ESG Integration

Step 6: Disclosure

Buy-in

Materiality

Policy

Strategy

Implementation

Disclosure

1. Plan

- กำหนดระดับของการเปิดเผยข้อมูล
- กำหนดช่องทางความถี่ และขอบเขตของการเปิดเผยข้อมูล

2. Collect & Verify

- กำหนดแนวทางการวัดและจัดเก็บข้อมูล
- จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ
- ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3. Evaluate

- วิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายและตัวชี้วัด

4. Disclose

- ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ควรรับทราบ
- สื่อสารผ่านช่องทางที่เหมาะสม

4. Review

- ประเมินผล
- ทบทวนเป้าหมาย
- พัฒนาและปรับปรุงเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

Key Steps of ESG Integration

6 กระบวนการหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

From **Why “ESG”** to **“What”** + **“How”** + **“When”**



M2S1

Module 2 ESG Integration Management

Session 1 ESG Integration Management

1. ESG Integration at a Corporate Level
2. Key Steps of ESG Integration Overview
- 3. ESG Case Studies**

Case Study : ADVANC

27

ADVANC

ADVANCED INFO SERVICE PUBLIC
COMPANY LIMITED
Market : SET TECH ICT
Index : SET50 SET100 SETHD SETESG

Vision

“มุ่งสู่การเป็น ผู้ให้บริการเทคโนโลยีดิจิทัลอัจฉริยะ
ที่ได้รับการยอมรับสูงสุดในประเทศไทย”

Missions

- ส่งมอบบริการที่เหนือกว่า เพื่อส่งเสริมการดำเนินชีวิตรวมถึงเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ใช้บริการ
- ใส่ใจบริการลูกค้า เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้บริการ
- เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่กระฉับกระเฉงให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ
มีความคิดเชิงบวก และมีแนวคิดในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ
เพื่อการเติบโตขององค์กร
- สร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

กลยุทธ์ของเอไอเอส : ก้าวสู่ผู้ให้บริการ

เทคโนโลยีอัจฉริยะ

ลูกค้า

ลูกค้าบุคคล

ลูกค้าครัวเรือน

ลูกค้าองค์กรธุรกิจ



โทรศัพท์เคลื่อนที่



อินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูง



บริการลูกค้าองค์กร



บริการดิจิทัล

ระบบนิเวศด้านสิทธิประโยชน์และการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ

ระบบสารสนเทศ

โครงข่ายอัจฉริยะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทรัพยากรมนุษย์

การระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญ

ทั้งนี้การได้มาของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมที่องค์กรธุรกิจได้ดำเนินการอยู่หรือมีแผนที่จะดำเนินการอยู่ มีความสอดคล้องกับหลักการทางธุรกิจหรือไม่ และเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับกรอบนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือไม่ หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการเหล่านี้เป็นหน่วยงานใดบ้าง และมีการติดตามประเมินผลความคืบหน้าของการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร การประเมินผลสามารถพิจารณาจากกรอบการรายงาน GRI (Global Reporting Initiative) หมวดที่ 300 หรือการเปิดเผยข้อมูลตาม Dow Jones Sustainability Index (DJSI) การรายงานการเปิดเผยข้อมูลตาม Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Global Risk Report 2021 หรือ World Economic Forum และหน่วยงานอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาว่าแผนและนโยบายการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่บริษัทได้ประกาศไว้มีความสอดคล้องกับหลักการของสหประชาชาติว่าด้วยความยั่งยืนหรือไม่ อย่างไร การดำเนินการที่สอดคล้องกับหลักการของสหประชาชาติว่าด้วยความยั่งยืน

โดยตลอดได้มีการทบทวนสำเนาความสำคัญของแต่ละประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากขอบเขตของ Double Materiality ที่ประเมินขึ้นเป็นกรณีเฉพาะสำหรับแต่ละบริษัทในธุรกิจของบริษัท และลักษณะที่เชื่อมโยงระหว่างสมรรถนะที่จับต้องได้กับผลกระทบต่อโอกาสและภัยเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นหรืออาจเกิดจากการดำเนินการธุรกิจของบริษัทผ่านกระบวนการที่ครอบคลุมของข้าพเจ้าในภาพรวมและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ขอขมาภรรยาใบไม้รัก

