



‘เนสท์เล่’ เดินหน้าย้ำแนวคิด “การสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม” (CSV)

- เน้น 3 ด้านหลัก “โภชนาการ น้ำ และพัฒนาชุมชน”



กรุงเทพฯ (15 มิ.ย. 54) – เมื่อเร็วๆ นี้ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มชั้นนำของไทยและของโลก จัดงานแถลงข่าว “นโยบายการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม” (Creating Shared Value หรือ CSV) เพื่อประกาศแนวทางของเนสท์เล่ในการดำเนินธุรกิจโดยเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมผนวกรวมกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยมี *คุณณมดล ศิวะบุตร*

ผู้อำนวยการบริหาร ฝ่ายองค์กรสัมพันธ์ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด และก้านันชัชวาลย์ มานัสสา ประธานชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน อ. ดอกคำใต้ จ. พะเยา เป็นผู้แถลงรายละเอียด ณ เดอะ เทรเซอร์ เกษรพลาซ่า

คุณณมดล ศิวะบุตร ผู้อำนวยการบริหาร ฝ่ายองค์กรสัมพันธ์ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด กล่าวว่า “การสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม (CSV) คือหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจของเนสท์เล่ ถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง มีความชัดเจน และเป็นแผนระยะยาว เรามุ่งเน้นในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมใน 3 เรื่องหลัก คือ การพัฒนาด้านโภชนาการเพื่อผู้บริโภค การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ และการพัฒนาชุมชน ซึ่งล้วนแต่เป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่งต่อผู้คนในท้องถิ่นที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ การสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมในมุมมองของเนสท์เล่ไม่ได้แสดงออกด้วยการให้เงินบริจาคแต่อย่างใด หากแต่เป็นการยกระดับการดำเนินธุรกิจขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจให้ดีขึ้นไปพร้อมๆ กัน”

ก้านันชัชวาลย์ มานัสสา ประธานชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน อ. ดอกคำใต้ จ. พะเยา กล่าวถึงความรู้สึกต่อกิจกรรม “คาราวานเปิดรับความสุขสู่สุขภาพดี” หนึ่งในกิจกรรมไฮไลท์ในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมของเนสท์เล่ ที่ตัวเขาได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการว่า “เนสท์เล่รู้ถึงความต้องการของชุมชน และได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ด้วยการให้ความรู้ด้านโภชนาการ และการดูแลสุขภาพสำหรับสมาชิกทุกคนในครัวเรือน อาทิ ตรวจวัดระดับน้ำตาล ในเลือดสำหรับผู้สูงอายุ กิจกรรมเวิร์คช็อปทำอาหารที่ถูกหลักอนามัยสำหรับคุณแม่บ้าน การออกกำลังกายอย่างถูกวิธีสำหรับคนในทุกวัย และกิจกรรมกีฬากลางแจ้งสำหรับเด็กๆ ฯลฯ โดยที่ชาวบ้านจะนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติต่อบ้านของตนเอง จึงส่งผลให้มีประสิทธิภาพในระยะยาว และเป็นความช่วยเหลือแบ่งเบาภาระด้านการดูแลสุขภาพของคนในชุมชนของทางภาครัฐอีกด้วย”



Nestlé

Good Food, Good Life

สำหรับการดำเนินกิจกรรมในประเทศไทยที่สอดคล้องประสานกับการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชน และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน มีดังนี้

