การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด

The Construct Meanings, Patterns and Strategies of Corporate Social Responsibility of Top Management Ampol Food Processing Company Limited

รุ่งนภา ปฐมชัยอัมพร*
อนิรุธ พลอยหิน*
พิทักษ์ ศิริวงศ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบกลยุทธ์ ปัญหาและอุปสรรค รวมไปถึงวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัดเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริหาร บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าการที่เราทำอะไรในกระบวนการผลิตแล้วทำให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและสังคมและเมื่อเกิดผลกระทบนั้นแล้ว เราต้องกลับไปแก้ไขกับผลกระทบนั้น ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ส่วนที่มาของความหมายนั้นก็สอดคล้องกับกระบวนการผลิตทั้งหมดในกระบวนการผลิต และหลังกระบวนการผลิตที่อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม กระบวนการต่างๆเหล่านี้จะต้องมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการประยุกต์ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคมต้องมาก่อนด้านเศรษฐกิจเสมอ เพื่อความเติบโตและยั่งยืนต่อไปของบริษัทฯ

คำสำคัญ การให้ความหมาย,ที่มาของความหมาย

Abstract

This research had the objective to study the Corporate Social Responsibility meanings, the source of meanings, strategies, problems, threats and the way to solve the problems by Top Management of Ampol Foods Company. This research was qualitative research used questionnaire by depth interview from Top Management and descriptive analysis.

The results showed that the executives gave meaning of Corporate Social Responsibility as : All processes had already occurred that affected to environment and society. They should solve problem's direct and indirect effect simultaneously. For the origin of the meaning conformed to all processes. During and after processing had an effect to

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

environment and society. These processes had to show Corporate Social Responsibility Besides They should give precedence to environment and society rather than economy for growth and permanence of the company.

Keyword Meanings, The source of meanings

บทนำ

จากการประชุมเวทีเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF) ในปี 2542 ได้มีการเรียกร้องให้องค์การในทุกประเทศแสดงความเป็นพลเมืองที่ดีของโลก โดยนอกจากการดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งหวังกำไรสูงสุดและเน้นการเจริญเติบโตขององค์การแล้ว องค์การควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และเอาใจใส่ดูแลสังคมส่วนรวม ทำให้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) หรือที่เรียกว่า CSR เริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากองค์การในประเทศต่าง ๆทั่วโลก ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับบรรษัทข้ามชาติ ประกอบด้วยหลักความรับผิดชอบต่อสังคม 8 หมวดที่ว่าด้วย 1) การเปิดเผยข้อมูล 2) การจ้างงาน 3) อุตสาหกรรมสัมพันธ์สิ่งแวดล้อม 4) การต่อต้านการให้สินบน 5) การรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค 6) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 7) การแข่งขัน 8) การเสียภาษี เพื่อมุ่งให้บรรษัทข้ามชาติทั่วโลกยึดถือปฏิบัติและเป็นพันธะผูกพันในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยผลักดันให้บรรษัทข้ามชาติติดต่อค้าขายเฉพาะกับคู่ค้าที่ดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น (ผลิน ภู่เจริญ, 2547)

ปัจจุบันองค์การธุรกิจมีแนวโน้มในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจในเชิงบวกและให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น และมีการดำเนินงานในลักษณะที่เป็นเชิงกลยุทธ์เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยองค์การธุรกิจได้พัฒนาและวางแนวนโยบายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในแนวทางตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ การวางพันธกิจ การจัดทำวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจและมีการประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้าย สอดคล้องกับทัศนะของสื่อมวลชนที่กล่าวถึงแนวโน้มด้านการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจว่า มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนไปในรูปแบบที่มีความชัดเจนในการดำเนินงาน มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์มากขึ้น การทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน พร้อมก้าวสู่การดำเนินงานเพื่อสังคมอย่างแท้จริง (ขจรวุฒิ นำศิริกุล, 2553)

ความตื่นตัวในการดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจเหล่านี้ เป็นผลสืบเนื่องจากองค์การทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์การอิสระ ได้ผลักดันและสนับสนุนให้บริษัทในประเทศไทยนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาดำเนินการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจในเชิงบวกและให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้มีธรรมาภิบาลในกลุ่มผู้ประกอบการอย่างกว้างขวางและขยายเป็นวงกว้าง เพื่อยังประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจและสังคมของไทยในอนาคตซึ่งการดำเนินงานในลักษณะที่เป็นเชิงกลยุทธ์นั้นจำเป็นต้องพิจารณาถึงประเด็นทางสังคมเพื่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจนั้นๆ (วิทยา ชีวรุโณทัย, 2553)

สำหรับบริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ผู้ผลิตสินค้ากะทิสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากธรรมชาติ ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นองค์กรหนึ่งที่ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลด้านการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีเด่นจากภาครัฐและมูลนิธิต่างๆจากหน่วยงานระดับชุมชนจนถึงหน่วยงานระดับประเทศ ย่อมเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการบริหารงานที่มีความโดดเด่น โดยเฉพาะในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ซึ่งผู้บริหารขององค์การได้กำหนดนโยบายและวิธีการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จนทำให้สามารถตอบสนองกลยุทธ์ขององค์การได้ ทำให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อสังคมและองค์การในเวลาเดียวกัน ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิธีการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด และปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงองค์ความรู้ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารองค์กรอื่นๆที่สนใจในแนวทางการดำเนินการด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของของผู้บริหาร บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย โดยนำแนวคิดที่ใช้ในการทบทวนวรรณกรรมประกอบด้วย แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม และแนวคิดชุมชนเข็มแข็งมาศึกษา การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กรรมการผู้จัดการ ของบริษัท อำพลฟูดส์ โฟรเซสซิ่งส์ จำกัด

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด อ.สามพราน จ.นครปฐม

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนกันยายน จนถึงเดือนตุลาคม 2556

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

2. ได้ทราบถึงรูปแบบ กิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทหรือองค์กรอื่นๆที่สนใจในแนวทางการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

3. เพื่อสร้างองค์ความรู้ เรื่องกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อไป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2551 : 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา บูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

2. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ของ Kotler, Roberto and Lee (2002 : 5) กล่าวไว้ว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาสังคมต่างๆ ดังคำนิยามว่า การตลาดเพื่อสังคม คือ การใช้หลักการและเทคนิคทางการตลาดต่างๆ เพื่อผลักดันกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งให้ยอมรับ ปฏิเสธ ปรับเปลี่ยน หรือเลิกปฏิบัติพฤติกรรมหนึ่งอย่างสมัครใจ เพื่อประโยชน์ของบุคคล กลุ่ม หรือสังคมโดยรวม รวมถึงการอุทิศทรัพยากรของบริษัทโดยสมัครใจ ไม่ได้ถูกควบคุมโดยกฎหมาย หรือข้อบังคับใดๆก็ตาม ซึ่งหมายถึงสภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม เป็นกิจกรรมหลักที่ดำเนินการโดยบริษัท เพื่อสนับสนุนประเด็นทางสังคม

3. แนวคิดชุมชนเข้มแข็งของ วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล และ ธีระพงษ์ มาลัยทอง (2550 : 1) กล่าวว่า ความเข้มแข็งของชุมชนนับว่ามีบทบาทความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในด้านการเป็นกลไกขับเคลื่อนเพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจน การพัฒนาคุณภาพ ชีวิต การลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนอันเนื่องมาจากการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตลอดจนการเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาในทุกด้านๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการเมือง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ เพื่อเสริมสร้างชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีความสุข และมั่นคง รวมทั้งการเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้โครงสร้างสังคมโดยรวมแข็งแรง มั่นคง และรองรับการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคงและยั่งยืนได้ต่อไป

4. ภัชภิชา เกิดโมลี (2551) ได้ศึกษา พบว่า การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) คือ การช่วยเหลือ และให้ความรู้แก่ผู้ที่มีศักยภาพในสังคมที่สามารถช่วยเหลือผู้ทุกข์ยากให้สามารถช่วยเหลือตนเอง เป็นการพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วม และแก้ไข ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน และต่อเนื่อง และมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัทเติบโตไปพร้อมกันกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม เพื่อนำไปสู่การเป็นสังคมที่ยั่งยืน ด้านรูปแบบ CSR นั้น

