

# การบูรณาการ

## ความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐานสากล

สำหรับ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค  
บรรยายโดย สุนทร คุณชัยมั่ง



*December 18, 2013*

# 1

ความสำคัญ  
ของการดำเนินงานด้วยความ  
รับผิดชอบต่อสังคม

# 1-1 CSR history

# CSR history : business ethic

	Classic notion of CSR
1953 : Bowen	Social Responsibilities of the Businessman
1972 : Votaw	Corporate social responsibility means something , legal responsibility and liability ,social behavior in the ethical sense ...and charitable contribution
2002 : Wood and Lodgson	Corporate citizenship
2003 : van Marrewijk	Corporate sustainability
2003 : Matten et al.	Corporate citizenship

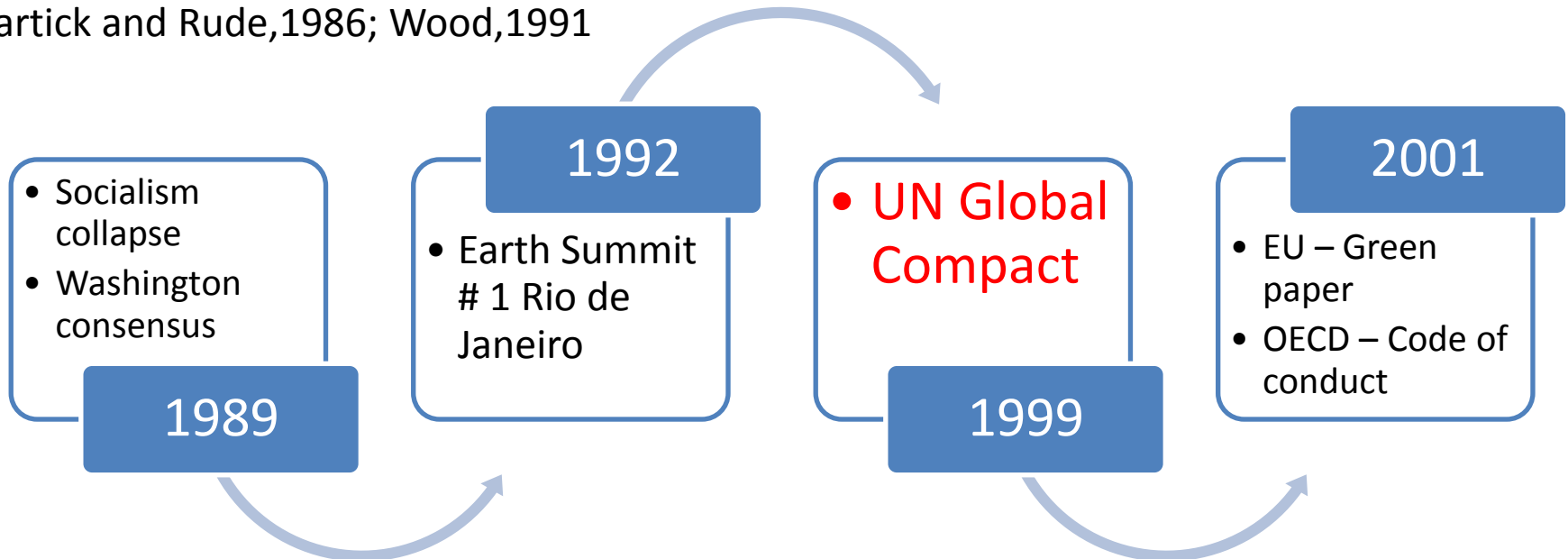
Frederick (1987,1998)



# CSR history : Issue management

ความเป็นมาของคำ / แนวคิด ... C – Corporate ?

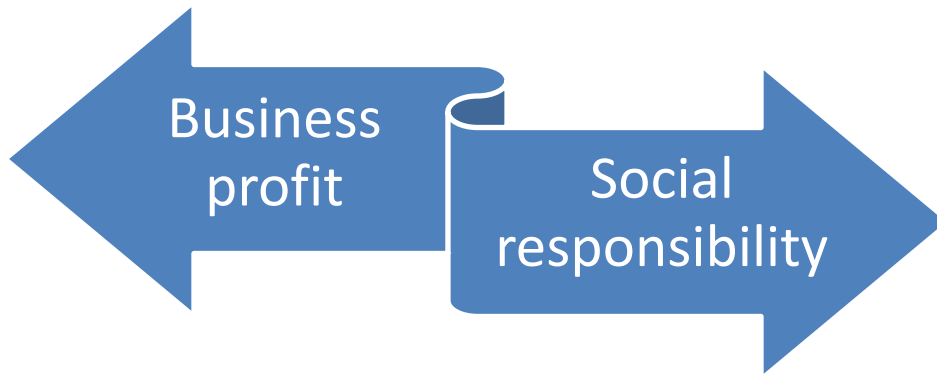
Wartick and Rude,1986; Wood,1991



ก่อนหน้านี้ เรื่องเหล่านี้ จะรวมอยู่ใน business ethic ก่อนที่จะพัฒนาเป็น sustainable development and /or social responsibility

คำเรียกถูกผลิตขึ้นโดยมี corporate เป็นตัวละครสำคัญ

# Dilemma & history



# Drivers of implementing CSR

## Reactive drivers

- **Stakeholders / Issue management**
- Consumers, NGOs, Long term investors, employees, government, interest/pressure groups, media, financial institutions, local community

## Strategic drivers

- **Opportunity**
- cost savings and gaining more business
- Potential contracting benefit, customer related motives, reductions in production costs, and risk management efforts

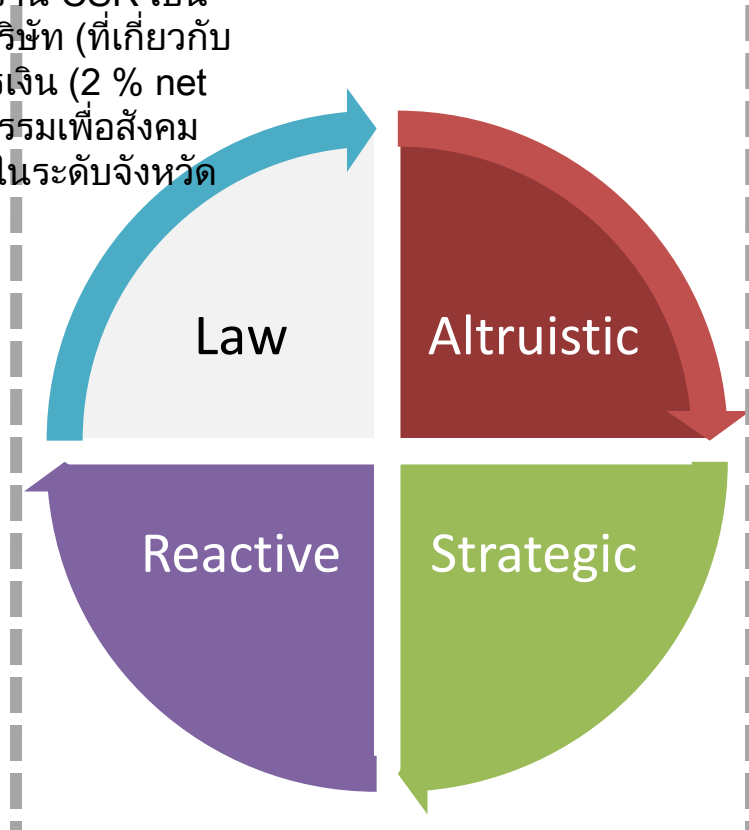
## Altruistic idea

- **“doing the right thing”**
- เชื่อว่า CSR เป็นความพยายามสำหรับการเป็นพลเมืองโลกที่ดี

# CSR driver

ที่อินโดนีเซีย กำหนดให้งาน CSR เป็นกิจกรรมตามกฎหมายที่บริษัท (ที่เกี่ยวกับทรัพยากร) จะต้องจัดสรรเงิน (2 % net income) เพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกับหน่วยงานของรัฐในระดับจังหวัด เมือง ตำบล และหมู่บ้าน

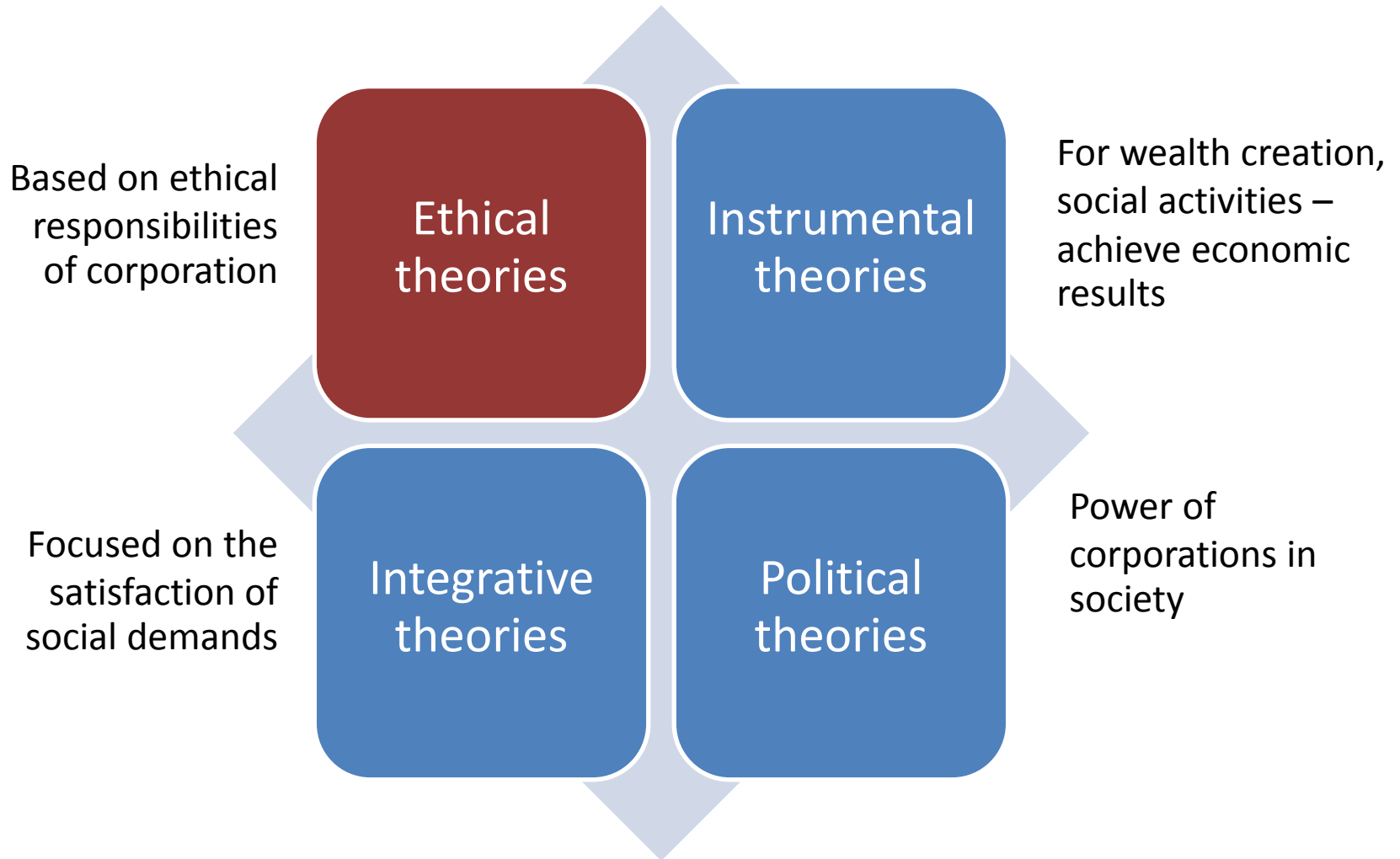
Social issue



CSR compliance & standardization



# Four group CSR theories



1-2

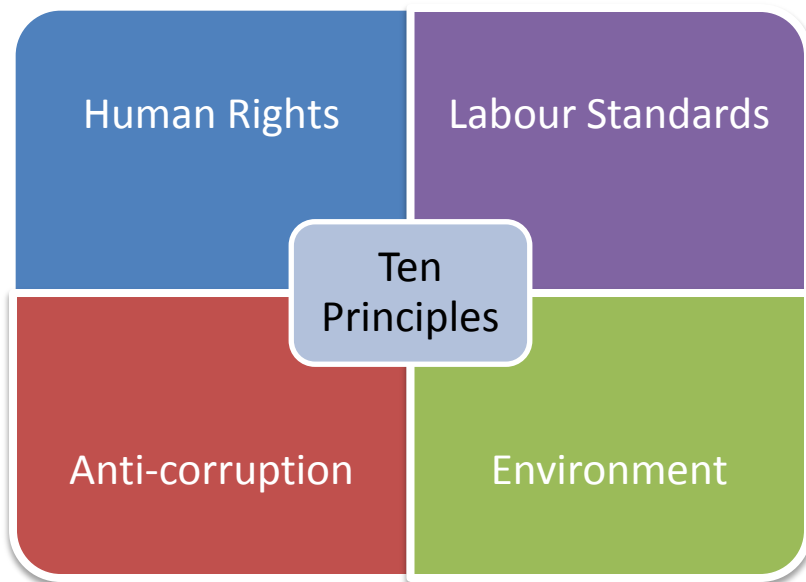
# Standardization / CSR Compliance

Principle & Evaluation

# Standardization

## UN Global Compact

เรื่อง Labour standard เป็นการพัฒนาหลัก  
ปฏิบัติร่วมกับ ILO



ริเริ่มตั้งแต่ปี 1999

ORGANISATION  
FOR ECONOMIC  
CO-OPERATION  
AND DEVELOPMENT



**The Guidelines cover**  
employment  
human rights  
environment  
information disclosure  
combating bribery  
consumer interests  
science and technology  
competition  
taxation

# RIO + 20

June 2012

UN Home | DESA | Sustainable Development Knowledge Platform

Welcome to the United Nations. It's your world.



