

ผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน
กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข วิถีไทยรามัญ

Social Return on Investment from Community Enterprise Business to
Promote Sports Tourism in the Organization of Chom Bueng Marathon
: A Case Study of Uyenpensook Thai-Mon Folkway Learning Center

ทัศนีย์ นาคเสนีย์¹, รุจิรา แสงแซ่², อมรพิมล พิทักษ์³

Tassanee Naksanee, Rujira Sangkhae, Amornphimol Phithuk

Received: March 31, 2022 Revised: May 19, 2022 Accepted: May 31, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุขที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน และ 2) วิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะจงและสุ่มแบบลูกบอลหิมะ (Snowball) เพื่อค้นหาข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 21 คน เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กึ่งโครงสร้างและการประชุมกลุ่มย่อย ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข มี 9 องค์ประกอบ คือ 1) ลูกค้า 2) บริการ 3) พูน 4) แรงงานในชุมชน 5) สินค้าชุมชน 6) องค์ความรู้ 7) เครือข่าย 8) สื่อสังคมออนไลน์และการตลาด และ 9) ตราสินค้าของศูนย์ ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เป็นผลบวกมีค่าเท่ากับ 6.73 หมายความว่า เงินมูลค่า 1 บาทจากการดำเนินงานของศูนย์ฯ ได้ทำประโยชน์ให้กับสังคมเท่ากับ 6.73 บาท และจากการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุขได้ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมรวม 838,114.11 บาท ซึ่งเป็นผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมาคือ ผลตอบแทนด้านสิ่งแวดล้อมและผลตอบแทนด้านสังคม ตามลำดับ

คำสำคัญ: ผลตอบแทนทางสังคม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จอมบึงมาราธอน การดำเนินการธุรกิจวิสาหกิจชุมชน

1 ดร.,อาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2 อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

3 ดร.,ผู้จัดการศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

Abstract

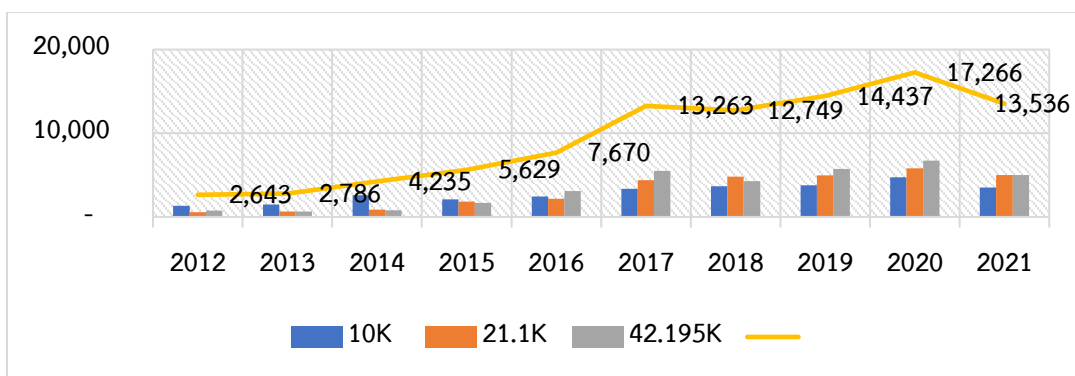
The purposes of this research were 1) to study the course of business of Uyenpensook Thai-Mon Folkway Learning Center which promoted sports tourism in the organization of Chom Bueng Marathon and; 2) to analyze the social impact resulting from the course of business of Uyenpensook Thai-Mon Folkway Learning Center. This was qualitative research studying purposive interviews and snowball Sampling 21 people key informants, using a semi-structured in-depth interview and focus group interview for collecting data. It was discovered that the business of Uyenpensook Thai-Mon Folkway Learning Center consisted of 9 components: 1) customer; 2) service; 3) capital; 4) community labor; 5) community product; 6) body of knowledge; 7) network; 8) social media and marketing and; 9) brand of the Center. The results of Social Return on Investment (SROI) from the business of Uyenpensook Thai-Mon Folkway Learning Center is positive, equal to 6.73, meaning that 1 Baht of money from the Center's operations has contributed to the society equal to 6.73 Baht, and this resulted in a total social return of 838,114.11 Baht, which was the most economic return, followed by environmental and social rewards, respectively.

Keywords: Social Return on Investment, Sport Tourism, Chom Bueng Marathon, Community Enterprise Business

