การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา*

THE SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) EVALUATION OF CULTURAL ENTREPRENEUR DEVELOPMENT ACTIVITIES IN BAN PHO DISTRICT, CHACHOENGSAO*

วรภัทร เมฆขจร**

ธีระพงษ์ ทศวัฒน์***

พรรณรัตน์ กานต์ไกรศรี****

(วันที่รับบทความ: 1 ธันวาคม 2566; วันแก้ไขบทความ: 29 มีนาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 3 เมษายน 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย และบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่วิจัยที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบบันทึกการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน แบบสอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ และแบบประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณโครงการทุก 1 บาทที่ใช้ไป โดยคำนวณจากข้อมูลและเครื่องมือต่างๆ ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานและขอบเขตการประเมิน 2) ห่วงโซ่ผลลัพธ์ 3) ตัวชี้วัดและค่าแทนของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และ 4) กรณีฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโดยรวมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 หมายความว่า การลงทุนทุก 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 6.58 บาท ผลลัพธ์ของทุกกิจกรรมก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI), ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม, อำเภอบ้านโพธิ์

* บทความวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง แม่น้ำบางปะกง : ทุนวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

** อาจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, Email; wp_04@hotmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, Email; tteerapong10@gmail.com

****อาจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, Email; pannaratkan@gmail.com

THE SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) EVALUATION OF CULTURAL ENTREPRENEUR DEVELOPMENT ACTIVITIES IN BAN PHO DISTRICT, CHACHOENGSAO*

WORAPAT MEKKHACHORN**

TEERAPONG TOSSAWUT***

PANNARAT KANKRAISRI****

(*Received: December 1, 2023; Revised: March 29, 2024; Accepted: April 3, 2024)*

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate the social return on investment (SROI) of cultural entrepreneur development activities in Ban Pho District, Chachoengsao. The research used a mixed-method approach including both qualitative and quantitative research. The sample was 110 residents and people engaged with the research area who volunteered to participate in the research. The research instruments were basic information records, local stakeholder questionnaires, and social return on investment (SROI) assessment forms. The focus group and in-depth interview were used to collect the data. Data were then analyzed by calculating the social return ratio from an investment compared to the value of an investment in the project budget for every 1 Baht spent, calculated from various information and instruments, including 1) basic information and evaluation scope; 2) impact value chain; 3) proxy of the impact value chain; and 4) base case scenario. Content analysis was also used for data analysis. The research findings revealed that the overall social return value from investment was 1 : 6.58, which meant that a Baht investment yielded a social value of 6.58 Baht. The outcomes of all activities increased social value.

Keywords: Social Return on Investment (SROI), Cultural Entrepreneurs, Ban Pho District

---

* This research article is part of a research project on The Bangpakong River : Cultural Capital for Development based on the Creative Economy Concept, Ban Pho District, Chachoengsao

** Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra Unversity, Email;

*** Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra Unversity, Email; tteerapong10@gmail.com

**** Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra Unversity, Email; pannaratkan@gmail.com

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมีบทบาทสำคัญประการหนึ่งคือการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้ ทางคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการจากฐานทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมถึงการสร้างผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการกระตุ้นเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับภารกิจการพัฒนาท้องถิ่น จากการดำเนินการวิจัยของ วรี เรืองสุข และคณะ (Rueangsuk, V, 2023) ด้วยการสนับสนุนงบประมาณวิจัยของกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) โดยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและศักยภาพของพื้นที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่เป็นพื้นที่ลุ่มแม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญของภาคตะวันออก ชาวบ้านโพธิ์มีวิถีการดำรงชีวิตในพื้นที่ลุ่มน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ด้วยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ เช่น ต้นจาก สัตว์น้ำต่างๆ โดยใช้กระบวนการศึกษาตามแนวคิดระบบนิเวศวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการดำรงวิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาของ สุนันทา โอศิริ และคณะ (Osiri, S. et al., 2019) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ 3 ตำบลของอำเภอบ้านโพธิ์ ได้แก่ ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลท่าพลับ และตำบลคลองบ้านโพธิ์ ที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นชุมชนริมแม่น้ำ ผู้คนมีวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ ที่ผูกพันกับสายน้ำมาอย่างยาวนาน

