

•• ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้ถูกพัฒนาต่อยอดจากแนวคิด Strategic CSR มาเป็นแนวคิด Creating Shared Value (CSV) หรือการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม โดย ศ.ไมเคิล อี พอร์เตอร์ และ มาร์ก เครเมอร์ เจ้าของหรือผู้ที่ เป็นต้นตำรับของแนวคิดดังกล่าว

กระทั่งก่อตั้งเป็น Shared Value Initiative เมื่อปี 2555 เพื่อถ่ายทอดแนวคิด CSV ที่ทั้งสองท่านร่วมกันพัฒนาขึ้น ให้แก่องค์กรทั่วโลกนำไปใช้ทำให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยมีการประยุกต์เข้ากับอุตสาหกรรมหรือธุรกิจในสาขาต่าง ๆ ซึ่งในคอลัมน์นี้ได้ถ่ายทอดไปแล้วใน 2 สาขาธุรกิจ คือ ธุรกิจธนาคาร (Banking) และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำทรัพยากรธรรมชาติไปใช้ประโยชน์ (Extractives)



CSV
ในธุรกิจ
ด้านสุขภาพ



เรื่อง : **ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ**
ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา

ในบทความตอนนี้ จะได้นำเสนอ การนำแนวคิด CSV มาใช้กับธุรกิจในอีกสาขาหนึ่งที่สำคัญ คือ ธุรกิจด้านสุขภาพ (Health)

ธุรกิจด้านสุขภาพ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ เทคนิคการแพทย์ หรือเทคโนโลยีการอาหาร เป็นกิจการที่มีโอกาสสร้างคุณค่าร่วม โดยใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ในธุรกิจหลักได้อย่างชัดเจน และเป็นธุรกิจมีศักยภาพในการเติบโตสูง

เนื่องจากฐานตลาดของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสามารถขยายครอบคลุมไปยังส่วนตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีฐานรายได้ต่ำ (Bottom of the Pyramid) หรือกลุ่มชายขอบที่ยากต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ (Corners of the Pyramid) ในรูปแบบที่ธุรกิจสามารถออกแบบหรือดัดแปลงเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาด้านสุขภาพที่คนกลุ่มเหล่านี้เผชิญอยู่

หนึ่งในอุปสรรคสำคัญของการที่ธุรกิจไม่สามารถเข้าถึงคนสองกลุ่มนี้ คือ การขาดแรงจูงใจทางธุรกิจ เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานและช่องทางการจัดจำหน่ายไม่เอื้ออำนวย เกิดภาวะต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงจนไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงาน ตลาดของธุรกิจด้านสุขภาพจึงถูกจำกัดวงอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง หรือที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองเป็นส่วนใหญ่

แต่แนวโน้มที่กำลังเกิดขึ้น คือ ภาวะอิมตัวของผลิตภัณฑ์ (ที่เป็นแบบเดียวกัน) ใน

1	2	3
<p>การคิดค้นผลิตภัณฑ์ และริเริ่มตลาดใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนน้อยและต้นทุนต่ำเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงในตลาดท้องถิ่น นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับคนชั้นฐานราก ในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม 	<p>การปรับรีดประสิทธิภาพ ในช่วงโซ่คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงกระบวนการผลิต ช่องทางการขายและการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับการรักษาให้ดียิ่งขึ้น ขยายช่องทางการบริการโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น ระบบการแพทย์ทางไกล 	<p>การพัฒนากลุ่มความร่วมมือ ในท้องถิ่นที่เอื้อต่อธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างระบบสุขภาพให้มีความเข้มแข็ง เอื้อต่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็น ขยายบทบาทการให้ความรู้เรื่องสุขภาพแก่ชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยง เป็นต้น

ในระดับห่วงโซ่คุณค่า กิจการสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิต ช่องทางการขายและการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับการรักษาได้ดียิ่งขึ้น

ตลาดกลุ่มนี้เป็นไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากต่างก็ต้องการเข้าถึงตลาดกลุ่มเดียวกันนี้

พัฒนาการในธุรกิจด้านสุขภาพยังเกิดจากการที่ผู้ประกอบการในหมวดอาหาร เครื่องดื่ม หรือสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค คำนึงถึงการผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อประเด็นด้านสุขภาพของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น มีการใช้สารอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ลดการใช้สารเคมีหรือสารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เพิ่มการใช้วัตถุดิบที่มาจากแหล่งธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ ผลักดันให้เกิดตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงสุขภาพ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่มีแบบแผนการใช้ชีวิตที่ใส่ใจต่อสุขภาพและความยั่งยืน (เช่น กลุ่ม LOHAS) ซึ่งนับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

กิจการที่มีศักยภาพในการคิดค้นพัฒนา หรือดัดแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ โดยเฉพาะกับตลาดหรือกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ด้วยการใช้นวัตกรรมและความเชี่ยวชาญหลักของกิจการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นคุณค่าร่วม สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มเภสัชภัณฑ์และเทคโนโลยีการแพทย์ (Pharmaceutical and Medical Technology) กลุ่มเทคโนโลยีการอาหาร (Food Technology) และกลุ่มสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค (Consumer Products)

ในระดับผลิตภัณฑ์ กิจการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนน้อยและต้นทุนต่ำเพื่อให้เข้าถึงการเข้าถึงในตลาดท้องถิ่น มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับคนชั้นฐานราก ด้วยคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม



●● ธุรกิจด้านสุขภาพ ในกลุ่มเภสัชภัณฑ์ เทคโนโลยีการแพทย์ หรือเทคโนโลยีการอาหาร เป็นกิจการที่มีโอกาสสร้างคุณค่าร่วม (CSV) โดยใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ในธุรกิจหลักได้อย่างชัดเจน

ในระดับห่วงโซ่คุณค่า กิจการสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิต ช่องทางการขายและการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับการรักษาได้ดียิ่งขึ้น มีการขยายช่องทางการบริการโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น ระบบการแพทย์ทางไกล

ในระดับกลุ่มความร่วมมือ กิจการสามารถเสริมสร้างระบบสุขภาพให้มีความเข้มแข็ง เชื้อต่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์และ

บริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็น มีการขยายบทบาทการให้ความรู้เรื่องสุขภาพแก่ชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มเสี่ยง เป็นต้น

ยังมีการสร้างคุณค่าร่วมในธุรกิจด้านอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ตอบโจทย์ปัญหาทางสังคมที่รอการแก้ไขไปพร้อม ๆ กัน โดยจะได้ทยอยนำเสนอผ่านทางคอลัมน์ CSV นี้เป็นระยะ ๆ ในโอกาสต่อไป **M**