

การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

The Construction of Meaning, Patterns and Strategies of Corporate Social Responsibility of Batagro Company

สรรัชย์ ลีสุขสม*

สุริยา คงปาน*

พิทักษ์ ศิริวงศ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย รูปแบบกลยุทธ์ ปัญหาและอุปสรรค รวมไปถึงวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารบริษัท เครือ เบทาโกร จำกัดเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้จัดการอาวุโสสำนักกิจกรรมเพื่อสังคม ของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริหาร บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ว่า นอกจากการดำเนินธุรกิจเพื่อหารายได้แล้ว ยังยึดมั่นในการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชนและสังคม อาทิ การดูแลพนักงานในองค์กรอย่างดี การทำสินค้าให้ปลอดภัย การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และการแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชน โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและดำเนินกิจกรรม CSR ควบคู่ไปกับทุกๆ วัน ของการดำเนินธุรกิจ เพื่อร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน และตอบแทนคืนสู่สังคมอย่างแท้จริง ภายใต้แนวคิดมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อก้าวเติบโตอย่างยั่งยืนเคียงข้างสังคม

Abstract

The objective of this research was to study the meaning of corporate social responsibility and to determine how to manage the problem and obstacle of corporate social responsibility by the president of Betagro public company. This research is a qualitative study (phenomenology study) by in-depth interviewing Vice President Corporate Sustainable Development. Data analysis was used descriptive method.

As a result, the president of Betagro public company defined the meaning of corporate social responsibility, which is the maximum benefit for public and social, such as excellent welfare for the employee, safety products, law abiding and solve public poverty problems. The company has been recognized and provided corporate social responsibility in order to promote the strong sustained growth of the public and also developed public capabilities in all areas with professionalism and in accordance with the principles of good corporate governance to ensure public sustainability.

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทนำ

ปัจจุบันเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(Corporate Social Responsibility: CSR) ได้ถูกหยิบยกขึ้นเป็นวาระการดำเนินงานที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายในการมุ่งแสวงหากำไรและความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ โดยใช้เรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมดำเนินงาน เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อมจากการตัดสินใจ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจ

ตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community:ASCC) ที่ดำเนินควบคู่ไปกับการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แล้วเสร็จภายในปี 2558 นั้น ได้กำหนดประเด็นการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการไว้โดยมีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันให้ภาคธุรกิจผนวกเอาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ไว้ในวาระการดำเนินงานของกิจการ และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ-สังคมที่ยั่งยืนในหมู่ประเทศสมาชิกอาเซียน (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม 2556)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) นับได้ว่าเป็นทิศทางหลักต่อการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นกับสังคมโลกในขณะนี้ เนื่องจากบทบาทของรัฐบาลอาจไม่เพียงพอต่อการแก้ปัญหาสังคมที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้องค์กรธุรกิจที่ถูกมองว่ามีศักยภาพ ควรดำเนินกิจการด้วยเป้าหมาย เพื่อการร่วมดูแลและแก้ไขปัญหาสังคมให้เกิดเป็นรูปธรรมในระยะยาว ประกอบกับสังคมที่มุ่งเรียกร้องให้ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรมูลค่าสูงควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการแสดงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น (Kraisorn Suthasinee & Fredric William Swievreck, 2009)

บทบาทของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จึงได้รับการตอบรับจากองค์กรธุรกิจทั่วโลก เพราะสังคมคาดหวังว่าจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างกลไกเพื่อควบคุมการดำเนินงานโดยมีเป้าหมายอยู่ที่การรักษาสมดุลระหว่างผลกำไร (Profit) ประชาชน (People) และโลก (Planet) ส่งผลให้แนวคิดดังกล่าวได้รับการพัฒนาเป็นข้อกำหนดทางการค้ายุคใหม่ที่ทำให้องค์กรธุรกิจตื่นตัวอย่างมาก เพราะตัวแปรด้านราคา ด้านปริมาณ หรือคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่ใช่ตัวกำหนดความได้เปรียบทางธุรกิจอีกต่อไป แต่ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การสร้างความเป็นธรรม คือ โอกาสในการทำธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต