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีการจัดอีเวนต์ (EVENT) การแข่งขันรายการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬามวลชนมากกว่า 1,000 รายการต่อปี งานวิ่งมาราธอนถือเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉลี่ย 1 งาน สามารถสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจมากกว่า 200 ล้านบาท (จิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2562) ซึ่งจากกระแสการจัดกิจกรรมทางกายด้วยกิจกรรมเดิน-วิ่ง ส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นใหม่มาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญกิจกรรมทางกายช่วยลดความสูญเสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่ปัจจุบันคนไทยป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) กว่า 14 ล้านคน และผู้ป่วยใหม่ถึง 11,129 รายต่อปี นำความสูญเสียค่ารักษาพยาบาลมากกว่า 5,977 ล้านบาท (ไพโรจน์ แสน่วม, 2562) โดยเฉพาะการวิ่งมาราธอนบนท้องถนนที่จะมีประโยชน์ต่อพื้นที่ที่จัดงานไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสร้างรายได้เศรษฐกิจ ภาพพจน์เชิงสิ่งแวดล้อม กิจกรรมสร้างสรรค์ชุมชน ความสามัคคี รวมถึงเป็นการต่อยอดสังคมกีฬาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งถือเป็นประโยชน์อย่างมหาศาลที่ไม่ใช่เพียงตัวเลขทางการเงิน หากแต่เป็นการสร้างต้นทุนใหม่ในเรื่องสุขภาพ ความเข้มข้นของชุมชน “จอมบึงมาราธอน” เป็นงานวิ่งในตำนาน ก่อกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2528 ถือได้ว่ามีอายุการจัดงานต่อเนื่องและยาวนานที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากนักวิ่งเพื่อสุขภาพทั่วประเทศ และเป็นที่ทราบกันดีว่า การจัดกิจกรรมวิ่งจอมบึงมาราธอนจะจัดเป็นประจำในช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคม นักวิ่งต่างนิยามกล่าวขานว่า “จอมบึงเป็นสนามที่นักวิ่งทุกคนควรมาสัมผัสสักครั้งในชีวิต” และกล่าวถึงบรรยากาศการจัดสนามว่าเป็นการแข่งขัน “มาราธอนชาวบ้าน แต่มาตรฐานสากล” ไม่ว่านักวิ่งจะนิยามหรือกล่าวขานอย่างไร มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และชุมชนชาวบ้านที่มีส่วนร่วม ต่างมีความภาคภูมิใจ ในฐานะเจ้าบ้านผู้จัดงาน จึงได้ปรับปรุงพัฒนารูปแบบการจัดงานให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

เมื่อวิเคราะห์ถึงจำนวนนักวิ่งที่เข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนทั้ง 3 ระยะ คือ 10 กิโลเมตร 21.1 กิโลเมตร หรือ 42.195 กิโลเมตร พบว่ามีจำนวนนักวิ่งต่างให้ความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 (ค.ศ. 2012) – พ.ศ. 2564 (ค.ศ. 2021) ดังภาพ 1



ภาพ 1 สถิติจำนวนนักวิ่งที่เข้าร่วมมหกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน
(ที่มา : จอมบึงมาราธอน, 2564)

จากภาพ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2563 ในการจัดงาน จอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคม โดยรวมคิดเป็น 145.58 ล้านบาท เป็นผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจ 18.05 ล้านบาท ผลตอบแทนทางด้านสังคม 123.87 ล้านบาท และเป็นผลตอบแทนทางด้านสิ่งแวดล้อม 3.66 ล้านบาท (สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ, 2564) แต่ด้วยการรวมกลุ่มกันของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาในด้านศักยภาพในการรองรับที่พักให้นักวิ่งหรือผู้ติดตามของจังหวัดราชบุรีไม่เพียงพอ ด้วยในปี พ.ศ. 2563 โรงแรมที่พักในจังหวัดราชบุรีมี 256 แห่ง 4,740 ห้องต่อคืน หรือรองรับนักท่องเที่ยวได้เฉลี่ยคืนละ 9,480 คน (ทัศนีย์ นาคเสนีย์, 2564) ในขณะที่ปริมาณความต้องการด้านที่พักของนักวิ่งและผู้ติดตามมีมากกว่า 17,266 คน ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปริมาณความต้องการมีมากกว่าศักยภาพในการรองรับ ในพื้นที่ (Over Carrying Capacity) โดยเชื่อมโยงกับกิจกรรมการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนจึงเกิดเป็นรูปแบบของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุข วิถีไทยรามัญ รูปแบบใหม่ ที่มีเป้าหมายสำคัญคือ การกระจายนักท่องเที่ยวไปพักค้างในพื้นที่ใกล้เคียงสนามวิ่งแทน และมีบริการเสริมตอบโจทย์ความต้องการของนักวิ่ง อาทิ มีบริการรถรับส่งจากที่พักมาสนามวิ่ง เพื่อป้องกันสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีบริการอาหาร 3 มื้อ เพื่อป้องกันการแออัดของนักวิ่งที่กระจุกตามร้านอาหารทั่วไป อีกทั้งเป็นโอกาสทองที่ให้นักวิ่งเดินทางมาในพื้นที่ ดังนั้นจึงเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชนในระหว่างที่มีการเตรียมการ การจัดงานวิ่งและการดูแลสถานที่หลังการจัดงานวิ่ง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจมุ่งศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุข วิถีไทยรามัญ และการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ให้รับทราบถึงผลประโยชน์ที่เกิดกับสังคมจากการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วม วิธีการส่งเสริมให้ชุมชนมีงานทำ การสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือขนาดกลาง อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ ให้แก่ผู้สนใจได้นำไปเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวัดและประเมินผลตอบแทนทางสังคมในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน
2. เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการคำนวณผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จากข้อมูลเชิงลึกของการเปลี่ยนแปลง (Providing insights for change) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ มีผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ประกอบด้วย หน่วยงานหรือผู้แทนที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้อยุธยาเป็นสุขวิถีไทยรามัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน จำนวน 9 หน่วยงาน 21 คน ประกอบด้วย 1) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนศูนย์ฯ 2) กลุ่มแรงงานชุมชนผู้รับจ้างแรงงาน งานแม่บ้าน งานสวน 3) กลุ่มแรงงานชุมชนผู้รับจ้างทำครัว 4) กลุ่มผู้ประกอบการให้เช่า รถยนต์/มอเตอร์ไซด์ซาเล้ง 5) ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ 6) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน/บริการอื่น ๆ 7) นักวิ่งและผู้ติดตาม 8) องค์การบริหารส่วนตำบลเบิกไพร และ 9) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2. ขอบเขตการวิจัย พื้นที่ศึกษาที่ใช้เป็นกรณีศึกษาคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้อยุธยาเป็นสุขวิถีไทยรามัญ อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ที่ทำให้เกิดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่งผลให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้และแก้ไขปัญหาจากปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีมากกว่าศักยภาพในการรองรับในพื้นที่ (Over Carrying Capacity) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนใช้เวลา 3 เดือน โดยตั้งแต่ 1 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2563