จากศักยภาพดั้งเดิมของพื้นที่ ผนวกกับโอกาสของพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) บ้านโพธิ์จึงเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญ และจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ มีกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่ง เทิดชาย ช่วยบำรุง (Choibamroong, T., 2011: 60-61) อธิบายว่า มีฐานสำคัญจากภูมิปัญญาหรือความคิดและความรู้ที่สั่งสมกันมานานของคนในท้องถิ่น ประสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในลักษณะของการต่อยอด เพิ่มค่า และหาจุดต่าง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือการสร้างสรรค์หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ภูมิปัญญา และการเล่าเรื่องของผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าและโอกาสในการจัดจำหน่าย จากการศึกษาของ กำธร แจ่มจำรัส และคณะ (Chaemchamrus, K. et al., 2022: 1589) ดังเช่น การเล่าเรื่อง (Story Telling) ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นได้รับความสนใจจากผู้บริโภค

การเล่าเรื่องและการสื่อความหมาย ถือเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ จากการศึกษาของ นิฤมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และธีร์ คันโททอง (Hiranwijitporn, N. & Kunthotong, T., 2021) และ อัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ และคณะ (Atcharawan, P. et al., 2023) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ โดยกิจกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการวิจัยนี้ ต้องมีการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ซึ่งเป็นกระบวนการในการวัดผลและประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินโครงการ ตามแนวคิดการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) โดยศึกษาถึงคุณค่าทางสังคมหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการดังกล่าว **7** กิจกรรม ได้แก่ 1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้” 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว 5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูดองเค็ม 6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตก และ 7. การพัฒนาตลาดชายน้ำ “วัดสนามจันทร์”

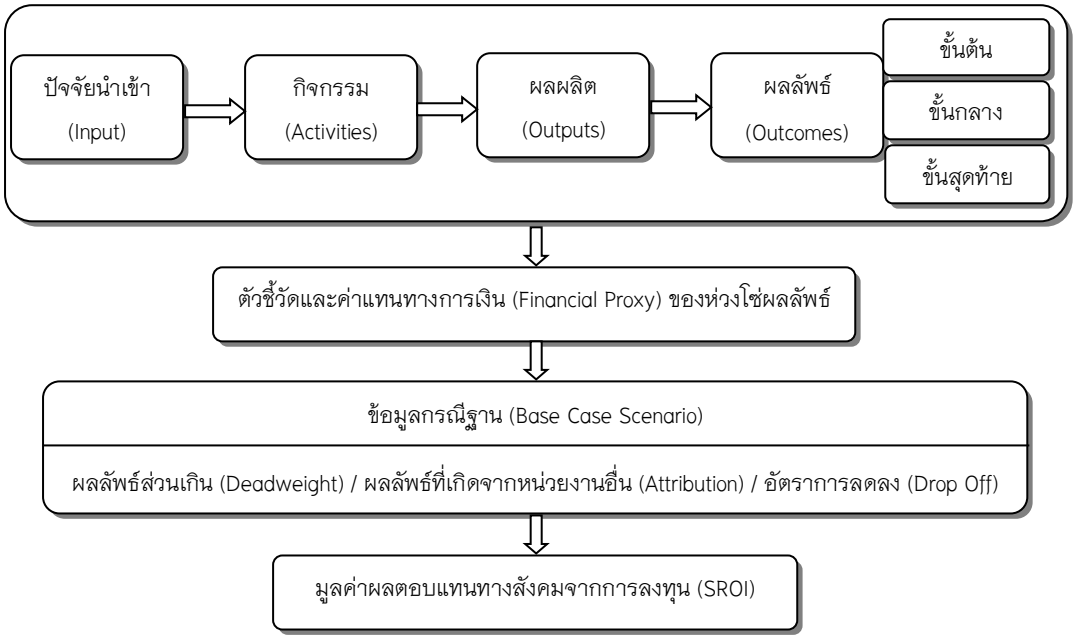
การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) คือการประเมินคุณค่าที่โครงการได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น คล้ายกับการวิเคราะห์ผลตอบแทนต่อการลงทุนในภาคธุรกิจ หลักการของ SROI คือการเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือผลกระทบที่ถูกวัดและแปลงค่าเป็นหน่วยเงินเทียบกับเงินลงทุนที่ใช้ไป ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์ครอบคลุมปัจจัยพื้นฐานทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป้าหมายของ SROI คือการตรวจสอบความเชื่อมโยงของปัจจัยนำเข้าไปจนถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม SROI จึงเป็นเครื่องมือที่จะตีความ “คุณค่า” เป็น “มูลค่า” ทางการเงิน เพื่อแสดงให้เห็นว่า โครงการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้สร้างประโยชน์ในอัตราส่วนของกำไรต่อต้นทุนอย่างไร เช่น อัตราส่วน 1 : 2.5 หมายถึง การลงทุนทุก 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 2.5 บาท โดยหลักการของ SROI จะต้องคำนึงการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เป็นสำคัญ จากการอธิบายของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (Thai Health Promotion Foundation, 2014: 5) สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แย้มละออ (Achavanuntakul, S. & Yamla-or, P., 2017: 34-35) และ เศรษฐภูมิ บัวทอง และคณะ (Buathong, S. et al, 2022: 17) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนนั้น ต้องใช้เครื่องมือในการประเมิน ได้แก่ 1. ข้อมูลพื้นฐาน (Base Line) และขอบเขตการประเมิน 2. ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) 3. ตัวชี้วัดและค่าแทน (Proxy) ของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และ 4. ข้อมูลกรณีฐาน (Base Case Scenario) นำเครื่องมือเหล่านี้มาใช้ในการคำนวณเพื่อให้ได้มูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม และมูลค่าการลงทุน ซึ่งเมื่อนำมาหารกันแล้ว จะได้ค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน จากการอธิบายของ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022B) และ เกศกุล สระกวี และเศรษฐภูมิ บัวทอง (Srakawee, K. & Buathong, S., 2022) ดังนั้น การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนจึงเป็น