กระแสความคิดเหล่านี้เกิดขึ้นจากปัญหาสภาพแวดล้อมต่างๆ เริ่มเข้ามากระทบกับความคิดและความรู้สึกของผู้คนมากขึ้นเรื่อยๆ คนกลายเป็นกระแสหลักของสังคมในโลกธุรกิจในยุคนี้และยุคต่อไป ทำให้ CSR กลายเป็นแนวทางการบริหารจัดการที่สำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจในอนาคต เพราะถึงแม้ว่าธุรกิจจะได้รับความเห็นชอบหรือสนับสนุนจากผู้ถือหุ้น แต่ถ้าถูกปฏิเสธจากสังคมไม่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมแล้วคงไม่มีองค์กรใดอยู่รอด นั่นคือสังคมจะกดดันผู้ถือหุ้นและผู้ถือหุ้นก็จะไปกำหนดให้องค์กรต้องปฏิรูปนับตั้งแต่เรื่องของแนวคิด วิธีการและการแสดงออกต่อสังคม ซึ่งการแสดงออกต่อสังคมนั้นไม่ควรที่จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งในสามส่วนที่กล่าวมา แต่ควรผสมผสานและบูรณาการร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งตัวองค์กรเองและสังคมโดยรวม อนันตชัย ยूरประถม (2554 ,อ้างถึงใน โชติรัตน์ ศรีสุข, 2554:5)

กล่าวถึง บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจอุตสาหกรรมการเกษตรและอาหารครบวงจรของประเทศไทย ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจอาหารสัตว์ ปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์ สำหรับสุขภาพสัตว์ ไปจนถึง

ผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพเพื่อการส่งออกและจำหน่ายในประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างหลากหลาย ภายใต้แนวคิด “เพื่อคุณภาพชีวิต”

ในด้านการส่งเสริมนโยบาย CSR ของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด มีกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองสังคมหลายโครงการด้วยกัน เช่น 1) มูลนิธิสายธาร เป็นโครงการการศึกษาและพัฒนารูปแบบการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเล็งเห็นว่าการศึกษาคือพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิต จึงได้สนับสนุนด้านทุนการศึกษาแก่เด็ก และเยาวชนที่ยากไร้ในชนบท เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและครอบครัวให้ดียิ่งขึ้น พร้อมก้าวเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต 2) โครงการครัวคุณภาพ มุ่งยกระดับมาตรฐานด้านโภชนาการ และสุขอนามัยแก่ครัวเรือน โดยให้ทุนสนับสนุนในการปรับปรุงครัว พร้อมจัดกิจกรรม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกแก่ ครู นักเรียน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้สามารถเป็นตัวแทนเผยแพร่ความรู้ และเป็นตัวอย่างด้านอาหารปลอดภัยสู่สาธารณชนต่อไป 3) โครงการเบทาโกรพัฒนา เพิ่มรายได้ อยู่ดี มีสุข เป็นการดำเนินการร่วมกับสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน จัดทำกิจกรรมธนาคารพัฒนาหมู่บ้าน การพัฒนาอาชีพ และการจัดทำกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อปลูกฝังความรัก ความภาคภูมิใจในถิ่นฐานบ้านเกิด และส่งเสริมการพึ่งพาตนเองในชุมชน (บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด, 2556)

บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด นอกจากการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคแล้ว ยังยึดมั่นในการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชนและสังคม โดยตลอดระยะเวลากว่า 45 ปีที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญและดำเนินกิจกรรม CSR ควบคู่ไปกับทุกๆ วันของการดำเนินธุรกิจ มีการจัดทำโครงการและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ต่างๆ เพื่อร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน และตอบแทนคืนสู่สังคมอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด โดยศึกษาข้อมูลจากการจัดกิจกรรม CSR ในด้านบรรษัทภิบาล ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทราบแนวทางปฏิบัติอย่างแท้จริง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอื่นที่มีความสนใจนำไปใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขปัญหในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเว็บไซต์ขององค์กร ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

2. ขอบเขตด้านประชากร

โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้แทนองค์กรในส่วนกิจกรรมฝ่ายการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด จำนวน 1 ท่าน

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษา รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดการอาวุโสสำนักกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด อ.พัฒนานิคม จ.ลพบุรี

3.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนกันยายน จนถึง ตุลาคม 2556

