

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการ
ทางวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี
Assessing the Social Return on Investment for the Cultural Entrepreneurship
Development Project in Traditional Candle Making in the Old City
Neighborhood of Ubon Ratchathani Province

นภาพร หงษ์ภักดี¹ และ สืบพงศ์ หงษ์ภักดี²
Napaporn Hongpukdee¹ and Surbpong Hongpukdee²

Article History

Receive: November 17, 2023

Revised: December 18, 2023

Accepted: December 18, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยการใช้วิธีการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มโดยใช้ความสะดวก ผู้เข้าร่วมคือผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่สนใจและต้องสมัครใจให้ข้อมูลและเข้าร่วมโครงการ จำนวนทั้งหมด 11 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) วิเคราะห์ข้อมูลใช้การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม ด้วยแบบการประเมิน Ex-Ante and Ongoing Evaluation ผลการวิจัยพบว่า การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมพบผลลัพธ์สุทธิ (SROI) เท่ากับ 3.46 แสดงให้เห็นว่าการลงทุนของเงินทุก 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ประกอบการทั้งคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 3.46 บาท ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมีประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่าสร้างประโยชน์ต่อสังคม ข้อเสนอแนะนโยบายเชิงหลักการ ควรนำแนวทางการประเมิน SROI ของบทความนี้ ไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่นๆ ที่จัดกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อประเมินความคุ้มค่าที่ได้จากการลงทุน ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรายอื่นที่สนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำรูปแบบกิจกรรมการยกระดับทุนทางวัฒนธรรมนี้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพ หรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้กระจายไปยังพื้นที่รอบๆ เพื่อป้องกันการกระจุกตัวและสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ได้

คำสำคัญ : ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ; ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ; ภูมิปัญญาการทำเทียน ; พื้นที่ย่านเมืองเก่า ; อุบลราชธานี

^{1,2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Ubon Ratchathani University



ABSTRACT

The purpose of this research was to assess the social return on investment (SROI) for the cultural entrepreneurship development project in traditional candle making in the old city neighborhood of Ubon Ratchathani Province. The methodology involved observational methods and in-depth interviews with key stakeholders, particularly cultural entrepreneurs. The sample size was determined using convenience sampling. The participants were 11 cultural entrepreneurs who attended and chose to provide information for the project. The research instruments consisted of questionnaires, in-depth interviews, semi-structured interviews, and focus group discussions.

The results found that the social return on investment (SROI) was at 3.46, which showed that each baht of investment in research could create a return to the entrepreneurs both in societal value and economic value of 3.46 baht. Therefore, this research budget is worthily spent and can contribute to society. The principle-based policy recommendation suggests the SROI assessment framework from this article should be applied to other organizations' activities or projects in order to assess the worthiness of investment. that conduct activities aimed at assessing the value of investments. Other cultural entrepreneurs or related organizations can apply the pattern of this cultural capital-enhancing activity as a guideline for Other cultural entrepreneurs or related organizations can apply the pattern of this cultural capital-enhancing activities as a guideline for organizing project activities for promoting occupation or tourism in the area to spread around to protect the capital concentration and build up the community potential to be able to become cultural entrepreneurs of people in the area.

Keywords : Social Return on Investment ; Cultural Entrepreneurship ; Traditional Candle Making Expertise ; Old City Neighborhood Area ; Ubon Ratchathani

บทนำ

การพัฒนาผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการจำเป็นต้องสร้างผลกำไรควบคู่กับการรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน และเพื่อให้การดำเนินงานเกิดความยั่งยืนในอนาคตต่อไปจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนร่วมด้วย เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถวัดค่าออกเป็นตัวเลขนัยสำคัญทางการเงินอย่างชัดเจน เป็นสิ่งจำเป็นเพราะจะทำให้ทั้งกิจการ ผู้มีส่วนได้เสียและสาธารณชนได้รับทราบผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับสังคมจากการลงทุนที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการเขียนรายงานเชิงพรรณนา โดยไม่มีตัวเลขทางการเงินมายืนยันผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งแสดงเป็นตัวเลขนัยสำคัญทางการเงินนี้ คือผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) (Setthasakko, 2020)

การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเทียนพรรษาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นประเพณีที่มีคุณค่ามีความหมายในสังคมอุบลราชธานีไม่ได้เป็นเพียงอดีตที่เป็นการประพฤติปฏิบัติของคนในรุ่นก่อนแล้วผ่านเลยไป แต่ประเพณีจะย้อนกลับมาดำเนินการใหม่เมื่อถึงช่วงเวลาจากการที่ประเพณีแห่งเทียนพรรษา การศึกษาทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนไป การเสื่อมคลายด้านความเชื่อทางศาสนา ความสนใจต่อเอกลักษณ์ของงานประเพณีแห่งเทียนพรรษาลดน้อยลงงานศักดิ์สิทธิ์ลบลบบาทหลงไปไม่ได้คงอยู่อีกต่อไปมุมมองจากคนภายนอกนั้นประเพณีแห่งเทียนพรรษาเป็นเพียงงานสนุกสนานโดยไร้ประโยชน์ (Phasukwiharadham, Vajirapanyo and Sudhikhambhirayan, 2021)

ย่านที่อยู่อาศัยดั้งเดิมซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีความหมายต่อผู้อยู่อาศัยในชุมชน ย่านที่อยู่อาศัยดั้งเดิมส่วนใหญ่มีวิวัฒนาการมาเป็นเวลานาน มีสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมที่สวยงามโดดเด่น อีกทั้งยังมีวิถีชีวิต มีประเพณีที่สืบทอดต่อเนื่องกันมานาน ซึ่งมีส่วนส่งเสริมเอกลักษณ์และนำมาซึ่งความภาคภูมิใจของเมือง แต่ปัจจุบันย่านชุมชนที่อยู่อาศัยดั้งเดิมหลายแห่งเกิดปัญหาการเสื่อมโทรมทางกายภาพ รวมทั้งการเสื่อมสลายของโอกาสในการพัฒนาเมืองที่มามีรากฐานดั้งเดิม อันเป็นต้นทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) (Comunian and England, 2020) ชุมชนดั้งเดิมย่านเมืองเก่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในอดีตจึงมีร้านค้าบ้านเรือนที่อยู่อาศัย

ของชุมชนดั้งเดิมที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมดั้งเดิมพื้นถิ่นที่ได้รับอิทธิพลจากกระแสนิยมตามช่วงอายุ ยังคงเป็นเอกลักษณ์ และเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่ามรดกวัฒนธรรมของเมือง และมีส่วนส่งเสริมความเป็นเมืองน่าอยู่ ซึ่งมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนดั้งเดิมย่านเมืองเก่า มีหลากหลายรูปแบบประกอบด้วย ผลงานสร้างสรรค์ทางสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรม ศิลปะพื้นบ้าน ความรู้ ความสามารถ ทักษะ (ปราชญ์ชาวบ้าน) วิธีการปฏิบัติซึ่งแสดงออกทางภาษา ศิลปะการแสดง งานช่างฝีมือ ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม อาหาร เป็นต้น โดยที่สิ่งต่างๆ ดังกล่าว ได้ส่งผ่านและสืบทอดต่อกันมารุ่นต่อรุ่น เป็นแนวทางปฏิบัติ หรือในบางเรื่องเป็นเสมือนจิตวิญญาณที่ยึดถือ ร่วมกันของคนในสังคม รวมทั้งในบางเรื่องยังคงมีความงดงามและมีคุณค่าทางศิลปะซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรม

จากการลงศึกษาบริบทของชุมชนในพื้นที่ย่านเมืองเก่า 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนวัดมหาวนาราม ชุมชนวัดศรีประดู่ ชุมชนวัดบูรพา ชุมชนวัดกลาง และชุมชนวัดทุ่งศรีเมือง พบประเด็นปัญหา ผลกระทบและบริบททางวัฒนธรรมขาดการต่อยอดภูมิปัญญาการทำเทียนอย่างสอดคล้องและยั่งยืน ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและนวัตกรรมทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนร่วมกับภาคชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นในชุมชนย่านเมืองเก่าทั้ง 5 ชุมชน เพื่อร่วมออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมบนฐานภูมิปัญญาการทำเทียน ดังนั้นเพื่อให้โครงการฯ ที่ดำเนินการสามารถแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินโครงการฯ เพื่อให้เห็นว่าการลงทุนในการดำเนินงานโครงการฯ ดังกล่าว สร้างผลลัพธ์อันเป็นคุณค่าหรือผลกระทบทางสังคมเชิงบวกได้อย่างแท้จริงและได้สร้างประโยชน์แก่สังคมที่คุ้มค่า จากข้อมูลตัวเลขที่ประจักษ์ ดังนั้นการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนจากโครงการดังกล่าวฯ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อตรวจสอบถึงคุณค่าทางสังคมของโครงการรวมถึงการใช้ข้อมูลที่ได้จากการประเมิน ในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและการพัฒนางานวิจัยงานบริการวิชาการ งานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมแก่สังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน สำหรับโครงการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยนี้ได้ใช้ 7 แนวคิด ประกอบด้วย 1) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เพื่อสามารถวัดผลประโยชน์ของโครงการ ที่มีคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 2) แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง เพื่อแสดงความเชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้ไปสู่กระบวนการ นำไปสู่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้รับประโยชน์ 3) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า เนื่องจากระดับของการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค การทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและเป็นหัวข้อสำคัญในการศึกษาความยั่งยืนทางวัฒนธรรม 4) แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เพราะการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นกระบวนการที่ทำให้ความต้องการและคุณค่าของสาธารณชนได้ถูกบรรจุรวมไว้ในกระบวนการดำเนินงาน อีกทั้ง 5) แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม จะทำให้เข้าใจภาพรวมของธุรกิจและนำภาพที่เข้าใจไปใช้ในการปรับกลยุทธ์องค์กรให้เติบโตก้าวกระโดดและทำกำไรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมี 6) แนวคิดผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม จะได้นำความเป็นท้องถิ่นมาสร้างเสน่ห์ ผ่านการเล่าเรื่องราว ทำให้เพิ่มรายได้ ได้ประโยชน์ทั้งการรักษาและเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่นและมูลค่าต่อไป และแนวคิดที่ 7) แนวคิดภูมิปัญญาการทำเทียน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในงานประเพณี มีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาของจังหวัดอุบลราชธานี รายละเอียดแต่ละแนวคิดเป็นดังนี้

แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment :SROI)

แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment : SROI) เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากการวิเคราะห์ต้นทุนและประโยชน์ของโครงการ ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์เพื่อจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพหลักการ SROI จะพิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าสู่ระบบการประเมิน มีขอบเขตในการพิจารณาทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านบวกและด้านลบในทุกมิติ รวมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่จะส่งผลการตัดสินใจ และพิจารณามูลค่าทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงและการประมาณมูลค่าของปัจจัยที่เป็นนามธรรม (Social Value Thailand, 2020) SROI เป็นการศึกษาถึงคุณค่าทางสังคมหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นอันเป็นผลจากการดำเนินโครงการและเป็นเครื่องมือ



ที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้ระหว่างผู้ดำเนินโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการติดตามตรวจสอบร่วมกันเกี่ยวกับผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นแก่ชุมชนหลังจากการดำเนินโครงการ ไม่ว่าจะเป็นผลด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม หรือด้านสิ่งแวดล้อม แนวคิด SROI นั้นประยุกต์มาจากแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Accounting) และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis) ซึ่งเป็นแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิมที่เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุน เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางการเงินทั่วไปเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการลงทุนผ่านอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุนในเชิงบวกบ่งชี้ว่ามีกำไรสุทธิทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงหรือคาดหวังจากการลงทุนเท่าไร ไม่ได้คำนึงถึงในการรวมผลตอบแทนทางสังคมอื่นๆ (Phasiphon, 2017)

รูปแบบการประเมิน SROI จำแนกตามระยะความสำเร็จของโครงการวิจัย ได้แก่ (1) การประเมินผลกระทบก่อนดำเนินโครงการ (Ex-Ante Evaluation) คือ ประเมินเพื่อตัดสินว่าควรจะทำโครงการหรือไม่ ควรอนุมัติโครงการหรือไม่ เป็นการประเมินจากการคาดการณ์ของผลลัพธ์อนาคต (2) การประเมินผลกระทบระหว่างดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) ประเมินเพื่อพิจารณาว่าผลลัพธ์ระหว่างดำเนินโครงการเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ควรหยุด หรือไปต่อ หรือปรับเปลี่ยนกิจกรรม และ (3) การประเมินผลกระทบหลังการดำเนินโครงการ (Ex-post Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาผลลัพธ์หลังสิ้นสุดกิจกรรม ว่าสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร (Phongviritthong, Panthuri, Honglertsakul and Assakan, 2024)

ขั้นตอนวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้ (National Innovation Agency, Thailand, 2020) (1) วางขอบเขตของการศึกษา กำหนดขอบเขต ทำความเข้าใจกระบวนการและเป้าหมายของการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมของโครงการ (2) ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) ระบุผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดขอบเขตชัดเจนในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือใคร โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและดึงให้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด ระบุกิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ เข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย การเข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้อย่างไรประเมินจากหลักฐานที่รวบรวมได้ทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านบวกและลบทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจให้เกิดขึ้น ตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงโดยสรุปความเชื่อมโยงจากกิจกรรมนำไปสู่ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ (3) เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับผลลัพธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ รายงานผลวิจัยและการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก และแสดงใสมูลค่าที่เป็นตัวเลขทางการเงินหรือสร้างค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) เพื่อให้ผลลัพธ์ทางสังคมสามารถวัดค่าเป็นตัวเลขทางการเงินได้ (4) การปรับมูลค่าของผลลัพธ์ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุน (Attribution) คือ การยอมรับว่าองค์กรอื่นอาจมีส่วนสร้างผลลัพธ์ที่คล้ายคลึงกันได้หรือองค์กรที่ได้รับการประเมินไม่ได้ทำงานในประเด็นสังคมนั้นๆ เพียงองค์กรเดียว อัตราสูญเปล่า (Deadweight) การยอมรับว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจเกิดขึ้นเองได้ต่อให้ไม่มีองค์กรไหนทำงานได้ อัตราทดแทน (Displacement) คือ การยอมรับว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจไม่ใช้ส่วนเพิ่มแต่เป็นการทดแทนผลลัพธ์ที่อื่น การถดถอยของผลลัพธ์ (Drop-off) ในกรณีที่ประมาณการผลลัพธ์ทางสังคมในอนาคตต่อช่วงเวลามากกว่า 1 ปีโดยที่องค์กรจะไม่มีการลงทุนเพิ่มเติมระหว่างช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้ต้องหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริงในตัวเลขผลกระทบหรือผลลัพธ์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย อ้างอิงเฉพาะคุณค่าที่องค์กรรับผิดชอบในการสร้างขึ้น (5) คำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ตัวเลขออกมาเป็นมูลค่าทางการเงินที่เป็นมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV) และวิเคราะห์ความเคลื่อนไหว (Sensitivity Analysis) ในบางกรณีอาจจะคำนวณในรูปแบบของระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ทั้งนี้ SROI คำนวณได้จาก มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมด (Total Present Value) หาค่าด้วยมูลค่าของเงินที่ลงทุน (Investment Value) หากพบว่า SROI มีมากกว่า 1 หมายถึง มีมูลค่าทางสังคมเพิ่มขึ้นคุ้มค่าแก่การดำเนินกิจกรรม ถ้า SROI มีค่าเท่ากับ 1 หมายถึง ผลการดำเนินกิจกรรมไม่สร้างผลประโยชน์หรือผลตอบแทน และถ้า SROI มีน้อยกว่า 1 หมายถึง ผลการดำเนินกิจกรรมไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทน และขั้นตอนสุดท้ายคือ (6) สรุปผลการวิเคราะห์ SROI จัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Kongmanee, Satsue and Pittayapinan, 2018)

แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

ในทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ แนวคิดเชิงตรรกะ การสร้างทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเป็นการคิดเชิงเหตุผล โดยแสดงออกมาได้ทั้งในรูปของโมเดลเชิงตรรกะ หรือแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) โดยใช้ห่วงโซ่ผลกระทบ (Impact chain) หรือห่วงโซ่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละส่วนจะเชื่อมกันแล้วนำไปสู่การคิดเชิงตรรกะที่ว่า “ถ้าทำแบบนี้แล้วจะเกิดอะไรขึ้น” ในรูปแบบประโยคเชิงตรรกะ “ถ้า.....แล้ว.....” ที่เป็นการอธิบายครอบคลุมไปถึงปัจจัยนำเข้า

ที่เชื่อมโยงไปสู่ลำดับการกระทำหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับประโยชน์ โมเดลเชิงตรรกะยังถูกเปรียบเทียบให้เป็นแผนที่เชิงกลยุทธ์ในการทำงานองค์กร ที่แสดงความเชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้ไปสู่กระบวนการ (Process) นำไปสู่ผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เกิดกับผู้รับประโยชน์ และเป้าหมายขององค์กรหรือโครงการ โมเดลเชิงตรรกะ ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กิจกรรม (Activities) ผลผลิต (Outputs) ผลลัพธ์ (Outcomes) และผลกระทบ (Impacts) โดย 1) ปัจจัยนำเข้า เป็นทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน (เช่น คน งบประมาณ อุปกรณ์วัสดุสิ่งของ วัฒนธรรม เวลา เป็นต้น) 2) กิจกรรม เป็นการดำเนินงาน หรือวิธีการขั้นตอนที่ใช้ลงมือดำเนินงานเพื่อทำกิจกรรมให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานที่ตั้งไว้ และได้วางแผนกิจกรรมไว้ก่อนดำเนินงาน 3) ผลผลิต เป็นผลที่เกิดขึ้นโดยตรงจากกิจกรรมที่โครงการทำแล้วส่งต่อมาเป็นผลที่เกิดขึ้นสิ่งแรกหรือชัดเจนที่สุดจากโครงการ ผลผลิตเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์และบริการให้กับผู้รับประโยชน์ ผลผลิตที่เกิดขึ้นจะต้องตอบวัตถุประสงค์ของโครงการ 4) ผลลัพธ์ เป็นการนำผลผลิตของโครงการไปใช้ประโยชน์โดยกลุ่มเป้าหมาย เป็นผลโดยตรงของกิจกรรมหรือโปรแกรมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับการยอมรับ (Adoption) เช่น พฤติกรรม ทักษะ และทักษะ โดยผลลัพธ์ระยะสั้น คือ ผลลัพธ์ที่สำเร็จภายใน 1-3 ปี และผลลัพธ์ระยะยาวคือผลลัพธ์ที่สำเร็จได้ภายใน 4-6 ปี 5) ผลกระทบ เป็นการเปลี่ยนแปลงจากผลลัพธ์ในวงกว้างใน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผลกระทบเป็นเป้าหมายสูงสุดและหัวใจสำคัญขององค์กรเพื่อสังคมที่แสดงถึงความก้าวหน้าอย่างเป็นระบบและมีประเด็นทางสังคม (Srakawee, 2021) นอกจากนี้ Rogers (2014) ได้อธิบายว่า ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงยังเป็นแนวคิดเชิงกระบวนการที่แสดงในรูปของแผนภาพ กรอบของผลลัพธ์ ปัจจัยแทรกแซงแต่ละตัวจะเป็นผลลัพธ์ในกรอบเชิงสาเหตุ (Causal Framework) และเป็นเครื่องมือแก้ปัญหาที่ใช้อธิบายผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ ด้วยการอธิบายชนิดของปัจจัยแทรกแซง (Interventions) มุ่งเน้นความเชื่อมโยงของห่วงโซ่ผลลัพธ์ จากกิจกรรม (Activities) ผลผลิต (Outputs) นำมาสู่ผลลัพธ์ (Outcomes) และผลลัพธ์ระยะยาว (Long-term outcomes) ภายใต้สมมติฐานของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจึงเกิดจากกระบวนการที่เข้มงวดและมีส่วนร่วมของกลุ่มจากผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในกระบวนการทำงานที่ร่วมกันวางแผนกำหนดเป้าหมายในระยะยาว โดยระบุเงื่อนไขที่เชื่อว่าต้องคลี่คลายเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงยังเป็นผลงานหรือผลิตภัณฑ์และเป็นระเบียบวิธี (Methodology) ที่ใช้เพื่อวางแผนการทำงานเพื่อมุ่งอธิบาย กระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการทำงานทางสังคม โดยแสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง ที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อช่วยในกระบวนการวิเคราะห์และไตร่ตรอง ทำให้เกิดแผนภาพแบบจำลองตรรกะ (Logic model) เป็นกรอบการทำงาน สำหรับทีมโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการประเมินผลกระทบ และควรใช้ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งในการประเมินผลกระทบทุกครั้ง และจะมีประโยชน์อย่างยิ่งเมื่อตั้งใจที่จะเรียนรู้จากการประเมินผลกระทบที่ดำเนินการในโครงการหนึ่งแล้วนำบทเรียนเหล่านี้ไปใช้กับโครงการอื่น ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงมีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการประเมินงานเชิงนโยบาย เนื่องจากทฤษฎีดังกล่าวระบุผลลัพธ์ขั้นกลางและสาเหตุเพื่อให้บรรลุผลกระทบที่ตั้งใจไว้สูงสุด การประเมินสามารถรวบรวมหลักฐานว่าสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะบรรลุผลสำเร็จหรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (Commodification of Culture)

ระดับของการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค การทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและเป็นหัวข้อสำคัญในการศึกษาความยั่งยืนทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมถือเป็นเสาหลักที่สี่ของการพัฒนาที่ยั่งยืน และมีความสำคัญเช่นเดียวกับเสาหลักสามประการ (สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม) ของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Osman, 2022) อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรม” ครอบคลุมองค์ประกอบที่หลากหลาย การวิเคราะห์โครงสร้างภายในของการแปรรูปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมโดยพื้นฐานแล้วคือการเปิดเผยระดับภายในของวัฒนธรรม มีเพียงการชี้แจงโครงสร้างชั้นขององค์ประกอบทางวัฒนธรรมเท่านั้นที่เราจะสามารถเข้าใจการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบและครอบคลุม เพื่อให้มีความเข้าใจตามสัญญาณมากขึ้นเกี่ยวกับชั้นต่างๆ ของการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างการทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมและความถูกต้องเป็นหนึ่งในหัวข้อที่ได้รับการพูดถึงมากที่สุดและทำให้เกิดความยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยว (Tiberghien and Lennon, 2022)

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation Role)

การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ทำให้ความต้องการและคุณค่าของสาธารณชนได้ถูกบรรจุรวมไว้ในกระบวนการตัดสินใจของภาครัฐและองค์กรการค่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเพื่อให้ได้มาซึ่งการตัดสินใจที่ดีขึ้นที่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน ซึ่ง Creighton (2005) ได้นิยามการมีส่วนร่วมว่า



ประกอบไปด้วย (1) การประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจเพื่อการบริหาร (2) การก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่มีหน้าที่ตัดสินใจและผู้ที่ต้องการมีส่วนร่วม (3) การเกิดขึ้นอย่างมีขั้นตอนและ (4) การก่อให้เกิดผลกระทบต่อการตัดสินใจใดๆ ที่เกิดขึ้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่มีลำดับตั้งแต่ การการแจ้งต่อสาธารณะ การรับฟังสาธารณชน การเข้าร่วมในการแก้ไขปัญหา และการพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อตกลง ทั้งนี้ผลจากที่ชุมชนได้มีส่วนร่วม โดยร่วมมือร่วมใจกัน ในการคิดการวางแผนและแนวทางในการพัฒนาขึ้น จะนำไปสู่การยกระดับด้านชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักของคนภายนอก สร้างรายได้ให้คนในพื้นที่และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป (Aiphong, 2020)

แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจของ Osterwalder and Pigneur (2010) ทำให้นักธุรกิจที่ทำการมานานและเพิ่งเริ่มต้น ได้เข้าใจภาพรวมของธุรกิจด้วยกระดาษเพียงแผ่นเดียว และนำภาพที่เข้าใจไปใช้ในการปรับกลยุทธ์องค์กรให้เติบโตก้าวกระโดดและทำกำไรได้เพิ่มขึ้นมหาศาล สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าองค์กรหนึ่งสามารถสร้างหรือส่งมอบคุณค่าในรูปแบบสินค้าและบริการนั้น ต้องมีการวางแผนมาเป็นอย่างดีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นั่นก็คือ โมเดลธุรกิจ 9 ช่อง ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ลูกค้าของเราคือใคร 2) การเสนอคุณค่า (Value Propositions) เราให้อะไรให้กับลูกค้า 3) ช่องทาง (Channels) ลูกค้าเจอเราในช่องทางไหน 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ทำอย่างไรให้ลูกค้าติดใจเรา 5) กระแสรายได้ (Revenue Streams) เกี่ยวกับกลไกการตั้งราคา 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) เราต้องใช้อะไร 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) เราต้องทำอะไร 8) ผู้ร่วมงานหลัก (Key Partners) ใครจะมาเป็นตัวช่วยเรา และ 9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) รายจ่าย ต้นทุน ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและการตลาดง่ายขึ้น เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น ความคิดใดที่คิดว่าก็จะได้นำมาปรับใช้แทนที่ได้ทันที ทว่าที่ ภูหลักคือไม่ยึดติดว่าความคิดใดดีเลิศทุกอย่างปรับเปลี่ยนได้ตามกาลเวลาเสมอ ดังนั้นการสร้างโมเดลธุรกิจจะครอบคลุมประเด็นปัญหาของธุรกิจที่เราต้องตระหนักและหาทางป้องกัน รวมทั้งการหาทางลดต้นทุน เพิ่มกระแสรายได้ให้มากขึ้น นอกจากนี้ Raisni (2020) ทุกกิจการสามารถสร้างกลยุทธ์ใหม่ที่เหมาะสมเพื่อที่จะสามารถแข่งขันในปัจจุบันและอนาคตกับกิจการที่คล้ายกันได้ หลังจากที่ได้ทำโมเดลธุรกิจ 9 ช่องของ Business Model Canvas (BMC) แล้ว นักวิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ SWOT ความเชื่อมโยงระหว่างการวิเคราะห์ SWOT และ BMC ในการศึกษาครั้งนี้คือ SWOT สามารถช่วยระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่บริษัทเผชิญหน้าในกระบวนการนำไปใช้กับ BMC ผลการระบุ BMC ที่ได้รับการวิเคราะห์ผ่านเมทริกซ์ BMC แสดงให้เห็นว่า XYZ Institute ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันและสร้างความเชื่อมโยงในทางที่เป็นไปได้มากที่สุดกับโรงเรียนมัธยม / วิชาชีพ / โรงเรียนประจำระดับวิทยาลัยได้

ในงานวิจัยสมัยใหม่ ได้นำเอาแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) มาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแผนธุรกิจ หรือนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงธุรกิจ ในงานวิจัยของ Aphibunyopas and Klamsaengsai (2020) ใช้เครื่องมือนี้ในการวิเคราะห์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ และจัดทำรูปแบบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าโมเดลธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมจากนักวิจัย นำมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ หรือพัฒนาแผนธุรกิจ

แนวคิดผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

การเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneurs) จะมีแนวคิดที่หลากหลาย แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการนำความเป็นท้องถิ่น (localization) มาสร้างเสน่ห์ผ่านการเล่าเรื่องราว (Storytelling) (Joo, 2020) ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการหากแต่ชุมชนก็ได้ประโยชน์ทั้งการรักษาและเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่นและมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพราะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมเปรียบเสมือน Change Agent สำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจ (Ferraro and Briody, 2017) โดยมีความแตกต่างจากธุรกิจชุมชนทั่วไปที่เน้นเป้าหมายให้ได้กำไรในเชิงธุรกิจเป็นสำคัญ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมการทำกำไรอาจไม่ใช่เป้าหมายสำคัญเพราะต้องนำทุนความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนมาผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร การบริหารธุรกิจ การวิจัย และการพัฒนาความรู้ด้านวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบสำคัญของการผลิตและการให้บริการอย่างสร้างสรรค์มีความแตกต่างและมีนวัตกรรมที่เหมาะสมมีความสร้างสรรค์ (Phuengpracha, 2023) ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการค้นหาโอกาสและใช้โอกาสนั้นสร้างสรรค์เป็นสินค้าและบริการจนสร้างผลกำไรทางธุรกิจ (Henderson, 2023) แต่เมื่อรวมความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม จะเป็นคำที่มีลักษณะเฉพาะคือหมายถึงผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการรักษาและส่งเสริมหรือเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยจัดการวัฒนธรรมนั้นผ่านกระบวนการ

สร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือนวัตกรรม ผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ และต้องอาศัยเทคโนโลยีและสื่อต่างๆ เป็นช่องทางการทำธุรกิจ (Howkins, 2013; Henderson, 2023)

