

Press release

สำหรับเผยแพร่ทันที

อรรชตา ภควัดชัย

Brand, Marketing and Communications

+66 9928 91792

Onrachata.Pakawatchai@th.ey.com

ดวงแก้ว ทองทวีผล

Brand, Marketing and Communications

+66 8409 62085

Duangkaew.Thongtawepol@th.ey.com

‘อียาย’ เผยธุรกิจที่ผนวกรวมกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจมันใจ ในความสำเร็จมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินแบบแยกส่วนงาน

- ผลสำรวจของ EY พบว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยผนวกแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์หลักขององค์กร มีความมั่นใจในการบรรลุความสำเร็จทางธุรกิจมากกว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจแบบแยกส่วน (Siloed Approach) ถึง 40%
- กว่า 90% ของธุรกิจกำลังเผชิญแรงกดดันจากนักลงทุน และเกือบ 80% เผชิญแรงกดดันจากกลุ่มนักเคลื่อนไหวในการคาดหวังต่อแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร
- บริษัทที่สามารถผนวกกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจได้มีประสิทธิภาพ ให้ความเห็นว่าคณะกรรมการบริษัทมีความมั่นใจในการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นถึง 1.5 เท่า

กรุงเทพฯ, 18 กรกฎาคม 2568. รายงานผลสำรวจฉบับใหม่ของอียายชี้ว่า บริษัทที่ผสานความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์หลักมีความมั่นใจในแนวโน้มธุรกิจปีหน้ามากกว่าบริษัทที่ดำเนินงานแบบแยกส่วนถึง 40%

รายงาน EY Long-Term Value and Corporate Governance Survey ฉบับที่ 5 เน้นย้ำถึงแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นต่อภาคธุรกิจในการเร่งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน พร้อมทั้งถึงความจำเป็นในการบูรณาการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างคุณค่าทางธุรกิจที่จับต้องได้

วิไลพร อธิธิวิรุฬห์ หัวหน้าและหัวหน้าส่วนงานการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความยั่งยืน อียาย ประเทศไทย กล่าวว่า

“การทำให้ความยั่งยืนเป็นหัวใจสำคัญของการตัดสินใจทางธุรกิจ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง ไม่เพียงช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับองค์กร แต่ยังวางรากฐานสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนในอนาคตอีกด้วย หัวใจสำคัญคือ ความยั่งยืนต้องเป็นแกนหลักของกลยุทธ์ธุรกิจ ทั้งในวันนี้และวันข้างหน้า”

รายงานการสำรวจระบุว่า ภาคธุรกิจกำลังเผชิญกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากทั้งนักลงทุนและกลุ่มนักเคลื่อนไหว โดย 91% ของบริษัทที่เข้าร่วมการสำรวจรายงานว่า ได้รับแรงกดดันจากนักลงทุนให้ยกระดับความพยายามด้านความยั่งยืน ขณะที่ 78% เผชิญกับแรงกดดันในลักษณะเดียวกันจากกลุ่มนักเคลื่อนไหว ขณะที่การเสื่อมเสียต่อภาพลักษณ์ยังเป็นเรื่องกังวลสำคัญ โดยมากกว่าหนึ่งในสาม (39%) ของผู้ตอบแบบสำรวจเปิดเผยว่าเคยถูกลือว่าพยายาวิจรรณถึงความพยายามด้านความยั่งยืนที่ไม่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม ตัวเลขนี้ลดลงเหลือเพียง 6% ในกลุ่มบริษัทที่มีกลยุทธ์ความยั่งยืนแบบบูรณาการอย่างเต็มรูปแบบ

องค์กรส่วนใหญ่ยังคงดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบแยกส่วน

รายงานยังชี้ถึงกลุ่มบริษัทผู้บุกเบิกที่เรียกว่า “ผู้บูรณาการความยั่งยืน” (Sustainability Integrators) ซึ่งประสบความสำเร็จในการผสานกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินงานขององค์กรอย่างแท้จริง

บริษัทในกลุ่มนี้มีภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งขึ้น สามารถดึงดูดและรักษานักลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างผลกระทบเชิงบวกที่เป็นรูปธรรมต่อสังคมแวดล้อม นอกจากนี้ พวกเขาระบุว่าคณะกรรมการบริษัทมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนมากกว่าบริษัทอื่นถึง 1.5 เท่า