กรอบแนวคิด

การศึกษามีกรอบแนวคิดมุ่งเน้นที่จะทำการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการศึกษามาสรุปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรรายอื่น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ได้ทราบถึงการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไขปัญหา ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เพื่อนำไปกำหนดแนวทางให้กับองค์กรในการทำ CSR อย่างมีประสิทธิภาพ

2. นำผลของการวิจัยมาพัฒนาและปรับปรุง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับองค์กรอื่นๆ ต่อไป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ของ Kotler, Roberto and Lee (2002 : 5) กล่าวว่าว่าการตลาดเพื่อสังคมเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจในการแก้ปัญหาสังคมต่างๆ ดังคำนิยามว่า การตลาดเพื่อสังคม คือ การใช้หลักการและเทคนิคทางการตลาดต่างๆ เพื่อผลักดันกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งให้ยอมรับ ปฏิเสธ ปรับเปลี่ยนหรือเลิกปฏิบัติพฤติกรรมหนึ่งอย่างสมัครใจ เพื่อประโยชน์ของปัจเจกบุคคล กลุ่ม หรือสังคมโดยรวม

2. แนวคิดชุมชนเข้มแข็งของ วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล และ ชีระพงษ์ มาลัยทอง (2550 : 1) กล่าวว่าความเข้มแข็งของชุมชนนับว่ามีบทบาทความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในด้านการเป็นกลไกขับเคลื่อนเพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจน การพัฒนาคุณภาพ ชีวิต การลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนอันเนื่องมาจากการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตลอดจนการเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ เพื่อเสริมสร้างชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีความสุขและมั่นคง รวมทั้งการเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้โครงสร้างสังคมโดยรวมแข็งแรง มั่นคง และรองรับการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคงยั่งยืนต่อไป

3. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2009 : 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนาปรีชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา บูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดการอาวุโสสำนักกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 รวบรวมข้อมูลจาก วารสาร บทความ และเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบถึงการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้จัดการอาวุโสสำนักกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แนวคำถามการวิจัยที่ได้พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก ปากกา และตัวผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก่อนที่จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น 1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้นจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่งได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวทั้งหมด ซึ่งจะสร้างความเข้าใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว 3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทำได้ง่ายกว่าถ้ายังอยู่ในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะลงมือตีความ สร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละอย่าง การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี เป็นการตรวจสอบที่ทำได้ยากกว่าการตรวจสอบด้านอื่นๆ 4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวม

ข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสาร หรือการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่า ข้อมูลนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และวิถีจัดการกับปัญหาและอุปสรรค ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัย ได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มา เพื่อทำการวิเคราะห์ว่า การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ได้จัดทำขึ้น มีการให้ความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหา อุปสรรค และมีวิธีแก้ไขปัญหาและอุปสรรคอย่างไร และเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะที่เป็นไปตามหลักการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่แท้จริงหรือไม่ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแผนทางการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ในองค์กร และเว็บไซต์ของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ประกอบกับการใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง กับผู้ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด โดยมีผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

จากการศึกษานโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด พบว่า นอกจากการดำเนินธุรกิจเพื่อหารายได้แล้ว ยังยึดมั่นในการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินธุรกิจภายใต้ปรัชญาข้อปฏิบัติที่ยึดมั่นเห็นแก่ประโยชน์ของสังคม มีความซื่อสัตย์และรักษาไว้ซึ่งจรรยาบรรณของธุรกิจ โดยมุ่งมั่น ทุ่มเท และสร้างสรรค์ เพื่อสร้างเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่คนไทยและประชากรโลก ซึ่งเห็นได้จากการกำหนดนโยบายในการบริหารที่ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน

การให้ความหมายของคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด จะเรียกว่า Corporate Social Contribution (CSC) คือ กิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อสังคมโดยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และไม่ใช้ความรับผิดชอบต่อตามกฎหมายบังคับเท่านั้น แต่ทำเพื่อชุมชน และสังคมอย่างแท้จริง โดยไม่มุ่งหวังผลประโยชน์ ดังนี้

1. การดูแลพนักงานในองค์กรเป็นอย่างดี เช่น ค่ารักษาพยาบาล, เงินช่วยเหลือพนักงาน กรณีสมรส กรณีถึงแก่กรรม, สหกรณ์ออมทรัพย์, ตรวจสอบสุขภาพประจำปี, กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, ทุนการศึกษา

