

รายงานผลการประเมิน ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน SOFT POWER กล้วยไข่กำแพงเพชร
ด้านอาหาร (FOOD) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
ของจังหวัดกำแพงเพชร ประจำปีงบประมาณ 2567



สำนักศิลปะและวัฒนธรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ผลการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของ โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร

ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ด้วยยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ ในการเป็นสถาบันอุดมศึกษาพัฒนาท้องถิ่น ด้วยการบูรณาการศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาในท้องถิ่นด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป้าหมายในการสร้างแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น มิติการสร้างเศรษฐกิจจากรากฐานทุนทางวัฒนธรรม โดยมีกระบวนการแบบหรือแนวความคิดของสังคมและวัฒนธรรมปัจจุบัน ให้เกิดการประยุกต์อย่างบูรณาการสอดคล้องสัมพันธ์และส่งผล ต่อกันและกันระหว่างศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งการนำมาต่อยอดผสมผสานกับเทคโนโลยีส่งเสริมสภาพแวดล้อม ที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลก นำไปสู่การยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นแกนหลักของกระบวนการผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ในสาขาต่าง ๆ เพื่อให้ศิลปวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ประเทศไทย มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และพัฒนาได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในการผลักดันวัฒนธรรมผลักดันซอฟต์แวร์ของไทย โดยการขับเคลื่อน 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์แวร์ (One Family One Soft Power : OFOS) และ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ในการนำอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์สู่เวทีโลก ด้วยการทูต เชิงวัฒนธรรม หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องนำซอฟต์แวร์ของไทยเผยแพร่สู่ตลาดโลก และนโยบายซอฟต์แวร์ของกระทรวงวัฒนธรรมที่ได้กำหนดขอบข่ายซอฟต์แวร์ 5 ด้านหรือนโยบาย 5F ได้แก่ 1) อาหาร (Food) 2) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) 4) มวยไทย (Fighting) และ 5) การอนุรักษ์และขับเคลื่อน เทศกาล ประเพณีสู่ระดับโลก (Festival)

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เป็นสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีพันธกิจในการจัดการศึกษา วิจัยบริการวิชาการ บูรณาการศิลปวัฒนธรรมสร้างคุณค่าและมูลค่า บทบาทและพันธกิจของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ให้มีศักยภาพในการจำหน่าย สร้างรายได้ในชุมชนท้องถิ่นและสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่าตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ร่วมกันในการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อแก้ไขปัญหาตอบสนองความต้องการในระดับพื้นที่ รวมทั้งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักให้กระบวนการดำเนินงานการจัดทำแผนงานโครงการในระดับพื้นที่มีประสิทธิภาพ โดยพื้นที่ที่มุ่งเน้นหลัก คือ จังหวัดกำแพงเพชร เป็นพื้นที่ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของจังหวัดให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการทำงานในลักษณะการบูรณาการในการขับเคลื่อนของทุกภาคส่วน โดยได้ใช้องค์ความรู้ วิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มหาวิทยาลัยมี และได้นำไปต่อยอดเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่หลากหลายในการพัฒนาพื้นที่ชุมชน และท้องถิ่นในการสร้างเครือข่ายการบูรณาการ สู่การแก้ปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ในทุก

มิติของคนในชุมชนเป็นสำคัญ โดยการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพชุมชน Soft Power ด้วยองค์ความรู้อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีผลิตภัณฑ์เป้าหมาย คือ กล้วยไข่กำแพงเพชร ในการส่งเสริมให้เป็น Soft Power ด้านอาหาร และนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมให้เป็นอาหารประจำจังหวัดกำแพงเพชรและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ต่อไป

กล้วยไข่ เป็นผลไม้พื้นถิ่นประจำจังหวัดกำแพงเพชร ด้วยรสชาติและรูปร่างลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เด่น คือ ก้านผลสั้น เปลือกบาง ผลอ่อนสีเขียว เมื่อสุกเหลืองสดใส และมีจุดดำเล็กๆ เมื่อผลสุกเนื้อกล้วยไข่จะมีสี ครีมนมเหลือง เข้ม กลิ่นหอม เนื้อแน่นละเอียด รวมถึงเป็นผลไม้ที่มีปริมาณวิตามินและเกลือแร่สูง เช่น เบต้าแคโรทีน วิตามินซี วิตามินเอ วิตามินบี2 วิตามินบี 6 รวมถึงฟอสฟอรัสและโพแทสเซียมสูง ซึ่งสารเหล่านี้จะช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระที่เป็น สาเหตุของการเกิดโรคมะเร็ง หรือทำให้เนื้อเยื่ออักเสบ โดยในกล้วยไข่ 1 ผล น้ำหนักประมาณ 40 กรัม มีสารเบต้าแคโรทีนสูงถึง 108 ไมโครกรัม วิตามินอี 0.19 มิลลิกรัม วิตามินซี 4 มิลลิกรัม และให้พลังงานถึง 44 กิโลแคลอรีกล้วยไข่ กำแพงเพชร จึงจัดเป็นผลไม้ประจำถิ่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัดมีตลาดเฉพาะ และมีมูลค่าความต้องการผลผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนมาก จังหวัดกำแพงเพชร จึงได้ส่งเสริมให้เป็นผลไม้อัตลักษณ์ประจำถิ่น เนื่องจากกล้วยไข่เป็นผลไม้ที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชรที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วประเทศ เมื่อนึกถึงเมืองกำแพงเพชร ต้องนึกถึงกล้วยไข่ควบคู่กันไปทุกครั้ง ดังคำขวัญของจังหวัด “กรุพระเครื่องเมืองคนแกร่ง พระแสงฯล้ำค่า ศิลาลงใหญ่ กล้วยไข่หวาน น้ำมันลานกระบือ เลื่องลือมรดกโลก” ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยสำนักศิลปะและวัฒนธรรม จึงเล็งเห็นว่า กล้วยไข่กำแพงเพชร สามารถไปประกอบเมนูอาหารให้ได้ลิ้มรสกันได้หลากหลายเมนู จึงได้จัดให้มีการดำเนินงาน โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ และส่งเสริมให้เป็นอาหารประจำจังหวัดกำแพงเพชร และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ต่อไป

สรุปผลการดำเนินงาน

1. กิจกรรมการรวบรวมองค์ความรู้ ศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “องค์ความรู้อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น” ผลการดำเนินงาน คือ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลประวัติความเป็นมาของกล้วยไข่กำแพงเพชรและการออกแบบเมนูอาหารพื้นบ้านที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร จำนวน 10 เมนู ได้แก่ 1. ต้มข้าไก่ กล้วยไข่ 2. ผัดไก่พริกแห้งกล้วยไข่ 3. ยำหัวปลีทอด 4. น้ำพริกกล้วยไข่กรอบ 5. ทับทิมกรอบแกนกล้วยไข่ 6. แกงมัสมั่นไก่ กล้วยไข่ 7. กวยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง 8. ห่อหมกกล้วยไข่ 9. กะหรีบับกล้วยไข่ และ 10. ขนมหม้อแกงกล้วยไข่

2. กิจกรรมการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสินค้า Soft Power ในวันที่ 30 พฤษภาคม 2567 ณ พิพิธภัณฑ์สถานจังหวัด กำแพงเพชร เฉลิมพระเกียรติ สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยมีร้านอาหารในจังหวัด กำแพงเพชร และชุมชนเข้าร่วมอบรมจำนวน 50 คน ประกอบด้วย ร้านเป่าปาก ร้านบ้านริมน้ำ ร้านมนตร์กลูกทุ่ง ร้านเสีอร่องไห ร้านเพลิน ชุมชนเครือข่ายท่องเที่ยวตำบลคลองน้ำไหล ชุมชนหนองปลิง ชุมชนบ้านบ่อสามแสน