1. **กิจกรรม “คาราวานเปิดรับความสุขสู่สุขภาพดี”** หนึ่งในกิจกรรมไฮไลท์ในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมของเนสท์เล่ ซึ่งเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2552 มุ่งให้ความรู้ทางโภชนาการ และส่งเสริมการมีสุขภาพดี เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยในปี 2553 กิจกรรมนี้เข้าถึงคนไทยในพื้นที่ห่างไกลกว่า 300,000 คน ใน 120 อำเภอ
2. **กิจกรรม “เด็กไทยสุขภาพดี”** เนสท์เล่ ร่วมกับ กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงศึกษาธิการตั้งแต่ปี 2547 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ ความเข้าใจเรื่องอาหาร โภชนาการ และการออกกำลังกาย รวมทั้งปลูกฝังพฤติกรรมกรบริโภคให้ถูกหลักโภชนาการ ตลอด 6 ปี เนสท์เล่ได้จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่โรงเรียนกว่า 12,000 แห่งทั่วประเทศ
3. **การพัฒนากาแฟคุณภาพเพื่อเกษตรกรและผู้บริโภค** เนสท์เล่ได้จัดตั้งแปลงทดสอบและสาธิตกาแฟโรบัสต้าในจังหวัดชุมพร ศูนย์รับซื้อกาแฟโดยตรงจากเกษตรกร รวมไปถึงการริเริ่มการผลิตพันธุ์ต้นกล้ากาแฟโรบัสต้าพันธุ์ดี ซึ่งได้กระจายสู่เกษตรกรชาวสวนกาแฟแล้วกว่า 1.6 ล้านต้น นับตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา เพื่อให้เกษตรกรสามารถดำรงอาชีพปลูกกาแฟได้อย่างยั่งยืน
4. **การสนับสนุนการผลิตน้ำนมดิบคุณภาพดี** เนสท์เล่ให้การสนับสนุนและจัดฝึกอบรมให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ผ่านทางสหกรณ์โคนม 4 แห่ง โดยนักวิชาการด้านโคนม (Dairy Specialist) ของเนสท์เล่ ซึ่งเริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2531 จนถึงปัจจุบัน มีการจัดฝึกอบรมครอบคลุมเกษตรกรแล้วมากกว่า 1,000 คน
5. **เนสกาแฟ นักชงมืออาชีพ (Nescafe Street Barista)** เริ่มขึ้นเมื่อปี 2549 จัดทำขึ้นจากแนวคิดของการสร้างผู้ประกอบการอิสระ จนถึงสิ้นปี 2553 มีผู้เข้าร่วมเป็นนักชงมืออาชีพแล้วกว่า 3,500 คน
6. **“แค่ 5,999 บาท ก็เป็นเจ้าของร้านไอศกรีมเนสท์เล่ได้”** หนึ่งในกิจกรรมการสร้างอาชีพที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง เพียงลงทุนด้วยจำนวนเงินที่ไม่สูงมาก โครงการนี้เริ่มต้นขึ้นในปี 2553 จนถึงปัจจุบัน มีผู้เข้าร่วม กิจกรรมทั้งหมด 2,200 คน

นอกจากนี้เนสท์เล่มีนโยบายเข้มงวดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า โดยทุกโรงงานของเนสท์เล่ในประเทศไทยมีเป้าหมายในการลดการใช้ทรัพยากรน้ำในขบวนการผลิตให้ได้มากที่สุดโดยมีกระบวนการดังนี้ คือ ลดการใช้ (Reduce) การนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำน้ำมาใช้ใหม่หลังการบำบัดแล้ว (Recycle) ทั้งนี้ โรงงานผลิตกาแฟผงสำเร็จรูป จังหวัดฉะเชิงเทราได้รับการรับรองจาก อุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา ในพ.ศ. 2552 ว่ามีน้ำเสียออกจากโรงงานเป็นศูนย์ (Zero Waste Water) ส่วนโรงงานอื่นๆ อีก 6 แห่งก็สามารถลดการใช้น้ำลงไปได้เฉลี่ยปีละ 5 %



Nestlé

Good Food, Good Life

แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกับ สังคม หรือ Creating Shared Value

(CSV) เป็นหลักปฏิบัติในการดำเนิน
ธุรกิจที่ฝังลึกอยู่ในดีเอ็นเอของเนสท์เล่
นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทในปี พ.ศ.
2409 ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 ศ.

ไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ กูรูชื่อดัง

ทางด้านบริหารจัดการ จาก
มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้เป็นผู้นิยาม
ชื่อ ของแนวคิดดังกล่าวของเนสท์เล่



โดยนำทฤษฎีมาจับคู่กับสิ่งที่องค์กรเนสท์เล่ได้ดำเนินมาหลายสิบปีในการทำธุรกิจ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า การสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม (CSV) ของเนสท์เล่ นั้นเป็นแนวทางที่นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และในขณะเดียวกันก็เสริมสร้างศักยภาพ และการเติบโตทางสังคมของชุมชนโดยรอบ ซึ่งสร้างคุณค่าและก่อให้เกิดประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย คือ องค์กรและสังคมที่ดีขึ้นไปพร้อมๆ กัน