3. ขั้นตอนการวิจัย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (in-depth interview) กึ่งโครงสร้าง ที่ผ่านการตรวจหาคุณภาพของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ข้อคำถามในการทำกิจกรรม การมีส่วนร่วมกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้ฯ ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ผลประโยชน์ที่ได้รับและสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อาทิ รายได้ อาชีพและเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น ตามหลักการที่สำคัญของการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการให้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) (วัชนิพร เศรษฐสุตโก, 2563)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการลงพื้นที่ และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้แทนหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้อยุธยาเป็นสุขวิถีไทยรามัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน เป็นรายบุคคล จำนวน 21 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย บทความ ตำรา เอกสารทางวิชาการและสื่อจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.3 นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสรุปเป็นแผนที่ผลลัพธ์ ได้แก่ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินการดำเนินกิจกรรม (Outcome/Impact) และดำเนินการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) (ถนอมศักดิ์ ศรีจันทรา, 2562) ซึ่งการประเมินผลตอบแทนทางสังคมนี้มีข้อจำกัดอยู่หลายประการดังเช่นต้องใช้ทักษะการใช้ Microsoft Excel การเงินและบัญชีขั้นพื้นฐานในการจัดทำการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) (วัชนิพร เศรษฐสุตโก, 2563) นอกจากนี้การสร้างตัวแทนทางการเงินเพื่อนำมาแปลงค่า การหามูลค่าปัจจุบัน การกำหนดอัตราผลตอบแทน การกำหนดค่าของทุนและผลลัพธ์ต้องอาศัยการสร้างสมมุติฐานซึ่งต้องอาศัยความระมัดระวังค่อนข้างมาก ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขได้กำหนดอัตราราคาคิดลด 3.5% (Social Value Thailand, 2564)

ผลตอบแทนทางสังคม (%) = $\frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมด (Total Present Value)}}{\text{มูลค่าของเงินที่ลงทุนและต้นทุนดำเนินงาน (Investment Value)}} \times 100$
 Social Return on investment

เกณฑ์การแปลความหมาย

ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) มากกว่า 1 หมายถึง มีมูลค่าทางสังคมเพิ่มขึ้นคุ้มค่าแก่การดำเนินกิจกรรม

ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เท่ากับ 1 หมายถึง ผลการดำเนินกิจกรรมไม่สร้างผลประโยชน์/ผลตอบแทน

ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) น้อยกว่า 1 หมายถึง ผลการดำเนินกิจกรรมไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบบองค์รวม (Holistic)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เป็นดังนี้

1) ผลการศึกษาการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุขที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน พบว่า บริบทของการจัดกิจกรรมงานวิ่ง เป็นกิจกรรมที่รวมคนหมู่มากเข้ามาในพื้นที่ (Mass Participation Sports) ทำให้เกิดปัญหาศักยภาพในการรองรับไม่เพียงพอ (Over Carrying Capacity) คือ ประเด็นหลักที่ศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุข วิถีไทยรามัญ ได้มีการเปิดให้บริการแก่นักวิ่งเฉพาะกิจ ที่มีเป้าหมายสูงสุด โดยมุ่งหวังในการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ที่มีรายได้จากการทำเกษตรไม่คงที่ ทำกิจกรรมรักษาสีเขียวตลอดร่วมกับนักวิ่งที่มาใช้บริการของศูนย์ฯ ด้วยการออกแบบการบริการที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมวิ่งในชุมชนแบบเบ็ดเสร็จ ที่ได้ทำต่อเนื่องมา 3 ปี ผลการวิจัยทำให้ค้นพบว่าการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน มี 9 องค์ประกอบเมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ดังนี้