3. ผลการดำเนินงานกิจกรรมการสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอเรื่องราว Soft Power จากอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น” ในวันที่ 30 - 31 พฤษภาคม 2567 ณ พิพิธภัณฑ์สถานจังหวัด กำแพงเพชร เฉลิมพระเกียรติ และสวนกล้วยไข่ ตำบลสระแก้ว อ.เมือง จ.กำแพงเพชร

4. กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ Soft Power กลุ่มเป้าหมายเยาวชนคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในวันที่ 15 มิถุนายน 2567 ณ สำนักศิลปะและวัฒนธรรม

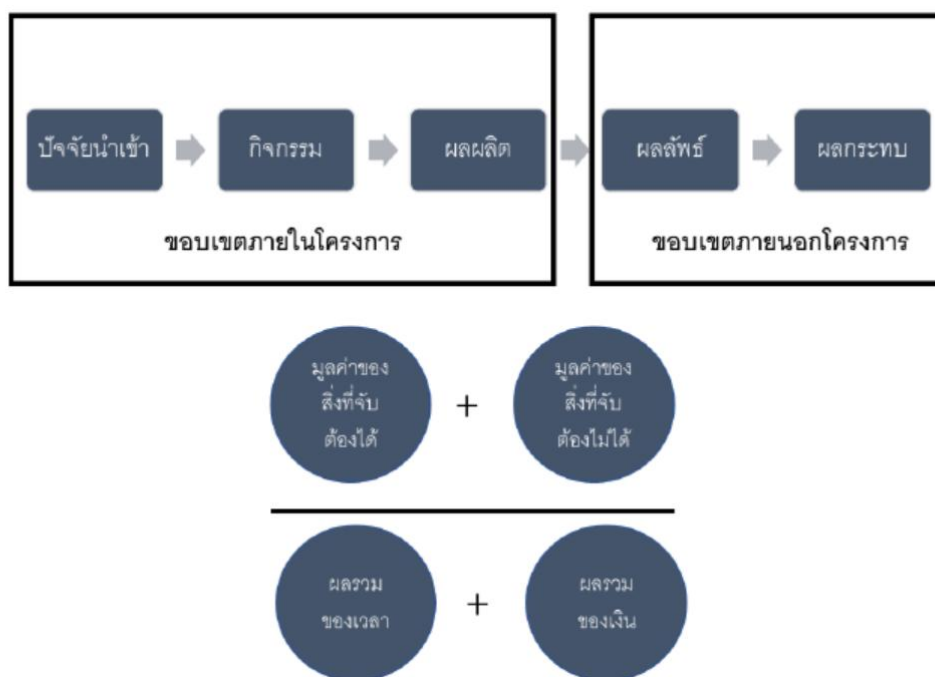
5. กิจกรรม (Festival) สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน/พื้นที่ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในวันที่ 3 สิงหาคม 2567 ณ หอประชุมรัตนอาภา มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร ภายใต้ชื่องาน Kluay Khai Festival By KPRU โดยในงานมีการจัดนิทรรศการองค์ความรู้อาหารพื้นบ้าน จากกล้วยไข่กำแพงเพชร และการจัดซุ้มอาหารจากร้านอาหารในจังหวัดกำแพงเพชร และชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย

1. ร้านบ้านริมน้ำ เมนูอาหาร แกงเผ็ดหมูย่างกล้วยไข่ และยำกล้วยไข่ใส่กุ้ง
2. ร้านมนตร์กลูกทุ่ง เมนูอาหาร ห่อหมกกล้วยไข่
3. ร้านเสีอร่องไห เมนูอาหาร บุชบงทรงเครื่อง และทับทิมชากังราว
4. ร้านเพลิน เมนูอาหาร ทาร์ตกล้วยไข่
5. ร้านเป่าปาก เมนูอาหาร กล้วยไข่นางนวล
6. ศูนย์บริรักษ์ไทย เมนูอาหาร มีสมันกล้วยไข่
7. ชุมชนเครือข่ายท่องเที่ยวตำบลคลองน้ำไหล เมนูอาหาร เมี่ยงคำกล้วยไข่
8. ชุมชนหนองปลิง เมนูเครื่องดื่ม Craft soda Kluay Khai
9. ชุมชนบ้านบ่อสามแสน เมนูอาหาร น้ำพริกกล้วยไข่

และชมสื่อวีดิทัศน์นำเสนอเรื่องราว Soft Power อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “อาหารพื้นบ้านด้วย กล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่น” และขบวนแห่ขันโตกอาหารพื้นบ้านกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับแขก VIP และเสิร์ฟอาหารให้กับแขกผู้ร่วมงานได้รับประทานอาหารที่ทำจากกล้วยไข่ กำแพงเพชร พร้อมรับชมการแสดง Mini Light & Sound Soft Power กล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร จากสำนักศิลปะ และวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

กรอบแนวคิดการประเมิน SROI

การดำเนินโครงการได้อาศัยการประเมินผลกระทบผ่านการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากโครงการเป็นการยกระดับนวัตกรรมชุมชนด้วยกระบวนการวิศวกรรมสังคม ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลทางการเงินเท่านั้น มิติการประเมินทางสังคมก็เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องประเมินเพิ่มเติมเข้าไปด้วย โดยการประเมินผลกระทบอาศัยการสอบถามข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการโดยตรง และในกรณีที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่สามารถให้มูลค่าของผลกระทบได้โดยตรงการประเมินจะอาศัยตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy) จากงานวิจัยที่เชื่อถือได้เข้ามาช่วยในการประเมิน สำหรับระยะเวลาในการประเมินผลกระทบ พิจารณาจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหลักและคิดระยะเวลาการประเมินผลกระทบภายใน 5 ปี เนื่องจากผลกระทบของโครงการในบางครั้งยังไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในปีแรกจำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาช่วงหนึ่งเพื่อให้เกิดผู้ใช้ประโยชน์ หรือ ผู้รับผลประโยชน์จากโครงการเกิดขึ้น



ภาพที่ 1 แสดงกรอบการประเมิน SROI

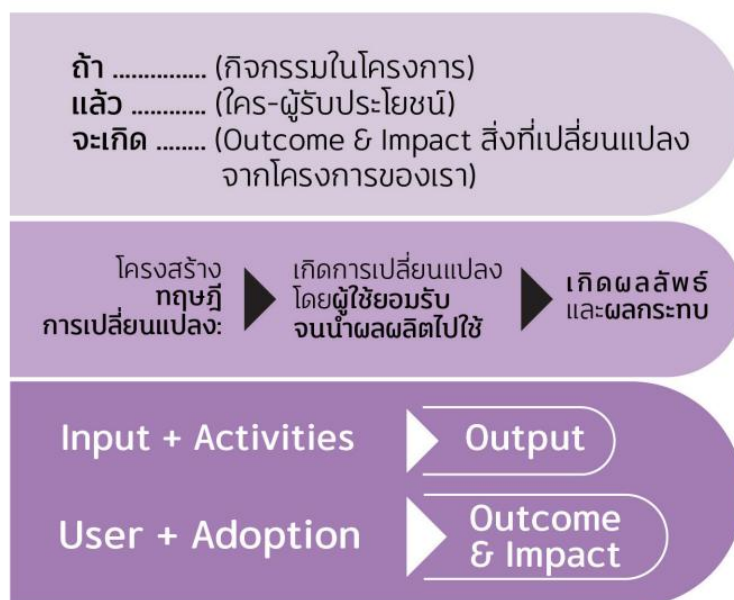
ที่มา: Social value Thailand. (2020). Introduction to Social Return on Investment. Retrieved 9 July 2022 from <https://online.fliphtml5.com/wuiji/eycx/#p=1>

ในกรอบการประเมินด้วย SROI ข้างต้น จะเห็นว่า SROI เป็นการประเมินผลลัพธ์และผลกระทบอันเกิดจากโครงการใด ๆ หนึ่งความยุ่งยากในการประเมินจะเกี่ยวข้องกับมูลค่าของสิ่งของที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรือไม่สามารถหามูลค่าทางการตลาดได้โดยตรง ซึ่งจะต้องอาศัยวิธีการประเมินมูลค่า (Valuation method) ประเภทต่าง ๆ