เครื่องมือชี้วัดสำคัญที่แสดงให้เห็นว่า การดำเนินโครงการวิจัยนี้จะสร้างประโยชน์ให้เกิดกับผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมที่เข้าร่วมโครงการเป็นมูลค่าเท่าใด โดยคาดหวังว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น จะส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมดีขึ้นจากการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงทำให้พวกเขาเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมากขึ้น จากการที่ได้นำทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ จนเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของกิจกรรมภายใต้โครงการวิจัยนี้ ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Approach) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนเมษายน 2565 ถึงเดือนมีนาคม 2566 โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลท่าพลับ และตำบลคลองบ้านโพธิ์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ดังกล่าว

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย ได้แก่ พื้นที่ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลท่าพลับ และตำบลคลองบ้านโพธิ์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ดังกล่าว ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการนี้ โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 110 คน จากผู้ที่มีคุณสมบัติดังนี้ (1) เป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย โดยเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม จำนวน 20 คน เป็นผู้มีมีความรู้ด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 22 คน เป็นผู้มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จำนวน 7 คน และเป็นคนคืนถิ่น/ผู้ย้ายกลับถิ่น (เป็นคนในพื้นที่ แต่เคยไปอยู่ที่อื่น และกลับมาอยู่ในพื้นที่ไม่เกิน 2 ปีตั้งแต่วันที่เข้าร่วมโครงการ เนื่องจากช่วงเวลาที่ทำการวิจัย ย้อนขึ้นไปไม่เกิน 2 ปี คือช่วงเวลาที่ประชาชนเริ่มได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19) จำนวน 4 คน และ (2) เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่วิจัย ได้แก่ บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/หน่วยงานราชการในพื้นที่วิจัย จำนวน 10 คน และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพ/ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่วิจัย จำนวน 47 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเครื่องมือประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนที่จะใช้ในงานวิจัยนั้น โดยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของชุมชนในพื้นที่วิจัยจากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นพื้นฐานข้อมูลในการสร้างเครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบบันทึกการสำรวจข้อมูลพื้นฐานโดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) 2) แบบสอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ก่อนดำเนินโครงการวิจัย และ 3) แบบประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทต่างๆ

ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของเครื่องมือที่ใช้วิจัย เพื่อให้แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา จากเกณฑ์การให้คะแนน ตั้งแต่ -1 ถึง 1 โดยผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และเป็นข้อคำถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วมาใช้เป็นเครื่องมือ ขั้นตอนต่อไปคือการนำเครื่องมือประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนนี้เสนอเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับการรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่ใบรับรอง HE-176-2565

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) เก็บข้อมูลก่อนการดำเนินโครงการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลบริบทชุมชนในพื้นที่

2) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อย โดยการจัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย กลุ่มละ 6-10 คน ตามกลุ่มผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมแต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทศิลปะการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเภทอาหาร และประเภทงานหัตถกรรม และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

3) วิเคราะห์ข้อมูลผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนจากการดำเนินโครงการ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน 7 กิจกรรมภายใต้โครงการนี้ เป็นการคำนวณแบบ Ex-ante and on going คือการประเมินก่อนเริ่มโครงการและขณะที่โครงการยังดำเนินอยู่ โดยใช้การคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณโครงการทุก 1 บาทที่ใช้ไป โดยคำนวณจากเครื่องมือ ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐาน (Base Line) และขอบเขตการประเมิน 2) ห่วงโซ่ผลลัพธ์ 3) ตัวชี้วัดและค่าแทน (Proxy) ของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และ 4) ข้อมูลกรณีฐาน ด้วยวิธีการคำนวณดังนี้

$$\frac{\text{มูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม}}{\text{มูลค่าการลงทุน}} = \text{มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)}$$