วัตถุประสงค์เพื่อหาข้อร่วมกันกับหัวหน้าครอบครัวการละเมิดสิทธิสตรี-เพศ
ขององค์กรสาธารณะ เพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรม
ประเพณีที่มีอิทธิพลต่อการละเมิดสิทธิสตรี-เพศและครอบครัว โดยต้อง
สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย ความเห็นขององค์กรละเมิดสิทธิสตรี-เพศ
และครอบครัว นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายให้สอดคล้องกับประเพณีที่มี
อิทธิพลต่อการละเมิดสิทธิสตรี-เพศ

ขอสงวนลิขสิทธิ์

ดำเนินการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Interest) ได้แก่ พนักงาน หน่วยงาน ภายนอก ชุมชนละสลึง สุภาพบุรุษ สุภาพสตรี ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อต้องการประเมินผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญและหาวิธีที่จะใช้ข้อมูลสำหรับการประเมินผู้มีส่วนได้เสียและผลการดำเนินงานในการดำเนินการกับผู้มีส่วนได้เสียให้ดำเนินประสิทธิภาพ

รายงานประจำปี 2561 เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องทางด้านการเงิน และนำเสนอถึงผลการดำเนินงานด้านการ
พัฒนาอย่างยั่งยืนและผลกระทบจากการดำเนินงานที่มีต่อผู้
มีส่วนได้ส่วนเสียในรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้

การทวนสอบประเด็น

การทวนสอบประเด็น

เอไอเอสเตรียมดำเนินการรวบรวมการพิจารณาจากหน่วยงาน
ข้อมูล สืบจากการมอบหมายหน่วยงานอื่นไปมีผู้มีส่วน
ได้เสีย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับ
การพัฒนาการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนในการทำธุรกิจ
รวมกับการรายงานต่อไป



Case Study : ADVANC

29

ความมุ่งมั่น	ความเสี่ยง	โอกาส
ขับเคลื่อนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ		
มุ่งพัฒนาวัฒนธรรมด้านดิจิทัล	1	
สร้างสินค้าและบริการผ่านนวัตกรรมด้านดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยและเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจ	• ความสามารถในการปรับปรุงให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัล • การแข่งขันทางด้านราคาในกลุ่มผู้ให้บริการโทรคมนาคม ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อผู้ใช้บริการลดลง • ผู้เล่นใหม่ในตลาด เช่น ผู้ให้บริการ Over-The-Top ที่เพิ่มแรงกดดันการแข่งขันด้านการให้บริการดิจิทัลและแพลตฟอร์ม • ต้นทุนการทำธุรกิจที่สูงขึ้นจากราคาพลังงานและสถานะเงินเฟ้อ	• การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเครือข่ายที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน และเทคโนโลยี 5G ที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นบริการดิจิทัลและโซลูชันที่หลากหลาย • การสร้างแหล่งรายได้ใหม่จากการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่หลากหลายเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการดิจิทัลในรูปแบบใหม่

Case Study : ADVANC

30

ความมุ่งมั่น	ความเสี่ยง	โอกาส
สร้างการเข้าถึงดิจิทัลให้ทุกคนในสังคม		
การสร้างคุณค่าให้แก่สังคมทุกกลุ่ม 4		
ยกระดับคุณภาพความเป็นอยู่ของชุมชนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ด้วยโครงสร้างพื้นฐานและโซลูชันด้านดิจิทัล	- ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital divide) - ข้อพิพาทกับชุมชน และการต่อสู้กฎหมายเข้าพื้นที่ - คุณภาพสัญญาณไม่ดี กรณีอยู่ห่างไกลจากสถานีฐาน - การเพิ่มขึ้นของอัตราความยากจน	- สร้างการยอมรับจากชุมชน และเสริมสร้างความสัมพันธ์ของชุมชน - การดูแลและสร้างความผูกพันกับลูกค้าในระยะยาวผ่านโซลูชันด้านดิจิทัล - การขยายฐานลูกค้าในชุมชน - สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความเชื่อมั่นต่อการใช้สินค้าและบริการของเอไอเอส
ความเหมาะสมและความปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ 5		
มุ่งสร้างแบรนด์ที่ส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมและปลอดภัยแก่ผู้ใช้งาน	- การต่อต้านสินค้าบริการที่นำความเสี่ยงจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตมาสู่ลูกค้า - การคุกคามจากภัยออนไลน์หลากหลายรูปแบบที่มีความถี่ และมีความรุนแรงมากขึ้น - ผลกระทบต่อสุขภาพจิตจากการถูกกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์	- สร้างความเชื่อมั่นในสินค้าบริการที่ส่งเสริมความเหมาะสมและปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ - การคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้งานออนไลน์อย่างปลอดภัยให้แก่ลูกค้า - การส่งเสริมความผูกพันกับลูกค้าในระยะยาว

