

การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน : แนวทางจากทฤษฎีฐานราก

กิตติคุณ แสงนิล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

Email: kittikun.san@kbu.ac.th

สันติธร ภูริภักดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ กิตติคุณ แสงนิล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

Email: kittikun.san@kbu.ac.th

วันที่รับบทความ: 10 มีนาคม 2563 วันที่แก้ไขบทความ 14 กันยายน 2563 วันที่ตอบรับบทความ: 31 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวความคิด ลักษณะและแนวทางการสร้างคุณค่าร่วม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎี เพื่อการสร้างทฤษฎีฐานราก **วิธีการวิจัย** เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีคุณวุฒิและประสบการณ์ จำนวน 10 ท่าน การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกต และการจดบันทึก **ผลการวิจัย** ปัจจัยที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วม มีประสิทธิภาพประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระยะยาวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แรงจูงใจด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมขององค์กร ในส่วนของปัจจัยที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความล้มเหลวในการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กร ปัจจัยด้านกระบวนการคิด และวิเคราะห์เชิงระบบ **สรุป** แนวทางการสร้างคุณค่าร่วม ประกอบด้วย การปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ การสร้างความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างองค์กรและสังคม และการเพิ่มผลิตภาพให้แก่องค์กรและสังคม

คำสำคัญ: การสร้างคุณค่าร่วม การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การเพิ่มผลิตภาพ ทฤษฎีฐานราก



Creating Shared Values for Sustainability of Community Enterprises : The Grounded Theory Approach

Kittikun Sangnin

Faculty of Management Science, Silpakorn University, Cha-am, Phetchaburi 76120

Email: kittikun.san@kbu.ac.th

Santidhorn Pooripakdee

Faculty of Management Science, Silpakorn University, Cha-am, Phetchaburi 76120

Phitak Siriwong

Faculty of Management Science, Silpakorn University, Cha-am, Phetchaburi 76120

Correspondence concerning this article should be addressed to **Kittikun Sangnin**, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Cha-am, Phetchaburi 76120
Email: kittikun.san@kbu.ac.th

Received date: March 10, 2020 Revised date: September 14, 2020 Accepted date: October 31, 2021

ABSTRACT

PURPOSES: To study concepts, characteristics and approaches to creating shared values among the community enterprises. **METHODS:** A qualitative research acquiring information from sample of qualified 10 key informants. Information was also from various secondary sources. **RESULTS:** Factors that led to the creating efficient shared value included long-term relationships of stakeholders, economic compensation incentives, and organizational culture. Factors that caused failure in the creation of shared value included a failure in determining the vision and operational goals of the organization, systematic thinking and system analysis. **CONCLUSIONS:** Shared value could be created by improving and developing for new products and new markets, creating the development cooperation between organizations and society, and increasing productivity for organizations and society.

Keywords: Creating shared value, improvement and development of new products, productivity, grounded theory

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีความจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ทุกชุมชนสามารถมีบทบาทที่สำคัญในการร่วมกันพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชนโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วย เมื่อเศรษฐกิจฐานรากในประเทศมีความเข้มแข็ง ก็จะนำมาสู่การสร้างความสุขของรายได้ในประเทศ และลดการพึ่งพาภาคส่งออก อีกทั้งการส่งเสริมให้เกิดบทบาทผู้นำชุมชนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชน เน้นการพึ่งพาตนเอง จะยิ่งส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาและยืนหยัดด้วยความสามารถของชุมชน ร่วมกันสร้างและร่วมกันพัฒนา เกิดชุมชนเข้มแข็ง ยั่งยืน จากความสำคัญข้างต้น แสดงให้เห็นด้วยว่าวิสาหกิจชุมชนมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยกรมการพัฒนาชุมชนได้ตั้งเป้าหมายความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพื่อให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง ยั่งยืน มีการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการพัฒนาแบบบูรณาการทุกพื้นที่เป้าหมาย (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561) ปัจจุบันการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ต้องพิจารณาผลการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและตอบแทนให้สังคมส่วนรวมด้วยกับผลกำไรและการเติบโตของธุรกิจ ทั้งนี้ องค์กรธุรกิจเป็นส่วนประกอบหนึ่งของสังคม มีหน้าที่สร้างสรรค์ประโยชน์ให้กับสังคม ด้วยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การบริหารผลกระทบของธุรกิจที่มีต่อสังคมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง ต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ อีกด้วย และมีผลต่อความอยู่รอดของ