แนวคิดภูมิปัญญาการทำเทียน

แนวคิดภูมิปัญญาการทำเทียน เป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในงานประเพณี มีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา พิธีกรรมสืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและมีกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความบันเทิงและน่าสนใจยิ่งขึ้นในด้านความงดงามของศิลปะและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ดีของคนในท้องถิ่น ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรม ทำให้เกิดความแตกต่างในการทำเทียนทั้งในอดีตและปัจจุบันในด้านกระบวนการทำรูปแบบ และองค์ประกอบการตกแต่ง จุดประสงค์ในการทำเทียนในสมัยพุทธกาลก็เพื่อเป็นพุทธบูชาและเพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้ใด ปัจจุบันการประกวดมีส่วนสำคัญในการจัดประเพณีแห่เทียนพรรษาที่จังหวัดอุบลราชธานี แนวทางการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำเทียนเข้าพรรษาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดอุบลราชธานีสามารถทำได้โดยประยุกต์คำสอนที่สร้างแรงบันดาลใจความสามัคคีการสวดแทรกภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการทำเทียนหรือการแกะสลักเทียน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธเพื่อให้คนในชุมชนมี ศรัทธาในประเพณีแห่เทียนพรรษาของชุมชนอย่างจริงจังและเห็นคุณค่าประโยชน์ที่ได้รับจากการทำงานร่วมกันสร้างความสำเร็จในการสร้างสรรค์ผลงานอันยิ่งใหญ่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนต่อไป (Phasukwiharadham et al, 2024) ดังตัวอย่างรูปแบบประเพณีแห่เทียนพรรษาของชุมชนในอำเภอเขมราฐ เป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในทางพระพุทธศาสนามีการสืบทอดประเพณีการแห่เทียนพรรษาที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างวัดและชุมชน ความแตกต่างของการทำต้นเทียนในสมัยอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันตั้งแต่กระบวนการทำรูปแบบ องค์ประกอบการประดับตกแต่ง จุดประสงค์ในการทำต้นเทียนสมัยพุทธกาลก็เพื่อเป็นพุทธบูชา และเพื่อเป็นการเชิดชูวัดวาอาราม และเพื่อใช้จุดให้แสงสว่าง แต่ในระยะต่อมาจนถึงปัจจุบันการทำต้นเทียนมุ่งที่การทำเพื่อเป็นการเชิดชูวัดวาอารามและพระพุทธศาสนาและเพื่อการประกวดแข่งขันเป็นสำคัญ ดังนั้นต้นเทียนที่ทำในระยะหลังจึงไม่มีการใช้จุด แต่ทำขึ้นเพื่อเก็บไว้ใช้ในประกวดรูปแบบการส่งเสริมประเพณีการแห่เทียนพรรษาเชิงพุทธบูรณาการของชุมชนในอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี มีแนวทางการส่งเสริมโดยการนำหลักธรรมคำสอนที่เป็นแรงบันดาลใจและหลักธรรมที่ทำให้ความสามัคคีเข้าไปสอดแทรกในประเพณีการแห่เทียนพรรษาผ่านการแกะสลักต้นเทียนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวและนอกจากนี้ควรปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนด้วยการจัดทำโครงการส่งเสริมและให้ความรู้ ความเข้าใจในหลักธรรมคำสอนที่นำมาใช้ในการส่งเสริมประเพณีการแห่เทียนพรรษา เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความเลื่อมใส ศรัทธา ต่องานประเพณีการแห่เทียนพรรษาของชุมชนอย่างจริงจังและเห็นคุณค่า คุณประโยชน์ที่ได้รับจากการร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างความสำเร็จในการสร้างสรรค์ผลงานอันยิ่งใหญ่ อันจะนำมาซึ่งประโยชน์สุขของคนในชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดียิ่งๆ ขึ้นต่อไป (Phonchaichanthatammo, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการประเมินจากกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการอนุรักษ์: เป็นการกำหนดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์และสกัดคุณค่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาการทำเทียนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าในพื้นที่ชุมชน 5 แห่ง 2) กิจกรรมการอบรม: ฝึกทักษะด้านการผลิต การออกแบบลายผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนวัตกรรมที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลาย ในการตั้งโจทย์ นำเสนอแนวคิด และพัฒนารายละเอียดต่างๆ ของผลิตภัณฑ์จนสำเร็จเป็นสินค้าที่พร้อมทำการผลิต โดยใช้ความรู้ทางเทคนิคในการออกแบบ โดยใช้วัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนเป็นฐานคิด กิจกรรมที่ 3) การเพิ่มพูนความรู้: การอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยเรียนรู้และการทำการขายสินค้าจริงในแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ Shopee Tiktok ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการขายที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และ 4) กิจกรรมเผยแพร่ผลการดำเนินงาน เพื่อสร้างการรับรู้แก่คนในสังคมเกี่ยวกับการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จ.อุบลราชธานี ทั้งในมิติมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (รายได้เพิ่มขึ้น) และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ได้รับการอนุรักษ์สืบสานและต่อยอด การนำไปใช้ในวงกว้างโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป จากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรม นำไปสู่การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ซึ่งมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



กิจกรรม “การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม
ด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี”

การประเมินผลตอบแทนทาง
สังคมจากการลงทุน (SROI)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัยในพื้นที่ย่านเมืองเก่า เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ริมแม่น้ำมูล อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากเป็นชุมชนที่เป็นเจ้าของภูมิปัญญาด้านการทำเทียนพรรษา และมีการสืบทอดการทำเทียนพรรษามาอย่างต่อเนื่อง และมีองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาการทำเทียนรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทียนแบบแกะสลัก เทียนแบบติดพิมพ์ ที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาการทำเทียนและมีศักยภาพของทุนมนุษย์ ทุนสถาบันและทุนภูมิปัญญาแต่ยังขาดการยกระดับภูมิปัญญาการทำเทียนของชุมชน ประกอบด้วยชุมชนหลักจำนวน 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนวัดกลางและชุมชนวัดทุ่งศรีเมือง ที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาการทำเทียนประเภทแกะสลัก ชุมชนวัดมหาวนาราม ชุมชนวัดศรีประดู่ และชุมชนวัดบูรพา มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาการทำเทียน ประเภทติดพิมพ์ โดยการคำนวณผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในธุรกิจต่างๆ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ร้านของฝากของที่ระลึก ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านคาเฟ่ ร้านสังฆภัณฑ์ ผู้รับเหมาจัดงานแสดง (Organizer) เป็นต้น ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Stakeholders) ในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 11 ราย การกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่มีความสนใจและสนใจในการให้ข้อมูล โดยผ่านการประเมินศักยภาพในการเข้าร่วมโครงการวิจัยฯ ได้แก่ ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่จำหน่ายสินค้า จำนวน 9 ราย ประกอบด้วย ร้านหมก ร้าน 115 BakehouseXCoffeeBar ร้านแคมป์ฝ้ายทอมืออีสาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บผ้าฝ้ายบ้านปทุม ร้านใบฝ้าย ร้านดาราศิลป์ ผู้ประกอบการท้องถิ่น คุณศุภกฤต สอนอาจ ผู้ประกอบการท้องถิ่น คุณอภิชาติ คอแก้ว ร้าน นะ อุบล และผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่ให้บริการอีกจำนวน 2 ราย ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว เอ็มเจ ฮอลิเดย์ ทัวร์และผู้ประกอบการท้องถิ่นด้านการรำสี่แสง คุณลภัสสรดา มีสุข การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ย่านเมืองเก่าอุบลราชธานีเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ริมแม่น้ำมูล ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ตั้งแต่ 1 มีนาคม 2565-1 เมษายน 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ในการประเมินโครงการฯ โดยคณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการดำเนินโครงการหรือข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรและเนื้อหาต่างๆ ในแบบสอบถาม ครอบคลุมแนวคิดต่างๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ตรงประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในการวัดตัวแปรคณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อกำหนดหัวข้อหรือประเด็นไว้กว้างๆ ล่วงหน้าผ่านการตรวจหาคุณภาพของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ข้อคำถามในการดำเนินกิจกรรมผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม ผลประโยชน์ที่ได้รับและสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ได้แก่ รายได้ อาชีพและเครือข่ายที่เพิ่มขึ้นตามหลักการที่สำคัญของการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการให้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ SROI (Setthasakko, 2020) ซึ่งการประเมิน SROI มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่น ต้องใช้ทักษะการประเมินผลตอบแทนทางสังคม การเงินและการบัญชีขั้นพื้นฐานในการจัดทำ การประเมินผลตอบแทนทางสังคม การสร้างตัวแทนทางการเงินเพื่อนำมาแปลงค่า การหามูลค่าปัจจุบันการกำหนดอัตราผลตอบแทน การกำหนดค่าของทุน และผลลัพธ์ต้องอาศัย

การสร้างสมมติฐานซึ่งอาศัยความระมัดระวังค่อนข้างมาก ด้วยการพยายามลดความเสี่ยงจากการวิจัยให้เหลือน้อยที่สุด (Minimize Risk) เพื่อไม่ให้ขออ้างเกินจริง (Over-Claim) ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขได้กำหนดอัตราคิดลด 3.50 % ซึ่งได้จากการประเมินจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ รายไตรมาส 2566 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) สำหรับการรวบรวมประเด็นเกี่ยวกับ 1) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่า 2) การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและนวัตกรรมทางวัฒนธรรมในปัจจุบันเพื่อนำไปสู่การหาแนวทางในการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และ 3) การปรับปรุงมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสมโดยระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานวิจัย

3. การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่า โดยจะเป็นการร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมรูปแบบใหม่เพื่อนำไปสู่การสร้างอาชีพใหม่ การต่อยอดทางธุรกิจ การสร้างรายได้และการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาการทำเทียนต่อไป โดยการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ จากองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว บริหารศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ การออกแบบและการตลาด

ในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย คณะผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาเครื่องมือวิจัยโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการออกแบบตามวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามว่ามีความเกี่ยวข้องกันและครอบคลุมเนื้อหาในงานวิจัยหรือไม่ จากนั้นนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะพฤติกรรมที่ต้องการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเกณฑ์ในการยอมรับคือ IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป จากนั้นจะปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลภาคสนามให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้กำหนดระยะเวลา 1 ปี ในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ตั้งแต่ 1 มีนาคม 2565-1 เมษายน 2566 โดยการศึกษาที่ดำเนินการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสารร่วมกับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และรวบรวมข้อมูลโดยใช้การแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง รวมถึงการอภิปรายกลุ่มย่อย นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาสรุปผลการศึกษาและนำเสนอผลการศึกษา ในศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการวิจัยและพัฒนารูปแบบการประเมินมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้ 1) การประชุมเชิงปฏิบัติการในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการประเมินโครงการตามรูปแบบประเมินที่ได้พัฒนาขึ้น 2) การสนทนา โดยการจัดให้มีการสนทนาเป็นกลุ่มๆ ตามกลุ่มของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยที่ร่วมเป็นกลุ่มมีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา เกี่ยวกับการตั้งประเด็น การสนทนา และมีผู้ช่วยนักวิจัยเป็นผู้บันทึกการสนทนา พร้อมทั้งตั้งประเด็นการสนทนาเสริม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ ผลลัพธ์ด้านสังคม และผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม 3) การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมจากการดำเนินโครงการฯ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลเป็นแผนที่ผลลัพธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการกิจกรรม ผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการฯ และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในโครงการฯ โดยการคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เพื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณโครงการทุก 1 บาท ที่ใช้ไป ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาว่าครอบคลุมทุกวัตถุประสงค์หรือไม่ก่อนนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากเอกสารการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมมาตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ประเด็นการศึกษา สังเคราะห์เพื่อให้ได้ภาพรวมภายใต้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการดำเนินโครงการแบบองค์รวม สรุปผลการศึกษาและนำเสนอโครงการศึกษาโดยการพรรณนาความ



การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ผลข้อมูลของการศึกษาแต่ละระยะตามแผนการดำเนินการวิจัยด้วยการจัดทำกรอบการวิเคราะห์ (Framework Analysis) ร่วมกับแนวคิดของการวิจัยที่เป็นประเด็นของการศึกษาและการวิเคราะห์ผลการศึกษา

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี เป็นดังนี้

1. กำหนดขอบเขตการประเมิน SROI การศึกษานี้กำหนดรอบระยะเวลา 1 ปี ในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ตั้งแต่ 1 มีนาคม 2565 - 1 เมษายน 2566 จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลพื้นฐาน (Base Line) รายงานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และทำความเข้าใจกระบวนการและเป้าหมายของการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมของโครงการฯ จัดทำร่างเพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจให้เกิด (Intended Change) และการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิด (Unintended Change) โดยตรวจสอบข้อมูลร่วมกับนักวิจัยที่รับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการวิจัยโดยดำเนินการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมบางส่วน และไม่ประเมินผลลัพธ์ทางสังคมสำหรับกิจกรรมที่ดำเนินการในลักษณะที่จัดขึ้นเพียงครั้งเดียว (Event) ตลอดจนลงพื้นที่ร่วมกับนักวิจัยในโครงการฯ เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารต่างๆ ภายในโครงการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ เป็นต้น สามารถแสดง Logic Model ของกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดง The Logic Model กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี

Topic	The Logic Model and Theory of Change (Ex-Ante and Ongoing Evaluation)
Research Project	พัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างมูลค่าใหม่บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า
Objective	เพื่อยกระดับและการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านภูมิปัญญาการทำเทียนให้กับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
ขอบเขตการศึกษา	การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในครั้งนี้เป็นแบบการประเมินแบบ Ex-Ante and Ongoing Evaluation
Intended change	ถ้าให้ความรู้และส่งเสริมการผลิต โดยการออกแบบสินค้าและบริการตามอัตลักษณ์ชุมชนแล้ว จะเป็นการยกระดับทุนทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนทำให้ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น และอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมต่อไป
Activities	กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ 1. การอนุรักษ์: การกำหนดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2. การอบรม: ฝึกทักษะด้านการผลิต การออกแบบลาย 3. การเพิ่มพูนความรู้: การอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า 4. กิจกรรมเผยแพร่ผลการดำเนินงาน
Inputs	งบประมาณ, นักวิจัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 1 (ต่อ)

Topic	The Logic Model and Theory of Change (Ex-Ante and Ongoing Evaluation)	
Outputs	1. ได้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนจำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ 2. มีผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม 11 ราย	
Expected Outcomes	1. คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น 2. มีความสุข เกิดความภาคภูมิใจ 3. การพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน 4. การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ด้านการบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า 5. การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าทางวัฒนธรรม	
Time	ระยะเวลาในการวิเคราะห์ 1 ปี	
Key Assumptions:		A Short Narrative:
1. ถ้าไม่เข้าสู่กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาทำให้เกิดการยกระดับ องค์ความรู้ในบริบทพื้นที่ชุมชนย่านเมืองเก่าจะสูญหาย 2. ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือ 3. ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีความสนใจและร่วมมือกันผลิตเป็นอย่างดี		กระบวนการดำเนินการ นักวิจัยโครงการใช้ 1. แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) 2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า 3. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน 4. แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 เป็นการแสดง Logic Model ของกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับและการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านภูมิปัญญาการทำเทียนให้กับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการประเมินแบบ Ex-Ante and Ongoing Evaluation มีทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่ว่า “ถ้าให้ความรู้และส่งเสริมการผลิต โดยการออกแบบสินค้าและบริการตามอัตลักษณ์ชุมชนแล้ว จะเป็นการยกระดับทุนทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนทำให้ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น และอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมต่อไป” โดยมีกิจกรรม การอนุรักษ์ การอบรม การเพิ่มพูนความรู้ และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า Outputs ที่ได้คือ ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนจำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ และมีผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม 11 ราย ผลลัพธ์ที่คาดหวังได้แก่ คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น มีความสุข เกิดความภาคภูมิใจ มีการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และการกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าทางวัฒนธรรม มีกรอบระยะเวลาระยะเวลาในการวิเคราะห์ 1 ปี มีข้อสมมติสำคัญคือ 1) ถ้าไม่เข้าสู่กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาทำให้เกิดการยกระดับ องค์ความรู้ในบริบทพื้นที่ชุมชนย่านเมืองเก่าจะสูญหาย 2) ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือ และ 3) ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีความสนใจและร่วมมือกันผลิตเป็นอย่างดี สำหรับกระบวนการดำเนินการ นักวิจัยโครงการใช้ 1) แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) 2) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า 3) แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 4) แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

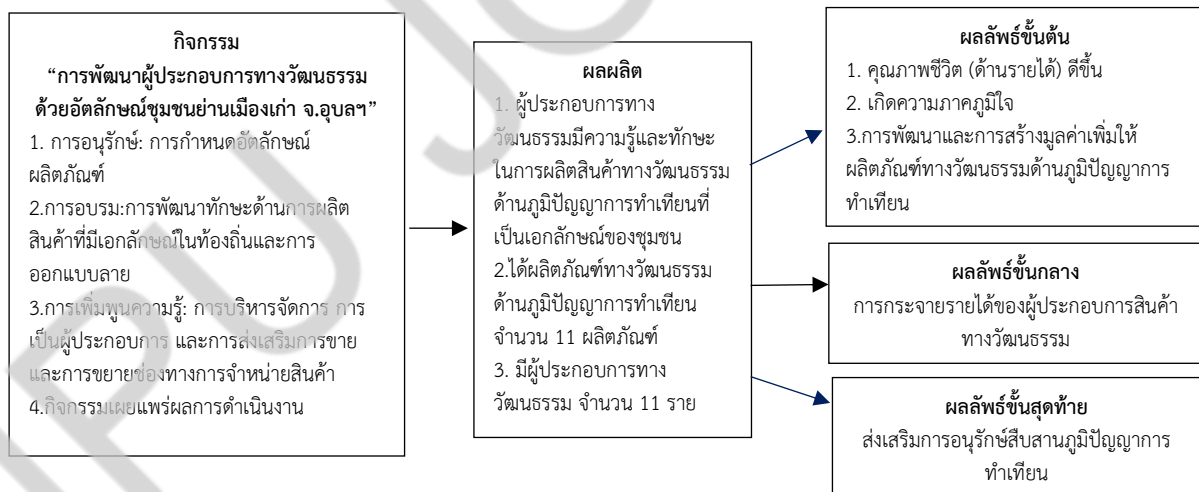
2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) และ ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identify Stakeholder) นำผลที่ได้จากการศึกษาในข้อ 1 มาวิเคราะห์ ทำให้ทราบถึงประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะวางแผนรวบรวมข้อมูล และกำหนดวิธีรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมต่อไป จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมจำนวน 11 ราย เป็นอาสาสมัครที่มีความสนใจอยากที่จะอนุรักษ์ และสืบสานภูมิปัญญาการทำเทียน สรุปได้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นผู้ได้รับประโยชน์ (ผลลัพธ์ทางสังคม) ทางตรงที่ใช้ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม จำนวน 11 ราย ควรนำเข้ามาพิจารณาวัตถุประสงค์ทางสังคมเพราะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์



โดยตรงจากโครงการวิจัยฯ และบอกสามารถบอกแหล่งที่มาได้ (Attribution) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่จำหน่ายสินค้า จำนวน 9 ราย และผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่ให้บริการอีก จำนวน 2 ราย

หลังจากที่กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรียบร้อยแล้ว ต่อมาจะระบุกิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ เพื่อเข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงโดยสรุปความเชื่อมโยงจากกิจกรรมนำเข้าไปสู่ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ ได้เป็นทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) ที่ว่า “ถ้าผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมได้รับความรู้และส่งเสริมการผลิตโดยการออกแบบตามอัตลักษณ์ชุมชนแล้วจะเป็นการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนทำให้ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น และอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมต่อไป” โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในงานวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม มีกิจกรรม ได้แก่ 1) การอนุรักษ์: การกำหนดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) การอบรม: การพัฒนาทักษะด้านการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์ในท้องถิ่น และการออกแบบลาย 3) การเพิ่มพูนความรู้: การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ และการส่งเสริมการขายและการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า 4) กิจกรรมเผยแพร่ผลการดำเนินงาน ผลผลิต (Outputs) ที่ได้คือ ผู้ประกอบการสินค้าทางวัฒนธรรม จำแนกเป็น 1) สินค้าของที่ระลึก ได้แก่ พวงกุญแจลายเทียน ภาพแกะสลักเทียน ทำวีสวรรณ เสื้อผ้าฝ้ายทอมือปักลายเทียน กระเป๋ายามผ้าเขียนลายเทียน ที่รองจาน แก้วรองจานลายเทียน เสื้อผ้าฝ้ายทอมือ Eco Print เสื้อผ้าฝ้ายย้อมครามสีธรรมชาติ ลายเทียน ผ้าพันคอย้อมครามสีธรรมชาติลายเทียน 2) อาหาร ได้แก่ ขนมบงกชมาศ เค้กพิมพ์ลายเทียน การบริการ ได้แก่ นาฏศิลป์ปราสาท และรายการนำเที่ยวเรียนรู้ชุมชนภูมิปัญญาเทียน เมืองอุบล ผลลัพธ์ (Outcome) ได้แก่ 1) คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น 2) มีความสุข เกิดความภาคภูมิใจ 3) การพัฒนา และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน 4) การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และ 5) การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าทางวัฒนธรรม และสำหรับผลกระทบ (Impact) ได้แก่ การอนุรักษ์และการสืบสานวัฒนธรรม

สำหรับการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจให้เกิด (Intended Change) ได้แก่ 1) คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น 2) การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิด (Intended Change) ได้แก่ 1) มีความสุข 2) เกิดความภาคภูมิใจ 3) ความรู้สึกที่ต้องการแบ่งปันสิ่งดีๆ ให้กับชุมชน 4) การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์การผลิตและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการ และ 5) ส่งเสริมการอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาการทำเทียน สามารถแสดงแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) ของกิจกรรมได้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนที่ผลลัพธ์ของกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี

3. การจัดทำห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่ได้จากข้อ 1 และ ข้อ 2 ร่วมกับ ข้อมูลที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับการจัด สนทนากลุ่ม และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อจัดทำห่วงโซ่ผลลัพธ์ ทั้ง 4 กิจกรรมได้แก่ 1) การอนุรักษ์: การกำหนด อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) การอบรม : ฝึกทักษะด้านการผลิต การออกแบบลาย 3) การเพิ่มพูนความรู้: การบริหารจัดการ

การเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า และ 4) การเผยแพร่ผลงาน ได้ผลผลิต คือ 1) ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเพิ่มขึ้น 2) ได้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนจำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ และ 3) มีผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม 11 ราย สำหรับผลลัพธ์ ประกอบด้วยผลลัพธ์ขั้นต้น ได้แก่ 1) คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น 2) ความภูมิใจในตนเองและการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อออกจำหน่าย (Key word สะใจ รู้สึกภูมิใจ เป็นความท้าทายในงานที่ไม่เคยทำ เมื่อทำได้รู้สึกภูมิใจมาก) 3) ความสุขที่ได้ทำงานที่รัก (Key word ทำงานที่รักได้ทั้งวันไม่เบื่อ มีความสุข) และ 4) การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ขั้นกลาง ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการนำความรู้ไปพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนต่อไป 2) การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าทางวัฒนธรรม และผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย ได้แก่ การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

4. กำหนดตัวชี้วัด และการใช้ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) กับผลลัพธ์ทางสังคม ในงานวิจัยกำหนดให้ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่ใช้ คือ รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น พบว่า มีจำนวน 1,556,120.00 บาทต่อปี ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 11 ราย สำหรับตัวชี้วัดทางสังคม พบว่า มี 1) ความภาคภูมิใจในการประกอบสินค้าวัฒนธรรม ตัวชี้วัดความภูมิใจต่อผลิตภัณฑ์ (เมื่อลูกค้าสวมใส่สะท้อนความภูมิใจ) สามารถกำหนดตัวชี้วัดทางสังคมได้แก่ Life Cycle ของผลิตภัณฑ์ผ้าชิ้น หรือ Life Cycle ของผลิตภัณฑ์ (เสื้อ ชุดเดรส กระโปรง) ด้วยการสัมภาษณ์ลูกค้า/นักการตลาด โดยมีค่าแทนทางการเงิน คือ (ราคาเฉลี่ย/ Life Cycle (3ปี) x ความถี่ในการใส่ ครั้ง/ปี x ปริมาณที่ขายต่อปี 2) การอนุรักษ์สามารถกำหนดตัวชี้วัดทางสังคม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเทียน โดยสัมภาษณ์จากลูกค้า และ 3) ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเทียน สามารถกำหนดตัวชี้วัดทางสังคม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเรียนทำขนมไทย โดยมีค่าแทนทางการเงิน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยหลักสูตรเรียนขนมไทย 1,300 บาทต่อหลักสูตรต่อคน ซึ่งมีมูลค่าของค่าแทนทางการเงินเท่ากับ 2,600 บาทสำหรับคอร์สเรียนทำขนมไทย โดยมีแหล่งข้อมูลของค่าแทนทางการเงินจาก ร.ร. ศิลปศาสตร์การอาหารไทย (Tinnakorn, 2022)

5. กรณีฐาน (Base Case) เพื่อปรับปรุงมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสม ดังตารางที่ 2 (ภายใต้สมมติฐานที่ว่า มี Drop Off ตลอด 3 ปี) Attribution (กำหนดให้ Discount Rate = Interest Rate = 3.50%) รายละเอียดเป็นดังนี้

ตารางที่ 2 กรณีฐาน (Base Case)

ผลิตภัณฑ์	ค่าปัจจัยสนับสนุน (Attribution)	อัตราสูญเสีย (Deadweight)	อัตราทดแทน (Displacement)	การถดถอยของผลลัพธ์ (Drop-off)
1.พวงกุญแจลายเทียน	10%	20%	0	10%
2.ภาพแกะสลักเทียน	10%	20%	0	30%
3.เสื้อผ้าฝ้ายทอมือปักลายเทียน	10%	0	0	30%
4.กระเป๋าย่านผ้าเยียนลายเทียน	10%	0	0	10%
5.ที่รองจาน แก้ว ลายเทียน	10%	0	0	10%
6.ขนมบงกชมาศ	10%	20%	0	30%
7.นาฏศิลป์รำสี่แสง	10%	0	0	30%
8.เค้กพิมพ์ลายเทียน	10%	0	0	30%
9.เสื้อผ้าฝ้ายทอมือ Eco Print	20%	0	0	30%
10.เสื้อผ้าฝ้ายย้อมครามลายเทียน	20%	0	0	30%
11.บริการนำเที่ยว	20%	0	0	30%

จากตารางที่ 2 กรณีฐาน (Base Case) พบว่า ปัจจัยสนับสนุน ของผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 1-8 มีค่าเท่ากับ 10% เนื่องจากมีองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะทุนเดิมของผู้ประกอบการที่มีอยู่แล้วและมีเพียงงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเท่านั้นที่ให้การสนับสนุน ขณะที่ผลิตภัณฑ์ลำดับที่ 9-10 มีเท่ากับ 20% ส่วนอัตราสูญเสียของผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 1-2 และ 6 มีค่าเท่ากับ 20% เนื่องจาก ปกติถ้าไม่มีโครงการวิจัยนี้มาช่วยพัฒนา ผู้ประกอบการตั้งใจจะจำหน่าย



ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ประมาณปีละ 2 แบบ นอกนั้นให้ความเห็นว่าไม่เคยคิดที่จะนำภูมิปัญญาการทำเทียนมาต่อยอดเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้า และอัตราทดแทนทุกผลิตภัณฑ์มีค่าเท่ากับ 0 เนื่องจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าจากภูมิปัญญาการทำเทียนของแต่ละผู้ประกอบการ ไม่มีผลทำให้ยอดขายของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าคล้ายกันกับผู้ประกอบการมียอดที่ลดลง อีกทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นวงกว้างซึ่งอาจมีผลกระทบแต่ไม่ชัดเจนว่าไปกระทบกับใคร ขณะที่การถดถอยของผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 2-3 และ ลำดับที่ 6-11 มีค่าเท่ากับ 30% เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการเพิ่มมูลค่าภูมิปัญญาการทำเทียนนี้จะอยู่ได้นาน 3 ปี ถึงจะลดลง นอกนั้นมีค่าเท่ากับ 10%

6. สรุปการลงทุนและผลตอบแทน (กำหนดให้ Discount rate = Interest rate = 3.50%) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การคำนวณมูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับ

ผลิตภัณฑ์	ผลลัพธ์สุทธิที่ประเมินค่าได้ (ต่อปี)			มูลค่าผลลัพธ์รวม	มูลค่าปัจจุบัน (Present Value)
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2		
1. พวงกุญแจลายเทียน	208,656.00	187,790.40	169,011.36	565,457.76	529,342.91
2. ภาพแกะสลักเทียน	70,000.00	49,000.00	34,300.00	153,300.00	144,311.51
3. เสื้อผ้าฝ้ายทอมือปักลายเทียน	135,000.00	94,500.00	66,150.00	295,650.00	278,315.05
4. กระเป๋าย่อมผ้าเขียนลายเทียน	67,500.00	60,750.00	54,675.00	182,925.00	171,241.88
5. ที่รองจาน แก้ว ลายเทียน	30,600.00	27,540.00	24,786.00	82,926.00	77,629.65
6. ขนมนงกษมาศ	167,930.00	117,551.00	82,285.70	367,766.70	346,203.31
7. นาฏศิลป์รำสี่แสง	88,200.00	61,740.00	43,218.00	193,158.00	181,832.50
8. เค้กพิมพ์ลายเทียน	72,576.00	50,803.20	35,562.24	158,941.44	149,622.17
9. เสื้อผ้าฝ้ายทอมือ Eco Print	97,600.00	68,320.00	47,824.00	213,744.00	201,211.48
10. เสื้อผ้าฝ้ายย้อมครามลายเทียน	46,800.00	32,760.00	22,932.00	102,492.00	96,482.55
11. บริการนำเที่ยว	240,000.00	168,000.00	117,600.00	525,600.00	494,782.32
รวม	1,224,862.00	918,754.60	698,344.30	2,841,960.90	2,670,975.34

จากตารางที่ 3 การคำนวณมูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า ผลลัพธ์สุทธิที่ประเมินค่าได้ (ต่อปี) ปีที่ 0 มีค่าเท่ากับ 1,224,862.00 บาท ปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ 918,754.60 และปีที่ 2 มีค่าเท่ากับ 698,344.30 มีมูลค่าผลลัพธ์รวมเท่ากับ 2,841,960.90 บาท และมีมูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 2,670,975.34 บาท