2. การทำสินค้าให้ปลอดภัย เช่น การพัฒนาระบบ Food Safety ซึ่งนอกจากการผ่านมาตรฐานสากลแล้ว บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ยังได้พัฒนามาตรฐานจัดการคุณภาพระบบ Betagro Quality Management 24/7 (BQM 24/7) ซึ่งมีการติดตามตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง 7 วัน

3. การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เช่น การรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน กลิ่นไม่รบกวนชุมชน , ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล

4. การแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชน โดยการมอบเงินทุนช่วยเหลือเพื่อสร้างอาชีพ สร้างเสริมศักยภาพ พัฒนา และให้ความรู้แก่คนทำงาน ให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสามารถช่วยพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงคุณประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก ด้วยความเต็มใจ และมุ่งมั่น

2. รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เป็นองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพสามารถบรรลุเป้าหมายทางสังคมโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นองค์กรหนึ่งที่ได้ตอบสนองสังคมด้วยการดำเนินกิจกรรม CSR และมีการจัดตั้งหน่วยงานภายในองค์กรเพื่อดูแลโครงการโดยตรง แสดงถึงความมุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจกรรมอย่างแท้จริง เห็นได้จากโครงการต่างๆ ที่ได้จัดทำมาโดยตลอด ผู้วิจัยได้สรุปโครงการต่างๆ ของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ตามชนิดรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของ ฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี (2004) ได้แบ่งออกเป็น 7 วิธีการ ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม 2) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3) การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 4) การบริจาคเพื่อการกุศล 5) การอาสาช่วยเหลือชุมชน 6) การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม 7) การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก โดยผู้เขียนนำแนวคิดของฟิลิป คอตเลอร์ และแนนซี ลี มาใช้วิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

รูปแบบของ CSR	ชื่อโครงการ
1) การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม : เพื่อให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้น เป็นการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน สนับสนุนเครื่องมือ และบุคลากรเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาการปลูกพืชเศรษฐกิจ 4 ประเภท ได้แก่ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าว และข้าวโพด ให้มีผลผลิตสูงขึ้นให้กับแหล่งชุมชน ต.ช่องสาธิต อ.พัฒนานิคม จ.ลพบุรี	1) โครงการเบทาโกรพัฒนา
2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม	- ไม่ปรากฏ
3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม : สนับสนุนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม เพื่อให้เยาวชนเติบโตเป็นคนดี มีคุณภาพ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาชุมชน	1) โครงการโรงเรียนคุณธรรมตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง
4. การบริจาคเพื่อการกุศล : เป็นการช่วยเหลือสังคมโดยตรง การบริจาคเงินหรือสิ่งของ	1) โครงการมูลนิธิสายธาร 2) เครือเบทาโกร “รวมพลัง เสริมกำลังใจเพื่อผู้ประสบอุทกภัย”

รูปแบบของ CSR	ชื่อโครงการ
5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน สนับสนุนจิตใจให้พนักงาน สละเวลาแรงงานให้แก่ชุมชน	1) โครงการส่งเสริมอาชีพเสริม เช่น การเลี้ยงไก่ไข่ การเพาะเห็ด การเลี้ยงปลา เป็นต้น 2) โครงการธนาคารพัฒนาชุมชน ต.ช่องสาธิต 3) กิจกรรมชุมชน 3.1 สนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อผู้สูงอายุ 3.2 ส่งเสริมประเพณีท้องถิ่น เช่น ลอยกระทง และ ประเพณีทางศาสนา เป็นต้น
6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม : โดยการ ดำเนินกิจกรรมที่ป้องกันการเกิดปัญหาการทำผิดต่อ กฎหมาย	มีการทำกิจกรรม “ชุมชนสัมพันธ์” โดยการสร้าง ความสัมพันธ์กับประชาชนรอบๆ โรงงาน และมีการ ควบคุมมลพิษตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
7. การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และการบริการตาม คำสั่งซื้อของในระดับฐานราก	- ไม่ปรากฏ