Case Study : ADVANC

31

หน้าหลัก > บรรษัทภิบาล > นโยบายบรรษัทภิบาลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

นโยบายบรรษัทภิบาลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

[Link to Governance Policy](#)



นโยบายการกำกับดูแลกิจการ
ดาวน์โหลด PDF



ประมวลจริยธรรมธุรกิจ
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายสิ่งแวดล้อม
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายสิทธิมนุษยชน
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายการจ้างและแสวงหากำไร
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายต่อต้านการให้สินบนและการ
คอร์รัปชัน
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
รายละเอียดเพิ่มเติม



นโยบายทางด้านภาษี
ดาวน์โหลด PDF



ข้อบังคับบริษัท
ดาวน์โหลด PDF



แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงและ
ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้
ดาวน์โหลด PDF



ความมุ่งมั่นเกี่ยวกับความหลากหลายทาง
ชีวภาพ และการปกป้องรักษาป่าไม้
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายการซื้อขายหลักทรัพย์ของ
กรรมการ
ผู้บริหาร และพนักงาน
ดาวน์โหลด PDF



นโยบายการบริหารความเสี่ยง
ดาวน์โหลด PDF

Case Study : ADVANC

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของเอไอเอส:

“สร้างการเติบโตร่วมกันของคนและสิ่งแวดล้อมในโลกดิจิทัล”



ขับเคลื่อนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ

ช่วยให้ผู้คนและธุรกิจเติบโตในเศรษฐกิจดิจิทัล

- ขยายโครงข่าย 5G เพื่อเสริมสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ
- ผลักดันการให้บริการดิจิทัลแก่ลูกค้าทั่วไปและลูกค้าองค์กร
- รักษาความสามารถในการปกป้องระบบสารสนเทศและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- พัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ



สร้างการเข้าถึงดิจิทัลให้ทุกคนในสังคม

สร้างการเข้าถึงดิจิทัลที่ครอบคลุมและมีความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์และบริการของเรา

- สร้างการเข้าถึงการใช้งานดิจิทัลอย่างทั่วถึง เพื่อพัฒนาสังคมและชีวิตความเป็นอยู่
- สนับสนุนให้ลูกค้าใช้งานดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบและเสริมสร้างความเปี่ยมพลเมืองดิจิทัล



ยับยั้งเพื่อสิ่งแวดล้อม

สร้างอนาคตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับผู้บริโภคและสังคม

- บริหารเครือข่ายและสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนให้ลูกค้าและห่วงโซ่อุปทานช่วยกันลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Case Study : ADVANC

33

เป้าหมาย

ขับเคลื่อนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ

มุ่งพัฒนานวัตกรรมด้านดิจิทัล

- สามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการด้านดิจิทัลในรูปแบบใหม่ โดยให้มีสัดส่วน ร้อยละ 8 ของรายได้จากการให้บริการหลักภายใน ปี พ.ศ. 2570

ปกป้องระบบสารสนเทศและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

- สามารถรักษามาตรฐานความปลอดภัยที่เทียบเท่าหรือดีกว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและภูมิภาคเดียวกัน รวมทั้งผ่านการรับรองโดยบุคคลภายนอกภายในปี พ.ศ. 2570
- เพิ่มความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล เพื่อปกป้องห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจที่สำคัญ ภายในปี พ.ศ. 2568

พัฒนาและดูแลบุคลากรแบบองค์รวม

- พนักงานเอไอเอสมากกว่าร้อยละ 90 มีทักษะความเข้าใจและสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายในปี พ.ศ. 2568