ธุรกิจในอนาคต (Virakul, 2015) ซึ่ง Porter and Kramer (2011) กล่าวว่า การสร้างโอกาสที่เพิ่มขึ้นสำหรับองค์กรธุรกิจ ในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมจากมุมมองในด้านคุณค่า การสร้างคุณค่าร่วมกันได้สร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพราะสร้างตลาดใหม่และเสริมความแข็งแกร่งให้กับการแข่งขัน (Porter and Kramer 2006, 2011) และยิ่งไปกว่านั้นการดำเนินการสร้างคุณค่าร่วม เป็นการค้นหาโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการและรูปแบบธุรกิจที่นำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมและนำไปสู่คุณภาพที่ดีขึ้น และผลิตผลของงานที่ปรับปรุงขึ้น จากการศึกษาของ Porter และ Kramer (2011) ความคิดที่เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าร่วมขององค์กรและสังคม จะเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนสำคัญที่สุดในการบรรลุผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจและความได้เปรียบในการแข่งขัน ในขณะที่มีส่วนร่วมต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เพื่อทำความเข้าใจถึง “แนวความคิดและลักษณะของการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในเขตเพชรบูรณ์” “องค์ประกอบที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคมจึงสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพและทำไมจึงไม่มีประสิทธิภาพ” และ “แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม” ผลการวิจัยจะทำให้ได้ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยนี้และสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ตลอดจนได้นำเสนอแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคมแก่ผู้สนใจทั่วไปหรือผู้ประกอบการอื่น ๆ ทั้งขนาดกลางและ

ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อีกทั้งเป็นการช่วยส่งเสริมและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัย จึงเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรม

การสร้างคุณค่า (value creation) ตามนิยาม Porter and Kramer (2011) ได้เสนอการปฏิบัติในด้านนโยบายและการดำเนินงานที่ส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเพิ่มคุณค่าให้แก่สังคมในชุมชนที่องค์กรดำเนินงานอยู่ให้เกิดคุณค่าร่วม (Shared Value) การที่จะสร้างคุณค่านั้น ธุรกิจสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ไปพร้อมกับการสร้างคุณค่าทางสังคม (Social Value)

Porter and Kramer (2006) ได้อธิบายว่ากรอบแนวความคิดการสร้างคุณค่าร่วม มีรากฐานมาจากการระบุปัญหาเฉพาะที่ที่ต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจ และสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมในวงกว้างได้ ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จควรที่จะยอมรับแนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว Kramer (2012) ได้ย้ำว่า การสร้างคุณค่าร่วมมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ขององค์กรและการตัดสินใจของแต่ละบริษัท ในการแสวงหาประสิทธิภาพและผลกำไรขององค์กร สอดคล้องกับ Porter and Kramer (2011) ได้ให้ความสำคัญในประเด็น การ

สร้างคุณค่าร่วม ที่ถูกกล่าวถึงครั้งแรกในบทความเรื่อง “กลยุทธ์และสังคม: การเชื่อมโยงระหว่างความได้เปรียบในการแข่งขันและความรับผิดชอบต่อสังคม” (Porter & Kramer, 2006) โดยเชื่อว่าธุรกิจสามารถสร้างโอกาสโดยการแบ่งปันหรือมอบคุณค่าโดยการออกสินค้าใหม่และเปิดตลาดใหม่ และโดยการกำหนดผลผลิตและเพิ่มคุณค่าในห่วงโซ่มูลค่าขององค์กร อีกทั้งการประยุกต์ใช้หลักการพัฒนาแบบคลัสเตอร์หรือส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชนโดยรอบ Porter and Kramer (2011) ได้กล่าวถึงในกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) เป็นการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญกับการดำเนินงานร่วมกันระหว่างองค์กรและสังคมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ร่วมกันสำหรับทั้งธุรกิจและสังคม

คำถามการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded theory) เพื่อทำความเข้าใจถึง “แนวความคิดและลักษณะของการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในเขตเพชรบูรณ์เป็นอย่างไร” “ทำไมการสร้างคุณค่าร่วมจึงสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพและทำไมจึงไม่มีประสิทธิภาพ” และ “แนวการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนเป็นอย่างไร”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาลักษณะของการสร้างคุณค่าร่วม
2. เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าร่วมอย่าง

มีประสิทธิภาพและองค์ประกอบที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพ

3. เพื่อเข้าใจถึงแนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืน

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน : แนวทางจากทฤษฎีฐานราก โดยมีขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้ ด้านเนื้อหา โดยมุ่งเน้นศึกษาการให้ความหมายของแนวทางการสร้างคุณค่าร่วม ด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นประธานวิสาหกิจชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก มีจำนวน 10 ท่าน ด้านพื้นที่ จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 จังหวัด ในเขตเพชรบูรณ์ศรีรี ประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในเขตเพชรบูรณ์ศรีรี เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการให้ความหมายมุมมองที่มีต่อการสร้างคุณค่าร่วมนี้ได้ ด้านระยะเวลา ในการเก็บข้อมูลรวบรวมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ระหว่างเดือน กรกฎาคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2562