ภาพที่ 1 แสดงความมีส่วนร่วมของการทำกิจกรรม โครงการ เครือเบทาโกร

จากการศึกษารูปแบบในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด โดยวิเคราะห์ตามหลักแนวคิดการทำกิจกรรม CSR ของ ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี ได้แบ่งรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 7 รูปแบบ พบว่า บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมจัดทำโครงการต่างๆ ตามแนวคิดของคอตเลอร์ และ ลี ได้ครอบคลุม 5 รูปแบบ โดยมุ่งเน้นไปยังสังคมที่ขาดโอกาสต้องการความช่วยเหลือ และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้สังคม ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทที่ต้องการให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดี จากการศึกษาข้อมูลทางบริษัทฯ ได้แบ่งกิจกรรมออกเป็นด้านต่างๆ คือ กิจกรรมด้านการศึกษา กิจกรรมด้านเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน เป็นต้น ถือเป็นกิจกรรมหลักที่บริษัทฯ ต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้สังคมสามารถพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สำหรับโครงการหรือกิจกรรมที่ไม่ปรากฏในการทำ CSR ตาม

แนวคิดของคอตเลอร์ และ ลี คือ 1) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทางสังคม เป็นการอุดหนุนหรือบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์หรือช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคมโดยเฉพาะ 2) รูปแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการตามกำลังซื้อของระดับของชนชั้นรากในราคาที่ไมแพงโดยคนยากจนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต รูปแบบดังกล่าวเป็นรูปแบบใหม่ในการทำกิจกรรม CSR ขององค์กรในปัจจุบัน

3. กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด จะใช้คำว่า CSC ซึ่งย่อมาจาก Corporate Social Contribution จะไม่ใช่คำว่า CSR เพราะมีแนวคิดต้องการที่จะทำกิจกรรมเพื่อสังคมจริงๆ โดยไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมตามมาตรฐานตามกฎหมายบังคับที่เป็นความรับผิดชอบต่อส่วนที่ต้องทำอยู่แล้ว และไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริษัท ซึ่งโดยหลักๆ จะแบ่งเป็น 2 ด้านใหญ่ๆ คือ 1) ด้านการศึกษา การศึกษา เช่น โรงเรียนคุณธรรม 1 โรงเรียน 1 โรงงาน วัตถุประสงค์หลักคือต้องการให้เด็กเป็นคนดี มีคุณภาพ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ 2) ด้านเศรษฐกิจ สังคม และชุมชน เช่น โครงการเบทาโกรพัฒนาและบริษัทฯ ยังมีการจัดทำโครงการในรูปแบบต่างๆ ออกมาสู่สังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงรูปแบบทั้งหมดแล้วนั้น จึงสามารถสรุปกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความสนิทสนมกับชุมชน โดยจัดทำโครงการเครือเบทาโกรพัฒนาร่วมกับสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน (PDA) เพื่อเป็นการร่วมรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างสัมพันธ์อันยั่งยืนกับชุมชนที่บริษัทฯ เข้าไปร่วมอยู่อาศัย ด้วยพื้นที่ดำเนินการทั้งหมด 13 หมู่บ้าน ครอบคลุมประชากรกว่า 7,000 คน ในตำบลช่องสาริกา อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน โครงการเครือเบทาโกรพัฒนา ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองอย่างยั่งยืน ผ่านหลากหลายกิจกรรมซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมธนาคารพัฒนาหมู่บ้าน อาชีพเสริม รวมถึงการมีส่วนร่วมในงานเทศกาลต่างๆ ในชุมชน เพื่อปลูกฝังความรัก ความภาคภูมิใจในถิ่นฐานบ้านเกิด และส่งเสริมการพึ่งพาตนเองในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 2 ศึกษาปัญหาเชิงลึก จากบริษัทฯ ต้องการทำโครงการชุมชนให้น่าอยู่ และแก้ไขความยากจนของคนในชุมชน จึงจ้างให้สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน (PDA) เป็นผู้จัดทำโครงการ โดยให้เงินทุน PDA ไปทำกิจกรรมภายใต้ชื่อ “โครงการเบทาโกรพัฒนา” เช่น อาชีพเสริม ธนาคารพัฒนาหมู่บ้าน รวมถึงกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ ในชุมชน ซึ่งจากกิจกรรมที่ PDA จัดทำนั้น ผู้บริหารของบริษัทฯ เล็งเห็นว่าควรสร้างให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มจากอาชีพหลักมากกว่าอาชีพเสริม เพราะรายได้จากอาชีพเสริมชาวบ้านจะไม่ให้ความสำคัญเท่ากับรายได้ที่มาจากอาชีพหลัก ดังนั้น บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด จึงได้ขอรับโครงการมาทำเอง