องค์ประกอบของการประเมิน SROI

จากโดยหลักการของการประเมินโครงการด้วยกรอบของ SROI การอธิบายให้ชัดเจนว่าเมื่อโครงการตั้งขึ้นมาแล้ว ปัญหาสังคมด้านใดที่จะเปลี่ยนไปอย่างชัดเจน หากไม่สามารถอธิบายได้ แสดงว่าโครงการนั้นไม่ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงใดต่อสังคม ในส่วนของผลลัพธ์ทางสังคม หากสามารถเขียนได้เป็นรูปธรรมและระบุอย่างชัดเจนได้มากเท่าไร ก็จะสามารถตีค่าการเปลี่ยนแปลงนั้นออกมาเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจนมากเท่านั้น อีกทั้งยังสามารถเขียนทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและห่วงโซ่ผลลัพธ์ซึ่งเป็นรากฐานของความเข้าใจการมีบทบาทของกิจกรรมของโครงการให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย แม้สำหรับคนที่ไม่เคยรู้จักกิจการนี้มาก่อนซึ่งสามารถแสดงออกในรูปแบบทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและกรอบการประเมิน SROI ตามภาพที่ 9 และ 10 ตามลำดับ

- ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) เป็นการแสดงผลลัพธ์ทางสังคมโดยดูจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
- ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) เป็นการแจกแจงกิจกรรม (Activities) และผลผลิต (Output) ที่จะทำให้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่นิยามไว้แล้วเกิดขึ้นเป็นความจริง และกรณีฐาน (Base Case Scenario) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของการประเมินหาผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน



ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

ที่มา : จาก คู่มือการประเมินผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment :SIA) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return On Investment :SROI) โครงการเพื่อสังคม (น. 25), โดย เศรษฐภูมิ บัวทอง และคณะ, 2564, วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์.



ภาพที่ 3 แสดงกรอบการประเมิน SROI

จากรูปข้างต้นโดยสรุปในการประเมิน SROI จะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่สำคัญคือ 1) ปัจจัยนำเข้า 2) ผลผลิต 3) ผลลัพธ์ และ 4) ผลกระทบ หรือเราอาจเรียกองค์ประกอบและกระบวนการดังกล่าวนี้ว่า Impact Pathway

แนวทางการประเมิน

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เพื่อให้ประเมินได้อย่างถูกต้องวิธีและทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ มีดังนี้

1. ต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และดึงให้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด

โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคลหรือองค์กรที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการดำเนินโครงการ ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ดีที่สุด และสามารถช่วยแยกแยะระหว่างผลลัพธ์ที่สำคัญกับไม่สำคัญ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องค้นหาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมและนำเข้ามาในการวิเคราะห์ผลลัพธ์ทางสังคมร่วมกัน

2. เข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง

ต้องเข้าใจว่าการประเมินผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเป็นการวัดสิ่งที่เปลี่ยนแปลงทั้งเชิงบวกและเชิงลบ มีทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ซึ่งเป็นไปไม่ได้เลยที่นักวิจัยจะเห็นการเปลี่ยนแปลงทุกเรื่อง ดังนั้นสิ่งที่สำคัญคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะบุคคลเหล่านั้นคือ ผู้ที่สัมผัสกับความเปลี่ยนแปลง

3. ใช้ “ค่าตัวแทนทางการเงิน” ที่ค่าผลสำคัญ

ค่าตอบแทนทางการเงิน (Financial Proxy) คือ ค่าประมาณเพื่อแทนมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์ทางสังคมในกรณีที่ไม่มีทราบค่าทางการเงินที่แน่นอน ซึ่งผลลัพธ์ทางสังคมหลายตัวแม้จะไม่ใช่ตัวเงินโดยตรง แต่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่มีราคาตลาด กรณีเหล่านี้สามารถนำค่าตัวแทนทางการเงินมาใช้ประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์ ควรต้องใช้ค่าตัวแทนทางการเงินที่มีความเกี่ยวข้องกัน และต้องคำนึงถึงความแตกต่างกันในบริบททางสังคมของแต่ละพื้นที่ด้วย เช่น ราคาคาร์บอนที่ซื้อขายในตลาดคาร์บอนเครดิตมาใช้เป็น “ค่าตัวแทน” ของต้นทุนก๊าซเรือนกระจก ยิ่งกิจการสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้เท่าไรจะยิ่งสร้างมูลค่าทางสังคมได้มากเท่านั้น

4. รวมเฉพาะสิ่งที่เป็น “สาระสำคัญ”

การประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน ต้องคัดเฉพาะผลลัพธ์ทางสังคมที่สำคัญ เน้นไปยังประเด็นที่มีความสำคัญจริง ๆ โดยอาศัยการอ้างอิงพันธกิจขององค์กรหรือเป้าหมายที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และการรับฟังความคิดเห็นถึงผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยต้องเลือกผลลัพธ์ทางสังคมที่ผู้มีส่วนได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายขององค์กร มาประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน ถึงแม้ผลลัพธ์ทางสังคมใดจะเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับ ผลกระทบก็ตาม แต่หากไม่สอดคล้องกับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรก็ไม่ต้องนำมาประเมินผลกระทบทาง สังคมจากการลงทุน

5. หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง

โดยต้องยอมรับว่าไม่ได้มีเพียงองค์กรที่กำลังประเมินเพียงแห่งเดียวที่สร้างผลลัพธ์ทางสังคมนั้น แต่หากยังมีหน่วยงานอื่นหรือปัจจัยอื่นทำให้เกิดผลลัพธ์ดังกล่าว ดังนั้น การระบุคนหรือองค์กรอื่น (Attribution) ว่ามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา นั้น ๆ อย่างไร จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมมีความน่าเชื่อถือ เช่น โครงการช่วยเหลือผู้ชราให้มีรายได้เสริมโดยมีเป้าหมายคนละ 900 บาท/เดือน แต่ขณะเดียวกันรัฐบาลใช้นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ 500 บาท เท่ากันว่าผลลัพธ์ “ผู้ชราที่มีรายได้เพิ่มขึ้น” ที่โครงการมีส่วนสร้าง คือ $900 - 500 = 400$ บาท/เดือน ฉะนั้นตัวเลขที่เราควรใช้ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมคือ 400 ต่อคนต่อเดือน ไม่ใช่ 900 บาท เพราะต่อให้โครงการไม่ดำเนินโครงการ ผู้ชราทุกคนก็จะมีรายได้เพิ่มขึ้นเดือนละ 500 บาท จากนโยบายของรัฐอยู่แล้ว