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของการวิจัย ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น เป็นการทำให้สามารถเข้าใจความคิดเห็นของผู้ให้

ข้อมูลเชิงลึกจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล และ 2) วิธีการศึกษาเอกสาร ผลงานทางวิชาการ บทความจากวารสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบด้านข้อมูลแบบสามเส้า (Data triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้นถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลหรือไม่ จนกระทั่งข้อมูลที่ได้รวบรวมจากหลายแหล่งไม่มีการเปลี่ยนแปลง อีกนัยหนึ่งเรียกว่าจุดอิ่มตัวของข้อมูล (Theoretical saturation) ทำให้ได้มาของข้อมูลเชิงทฤษฎี หลังจากนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ตามวิธีของแวน มาแนน (Van Manen, 1990) ขั้นตอนสุดท้ายคือ การสรุปผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) โดยสรุปผลและนำผลการวิจัยไปพัฒนาเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎี เพื่อการอธิบายปรากฏการณ์ ผ่านการนำเสนอข้อสรุปเชิงทฤษฎีในรูปแบบของข้อความที่มีการให้ความหมายและให้แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในเขตเพชรบูรณ์ศรีรี

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ถึงการให้ความหมายและที่มาของความหมายของการสร้างคุณค่าร่วม และองค์ประกอบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าร่วม และรวมถึงองค์ประกอบที่ส่งผลให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพ ผ่านมุมมองและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยข้อสรุปเชิงทฤษฎีแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ทฤษฎีฐานรากของการสร้างคุณค่าร่วม

ลักษณะของการสร้างคุณค่าร่วม	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วม
1) กิจกรรมที่เพิ่มขีดความสามารถให้กับองค์กรและสังคม 2) กิจกรรมที่เพิ่มผลิตภาพให้กับองค์กรและสังคม 3) กิจกรรมที่ยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสังคมนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน	1) การปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ 2) การสร้างความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างองค์กรและสังคม 3) การเพิ่มผลิตภาพให้แก่องค์กรและสังคม
องค์ประกอบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าร่วม	องค์ประกอบที่ส่งผลให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพ
1) ความสัมพันธ์ระยะยาวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) แรงจูงใจด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ 3) วัฒนธรรมขององค์กร	1) การกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนการดำเนินงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ 2) ขาดกระบวนการคิดและวิเคราะห์เชิงระบบ

แนวความคิด มุมมองและการให้ความหมายต่อการสร้างคุณค่าร่วม

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของการสร้างคุณค่าร่วม ได้ว่า 1) กิจกรรมที่เพิ่มขีดความสามารถให้กับองค์กรและสังคม 2) กิจกรรมที่เพิ่มผลิตภาพให้กับองค์กรและสังคม และ 3) กิจกรรมที่ยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสังคมนำไปสู่ความยั่งยืน ดังนั้น การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) เป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ นโยบาย แนวทาง และกิจกรรมที่องค์กรจัดทำขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และในขณะเดียวกันก็สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชุมชนโดยรอบที่ธุรกิจดำเนินงานอยู่

งานวิจัยนี้ สามารถสรุปลักษณะของการสร้างคุณค่าร่วม ได้ว่า การสร้างคุณค่าร่วมนั้น

มุ่งเน้นไปที่การระบุและขยายความเชื่อมต่อระหว่างความก้าวหน้าทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นการสร้างสรรค์ธุรกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าทางสังคม ผู้นำจำเป็นต้องมองหาโอกาสทางธุรกิจที่องค์กรจะได้รับ และตอบสนองความต้องการของสังคม แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างคุณค่าร่วมนั้น ไม่ใช่เป็นเรื่องที่ง่าย กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมมีความซับซ้อนและจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือในการดำเนินงาน และมีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการสร้างคุณค่าร่วม และในแต่ละพื้นที่และบริบทของการดำเนินธุรกิจจะมีปัจจัยหรือแนวทางที่แตกต่างกัน อีกทั้งจากการวิจัยนี้พบว่า การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนจะต้องได้รับการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องในแง่ของผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ การสร้างคุณค่าร่วมเป็นการฝังความ

ยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร กระบวนการทางธุรกิจทั้งหมดในห่วงโซ่คุณค่า จำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจและดึงดูดศักยภาพของพนักงานมาใช้สร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือแก้ปัญหาทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งและเป็นภูมิคุ้มกันให้ธุรกิจและสังคมสามารถเติบโตไปพร้อมกันในระยะยาวผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของเรามีการระดมสมองเพื่อช่วยกันคิด กันวางแผน การพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการสอบถามถึงความต้องการของสมาชิกในกลุ่มและความต้องการของชุมชน หลังจากนั้นกลุ่มดำเนินการช่วยกันวางแผนกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถให้กับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสังคมได้”