ภาพ 2 องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข วิถีไทยรามัญ

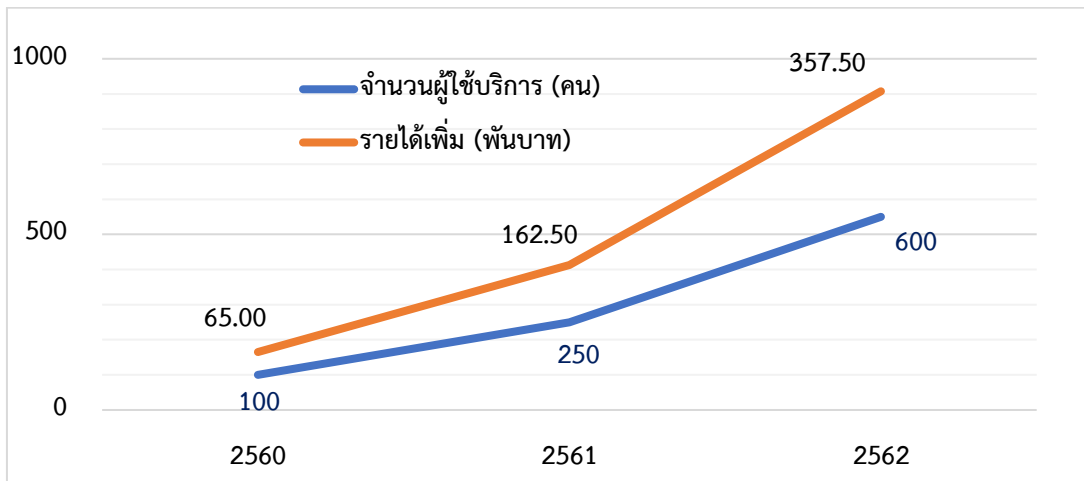
(ที่มา : ทศนีย์ นาคเสนีย์ รุจิรา แสงแข อมรพิมล พัทักษ์, 2565)

จากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมกับแนวทางการดำเนินธุรกิจของศูนย์ฯ พบว่า

1) **ลูกค้า (Customer)** ลูกค้าของศูนย์ฯ สามารถรองรับได้ทุกเพศทุกวัย ที่ศูนย์สามารถบริหารจัดการการให้บริการได้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า ซึ่งการบริหารที่มีความยืดหยุ่นจะทำให้ลูกค้ามีความสบายใจในการมาใช้บริการ จึงส่งผลให้ลูกค้าส่วนมากที่มาแล้วจะกลับมาอีกหากมีโอกา และประกอบด้วย นักวิ่ง ผู้ติดตาม นักเรียน นักศึกษา ผู้มาศึกษาดูงาน เกษตรกร นักท่องเที่ยว

โดยเฉพาะการรับรองลูกค้าในกลุ่มนักวิ่งที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหากแม้ว่าเรือนนอนไม่มีแอร์ แต่ก็จะมีเต็มทุกปี จนกระทั่งผู้บริหารจัดสถานที่กางเต้นท์ให้นักวิ่งมาจองใช้บริการ จากสถิติการจองใช้บริการตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเข้าพักเพิ่มสูงมากขึ้นทุกปี จากปี พ.ศ. 2560 ศูนย์การเรียนรู้ฯ ได้เปิดให้บริการรองรับนักวิ่งครั้งแรก มีนักวิ่งจองเข้ามาใช้บริการ ในจำนวน 100 คน ทำให้มีรายได้จากการให้บริการในปีแรกเป็นมูลค่า 65,000 บาทต่อคืน ต่อมาในปี พ.ศ. 2561 ได้สร้างเรือนนอนเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถรับนักวิ่งได้ 250 คน ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 162,500 บาท และนักวิ่งจองเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นในปี พ.ศ. 2563

จำนวน 600 คน สร้างรายได้ 357,500 บาท คณะผู้บริหารจึงแก้ไขปัญหาโดยการจ้างแรงงานภาคเกษตรมาปรับปรุงภูมิทัศน์ ปรับโฉมพื้นที่ให้สามารถเป็นลานกางเต็นท์ให้นักวิ่งได้มาพัก ทำให้สามารถรองรับนักวิ่งให้ได้ตามจำนวนความต้องการเพื่อแก้ไขปัญหา การขาดแคลนที่พักของนักวิ่งที่ปรารถนาจะมาสร้างประสบการณ์การวิ่งในสนามวิ่งจอมบึงมาราธอน ดังภาพ 3



ภาพ 3 จำนวนนักวิ่งและรายได้ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการธุรกิจของศูนย์เรียนรู้
(ที่มา : ทัศนีย์ นาคเสนีย์, 2564)

2) **บริการ (Services)** การให้บริการของศูนย์ นอกจากจะเป็นศูนย์ศึกษาดูงาน ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาการเกษตรและการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแล้ว ในช่วงของการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ได้เปิดให้บริการ ที่พักนักวิ่งและผู้ติดตาม บริการอาหาร เครื่องดื่ม รถรับส่งนักวิ่ง และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ นวดเพื่อสุขภาพมาเปิดให้บริการแก่นักวิ่ง ทำให้บรรยากาศเป็นชุมชนเป็นมิตร ผ่อนคลาย นักวิ่งได้เดินเล่นในสวน รับประทานอาหารที่บ้าน ไม่ต้องรีบ Checkout ก่อนเที่ยงวันตามเวลาของโรงแรมที่พักทั่วไป เลือกซื้อผลผลิตและผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนกลับไปประกอบอาหารที่บ้านหรือซื้อเป็นของฝากของที่ระลึกได้ ดังเช่นในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอนครั้งที่ 35 ศูนย์ฯ ได้เปิดให้บริการแก่นักวิ่งโดยคิดค่าบริการแบบเบ็ดเสร็จ คนละ 650 บาทต่อคืน ประกอบด้วย ค่าที่พัก 300 บาท ค่าอาหาร 3 มื้อ 250 บาท ค่ารถรับส่งไปร่วมงานวิ่ง 100 บาท