7. แสดงผลการคำนวณ โดยนำเสนอค่าผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ผลตอบแทนการลงทุนทางสังคม (Social Return on Investment : SROI) อัตราผลตอบแทนคิดลด (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการที่มีการปรับแล้ว (Modified Internal Rate of Return: MIRR) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลตอบแทนจากการลงทุน ผลตอบแทนการลงทุนทางสังคม อัตราผลตอบแทนคิด อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการที่มีการปรับแล้ว (กำหนดให้ Discount Rate = Interest Rate = 3.50%)

มูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับ	2,670,975.34
มูลค่าการลงทุนที่ใช้ไป	771,000.00
อัตราส่วน SROI	3.46
NPV	1,899,975.34
ROI	268.61%
IRR	46%
MIRR	16%

จากตารางที่ 4 พบว่า กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้วยอัตลักษณ์ชุมชนย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี มีมูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับเท่ากับ 2,670,975.34 บาท มูลค่าการลงทุนที่ใช้ไป เท่ากับ 771,000.00 บาท มีอัตราส่วน SROI เท่ากับ 3.46 หมายความว่า ทุก 1 บาท ที่ลงทุนในโครงการสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 3.46 บาท สรุปได้ว่าโครงการฯ สร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและมีคุณค่าต่อการลงทุนในงบประมาณที่ดำเนินการ แสดงให้เห็น ว่าการลงทุนของเงินทุก 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ประกอบการทั้งคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 3.46 บาท ถือว่างานวิจัยนี้ซึ่งงบประมาณได้อย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยเกิดผลลัพธ์ขึ้นต้นด้านเศรษฐกิจ ทำให้มีคุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น ด้านสังคม เกิดความภูมิใจในตนเองและการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อออกจำหน่าย ความสุขที่ได้ทำงานที่รัก เกิดผลลัพธ์ขึ้นกลางได้แก่การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม กล่าวคือผู้ประกอบการนำความรู้ไปพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนต่อไป เกิดการกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าทางวัฒนธรรม และผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายได้แก่ การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Martins, Braga, Braga and Ferreira (2020) ที่ให้ความเห็นว่า การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เป็นกระบวนการทำความเข้าใจ วัดผล และรายงานคุณค่าทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจที่เกิดจากการแทรกแซงขององค์กร ช่วยให้สามารถคำนวณและวัดผลตอบแทนทางการเงิน ผ่านการรับรู้และประสบการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และในงานของ Phongviritthon et al (2024) ที่พบว่า SROI สำหรับโครงการนวัตกรรมจากัญชงบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีมูลค่าผลลัพธ์สุทธิเท่ากับ 3.22 หมายความว่าทุก 1 บาท โครงการสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 3.22 บาท แสดงว่าโครงการสร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนในงบประมาณที่ดำเนินการ และในงานวิจัยของ Sirilamduan, Mudor, Komut and Musika (2022) ที่พบว่า การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการการสร้างสรรคและฟื้นฟูศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ฟ้อนผู้ไทบ้านป่าข่า อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย มีค่า SROI เท่ากับ 1.21 เมื่อกำหนดระยะเวลาการเกิดผลลัพธ์ 5 ปี อัตราคิดลดร้อยละ 3.5 พบว่า อัตราผลตอบแทนการลงทุน 1: 3.12 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแสดงผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเมื่อเปลี่ยนแปลงกรณีฐาน ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมระบุมความสัมพันธ์ของปัจจัยนำเข้าและผลลัพธ์ ซึ่งสามารถนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการลงทุนทางวัฒนธรรม วิธีการ SROI เป็นวิธีให้ค่าแทนทางการเงินผลลัพธ์ที่จับต้องไม่ได้ให้สามารถประเมินมูลค่าการลงทุนทางวัฒนธรรมได้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Naksenee, Saengkhae and Phithak (2022) ที่ศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนกรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข วิถีไทยรามัญ พบว่า ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) มีค่าเท่ากับ 6.73 ซึ่งให้เห็นว่าการริเริ่มดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุขวิถีไทยรามัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนนั้น มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยสร้างงานกระจายรายได้ให้ชุมชน และแก้ไขปัญหาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ระบบการขนส่งในพื้นที่ที่ไม่เพียงพอได้อย่างแท้จริง



สรุปผลการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี ครั้งนี้ ประเมินจากกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม จำนวนทั้งสิ้น 11 ราย เป็นผู้ประกอบการสินค้า จำนวน 9 ราย จำหน่ายสินค้า ได้แก่ พวงกุญแจลายเทียน ภาพแกะสลักเทียน เสื้อผ้าฝ้ายทอมือปักลายเทียน กระเป๋าย่ามผ้าเขียนลายเทียน ที่รองจาน แก้ว ลายเทียน เสื้อผ้าฝ้ายทอมือ Eco Print เสื้อผ้าฝ้ายย้อมครามลายเทียน ขนมอบกษมาศ เค้กพิมพ์ลายเทียน และบริการจำนวน 2 บริการ ได้แก่ นาฏศิลป์ รำสี่แสง และบริการนำเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอัตราผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในช่วงระยะเวลาการลงทุนปีแรกตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2565 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2566 ซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดไว้ กล่าวคือ เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) สำหรับโครงการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า มีมูลค่าผลลัพธ์สุทธิ เท่ากับ 3.46 ทั้งนี้ทุก 1 บาท ที่ลงทุนในโครงการฯ สามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 3.46 บาท สรุปได้ว่าโครงการฯ สร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและมีคุณค่าต่อการลงทุนในงบประมาณที่ดำเนินการ ทำให้คนทำงานด้านสังคมทราบค่าผลประโยชน์สุทธิของโครงการในรูปของตัวเงิน ดังนั้น จึงควรสนับสนุนให้มีกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี ระยะยาวอย่างต่อเนื่องและขยายผลไปยังพื้นที่อื่นให้กว้างขวางมากขึ้น ทั้งนี้ตัวเลข SROI ที่ได้ เป็นตัวเลขที่คำนวณเฉพาะผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่วัดจากรายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น ไม่รวมถึงผลลัพธ์ด้านสังคม ได้แก่ ความภาคภูมิใจในการประกอบธุรกิจสินค้าวัฒนธรรม การอนุรักษ์และการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม เพื่อค่าที่คำนวณ SROI จะไม่อ้างอิงจริงจัง ดังนั้นหากนำมารวมในการประเมิน SROI ในครั้งนี้จะทำให้มีตัวเลขที่มากกว่า 3.46 บาท

การต่อยอดภูมิปัญญาการทำเทียนในชุมชนย่านเมืองเก่าอุบลราชธานี ด้วยการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีบริการในรูปแบบใหม่เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญสะท้อนให้สาธารณะได้รับรู้ภูมิปัญญาการทำเทียนของชาวจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ที่ได้รับรู้ผ่านรูปแบบงานประเพณีแห่เทียนพรรษาในช่วงเข้าพรรษาแล้ว และการนำมาประยุกต์ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เกิดรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมระดับท้องถิ่น และเพิ่มคุณค่าของภูมิปัญญาการทำเทียนในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม

ทั้งนี้ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ส่วนใหญ่การได้มาของค่าต่างๆ ในการคำนวณเป็นค่าที่มีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอ การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)			
Discount rate	NPV	SROI	MIRR
6.50%	1,767,257.38	3.29	18.31%
5.00%	1,832,128.81	3.38	17.24%
3.50%	1,899,975.34	3.46	16.16%
3.00%	1,923,284.70	3.49	15.80%
2.50%	1,946,953.28	3.53	15.44%

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) พบว่า ถ้ากำหนดให้อัตราคิดลด เป็น 3.50% จะมีค่า NPV เท่ากับ 1,899,975.34 บาท ค่า SROI เท่ากับ 3.46 และค่า MIRR เท่ากับ 16.16% หากอัตราคิดลดเป็น 5.00% ค่า NPV เท่ากับ 1,832,128.81 บาท ค่า SROI เท่ากับ 3.38 และค่า MIRR เท่ากับ 17.24% แต่หากเพิ่มอัตราคิดลดเป็น 6.50% ค่า NPV เท่ากับ 1,767,257.38 บาท ค่า SROI เท่ากับ 3.29 และค่า MIRR เท่ากับ 18.31% หรือหากลดอัตราคิดลดจาก 3.50% เป็น 3.00% ค่า NPV เท่ากับ 1,923,284.70 บาท ค่า SROI เท่ากับ 3.49 และค่า MIRR เท่ากับ 15.80% แต่หากลดอัตราคิดลด เป็น 2.50% ค่า NPV เท่ากับ 1,946,953.28 บาท ค่า SROI เท่ากับ 3.53 และค่า MIRR เท่ากับ 15.44%

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. มีผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่ได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม จำนวน 11 ราย และมีต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม จำนวน 11 ต้นแบบ
2. ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาการทำเทียนของชุมชนย่านเมืองเก่าอุบลราชธานีเป็นที่รู้จักแก่สาธารณะรวมถึงการสร้างการรับรู้แก่คนในสังคมเกี่ยวกับการพัฒนาเพื่อยกระดับภูมิปัญญาการทำเทียนทั้งในมิติมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ได้รับการอนุรักษ์ สืบสานและต่อยอด ทำให้เกิดการนำไปใช้ในวงกว้างโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรายอื่นที่สนใจ หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรม จังหวัด พานิชย์จังหวัดอุบลราชธานี เทศบาลนครอุบลราชธานี สามารถนำรูปแบบการยกระดับทุนทางวัฒนธรรมนี้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ หรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้กระจายไปยังพื้นที่รอบๆ เพื่อป้องกันการกระจุกตัวและสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ด้านผลลัพธ์ทางสังคม และผลลัพธ์ทางสิ่งแวดล้อม ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนร่วมด้วย เพื่อการประเมินผล SROI จะได้ครอบคลุมทุกมิติ