องค์ประกอบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าร่วม

จากการศึกษานี้พบว่า ข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถแบ่งองค์ประกอบที่ส่งผลให้การสร้างคุณค่าร่วมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก คือ ความสัมพันธ์ระยะยาวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แรงจูงใจด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมขององค์กร มีรายละเอียดดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระยะยาวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการศึกษาพบว่า แนวทางหรือวิธีการที่วิสาหกิจชุมชนใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแง่ธุรกิจเป็นความผูกพันระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยสอดคล้องกับ

ผู้ให้สัมภาษณ์บางราย ที่ระบุว่า “ประธานวิสาหกิจชุมชน พยายามปรับปรุงบริการให้แก่ลูกค้า และสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันประเมินการดำเนินธุรกิจ” อีกทั้ง ยังเป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน วิธีการที่วิสาหกิจชุมชนใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อให้เกิดความผูกพันระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญวิสาหกิจชุมชนควรมีการประเมินและปรับปรุงบริการให้แก่ลูกค้า

2. แรงจูงใจด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ จากการศึกษพบว่า วิสาหกิจชุมชนยังมีโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่มุ่งแก้ไขประเด็นปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในชุมชนได้ โดยพิจารณาจากมุมมองด้านคุณค่า กล่าวได้ว่า การสร้างคุณค่าร่วมได้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพราะการสร้างตลาดใหม่และเสริมความแข็งแกร่งให้กับการแข่งขัน โดยสอดคล้องกับ ผู้ให้สัมภาษณ์บางราย ที่ระบุว่า “กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นสิ่งที่ดี แต่ในเชิงของการบูรณาการการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่และเพื่อความยั่งยืนของการดำเนินงาน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมองหาโอกาสและช่องทางการให้บริการและแนวทางการเพิ่มผลิตภาพแก่องค์กรและชุมชน ซึ่งในประเด็นหลังนี้จะก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ยั่งยืนขึ้น” ดังนั้นแรงจูงใจด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ เป็นผลมาจากประสิทธิผลของการ

ดำเนินงานของกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วมที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพทางการเงินและสถานะทางการตลาดของธุรกิจได้ วิธีการสร้างคุณค่าร่วมช่วยสนับสนุนกิจกรรมที่ดูแลผลประโยชน์ของสังคมและเพื่อผลประโยชน์ของบริษัท

3. วัฒนธรรมขององค์กร จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมร่วม บรรทัดฐาน ความเชื่อและข้อตกลงร่วมกัน ซึ่งรวมกันหรือผสมผสานกันแล้วทำหน้าที่ในการหล่อหลอมทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน วิสาหกิจชุมชนควรมีการให้ความรู้มอบหมายหน้าที่ และเชื่อมโยงเป้าหมายการทำงานของคนเข้ากับเป้าหมายการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และวิสาหกิจชุมชนควรสร้างความผูกพันของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการสร้างคุณค่าร่วม รวมถึงวิสาหกิจชุมชนควรมีการส่งเสริมให้มีการชื่นชม มอบรางวัลและผลตอบแทนเพื่อจูงใจให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนใส่ใจและตั้งใจต่อการสร้างคุณค่าร่วมโดยผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“สมาชิกวิสาหกิจชุมชนแต่ละคน มาจากต่างครอบครัวแต่มาจากคนในพื้นที่เดียวกัน หากมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานของชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะส่งตัวแทนเข้าร่วมกิจกรรม โดยการทำงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีความเชื่อใจและไว้วางใจกันมาก เชื่อฟังผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสร้างแรงจูงใจและช่วยกันทำให้เกิดความสามัคคีกันในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยิ่งขึ้น”

องค์ประกอบที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษานี้พบว่า ข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แบ่งองค์ประกอบที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยด้านการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กรหรือกระบวนการวางแผนที่ไม่ชัดเจนและไม่มีประสิทธิภาพ โดยที่ผู้นำวิสาหกิจชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) อย่างแท้จริง ตระหนักถึงคุณค่าร่วมที่ธุรกิจและสังคมจะได้รับ และมีความมุ่งมั่นและสนับสนุนอย่างจริงจัง จากการศึกษาพบว่า ความไม่แน่นอนเกิดจากความไม่ชัดเจนและขาดการวางแผนที่ดี การสร้างคุณค่าร่วมนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนงานหรือกิจกรรมที่จะทำอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการให้ความสำคัญกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานสำหรับการสร้างคุณค่าร่วมที่มีกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจนไว้ใน การดำเนินธุรกิจขององค์กร และมีกระบวนการติดตาม ประเมินผลที่ต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงแผนดำเนินงานหากเกิดความไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“วิสาหกิจชุมชนที่ผ่านเข้ามาเข้าใจและได้รับการช่วยเหลือจากหลายภาคส่วน เพื่อเพิ่มพูนทักษะของการวางแผนที่ต้องมีและการกำหนดเป้าหมาย มีกระบวนการติดตามและปรับปรุงโดยผ่านวิธีการประชุมของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นการสร้างคุณค่าให้กับทรัพยากรต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่อย่างจำกัด”

