

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท นิธิฟู๊ดส์ จำกัด

ผู้เขียน นายกอบชัย ถาวรศรี

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท นิธิฟู๊ดส์ จำกัด และปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท นิธิฟู๊ดส์ จำกัด โดยพิจารณาตามขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และพิจารณาตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกประเด็นทางสังคมเพื่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจในบริบทของสังคมไทย ของสายทิพย์ โสรรัตน์ (2551) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์บุคคลที่มีหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฯ ในระดับองค์การ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่าย และผู้ประสานงานองค์การ ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทฯ มองว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้านผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และการดูแลกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้องค์การสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างเรียบร้อย โดยบริษัท ฯ มีวิธีการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ (1) การค้นหาจุดร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม ด้วยการพิจารณาถึงผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่อาจส่งผลต่อสังคม ซึ่งหมายถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท ฯ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า สิ่งแวดล้อม สังคมและชุมชน (2) การจัดลำดับความสำคัญและเลือกประเด็นทางสังคม บริษัท ฯ พิจารณาจากบริบททางธุรกิจของบริษัท ฯ ลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท ฯ และความพร้อมของบริษัท ฯ โดยมี

ประเด็นทางสังคมที่บริษัท ฯ เลือกมาดำเนินการ คือ ประเด็นทางสังคมทั่วไป ประเด็นผลกระทบที่อาจเกิดจากกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ฯ และประเด็นอิทธิพลที่มีผลต่อการแข่งขัน

(3) การวางยุทธศาสตร์เชิงรุกและการจัดการ โดยบริษัท ฯ ได้กำหนดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในเชิงรับและเชิงกลยุทธ์ มีการกำหนดผู้มีหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน การนำระบบมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการและกำหนดกิจกรรม มีการติดตามประเมินผลตามระยะเวลาที่กำหนด ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท นิธิฟู๊ดส์ จำกัด พบว่าประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร คือ

ปัจจัยภายในองค์กรจำนวน 15 ปัจจัย ได้แก่ 1)การพิจารณาผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากผลการดำเนินการขององค์กร 2) การพิจารณาผลการดำเนินการขององค์กรที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งแวดล้อม 3) ความเกี่ยวข้องกับบริบทขององค์กรทั้งในเรื่องของนโยบาย เป้าหมาย และธุรกิจหลักขององค์กร (Core Business) 4) ความสามารถใช้ทรัพยากรที่ลงทุนในการทำซีเอสอาร์ได้อย่างคุ้มค่า 5) ปัจจัยที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดขององค์กร 6) ความพร้อมด้านความเชี่ยวชาญและทีมงานของพนักงานในองค์กร 7) ความสนใจและความกระตือรือร้นในการดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ของพนักงาน 8) ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร 9) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร 10) การลดความเสี่ยงในการดำเนินกิจการ 11) ปัญหาภายในองค์กร (สังคมภายใน) 12) ความพร้อมของทรัพยากรภายใน อันได้แก่ เงินทุนและเวลา 13) ความเห็นชอบ (Commitment) ของผู้บริหารและผู้ถือหุ้น 14) ความสามารถในการส่งเสริมภาพพจน์ขององค์กร และ15) แนวคิดริเริ่มและความสนใจของผู้บริหาร ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ส่วนปัจจัยภายนอกองค์กร 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร 2) การลดความเสี่ยงจากกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดการต่อต้านจากสังคม 3) ความชัดเจนในกลุ่มเป้าหมายที่กิจการจะทำซีเอสอาร์ 4) อิทธิพลจากกิจการอื่น/ ลูกค้าที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่คุณค่า 5) คำแนะนำและการสนับสนุนของมูลนิธิ NGOs สมาคม และ/หรือหอการค้า 6) การสามารถทำกิจกรรมซีเอสอาร์ที่สอดคล้องกับกระแสพระราชดำริสและพระราชดำริ อันเนื่องมาจากลักษณะทางสังคมไทยที่มีความจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์ และ7) การไม่มีผลกระทบทางลบกับภาพพจน์ขององค์กร

Independent Study Title Social Responsibility Strategy of Nithi Foods Company Limited

Author Mr. Kobchai Thawonsri

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study was aimed to study the methods of implementing corporate social responsibility (CSR) strategies and the factors that affected the implementation of CSR strategies of Nithi Foods Company Limited. The study based on the methods of implementing CSR strategies of Corporate Social Responsibility Institute (CSRI), The Stock Exchange of Thailand and the criteria for selecting the social issues for the implementation of CSR activities that appropriated to Thai social context of Miss Saitip Soratana. Two Qualitative research methods were applied: Documentary study and In-depth interviews with CSR practitioners in Nithi Foods Company Limited (Managing Director, Assistant Managing Director and Organization Coordinator) and Content analysis technique was used to analyze the data.

The conclusion of this study can be briefly summarized that the CSR definition of Nithi Foods Company Limited was mainly emphasized for operating the business activities with considering the relation between the company and the various stakeholders. Either the impacts that could be influenced by the operations of the company or the actions for taking care of stakeholders. The company could run the business responsible to the social, community and environment. For the methods of implementing CSR strategies, Nithi Foods Company Limited preceded from (1) Finding an interaction between society and business by considering both of positive and negative effects on stakeholders, those were customers, employees, shareholders,

suppliers, environment and communities living near the production facility. (2) Prioritizing and selecting the social issues by considering the business context, the priority of stakeholders and the corporate capacity. It was found that the social issues of Nithi Foods Company Limited were generic social issues, value chain social impacts and social dimensions of competitive context. (3) Aggressive CSR strategic planning and implementing. Nithi Foods Company Limited determined responsive CSR and strategic CSR, then appointed CSR practitioners, used the international management standards as management tools, monitored and evaluated the activities.

For the factors that affected the implementation of CSR strategies, Nithi Foods Company Limited defined two categorical factors. Firstly, there were fifteen internal factors as follows: 1) the consideration of the effect of organization's operation both directly and indirectly on stakeholders, 2) the consideration of the effect of organization's operation both directly and indirectly on environment, 3) relevance of the issues to the corporate policy, goal and core business, 4) evaluation on resources utilization in CSR's activities, 5) factor that could effected the existence of company, 6) expert and teamwork of employees, 7) attention and enthusiasm of participating in CSR activities, 8) expectation of internal stakeholders, 9) increasing the organization's competitive advantages, 10) operation risk reduction, 11) internal Problem (internal society), 12) the corporate capacity (money, time), 13) commitment of the executives and shareholders, 14) increasing the corporate image, and 15) innovation and attention of the executives in the social issues.

Secondly, there were only seven external factors as follows: 1) expectation of external stakeholders, 2) risk reduction from activities that can cause social protestation, 3) obviously target group in CSR activities, 4) influence of the other companies or the customers in value chain, 5) supporting from foundations, NGOs, associations and/or chamber of commerce, 6) CSR activities correspond with His Majesty's Address because of Thai society's allegiance to His Majesty, and 7) no negative effects on the corporate image.