ข้อจำกัดการวิจัย

การดำเนินงานเพื่อให้กิจการเกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคตนั้น จำเป็นต้องสร้างผลกำไรควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน ดังนั้นการแสดงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียหลักอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถวัดค่าออกเป็นตัวเลขทางการเงินอย่างชัดเจนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้กิจการ ผู้มีส่วนได้เสียและสาธารณชนได้ทราบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยมิติตัวเลขทางการเงินมายืนยันผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน อย่างไรก็ตามการคำนวณ (SROI) อาจมีความแตกต่างกันในการประเมินโครงการเดียวกัน และจะต้องปรับสัดส่วนบนค่าผลลัพธ์ ได้แก่ Attribution (เกิดโดยผู้อื่น) Deadweight (ไม่ทำก็เกิด) Displacement (การทดแทนผลลัพธ์) และ Drop-off (เลือนหายตามเวลา) ก่อนที่จะนำไปคำนวณผลตอบแทนทางสังคมในขั้นตอนสุดท้าย ดังนั้นการใช้เครื่องมือ SROI ในการประเมินโครงการเดียวกัน มีความเป็นไปได้ที่จะให้ผลตอบแทนทางสังคมที่ต่างกัน อาจเกิดจากหลายสาเหตุ ได้แก่ 1) ขึ้นอยู่กับการเลือกตัวแทนค่าทางการเงิน และค่าของตัวแปรที่ใช้ในการระบุผลกระทบ เนื่องจาก SROI เป็นเครื่องมือประเมินค่าไม่ใช่เครื่องมือวัดผล 2) การใช้ดุลพินิจของผู้ที่ทำการประเมินต่อการเลือกตัวแทนค่า (Proxies) ทางการเงินที่เหมาะสม รวมทั้งการให้น้ำหนักของค่าตัวแปรเพื่อปรับสัดส่วนบนค่าผลลัพธ์ ก่อนที่จะนำไปคำนวณผลตอบแทนทางสังคมในขั้นตอนสุดท้าย 3) การเลือกหน่วยงานผู้ที่ทำการประเมินจากภายนอก เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเชื่อถือได้ อาจไม่เป็นอิสระเนื่องจากองค์กรผู้ดำเนินโครงการเป็นผู้ว่าจ้างให้ทำการประเมิน และ 4) การนำผลการประเมินเผยแพร่ให้ต่อสาธารณะ ต้องระวังการอวดอ้างเกินจริง (Over-Claim) ที่มักเกิดจากการเลือกหรือคำนวณค่า Proxies ที่มีความเอนเอียงในทางที่ให้คุณแก่โครงการมากเกินไป

References

- Aphibunyopas, J. and Klamsaengsai, S. (2020). Kan songsoem lae phatthana thurakit muban tham ma khakhai : korani suksa wisahakit chumchon klum tho phaya 'om si thammachat nong bua daeng 'amphoe nong bua daeng changwat Chaiyaphum [Development of Promotion and development of village businesses: a case study. Nong Bua Daeng Natural Dye Weaving Group Community Enterprise Nong Bua Daeng District Chaiyaphum Province]. *Thai Tourism Journal International*. 16(2),1-21



- Aiphong, T. (2020). *Kānmī suānrūām khōṅg chumchon nai kānbōrīhān chātkaṅ pā chumchon bæp yangyūn nai tambon māe tha 'amphoe Māe Ōn chāngwat Chāng Mai [Development of Community participation in sustainable community forest management in Mae Tha Subdistrict, Mae On District. Chiang Mai Province]*. Retrieved January 2022, from <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:160872>
- Sirilamduan, C., Mudor, H., Komut, W. and Musika, K., (2022). *Phontōpthaēn thāng sangkhom chāk kānlongthun thāng watthanatham : kān fūnfū sinlapa kān sadāēng phūnbān [Development of Social returns from cultural investment: restoration Folk performing arts], Research and Innovation for SDGs in the Next Normal*. Retrieved December 2023, from https://www.ubu.ac.th/web/files_up/00008f2022092210374539.pdf
- Comunian, R. and England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*. 29(2),112-128.
- Creighton, J. L. (2005). *The public participation handbook: Making better decisions through citizen involvement*. United States : Jossey-Bass.
- Ferraro, G. P. and Briody, E. K. (2017). *The Cultural Dimension of Global Business*. (8th ed). London : Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315411019>.
- Henderson, G. (2023). *A Short Guide for Cultural Entrepreneurs*. UK : Routledge.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. UK : Penguin.
- Joo, E. (2020). *Soft Power: A Conversation for the Future*. New York : Rizzoli Electa.
- Kongmanee, C., Satsue, P. and Pittayapinan, P. (2018). *Phontōpthaēn thāng sangkhom chāk kānlongthun khōṅg khōṅgkān wīchāi thāng wīthayāsāt nai chut khōṅgkān kānphatthana 'utsahakam yāṅphārā [Development of Social returns from investments of Scientific research project in the rubber industry development project series]. Management Journal Modernism*. 16(2),44-56
- Martins, T., Braga, A., Braga, V., and Ferreira, M. R. (2020). The social innovation Momentum: A qualitative analysis of governance and funding processes. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. 17(1),97-120.
- Naksenee, T., Saengkhae, R. and Phithak, A. (2022). *Phontōpthaēn thāng sangkhom chāk kāndamnoēn thurakit wisahakit chumchon phūa songsoēm kānthōṅthīeo choēng kilā nai kānchat ngān wing chōm bung mā rā tho 'on kōjānī suksā sūn kānrīanrū yū yen pensuk wīthī Thai Rāman [Development of Social returns from business operations. Community enterprise to promote sports tourism in organizing the Chom Bueng Marathon, case study center Learning is cool and happy]. Thairaman way. Lawasri Journal, Thepsatri Rajabhat University*. 6(1),88-105
- National Innovation Agency, Thailand. (2020). *Sroi Calculator*. Retrieved October 25, 2022, from <https://sroi-calculator.nia.or.th>.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *Gross Domestic Product Chain Volume Measures 1/2023*. Retrieved on January 2022, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13214&filename=QGDP_report.
- Osman, A. (2022). Empirical measure of cultural sustainability. *Applied Geography*. 145.1-12 <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2022.102745>
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation, a guide to creating business models*. United States : Jossey-Bass.
- Phasiphon, C. (2017). *Kānpramōēnphon tōpthaēn thāng sangkhom [Development of Evaluation of social Returns]. Journal of Education*. 45(4),343-353



- Phasukwiharadham, P., Vajirapañño, P. D. and Sudhikhambhirayan, P. (2021). Kān songsoēm phūmpanyā thoṅthīn nai kāntham thīanphansā phūa kānthoṅthīeo choēng phut nai chāngwat ‘Ubon Rāṭṭhathānī wārasān kānphatthana kānriānru samai mai , hok (hok) , sāmroṭpāet sāmroṭyīsipsām [Development of Assessing Promoting Local Wisdom in Making Buddhist Lent Candles for Buddhist Tourism in Ubon Ratchathani Province. *Journal of Modern Learning Development*. 6 (6),308–323
- Phongviritthong, K., Panthuri, W., Honglertsakul, C. and Assakan, P. (2024). Kānpramoenphon tōpthaen thāng sangkhom chāk kānlongthun samrap khōngkān nawattakam chāk kan khong bon than thun thāng watthanatham khōng chāt phan mong ‘amphoe phop phra chāngwat Tak [Development of Assessing the social return on investment for hemp-based innovation projects on a bio-based basis Culture of the Hmong ethnic group, Phop Phra District, Tak Province]. *Journal of Economics and Business Administration*. 16(4).In press.
- Phuengpracha, A. (2023). Phūprakōpkān thāng watthanatham kon kai kān phoēm khunkhā watthanatham lāe mūnlakhā sēthakit yāng yangyūn [Development of Cultural entrepreneurs are the “mechanism” for increasing cultural value and sustainable economic value]. Retrieved December 2023, from <https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/532>
- Phonchaichanthatammo, P. (2020). Rūpbāep kān songsoēm praphēnī kān hāe thīanphansā choēng būrana kān khōng chumchon nai ‘amphoe khēm rā thoṅ chāngwat ‘Ubon Rāṭṭhathānī [Development of Model for promoting the tradition of the community's integrated candle procession in Khemarat District, Ubon Ratchathani Province]. *Journal of MCU Peace Studies*. 8(3),1038-1052.
- Raisni, SK. (2020). Planning Business Model Canvas with Swot Method at XYZ Institute. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*. 1(5),781-793. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i5.483>
- Rogers, P. (2014). *Theory of Change: Methodological Briefs - Impact Evaluation No. 2*. Italy : Florence.
- Setthasakko, W. (2020). Phontōpthaen thāng sangkhom chāk kānlongthun : kōṇānī suksā rōnggrām rak singwætloṃ nai prathēt [Development of Thai Social returns from investment: A case study of an environmentally friendly hotel in Thailand]. *Journal of the Accounting Profession*. 16(50),5-22
- Sirilamduan, C., Mudor, H., Komut,W and Musika, K. (2022). Phontōpthaen thāng sangkhom chāk kānlongthun thāng watthanatham : kān fūnfū sinlapa kān sadāēng phūnbān [Development of Social returns from cultural investment: restoration Folk performing arts]. Retrieved January 2022, from https://www.ubu.ac.th/web/files_up/00008f2022092210374539.pdf
- Social Value Thailand. (2020). *SROI 101 Introduction to Social Return on Investment*. Retrieved January 2022, from <https://online.fliphtml5.com/wuiji/eycx/#p=4>
- Srakawee, K. (2021). Thritsadi kān plianplāeng lāe tua chī wat thāng phruttkam nai kānpramoenphon krathop thāng sangkhom . [Development of Theory of Change and Behavioral Indicators in Social Impact Assessment]. *Warasan Phuettikammasat*. 27(2),1-19.
- Tiberghien, G. and Lennon, J. J. (2022). Managing authenticity and performance in Gulag Tourism, Kazakhstan. *Tourism Geographies*. 24(6-7),1219-1243. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1674371>
- Tinnakorn, P. (2022). *Laksut khanom Thai būāngton [Development of Basic Thai dessert course]*. Retrieved May 2022, from <https://www.mlpuang.com/?p=92>