องค์กรได้จัดตั้งหน่วยงานภายในที่ดูแลด้านโครงการนี้โดยตรง เป็นความตั้งใจในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแท้จริง โดยดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมตามที่กฎหมายกำหนด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ แนวคำถามที่ต้องการทราบการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด และการวิจัยที่ได้พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิด เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก ปากกา และตัวผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วได้มีการวิเคราะห์ข้อมูล และทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น 1.)การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา3 แหล่งได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2.) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลที่เป็นการให้รายละเอียดหรือเล่าเหตุการณ์ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของผู้ให้ข้อมูล ค้นหาความโน้มเอียงส่วนตัว หรืออคติของผู้ให้ข้อมูลว่ามีการรับรู้ต่อเหตุการณ์ที่กำลังให้รายละเอียดอย่างไร บุคลิกภาพเป็นอย่างไร และเรื่องที่เล่าสอดคล้องหรือแตกต่างจากเหตุการณ์ที่ได้เกิดขึ้นจริงหรือไม่อย่างไร ด้วยวิธีการเปรียบเทียบเรื่องเล่าของผู้ให้ข้อมูลกับข้อมูลด้านอื่นๆ 3.) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทำได้ง่ายกว่าถ้ายังอยู่ในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะลงมือตีความ สร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละอย่าง การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี เป็นการตรวจสอบที่ทำได้ยากกว่าการตรวจสอบด้านอื่นๆ 4.) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสารหรือทำการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร บริษัท

อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่าแต่ละกิจกรรมที่มีลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ได้จัดทำขึ้น มีการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และมีวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ อย่างไรบ้าง และเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะที่เป็นไปตามหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่แท้จริงหรือไม่ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแนวทางการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ต่อไป

ผลการศึกษา

ศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ของผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารและตัวแทนผู้บริหาร โดยมีผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การให้ความหมาย และที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ได้ให้ความหมายและที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดถือเป็นหลักการในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ดังนี้

1.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด หมายถึง การให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเหมือนกับหลายองค์กรที่ทำกิจกรรม เช่น ปลูกป่าชายเลน บริจาคเงินสร้างวัด สร้างโรงเรียน เป็นต้น ในระยะแรกยังไม่เข้าใจว่าการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องทำอย่างไร แต่การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหลายเหล่านี้มันยังไม่ชัดเจนไม่สามารถวัดผลได้ ทางบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด จึงได้ใช้แนวทางทำกิจกรรมนี้น้อยลง แต่ยังมีอยู่บ้างตามความต้องการของชุมชน จนกระทั่งผู้บริหารได้ศึกษาถึงองค์ความรู้ในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแก่นแท้ และได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาเข้ามาให้คำปรึกษาในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด หมายถึง การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นไม่จำเป็นจะต้องเริ่มจากการเข้าไปช่วยเหลือสังคมภายนอกแต่ให้เริ่มจากกระบวนการภายในของตนเองก่อนทำให้คนในองค์กรมีจิตสำนึกในการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้คนในองค์กรมีความสุขเมื่อคนในองค์กรมีความสุขก็จะสามารถออกไปช่วยเหลือสังคมภายนอกได้ดีและจิตสำนึกของคนในองค์กรนั้นจะช่วยส่งผลต่อความรับผิดชอบที่เกิดจากกระบวนการของตนเอง เช่น การปล่อยมลพิษ การปล่อยของเสียไปสู่ธรรมชาติ กระบวนการทางความคิดเหล่านี้ล้วนแล้วเกิดขึ้นจากจิตสาธารณะของคนในองค์กรแทบทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับภัชภิชา เกิดโมลี. (2551) ที่กล่าวไว้ถึงเรื่องในการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องเกิดจากกระบวนการภายในองค์กรก่อนที่จะออกไปช่วยเหลือสังคมภายนอก และเมื่อเราเข้มแข็งแล้ว สังคมจะเข้มแข็งด้วย

1.3 ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด หมายถึง การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในกระบวนการผลิต แล้วทำให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและสังคม เมื่อ

เกิดผลกระทบนั้นแล้ว เราต้องกลับไปแก้ไขกับผลกระทบนั้น ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ส่วนที่มาของความหมายนั้นก็สอดคล้องกับกระบวนการผลิตทั้งหมดในกระบวนการผลิต และหลังกระบวนการผลิตที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม กระบวนการต่างๆเหล่านี้จะต้องมีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

สรุปได้ว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทางผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพเซสซิ่งส์ จำกัดได้ให้แนวทางเป็นกรอบไว้ว่า นวัตกรรมต้องควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมเสมอในการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ซึ่งถือว่าเป็นพันธกิจองค์กรที่พนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติร่วมกันโดยคำนึงถึงคุณประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก ด้วยความเต็มใจ และมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัทเติบโตไปพร้อมกันกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม เพื่อนำไปสู่การเป็นสังคมที่ยั่งยืน โดยยึดหลัก ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมนำแล้วตามด้วยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็น 3 ด้านที่ทางผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ยึดเป็นหลักการกำหนดยุทธศาสตร์ในการบริหารองค์กร

2. รูปแบบของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

จากพันธกิจที่กำหนด คือ นวัตกรรมต้องควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม และ หลักการ 3 ด้านในการบริหารงานคือด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมนำแล้วตามด้วยด้านเศรษฐกิจ พอมาถึงในชั้นของการบริหารระดับกลางก็คือระดับฝ่ายนั้นจะถูกกำหนดลงไปในตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงาน (KPI) และจะถูกส่งถ่ายลงไปในตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานระดับบุคคล ซึ่งในระดับฝ่ายทั้งหมดของ บริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัดจะมีทั้งหมด 16 ฝ่ายในแต่ละฝ่ายจะต้องมีกิจกรรมอย่างน้อย 1 กิจกรรมต่อปี งบประมาณที่ได้รับขึ้นอยู่กับรูปแบบกิจกรรมว่าเหมาะสมหรือไม่ ส่วนใหญ่งบประมาณการจัดกิจกรรมที่ผ่านมาประมาณ 500,000 – 1,000,000 บาทต่อกิจกรรมต่อฝ่ายงาน ส่วนรูปแบบการจัดก็ยังคงไว้ด้วยหลักการที่ว่า ฝ่ายงานไหนที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมก็จะจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกับฝ่ายงานนั้นๆ ตัวอย่างเช่นฝ่ายงานจัดซื้อที่ต้องดูแลการจัดซื้อวัตถุดิบให้กับผลิตภัณฑ์หลักก็คือมะพร้าว ฝ่ายงานจัดซื้อจะทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวกับมะพร้าว โครงการล่าสุดที่ฝ่ายจัดซื้อดำเนินงานอยู่คือการให้ความรู้กับเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าว การดูแลต้นมะพร้าวที่ให้ผลผลิตสูง การปลูกต้นมะพร้าวทดแทน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ก็คือความเชื่อมโยงกับผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตของ บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด อีกตัวอย่างที่ทางบริษัทได้ดำเนินการคือจากฝ่ายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ ทางบริษัทกำหนดให้มีอายุการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ที่ประมาณ 5 ปี เครื่องคอมพิวเตอร์เหล่านี้จะถูกปลดระวาง เมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ถูกปลดระวางจะนำมารวบรวมไว้พอได้สัก 20-30 เครื่องจะนำไปบริจาค โครงการที่จัดทำล่าสุดคือ เพื่อโลกกว้างของน้องคือการสร้างห้องเรียนคอมพิวเตอร์ มีระบบอินเตอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อกับโลกภายนอกได้

สำหรับผู้บริหารเมื่อฝ่ายงานต่างๆได้มีการนำเสนอกิจกรรม รูปแบบ และงบประมาณที่ต้องการใช้หลังจากนั้นจะนำมาพิจารณาร่วมกันในที่ประชุมผู้บริหารทั้งหมดที่มีกรรมการผู้จัดการเป็นประธาน แต่อาจมีการให้ปรับแก้ไขบ้างเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจที่วางไว้ แต่จะไม่มีการตัดกิจกรรมใดๆที่นำเสนอออกเลยสักกิจกรรมและเมื่อพิจารณาเห็นสมควรแล้วลงมือปฏิบัติก็บรรจุเข้าสู่แผนงานประจำปีในแต่ละฝ่ายงานเพื่อลงมือปฏิบัติ แต่ในการดำเนินงานกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นโครงการรวมของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

ที่มี 1 โครงการ คือ โครงการ กล่องวิเศษ ซึ่งโครงการหลักนี้จะเป็นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะมีส่วนร่วมกันทุกคนในองค์กร

โครงการ “กล่องวิเศษ” คือโครงการที่เห็นได้ชัดจากการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด เป็นโครงการที่เกิดจากกระบวนการลดผลกระทบจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นหนึ่งกระบวนการที่ช่วยลดมลภาวะ เพื่อช่วยเหลือสังคม สิ่งแวดล้อม โดยรูปแบบของโครงการนี้คือการนำกล่องยูเอชที มาแกะทำความสะอาดและส่งกลับบริษัทฯ ตามคำขวัญที่กำหนดขึ้นเพื่อให้จดจำได้ง่ายคือ “แกะ ล้าง เก็บ”