2. กระบวนการคิดและวิเคราะห์ระบบที่ไม่มีประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วม ควรจะต้องเน้นกิจกรรมที่เกิดประโยชน์ร่วมกันและเป็นกิจกรรมที่

ส่งเสริมให้เกิดการสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมุ่งแก้ปัญหาและสนองความต้องการของสังคมนั้น ๆ เช่น การสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชน หรือส่งเสริมการสร้างงานและการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในชุมชน หรือการช่วยให้ธุรกิจจัดซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่นได้เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น เป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการลดความไม่มีประสิทธิภาพหรือลดการสูญเสียในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในชุมชน หากขาดกระบวนการคิดและวิเคราะห์เชิงระบบของผู้ปฏิบัติที่หวังจะยกระดับการสร้างคุณค่าร่วมให้เกิดขึ้นในชุมชน จะไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้หรือไม่เกิดประสิทธิผลจากการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม ผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“หลายครั้งที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเจอปัจจัยภายนอกเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยากหรือไม่ได้เลย ทำให้ไม่สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งพบได้บ่อยว่าความผิดพลาดหรือความล้มเหลวที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ เกิดจากที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้พิจารณาการดำเนินธุรกิจอย่างรอบด้าน”

ปัจจัย 2 ด้านนี้ ส่งผลในเชิงลบที่อาจขัดขวางหรือเป็นอุปสรรคต่อการสร้างคุณค่าร่วมได้

แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

การสร้างคุณค่าร่วมอย่างเหมาะสมนั้น ผู้นำการปฏิบัติจำเป็นต้องอาศัยแนวทางในการปฏิบัติที่สามารถทำได้จริง อีกทั้งจำเป็นต้องนำ

แนวคิดและทำความเข้าใจในความหมายของการสร้างคุณค่าแล้วนำมาปฏิบัติและประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมจึงจะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากข้อมูลงานวิจัยพบว่า มีแนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืน โดยมี 3 แนวทางดังต่อไปนี้

1. การปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ จากงานวิจัยพบว่า การปรับเปลี่ยนวิธีคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ จากเดิมที่ธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของสังคมเพียงอย่างเดียว วิสาหกิจชุมชนที่สนใจในความต้องการพื้นฐานของสังคมและชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากสังคมมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้น วิสาหกิจชุมชนสามารถกำหนดนโยบาย แนวทาง และกิจกรรมที่องค์กรจัดทำขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและในขณะเดียวกัน ก็สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชุมชนโดยรอบที่ธุรกิจดำเนินงานอยู่ รวมถึงการที่วิสาหกิจชุมชนสนใจในความต้องการพื้นฐานของสังคมและชุมชนเป็นหลัก ซึ่งสังคมมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนมีกระบวนการระดมสมองโดยสร้างการมีส่วนร่วมกับคนในชุมชนในการคิด ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และเพิ่มสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างตลาดใหม่ที่ตอบโจทย์การแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนโดยรอบได้ ผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“วิสาหกิจชุมชนเองก็มีหน้าที่และพันธกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าและบริการชุมชนที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เน้นความรับผิดชอบต่อการสร้าง

ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ เป็นการซื้อที่เกิดจากความต้องการใช้สินค้าและเกิดความพึงพอใจเมื่อใช้สินค้าหรือบริการ”