**RIO+20**  
United Nations Conference  
on Sustainable Development

[Click here for the follow-up v](#)

HOME ABOUT THEMES MEETINGS MEMBER STATES UN SYSTEM MAJOR GROUPS NEW



Institutional framework  
for sustainable  
development

Green economy in the  
context of sustainable  
development and  
poverty eradication

Jobs

Energy

Cities

Food

Water

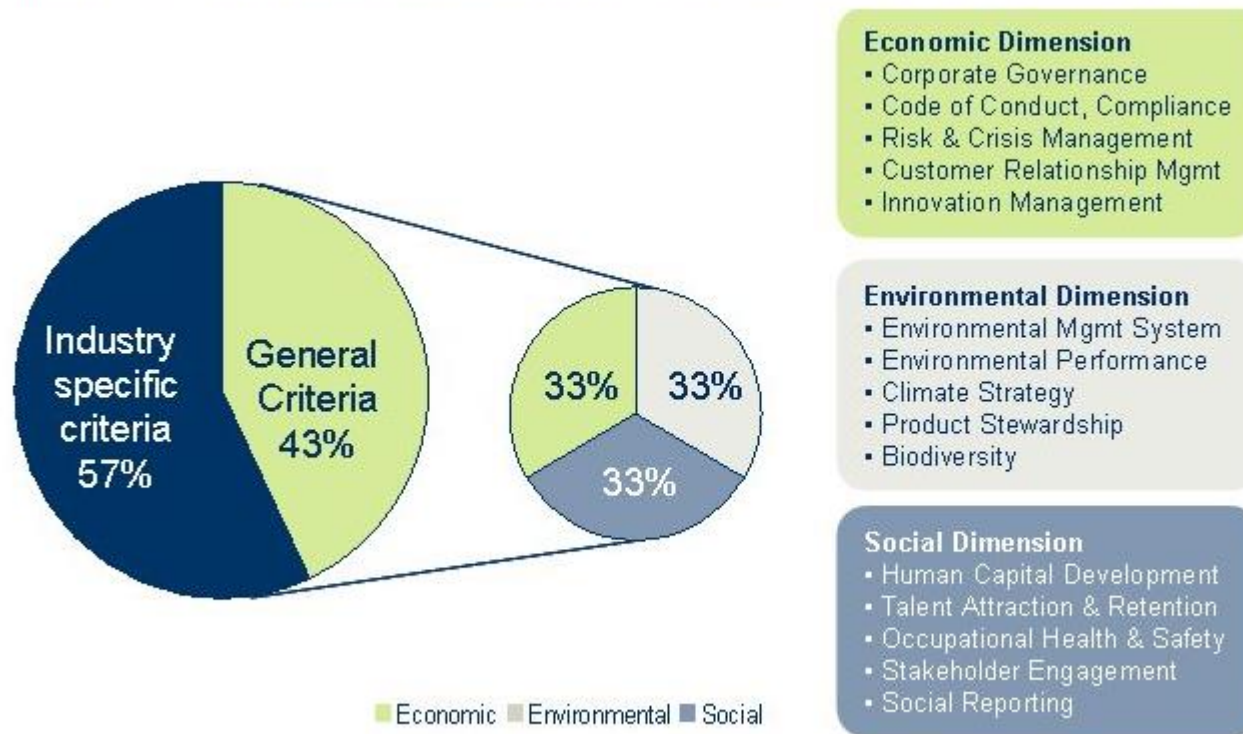
Ocean

Disaster

# Dow Jones Sustainability Index

## Economic/ Environmental/Social Dimension

The information collected in the RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment concerns factors that have a decisive impact on companies' future business success, but are often still overlooked by traditional financial analyses.



*Illustrative chart: dimensional weights can substantially differentiate from 33% based on aggregated criteria weight*



Our world is developing, help make it sustainable.

HOME  INFORMATION  **ABOUT GRI**

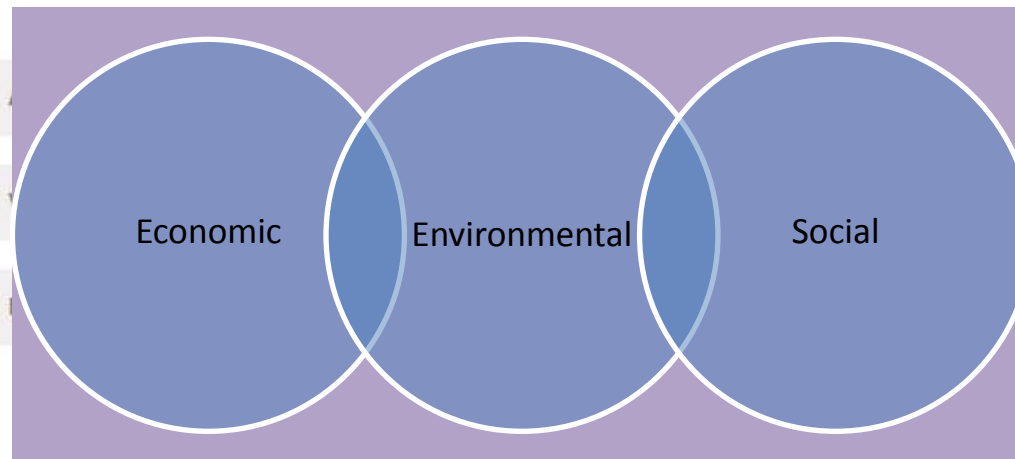

[News and Press Center](#)[Global Conference 2013](#)[Sustainability Reporting](#)[Policy & Regulation](#)

### About GRI

[What is GRI?](#)[GRI's Structure](#)[Alliances and Synergies](#)[Funding](#)[GRI's own reports](#)

## ABOUT GRI

The Global Reporting Initiative (GRI) is a leading organization in the sustainability field. GRI promotes the use of sustainability reporting as a way for organizations to become more sustainable and contribute to sustainable development.

 [Print this page](#)[Share this](#) [Email this](#) 

### Take Action

[Download the G4 Guidelines](#) »[Learn more about GRI's current priorities](#) »[Follow GRI on Google+](#) »

### Grow

[Go to the Reporting Starter Kit](#) »

# 1-3

## CSR as Public Policy

# CSR as Public Policy

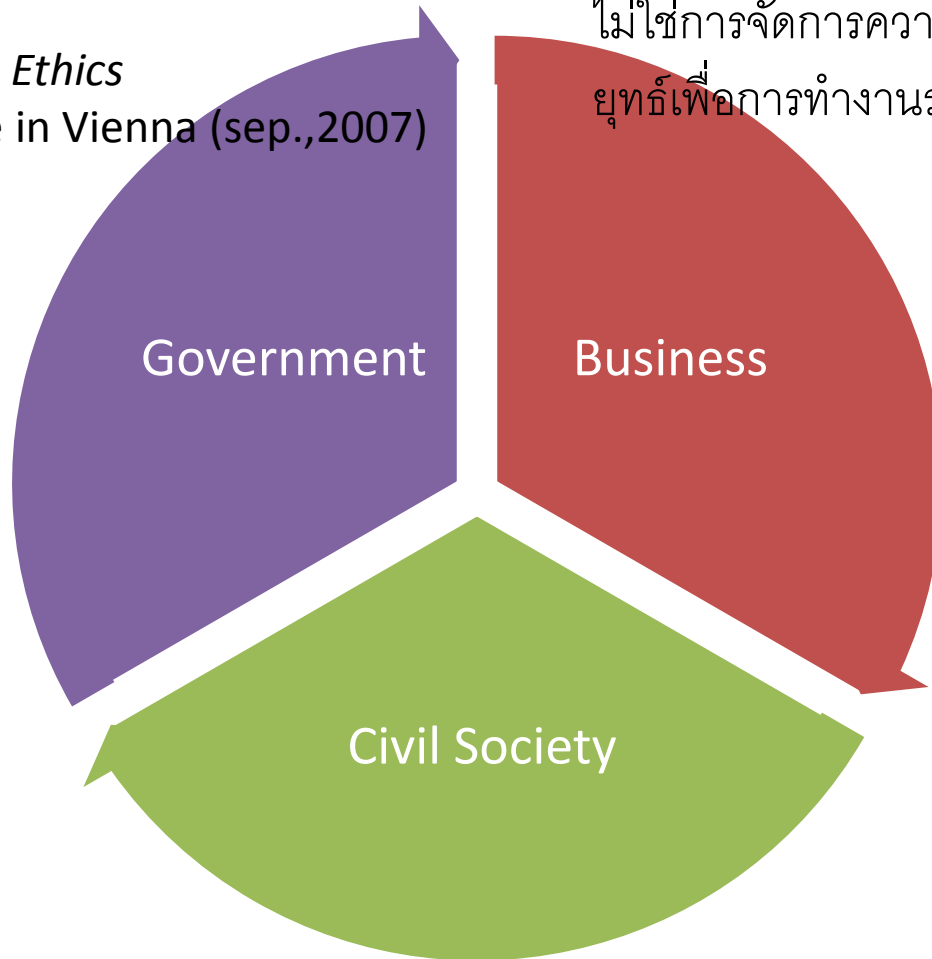
Laura Albareda , Josep M. Lozano  
and Tamyko Ysa

*Journal of Business Ethics*

Annual Conference in Vienna (sep.,2007)

Government / Business/ Civil Society

ไม่ใช่การจัดการความขัดแย้งแต่ต้องเป็นการสร้างกล  
ยุทธ์เพื่อการทำงานร่วมกัน



รัฐบาล

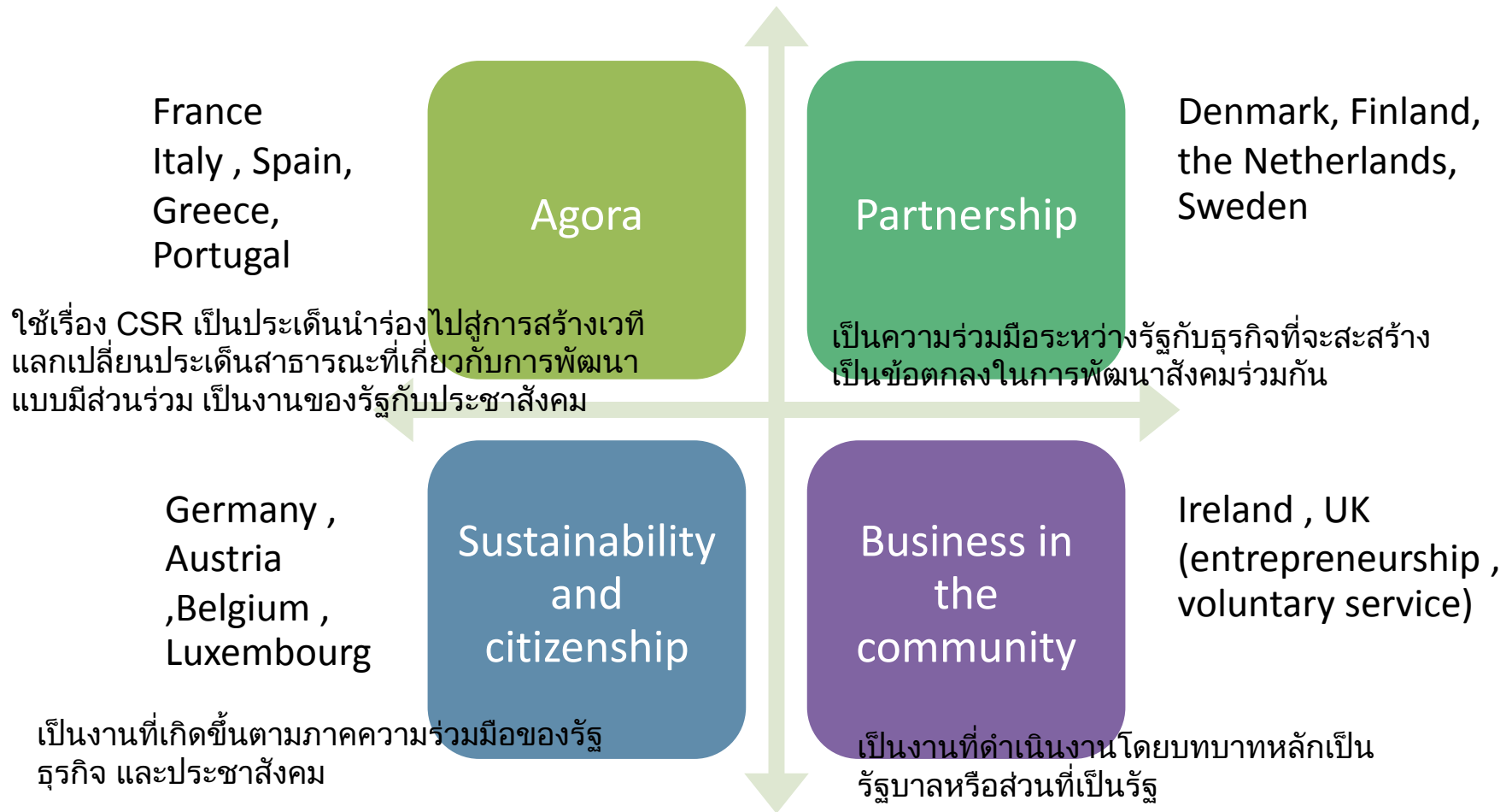
รัฐบาล + ธุรกิจ

รัฐบาล + สังคม

รัฐบาล + ธุรกิจ + สังคม



# Model CSR as Public Policy



# Realization of a Mutually Beneficial Cycle between the Environment and Industry

Image of Kawasaki Eco-Town Concept

Kawasaki หนึ่งในเมืองที่พัฒนาตามนโยบาย Eco Town ของรัฐบาลญี่ปุ่น

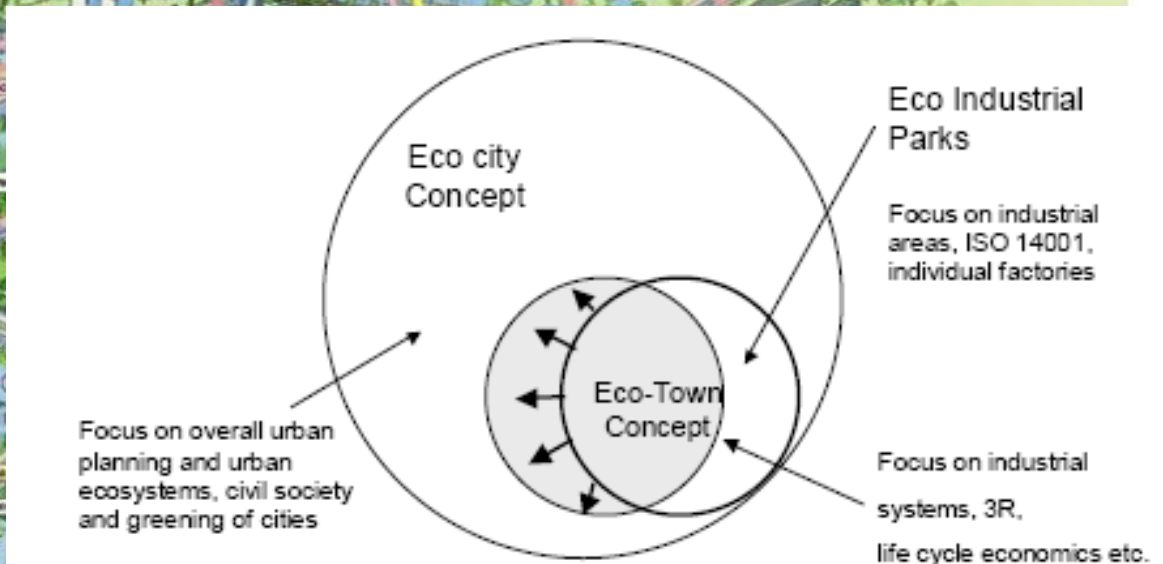


Fig.1-2. Eco-Town concept and other similar concepts

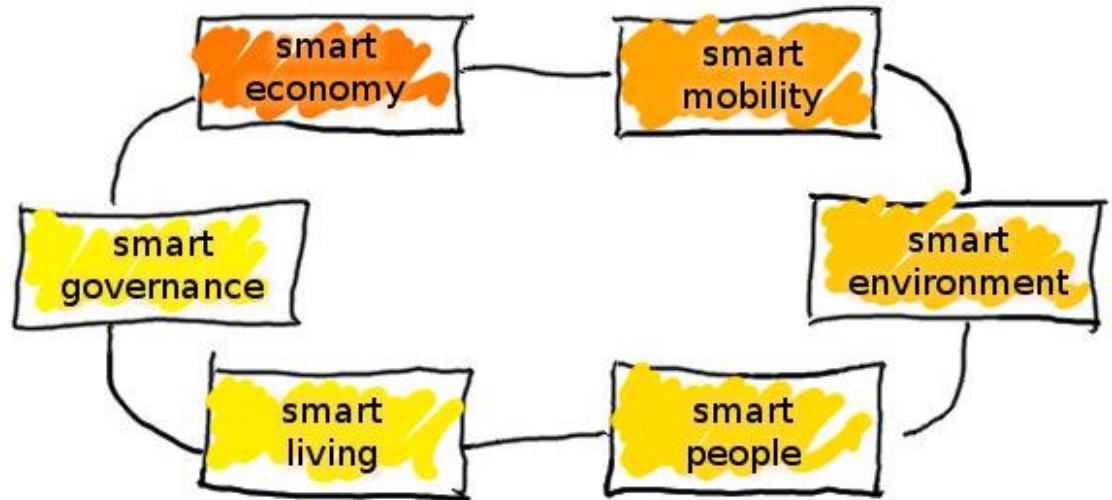
## Eco Town

# Urbanization & Smart city

การรวมการแก้ไขปัญหาลังคมเมืองกับนวัตกรรมใหม่ๆที่เกิดขึ้นจากการรวมกันของการจัดการด้าน energy /techno/energy + City

A Smart City is a city well performing in 6 characteristics, built on the smart combination of endowments and activities of self-decisive, independent and aware citizens.