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ 1) หากค่า SROI น้อยกว่า 1 หมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมน้อยกว่ามูลค่าการลงทุน ไม่เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น 2) หากค่า SROI เท่ากับ 1 หมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมจากมูลค่าการลงทุน ไม่เกิดมูลค่าทางสังคม และ 3) หากค่า SROI มากกว่า 1 หมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมมากกว่ามูลค่าการลงทุน เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น จากการอธิบายของ พรพิมล อริยะวงษ์ (Ariyawong, P., 2021: 157-158)

สรุปผลการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 7 กิจกรรม พบผลดังนี้

การวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลลัพธ์ คือการแจกแจงกิจกรรมและผลผลิตที่จะทำให้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจริง เริ่มจาก *ปัจจัยนำเข้า* (Input) คือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม เช่น สมาชิกวงดนตรีพื้นบ้าน “หัวไม้” ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการนี้ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น งบประมาณ ส่วนต่อมาคือ *กิจกรรม* (Activities) คือการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของ

โครงการ โดยต้องมีการกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change: ToC) เช่น ถ้าไม่ดำเนินการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวงดนตรีพื้นบ้าน “หัวไม้” แล้ว วัฒนธรรมดังกล่าวจะหายไปในอนาคต เมื่อเกิด *ผลผลิต* (Outputs) หรือผลที่เกิดขึ้นทันทีจากการดำเนินกิจกรรม จะนำไปสู่ *ผลลัพธ์* (Outcomes) คือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในขั้นต่างๆ รวมถึงผลที่เกิดขึ้นเองนอกเหนือจากวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ห่วงโซ่ผลลัพธ์ กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ขั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้”					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 60,595 บาท *Non–financial* – สมาชิกวงดนตรี – นักวิจัย – สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ – โรงเรียนวิทยาราษฎร์รังสรรค์	1) การประพันธ์บทเพลงพื้นบ้านสำหรับแสดง 2) การออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับใส่แสดง 3) การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ 4) จัดแสดงที่สถาบันการศึกษาและที่สาธารณะ	1) การแสดงเพลงพื้นบ้าน “วิถีลุ่มน้ำบางปะกง” 1 บทเพลง ประกอบการตีกลองหัวไม้ 2) เสื้อสำหรับใส่แสดง 1 รูปแบบ 3) สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media และโทรทัศน์ 4) การเรียนรู้ของนักเรียน และประชาชน	– วงดนตรีมีเอกลักษณ์ของตนเอง – การจ้างแสดงเพิ่มขึ้น – เกิดการประชาสัมพันธ์ – เกิดการถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดความภาคภูมิใจ – เกิดการยกระดับของวงดนตรีพื้นบ้านไปสู่การแสดงแบบร่วมสมัย	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น – เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาศิลปะการแสดงดนตรีพื้นบ้าน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 41,430 บาท *Non–financial* – ผู้ประกอบการ – นักวิจัย	1) การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1) ผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก 2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์”	– มีทักษะและประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น – เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ขั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
– สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ		3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	– มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น	– เห็นคุณค่าของทรัพยากรมากขึ้น	
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 45,130 บาท *Non–financial* – ผู้ประกอบการ – นักวิจัย – TCDC* – สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ – โรงเรียนวัดสนามจันทร์	1) การนำวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ 2) การออกแบบตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1) ผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก 4 รูปแบบ 2) ตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์” 3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	– มีทักษะและประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น – มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่น	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น – เห็นคุณค่าของทรัพยากรมากขึ้น	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น – เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 26,830 บาท *Non–financial* – ผู้ประกอบการ – นักวิจัย – สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ	1) การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1) ผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว 2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์”	– มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น – มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น – เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ขั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
		3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	– เกิดการยกระดับสินค้าทางวัฒนธรรม	– เห็นคุณค่าของทรัพยากรมากขึ้น	
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูดองเค็ม					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 26,830 บาท *Non–financial* – ผู้ประกอบการ – นักวิจัย	1) การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1) ผลิตภัณฑ์ปูดองเค็ม 2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์" 3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	– มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น – มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น – เกิดการยกระดับสินค้าทางวัฒนธรรม	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น – เห็นคุณค่าของทรัพยากรมากขึ้น	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น – เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตก					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 25,530 บาท *Non–financial* – ผู้ประกอบการ – นักวิจัย – สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ	1) การปรับปริมาณชิ้นขนมและเพิ่มส่วนประกอบของขนม 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1) ขนาดของชิ้นขนมที่รับประทานง่ายและเพิ่มส่วนประกอบหน้าขนมไข่ 2) บรรจุภัณฑ์ 1 รูปแบบ และตราสัญลักษณ์ “จากใจบ้านโพธิ์"	– มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาขนมไข่หน้าแตก – มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ – ลูกค้าเพิ่มขึ้น	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดการยกระดับสินค้าทางวัฒนธรรม – เกิดความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		
			ขั้นต้น	ขั้นกลาง	ขั้นสุดท้าย
		3) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ			
7. การพัฒนาตลาดชายน้ำ “วัดสนามจันทร์”					
Financial – งบประมาณโครงการวิจัย 101,701 บาท *Non–financial* – ผู้ประกอบการ – นักวิจัย – วัดสนามจันทร์ – หน่วยงานราชการในพื้นที่ – ผู้นำชุมชน – สถาบันวิจัยและพัฒนาราชภัฏฯ	1) การพัฒนาพื้นที่ขายสินค้าผู้ประกอบการ 2) การยกระดับเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ 3) การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์	1) พื้นที่ขายสินค้าได้รับการจัดระเบียบ เช่น การจัดแบ่งพื้นที่แต่ละร้านค้าให้ชัดเจน 2) อุปกรณ์สำหรับผู้ประกอบการ ได้แก่ ป้ายชื่อร้านค้า และผ้ากันเปื้อนที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาด 3) วีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ทาง Social Media และโทรทัศน์	– เกิดการประชาสัมพันธ์ – สถานที่มีความเป็นระเบียบและผู้ประกอบการมีมาตรฐานมากขึ้น – ดึงดูดนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปให้มายังสถานที่นี้เพิ่มขึ้น	– รายได้เพิ่มขึ้น – เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นตนเอง – เห็นคุณค่าจากการนำทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาใช้ – เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของชุมชน	– คุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น – เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น – คนในชุมชนเกิดความสามัคคีมากขึ้น