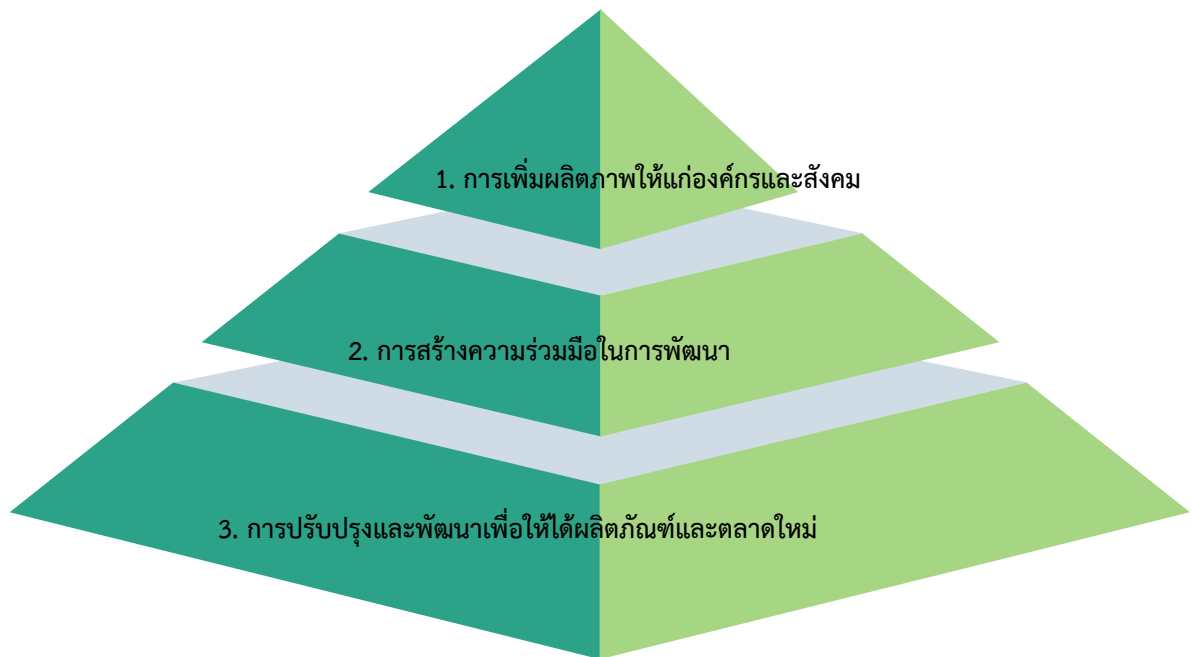
2. การสร้างความร่วมมือในการพัฒนา ระหว่างองค์กรและสังคม จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือโดยรอบวิสาหกิจชุมชน ในการร่วมพัฒนาชุมชน เศรษฐกิจชุมชน และแก้ไขปัญหาสังคม โดยมีการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม รวมถึงวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรร่วมกันที่มีอยู่อย่างจำกัด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“การดำเนินงานที่ผ่านมา ทางกลุ่มได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมที่มีในพื้นที่ มาเป็นตัวกลางในการสร้างการขับเคลื่อนและความร่วมมือ ที่จะช่วยกันพัฒนาพื้นที่ในชุมชน”

3. การเพิ่มผลิตภาพให้แก่องค์กรและสังคม กล่าวได้ว่า การปรับปรุงผลิตภาพในห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชน การมุ่งแก้ไขปัญหา เพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน ลดผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรหรือจากปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ความพยายามร่วมกันในการสร้าง

คุณค่าร่วมระหว่างวิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และชุมชน เพราะปัญหาทางสังคมหรือปัญหาที่เกิดจากการสูญเสียในห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจในห่วงโซ่คุณค่าของการพัฒนาอย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนควรเน้นการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเหมาะสม และมีความพยายามร่วมกันในการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างวิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และชุมชน ลดการสูญเสียในห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ เพราะฉะนั้นวิสาหกิจชุมชนควรพัฒนาความสามารถด้านการสร้างสรรค์สินค้าและบริการโดยการผสมผสานอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลผู้หนึ่งกล่าวว่า

“การช่วยกันทำให้สังคมและชุมชนมีความเป็นอยู่หรือมีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยใส่ใจในหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน เน้นความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เน้นการต่อยอดและความพยายามในการเพิ่มมูลค่าทุกกิจกรรมที่วิสาหกิจชุมชนทำอย่างต่อเนื่อง ถือว่าเป็นค่านิยมที่เราให้ความสำคัญมากในช่วงที่ผ่านมา”



ภาพที่ 1 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาทำให้เกิดข้อสรุปเชิงทฤษฎี แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมมาประยุกต์ใช้ใน วิสาหกิจชุมชนควรเริ่มต้นจากการให้ความหมาย การสร้างคุณค่าร่วมในบริบทที่เหมาะสมกับการ ดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนก่อน เพื่อ เป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานและสร้างความ เข้าใจที่ตรงกันของสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนก่อน แล้วต่อขยายไปสู่ชุมชนและสังคม ต้องอาศัยความ ร่วมมือและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชน

กรณีความหมายของการสร้างคุณค่าร่วม เป็นเรื่องของ 1) การปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ ผู้ให้สัมภาษณ์บาง รายระบุว่า “การปรับเปลี่ยนวิถีคิดการวิเคราะห์ โอกาสทางธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่และ ตลาดใหม่ โดยพิจารณาถึงปัญหาสังคมและความ ต้องการของสังคมหรือชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจ”

วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการ ปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่และ ตลาดใหม่ โดยเป็นการสร้างคุณค่าร่วมที่มุ่งเน้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความ ต้องการทางสังคม 2) การสร้างความร่วมมือใน การพัฒนาระหว่างองค์กรและสังคม ผู้ให้ สัมภาษณ์บางรายระบุว่า “การส่งเสริมและสร้าง ความสัมพันธ์และความร่วมมือโดยรอบวิสาหกิจ ชุมชน ในการร่วมพัฒนาชุมชน เศรษฐกิจชุมชน และแก้ไขปัญหาสังคม เป็นแนวทางที่จะสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับวิสาหกิจ ชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ วิสาหกิจชุมชนและสังคมโดยรวม” และ โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชน ที่ดำเนินธุรกิจเคียงคู่กับ ชุมชน ยิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเป็นผู้นำในการ เปลี่ยนแปลงและผู้นำในการสร้างสรรค์คุณค่าร่วม โดยมีการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์จาก พื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม ส่งเสริม ให้เกิดการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริม

การใช้ทรัพยากรร่วมกันที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเพิ่มบทบาทในการร่วมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแง่มุมที่เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน และ3) การเพิ่มผลิตภาพให้แก่องค์กรและสังคม โดยผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งระบุว่า การสร้างคุณค่าร่วม คือ “การมุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน” หรือ “ลดผลกระทบจากการใช้ทรัพยากร หรือจากปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม” โดยใช้ประเด็นทางสังคมมาเป็นโจทย์ในการพัฒนาผลิตภาพร่วมกับคู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่า” นอกจากนี้เป็นความหมายที่ชัดเจนแล้ว ยังเป็นความหมายเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและเป็นแนวทางที่จะนำประเด็นทางสังคม หรือประเด็นระหว่างธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่มีแนวโน้มความขัดแย้งเพิ่มสูงขึ้นที่จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกรายให้ความหมายของการสร้างคุณค่าร่วมใกล้เคียงและสอดคล้องกับการให้ความหมายของแนวคิดเรื่องการสร้างคุณค่าร่วม หรือ CSV ที่ถูกริเริ่มและพัฒนาโดย ยุทธธุรกิจคู่สังคม โดย Porter and Kramer (2011) โดยได้ให้คำนิยามไว้ว่าการสร้างคุณค่าร่วมเป็นการพัฒนาเชิงสังคมในวิถีของการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจด้วยรูปแบบธุรกิจ และเป็น การนำวิธีการทางธุรกิจมาใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม โดยคำนึงถึงการนำทรัพยากรและความเชี่ยวชาญหลักของกิจการมาสร้างให้เกิดคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการให้ความหมายและที่มาของแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตเพชรบูรณ์ คือ 1) กิจกรรมที่เพิ่มขีดความสามารถให้กับองค์กรและสังคม 2) กิจกรรมที่เพิ่มผลิตภาพให้กับองค์กรและสังคม และ 3) กิจกรรมที่ยกระดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสังคมนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในส่วนปัจจัยที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วม มีประสิทธิภาพประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระยะยาวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) แรงจูงใจด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ และ3) วัฒนธรรมขององค์กร นอกจากนี้ในส่วนของปัจจัยที่ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมไม่มีประสิทธิภาพนั้น เกิดจากความไม่มีประสิทธิภาพของปัจจัยเหล่านี้ ประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยด้านการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมาย การดำเนินงานขององค์กร และ2) ปัจจัยด้านกระบวนการคิดและวิเคราะห์เชิงระบบ ดังนั้นการสร้างคุณค่าร่วม โดยอาศัยความร่วมมือกันและการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคมอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องพิจารณาเชิงผสมผสานในด้านองค์ประกอบทั้งทางบวกและทางลบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม และสิ่งสำคัญจำเป็นต้องพิจารณาถึงแนวทางที่จะ ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมมีประสิทธิภาพได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยนี้ ทำให้ได้แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนซึ่งอาจทำได้โดยมี 3 แนวทางหลัก ดังนี้ 1) การปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ คือ การปรับเปลี่ยนวิธีคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ จากเดิมที่ธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของสังคมเพียงอย่างเดียว วิสาหกิจชุมชนที่สนใจในความต้องการพื้นฐานของสังคมและชุมชนเป็นหลัก สอดคล้องกับ ยอดพฤติการ (2557) ที่อธิบายไว้ว่า องค์กรจะต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อยู่ในความต้องการของสังคม โดยเฉพาะตลาดหรือกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่สังคมโดยตรงผ่านตัวสินค้าและบริการซึ่งธุรกิจจะ