3) **ทุน (Capital)** อันประกอบไปด้วย ทุนทางทรัพยากร ทุนทางสังคม และทุนทางสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ วยที่ต้องอยู่เป็นไร่อ้อย บรรยากาศโล่งกว้าง ล้อมรอบด้วยครัวเรือนที่เป็นมิตรประกอบอาชีพทำสวนและไร่อ้อย มีรถยนต์ใช้ในการขนส่งผลผลิตทางการเกษตร รถมอเตอร์ไซด์ซาเล้งขับขี่เข้าไร่ ทำให้ศูนย์การเรียนรู้มีฐานทุนที่สมบูรณ์ในการต่อยอดบูรณาการกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนได้ในทุกมิติตั้งแต่กระบวนการผลิต แปรรูป

และทำการตลาด อีกทั้งยังสามารถทำแผนที่เชื่อมโยงกับทุนในชุมชนเพื่อนำนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มผู้ศึกษาดูงานไปทำกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การประกอบอาชีพเกษตรกรรมร่วมกับชุมชนได้ตลอดทั้งปี

4) **แรงงานในชุมชน (Labor Community)** ในชุมชนมีกลุ่มแรงงานที่หลากหลาย โดยเฉพาะแรงงานผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพเกษตรกร รับจ้างรายวัน ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุล้วนแต่มีประสบการณ์ในการทำการเกษตร โดยเฉพาะการทำไร่อ้อย การทำฟาร์มเห็ด ที่เป็นพืชเศรษฐกิจของชุมชน ดังนั้น ก่อนการจัดกิจกรรมงานวิ่งผู้บริหารจะทำการประมาณการและวางแผนการใช้น้ำอ้อยสดเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ออกบูทจำหน่ายน้ำอ้อยทำน้ำตาลอ้อยเพื่อจำหน่ายให้นักวิ่ง จึงจะมีการเตรียมการล่วงหน้าในการผลิต ทางศูนย์ฯ จะทำการประกาศรับสมัครจ้างแรงงานทางสื่อออนไลน์และปากต่อปาก เพื่อให้ผู้ที่ว่างงานในชุมชนมาสมัครรับจ้างทำงาน ซึ่งในแต่ละปีจะมีการจ้างแรงงานไม่น้อยกว่า 30 อัตรา

5) **สินค้าชุมชน (Local Product)** สินค้าในชุมชนส่วนมากเป็นผลผลิตจากไร่และสวน ได้แก่พืชผักมันสำปะหลัง พักทอง เห็ด อ้อย ไข่ไก่ ดินขุยไผ่และดินไส้เดือน ศูนย์ฯ ได้มีแนวคิดในการแปรรูปอ้อยมาทำเป็นน้ำอ้อยคั้นสด และน้ำตาลอ้อย นอกจากนั้นยังนำน้ำตาลอ้อยมาปรุงเป็นน้ำปรุงรสเมนูไข่ลูกเขย หากท่านใดมาใช้บริการอาหารที่ศูนย์ฯ ทางแม่ครัวก็จะนำเสนอเมนูไข่ลูกเขยให้รับประทาน และไข่ไก่ที่นำมาทำนั้นเป็นผลผลิตจากกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนเลี้ยงแล้วนำมาจำหน่ายให้ศูนย์ฯ เพื่อใช้ในการประกอบอาหาร นอกจากนั้นยังพบว่า เมื่อลูกค้ารับประทานแล้วติดใจในรสชาติ จึงพากันซื้อน้ำอ้อยปรุงรสกลับบ้าน ทำให้สินค้าชุมชนจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น การดำเนินธุรกิจของศูนย์ฯ ในวันจัดกิจกรรมงานวิ่ง ได้นำน้ำอ้อยคั้นสดมาตั้งบูท บริการน้ำอ้อยให้แก่นักวิ่งในทุก ๆ ปี

6) **องค์ความรู้ (Knowledge)** จากประสบการณ์จากการลงมือลงมือทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวผู้บริหาร ดังนั้น ความโดดเด่นในการบริหารจัดการ การสร้างกิจกรรมจากองค์ความรู้ ทำให้เกิดการยอมรับของศูนย์การเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างได้เสนอโครงการเพื่อขออนุมัติมาศึกษาดูงาน หรือนำศูนย์ฯ มาเป็นห้องปฏิบัติการชุมชนให้นักเรียน นักศึกษา ได้มาเรียนรู้กระบวนการผลิตหรือการแปรรูป ด้วยตนเอง

7) **เครือข่าย (Networks)** ตั้งแต่เปิดดำเนินการของศูนย์ฯ ผู้บริหารของศูนย์ฯ ร่วมกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกษตร ด้วยการเป็นวิทยากรบรรยาย เป็นผู้เข้าร่วมประชุม ให้กับหน่วยงานทุก ๆ ระดับและทุกภาคส่วน ทางศูนย์ฯ ให้ความร่วมมือด้วยดีเสมอมา

8) **สื่อสังคมออนไลน์และการตลาด (Social Media and Marketing)** ในโลกของการติดต่อสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง สื่อออนไลน์ที่ทุกคนเข้าถึงได้ง่ายและรับรู้ได้เร็วที่สุด คือ เฟสบุ๊ก กลุ่มไลน์ เพจของงานจอมบึงมาราธอน เพื่อติดต่อสื่อสารกับนักวิ่งที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรวมไปถึงการสร้างความผูกพันด้วยการเล่นเกม หรือ การแบ่งปันสิ่งของร่วมกัน

