JAIST Repository
https://dspace.jaist.ac.jp/

Title	共有価値創造のための事業の実践と能力―タイ王国の社会的企業の分析―
Author(s)	Sinthupundaja, Janthorn
Citation	
Issue Date	2018-09
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/15516
Rights	
Description	Supervisor:神田　陽治，知識科学研究科，博士

JAIST
JAPAN
ADVANCED INSTITUTE OF
SCIENCE AND TECHNOLOGY

Japan Advanced Institute of Science and Technology

氏　　名	SINTHUPUNDAJA, Janthorn
学　位　の　種　類	博士(知識科学)
学　位　記　番　号	博知第 231号
学位授与年月日	平成 30 年 9 月 21 日
論　文　題　目	Business practices and capabilities for shared value creation: Thai social enterprises
論文審査委員	主査　神　田　陽　治　北陸先端科学技術大学院大学　教授 内　平　直　志　同　教授 ヒュン　ナム　ヤン　同　准教授 白　肌　邦　生　同　准教授 Navee Chiadamrong　Sirindhorn International Institute of Technology　教授

論文の内容の要旨

Global pollution, climate change, and environmental disasters have been highlighting the role of business innovation and practices and their impact on the economy, society, and environment. There has been a corresponding rise in social entrepreneurship, which aims at creating shared value among an entrepreneur, its stakeholders, society, and the environment. Social entrepreneurship represents an innovative process that drives social and environmental benefits. Although, a social enterprise's primary purpose is to solve societal problems, it simultaneously needs to generate revenue for itself to survive through business practices that involve the combination of resources, the exploitation of opportunities for stimulating social change, satisfying social and environmental needs. Furthermore, the social entrepreneurship can be represented as a transitional vehicle leading to a new capitalist system for creating shared value.

Similar to other entrepreneurs, social entrepreneurs must acquire resources and develop appropriate capabilities for effectively using their resources to ensure a positive social and environmental impact occurred to the society and remain at a competitive advantage. Social entrepreneurs often operate in environments that make it difficult to acquire resources at reasonable costs while avoiding conflict with their social and environmental missions. The resource-based view (RBV) has always brought to research to understand how enterprises derive economic sustainability and remain competitive advantage from available resources and capability development. Nevertheless, regarding specialty and uniqueness of social enterprises, literature has been showing the idea that economic, environmental, and social resources are needed to manage and utilize simultaneously. In order to cover social and environmental constraints and resources, the extensions of the RBV (i.e., the natural resource-based view (NRBV) and social resource-based view (SRBV)) are also included in the study.

This dissertation aims to identify essential capabilities and supportive business practices that encourage

shared value creation based on Thai social enterprises, and to provide guidelines to social entrepreneurs and other shared value-oriented entrepreneurs who want to advance the social and environmental conditions by creating shared value among themselves, society, and the environment. Particularly, this dissertation attempts to address the major research question: *"What are business practices and essential capabilities for creating sharing value for Thai social enterprises?"*. This study used a combination of fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) and case analysis as an analysis tool to explore the complex relationships between a set of capabilities (i.e., mission-driven management, stakeholder management, cross-sector collaboration management, and environmental management capabilities) and shared value creation (i.e., social, environmental, and economic value). Economic value refers to a social enterprise's benefits in order to survive, grow, and run the business smoothly. It relates to profitability-oriented goals such as making a profit and remain competitive advantage. Social value refers to benefits for society in order to resolve social problems around local communities such as enhancing community health and safety and uplifting well-being of local people. Environmental value relates to the betterment of the natural environment. It helps to resolve environmental problems around global communities such as reducing waste and pollution.

Due to the complex nature of social entrepreneurship, identifying alternative combinations of conditions provide a better solution for examining real-world phenomena because a viable outcome depends on combinations of several antecedents, not an individual condition. To the best of our knowledge, this is the first endeavor to employ asymmetric modeling (by using fsQCA) to assess antecedent capabilities of social entrepreneurship and shared value creation grounded in the stakeholder management theory, RBV, NRBV, and SRBV. The findings from fsQCA reveal various different pathways (combinations of capabilities) that lead to successful and fail social entrepreneurship, social, environmental, and economic value creation. Moreover, the findings from extensive case analysis show the business practices that support these capabilities and encourage the opportunity for creating shared value.

Keywords: social entrepreneurship; creating shared value; Thai social enterprise; fuzzy set qualitative quantitative analysis (fsQCA); case analysis

論文審査の結果の要旨

21 世紀に入り、先進国も発展途上国も、ますます多数の社会的な問題を抱えるようになってきている。お金を投入する慈善事業や福祉政策では限界がある。ソーシャル企業とは、新しいビジネスモデルの開発を伴った収益事業を行うことで、社会的課題の解決を図ろうとする企業である。タイには、このようなソーシャル事業を開発し、国際的な賞を受賞しているローカル企業が多数ある。本論文は、タイにおいて成功しているソーシャル企業を調査し、その成功要因を、①タイのソーシャル企業 22 社の質問紙調査と、②タイのソーシャル企業 2 社の事例調査により、

解明したものである。

本論文の特徴は、質問紙のデータを、fsQCA(Fuzzy set qualitative comparative analysis)という方法を使って、分析していることである。QCA はデータに潜む複雑な因果関係を見つけ出そうとする方法であり、統計分析などの量的研究とケーススタディなどの質的研究のギャップを埋めることを目的に開発された。fsQCA は、ファジーロジックを取り入れた QCA の拡張版の一つである。

調査①では、企業のビジネス慣行やビジネス能力を問う、先行文献から抽出した 5 つのカテゴリ 37 の質問からなる質問紙を作成し、Thai Social Enterprise Office のリストの 200 社に質問紙を送り、22 社から回答（回答率 11%）を得て、fsQCA の方法で分析した。その結果、単独のビジネス慣行やビジネス能力では、社会価値／環境保護／利益確保には結び付かないことや、環境保護では、ミッションへの重視の姿勢と環境破壊の影響を受ける人々へとの積極的に関わる姿勢が成功要因となっていることがわかった。

調査②では、調査①に当てはまるソーシャル企業を調査対象とし、それらソーシャル企業が開発した新しいビジネスモデルの何が、社会価値／環境保護／利益確保を生み出しているのかを調査・解明したものである。2 事例のビジネスモデルに共通していたことは、「活用が十分されておらず無駄になっているリソース」を、うまく他のリソースとバンドルして利用者に販売するビジネスモデルであり、その際、利用者に「無駄になっているリソースの活用」であることを、バンドル後にも明快に利用者に伝える工夫が、利用者の社会価値／環境保護の意識に訴えることにつながり、サービス価値を高める結果を産んでいた。

以上、本論文は、ソーシャル企業の成功要因について、実証的に解明したものであり、学術的に貢献するところが大きい。よって博士（知識科学）の学位論文として十分価値あるものと認めた。