## SOCIAL PROBLEMS IN URBANIZATION



Europe

Japan/S.Korea/Singapore



Enterprise 2020

smart sustainable inclusive  
[www.csreurope.org](http://www.csreurope.org)

Platform of 5000 + companies

Shared value  
creation

Products and  
services  
innovation

Social innovation

Wellbeing  
and  
employment

Governance and  
accountability

For improved economic, social and environmental performance

1-4

# CSR Guideline in Thailand

DIW/Eco industrial town/Social enterprise

**GUIDELINES FOR SOCIAL RESPONSIBILITY**



แนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ

**GUIDELINES FOR SUSTAINABILITY REPORTING**



แนวทางการจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน

**GUIDELINES FOR SUSTAINABILITY REPORTING : GRI**



วิธีจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน ตามกรอบของ GRI

**CSR REPORT CORNER**





**CSR Asia Summit 2013**  
Centara Grand at Central Plaza-Ladprao Bangkok  
**Thailand**  
**17-18 September 2013**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

**ทันเหตุการณ์**

- ▶ ภาพข่าว: ทางยกระดับดอนเมืองทุลเกล้าฯ ถวายแจกันดอกไม้ ณ โรงพยาบาลศิริราช
- ▶ ภาพข่าว: ดร.รัฐวิไล รั้งชีพสังหัทธพัฒน์ MD เลคิเซ่ ไลท์ดิง(LeKise)ร่วมบริหารจัดการในโครงการ เรือเช่าเข้าน้ำเพื่อเครื่องมือแพทย์ในภูมิภาค
- ▶ ภาพข่าว: ปล่อยหินรูปปลา
- ▶ ร้านนายอินทร์ จัดกิจกรรม CSR มอบเงินและหนังสือแก่ สภากาชาดไทย 1 ใน 12 โครงการ ของ "ปีความรักด้วยความรู้ 12 ปี มอบรอยยิ้มสู่ 12 มูลนิธิเพื่อสังคมไทย"
- ▶ ภาพข่าว: ปล่อยหินรูปปลา
- ▶ ภาพข่าว: เฉลยทูโอ นุกหนัก ซีเอสอาร์ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้ผู้ป่วยและเด็ก


[READ MORE...](#)

**คอลัมน์นิสต์**

**คลังความรู้**

- ▶ รู้จัก CSR
- ▶ กิจการเพื่อสังคม
- ▶ กฎหมาย กฤษฎะเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องด้าน CSR
- ▶ นวัตกรรม
- ▶ เอกสารเผยแพร่
- ▶ Carbon Footprint
- ▶ Climate Change
- ▶ Principles & Guidelines
- ▶ Responsible Finance
- ▶ Socially Responsible Investment
- ▶ Sustainability/CSR Reporting

**CSR Clips**



CSR ในกระบวนการทำธุรกิจ (CSR in process)

รู้จัก SE ▾ ลงทะเบียน SE ▾

# การพัฒนางาน SE เชิงสถาบันในประเทศไทย



SE MAG 04  
 นิตยสารกิจการเพื่อสังคม  
**SOCIAL INNOVATION**  
 ความคิดสร้างสรรค์  
 สู่การเปลี่ยนแปลงสังคม  
 ก้าวนี้ไกล... ได้แล้ววันนี้

SE Magazine ฉบับที่ 4 อัดแน่น  
 ด้วยเนื้อหา พร้อม Download  
 แล้ววันนี้

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติม

พบกับ SE Magazine (นิตยสารราย 3 เดือน)

Inspiring Quote »

ลงทะเบียนเครือข่าย

ชื่อองค์กร

ประเภทกิจการ

- เลือกประเภทกิจการ - ▾



เป็นสุข  
 PENSOOK 1  
 เป็นสุข เพื่อสุขภาพดี



# CSR – DIW / ISO 26000

## 7 SR Principles

หัวข้อหลัก	จำนวน ข้อย่อยรวม	ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง		ผู้ประกอบการขนาดใหญ่	
		ข้อกำหนด ที่ต้องปฏิบัติตาม	ข้อกำหนดที่ควร ปฏิบัติตามเพิ่มเติม	ข้อกำหนด ที่ต้องปฏิบัติตาม	ข้อกำหนดที่ควร ปฏิบัติตามเพิ่มเติม
1. การกำกับดูแลองค์กร	12	10	2	11	1
2. สิทธิมนุษยชน	46	26	20	39	7
3. การปฏิบัติด้านแรงงาน	31	25	6	29	2
4. สิ่งแวดล้อม	34	12	22	21	13
5. การดำเนินทาง อย่างมีจริยธรรม	26	12	14	21	5
6. ประเด็นผู้บริโภค	44	26	18	36	8
7. การมีส่วนร่วมและ การพัฒนาชุมชน	43	12	31	25	18
รวม	236	123	113	182	54
		236		236	



# Eco Industrial Zone/Estate

1. ผังเมือง
2. ระบบบำบัดมลพิษ (น้ำ อากาศ ขยะและกากของเสีย)
3. ระบบเฝ้าระวัง ตรวจสอบติดตามและตรวจสอบมลพิษ
4. ระบบโครงสร้างพื้นฐาน
5. ระบบสาธารณสุข ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย
6. ระบบการศึกษา วิจัยและพัฒนา
7. ระบบข้อมูลข่าวสาร
8. ระบบธรรมาภิบาล
9. ระบบเศรษฐกิจสีเขียว



# Eco Industrial Zone

ข้อกำหนดคุณลักษณะมาตรฐานการเป็นเขตอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ



# KPI : Evaluation

	Silver	Gold	Platinum
เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม	สัดส่วนการผลิตของ ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภาคอุตสาหกรรม ของจังหวัด (GPP) ต่อ จำนวนแรงงาน	1. มูลค่ายอดขายต่อ จำนวนแรงงาน 2.การจัดทำข้อมูล พื้นฐานทางเศรษฐกิจ และธุรกิจของบริษัท (การไหลเวียนของวัตถุดิบและ ผลิตภัณฑ์)	Business linkage/ Inter Utilization Networking/Industrial Symbioses  รายได้ที่เพิ่มขึ้นหรือรายจ่ายที่ลดลง ต่อหน่วยทรัพยากร Eco Efficiency
เศรษฐกิจท้องถิ่น	อัตราการว่างงานใน จังหวัดที่มีนิคมฯ เฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลัง (มีค่าลดลง)  รายได้สรรพากรของจังหวัด (เพิ่มขึ้น)	สัดส่วนการจ้างงานจาก ท้องถิ่น (เพิ่มขึ้น)	ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อฝึกและพัฒนาฝีมือทักษะของ แรงงานอย่างต่อเนื่องในทุกระดับเพื่อ รองรับการจ้างงานจากภาค อุตสาหกรรม
เศรษฐกิจชุมชน	สัดส่วนผู้มีรายได้/ค่าใช้จ่ายต่ำ กว่าเกณฑ์เส้นความยากจนต่อ จำนวนประชากรในจังหวัดน้อยกว่า ค่าเฉลี่ยทั้งประเทศหรือมี แนวโน้มลดลง (ย้อนหลัง 3 ปี)  อัตราการศึกษาต่อของนักเรียนภาค บังคับของจังหวัดที่มีนิคมสูงกว่าหรือ เทียบเท่ากับค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ	สัดส่วนแรงงานในระบบ ประกันสังคมของ โรงงาน (เพิ่มขึ้น)	การฝึกส่งเสริมพัฒนาอาชีพและ ริเริ่มสร้างสรรคอาชีพใหม่ทั้งที่ เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับ โรงงาน

# # 2

การพัฒนาองค์กรด้วยการ  
สร้างสรรค์คุณค่าร่วม (Creating  
Shared Value)

2-1

Definition / Conceptual

# Creating Shared Value

HBR.ORG

# Harvard Business Review



JANUARY-FEBRUARY 2011  
REPRINT R1101C



Cornell University  
The Johnson School  
Center for Sustainable Global Enterprise



## THE BIG IDEA

# Creating Shared Value

How to reinvent capitalism—and unleash a wave of  
innovation and growth by *Michael E. Porter and  
Mark R. Kramer*

## The Third-Generation Corporation

Stuart L. Hart  
S.C. Johnson Chair in Sustainable Global Enterprise  
Johnson School of Management  
Cornell University  
[slh55@cornell.edu](mailto:slh55@cornell.edu)

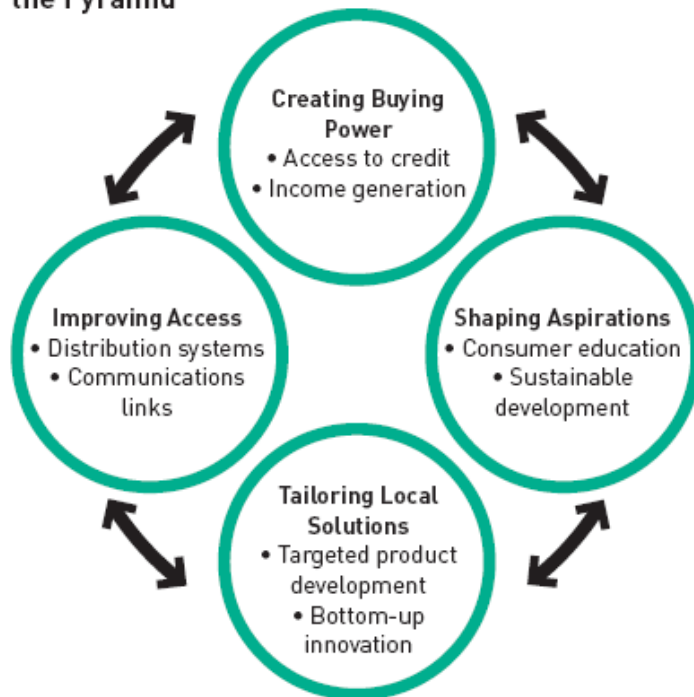
To appear in:  
Pratima Bansal and Andrew Hoffman  
*Oxford Handbook of Business and the Environment*  
Forthcoming (2011)

# Unmet Needs

Exhibit 1: The World Economic Pyramid


Annual Per Capita Income*	Tiers	Population in Millions
More Than \$20,000	1	75-100
\$1,500-\$20,000	2 & 3	1,500-1,750
Less Than \$1,500	4	4,000

## The Commercial Infrastructure at the Bottom of the Pyramid



## The Fortune at the Bottom of the Pyramid

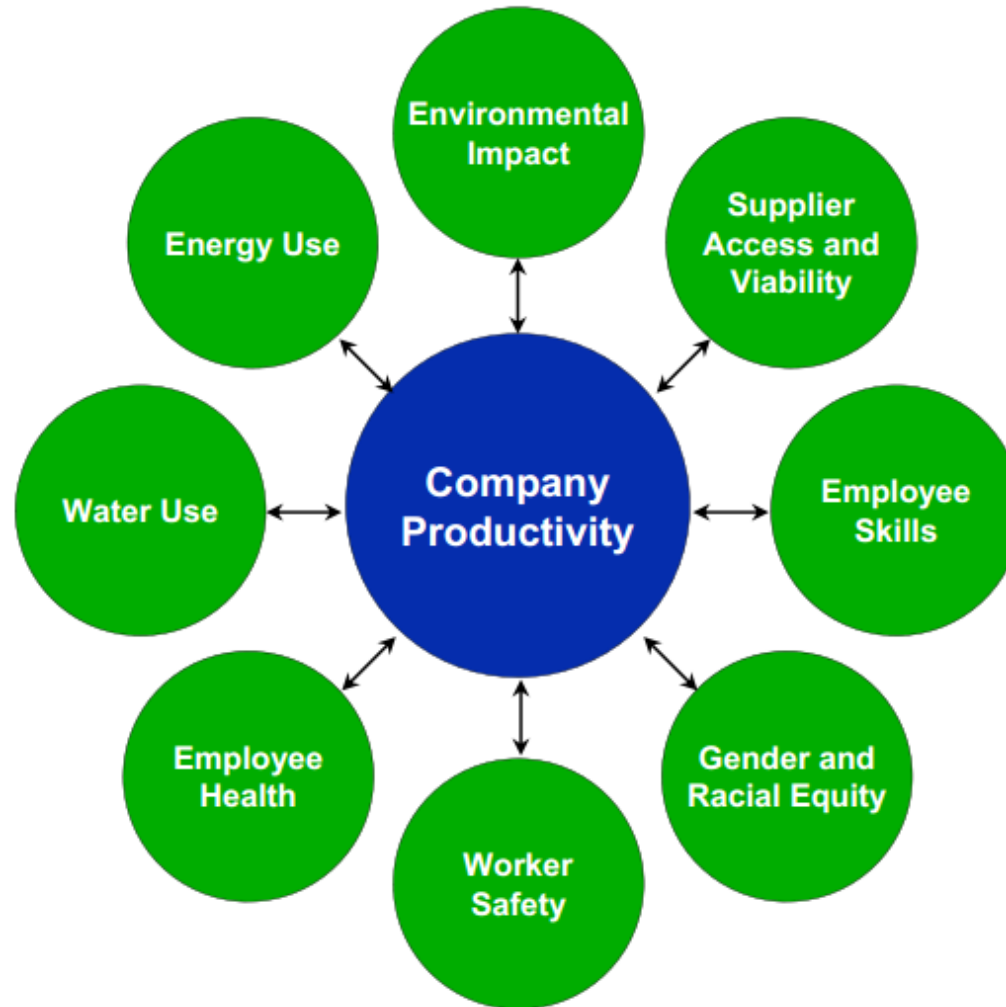
by C.K. Prahalad and Stuart L. Hart



Low-income markets present a prodigious opportunity for the world's wealthiest companies — to seek their fortunes and bring prosperity to the aspiring poor.