สร้างการเข้าถึงดิจิทัลให้ทุกคนในสังคม

สร้างคุณค่าให้แก่สังคมทุกกลุ่ม

- พัฒนาสภาพเศรษฐกิจและสังคมและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จำนวน 5 ล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2570

ความเหมาะสมและความปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์

- เสริมสร้างความเป็นพลเมืองดิจิทัลอย่างแข็งแกร่งให้กับประชาชน จำนวน 3 ล้านคน ผ่านดิจิทัลโซลูชันและเครื่องมือต่าง ๆ ภายในปี พ.ศ. 2570

ยืนหยัดเพื่อสิ่งแวดล้อม

การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายระยะสั้น (ภายในปี พ.ศ. 2566)

- ลดความเข้มข้นในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG emissions intensity) โดยคิดจากสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรง (GHG scope 1) และทางอ้อม (GHG scope 2) รวมกันต่อปริมาณการใช้งานข้อมูลลงร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558
- เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนเป็นร้อยละ 5 ของการใช้พลังงานรวม

เป้าหมายระยะยาว

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี พ.ศ. 2593

ลดและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี

เป้าหมายระยะสั้น (ภายในปี พ.ศ. 2566)

- สามารถบริหารจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกวิธีโดยปราศจากการฝังกลบ ภายในปี พ.ศ. 2566

เป้าหมายระยะยาว

- บริหารจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกวิธีโดยปราศจากการฝังกลบอย่างต่อเนื่อง

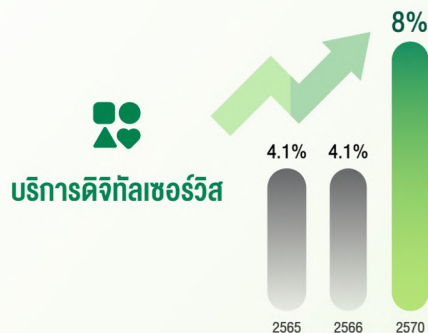
Case Study : ADVANC

34

การดำเนินงาน

มุ่งพัฒนานวัตกรรมด้านดิจิทัล

สร้างสินค้าบริการผ่านนวัตกรรมด้านดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยและเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจ



บริการดิจิทัลเซอร์วิส

สัดส่วนรายได้จากบริการด้านดิจิทัลในรูปแบบใหม่

การเพิ่มศักยภาพและความชาญฉลาดของระบบโครงข่ายและระบบสารสนเทศ

- การยกระดับขีดความสามารถของโครงข่ายด้วยมาตรฐาน Autonomous Network
- การพัฒนาความชาญฉลาดของระบบสารสนเทศ
- การสร้างระบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและการพัฒนานคน

- การพัฒนา Citizen Developer
- AIS INNOJUMP Festival & Competition
- Innovation way for everyone everyday