กลยุทธ์ที่ 3 วิเคราะห์และเข้าใจปัญหา เป้าหมายการทำโครงการของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด คือ การแก้ปัญหาความยากจนของคนในชุมชน โดยเริ่มต้นที่อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นฐานผลิตหลักของบริษัทฯ ซึ่งเข้าไปช่วยเหลือด้านการศึกษา เช่น ทำโรงเรียนคุณธรรม 8 แห่ง ต่อมาทำ 1 โรงงาน 1 โรงเรียน แต่ดำเนินการได้ระยะหนึ่ง พบว่าเด็กมีปัญหาครอบครัว 60 – 80% ซึ่งบริษัทฯ ไม่ค่อยเชื่อว่าถ้าปัญหาปากท้องไม่ได้แก้ เรื่องปัญหาครอบครัวจะแก้ได้ จึงคิดว่าเมื่อก่อนมุ่งที่การศึกษา แต่ตอนนี้มุ่งที่ปัญหาความยากจน และจะปรับอย่างไรให้การศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหาความยากจน

กลยุทธ์ที่ 4 หาแนวทางแก้ไข/ปรับปรุง บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เข้าไปแก้ปัญหาความยากจนในชุมชน คือ การส่งเสริมพัฒนาอาชีพหลัก เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งปัจจุบันมีรายได้หลักจากการปลูกพืชเศรษฐกิจ 4 ประเภท ได้แก่ มันสำปะหลัง, ข้าวโพด, อ้อย และข้าว โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจ 4 ประเภทนี้มาช่วยด้านองค์ความรู้ และขณะนี้ได้พัฒนาแปลงทดลอง หรือ Model Farm รวมถึงศูนย์เรียนรู้ วิถีเศรษฐกิจพอเพียง และอื่นๆ อีกหลายโครงการ

บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ดำเนินกิจกรรม CSR โดยนำเอาแนวพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเชื่อมโยงกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การบริหารด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่ยึดหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ได้แก่ 1.พอประมาณ คือ ความพอดีไม่มากไปและไม่น้อยไป จนเดือดร้อนตัวเองและผู้อื่น 2.มีเหตุผล ที่จะรองรับทางเลือกหรือวิธีการอย่างมีสติ 3.มีภูมิคุ้มกัน คือ มีแผนป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดเพราะความไม่แน่นอนในอนาคต มี 3 ห่วงแล้วยังต้องกำกับด้วย 2 เงื่อนไข คือ ความรอบรู้ ทั้งข้อมูล หลักวิชาและวิธีการที่ถูกต้อง พร้อมกับทำอย่างมี คุณธรรมจริยธรรม คือทำดีสร้างคุณค่าต่อผู้เกี่ยวข้อง ไม่ทำลายสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์กรที่ยึดมั่นใน หลักเศรษฐกิจพอเพียง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่หรือกิจการขนาดเล็ก ก็มีแนวโน้มความไม่ผิด โดยมีหลัก CSR อยู่ในยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ เพราะเป้าหมายที่สอดคล้องกัน คือ การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน ซึ่งหากบริษัทฯ มีความตั้งใจในการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดขึ้นในองค์กรและสนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้องส่วนต่างๆ ดำเนินชีวิตตามแนวทางนี้ จะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน (Sustainable Growth) ทั้งกับกิจการ คนในองค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ให้เกิดผลดีทั้งในโรงงาน ฟาร์ม โรงเรียน ชุมชน และพนักงานของบริษัทฯ โดยมีการอบรมการดำเนินชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีการส่งเสริมรายได้ ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ส่งเสริมความประหยัดด้วยระบบการออม หลายโครงการ เช่น 1. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีการสร้างลานกีฬา ปรับปรุงอาคารสถานที่ให้ร่มรื่นน่าอยู่ 2. การส่งเสริมคุณธรรมด้วยระบบบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล 3. การออมทรัพย์ มีธนาคารชุมชน กองทุนสวัสดิการ 4.การปลูกผักสวนครัวเพื่อการบริโภค ที่ปลอดสารพิษ ไม่ใช้สารเคมีในการกำจัดแมลงและศัตรูพืช แต่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากทรัพยากรธรรมชาติ เน้นการใช้ดินอย่างคุ้มค่าและรักษาสิ่งแวดล้อม