ภาพที่ 1 แสดงความมีส่วนร่วมของการทำกิจกรรมกล่องวิเศษ

หลังจากนั้นนำกล่องที่รับบริจาคมาทำแผ่นชิพท์บอร์ดและนำมาประกอบเป็นโต๊ะ เก้าอี้นักเรียนเพื่อบริจาคให้กับโรงเรียนต่างๆที่ขาดแคลนโต๊ะเก้าอี้นักเรียนในท้องถิ่นธุรกันดารที่ห่างไกล หรือโรงเรียนที่มีความประสงค์ โครงการกล่องวิเศษนี้ทางผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ตั้งใจว่าเป็นโครงการที่อยู่คู่บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ตลอดไป ตามปณิธานที่ว่า นึกถึงอำพลฟูดส์ มักนึกถึง กล่องวิเศษ ถ้านึกถึงกล่องวิเศษ มักนึกถึง อำพลฟูดส์

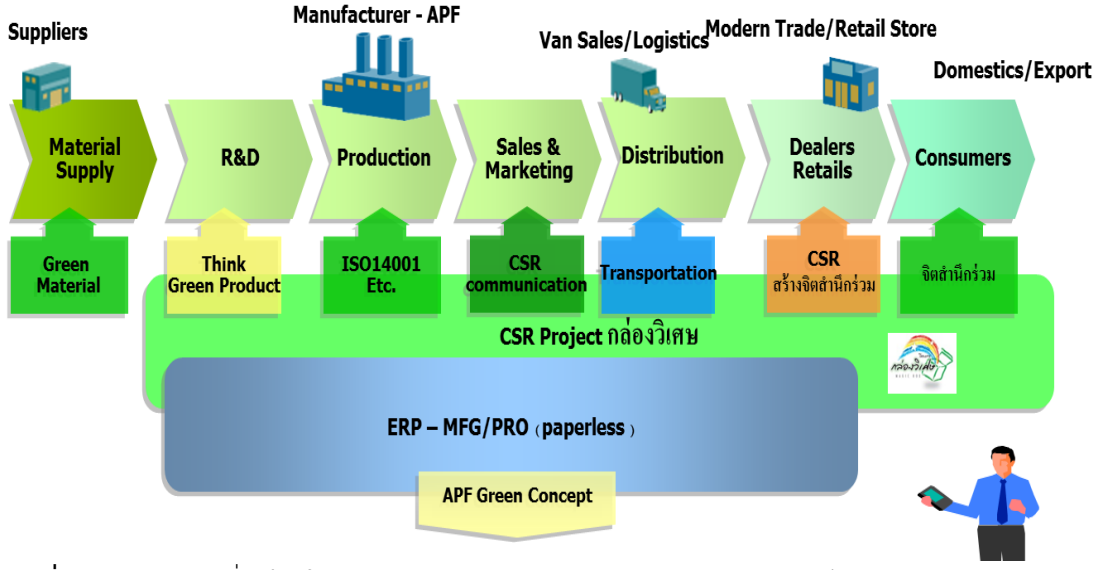
ภาพที่ 2 ภาพโต๊ะ เก้าอี้ ที่เป็นผลผลิตจากกล่องยูเอชที

3. กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

ในการดำเนินกิจกรรมที่นอกเหนือจากที่ต้องทำงานเป็นประจำ กิจกรรมที่ต้องทำนอกเหนือเวลางาน กิจกรรมที่ทำแล้วไม่ได้ผลตอบแทน กิจกรรมที่ทำแล้วไม่ได้ผลประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว เป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ไม่ต้องการทำ แต่ทางผู้บริหารมองเห็นปัญหานี้และพยายามสร้างกลยุทธ์ต่างๆให้ประสบความสำเร็จ และปัจจุบันต้องบอกว่ากว่าร้อยละ 90 บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ได้ใช้กลยุทธ์หลักเหล่านี้สำเร็จ