# Unmet Needs

## Societal Needs and Economic Value Creation





# พัฒนาการของกิจการบริษัทกับสังคม

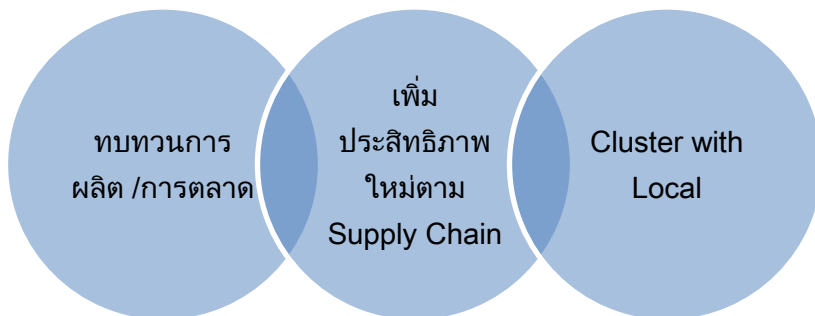
มีบริษัทที่ดำเนินงานตามแนวทางนี้อยู่ เช่น Google/IBM/Intel/Johnson & Johnson / Nestle'/Unilever / Wal-Mart



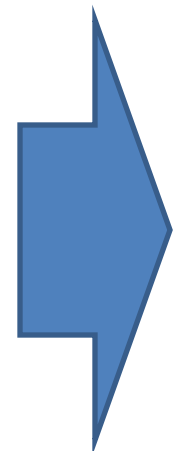
- Donations to worthy social causes
- Volunteering

- Compliance with community standards
- Good corporate citizenship
- "Sustainability"

- Integrating societal improvement into **economic value creation** itself



Porter & Kramer เห็นว่า กิจการบริษัทมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าแบกรับต่อประเด็นทางสังคม (Social Issue) มากขึ้นกว่าเดิม

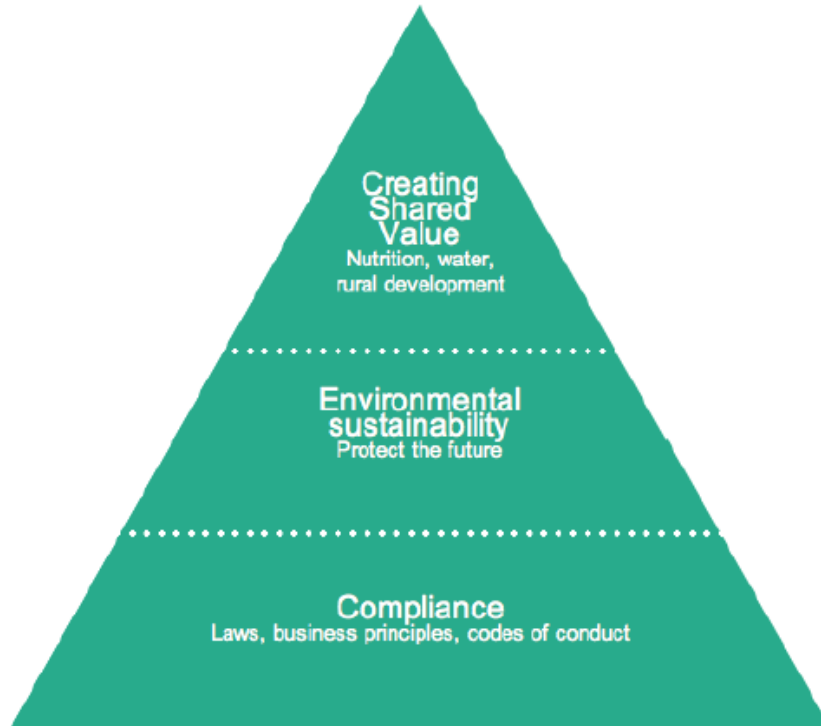


2-2

# Case Study : Nestle'

การจัดทำกลยุทธ์และการ  
deploy ไปยังระดับแผนกล  
ยุทธ์และหน่วยงานที่ย่อยลง  
ไปทั้งในและต่างประเทศ

# Nestle'



## NUTRITION



We play an important role in offering the right kind of products and helping consumers make the right nutritional choices.

## CSV - WATER



With demand set to rise by 50% by 2030, the world is facing a fresh water crisis. We're determined to help address this crisis.

## RURAL DEVELOPMENT



Rural development is at the very heart of our Company and one of our three CSV focus areas.

## ENVIRONMENT



We're helping to protect the environment and scarce resources, now and for future generations.

## SOURCING



We're working hard to ensure we source raw materials in a responsible and sustainable way.

## HUMAN RIGHTS



We recognise our responsibility to respect human rights in our operations and supply chains.

# The future for Nestle' : Water

## Our W.A.T.E.R. commitments

**W**ork to achieve water efficiency across our operations  
Leading in water resource management and excelling in the direct reduction of the direct water use in all our facilities

**A**dvocate for effective water policies and stewardship  
Promoting public policies that place value on water at every level

**T**reat effectively the water we discharge  
Setting strict targets for returning clean water to the environment

**E**ngage with suppliers, especially those in agriculture  
Helping to improve their water management with focus on impacts at watershed level

**R**aise awareness of water access and conservation  
Engaging employees, communities and consumers in the water imperative

## การแปรงานน้ำเป็น commitments

**Work** – นำเอาแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นส่วนหนึ่งของงานตาม **process** ของทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ

**Advocate** – นำเอาความรู้ที่มีต่อการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพนี้ไปสนับสนุนการสร้างเป็นนโยบายสาธารณะและการทำกับงานทุกระดับ

**Treat** – เข้มงวดต่อการจัดการน้ำเสีย โดยมีเป้าหมายที่จะนำกลับไปใช้ใหม่ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

**Engage Suppliers** – ประสานงานและร่วมจัดการในเรื่องนี้กับ **Suppliers** โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อกลุ่มที่เป็นเกษตรกร โดยเน้นไปยังการจัดการต่อพื้นที่ลุ่มน้ำ

**Raise awareness** เป็นการยกระดับความสนใจที่มีต่อเรื่อง การเข้าถึงและการอนุรักษ์น้ำ โดยสร้างประเด็นโยงเข้ากับพนักงาน ชุมชน และผู้บริโภค

# การประกอบการเพื่อสังคม



กรณีการดำเนินธุรกิจกาแฟของ **Nestle'** เป็นตัวอย่างที่ดีของแนวทางนี้ เพราะธุรกิจดังกล่าวได้ปรับปรุงคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาความยากจนของในชนบทของแอฟริกาและลาตินอเมริกา ซึ่งเป็นที่ที่ **Nestle'** ได้ไปริเริ่มดำเนินการ แต่เดิมนั้นการเพาะปลูกกาแฟในพื้นที่เหล่านี้ต่างตกอยู่ในวังวนของประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำ ไม่มีคุณภาพ และทำลายสิ่งแวดล้อม และสร้างปริมาณของผลผลิตได้น้อย

แต่ด้วยโครงการ **redesigned procurement** ของ **Nestle'** ที่มีการทำงานร่วมกับชุมชน ให้คำปรึกษากับเกษตรกรในภาคปฏิบัติอย่างเข้มข้น มีการค้าประกันเงินกู้ และช่วยสร้างหลักประกันต่างๆไม่ว่าจะเป็นยุงฉาง การกำจัดแมลง และปุ๋ย รวมทั้งการประสานมาตรการที่จะผลิตกาแฟเชิงคุณภาพ ณ จุดรับซื้อ โดยจ่ายราคาพิเศษสำหรับผลผลิตของกาแฟที่มีคุณภาพสูงให้เป็นมาตรการกระตุ้นไปในตัว ผลจากการจัดการนี้ได้เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ได้จัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น พร้อมกับ **Nestle** ก็ได้วัตถุดิบเป็นกาแฟที่มีคุณภาพ

# initiatives framework



# Rural development

Rural development and responsible sourcing			
Plan	Core project / activities	KPI	Outcome
Roll-out Rural Development Framework	Development of framework covering farmers, farm workers and communities	Framework in place and Commitment document published (December 2012)	By 2015 baseline assessments in place in 21 emerging economies of key importance to our business that show pronounced social need
Roll-out <i>Nestlé Cocoa Plan</i>	By enabling farmers to run profitable farms, eliminating child labour while developing a sustainable supply chain for Nestlé cocoa	<b>2012</b> 27 000 farmers trained; 1.1 million plants propagated; Fair Labor Association Report; 13 schools built or refurbished; More than 46 000 tonnes of Cocoa Plan cocoa	<b>2013</b> 60 000 tonnes cocoa; 8 coops certified; Roll-out of child labour monitoring and remediation to a further 6 coops; 10 schools built or refurbished; At least 20 000 farmers trained  <b>2015</b> 100 000 tonnes cocoa; Completion of WCF programme "40 schools in 4 years"
Roll-out <i>Nescafé Plan</i>	Focus on sustainable consumption, production and manufacturing  Membership of Common Code for Coffee Community (4C)  Partnership with Rainforest Alliance	<b>2012</b> More than 133 000 tonnes sourced from Farmer Connect  More than 48 000 farmers trained  22.5 million coffee plantlets distributed	<b>2015</b> Source 180 000 tonnes from Farmer Connect, 100% in line with 4C baseline sustainability standard  <b>2020</b> Source 90 000 tonnes SAN compliant coffee and distribute 220 million coffee plantlets
Implement responsible sourcing and traceability	Nestlé Supplier Code  Nestlé Responsible Sourcing and Traceability Programme  Partnerships with third parties	2261 audits of First Tier suppliers  Responsible Sourcing Guidelines for palm oil, paper, sugar, soya, vanilla, seafood  Partnerships with TFT, Conservation International, Proforest	<b>2015</b> Complete 10 000 responsible sourcing audits  <b>2013</b> Achieve 100% RSPO certified sustainable palm oil, two years ahead of our public commitment

# CSR Communication

## Publicity or CSR Communication of Nestle'



Dialogue and engagement: Leaders from the private sector, academia, government and non-governmental organisations meet at Nestlé's third annual Creating Shared Value Forum in Washington DC, in May 2011.

การรายงานผลการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมของแต่ละงานของ Nestle' เป็นการรายงานจากผลที่ประชาชน /สังคม เป็นผู้ได้รับประโยชน์

ไม่ใช่จากการแสดงจำนวนหรือ % ของประโยชน์จากบริษัท ซึ่งเป็นผู้ลงทุน ซึ่งเป็นไปตามการวัดผลแบบ SROI

## Highlights 2012

75.7%

Nestlé products meeting Nestlé Nutritional Foundation criteria

5.4 million

Children reached by the Nestlé Healthy Kids Global Programme, in 64 countries

6692

Renovated products for nutrition or health considerations

11 700

Equivalent tonnes of salt removed by Maggi from its portfolio over the last eight years

100 billion

Servings of iodine-enriched Maggi products sold worldwide

690 054

Farmers working directly with Nestlé

44 000

Farmers having access to financial assistance from Nestlé worth up to USD 37.8 million

489

Water-saving projects in our factories, saving 6.5 million m<sup>3</sup>

217

Clean drinking water projects in the South Asia region, helping to improve access and sanitation for more than 100 000 school children

39

Factories generating zero waste for disposal

-24%

Reduction in direct GHG (Greenhouse Gas) emissions since 2002

18 103

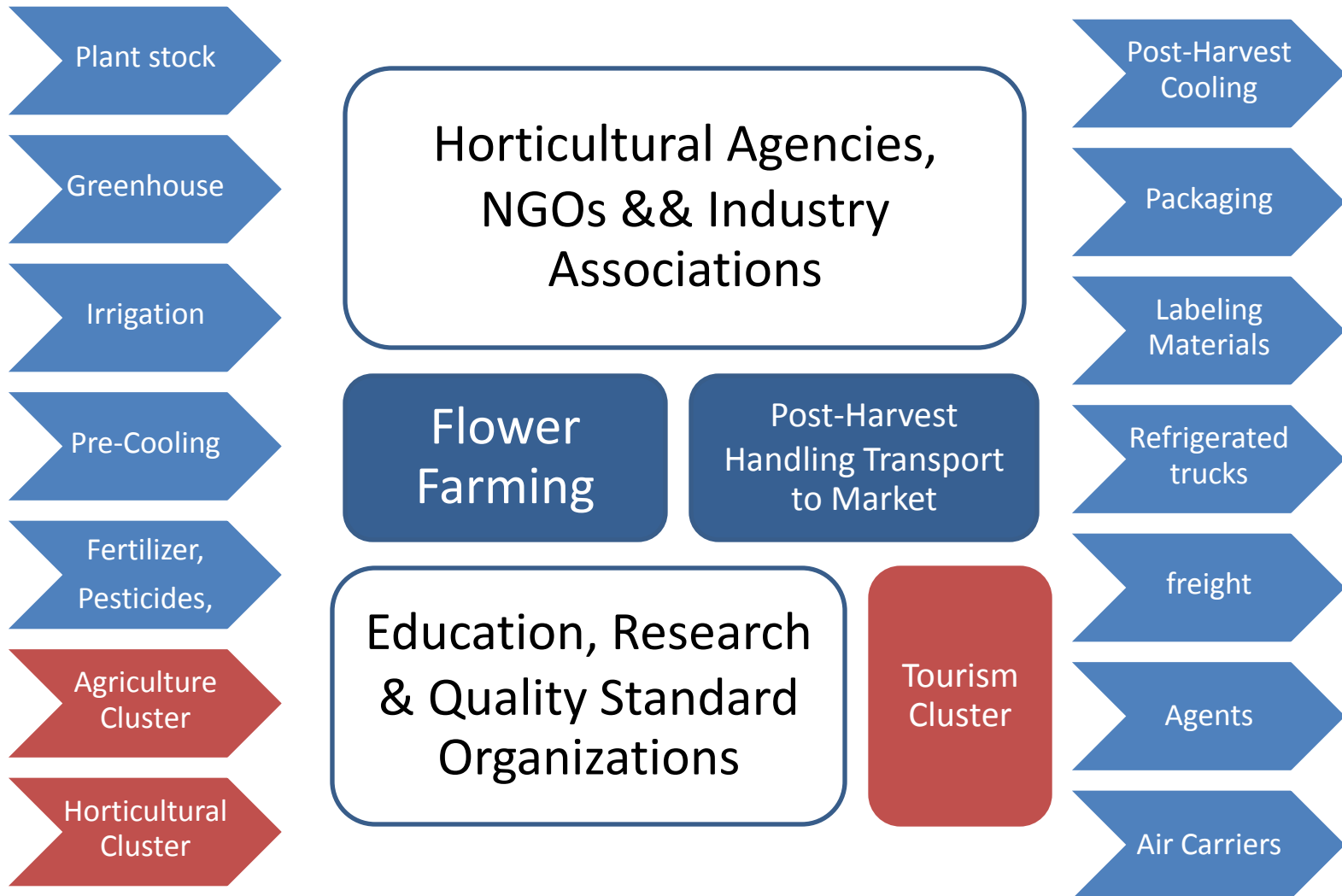
Employees completing our online human rights training tool



2-3

# Case Study : Impact value chain

# Kenya flower industries



## Mobile banking services



Vodafone's M-PESA ในเคนยา นำเอารายจากการบริการกับประชาชนที่ใช้บริการ Mobile banking services ซึ่งมีจำนวน 10 ล้านคน (ในขณะนั้น) ไปช่วยจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับสภาพดินฟ้าอากาศ ราคาพืชผล และให้คำปรึกษากับเกษตรกรในเคนยาจำนวน 2 ล้านคน ทำให้เกษตรกรสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารประกอบการผลิตและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 60 % - การตลาดเพื่อคนจน - โครงการดังกล่าวดำเนินการติดต่อกันมา 3 ปีแล้ว ค่าใช้จ่ายในโครงการนี้ร่วมเป็นเงินแล้วเทียบเป็นมูลค่าเป็น 11 % GDP ของเคนยา