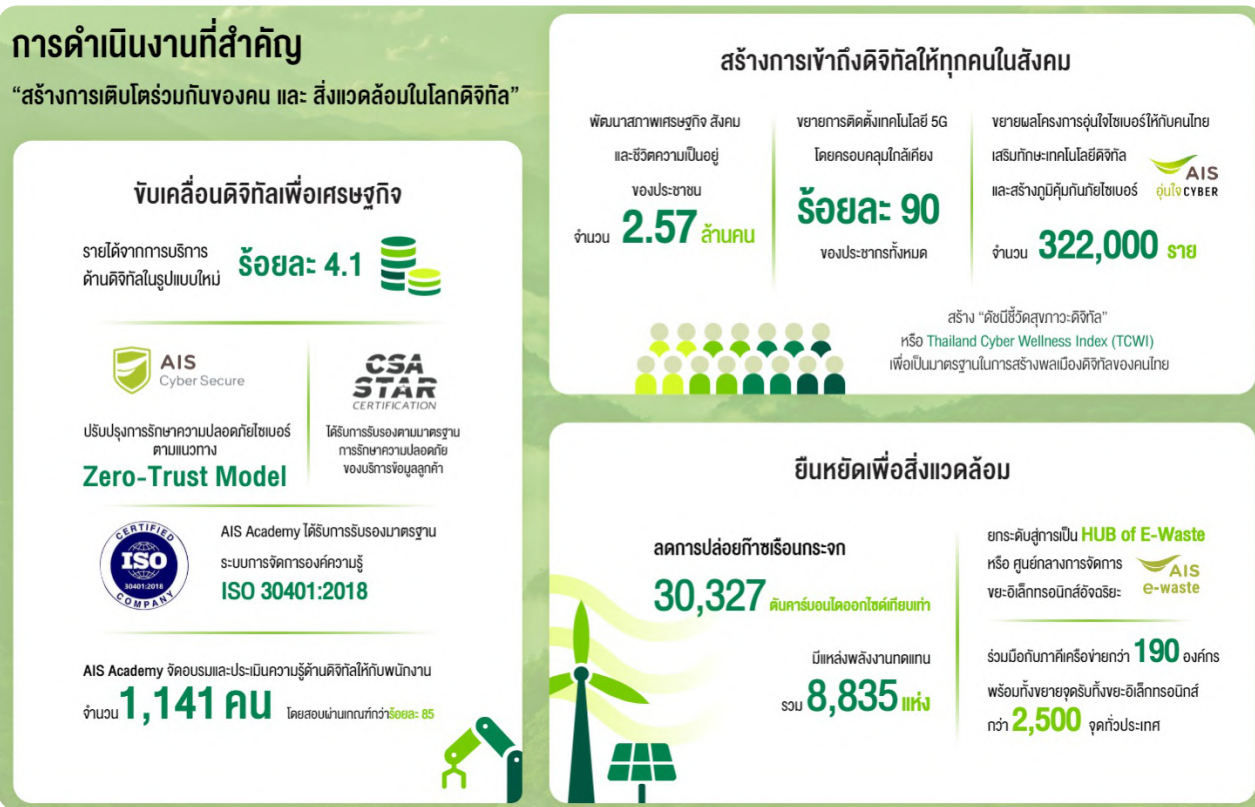
การพัฒนาระบบนิเวศของพันธมิตรธุรกิจ

- AIS 5G Paragon platform
- ROBOT Platform & Low-code Technology



Case Study : ADVANC

35



Case Study : CPF

36

CPF

CHAROEN POKPHAND FOODS PUBLIC
COMPANY LIMITED
Market : SET AGRO FOOD
Index : SET50 SET100 SETCLMV SETHD
SETESG SETWB

วิสัยทัศน์

ครัวของโลก

ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร ที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมในการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยให้ความสำคัญในการสร้างกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ได้มาตรฐานระดับสากล ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม และสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสม ด้วยความใส่ใจในผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ธุรกิจอาหารสัตว์

การผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์

- อาหารสัตว์บก
- อาหารสัตว์น้ำ



ธุรกิจเลี้ยงสัตว์

การเพาะพันธุ์สัตว์และการเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้าและการแปรรูปเนื้อสัตว์ทั้งแบบสด

- สัตว์บก
- สัตว์น้ำ



ธุรกิจอาหาร

- การแปรรูปเนื้อสัตว์แปรรูปในอุตสาหกรรมแปรรูป
- การแปรรูปเนื้อสัตว์เพื่อการจำหน่ายปลีกหรืออาหารพร้อมรับประทาน
- ช่องทางการจำหน่ายอาหารและร้านอาหาร



Case Study : CPF

37

มุมมองประเด็น	7 ด้านสำคัญสู่ความยั่งยืน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบ ต่อผู้มีส่วนได้เสีย
---------------	---------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

 พื้นฐาน ความยั่งยืน	การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์	การกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยง	2.88
		จริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย	2.84
		การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและความโปร่งใส	2.75

 เศรษฐกิจ	ความมั่นคงทางอาหาร	การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ	3.11
		คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร	3.09
		นวัตกรรมและเทคโนโลยี	3.37
		สวัสดิภาพสัตว์	3.33
		การตลาดอย่างรับผิดชอบและฉลากผลิตภัณฑ์	3.32
		สุขภาพและโภชนาการ	3.51

มุมมองประเด็น	7 ด้านสำคัญสู่ความยั่งยืน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบ ต่อผู้มีส่วนได้เสีย
---------------	---------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