กลยุทธ์ที่ 1 ที่ต้องการยกตัวอย่างคือการบังคับก่อนในช่วงแรก อาจพูดได้ว่าตามปกติอุปนิสัยของคนไทยมีจิตสาธารณะชอบช่วยเหลือซึ่งกันอยู่แล้ว แต่ยังติดปัญหาในเรื่องของการแสดงออกในที่สาธารณะทางผู้บริหารนั้นเล็งเห็นปัญหาตรงจุดนี้ จึงมีการสั่งการให้มีการบรรจุเข้าไปในแผนงานประจำปีในแต่ละฝ่าย และวัดผลออกมาด้วยระบบการวัดผลเป็นตัวดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานแล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาประเมินผลงานประจำปี เพื่อขึ้นเงินเดือน โบนัส และสวัสดิการต่างๆ ในช่วงแรกอาจมีปัญหาต่อต้านบ้างเล็กน้อย แต่องค์กรอำพลฟูดส์มีจุดดีตรงที่อายุเฉลี่ยพนักงานอยู่ที่ 30-35 ปี ซึ่งง่ายต่อการเปลี่ยนแปลง และพนักงานที่อยู่ในวัยนี้มักรู้จักกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาบ้างจากสื่อโฆษณาต่างๆ ทำให้มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องมาตลอด 5-6 ปีที่ผ่านมา จนปัจจุบันพนักงานทุกคนนั้นถูกบ่มเพาะจนกระทั่งกลายเป็น ดีเอ็นเออำพลฟูดส์ไปแล้ว

กลยุทธ์ที่ 2 ในขั้นตอนของการสรรหาบุคลากรทางผู้บริหารได้กำหนดนโยบายในการสรรหาขั้นต้นว่า พนักงานในสายงานที่เกี่ยวข้องนั้นมีความเป็นจิตสาธารณะหรือไม่ โดยมีการวัดผลจากแบบสัมภาษณ์ ซึ่งอาจใช้ระยะเวลาสั้นในการคัดกรองแต่เป็นวิธีหนึ่งในการทราบว่าพนักงานที่มาร่วมงานใหม่ควรวางอยู่ในตำแหน่งอะไรในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการทำงานที่เชื่อมโยงกับทุกฝ่ายในองค์กร



ภาพที่ 3 แสดงความเชื่อมโยงในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 3 จากพันธกิจของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ในเรื่องของนวัตกรรมควบคู่กับกับการดำเนินการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทางผู้บริหารได้วางกลยุทธ์ให้มีความบูรณการทั้งองค์กร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่จะทำให้ทุกฝ่ายงานในองค์กรมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมแทบทั้งสิ้น แต่ความรับผิดชอบต่อสังคมอาจมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไป บางฝ่ายงานเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการ บางฝ่ายงานจะเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่หลังจากกระบวนการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาระหน้าที่ของฝ่ายงานนั้นๆ แต่พนักงานทุกคนในองค์กรได้มีโอกาสร่วมและสัมพันธ์กันในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกคน

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด พบว่าในการทำกิจกรรมใดๆในองค์กรล้วนแล้วแต่มีอุปสรรคแทบทั้งสิ้น เพราะการทำกิจกรรมกับคนจำนวนมากทั้งคนภายในองค์กร และคนภายนอกองค์กร ปัญหาที่พบของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด คือการปฏิบัติจริงไม่ตรงกับเจตนารมณ์ที่ผู้บริหารต้องการในช่วงแรกๆ ซึ่งปัญหาต่างๆอาจจะมีมาจากหลายๆสาเหตุแต่หลักๆคือเรื่องของบุคลากร ปัญหาในเรื่องของบุคลากรนั้นสามารถจำแนกออกมาเป็นข้อๆได้ดังนี้

4.1 บุคลากรขาดความเข้าใจในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือช่วงแรกที่เราเข้าใจถึงการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมว่าต้องเอาเศรษฐกิจนำ สังคมและสิ่งแวดล้อมค่อยทำตามแม้กระทั่งตัวผู้บริหารก็มีความเข้าใจเช่นนั้น ว่าจะต้องสร้างโรงเรียน สร้างวัด และต้องมีกำไรก่อนแล้วค่อยเข้าไปช่วยเหลือสังคม แต่เมื่อผู้บริหารมีความเข้าใจในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอีกรูปแบบหนึ่งแล้วต้องการจะเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม บุคลากรของบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัดนั้นไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามเจตนารมณ์ที่ผู้บริหารต้องการได้เพราะขาดความเข้าใจที่จะปฏิบัติตามแนวคิดและเจตนารมณ์ของผู้บริหาร