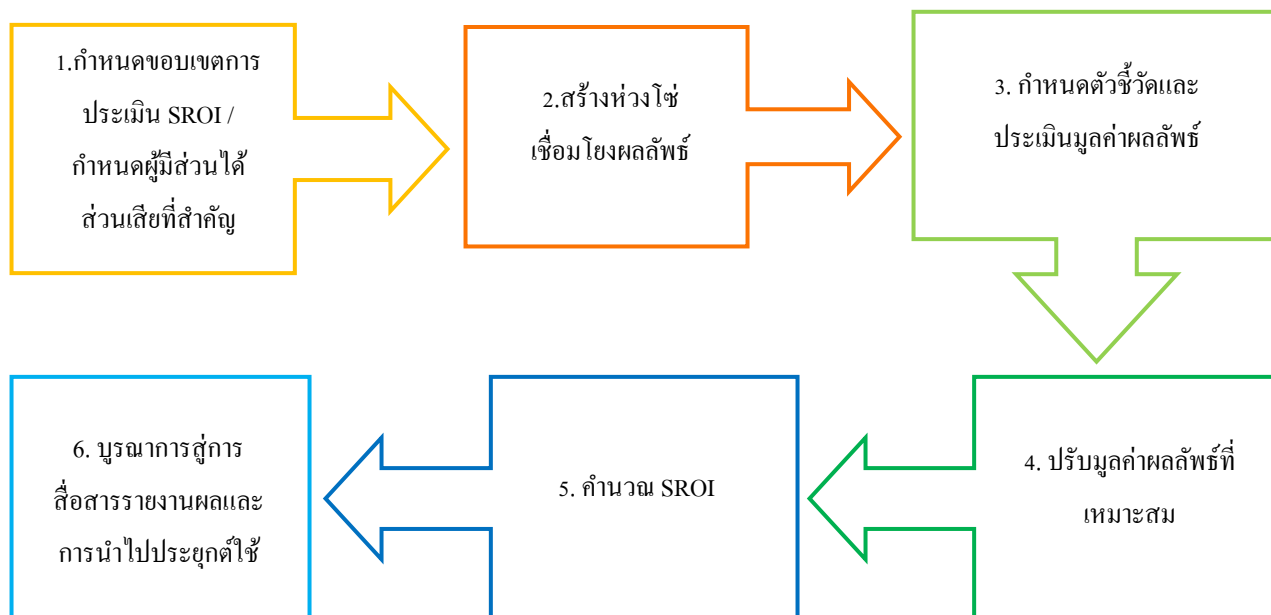
6. เน้นความโปร่งใสทุกขั้นตอน

ผลลัพธ์ทางสังคมมักจะเป็นคุณค่าเชิงนามธรรมที่วัดยาก หลากหลายและผู้ประเมินแต่ละคนจะมีมุมมองที่แตกต่างกัน การประเมินทุกขั้นตอนอย่างโปร่งใสที่สุดเท่าที่จะทำได้จึงเป็นหลักการพื้นฐานที่จำเป็น เมื่อเสร็จสิ้น การประเมินแล้วควรสื่อสารผลการประเมินให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบและแสดงข้อคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน

7. นำเสนอผลการประเมินให้เป็นที่รับทราบ

เพื่อเป็นการตรวจสอบและรับรองผลการประเมินโดยหน่วยงานอื่น ๆ หรือองค์กรอิสระที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

ขั้นตอนการประเมิน SROI



ภาพที่ 4 แสดงขั้นตอนการประเมิน SROI ในทางปฏิบัติ

1. การกำหนดขอบเขตการประเมิน และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคล กลุ่มคน องค์กร หรือองค์กรตัวแทนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางตรงหรือทางอ้อมต่อกิจการเพื่อสังคมเพราะสร้างผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากกิจการ เนื่องจากการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม คือ การวัด “ความเปลี่ยนแปลง” ทางสังคมที่เกิดกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรืองานด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ 8 กิจการเลือกที่แก้ปัญหา ดังนั้น ผู้ที่จะบอกถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้ดีที่สุดคือกลุ่มเป้าหมายทางสังคม ซึ่งเป็นผู้รับประโยชน์นั่นเอง การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะช่วยระบุบทวนความเกี่ยวข้อง บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และช่วยตัดสินใจว่ากิจการควรรวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้น ๆ เข้ามาในการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม หรือไม่

2. สร้างห่วงโซ่เชื่อมโยงผลลัพธ์

เป็นการทำให้ทราบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง และกิจกรรมใดทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ขึ้น การดำเนินการในส่วนนี้จะช่วยให้ทราบถึงความเชื่อมโยงระหว่างเงินลงทุน ผลผลิตของโครงการ และผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. การกำหนดตัวชี้วัดและประเมินมูลค่าผลลัพธ์

เป็นการนำผลกระทบหรือผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นมาแปลงเป็นเชิงปริมาณ โดยใช้ตัวชี้วัดทางสังคม (Social Indicators) โดยมีเครื่องมือที่นำมาช่วยในการระบุผลลัพธ์ที่เป็นตัวเลข ได้แก่

3.1 ห่วงโซ่คุณค่า (Impact Value Chain) คือ การพิจารณาการดำเนินโครงการตั้งแต่การใช้ทรัพยากรงบประมาณ (Input) ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ (Activity) ได้ก่อให้เกิดผลผลิต (Output) อย่างไรบ้าง และผลผลิตที่เกิดขึ้นสร้างให้เกิดผลลัพธ์ทางสังคม (Outcome) อย่างไร

3.2 ตัวชี้วัด (Indicators) คือ การสร้างเกณฑ์ในการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม เพื่อประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินโครงการ จะทำให้ทราบว่าโครงการได้เกิดผลลัพธ์ทางสังคมหรือไม่ และ เกิดขึ้นเท่าไร ทั้งนี้ ตัวชี้วัดที่ถูกกำหนดขึ้นมานั้น ต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของสภาพทางสังคม รวมทั้งต้องนำกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาช่วยวิเคราะห์เพื่อกำหนดตัวชี้วัดในการ ประเมินผลลัพธ์ทางสังคมนั้น ๆ เช่น การมีระบบนิเวศชายฝั่งที่ดี บางชุมชนอาจใช้การมีพื้นที่ป่าชายเลนที่เพิ่มขึ้น เป็นตัวชี้วัด แต่บางพื้นที่อาจใช้การมีสัตว์ทะเลเพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัดก็ได้

4. การปรับมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสม

เนื่องจากการประเมินผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมไม่สามารถเป็นภาวะวิสัย (Objective) ได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพราะว่าผลลัพธ์ทางสังคมหลายข้อเป็นนามธรรมสามารถทำได้ดีที่สุดเพียงแต่หา “ตัวชี้วัด” และ “ค่าตัวแทนทางการเงิน” (ในกรณีที่จะคำนวณ SROI) ที่ใกล้เคียงที่สุดเท่าที่จะทำได้เท่านั้น ดังนั้นเมื่อ “วัด” กรอบคิดและเครื่องมือหลักในการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม ผลลัพธ์ที่ได้อาจจะไม่ใช่ของกิจการทั้งหมด แต่ต้องจัดสรรปันส่วนให้ “เครดิต” กับกิจการอื่น ๆ และปัจจัยต่าง ๆ เพื่อไม่ให้ผลลัพธ์ที่ได้เป็นการกล่าวอ้างเกินจริง ด้วยเหตุนี้ การประเมินที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด จึงเป็นสิ่งสำคัญของการประเมินเพื่อสะท้อนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงจากกิจการ โดยตั้งอยู่บนหลักการดังต่อไปนี้

4.1 คำนึงถึงความเป็นไปได้ที่ว่า อาจมีองค์กรอื่น ๆ สร้างผลลัพธ์เดียวกัน (Attribution) เป็น ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของหน่วยงานหรือโครงการอื่นที่ร่วมส่งผลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

4.2 คำนึงถึงความเป็นไปได้ที่ว่า ผลลัพธ์บางส่วนอาจเกิดขึ้นได้เองแม้ว่าจะไม่มีองค์กรใดทำงาน ด้านนี้ (Deadweight) กล่าวคือ “ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นอยู่ดีต่อให้ไม่มีองค์กรไหนทำงานเรื่องนี้” ผู้รับประโยชน์บาง คนอาจพบวิธีบรรเทาปัญหาด้วยตัวเองหรือสภาพสังคม และเศรษฐกิจโดยรวมอาจดีขึ้นก็ได้ เช่น คนมีความสุขมากขึ้น เพราะอาชญากรรมลดลงส่งผลให้ความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้นหรือภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรืองทำให้คนหางานทำ เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราการว่างงานลดลง สัดส่วนผลลัพธ์ส่วนเกินที่คำนวณได้จะต้องนำมาหักออกจากตัวชี้วัด ผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น ในการคำนวณผลลัพธ์ส่วนเกิน (Deadweight) เป็นการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มหรือการเปรียบเทียบกับตัวอย่างมาตรฐาน (Benchmark) การเปรียบเทียบที่ดีควรเปรียบเทียบประชากรกลุ่มเดียวกัน แต่เทียบความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมกับกลุ่มที่ได้รับประโยชน์ ผลการวัดผลลัพธ์ส่วนเกิน (Deadweight) จะเป็นเพียงค่าประมาณเท่านั้น แต่ก็จำเป็นที่ จะหาข้อมูลที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายของแผนงานเท่าที่ทำได้ยิ่งมีความใกล้เคียงมากเท่าไรค่าประมาณก็จะยิ่งมีความถูกต้องมากเท่านั้น