 สังคม	สิทธิมนุษยชน	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	3.37
	พนักงานและชุมชน	การพัฒนาและสนับสนุนชุมชน	2.94
		ความเป็นอยู่ที่ดี สุขภาพและความปลอดภัยพนักงาน	2.56
		วัฒนธรรมและการจัดการภายในองค์กร	2.54
		การบริหารทรัพยากรบุคคล	2.32

 สิ่งแวดล้อม	การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	2.84
		การจัดการของเสีย	2.16
		เศรษฐกิจหมุนเวียนและบรรจุงrün	3.38
	การดูแลทรัพยากรน้ำ	การดูแลทรัพยากรน้ำ	3.21
	ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ	ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ	3.06

Case Study : CPF

38



นโยบายการกำกับดูแล
กิจการ



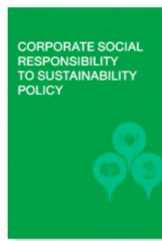
กระบวนการเฝ้าระวังในเรื่อง
สิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน
ของ CPF



นโยบายว่าด้วยการคุ้มครอง
ข้อมูลส่วนบุคคล



วิสัยทัศน์ระดับโลกด้าน การ
ใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์



นโยบายความรับผิดชอบต่อ
สังคมสู่ความยั่งยืน



จรรยาบรรณธุรกิจ



นโยบายด้านภาษี



นโยบายสิทธิมนุษยชน



นโยบายด้านการจ้างงาน และ
การบริหารแรงงาน



การจ้างแรงงานต่างด้าวใน
ประเทศไทย



นโยบายเรื่องการไม่เลือก
ปฏิบัติและการต่อต้านการ
ล่วงละเมิด



นโยบายความหลากหลาย
และยอมรับความแตกต่าง



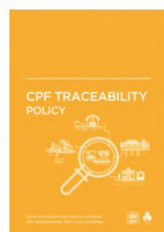
นโยบายสุขโภชนาการ



หลักปฏิบัติในการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น



นโยบายคุณภาพซีพีเอฟ



นโยบายการตรวจสอบย้อน
กลับการผลิตอาหารของซีพี
เอฟ



นโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์



นโยบายจีเอ็มโอ



นโยบายด้านการจัดหาอย่าง
ยั่งยืน และแนวปฏิบัติ สำหรับ
ผู้ค้าธุรกิจ



วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ
นโยบายความปลอดภัย
อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อมและ
พลังงาน

Case Study : CPF

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของ CPF:



Case Study : CPF

40

ความมั่นคงทางอาหาร

การตลาดอย่างมีความรับผิดชอบและ
หลากหลายผลิตภัณฑ์



บริษัทมุ่งมั่นการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีและ
มีคุณค่าทางโภชนาการ

เป้าหมายปี 2573



ร้อยละ 50

ของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับการพัฒนาเพื่อ
สุขภาพที่ดีและมีคุณค่าทางโภชนาการ
ที่มากขึ้น

ผลการดำเนินงานปี 2566



ร้อยละ 48

ของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับการพัฒนาเพื่อ
สุขภาพที่ดีและมีคุณค่าทางโภชนาการ
ที่มากขึ้น

การดำเนินงานและ ผลการดำเนินงาน

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพที่ดี

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีรสชาติดี โดยจัดตั้ง
ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารตั้งแต่ปี 2561 เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคทั่วโลก
เข้าถึงอาหารคุณภาพและปลอดภัยที่มีคุณประโยชน์เพิ่มขึ้นเพื่อสุขภาพ
ที่ดีผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารโดยทีมนักวิจัยและเชฟที่มีความ
เชี่ยวชาญ ซึ่งร่วมกันศึกษา วิจัย และพัฒนานวัตกรรมอาหาร
เชิงลึกถึงระดับโมเลกุล และทดสอบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากลใน
ห้องปฏิบัติการและเครื่องมือที่ทันสมัย รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์
รักษาสภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2566 มีผลิตภัณฑ์เพื่อ
สุขภาพที่ดีกว่า ดังนี้



โซเดียมลดลง

(น้อยกว่า 600 มิลลิกรัมต่อหนึ่งหน่วยบริโภค)