4.2 การขาดแคลนบุคลากร ต้องกล่าวได้ว่าเป็นปัญหาระดับชาติที่ทุกองค์กรประสบปัญหาทาง บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ขาดแคลนบุคลากรในทุกระดับปฏิบัติการเมื่อขาดแคลนบุคลากรในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นลักษณะของหลังจากกระบวนการจะไม่มีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง บางครั้งมีความคิดที่จะทำโครงการต่างๆแต่ไม่มีคนปฏิบัติ ทางบริษัทฯมีผู้ประสานงานและทำงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเต็มเวลาทำงาน เพียงแค่ 2-3 คน ผู้บริหารทราบปัญหานี้พร้อมกับกำลังจะปรับเปลี่ยนและจัดตั้งเพิ่มอีก 1 ฝ่ายงานเป็นฝ่ายงานที่ 17 เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเฉพาะแต่ก็ยังติดปัญหาในเรื่องของการสรรหาบุคลากร

4.3 การเข้า-ออกของพนักงานที่มีความถี่ค่อนข้างสูง ปัญหานี้เป็นอุปสรรคหนึ่งในการสร้างดีเอ็นเอของอำพลฟูดส์ เพราะการเข้า-ออกของพนักงานจะมีแต่พนักงานใหม่ๆ ในการสร้างความตระหนัก การสร้างจิตสำนึกในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมก็เป็นไปค่อนข้างยาก โดยเฉพาะจิตสำนึกความรับผิดชอบในกระบวนการของตนเอง พนักงานจะมีความคิดแค่การมาทำงานตอนเช้า ตอนเย็นเลิกงานกลับบ้าน หลังจากนั้นความมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมจะไม่ได้อยู่ในดีเอ็นเออำพลฟูดส์ตามปณิธานที่ผู้บริหารต้องการ

นอกจากเรื่องบุคลากรแล้วที่เป็นปัญหา ยังมีเรื่องของการประชาสัมพันธ์ไปยังสังคมภายนอกให้รับรู้ยังเป็นอุปสรรคอยู่บ้างแต่ทางผู้บริหารกำลังปรับปรุงแก้ไข โดยการโฆษณาทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ สื่อทางวารสาร นิตรสารต่างๆ ทั้งที่มีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ของทางบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม

5. บทสรุปของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่งส์ จำกัด

ในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีพันธกิจที่ชัดเจนสื่อสารให้กับคนในองค์กรเข้าใจตรงกันคือ นวัตกรรมควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นพันธกิจของบริษัท และมีองค์ประกอบทางการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ 3 ด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม แต่ผู้บริหารเลือกที่จะเอาด้านสิ่งแวดล้อมกับด้านสังคมเป็นตัวนำด้านเศรษฐกิจ และการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต้องมีการทำแบบบูรณการทั้งองค์กร ทุกคนในองค์กรจะต้องมีส่วนร่วมกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการภายในของตนเอง การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทางผู้บริหารไม่ได้หวังในเรื่องของการสนับสนุนเป้าหมายในการขายโดยตรง แต่เชื่อว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นเครื่องมือให้องค์กรยืนหยัดในการทำธุรกิจแบบยั่งยืน มั่นคงตลอดไป

สรุปผลการวิจัย

จากการทำการวิจัยในหัวข้อ การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด พบว่า บริษัทได้ให้ความหมายเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การรับผิดชอบต่อสังคมแบบบูรณาการตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตจนถึงการลดผลกระทบจากของเหลือใช้จากผลิตภัณฑ์และการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องมีจิตสาธารณะพร้อมที่จะช่วยเหลือสังคมและไม่จำเป็นว่าจะต้องมีกำไรจากการดำเนินธุรกิจก่อนแล้วค่อยไปทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับรูปแบบของการทำกิจกรรมแนวคิด ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี่ ลี พบว่าบริษัทมีการทำกิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างครอบคลุม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงการปล่อยมลภาวะที่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทมุ่งเน้นการทำไปยังกลุ่มคนที่ขาดโอกาส และ