* วิทยากรจาก Thailand Creative & Design Center (TCDC) ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก

นำข้อมูลจากห่วงโซ่ผลลัพธ์ของแต่ละกิจกรรมมาวิเคราะห์ข้อมูลกรณีฐาน เพื่อให้ทราบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากกิจกรรมนี้ทั้งหมดหรือไม่ และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการประเมินผลลัพธ์ที่เกินจริง (Over–claim) โดยการหาค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) จากการประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์เมื่อไม่สามารถกำหนดค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น ค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องเรียนดนตรีไทยหรือเรียนทำขนม หรือหาค่าแทนทางการเงินในส่วนที่เป็นนามธรรมหรือจับต้องไม่ได้

(Intangible) ให้สามารถประเมินมูลค่าการลงทุนทางวัฒนธรรมได้ จากการอธิบายของ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022A: 91)

จากนั้น กำหนดค่ากรณีฐานอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์ค่าความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ดังนี้ *ผลลัพธ์ส่วนเกิน* (Deadweight) คือ การวัดผลที่อาจเกิดขึ้นเอง แม้ไม่มีกิจกรรมนี้ เช่น ผู้ประกอบการขายลูกจากลอยแก้วอยู่แต่เดิมแล้ว 80% กิจกรรมนี้มีส่วนสนับสนุน 20% *ผลลัพธ์ที่เกิดจากหน่วยงานอื่น* (Attribution) คือ ผลที่เกิดขึ้นจากหน่วยงานหรือกิจกรรมอื่นที่อาจสร้างผลลัพธ์ในลักษณะเดียวกับกิจกรรมนี้ เช่น ผู้ประกอบการตลาดชายน้ำ “วัดสนามจันทร์” สามารถบริหารจัดการร้านค้าร่วมกับการสนับสนุนของวัด สถานีตำรวจ และผู้นำชุมชน 70% กิจกรรมนี้มีส่วนสนับสนุน 30% และ *อัตราการลดลง* (Drop Off) คือ ผลลัพธ์ที่ค่อยๆ ลดลง หากไม่มีปัจจัยนำเข้าเพิ่มเติมในปีต่อๆ ไป เช่น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจากต้องเรียนรู้ทักษะใหม่ (Reskill) ในการทำขนม ทุกๆ 3 ปี ทั้งนี้ ทุกกิจกรรมได้กำหนดอัตราคิดลด (Discount Rate) คือ อัตราผลตอบแทนสำหรับการลงทุนทางเลือกที่ใช้เพื่อแสดงต้นทุนและผลประโยชน์ในอนาคต ไว้ที่ 3.50% จากการอธิบายของ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022B) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ตัวชี้วัดและค่าแทนทางการเงิน และข้อมูลกรณีฐาน ของห่วงโซ่ผลลัพธ์ กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Impact Indicators)	ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	ข้อมูลกรณีฐาน		
			Dead weight	Attribute	Drop Off
1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้”					
1) วงดนตรีมีเอกลักษณ์ของตนเอง	1) เครื่องแต่งกายสำหรับใส่แสดง	1) เสื้อสำหรับใส่แสดง ตัวละ 300 บาท/คน จำนวน 7 คน	10%	10%	–
2) รายได้เพิ่มขึ้นจากการแสดงที่เพิ่มขึ้น	2) การจ้างวงดนตรีเพื่อทำการแสดง	2) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 15% หรือ 120 บาท/ครั้ง/คน จำนวน 7 คน และ 15 ครั้ง/ปี	50%	80%	–
3) มีการประชาสัมพันธ์	3) สื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	3) ค่าจ้างทำป้ายโฆษณา 1,000 บาท	0%	10%	20%
4) มีการถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป	4) ผู้สนใจที่จะเรียนรู้	4) ค่าใช้จ่ายในการเรียนดนตรีไทย 1,500 บาท/คน จำนวน 20 คน	20%	15%	–
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายพุดดิ้งลูกจาก	1) กำไรสุทธิ 15 บาท/ถ้วย จำนวน 2,400 ถ้วย/ปี	0%	20%	–

ตารางที่ 2: (ต่อ)