## Greenhouse gases - Wall-Mart



Rerouting +  
Value chain



Greenhouse  
gases

Wall-Mart นำเอาข้อมูลเกี่ยวกับการบรรจุ / เส้นทาง/ระยะทางการขนส่งสินค้าและปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อ จัดส่งให้สอดคล้องกันใหม่ สามารถลดระยะทางลงไปได้ 100 ล้านไมล์ (เปรียบเทียบกับปี 2009) ลดค่าใช้จ่ายลงไป 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ พร้อมก็สามารถส่งสินค้าได้มากขึ้นกว่าเดิม

มากกว่านั้น การทบทวนข้อมูลตาม Value chain นี้ จะนำไปสู่การค้นพบการอยู่ร่วมกับ Supplier / Customer / Community อย่างยั่งยืนอีกด้วย

## 3 R



Decreasing



การประหยัด  
ทรัพยากร / การ  
จัดการอรรถประโยชน์  
/งบประมาณของรัฐ

Dow Chemical ลดการใช้น้ำดิบในโรงงานลงทุกโรงงาน ลดลงไปได้ 1 พันล้านแกลลอน เปรียบเทียบเป็นการใช้น้ำดิบสำหรับการบริโภคสำหรับคนในสหรัฐอเมริกาได้ 40,000 คน หากรัฐจะต้องลงทุนไปเพื่อจัดหาน้ำดิบจำนวนนี้มาใช้งาน จะต้องใช้งบประมาณเพื่อการนี้ 4 ล้านเหรียญสหรัฐ

## New Product



Innovation



รายได้ของบริษัท  
เพิ่มขึ้น

India's Jain Irrigation ของอินเดียนำเอาเทคโนโลยีชลประทานแบบระบบน้ำหยด มาใช้เป็นระบบของการจัดการน้ำสำหรับการจัดการเกษตร เป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมของระบบน้ำ

India's Jain Irrigation มีรายได้ขยายตัวมากถึง 41 % ใน 5 ปีแรกที่เริ่มต้น

## New Product



Innovation



รายได้ของบริษัท  
เพิ่มขึ้น

India's Jain Irrigation ของอินเดียนำเอาเทคโนโลยีชลประทานแบบระบบน้ำหยด มาใช้เป็นระบบของการจัดการน้ำสำหรับการจัดการเกษตร เป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมของระบบน้ำ

India's Jain Irrigation มีรายได้ขยายตัวมากถึง 41 % ใน 5 ปีแรกที่เริ่มต้น

## Project Shakti



Hindustan Unilever  
Limited

Project Shakti ซึ่งเป็นโครงการในระดับครัวเรือน โดยมุ่งที่จะสร้างสตรี  
ยากจนให้เป็นผู้ประกอบการ โครงการดังกล่าวมีสตรีเข้าร่วมถึง 2,000  
คน โดยที่ Unilever เป็นผู้จัดหา microcredit จัดการฝึกอบรม จน  
สามารถโครงการต่างๆขึ้นเป็นการประกอบการมากถึง 45,000  
โครงการ ครอบคลุมพื้นที่ 100,000 หมู่บ้าน ใน 15 มลรัฐของอินเดีย



Microcredit /  
new consumer



สร้างงานสตรี / บริษัทมี  
ยอดขายจากลูกค้าใหม่ใน  
กลุ่มนี้เพิ่มขึ้น 5 % รวมทั้ง  
มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



## Manufactory & Transportation



เปลี่ยนการขนส่งวัตถุดิบเป็นขนส่งผลิตภัณฑ์

ABOUT PRODUCTS & INVESTOR VALUE LOCATIONS SUSTAINABILITY CAREERS RESOURCES NEWS  
US SERVICES RELATIONS CHAIN



New economy



Olam ลดค่าใช้จ่ายการขนส่งและกระบวนการผลิตลง 25% ลดการปล่อย carbon emission ลงไปอีกส่วนหนึ่งด้วย

Olam International ผู้นำในการผลิตมะม่วงหิมพานต์ที่เดิมขนส่งวัตถุดิบจากทวีปอาฟริกาไปยังส่งโรงงานในทวีปเอเชีย โดย Olam สร้างโรงงานแทนซาเนีย โมซัมบิก ไนจีเรีย และไอวอรีโคสต์ แล้วฝึกอบรมคนงานขึ้นใหม่ ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานขึ้นใหม่ในอาฟริกา ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ จำนวน 17,000 อัตรา 95% เป็นสตรี รวมทั้งยังมีการจ้างงานทางอ้อมในพื้นที่ชนบทอีกส่วนหนึ่งด้วย

## Transportation



New economy



เป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไข  
ปัญหาความขัดแย้ง และ  
สร้างความยั่งยืนในการอยู่  
ร่วมกันในสังคม

นิปปอน สตีล ของญี่ปุ่น ที่โออิตะ สร้างธุรกิจนี้รองรับการเปลี่ยนอาชีพ  
ประมง อันเนื่องมาจากแกนเศรษฐกิจในจังหวัดได้เปลี่ยนไปจากเดิมแล้ว  
การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจดังกล่าว ควรจะเอื้อประโยชน์  
ต่อชุมชนเดิม

## Green ABS



New material



ลดการนำเข้าปิโตรเคมีจาก  
ต่างประเทศ มากกว่า 10,000 ตัน/  
ปี คิดเป็นมูลค่า 660 ล้านบาท/ปี  
และยังสามารถลดปริมาณการ  
ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้  
700,000 ตัน/ปี

IRPC บริษัทในกลุ่ม ปตท. จัดหายางธรรมชาติ ไปทดแทนยาง  
สังเคราะห์ ซึ่งมีสัดส่วนของยางธรรมชาติถึงร้อยละ 20-50 โดยไม่ต้อง  
มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิม ช่วยส่งเสริมและรับซื้อยางพารา  
จากเกษตรกร คิดเป็นมูลค่า 620-1,560 ล้านบาท

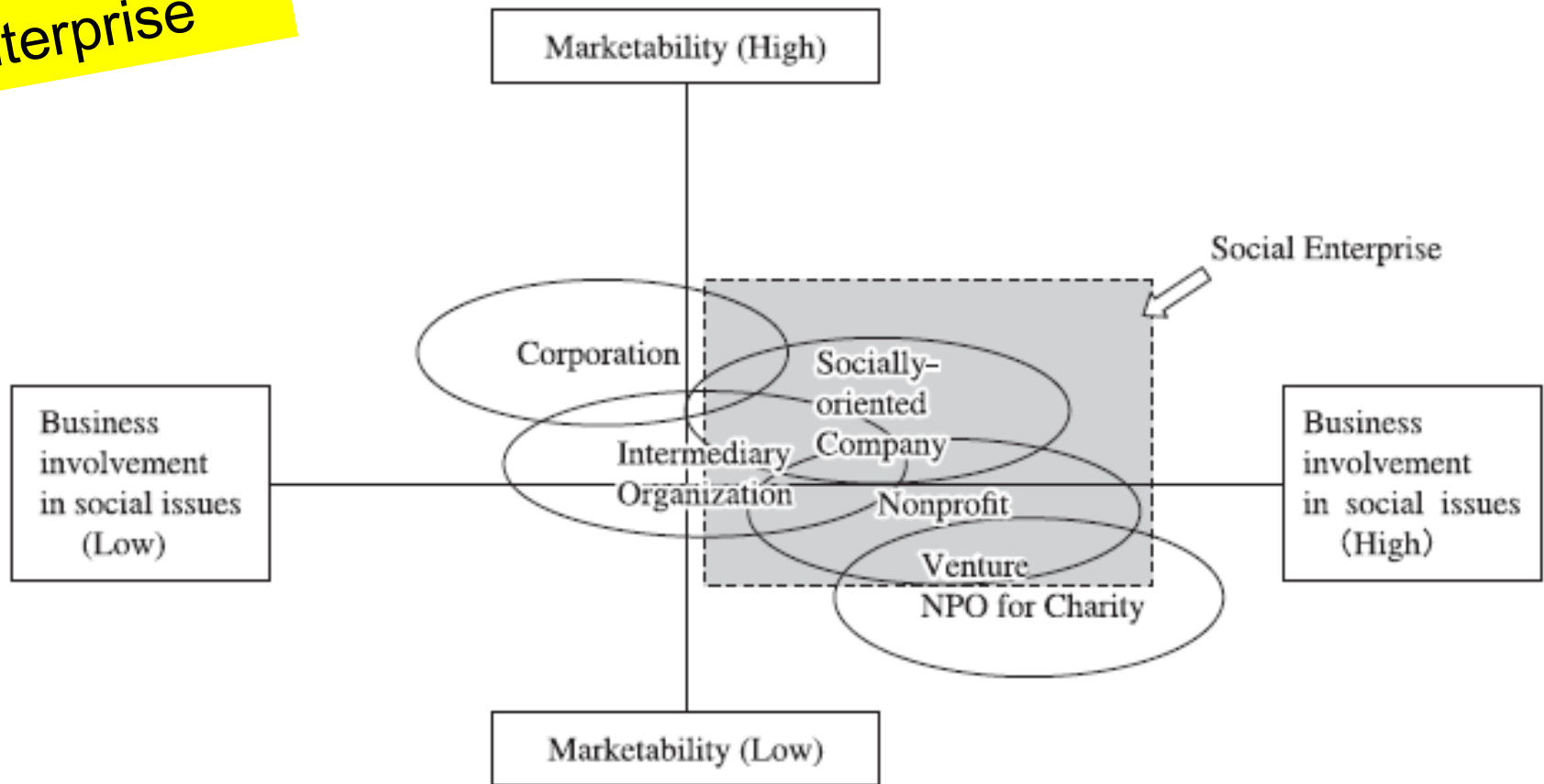
2-4

# Control & Management

SROI : Social Return on Investment

# 1. Social enterprise

## THE POSITION OF VARIOUS TYPES OF SOCIAL ENTERPRISES



Source: Tanimoto ed. (2006) p.15.

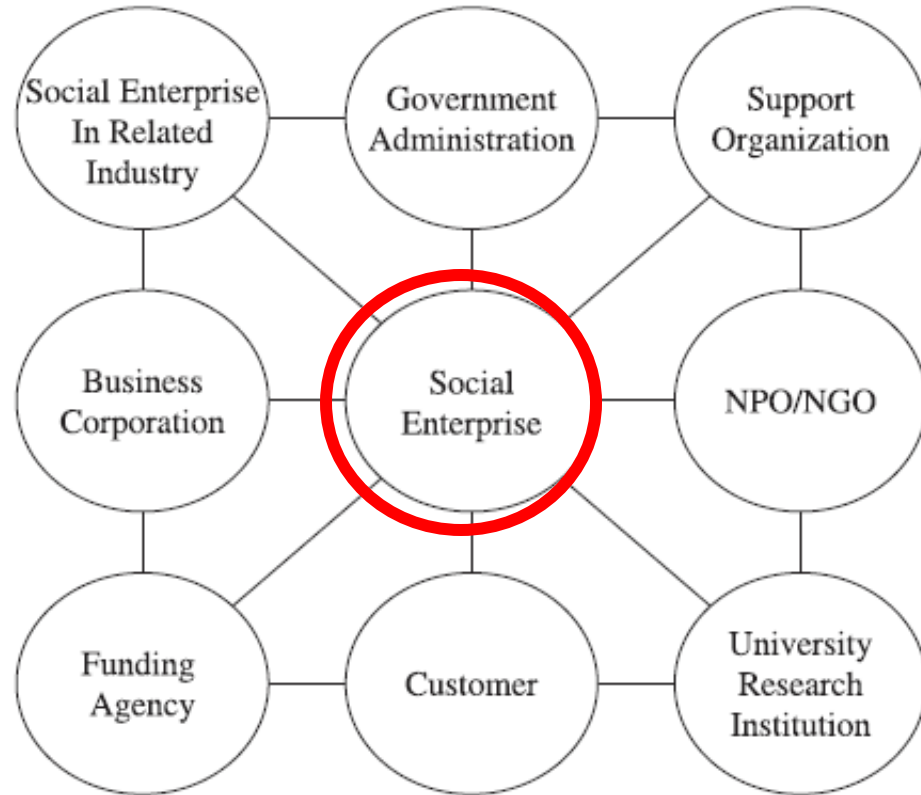
ลักษณะของแนวคิด / ความหมายที่สำคัญของ social enterprise ก็คือ ความเกี่ยวข้องของประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และประเด็นของความเป็นไปได้ทางการตลาด

# Social Innovation Cluster in Japan

## 2. Cluster development

ลักษณะความสำเร็จของ ญีปุ่น ที่สามารถสร้าง social enterprise ได้ก็ เป็นผลมาจากการทำงาน ในลักษณะของ Cluster โดยที่ ญีปุ่น กิจการ social enterprise ไม่ได้ เกิดจากการผลักดันของ กิจการสหกรณ์เช่นใน UK

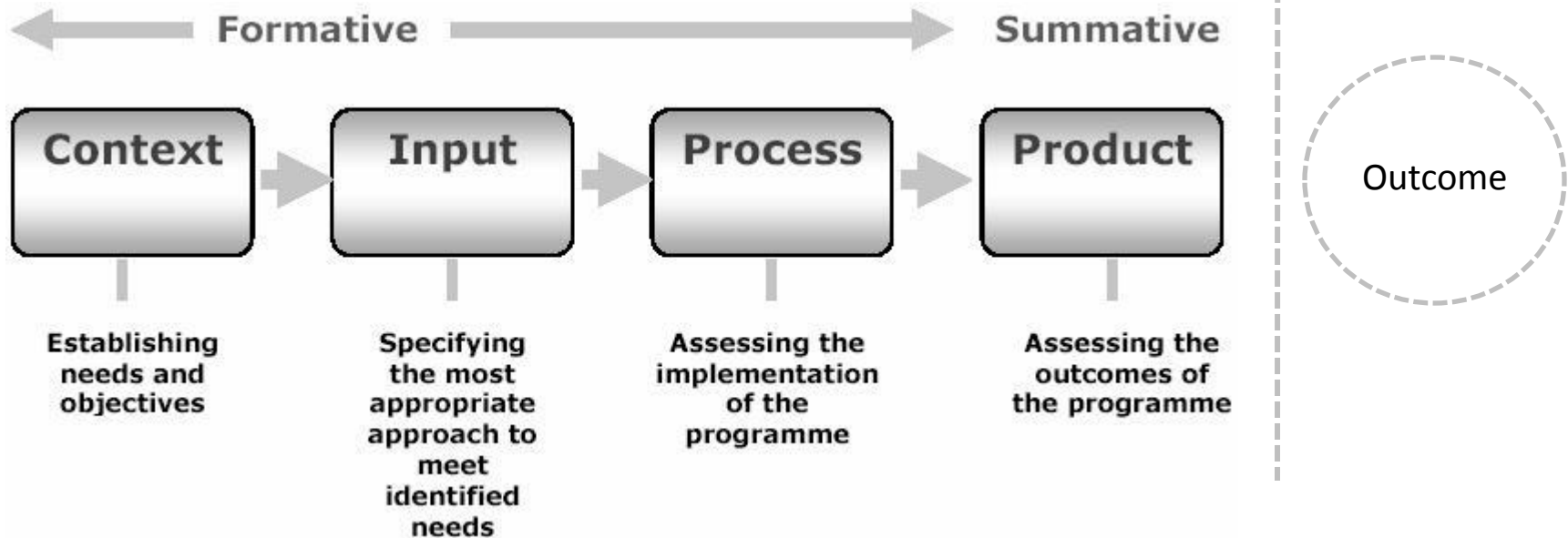
การสนับสนุนกันในลักษณะของ Cluster นี้เป็นต้นแบบของ social enterprise alliance ที่ เกิดขึ้นที่ San Francisco