ส่งเสริมประเด็นอื่นๆ อีกมากที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับสังคมไทย ให้มีการพัฒนาไปพร้อมๆ กับการทำธุรกิจของบริษัทเป็นไปอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้บริหารบริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ได้สร้างความรู้และความเข้าใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ถูกต้องตรงกัน ทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์เป็นที่รู้จักสู่สาธารณะชน บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์ต่างๆเพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคม และดำเนินกิจกรรมขององค์กรอย่างบูรณการ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ โดยปรับเปลี่ยนแนวคิดจาก “การให้” เพื่อสร้างภาพลักษณ์มาสู่การสร้าง “คุณค่า” กับสังคมซึ่งสอดคล้องกับจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของภัชภิชา เกิดโมลี. (2551) ที่พบว่าความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การช่วยเหลือ และให้ความรู้แก่ผู้ที่มีศักยภาพในสังคมที่สามารถช่วยเหลือผู้ทุกข์ยากให้สามารถช่วยเหลือตนเอง เป็นการพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วม และแก้ไข ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน และต่อเนื่อง และมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัทเติบโตไปพร้อมกันกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม เพื่อนำไปสู่การเป็นสังคมที่ยั่งยืน

บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ได้ใช้วิธีการตั้งเป้าหมายและวัดผลจากตัวดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการทำงาน (KPI) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนให้สำเร็จตามพันธกิจ และจัดสรรทุนเพื่อดำเนินการให้เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการและมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง วิธีการดังกล่าวมีข้อดีในเรื่องของมีความต่อเนื่องในการดำเนินโครงการ และการติดตามประเมินผลชัดเจน แต่ข้อเสียคือ ในมุมมองของการวัดผลที่ชัดเจนเกินไปอาจทำให้มองว่าเป็นการบังคับ การมีจิตสาธาณะต้องเกิดขึ้นจากความสมัครใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 การกำหนดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ที่กำหนดลงไปในการวัดผลจากตัวดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการทำงาน (KPI) นั้น เป็นการวัดผลที่ปลายทาง ควรจะมีการวัดผลจากต้นทางว่าในส่วนของปฏิบัติการนั้น มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ตรงกับความเข้าใจหรือปณิธานของผู้บริหารหรือไม่

1.2 แม้ว่าบริษัทจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการควบคุมมลพิษตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด แต่ในปัจจุบันในการสื่อสารที่ออกไปยังชุมชนรอบข้างยังขาดความชัดเจน และขาดความเป็นรูปธรรม ดังนั้นทางบริษัทฯ ควรพิจารณาและดำเนินการในด้านนี้อย่างจริงจัง เพื่อชี้ให้เห็นถึงความจริงใจในความรับผิดชอบต่อชุมชนและมีเป้าหมายในการพัฒนาและยกระดับชุมชนและสังคม เพื่อความยั่งยืนขององค์กรแล้วส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและสังคม สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

1.3 ในการประชาสัมพันธ์โครงการ “กล่องวิเศษ” ที่ทางผู้บริหารและทุกคนในองค์กร บริษัท อำพลฟูดส์ โพเซสซิ่ง จำกัดที่ตั้งใจจะให้โครงการนี้ เป็นโครงการสร้างอัตลักษณ์ให้กับองค์กรนั้นยังขาดในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปสู่วงกว้าง และทำให้คนทั่วไปรู้จักและมีส่วนร่วมให้มากกว่านี้ เพราะโครงการนี้เป็นโครงการที่ดีสามารถช่วยลดมาภาวะที่เป็นขยะลงไปได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การใช้ตัววัดดัชนีการวัดผลความสำเร็จจากประสิทธิภาพการทำงาน (KPI) ในการวัดผลเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริบทของสังคมไทย เพื่อองค์การต่าง ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความสำเร็จของโครงการ

2.2 ควรศึกษาดัชนีความสุขของชุมชนใกล้เคียงว่าคนในชุมชน มีความสุขจริงหรือไม่หลังจากที่บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ได้มีโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ขจรวุฒิ นำศิริกุล. (2553). กลยุทธ์กับธุรกิจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลิน ภู่เจริญ. (2547). การจัดการร่วมสมัย กรอบแนวคิดใหม่ทางการจัดการในการสร้างและพัฒนาพลวัตในการแข่งขัน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไทย.

ภัชภิชา เกิดโมลี. (2551) “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน).” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิทยา ชีวรุโณทัย. (2553). พลัง CSR สู่องค์กรเป็นเลิศ ฉบับ ADVANCED. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล และ ธีระพงษ์ มาลัยทอง. การพัฒนาดัชนีชี้วัดความเข็มแข็งของชุมชน.วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่ 44, ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มี.ค. 2550), หน้า 40-47

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ไอคอนพริ้นติ้ง.

ภาษาต่างประเทศ

Kotler, P., and Lee, N. Corporate Social Responsibility. Doing the most good for your Company and your cause U.S.A. : John Wiley & Sons, Inc., 2004.