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Impact Indicators)	ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	ข้อมูลกรณีฐาน		
			Dead weight	Attribute	Drop Off
2) มีทักษะและประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์	2) การเรียนทำพุดดิ้ง	2) ค่าใช้จ่ายในการเรียนทำพุดดิ้ง 1,290 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 3 คน	20%	15%	30%
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายเสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก	1) กำไรสุทธิ 120 บาท/ตัว จำนวน 480 ตัว/ปี	0%	10%	-
2) มีทักษะและประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์	2) การฝึกทำผ้ามัดย้อมสีจากโหม่งจาก	2) ค่าใช้จ่ายในการฝึกทำผ้ามัดย้อม 500 บาท/คน จำนวน 4 คน	0%	30%	30%
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายลูกจากลอยแก้ว	1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 20% หรือ 2.4 บาท/ถ้วย จำนวน 4,800 ถ้วย/ปี	80%	55%	-
2) มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2) การอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2) ค่าใช้จ่ายในการอบรม 3,600 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน	30%	40%	30%
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูดองเค็ม					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายปูดองเค็ม	1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 20% หรือ 5 บาท/กล่อง จำนวน 3,960 กล่อง/ปี	80%	50%	-
2) มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2) การอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2) ค่าใช้จ่ายในการอบรม 3,600 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน	30%	40%	30%
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตก					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1) การขายขนมไข่หน้าแตก	1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 15% หรือ 0.75 บาท/ชิ้น จำนวน 2,100 ชิ้น/ปี	80%	75%	-
2) มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาขนมไข่ฯ	2.) การอบรมการพัฒนาขนมไข่หน้าแตก	2) ค่าใช้จ่ายในการเรียนทำขนมไข่ 7,400 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน/ปี	90%	50%	30%
3) มีทักษะและประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3) การอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3) ค่าใช้จ่ายในการอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3,600 บาท/หลักสูตร/คน จำนวน 5 คน/ปี	20%	35%	30%

ตารางที่ 2: (ต่อ)

ผลลัพธ์ (Outcome)	ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Impact Indicators)	ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	ข้อมูลกรณีฐาน		
			Dead weight	Attribute	Drop Off
7. การพัฒนาตลาดชายน้ำ “วัดสนามจันทร์”					
1) รายได้เพิ่มขึ้น	1.1) จำนวนร้านค้า	1.1) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 25% หรือ 238 บาท/วัน จำนวน 48 วัน/ปี	80%	70%	–
	1.2) ยอดขายสินค้า	1.2) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 20% หรือ 230 บาท/วัน จำนวน 5 คน/ปี	90%	60%	–
2) มีการประชาสัมพันธ์	2) สื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่	2) ค่าจ้างทำสื่อต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และโฆษณา 35,000 บาท	30%	30%	50%

จากการคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า โดยรวมทุกกิจรรมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 จากมูลค่าผลลัพธ์ทางสังคมทั้งหมด 2,159,068.38 บาท และมูลค่าการลงทุนทั้งหมด 328,046 บาท ส่วนผลการประเมินรายกิจกรรมแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

กิจกรรม	มูลค่าการลงทุน	มูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม	มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
1. การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้”	60,595	131,955.66	1 : 2.18
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก	41,430	482,929.83	1 : 11.66
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก	45,130	1,147,021.62	1 : 25.42
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกจากลอยแก้ว	26,830	47,059.98	1 : 1.75
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูดองเค็ม	26,830	73,068.97	1 : 2.72
6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตก	25,530	33,490.71	1 : 1.31
7. การพัฒนาตลาดชายน้ำ “วัดสนามจันทร์”	101,701	243,541.61	1 : 2.40
รวม	**328,046**	**2,159,068.38**	**1 : 6.58**

อภิปรายผลการวิจัย

1. กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา มีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) โดยรวมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 หมายความว่า การลงทุนทุก 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 6.58 บาท และทุกกิจกรรมมีค่า SROI มากกว่า 1 นั่นคือ ผลลัพธ์ของทุกกิจกรรมก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น เช่น กิจกรรมการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปะการแสดงวง “หัวไม้” มีมูลค่าฯ 1 : 2.18 สอดคล้องกับ ฉัตรฤดี ศิริลำดวน และคณะ (Sirilamduan, C. et al., 2022A) ที่ได้ประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการการสร้างสรรค์และฟื้นฟูศิลปะการแสดงพื้นบ้าน อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า มีมูลค่าฯ 1 : 3.12 กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตก มีมูลค่าฯ 1 : 1.31 สอดคล้องกับ กฤษณ์ จารุดำรงศักดิ์ (Jarudamrongsak, K., 2017) ที่พบว่า กิจกรรมการผลิตข้าวเกรียบสมุนไพรมีมูลค่าฯ 1 : 1.23 ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ จากการใช้เครื่องมือวิจัยที่มีคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นผู้ได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม และวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักการของ SROI โดยป้องกันไม่ให้เกิดการประเมินผลลัพธ์ที่เกินจริง

2. จากผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อมัดย้อมสีจากโหม่งจาก มีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนมากที่สุด 1 : 25.42 และรองลงมาคือ กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งลูกจาก มีมูลค่าฯ 1 : 11.66 ซึ่งทั้งสองกิจกรรมนี้คือการการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีการผลิตในพื้นที่มาก่อน สอดคล้องกับ ชิชญาสุ์ ช่างเรียน และคณะ (Changrian, C. et al, 2022) ที่ได้เพิ่มองค์ความรู้ใหม่ให้เกษตรกรได้พัฒนามะขามหวานระยะคาบหมูจนสามารถขายมะขามหวานได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับมีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการมากขึ้น โดยมีมูลค่าฯ อยู่ที่ 1 : 12.75 ในขณะที่กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตก มีมูลค่าฯ 1 : 1.31 ซึ่งน้อยที่สุด เพราะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่ผู้ประกอบการได้ผลิตและจำหน่ายอยู่แล้ว กิจกรรมที่เกิดขึ้นคือการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ การเพิ่มส่วนประกอบของขนมไข่ เช่น ฝอยทอง ผลไม้แห้ง และการปรับขนาดของชิ้นขนมที่ลดลงเพื่อให้ง่ายต่อการเสิร์ฟและการรับประทาน ดังนั้น หากต้องการเพิ่มมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนให้กับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ต้องเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการให้มากขึ้น หรือขอความร่วมมือหน่วยงานราชการในพื้นที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ขนมไข่หน้าแตกสำหรับเป็นอาหารว่างในการจัดประชุมหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขาย และถือเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นด้วย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. *ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ* การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในครั้งนี้ ได้มีการออกแบบเครื่องมือสำหรับการประเมินเป็นอย่างดี เน้นการวัดผลอย่างครอบคลุม โดยไม่ได้คำนวณ

เฉพาะตัวชี้วัดที่มีค่าแทนทางการเงินโดยตรงเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของตัวชี้วัดที่เป็นนามธรรมด้วย และมีการป้องกันการประเมินผลลัพธ์ที่เกินจริง จึงสามารถใช้เป็นแบบอย่างเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพื้นที่ที่ดำเนินการศึกษา