# CIPP or CIPPO

## 3. การกำกับติดตามผล

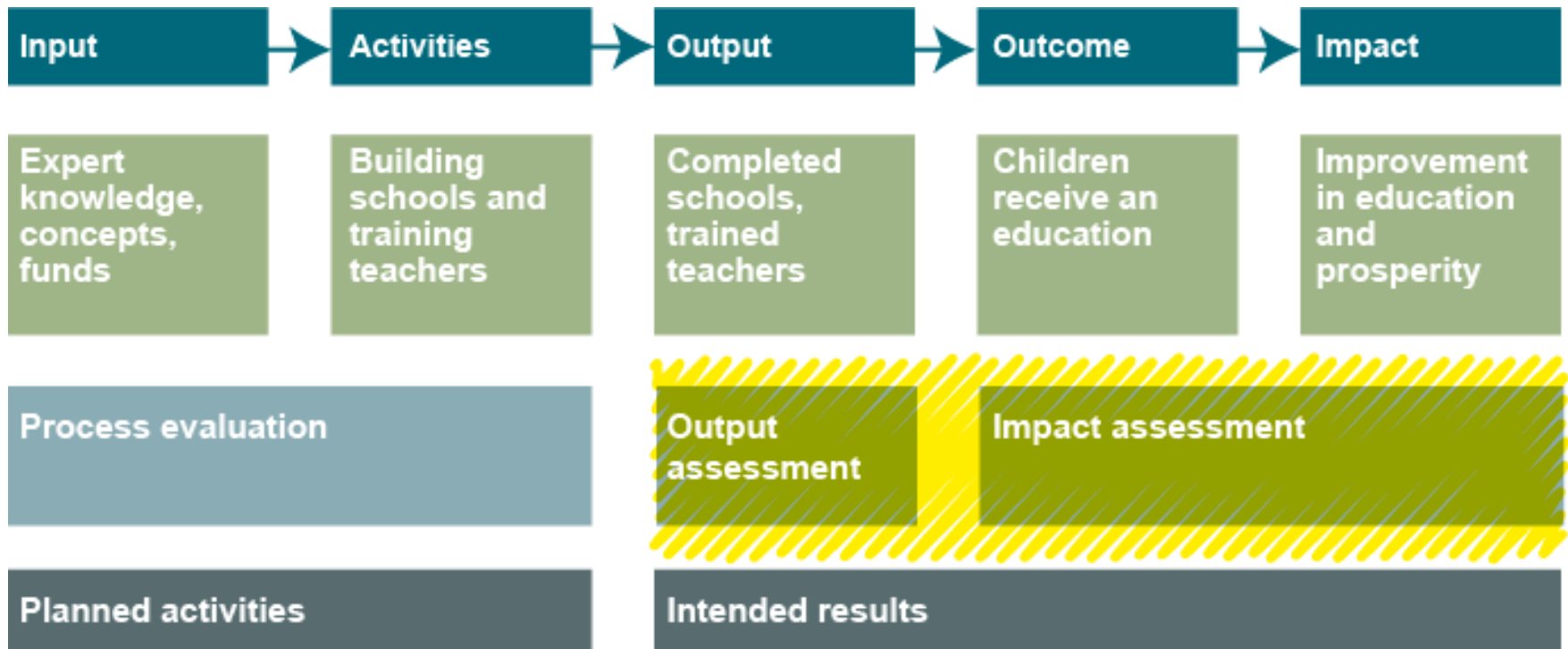
**Context** = needs/problem/assets/opportunities to help decision makers define **goals and priorities** and help the broader group of users judge **goals/priorities and outcomes**



ไปแก้ไขปัญหาทางสังคมเรื่องอะไร - ทำอย่างไรจึงจะเกิดประสิทธิผล

# SROI : Social Return on Investment

4. การ  
คำนวณ  
ผลลัพธ์



ไปแก้ไขปัญหาทางสังคม – ด้วยการอธิบายได้ว่าเป็น “คุณค่า” การยอมรับของสังคม



5. การสื่อสาร (1)

หน้าแรก » ข่าว SE » "บ้านปู" เปิดโครงการ "พลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม 3" เพื่อค้นหาผู้ประกอบการเพื่อสังคมรุ่นใหม่

"บ้านปู" เปิดโครงการ "พลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม 3" เพื่อค้นหาผู้ประกอบการเพื่อสังคมรุ่นใหม่

โพสต์โดย Anonymous เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2013 09:54

"บ้านปู" เปิดโครงการ "พลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม 3" เพื่อค้นหาผู้ประกอบการเพื่อสังคมรุ่นใหม่



BANPU  
Champions for Change  
พลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม

## BANPU Champions for Change

### เปิดรับสมัครโครงการปี 3

อยากเป็นเจ้าของธุรกิจ แต่ก็อยากช่วยแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม  
ทำไมต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง มากมายทางสู่ "กิจการเพื่อสังคม"  
ธุรกิจที่สร้างรอยยิ้มและก้าวไปพร้อมๆกันกับโครงการ  
BANPU Champions for Change ปี 3

โอเดียดใจแจ่ม แพนธุรกิจใจแจ่ม รับไปเลยทุนตั้งต้นสูงสุด



SE of The Month



ปลาจะเพ็ชร

ปลาจะเพ็ชร กิจการหน้าร้านจำหน่ายสินค้าแฟร์เทรด (Fair Trade store) และทำงานกับองค์กรเพื่อสังคม หรือชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ

อ่านต่อ...



TSEO  
tseopress

tseopress รับสมัคร TSEO's Fellowship ทำหน้าที่ Business Development เพื่อร่วมสานฝันให้ Social Enterprises สนใจส่ง CV มาที่ info@tseo.or.th over a year ago · reply · retweet · favorite

tseopress เพิ่มรอบ Open House เพื่อคนอยากมีกิจการเพื่อสังคมเป็นของตัวเองเสาร์ที่ 28 มกราคม 2555 นี้ที่ สสส.

# CSR Communication

Public Communication  
6. การสื่อสาร (2)

## Highlights 2012

75.7%

Nestlé products meeting Nestlé Nutritional Foundation criteria

5.4 million

Children reached by the Nestlé Healthy Kids Global Programme, in 64 countries

6692

Renovated products for nutrition or health considerations

11 700

Equivalent tonnes of salt removed by *Maggi* from its portfolio over the last eight years

100 billion

Servings of iodine-enriched *Maggi* products sold worldwide

690 054

Farmers working directly with Nestlé

44 000

Farmers having access to financial assistance from Nestlé worth up to USD 37.8 million

489

Water-saving projects in our factories, saving 6.5 million m<sup>3</sup>

217

Clean drinking water projects in the South Asia region, helping to improve access and sanitation for more than 100 000 school children

39

Factories generating zero waste for disposal

-24%

Reduction in direct GHG (Greenhouse Gas) emissions since 2002

18 103

Employees completing our online human rights training tool



Dialogue and engagement: Leaders from the private sector, academia, government and non-governmental organisations meet at Nestlé's third annual Creating Shared Value Forum in Washington DC, in May 2011.

การรายงานผลการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมของแต่ละงานของ Nestlé เป็นการรายงานจากผลที่ประชาชน /สังคม เป็นผู้ได้รับประโยชน์

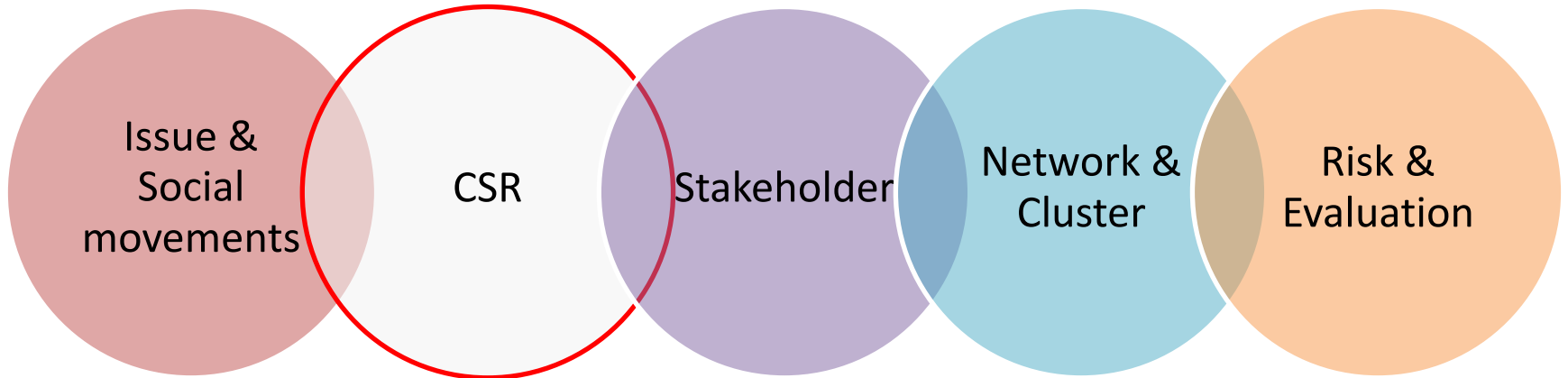
ไม่ใช่จากการแสดงจำนวนหรือ % ของประโยชน์จากบริษัท ซึ่งเป็นผู้ลงทุน ซึ่งเป็นไปตามการวัดผลแบบ SROI

# CSR as total management

7.Total Management

พัฒนาไปจากงานกิจกรรม ทำบุญ บริจาคไปเป็นงานบริหารองค์กร เมือง เศรษฐกิจและสังคม..และพัฒนาไปไกลมากแล้ว

Civil Society  
Governance  
Participatory democracy



Grievance  
Social conflict  
Bottom of poverty

Sustainable development  
Triple bottom line  
Relationship building

Standardization  
GRI  
SROI

# # 3

การประยุกต์ระบบมาตรฐานความ  
รับผิดชอบต่อสังคม – สำหรับ กฟภ.

3-1

# CSR Strategies : Case Study

## Sustainability & action plan to world wide



### IMPROVING HEALTH & WELL-BEING

By 2020 we will help more than a billion people take action to improve their health and well-being.



### REDUCING ENVIRONMENTAL IMPACT

By 2020 our goal is to halve the environmental footprint of the making and use of our products as we grow our business.\*



### ENHANCING LIVELIHOODS

By 2020 we will enhance the livelihoods of hundreds of thousands of people as we grow our business.

1 HEALTH &  
HYGIENE



2 IMPROVING  
NUTRITION



3 GREENHOUSE  
GASES



4 WATER



5 WASTE



6 SUSTAINABLE  
SOURCING



7 BETTER  
LIVELIHOODS



† In our 2011 Progress Report we presented our people and workplace targets as a standalone set of targets. In 2012 we incorporated these into our commitments.\* Throughout this section our environmental targets are expressed on a 'per consumer use' basis. This means a single use, portion or serving of a product. We have taken a lifecycle approach with a baseline of 2008.+ In seven water-scarce countries representing around half the world's population.

CLOSE THE UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN



# PTT-CSR timeframe



- PTT Group CSR Framework and Implementation Guide

- Management Engagement and BUs Communication
- Pilot CSR Framework Implementation
- CSR Report inline with GRI

- CSR Process Implementation in Rayong
- Stakeholder Dialogue
- Self Verification of CSR Framework

- CSR Process Manual for Corporate, Gas & Oil BUs
- Corporate Guidelines
- Third Party Assurance of CSR Framework
- First DJSI Application

- Leverage well established work processes for better outcomes

- Certified for conducting a sustainable business in the international arena



PTT CSR Report 2008



PTT Group CSR Report 2009



PTT Group CSR Report 2010



PTT Corporate Sustainability Report 2011



PTT Corporate Sustainability Report 2012



SUSTAINABLE BUSINESS

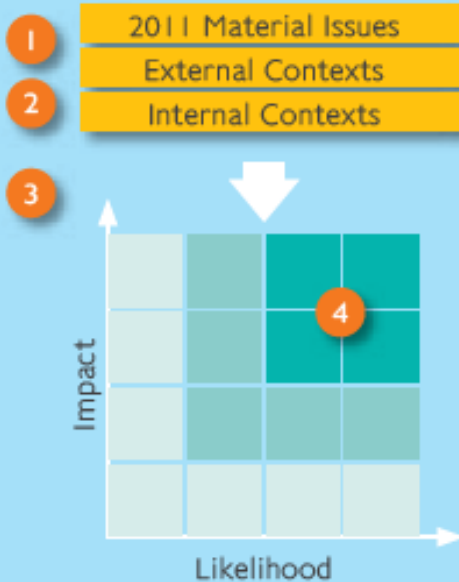


# Problem-Issue analysis



จะทำความเข้าใจในเรื่อง Sustainable business อย่างไร ?