4.3 คำนึงถึงความเป็นไปได้ที่ว่า ผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นทั้งหมดบางส่วนเกิดจากการที่องค์กร นำมาเพิ่มเติมให้ (Displacement) หมายถึง กรณีที่ผลลัพธ์เชิงบวกสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มหนึ่งถูกชดเชย ด้วยผลลัพธ์เชิงลบสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายอื่น เช่น การที่คนหนึ่งคนได้งานทำ อาจแปลว่าคนอื่นคนหนึ่งต้อง ตกงาน

4.4 ในกรณีที่ประมาณการผลลัพธ์ทางสังคมในอนาคตตลอดช่วงเวลามากกว่าหนึ่งปี โดยที่ กิจการจะไม่มี การลงทุนเพิ่มเติมระหว่างช่วงเวลาดังกล่าว ควรทำประมาณการอัตราการลดลง (Drop-off) ของ ผลลัพธ์ทางสังคม ด้วย กล่าวคือ ในสภาพความเป็นจริงที่ว่าผลลัพธ์ทางสังคมใดๆ ก็ตาม มักเกิดขึ้นในปีแรก ๆ ของการดำเนินกิจกรรม หรือโครงการมากกว่าในปีท้าย ๆ การประมาณการผลลัพธ์ทางสังคมในอนาคตตลอดช่วงเวลา มากกว่า 1 ปี โดยที่ กิจการจะไม่มีการลงทุนเพิ่มเติมระหว่างช่วงเวลาดังกล่าวควรทำประมาณการระยะเวลาการ เกิดประโยชน์และอัตราการลดลงของประโยชน์ (Benefit Period and Drop-off) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรช่วยกัน พิจารณาว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะดำรงอยู่ได้นานเพียงใดหรือช่วงเวลาใด และการเกิดประโยชน์นั้นจะมีอัตราส่วน ลดลง หรือการเหือดหายเป็นสัดส่วนเท่าไรต่อปี หรืออาจคาดคะเนจากงานวิจัย และเอกสารทางเศรษฐศาสตร์

5. คำนวณมูลค่าผลตอบแทนการลงทุนทางสังคม

ขั้นตอนนี้คือการรวมผลลัพธ์ทั้งที่เป็นด้านบวกและด้านลบ มาเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นกับกำไรลงทุน รวมทั้งวัดความอ่อนไหวของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น แล้วนำมาหามูลค่าของ SROI ดังนี้

5.1 การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Present Value)

$$PV = \frac{\text{ผลประโยชน์ ณ เวลาที่กำหนด}}{\text{อัตราคิดลด}}$$

5.2 การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment)

$$SROI = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์ทางสังคม} = \text{มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์ทางสังคมที่โครงการไม่ได้ก่อ}}{\text{มูลค่าของปัจจัยนำเข้า}}$$

6. รายงานผล

ในขั้นตอนการนำผลการศึกษานำเสนอต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพิจารณาถึงการยอมรับผลการประเมินที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขในกรณีที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากขั้นตอนการประเมิน SROI ที่ 1 คือ การกำหนดขอบเขตการประเมิน และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สำคัญผลกระทบทั้งหมดที่เกิดขึ้น การประเมินได้พิจารณาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 7 กลุ่มซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น คือ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านอาหารพื้นถิ่นและเป็นผู้ออกแบบเมนูอาหารจากกล้วยไข่ ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำองค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารภายในจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เมนูอาหารจากกล้วยไข่ ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร
3. ประชาชน คือ ประชาชนในชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เมนูอาหารจากกล้วยไข่ ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร
4. เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่ คือ ประชาชนที่ปลูกกล้วยไข่ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดทำสื่อสร้างสรรค์ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร
5. นักศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ Soft Power กลุ่มเป้าหมายเยาวชนคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. มหาวิทยาลัย คือ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนงบประมาณ และบุคลากรเพื่อดำเนินงานโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร
7. จังหวัดกำแพงเพชร คือ หน่วยงานราชการที่เข้าร่วมกิจกรรม (Festival) สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน/พื้นที่ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร

ตารางที่ 1 แสดงบทบาทผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	รายละเอียด	แหล่งข้อมูล
1. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น	เมนูอาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่	ผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านอาหารพื้นถิ่นได้ออกแบบเมนูอาหารจากกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อให้เกิดเป็น Soft Power ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร	สัมภาษณ์
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	ผู้ประกอบการร้านอาหารภายในจังหวัดกำแพงเพชร เข้าร่วมกิจกรรมอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เมนูอาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อนำไปเป็นเมนูอาหารประจำร้านอาหาร	สัมภาษณ์
3. ประชาชน	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	ประชาชนในชุมชน เข้าร่วมกิจกรรมอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เมนูอาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	สัมภาษณ์
4. เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่	การประชาสัมพันธ์กล้วยไข่	มีส่วนร่วมการให้ข้อมูลการปลูกกล้วยไข่ ในกิจกรรมการจัดทำสื่อสร้างสรรค์ประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร	สัมภาษณ์
5. นักศึกษา	องค์ความรู้การสร้างสื่อ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ Soft Power กลุ่มเป้าหมายเยาวชนคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	สัมภาษณ์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	รายละเอียด	แหล่งข้อมูล
6. มหาวิทยาลัย	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น	เมื่อมหาวิทยาลัย สนับสนุนงบประมาณให้ดำเนินการโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่ กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร ทำให้เกิดการยอมรับจากหน่วยงานภายนอกและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยในการช่วยแก้ปัญหาให้กับชุมชน	สัมภาษณ์
7. จังหวัดกำแพงเพชร	การประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร	เมื่อดำเนินโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร เกิดการประชาสัมพันธ์ด้านอาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร	สัมภาษณ์

แผนที่ผลลัพธ์ของโครงการ

การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร พิจารณายกจ่ายนำเข้า คือ งบประมาณของโครงการทั้งหมด 800,000 บาท

กิจกรรมหลักภายใต้การดำเนินงานของโครงการ จำแนกออกเป็น 5 กิจกรรม ประกอบด้วย

1. กิจกรรมรวบรวมองค์ความรู้ ศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “องค์ความรู้อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น”
2. กิจกรรมอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสินค้า Soft Power

3. กิจกรรมการสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอเรื่องราว Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น”

4. กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ Soft Power กลุ่มเป้าหมายเยาวชนคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

5. กิจกรรม (Festival) สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน/พื้นที่ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

โดยมีผลผลิตที่เกิดขึ้นของแต่ละกิจกรรมสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ต่าง ๆ โดยจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. ประชาชน
4. เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่
5. นักศึกษา
6. มหาวิทยาลัย
- และ 7. จังหวัดกำแพงเพชร

แผนที่ผลลัพธ์ของโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food)
บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร



ภาพที่ 5 แผนที่ผลลัพธ์ของโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food)

ตารางสรุปแผนที่ผลลัพธ์ของโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food)

บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร

ปัจจัยนำเข้า	ผู้มีส่วนได้เสีย	กิจกรรม	ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
จำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการให้ข้อมูลอาหารพื้นถิ่นและออกแบบเมนูอาหารที่ทำจากกล้วยไข่	ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น	เป็นผู้ให้ข้อมูลอาหารพื้นถิ่นและออกแบบเมนูอาหารที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	-เมนูอาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่ 10 เมนู -องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก	ด้านเศรษฐกิจ -ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารมีรายได้เพิ่มขึ้น ด้านสังคม -เกิดการยอมรับจากหน่วยงานภายนอก -เกิดความหลากหลาย ด้านสิ่งแวดล้อม -การใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า -การอนุรักษ์พันธุ์กล้วยไข่กำแพงเพชร
จำนวนชั่วโมงที่เข้ารับการอบรม	ผู้ประกอบการร้านอาหาร	เป็นผู้เข้ารับการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	ได้รับองค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	
จำนวนชั่วโมงที่เข้ารับการอบรม	ประชาชน	เป็นผู้เข้ารับการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	ได้รับองค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	
จำนวนชั่วโมงที่เข้าร่วมกิจกรรม	เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่	เป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกกล้วยไข่กำแพงเพชรในกิจกรรมการทำสื่อสร้างสรรค์	ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกกล้วยไข่กำแพงเพชรในกิจกรรมการทำสื่อสร้างสรรค์	การประชาสัมพันธ์กล้วยไข่	
จำนวนชั่วโมงที่เข้ารับการอบรม	นักศึกษา	เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ Soft Power เพื่อสร้างการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์เมนูอาหารกล้วยไข่ Soft Power	องค์ความรู้การสร้างสื่อ	
งบประมาณสนับสนุน	มหาวิทยาลัย	เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนงบประมาณให้ดำเนินการโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร	-องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร -สื่อประชาสัมพันธ์	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น	
	จังหวัดกำแพงเพชร	เข้าร่วมกิจกรรม (Festival) สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน/พื้นที่ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	การประชาสัมพันธ์ Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร	การประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร	

ตัวชี้วัดและการปรับมูลค่าผลลัพธ์ของโครงการ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร ได้ใช้ตัวชี้วัดที่แตกต่างกันตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงตัวชี้วัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของโครงการ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด
1. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก	จำนวนชั่วโมงในการเป็นวิทยากรต่อปี
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	จำนวนองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์
3. ประชาชน	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	จำนวนองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์
4. เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่	การประชาสัมพันธ์กล้วยไข่	จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์กล้วยไข่
5. นักศึกษา	องค์ความรู้การสร้างสรรค์	จำนวนนักศึกษาที่นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์
6. มหาวิทยาลัย	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น	งบประมาณในการประชาสัมพันธ์
7. จังหวัดกำแพงเพชร	การประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร	งบประมาณในการประชาสัมพันธ์

การวัดมูลค่าผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการได้กำหนดการปรับมูลค่าผลลัพธ์ต่าง ๆ ตลอดจนรายละเอียดการปรับมูลค่าไว้ ดังตาราง 3

ตารางที่ 3 แสดงสัดส่วนอัตราคิดลดของโครงการ

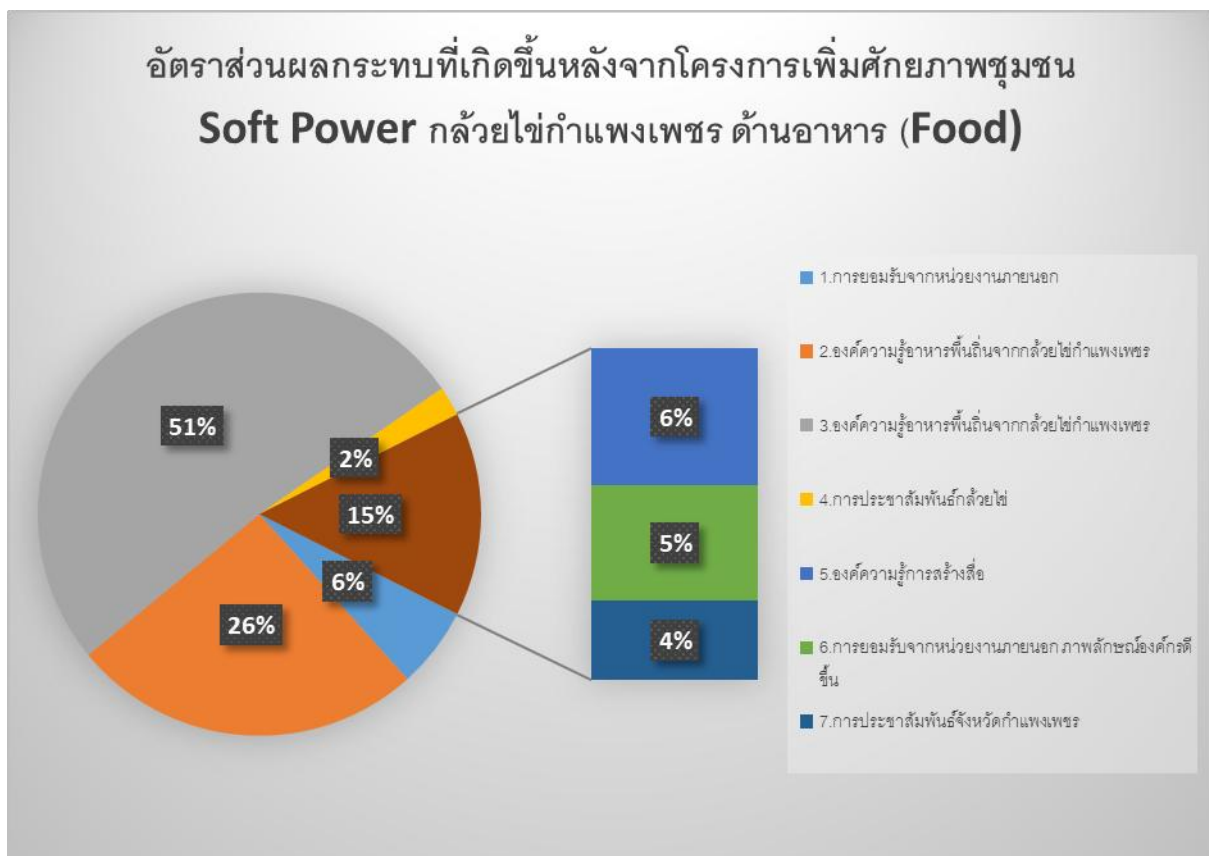
ผู้มีส่วนได้เสีย	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	Deadweight ผลลัพธ์ส่วนเกิน	Displacement ผลของการแทนที่	Attribution ผลที่เกิดจากผู้อื่น	Drop-off การลดลงของผลประโยชน์
1. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก	จำนวนชั่วโมงในการเป็นวิทยากรต่อปี	30 % มีหน่วยงานอื่นที่ทำโครงการลักษณะเดียวกัน	0 % โครงการนี้ไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบ	0 % โครงการนี้ไม่ต้องการพึ่งพาการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น	20 % เมื่อโครงการนี้เสร็จสิ้นผลประโยชน์จะลดลง
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	จำนวนองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์	10 % มีหน่วยงานอื่นที่ทำโครงการลักษณะเดียวกัน	5 % โครงการนี้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ	5 % โครงการนี้ต้องการพึ่งพาการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้เสร็จสิ้นผลประโยชน์จะลดลง
3. ประชาชน	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่	จำนวนองค์ความรู้ที่นำไปใช้	0 % ไม่มีหน่วยงานอื่น	5 % โครงการนี้	5 % โครงการนี้ต้องการ	10 % เมื่อโครงการนี้เสร็จ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	Deadweight ผลลัพธ์ส่วนเกิน	Displacement ผลของการ แทนที่	Attribution ผลที่เกิดจากผู้อื่น	Drop-off การลดลงของ ผลประโยชน์
	กำแพงเพชร	ประโยชน์	ที่ทำโครงการ ลักษณะเดียวกัน	ก่อให้เกิด ผลกระทบด้านลบ	พึ่งพาการช่วยเหลือ จากหน่วยงานอื่น	สิ้นผลประโยชน์จะ ลดลง
4. เกษตรกรที่ ปลูกกล้วยไข่	การประชาสัมพันธ์ กล้วยไข่	จำนวนสื่อ ประชาสัมพันธ์ กล้วยไข่	50 % มีหน่วยงานอื่นที่ ทำโครงการ ลักษณะเดียวกัน	5 % โครงการนี้ ก่อให้เกิด ผลกระทบด้านลบ	20 % โครงการนี้ต้องการ พึ่งพาการช่วยเหลือ จากหน่วยงานอื่น	50 % เมื่อโครงการนี้เสร็จ สิ้นผลประโยชน์จะ ลดลง
5. นักศึกษา	องค์ความรู้การ สร้างสื่อ	จำนวนนักศึกษา ที่นำองค์ความรู้ ไปใช้ประโยชน์	20 % มีหน่วยงานอื่นที่ ทำโครงการ ลักษณะเดียวกัน	5 % โครงการนี้ ก่อให้เกิด ผลกระทบด้านลบ	20 % โครงการนี้ต้องการ พึ่งพาการช่วยเหลือ จากหน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้เสร็จ สิ้นผลประโยชน์จะ ลดลง
6. มหาวิทยาลัย	การยอมรับจาก หน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์องค์กร ดีขึ้น	งบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์	0 % ไม่มีหน่วยงานอื่น ที่ทำโครงการ ลักษณะเดียวกัน	0 % โครงการนี้ไม่เกิด ให้เกิดผลกระทบ ด้านลบ	0 % โครงการนี้ไม่ ต้องการพึ่งพาการ ช่วยเหลือจาก หน่วยงานอื่น	0 % เมื่อโครงการนี้เสร็จ สิ้นผลประโยชน์ไม่ ลดลง
7. จังหวัด กำแพงเพชร	การประชาสัมพันธ์ จังหวัดกำแพงเพชร	งบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์	20 % มีหน่วยงานอื่นที่ ทำโครงการ ลักษณะเดียวกัน	0 % โครงการนี้ไม่เกิด ให้เกิดผลกระทบ ด้านลบ	0 % โครงการนี้ไม่ ต้องการพึ่งพาการ ช่วยเหลือจาก หน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้เสร็จ สิ้นผลประโยชน์จะ ลดลง

ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)

การประเมินผลกระทบของโครงการจำเป็นต้องมีการระบุถึงมูลค่าของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในการเริ่มกิจกรรม ตลอดจนปรับลดมูลค่าผลลัพธ์ของโครงการตามสัดส่วนของ ผลกระทบส่วนเกิน (Deadweight) ผลลัพธ์ทดแทน (Displacement) ผลจากปัจจัยอื่น (Attribution) และอัตราการลดลงของประโยชน์ (Drop-off) ในปีนั้น ๆ ซึ่งมูลค่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมี ดังนี้

1. การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก = 40,320 บาท
2. องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร = 203,062.50 บาท
3. องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร = 451,250 บาท
4. การประชาสัมพันธ์กล้วยไข่ = 11,400 บาท
5. องค์ความรู้การสร้างสื่อ = 36,480 บาท
6. การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น = 50,000 บาท
7. การประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร = 40,000 บาท



ภาพที่ 6 แสดงอัตราส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังจากโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดกำแพงเพชร

จากภาพที่ 14 การจำแนกผลกระทบในปีแรกจำแนกตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด พบว่า ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการที่นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ คิดเป็นอัตราส่วนผลกระทบของโครงการ 51% รองลงมาได้แก่ ผู้ประกอบการที่นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ คิดเป็นอัตราส่วนผลกระทบของโครงการ 26% นักศึกษาที่ได้รับองค์ความรู้การสร้างสื่อ คิดเป็นอัตราส่วนผลกระทบของโครงการ 6% ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอก คิดเป็นอัตราส่วนผลกระทบของโครงการ 6% มหาวิทยาลัยได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอก มีภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น คิดเป็นอัตราส่วนผลกระทบของโครงการ 5% และจังหวัดกำแพงเพชรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของจังหวัดเกี่ยวกับกล้วยไข่ คิดเป็นอัตราส่วนผลกระทบของโครงการ 4%

ทั้งนี้เมื่อประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนทางสังคม (SROI) โดยพิจารณาการผลกระทบที่เกิดขึ้นในรอบปีที่ผ่านมาจะมีมูลค่าของ SROI เป็น 1.92 เท่า

ในที่นี้ หมายถึง เมื่อลงทุนกับ “โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร” เป็นมูลค่า 1 บาท ผลตอบทางเศรษฐกิจและสังคมจะเกิดขึ้นประมาณ 1.92 บาท

ตารางที่ 4 แสดงผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) โครงการ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	ตัวแทนค่าทางการเงิน	มูลค่า ผลประโยชน์	Deadweight	Displacement	Attribution	Drop off	ผลกระทบ
1. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น	การยอมรับจากหน่วยงานภายนอก	จำนวนชั่วโมงในการเป็นวิทยากรต่อปี 24 ชั่วโมง	ค่าตอบแทนวิทยากรต่อชั่วโมง 1,200 บาท * 2 คน	2,400	30 % มีหน่วยงานอื่นที่ทำการโครงการลักษณะเดียวกัน	0 % โครงการนี้ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ	0 % โครงการนี้ไม่ต้องการพึ่งพาการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น	20 % เมื่อโครงการนี้เสร็จสิ้นผลประโยชน์จะลดลง	40,320
2.ผู้ประกอบการร้านอาหาร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	จำนวนองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์ 10 เมนู	ค่าลงทะเบียนคอร์สเรียนทำอาหารไทย 5,000 บาท * 5 คน	25,000	10 % มีหน่วยงานอื่นที่ทำการโครงการลักษณะเดียวกัน	5 % โครงการนี้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ	5 % โครงการนี้ต้องการพึ่งพาการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้เสร็จสิ้นผลประโยชน์จะลดลง	203,062.50
3. ประชาชน	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่นจากกล้วยไข่กำแพงเพชร	จำนวนองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์ 10 เมนู	ค่าลงทะเบียนคอร์สเรียนทำอาหารไทย 5,000 บาท * 10 คน	50,000	0 % ไม่มีหน่วยงานอื่นที่ทำการโครงการลักษณะเดียวกัน	5 % โครงการนี้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ	5 % โครงการนี้ต้องการพึ่งพาการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้เสร็จสิ้นผลประโยชน์จะลดลง	451,250
4. เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่	การประชาสัมพันธ์กล้วยไข่	จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์กล้วยไข่	ค่าจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์ / 1 ปี	30,000	50 % มีหน่วยงานอื่นที่ทำการโครงการลักษณะเดียวกัน	5 % โครงการนี้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ	20 % โครงการนี้ต้องการพึ่งพาการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น	50 % เมื่อโครงการนี้เสร็จสิ้นผลประโยชน์จะลดลง	11,400

ผู้มีส่วนได้เสีย	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	ตัวแทนค่าทางการเงิน	มูลค่า ผลประโยชน์	Deadweight	Displacement	Attribution	Drop off	ผลกระทบ
5. นักศึกษา	องค์ความรู้การสร้างสื่อ	จำนวนนักศึกษาที่นำองค์ความรู้ไปใช้ ประโยชน์ 20 คน	ค่าลงทะเบียนการทำสื่อออนไลน์ 3,000 * 1 คน	3,000	20 % มีหน่วยงาน อื่นที่ทำการ โครงการ ลักษณะ เดียวกัน	5 % โครงการนี้ ก่อให้เกิด ผลกระทบด้าน ลบ	20 % โครงการนี้ ต้องการ ฟังพาดการ ช่วยเหลือ จาก หน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้ เสร็จสิ้น ผลประโยชน์ จะลดลง	36,480
6. มหาวิทยาลัย	การยอมรับจาก หน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น	งบประมาณในการประชาสัมพันธ์	ค่าจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์ / 1 ปี	50,000	0 % ไม่มี หน่วยงานอื่น ที่ทำโครงการ ลักษณะ เดียวกัน	0 % โครงการนี้ไม่ เกิดให้เกิด ผลกระทบด้าน ลบ	0 % โครงการนี้ไม่ ต้องการ ฟังพาดการ ช่วยเหลือ จาก หน่วยงานอื่น	0 % เมื่อโครงการนี้ เสร็จสิ้น ผลประโยชน์ ไม่ลดลง	50,000
7. จังหวัด กำแพงเพชร	การประชาสัมพันธ์ จังหวัดกำแพงเพชร	งบประมาณในการประชาสัมพันธ์	ค่าจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์ / 1 ปี	50,000	20 % มีหน่วยงาน อื่นที่ทำการ โครงการ ลักษณะ เดียวกัน	0 % โครงการนี้ไม่ เกิดให้เกิด ผลกระทบด้าน ลบ	0 % โครงการนี้ไม่ ต้องการ ฟังพาดการ ช่วยเหลือ จาก หน่วยงานอื่น	10 % เมื่อโครงการนี้ เสร็จสิ้น ผลประโยชน์ จะลดลง	40,000