2. *ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย* ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสาธารณะหรือโครงการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการพัฒนาชุมชน เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างรายได้ การเห็นคุณค่าและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น และการส่งเสริมความรักความสามัคคีในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายการจัดเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม เช่น พันธมิตรทางการค้าของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ผู้บริโภค บุคคลในพื้นที่วิจัยที่มีลักษณะการประกอบการคล้ายคลึงกับผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อความครอบคลุมของผลการประเมิน

2. ควรมีการวิจัยและประเมินผลต่อเนื่องในระยะยาวมากกว่า 1 ปี เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลง ผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย หรือผลกระทบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ผู้วิจัยขอขอบคุณประชาชนในพื้นที่ผู้เข้าร่วมโครงการ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัย รวมถึงหน่วยงานในพื้นที่ และสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ที่สนับสนุนการขับเคลื่อนการวิจัยนี้ในด้านต่างๆ

References

Achavanuntakul, S., & Yamla-or, P. (2017). *Handbook for Social Impact Assessment and Social Return on Investment*. The Thailand Research Fund (TRF).

Ariyawong, P. (2021). The Social Return of Investment (SROI) Evaluation for Sustainable Development of Loom Weaving of Western Lai Hin, Koh Kha District, Lampang. *Journal of Public Administration and Politics*. 10(2). 147-166. https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/journalgspa/article/view/7787/6677

Atcharawan, P., Sungragsa, N., Thammaapipon, S., Kongchum, P., Sahatsapas, T., Chanyoung, P., & Arawoun, R. (2023). Eco-tourism Development in Sam Roi Yot, Prachuap Khirikhan Province. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities. 13*(2). 113-127. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/view/263376/177329

Buathong, S., Srakawee, K., & Panichareon, B. (2022). *Social Impact Assessment (SIA) and Social Return on Investment (SROI) Handbook* (2nd ed.). Puey Ungphakorn School of Development Studies.

Chaemchamrus, K., Erb-im, N., Phuanpoh, Y., & Sermchayut, R. (2022). Upgrading and Increasing Value of Souvenir Products of Tourist Attractions; Experience the Charm of the Old City Life Style, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management. 6*(3), 1585-1603. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/257035/173460

Changrian, C., Sukajiradet, A., & Jaikrajarng, W. (2022). Social Return on Investment of Project Series of Fruit Quality in Uttaradit Province. *Journal of Management Science and Accounting.* 1(2). 1-14. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU/article/view/1830/1437

Choibamroong, T. (2011). *Wisdom for Creative Local Development*. King Prajadhiol's Institute.

Hiranwijitporn, N., & Kunthotong, T. (2021). Storytelling to communicate the marketing of mineral water woven fabric in Lampang Province. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities. 11*(2). 31-44. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/view/243600/168626

Jarudamrongsak, K. (2017). *Evaluation of Sustainability of Community Enterprise : A Case Study of Baan Lang Pattana Agriculturist's Housewives Group* (Master of Science' s Thesis). National Institute of Development Administration.

Osiri, S., Sophonsuwapap, P., Asdornnithee, S., & Tattiyakul, K. (2019). *Bangpakong Grounding: The Area-based Sustainable Development of Bangpakong River Basin Communities using Cultural Ecology Concept (Phase 1 Cultural Root Empowerment, Cultural Mapping, and Cultural Space).* The Thailand Research Fund (TRF).

Rueangsuk, V., Tossawut, T., Thongkaew, S., Mekkhachorn, W., Noisawang, L., Rotchanasiri, S., Chaida, E. (2023). *The Bangpakong River: Cultural Capital for Development based on the Creative Economy Concept, Ban Pho District, Chachoengsao*. Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra Unversity.

Srakawee, K., & Buathong, S. (2022). *The Workshop Project on Social Impacts Assessment (SIA) and Social Return on Investment (SROI) 29–30 August 2022* [PowerPoint Slides]. Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University.

Sirilamduan, C., Mudor, H., Komut, W., & Musika, K. (2022A). Social Return on Investment in Cultural Projects: The Case of Folk Dance Revival. In *Proceedings of UBRC 16th National Academic Conference: Research and Innovation for SDGs in the Next Normal* (pp. 91–102). Ubon Ratchathani University.

Sirilamduan, C., Mudor, H., Sunkolkit, S., & Hemtanon, W. (2022B). *WORKSHOP 2 SROI for Cultural Capital Research 4–6 November 2022* [PowerPoint Slides]. Program Management Unit on Area Based Development (PMU A).

Thai Health Promotion Foundation. (2014). *Social Return On Investment : A Case Study of the Operation of Thai Health Promotion Foundation*. Thai Health Promotion Foundation.