ได้รับคุณค่าในรูปของรายได้ ส่วนแบ่งการตลาด การเติบโต และความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น 2) การสร้างความร่วมมือในการพัฒนา ระหว่างองค์กรและสังคม คือ การส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือโดยรอบ วิสาหกิจชุมชน ในการร่วมพัฒนาชุมชน เศรษฐกิจชุมชน และแก้ไขปัญหาสังคม โดยสอดคล้องกับ วงศ์ประเสริฐ (2556) ที่อ้างถึงการสร้างความร่วมมือกับหุ้นส่วนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญใน ประเด็น การสร้างคุณค่าร่วม (CSV) ที่เลือก เพื่อ เปิดโอกาส ให้เกิดการเรียนรู้ การร่วมสนับสนุน การปรับปรุง และพัฒนา การสร้างคุณค่าร่วม ให้ มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีการประยุกต์ใช้ ความคิดสร้างสรรค์จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรม และ3) การเพิ่มผลิตภาพให้แก่ องค์กรและสังคม คือ การปรับปรุงผลิตภาพใน ห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชน การมุ่งแก้ไข ปัญหา เพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน ลด ผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรหรือจากปัญหา สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสอดคล้องกับ Porter and Kramer (2011) ที่อธิบายไว้ว่า การ ดำเนินงานที่ส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยการพิจารณาถึงห่วง โซ่อุปทานที่เกิดขึ้นในชุมชน และเพิ่มคุณค่าให้แก่ สังคมหรือในชุมชนที่องค์กรดำเนินงานอยู่ให้เกิด คุณค่าร่วม กล่าวได้ว่าวิสาหกิจชุมชนควรสร้าง จิตสำนึกของพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ ตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรและพลังงาน โดยความพยายามร่วมกันในการสร้างคุณค่าร่วม ระหว่างวิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และชุมชน เพราะปัญหาทางสังคมหรือปัญหาที่เกิดจากการ สูญเสียในห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดจากการบริหารจัดการ ที่ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้นทุนทาง เศรษฐกิจในห่วงโซ่คุณค่าของการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมควรมี หลักเกณฑ์ในการกำหนดเป้าหมายและ กระบวนการในการติดตามและ ประเมิน ประสิทธิภาพของการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ มีกระบวนการทบทวนและการปรับปรุงกลยุทธ์ให้ เหมาะสมกับแผนการดำเนินงานขององค์กร พร้อมกระบวนการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการยกระดับ กระบวนการคิดและวิเคราะห์เชิงระบบ การให้ ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า ของผลิตภัณฑ์และบริการของสินค้าชุมชน การ พิจารณาถึงความต้องการของชุมชนที่แท้จริงและ การจัดการทรัพยากรของชุมชนอย่างมี ประสิทธิภาพโดยเน้นการบริหารจัดการเชิงระบบ จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ลด การสูญเสียในทรัพยากรที่เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่าง ยั่งยืน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาศักยภาพ ทางด้านการคิด วิเคราะห์และสร้างสรรค์อย่าง เป็นระบบ อาทิ การเพิ่มความสามารถในการ บริหารจัดการทรัพยากรที่มีค่าและมีอยู่จำกัดได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การลดการสูญเสียใน แ่งต่าง ๆ ของชุมชน เช่น การสูญเสียในการผลิต สินค้าชุมชนมากเกินไป การสูญเสียในวัตถุดิบที่ใช้ มากเกินไป ของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต ที่มากเกินไป การสูญเสียจากการขนส่งสินค้าและ บริการของชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิง ปริมาณเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความ เทียงตรงเพื่อยืนยันทฤษฎีฐานราก สามารถ ดำเนินการได้ด้วยสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป อีกทั้ง สามารถต่อยอดเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความ เชื่อมั่นของทฤษฎีฐานรากและเป็นการยืนยันใน

ทฤษฎีฐานรากจากงานวิจัยนี้ โดยสามารถดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ หรือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลและแนวทางเชิงลึกที่แตกต่างมาก

ขึ้น ดังนั้นจึงเป็นความน่าสนใจที่งานวิจัยครั้งถัดไปสามารถเจาะลึกลงในรูปแบบ แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจในบริบทที่แตกต่างและวงกว้างมากยิ่งขึ้น

References

- Department of Community Development. (2561). *Community development - Bureau of Community Strengthening*.
<http://chumchon.cdd.go.th>.
- Kramer, M. (2012). *Shared value: How corporations profit from solving social problems*.
<http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/shared-value-how-corporations-profit-social-problems?intcmp=122>.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(2), 78-92.
- Porter, M. E., & Kramer, M.R. (2011). The big idea: Creating shared value - How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1), 62-77.
- Wongprasert, R. (2556). Creating shared value good practices for society. *Executive Journal*, 3(1), 75-81.
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. SUNY Press.
- Virakul, B. (2015). Global challenges, sustainable development, and their implications for organizational performance. *European Business Review*, 27(4), 430-446.
- Yodpradtikan, P. (2557). *Strategic business along with society*.
<http://www.csvforum.com>.