สินค้ากลุ่มอาหารพร้อมทานแช่แข็ง
ปรับลดปริมาณโซเดียมลง ได้แก่
สปาเก็ตตี้คาโบนาร่าปรับลดโซเดียม
34%ⁱ, สปาเก็ตตี้ไก่สับและไส้กรอก
ปรับลดโซเดียม 30.7%ⁱⁱ



ไขมันอิ่มตัวลดลง

(ไม่เกิน 3 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบริโภค)

สินค้ากลุ่มอาหารพร้อมทาน ปรับลด
ปริมาณไขมันทั้งหมดลดลง ได้แก่
โบโลน่าอกไก่พริกสด ปรับลดไขมัน
ทั้งหมดลง 75%ⁱⁱⁱ, ไส้กรอกอกไก่
พริกไทยดำ ไขมันทั้งหมดลง 62%^{iv}



Case Study : CPF

41

เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2566	ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย
----------	------------	-----------------------	------------------------------



ความมั่นคงทางอาหาร

ร้อยละ 100 ของวัตถุดิบหลักสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

2573ⁱ

ร้อยละ 49.4

49%

การเรียกคืนสินค้าที่ส่งผลต่อสุขภาพของสาธารณชนเป็นศูนย์^{iv}

2573ⁱ

ศูนย์ ครั้ง

100%

ร้อยละ 100 ของฟาร์มสุกรมแม่พันธุ์หมูต้องได้รับการเลี้ยงดูในระบอบคอกขังรวม

2573ⁱ

ร้อยละ 45.1

45%

เพิ่มกำลังการผลิตของไข่ไก่ที่มาจากฟาร์มเลี้ยงแบบปล่อยอิสระในโรงเรือน ร้อยละ 10 ต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2565

2573ⁱ

ร้อยละ 184 ต่อปี

184%

ร้อยละ 100 ของการเลี้ยงไก่เนื้อได้รับการเสริมสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2573ⁱ

ร้อยละ 88.9

88%

เข้าถึงผู้บริโภคจำนวน 35 ล้านรายต่อวันด้วยอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ดีกว่า^{iv}

2573ⁱ

26 ล้านราย

74%

ร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้รับการพัฒนาเพื่อสุขภาพที่ดีและมีคุณค่าทางโภชนาการที่มากขึ้น^{iv}

2573ⁱ

ร้อยละ 48.0

96%

เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2566	ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย
----------	------------	-----------------------	------------------------------



สิทธิมนุษยชน

ร้อยละ 100 มีการดำเนินการตรวจสอบประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในทุก 3 ปี ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบในพื้นที่เสี่ยงสูงของบริษัท

2573ⁱⁱ

ร้อยละ 100

100%



พนักงานและชุมชน

3 ล้านชั่วโมง ในการสนับสนุนการศึกษาและการฝึกอบรมบุคลากร

2573ⁱⁱ

4.9 ล้านชั่วโมง

166%

3,000,000 บาท ที่เชื่อมโยงกับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของเรา ได้รับการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2573ⁱⁱ

3.5 ล้านราย

118%



การรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ร้อยละ 25 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมต่อหน่วยการผลิตลดลงเมื่อเทียบกับปีฐาน 2558^{iv}

2568ⁱ

ร้อยละ 24.1

96%

กำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ (Science-based Target) (ขอบเขตที่ 1, 2 และ 3)

2573ⁱⁱ

ได้รับอนุมัติจาก SBTi

100%

ร้อยละ 40 ของยอดขายมาจากผลิตภัณฑ์สีเขียว^{iv}

2573ⁱ

ร้อยละ 36.5

91%

ร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุอาหารที่นำมาใช้จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำมาใช้ใหม่หรือสามารถย่อยสลายได้

2573ⁱ

ร้อยละ 83.6

84%

Key Takeaways

42

-  ESG Integration เป็นเรื่องเดียวกันกับการจัดการทางธุรกิจ และควรเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว
-  ESG เป็นเรื่องของทุกคนในองค์กร แต่ละคนมีบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบในการขับเคลื่อนเรื่อง ESG
-  ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแตกต่างกันตามลักษณะของธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งมีความท้าทาย ความเสี่ยงและโอกาสที่แตกต่างกัน

ESG Professionals could support the company's ESG journey

From Why “ESG” to “What” + “How” + “When”



You have successfully completed
Module 2, Session 1.

[Go to the next session](#)