อย่างไรก็ตาม มีเพียง 27% ของธุรกิจที่เข้าร่วมการสำรวจเท่านั้นที่อยู่ในกลุ่มนี้ ขณะที่บริษัทส่วนใหญ่ (55%) ยังคงแยกกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนออกจากกลยุทธ์ทางธุรกิจ หรือบางบริษัทยังไม่มีแม้กระทั่งแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเลย

โครงการด้านความยั่งยืนมีแนวโน้มถูกตัดงบประมาณก่อน

บริษัทส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมการสำรวจ (57%) ระบุว่า หากจำเป็นต้องปรับลดงบประมาณ โครงการด้านความยั่งยืนมักเป็นเป้าหมายแรกที่ถูกตัดก่อนโครงการทางธุรกิจ ขณะเดียวกัน 39% ของบริษัทเห็นว่า ความยั่งยืนเป็นเป้าหมายรองมาโดยตลอดเมื่อเทียบกับเป้าหมายเชิงพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่ามีเพียง 2% ของผู้ตอบแบบสำรวจในกลุ่ม Sustainability Integrator เท่านั้น ที่มองว่าความยั่งยืนมีความสำคัญน้อยกว่าเป้าหมายเชิงพาณิชย์ และมีเพียง 4% ที่ระบุว่า จะปรับลดโครงการด้านความยั่งยืนก่อนโครงการทางธุรกิจหากเผชิญภาวะเศรษฐกิจถดถอย

นอกจากนี้ กว่าหนึ่งในสิบ (94%) ของผู้ตอบแบบสำรวจในกลุ่ม Sustainability Integrator ยังระบุว่า คณะกรรมการบริษัทมีความสามารถในการอนุมัติงบประมาณสำหรับโครงการด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่กลุ่มบริษัทที่ดำเนินงานแบบแยกส่วนมีเพียงไม่ถึงหนึ่งในสาม (28%) เท่านั้นที่รายงานในลักษณะเดียวกัน

"ธุรกิจจำเป็นต้องเร่งผนวกปัจจัยด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินงานโดยเร็ว มิฉะนั้นอาจสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ การดำเนินงานด้านความยั่งยืนไม่ใช่เพียงเพื่อเจตนาที่ดีเท่านั้น แต่หมายถึงการมองเห็นประโยชน์ทางธุรกิจที่จับต้องได้ และพร้อมลงทุนอย่างจริงจังเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทที่กล้าดำเนินกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนอย่างจริงจัง จะไม่เพียงเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับธุรกิจ แต่ยังเสริมความมั่นใจในการเติบโตในอนาคตด้วย" วิไลพร กล่าวเพิ่มเติม

เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็นองค์กรที่บูรณาการด้านความยั่งยืนอย่างแท้จริง อีวาย ขอแนะนำ 5 แนวทางปฏิบัติสำคัญ ดังนี้:

1. ส่งเสริมความเป็นเอกภาพของคณะกรรมการและผู้บริหารในการขับเคลื่อนพันธกิจด้านความยั่งยืน
2. ปลุกฝังวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันในการดำเนินพันธกิจด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร
3. เสริมสร้างให้ทุกหน่วยงานเกิดความเข้าใจในประโยชน์และข้อได้เปรียบเชิงพาณิชย์ของการดำเนินกลยุทธ์ความยั่งยืน
4. ลงทุนเชิงรุกในโครงการด้านความยั่งยืนเพื่อส่งเสริมการบูรณาการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
5. ใช้เทคโนโลยีเป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์ความยั่งยืนแบบบูรณาการ

หากต้องการอ่านรายงานผลสำรวจและคำแนะนำฉบับเต็ม สามารถเข้าไปได้ที่

https://www.ey.com/en_gl/insights/long-term-value/europe-corporate-governance-survey-findings

About EY

EY is building a better working world by creating new value for clients, people, society and the planet, while building trust in capital markets.

Enabled by data, AI and advanced technology, EY teams help clients shape the future with confidence and develop answers for the most pressing issues of today and tomorrow.

EY teams work across a full spectrum of services in assurance, consulting, tax, strategy and transactions. Fueled by sector insights, a globally connected, multi-disciplinary network and diverse ecosystem partners, EY teams can provide services in more than 150 countries and territories.

All in to shape the future with confidence.

This news release has been issued by EY Corporate Services Limited, a member of the global EY organization.

APAC no. 15001553