## ISSUE IDENTIFICATION



## MATERIAL ISSUES

### ECONOMIC DIMENSION

- Energy Security
- Supply Chain Management
- Capital Project Management

### ENVIRONMENTAL DIMENSION

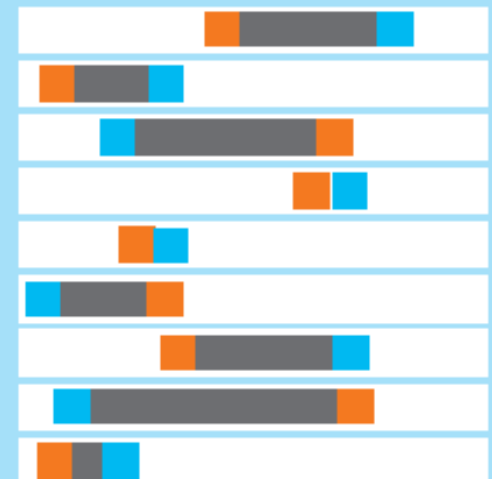
- Environmental Stewardship
- Climate Change
- Product Stewardship

### SOCIAL DIMENSION

- Health and Safety
- Corporate Citizenship
- People

## CONTENT SELECTION

### NARRATIVE > QUANTITATIVE



■ PTT View  
■ Stakeholder View

## PROCESS FOR DEFINING REPORT CONTENT





# Trend : Creating Shared Value

New Business Model / Win-Win situation

## Philanthropy

- Donations to worthy social causes
- Volunteering



## Corporate Social Responsibility (CSR)

- Compliance with community standards
- Good corporate citizenship
- Sustainability



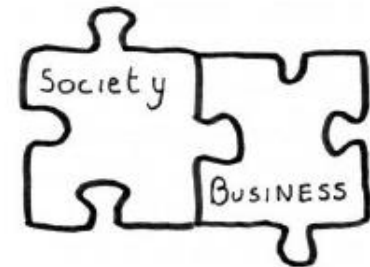
CSR Framework



Implementation Guide

## Creating Shared Value (CSV)

- Integrating societal improvement into economic value creation itself



3-2

# Standardization - PEA



**we**  
**Move**  
**Beyond**

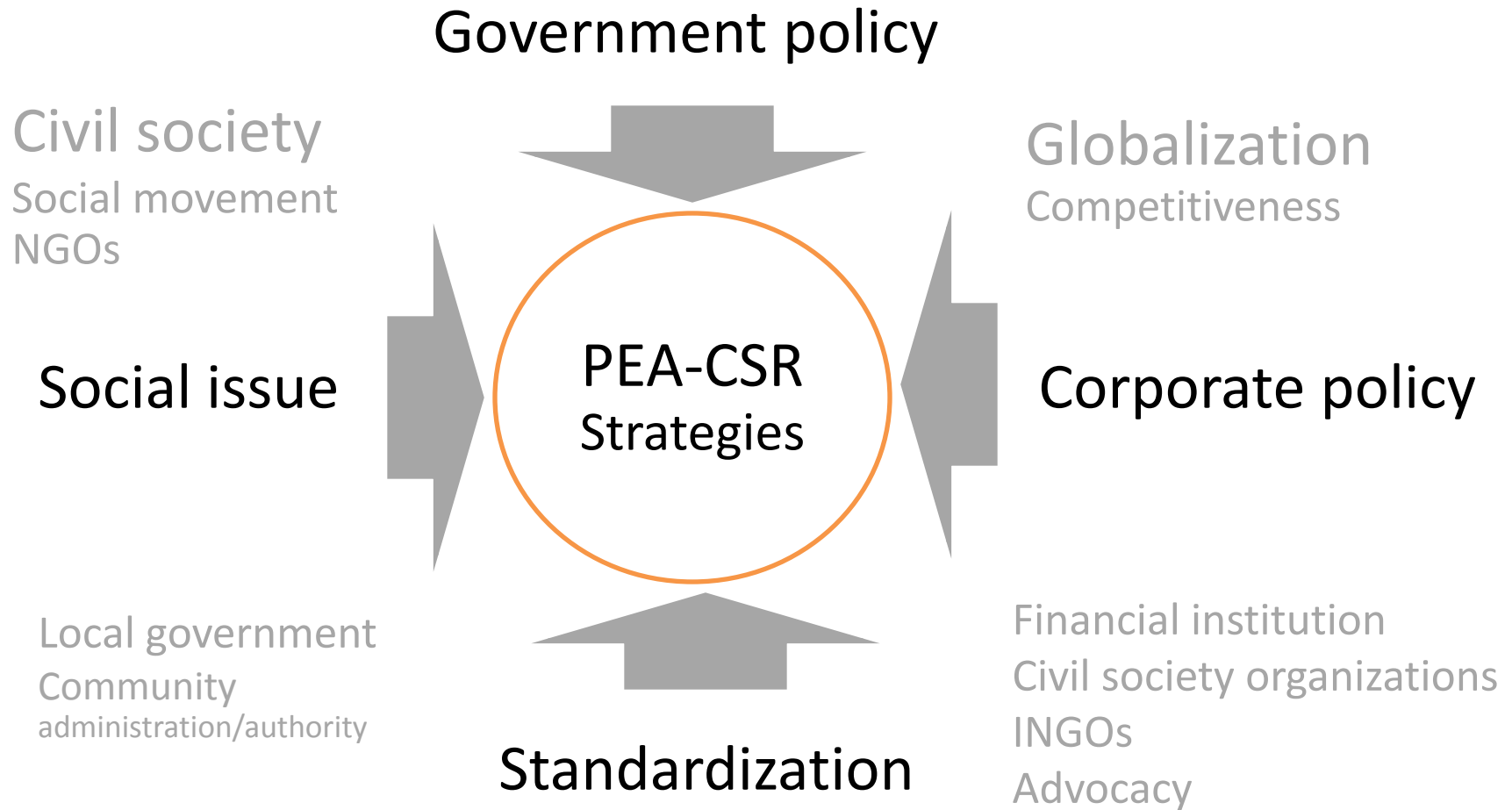
# PEA ?

Standardization



# 1

# CSR factors : Identification



# PEA Supply Chain?

สิ่งแวดล้อม

ท้องถิ่น / มหาดไทย

มหาดไทย

ประชาสังคมในฐานะการมีส่วนร่วมของพลเมือง

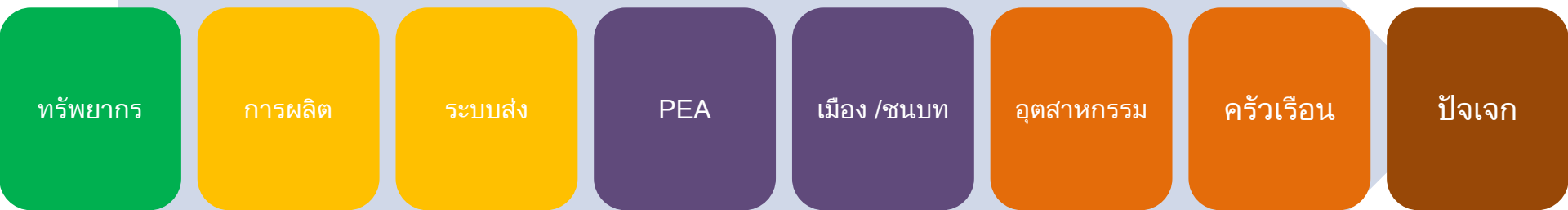
อุตสาหกรรม

ท้องถิ่น

ประชาสังคมในฐานะผู้ใช้บริการ

พลังงาน

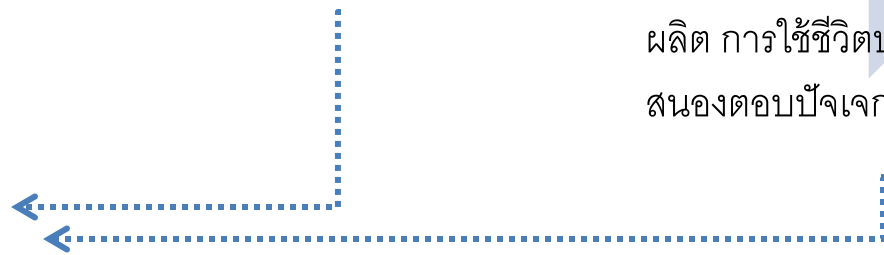
ประชาสังคมในฐานะเป็นเจ้าของร่วมในทรัพยากรและผู้ที่ได้รับผลกระทบ



## Rural development

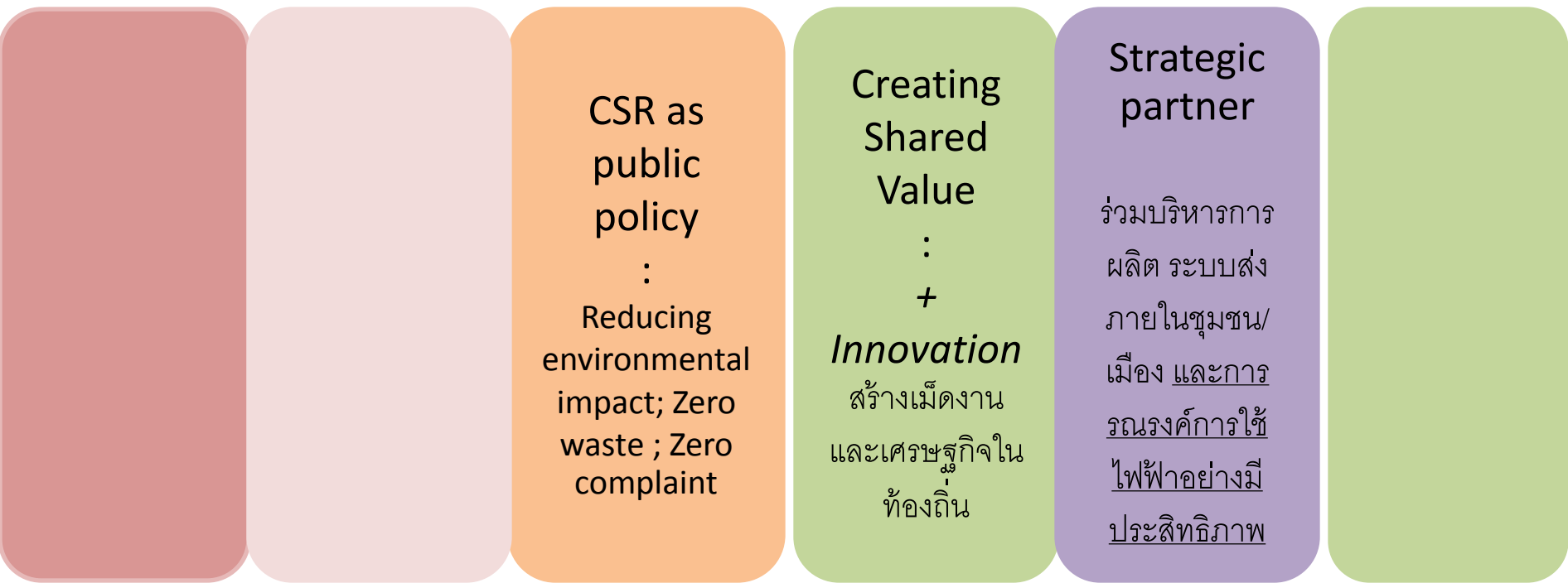
การอยู่ร่วมกับธรรมชาติ / ชุมชนดั้งเดิม

มิติของการใช้งานที่แตกต่างระหว่าง การผลิต การใช้ชีวิตประจำวัน กับการสนองตอบปังเจกแบบการตลาด



PEA จะร่วมสร้างความยั่งยืนได้อย่างไร ?

# Sustainability : fit for PEA ?



คืนประโยชน์ /ลดการใช้

ร่วมสร้างความตระหนัก

# Sustainability : fit for PEA ?

โอกาสที่เหลื่อมล้ำ

เศรษฐกิจรายย่อย

สังคมอนาคต

เครือข่าย/ขัดแย้ง

บทบาทของท้องถิ่น



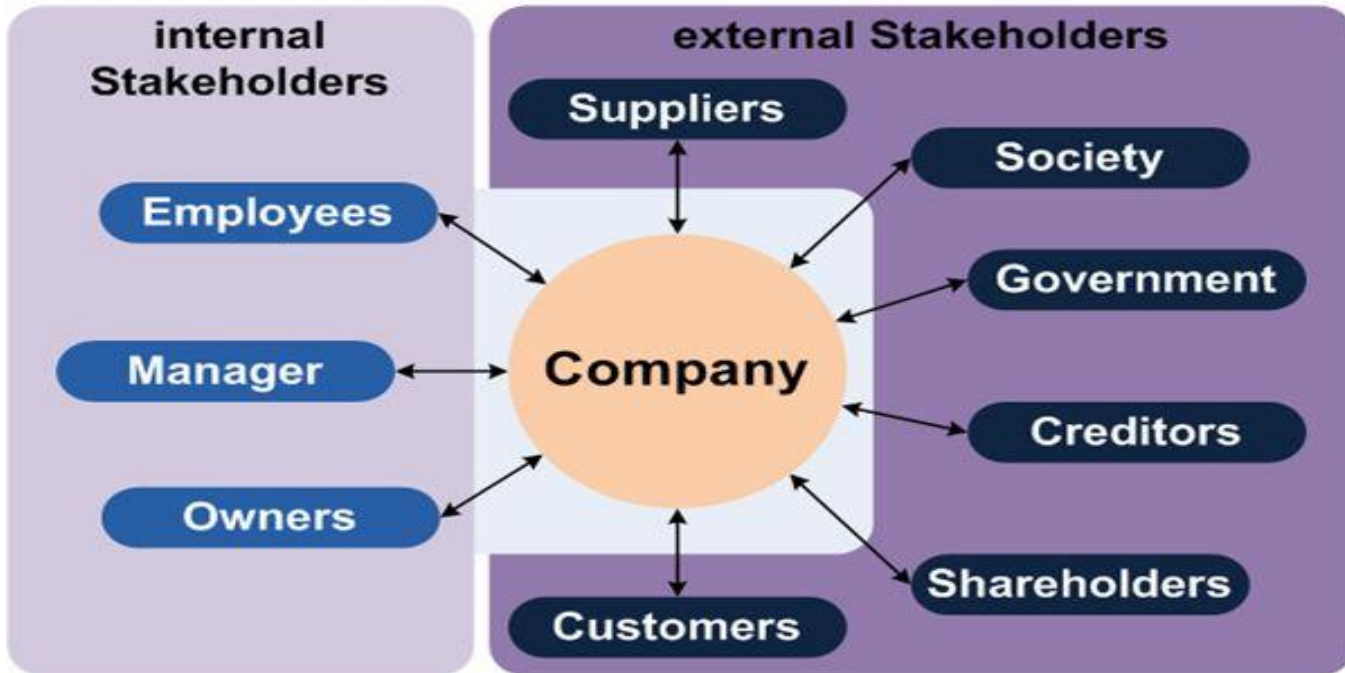
"We're waiting for the city to come to us..."