ตารางที่ 5 แสดงผลการประเมินอัตราผลตอบแทนทางสังคมของโครงการ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 3.50

ผู้มีส่วนได้เสีย	ผลลัพธ์	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นถิ่น	การยอมรับจากหน่วยงาน ภายนอก	-	38,956.52	30,111.32	23,274.45	17,989.91	13,905.25	124,237.46
ผู้ประกอบการร้านอาหาร	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่น จากกล้วยไข่กำแพงเพชร	-	196,195.65	170,604.91	148,352.10	-	-	515,152.67
ประชาชน	องค์ความรู้อาหารพื้นถิ่น จากกล้วยไข่กำแพงเพชร	-	435,990.34	379,122.03	-	-	-	815,112.37
เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่	การประชาสัมพันธ์กล้วยไข่	-	11,014.49	-	-	-	-	11,014.49
นักศึกษา	องค์ความรู้การสร้างสื่อ	-	35,246.38	30,649.02	26,651.32	-	-	92,546.72
มหาวิทยาลัย	การยอมรับจากหน่วยงาน ภายนอก ภาพลักษณ์ องค์กรดีขึ้น	-	48,309.18	46,675.54	45,097.14	-	-	140,081.85
จังหวัดกำแพงเพชร	การประชาสัมพันธ์จังหวัด กำแพงเพชร	-	38,647.34	-	-	-	-	38,647.34
มูลค่าปัจจุบันในแต่ละปี		-	804,359.90	657,162.83	243,375.01	17,989.91	13,905.25	-
มูลค่าปัจจุบันทั้งหมด (PV)								1,736,792.90
ต้นทุนโครงการ								831,812.90
อัตราผลตอบแทนทางสังคม								1.92

รูปภาพกิจกรรม

รูปภาพรายการอาหารพื้นบ้าน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร

1. แกงมัสมั่นไก่ กล้วยไข่



2. กว๋ยเตี๋ยวหลอดกล้วยไข่ทรงเครื่อง



3. ทับทิมกรอบแกนกล้วยไข่



4. น้ำพริกกล้วยไข่กรอบ



5. กะหรีป๊ากกล้วยไข่



6. ต้มข้าวไก่กล้วยไข่



7. ขนมหมอแกงกล้วยไข่



8. ยำหัวปลีกล้วยไข่ทอด



9. ห่อหมกหาลามกล้วยไข่



10. ผัดกล้วยไข่พริกแห้งเม็ดมะม่วงหิมพานต์



1. กิจกรรมการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสินค้า Soft Power ในวันที่ 30 พฤษภาคม 2567 ณ พิพิธภัณฑ์สถานจังหวัด กำแพงเพชร เฉลิมพระเกียรติ สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยมีร้านอาหารในจังหวัด กำแพงเพชร และชุมชนเข้าร่วมอบรมจำนวน 50 คน ประกอบด้วย ร้านเป่าปาก ร้านบ้านริมน้ำ ร้านมนตร์ลูกทุ่ง ร้านเสีร้งไห้ ร้านเพลิน ชุมชนเครือข่ายท่องเที่ยวตำบลคลองน้ำไหล ชุมชนหนองปลิง ชุมชนบ้านบ่อสามแสน



2. ผลการดำเนินงานกิจกรรมการสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอเรื่องราว Soft Power จากอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น” ในวันที่ 30-31 พฤษภาคม 2567 ณ พิพิธภัณฑ์สถานจังหวัด กำแพงเพชร เฉลิมพระเกียรติ และสวนกล้วยไข่ ตำบลสระแก้ว อ.เมือง จ.กำแพงเพชร



โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร

3. กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ Soft Power กลุ่มเป้าหมายเยาวชนคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในวันที่ 15 มิถุนายน 2567 ณ สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



4. กิจกรรม (Festival) สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน/พื้นที่ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในวันที่ 3 สิงหาคม 2567 ณ หอประชุมรัตนอาภา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ภายใต้ชื่องาน Kluay Khai Festival By KPRU โดยในงานมีการจัดนิทรรศการองค์ความรู้อาหารพื้นบ้านจากกล้วยไข่กำแพงเพชร และการจัดซุ้มอาหารจากร้านอาหารในจังหวัดกำแพงเพชร และชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการประกอบด้วย

1. ร้านบ้านริมน้ำ เมนูอาหาร แกงเผ็ดหมูย่างกล้วยไข่ และยำกล้วยไข่ใส่กุ้ง
2. ร้านมนต์รักลูกทุ่ง เมนูอาหาร ห่อหมกกล้วยไข่
3. ร้านเสื่อร้องไห้ เมนูอาหาร บุษบงทรงเครื่อง และทับทิมชากังราว
4. ร้านเพลิน เมนูอาหาร ทาร์ตกล้วยไข่
5. ร้านเป่าปาก เมนูอาหาร กล้วยไข่นางนวล
6. ศูนย์บริการไทย เมนูอาหาร มัสมั่นกล้วยไข่
7. ชุมชนเครือข่ายท่องเที่ยวตำบลคลองน้ำไหล เมนูอาหาร เมี่ยงคำกล้วยไข่
8. ชุมชนหนองปลิง เมนูเครื่องดื่ม Craft soda Kluay Khai
9. ชุมชนบ้านบ่อสามแสน เมนูอาหาร น้ำพริกกล้วยไข่

และชมสื่อวีดิทัศน์นำเสนอเรื่องราว Soft Power อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น “อาหารพื้นบ้านด้วยกล้วยไข่กำแพงเพชร Soft Power ด้านอาหาร (Food) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น” และขบวนแห่ขันโตกอาหารพื้นบ้านกล้วยไข่กำแพงเพชร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับแขก VIP และเสิร์ฟอาหารให้กับแขกผู้ร่วมงานได้รับประทานอาหารที่ทำจากกล้วยไข่กำแพงเพชร พร้อมรับชมการแสดง Mini Light & Sound Soft Power กล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร จากสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร





โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร



โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power กล้วยไข่กำแพงเพชร ด้านอาหาร (Food) บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร

รูปภาพซุ้มอาหาร

๑. ร้านบ้านริมน้ำ เมนูอาหาร แกงเผ็ดหมูย่างกล้วยไข่ และยำกล้วยไข่ใส่กุ้ง



๒. ร้านมนตร์รักลูกทุ่ง เมนูอาหาร ห่อหมกกล้วยไข่



๓. ร้านเสื่อรองไห้ เมนูอาหาร บุขบงทรงเครื่อง และทับทิมชากังราว



๔. ร้านเพลิน เมนูอาหาร ทาร์ตกล้วยไข่



๕. ร้านเป่าปาก เมนูอาหาร กล้วยไข่นางนวล



๖. ศูนย์บริการไทย เมนูอาหาร มีสมันกล้วยไข่



๗. ชุมชนเครือข่ายท่องเที่ยวตำบลคลองน้ำไหล เมนูอาหาร เมี่ยงคำกล้วยไข่



๘. ชุมชนหนองปลิง เมนูเครื่องดื่ม Craft soda Kluay Khai



๙. ชุมชนบ้านบ่อสามแสน เมนูอาหาร น้ำพริกกล้วยไข่