ขณะเดียวกัน บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ใช้ระบบมาตรฐานสากล OHSAS 18001:2007 และTIS18001:1999 ทั้ง 7 โรงงานอาหารสัตว์เป็นครั้งแรกของเมืองไทย เพื่อชีวนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ชุมชน ลูกค้า และผู้เกี่ยวข้อง นั่นคือ CSR ในกระบวนการผลิต (CSR-in-Process) พร้อมกับมีกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งอยู่นอกกระบวนการธุรกิจ (CSR-After-Process) เป็นการเสริมสร้างคุณภาพสังคม

กลยุทธ์ที่ 5 ความร่วมมือของกลไกหลัก เพื่อสนับสนุนและเพิ่มศักยภาพการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและมีหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ คือ หน่วยงานราชการ องค์กรท้องถิ่น สถาบันการศึกษาในพื้นที่ และปราชญ์ชาวบ้าน โดยมีกิจกรรม ดังนี้

1. โครงการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลัง
2. โครงการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนข้าวโพด



แนวทางการทำงานด้าน CSC แบบเจาะพื้นที่ (Area Base)



ภาพที่ 2 แผนภาพกลยุทธ์ในการทำ CSR ของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

4. ปัญหา อุปสรรค และวิธีจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการอาวุโสสำนักกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า การดำเนินกิจกรรม CSR ที่ผ่าน มาประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ โดยได้สรุปปัญหาและอุปสรรคประการสำคัญ พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไข ดังนี้

1. ความต่อเนื่องด้านการดำเนินกิจกรรม CSR ของหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญน้อยเกินไป เห็นได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ดำเนินการแล้ว เช่น การใส่ใจในการดูแลความสะอาดห้องครัวให้ถูกสุขลักษณะ การเอาใจใส่ ซึ่งบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด มีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการลงพื้นที่ให้มากขึ้นและมีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

2. ในการดำเนินกิจกรรม CSR ของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด มีนโยบายที่ไม่ต้องการยุ่งเกี่ยวกับการเมือง แต่การดำเนินกิจกรรม เพื่อเข้าถึงชุมชนจำเป็นต้องผ่านนักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งมีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการวางตัวเป็นกลาง ไม่สนับสนุนฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่จะขอความร่วมมือเป็นหลัก

สรุปผลการวิจัย

จากการทำการวิจัยในหัวข้อ การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด พบว่า บริษัทฯ ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับกิจกรรม CSR

คือ 1) การดูแลพนักงานในองค์กรเป็นอย่างดี 2) การทำสินค้าให้ปลอดภัย 3) การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย 4) การแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชนและการช่วยเหลือ

สำหรับรูปแบบของการทำกิจกรรมแนวคิด ฟิลลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี พบว่าบริษัทมีการทำกิจกรรม CSR อย่างครอบคลุม โดยขาดเพียง 1) การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทางสังคม เป็นการอุดหนุนหรือบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์หรือช่วยเหลือหรือร่วมแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคม โดยเฉพาะ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของระดับฐานราก โดยบริษัทมุ่งเน้นไปยังชุมชนที่ขาดโอกาส และส่งเสริมประเด็นอื่นๆ ที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับสังคมไทย ให้มีการพัฒนาไปพร้อมๆ กับการทำธุรกิจของบริษัท ดังคำกล่าวที่ว่า ร่วมสร้างชีวิตคุณภาพ เพื่อตอบแทนสู่สังคมอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีความเห็นว่า บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด มีความมุ่งมั่นพัฒนา เพื่อก้าวเติบโตอย่างยั่งยืนเคียงข้างสังคม นอกจากการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคแล้ว ยังยึดมั่นในการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชนและสังคม โดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่ ซึ่งผู้บริหารและพนักงานได้สร้างความรู้และความเข้าใจ ในการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอย่างถูกต้องตรงกัน บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด จึงได้ริเริ่มโครงการ และสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสาธารณะประโยชน์ต่างๆ มากมาย เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืนทางธุรกิจขององค์กร ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจตลอดระยะเวลามากกว่า 45 ปีที่ผ่านมา เพื่อร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน และตอบแทนคืนสู่สังคมอย่างแท้จริง

บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ใช้วิธีการจัดตั้งหน่วยงานทางด้าน CSR ภายในบริษัท และจัดสรรเงินทุนเพื่อดำเนินการด้วยตนเอง และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง วิธีการดังกล่าวมีข้อดีในเรื่องของการมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง มีความต่อเนื่องในการดำเนินโครงการ และมีพันธมิตรร่วมในการดำเนินกิจกรรม CSR

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1.1 การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท เครือเบทาโกร จำกัด” ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลในด้านของผู้ดำเนินกิจกรรม CSR ของ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด เท่านั้น จึงทราบเพียงในส่วนของผู้ดำเนินกิจกรรมด้านเดียว ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาถึงผลตอบรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ ว่าจะสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร อีกทั้งยังช่วยให้ บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้ทราบถึงผลตอบรับที่อาจช่วยให้องค์กรนำไปปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

1.2 แม้ว่าด้านนโยบาย CSR บริษัทจะมีกิจกรรมที่ทำขึ้นเพื่อตอบแทนสังคมหลากหลายโครงการด้วยกัน เช่น โครงการมูลนิธิสายธาร โครงการเบทาโกรพัฒนา โดยการสร้างความสัมพันธ์กับโรงเรียนและประชาชนที่อยู่ในชุมชนบริเวณโดยรอบของโรงงาน แต่ในปัจจุบันโครงการดังกล่าวยังขาดการประเมินผล ทำให้ไม่สามารถวัดผลจากการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ ได้ ดังนั้น ทางบริษัทฯ ควรพิจารณาและดำเนินการในด้านนี้อย่าง

จริงจัง เพื่อชี้ให้เห็นถึงความจริงใจในความรับผิดชอบต่อชุมชนและมีเป้าหมายในการพัฒนาและยกระดับชุมชนและสังคม เพื่อความยั่งยืนขององค์กรและส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและสังคม และสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การใช้ตัววัดดัชนีการวัดผลความสำเร็จ ในการวัดผลเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริบทของสังคมไทย เพื่อองค์การต่าง ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดผลความสำเร็จของโครงการ

2.2 ควรศึกษาดัชนีความพึงพอใจของโรงเรียนและชุมชนใกล้เคียงว่า มีความพึงพอใจจริงหรือไม่หลังจากที่บริษัท เครือเบทาโกร จำกัด ได้มีโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กิตติพัฒน์ นนทปัทมดลย์. (2550). การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม แนวคิดและวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรุงเทพธุรกิจ.(2556). CSR แบบเบทาโกร จากจุดเล็กๆ คิดใหญ่ แต่เริ่มจากเล็ก.เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน

2556. เข้าถึงได้จาก http://www.csr.imageplus.co.th/csr_movement.php?id

โชติรัตน์ ศรีสุข. (2554). “กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้รูปแบบ โครงสร้างการรับผิดชอบต่อสังคม

ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน).” ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

ประกอบการ.

ณัฐชนัน อภิวิชัยลลชาติ. (2551). “การศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรม ความ

รับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน).” สารนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุญพร ศิริรัตน์ และคณะ. (2554). " การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจด้วยความ

รับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โอเอสสกา จำกัด." วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 4,

ฉบับที่ 2 (กันยายน - ธันวาคม) : 211-212.

ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. (2556). CSR เครือเบทาโกร "ครัวคุณภาพ" เพื่อ นร. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน

2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID>

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2554). " การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนิน

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)." วารสารวิชาการ

Veridian E-Journal ปีที่ 4, ฉบับที่ 2 (กันยายน - ธันวาคม) : 190-194.

วรวิทย์ อวิรุทธวรกุล และ ชีระพงษ์ มาลัยทอง. (2550). “การพัฒนาดัชนีชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชน.”วารสาร

เศรษฐกิจ และสังคม ปีที่ 44, ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มี.ค.), หน้า 40-47

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2556). แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน

2556. เข้าถึงได้จาก http://www.csri.or.th/sites/default/files/CSRI_green.pdf

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.

Kraisorn Suthasinee & Fredric William Swievecck (2009). Interpretation of CSR in Thai company. Social Responsibility Journal 5(1), 550-565