

•• นับจากที่ ศ.ไมเคิล ฮี พอร์เตอร์ และมาร์ก เครเมอร์ ได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง 'The Big Idea: Creating Shared Value' ในฮาร์วาร์ด บิซเนส รีวิว เมื่อปี 2554 จนนำมาสู่การก่อตั้งเป็น Shared Value Initiative (SVI) ในปี 2555 เพื่อนำแนวคิด CSV ที่ทั้งสองได้ร่วมกันพัฒนาขึ้น ไปใช้ในภาคธุรกิจและทำให้เกิดผลในทางปฏิบัติ จนส่งผลให้มีการนำแนวคิดนี้ไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ธุรกิจกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก

MBA

Shared Value กับ Social Enterprise



เรื่อง : ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ
ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา

ทิศทางการขับเคลื่อนเรื่อง CSR จากนี้ไป คงหนีไม่พ้นเรื่อง CSV (Creating Shared Value) ซึ่งถือเป็นภาคต่อขยายของ CSR และอยู่ในบริบทของ CSR-in-process ที่องค์กรสามารถใช้ยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมจากการดูแลผลกระทบในเชิงลบ มาสู่การส่งมอบคุณค่าในเชิงบวก ในอดีต เราเรียก CSR ในลักษณะนี้ว่า Strategic CSR แต่ปัจจุบันนิยมใช้คำว่า CSV แทน

ที่ผ่านมาธุรกิจส่วนใหญ่มองประเด็นทางสังคม (Social Issues) ที่องค์กรต้องเข้าไปเกี่ยวข้องในแง่ของความเสี่ยงทางธุรกิจ จึงมักใช้ CSR เป็นเครื่องมือป้องกันหรือจัดการความเสี่ยง แต่ปัจจุบัน หลายธุรกิจเริ่มมีมุมมองที่เปลี่ยนไปต่อประเด็นทางสังคมเหล่านั้น ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจ CSV จึงกลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม และในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปพร้อมกัน





ก่อนหน้านั้น มีธุรกิจที่นำเรื่อง CSV มาสื่อสารกับสังคมในเชิงภาพลักษณ์ และการหวังผลทางประชาสัมพันธ์ มากกว่าที่จะเป็นการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคมอย่างแท้จริง บางธุรกิจนำเอาโครงการบริจาคหรือกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดำเนินการอยู่ ซึ่งมีได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก มาปิดฝุ่นเปลี่ยนชื่อเรียกใหม่เป็น CSV ทั้งที่กิจกรรมในเชิง Philanthropy ดังกล่าว ไม่ได้จัดว่าเป็น CSV ตามแนวทางของไมเคิล อี พอร์เตอร์

ความสับสนอีกกรณีหนึ่ง เกิดขึ้นจากการนำคำว่า CSV ไปใช้ในบริบทของการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise และอธิบายในทำนองว่า Shared Value จะเกิดขึ้น ต่อเมื่อองค์กรธุรกิจมีการแปลงสภาพเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งในข้อเท็จจริงแล้ว ไม่มีความจำเป็นต้องทำเช่นนั้น

การสร้างให้เกิดคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคมไปพร้อมกันนั้น มิได้ขึ้นอยู่กับสภาพของกิจการที่ต้องเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ตลอดจนมิได้กำหนดว่ากิจการต้องทำสิ่งทีนอกเหนือไปจากการทำธุรกิจปกติ แต่แนวทางการสร้างคุณค่าร่วม เน้นนำไปให้กิจการใช้วิธีการทางธุรกิจมาตอบสนองต่อประเด็น

ปัญหาทางสังคมที่รอการแก้ไขหรือที่อยู่ในความสนใจขององค์กร โดยคำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์และความเชี่ยวชาญหลักของกิจการ

หากเปรียบเทียบความแตกต่าง จะพบว่า Social Enterprise (SE) เป็นวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นโดยมีพันธกิจในการดำเนินงานเป็นไปเพื่อประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดหรือรูปแบบทางธุรกิจในการตอบสนองของวัตถุประสงค์ทางสังคม

ขณะที่ CSV เป็นการดำเนินงานของวิสาหกิจทั้งที่ดำเนินอยู่แล้วในรูปของธุรกิจปกติ (หรือที่จัดตั้งขึ้นใหม่ในรูปอื่น) เพื่อมุ่งให้เกิดผลลัพธ์เป็นคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคมควบคู่กัน

ลักษณะที่สำคัญอีกประการของ CSV คือ การให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ (Outcome) จากการดำเนินงาน มากกว่าความมุ่งประสงค์ (Purpose) ของกิจการ ไม่ว่าจะก่อตั้งด้วยวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจหรือในทางสังคมก็ตาม กิจการจะต้องสามารถส่งมอบคุณค่าให้กับทั้งตัวองค์กรและสังคมไปพร้อมกัน โดยนำความเชี่ยวชาญและสินทรัพย์ที่มีอยู่ มาใช้เป็นฐานในการสร้างคุณค่าร่วม

CSV จึงเป็นการสร้างคุณค่าร่วมให้กับทั้งกิจการและสังคม ภายใต้นิติบุคคลที่ดำเนินงานอยู่เดิม โดยไม่จำเป็นต้องจัดตั้งนิติบุคคลขึ้นใหม่ หรือหากวิสาหกิจที่ดำเนินงานนั้นเป็น SE อยู่แล้ว ก็สามารถนำแนวคิด CSV ไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดหรือรูปแบบทางธุรกิจ เพื่อส่งมอบผลลัพธ์เป็นคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคมได้เช่นกัน

M



●● CSV เป็นการสร้างคุณค่าร่วมให้กับทั้งกิจการและสังคม ภายใต้นิติบุคคลที่ดำเนินงานอยู่เดิม โดยไม่จำเป็นต้องจัดตั้งนิติบุคคลขึ้นใหม่