- การศึกษา
- เศรษฐกิจชุมชน
- ศูนย์การเรียนรู้
- การท่องเที่ยวชุมชน
- วัฒนธรรมพื้นบ้าน
- การพัฒนาความสามารถของชุมชนท้องถิ่น



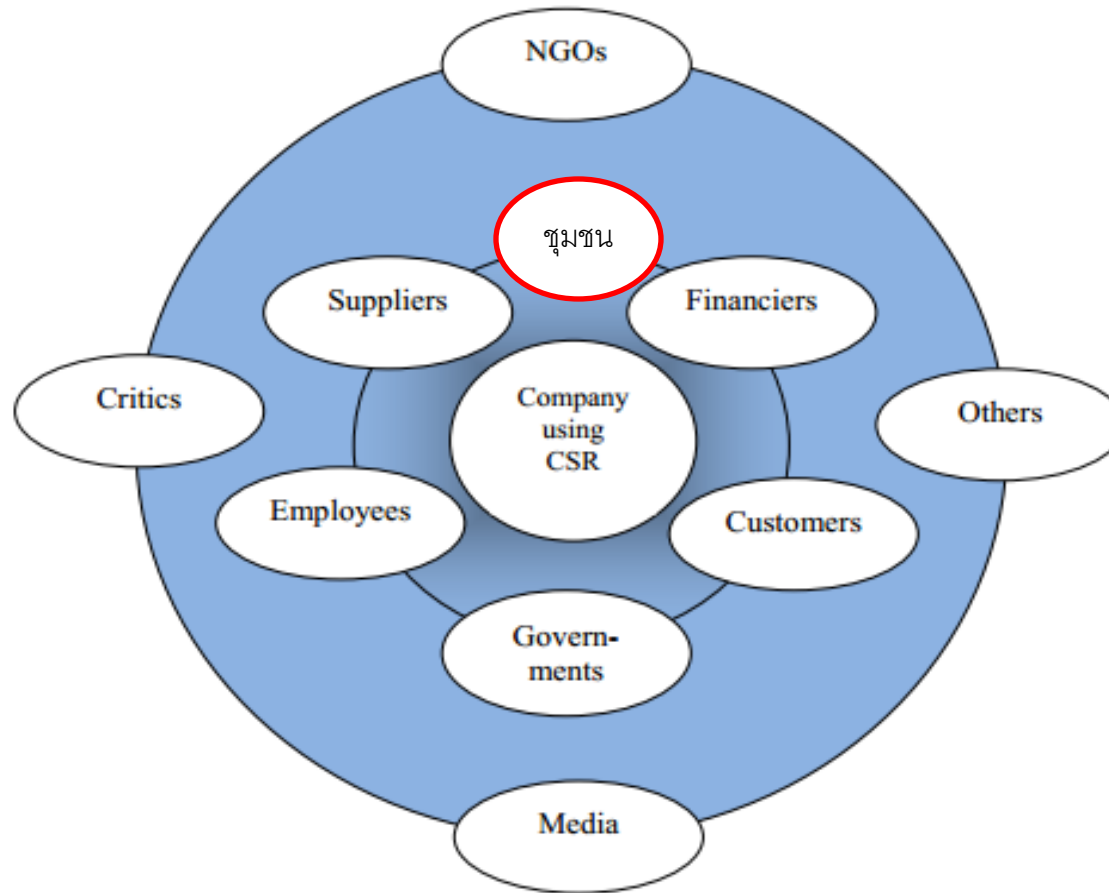
#3

# Stakeholder Identification





# Stakeholder analysis

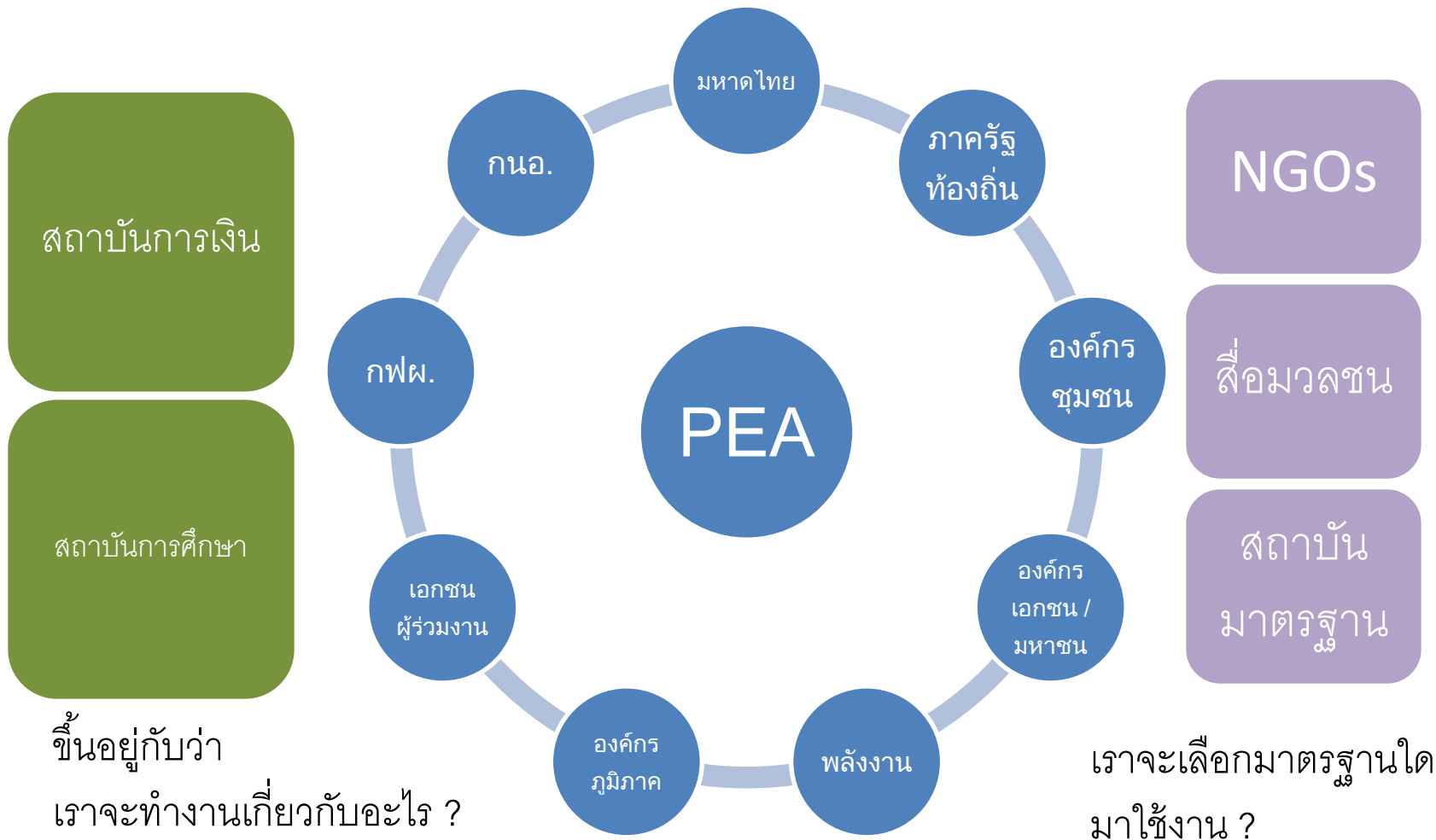


กรณีของผู้ประกอบการที่**มาบตาพุด** ควรจะพัฒนางานสร้างความสัมพันธ์กับ **Stakeholder** ที่เรียงลำดับความสำคัญในลักษณะนี้

โดยเพิ่ม “ชุมชน” เป็น **Stakeholder** ในวงแรก

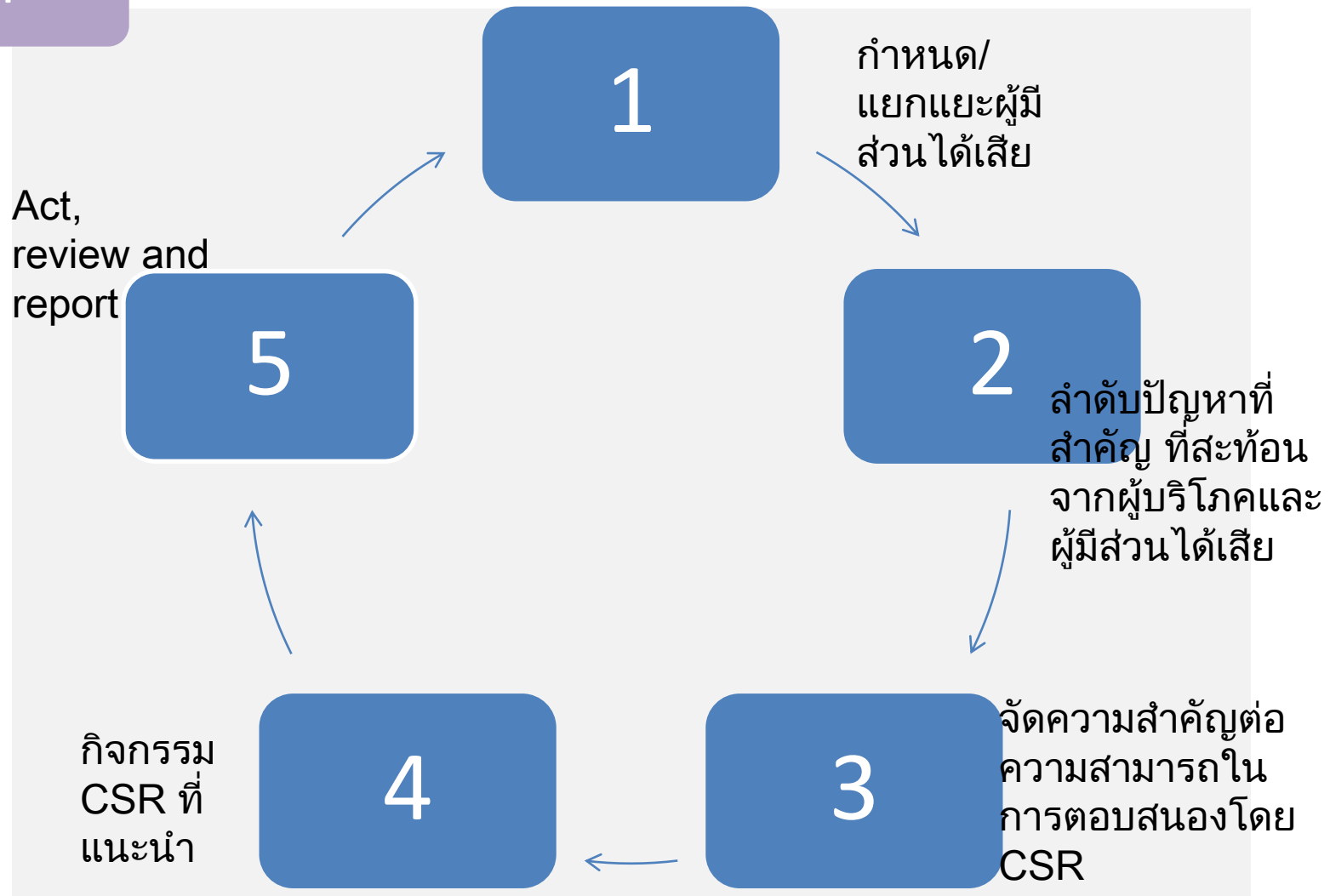
Figure 8 The Indonesian Stakeholders and CSR model, authors own version (2009), based on Freemans adapted version of the stakeholder model from 2003 (Fassin 2008, p.115).

# PEA Stakeholder ?



# Stakeholder Engagement Standard

#4



\*Adapted from Stakeholder Engagement Standard AA 1000 SES (Institute of Social and Ethical Accountability )

# # 4

การรายงานความยั่งยืนและ  
กระบวนการจัดทำรายงานตาม  
แนวทาง GRI



# The GRI Sustainability Reporting Guidelines Main Features of G4

# Materiality and boundary

---

- Emphasis on what is material encourages organizations to **provide only information critical to their business and stakeholders**
- Organizations and report users can **concentrate on sustainability impacts that matter**, resulting in reports that are more strategic, more focused, more credible, and easier to navigate
- G4 provides guidance on how to **select material topics**, and **explain the boundaries** of where these occur



# Global Reporting Initiative



เริ่มใช้งาน  
ในปี 2013 เป็น  
ต้นไป

## Economic

Economic Performance

Market Presence

Indirect Economic Impacts

Procurement Practices

## Environmental

Materials

Energy

Water

Biodiversity

Emissions

etc

## Social

Labor Practices and Decent Work

Human Rights

Society

Product Responsibility

# Global Reporting Initiative

## Labor Practices and Decent Work

Employment

Labor Relations

Occupational  
health and safety

Training and  
Education

## Human Rights

Investment

Non-discrimination

Freedom of  
Association and  
Collection Bargaining

Child Labor

## Society

Local  
Communities

Anti-corruption

Public Policy

Anti-competitive  
Behavior

## Product Responsibility

Customer Health  
and Safety

Product and  
Service Labeling

Marketing  
Communications

Customer  
Privacy

# General Standard Disclosures

## IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES

G4-17

G4-18

G4-19

G4-20

G4-21

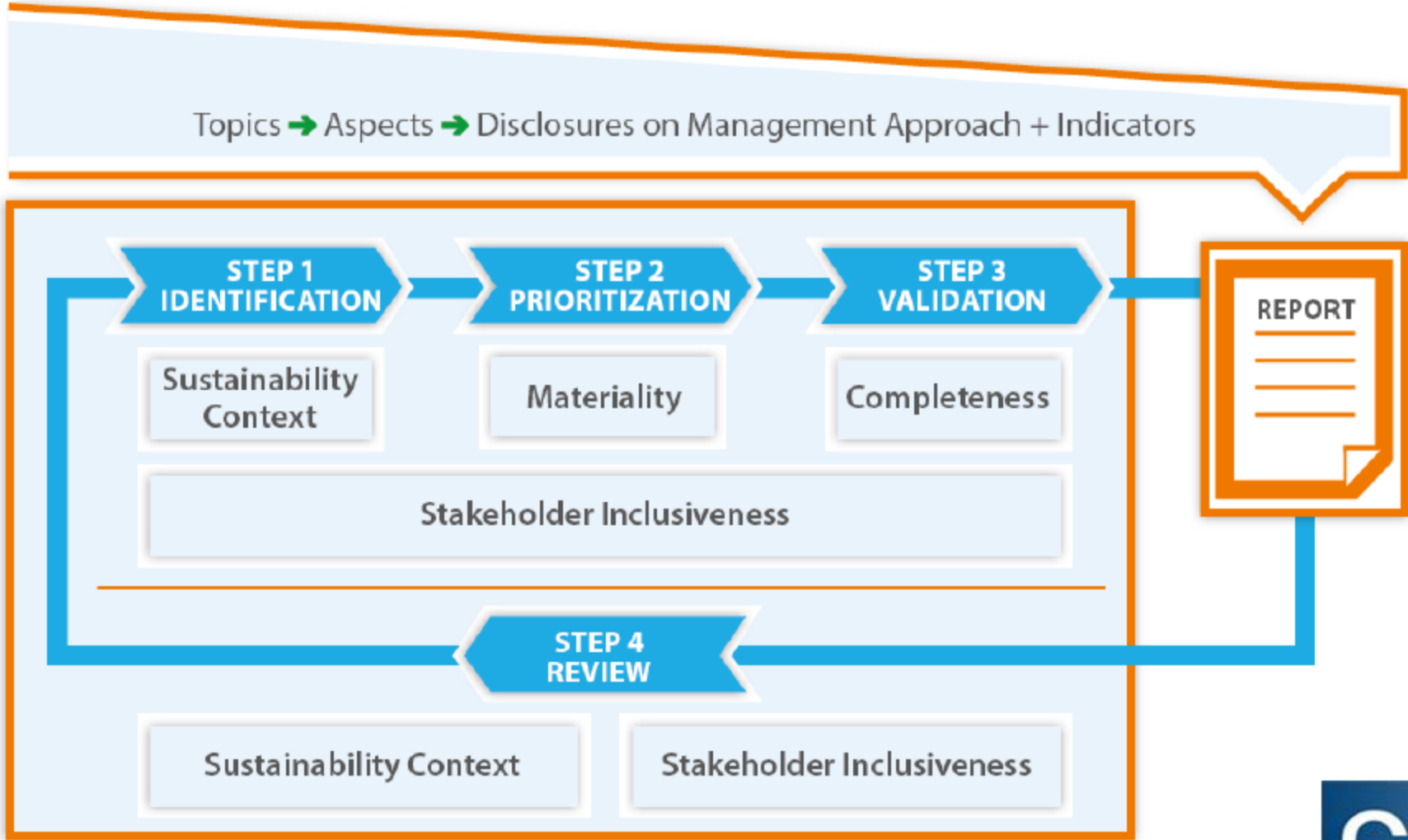
G4-22

G4-23

List all the material Aspects identified in the process for defining reporting content

G4

# Defining Material Aspects and Boundaries



**G4** SUSTAINABILITY  
REPORTING  
GUIDELINES



**G4**

## The map for your sustainability journey

For technical enquiries, please email  
[guidelines@globalreporting.org](mailto:guidelines@globalreporting.org)

To provide feedback, please email  
[feedback@globalreporting.org](mailto:feedback@globalreporting.org)

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)





*Thank you for your attention*