9) **ตราสินค้าของศูนย์ฯ (Personal Brand)** ตลอดระยะเวลาที่เปิดให้บริการมา 4 ปี ส่งผลภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ ที่ลูกค้าจดจำได้มากที่สุด คุณสาโรจน์ และ ดร.นุ้ย คือชื่อเรียกกันจนคุ้นหูว่า สิ่งที่คุณสาโรจน์และ ดร.นุ้ย ต้องการให้เกิดเป็นภาพลักษณ์องค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ มีความจริงใจกับลูกค้า แบ่งปัน และรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

ดังนั้นจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ในสถานการณ์จริง ทำให้ค้นพบข้อมูลถึงองค์ประกอบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมของศูนย์ ที่มี 9 องค์ประกอบที่สำคัญ ต่างมีความสัมพันธ์ต่อกัน จนทำให้ศูนย์การเรียนรู้มีความเข้มแข็ง บนฐานของทรัพยากร วิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่นดังภาพ 4



ภาพ 4 องค์ประกอบการดำเนินธุรกิจศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข วิถีไทยรามัญ
(ที่มา : ทศนีย์ นาคเสนีย์ รุจิรา แสงแข อมรพิมล พิทักษ์, 2565)

2) ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) 21 คน ต่างมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็น ในช่วงการจัดกิจกรรมงานวิ่ง “จอมบึงมาราธอน” ครั้งที่ 35 ประกอบด้วย 9 กิจกรรม คือ 1) การบริการให้เช่าที่พัก 2) การจำหน่ายอาหาร 3) การให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยว 4) การจ้างแรงงานในชุมชนมาทำงานระหว่างการจัดกิจกรรม 5) การจำหน่ายผลผลิตของศูนย์ อาทิ ไซร้ปั่นน้ำอ้อย พืชผักต่าง ๆ 6) นำแนวคิดประหยัดการใช้พลังงานและลดปริมาณการใช้ขยะ 7) อุดหนุนผู้ประกอบการในชุมชน 8) สร้างเครือข่ายผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการในชุมชน และ 9) ปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชน ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ คือ นักวิ่งเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

2.1) เมื่อทำการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จากการแทนค่า โดยใช้ อัตราการคิดลด 3.5% พบว่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นฯ รวม 838,114.11 บาท

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวชี้วัด	ตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	Dead weight %	Displacement %	Attri bution %	Drop off %	ผลตอบแทนสุทธิ (บาท)
1) นักวิ่งและผู้ติดตาม	มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการจ่ายค่าที่พักค่าบริการต่าง ๆ	418,608.00	0%	8.5%	35%	0%	147,616.95
2) ศูนย์การเรียนรู้ฯ	มีการลงทุนเพิ่มขึ้น	401,849.00	10.0%	8.5%	35%	0%	77,317.50
3) ผู้รับจ้างทำครัว	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการรับจ้างทำอาหาร	142,600.00	10.0%	8.5%	35%	0%	8,747.58
4) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	มีวิทยากรที่เป็นเครือข่ายของมหาวิทยาลัย	86,400.00	0.0%	8.5%	35%	0%	53,176.60
5) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ	69,000.00	0.0%	8.5%	35%	0%	8,747.58

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวชี้วัด	ตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy)	Dead weight %	Displacement %	Attri bution %	Drop off %	ผลตอบแทนสุทธิ (บาท)
6) ผู้รับจ้างแรงงาน	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการรับจ้างทำงานในศูนย์ฯ	37,800.00	0.0%	8.5%	35%	0%	22,481.55
7) องค์กรบริหารตำบลเบิกไพร	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าสนับสนุนปรับปรุงภูมิทัศน์	50,000.00	0.0%	8.5%	35%	0%	84,811.35
8) ผู้ให้เช่ารถรับส่ง	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการนำรถมาให้เช่าบริการรับ-ส่ง นักวิ่ง	30,000.00	0.0%	8.5%	35%	0%	17,842.50
9) ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายพืชผลเกษตรให้ศูนย์ฯ	17,800.00	0.0%	8.5%	35%	0%	10,586.55
ผลตอบแทนทางสังคมจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นฯ รวม							838,114.11

2.2) นำข้อมูลมาหาผลตอบแทนจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นฯ ในช่วงการจัดกิจกรรมงานวิ่ง “จอมบึงมาราธอน” ครั้งที่ 35 มาประเมินเพื่อคำนวณหาผลตอบแทนในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า จากผลตอบแทนทางสังคมจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นฯ รวม 838,114.11 บาท เป็นผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจมากที่สุด 686,823.25 บาท (ร้อยละ 81.95%) รองลงมาคือ ผลตอบแทนด้านสิ่งแวดล้อม 91,156.88 บาท (ร้อยละ 10.88%) และ ผลตอบแทนด้านสังคม 60,133.98 บาท (ร้อยละ 7.17%) เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ พบว่ามีข้อจำกัดในการประเมินมูลค่าจากผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในความรู้สึก ความสุข และความสามัคคีที่เพิ่มขึ้นของชุมชน ไม่สามารถเป็นมูลค่าทางการเงิน (Financial Proxy) ได้ จึงทำให้ผลตอบแทนทางสังคมมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ตาราง 2 ผลตอบแทนจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยุธยา

ผลตอบแทนจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยุธยา	Impact (in current year)	
	บาท	%
ผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจ	686,823.25	81.95%
ผลตอบแทนด้านสิ่งแวดล้อม	91,156.88	10.88%
ผลตอบแทนด้านสังคม	60,133.98	7.17%
ผลตอบแทนโดยรวม	838,114.11	100.00%

หมายเหตุ Calculating Social Return Discount rate 3.5%

2.3) ผลการคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (SROI Ratio)

จากมูลค่าการเปลี่ยนแปลงและผลตอบแทนจากการให้บริการของศูนย์การเรียนรู้อยุธยา เมื่อนำมาวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนทางสังคม (SROI Ratio) ด้วยการใช้ Microsoft Excel การเงินและการบัญชีขั้นพื้นฐานในการจัดทำการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) (วัชนิพร เศรษฐสุกโก, 2563) และฟังก์ชัน NPV ในอัตราคิดลด 3.5% อีก 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2563 – 2567) โดยใช้ปี พ.ศ. 2563 เป็นฐาน พบว่า มีผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เป็นผลบวกมีค่าเท่ากับ 6.73 หมายความว่า ในมูลค่าเงิน 1 บาท ได้ทำประโยชน์ให้กับสังคมเท่ากับ 6.73 บาท ซึ่งให้เห็นว่า การริเริ่มดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยุธยาเป็นสุขวิถีไทยรวมัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนนั้น มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยสร้างงาน กระจายรายได้ให้ชุมชน และแก้ไขปัญหาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ระบบการขนส่งในพื้นที่ที่ไม่เพียงพอได้ (Over Carrying Capacity) ได้อย่างแท้จริง ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการคำนวณหาผลตอบแทนทางสังคม (อัตราการคิดลด 3.5%)

ผลการคำนวณหาผลตอบแทนทางสังคม (อัตราการคิดลด 3.5%)						
ผู้ที่เกี่ยวข้อง	Current year	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Present value of each year	838,114.11	1,676,228.21	782,388.49	755,930.90	730,368.02	705,669.59
มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมด (Total Present Value)						4,622,243.19
มูลค่าของเงินที่ลงทุน (Investment Value)						686,823.25
Social Return on investment (Value per amount invested)						6.73

อภิปรายผล

การดำเนินงานของศูนย์ได้สร้างระบบการสร้างงานสร้างรายได้ในชุมชน แต่ยังไม่เป็นธุรกิจเพื่อสังคม ตามแนวคิดของ ดวงรัตน์ ประจักษ์ศิลปไทย (2561) ที่ได้กล่าวว่า ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) คือ ธุรกิจที่ก่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีคนมีจิตสำนึกคิดถึงผู้อื่น มีวัตถุประสงค์หลักคือแก้ไขปัญหาสังคมลักษณะสำคัญของ ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) มี 6 ประการ ได้แก่ (1) มีจุดประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักขององค์กรที่ชัดเจน (2) รายได้หลักมาจากการขายสินค้าและบริการ (3) ผลกำไรส่วนใหญ่ต้องนำไปลงทุนตามวัตถุประสงค์ มิใช่นำไป ปันผล (4) มีความเป็นอิสระ (5) ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารงานเพื่อประโยชน์ของสังคม และ (6) เป็น องค์กรอิสระที่มีความน่าเชื่อถือและตามแนวคิดของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (<https://se.school>) ที่สรุปว่า ลักษณะเด่นของธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) มีการดำเนินงาน 1) ดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ทาง สิ่งแวดล้อมหรือสังคม มีแนวทางการหารายได้ด้วยตนเองเพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่มาของรายได้ อาจจะอยู่ในรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการมีการระดมทุนที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุนสามารถทำการ ารณรงค์ขอรับการสนับสนุนหรือบริจาคเงินแบบให้เปล่าเหมือนองค์กรสาธารณประโยชน์ได้ 2) เน้นใช้นวัตกรรม ที่ช่วยแก้ปัญหา คิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ที่สามารถช่วยแก้ปัญหาการดำเนินงานได้อย่างได้ผล ยั่งยืน และมี ประสิทธิภาพ สามารถต่อยอดได้ 3) การดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมือของหลาย ๆ ฝ่ายเพื่อใช้ศักยภาพเฉพาะ ทางของหน่วยงานต่าง ๆ ในเครือข่ายองค์กรได้ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาซับซ้อนได้นั้นเอง และ 4) หลังจากธุรกิจ เพื่อสังคม ธุรกิจสายพันธุ์ใหม่ที่เกิดขึ้นมาทำให้เกิดสมการทางเศรษฐกิจสายพันธุ์ใหม่ ได้แก่ กำไร = เงิน + ความสุขของทุก ๆ คน แต่ในขณะเดียวกันการดำเนินงานของศูนย์ มีรูปแบบการดำเนินงานครบตาม 9 องค์ประกอบตามมาตรฐานของธุรกิจเพื่อสังคม คือ 1) ลูกค้า (Customer) 2) บริการ (Services) 3) ทุน (Capital) 4) แรงงานในชุมชน (Labor Community) 5) สินค้าชุมชน (Local Product) 6) องค์กรความรู้ (Knowledge) 7) เครือข่าย (Networks) 8) สื่อสังคมออนไลน์และการตลาด (Social Media and Marketing) และ 9) ตราสินค้า ของศูนย์ (Personal Brand)

จากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน ได้ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ทางบวกซึ่งเป็นที่ดีต่อชุมชนทั้งได้ก่อให้เกิดการ ได้สร้างงาน สร้าง รายได้ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนศูนย์ฯ 2) กลุ่มแรงงานชุมชนผู้ รับจ้างแรงงาน งานแม่บ้าน งานสวน 3) กลุ่มแรงงานชุมชนผู้รับจ้างทำครัว 4) กลุ่มผู้ประกอบการให้เช่า รถยนต์/มอเตอร์ไซด์ซาเล้ง 5) ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ 6) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน/บริการอื่น ๆ 7) นักวิ่งและผู้ติดตาม 8) องค์กรบริการสวนตำบลบึงไผ่ 9) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง โดยมีผลตอบแทนทางสังคมรวม 838,114.11 บาท เป็นผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจมากที่สุด 686,823.25 บาท (ร้อยละ 81.95%) รองลงมาคือ ผลตอบแทนด้านสิ่งแวดล้อม 91,156.88 บาท (ร้อยละ 10.88%) และ ผลตอบแทนด้านสังคม 60,133.98 บาท (ร้อยละ 7.17%) ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ (2563) ที่ได้ทำการประเมิน ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment : SROI) จากการจัดกิจกรรมงานวิ่ง จอมบึงมาราธอน

ครั้งที่ 35 ร่วมกับคณะนักวิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผลตอบแทนที่เกิดจากการจัดกิจกรรมงานวิ่ง จอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 โดยรวมมีมูลค่าผลตอบแทนรวมประมาณ 145.57 ล้านบาท จำแนกเป็น ผลตอบแทนด้านสังคม มูลค่า 123.87 ล้านบาท (ร้อยละ 85.09) รองลงมาคือผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจ มูลค่า 18.05 ล้านบาท (ร้อยละ 12.40) และผลตอบแทนด้านสิ่งแวดล้อมมูลค่า 3.66 ล้านบาท (ร้อยละ 2.51) เนื่องจากเป้าหมายของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงในฐานะสถาบันการศึกษากับศูนย์การเรียนรู้ในฐานะการดำเนินธุรกิจ มีเป้าหมายที่ต่างกัน คือ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นกับเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจ และจากการวิจัยครั้งนี้ และในการดำเนินงานของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นฯ มีผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เป็นผลบวก โดยมีค่าเท่ากับ 6.73 หมายความว่า เงินมูลค่า 1 บาทจากการดำเนินงานของศูนย์ฯ ได้ทำประโยชน์ให้กับสังคมได้เท่ากับ 6.73 บาท ซึ่งให้เห็นว่า การริเริ่มดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุขวิถีไทยรวมมัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอนนั้น มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยสร้างงาน กระจายรายได้ให้ชุมชน และแก้ไขปัญหาศักยภาพในการรองรับทั้งที่พัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ระบบการขนส่งในพื้นที่ที่ไม่เพียงพอได้ (Over Carrying Capacity) ได้อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน กรณีศึกษาโรงแรมรักษาสีสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย ของ วัชรินทร์ เศรษฐสุกกโก (2563) ที่มีผลตอบแทนทางจากการลงทุน 1 บาท ได้ทำประโยชน์กับสังคม 3.71 บาท ซึ่งให้เห็นว่า เป็นผลดีที่สร้างรายได้ให้ชุมชน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการประเมินของ พรพิมล อริยะวงษ์ (2564) ที่ได้วิจัยเรื่องการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อสร้างความยั่งยืนของกลุ่มทอผ้าที่กระตุกไหลหินตะวันตก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของกลุ่มทอผ้า มีค่าเท่ากับ 0.99 ซึ่งหมายความว่า ทุก ๆ การลงทุน 1 บาท ที่กลุ่มได้ลงทุนไปในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม จะได้ผลตอบแทนกลับมา 0.99 บาท ซึ่งเป็นผลประกอบการที่มีผลขาดทุนหรือไม่ทำให้เกิดมูลค่าทางสังคมเพิ่มขึ้น ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงในจุดบกพร่อง แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าที่กระตุกไหลหินตะวันตกจะไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางสังคมเพิ่มขึ้น แต่กลุ่มก็ได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกซึ่งอาจไม่เท่าเกณฑ์อัตราค่าจ้างขั้นต่ำเมื่อนำไปรวมกับรายได้จากทางอื่นก็พอเลี้ยงชีพไม่เป็นภาระต่อลูกหลานเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์มีสุขภาพจิตที่ดีรวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในชุมชนที่สำคัญกลุ่มได้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสืบสานภูมิปัญญาของบรรพบุรุษให้สืบทอดแก่คนรุ่นหลังซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่ายากแก่การประเมินค่าได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ผู้จัดกิจกรรมงานกีฬา ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวและการบริการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดเรื่องที่พักและการบริการสามารถนำรูปแบบการดำเนินงานของศูนย์การเรียนรู้ฯ ไปเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือ

การท่องเที่ยวที่มีการรวมคนหมู่มากมาในพื้นที่ (Mass participation) ให้กระจายไปยังพื้นที่รอบ ๆ เพื่อป้องกันการกระจุกตัวและสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีความสามารถในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ได้

2) ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เป็นการแสดงถึงผลตอบแทนอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถวัดค่าออกเป็นตัวเลขทางการเงินซึ่งการวัดค่าได้จะสร้างจุดเด่นให้แก่ธุรกิจได้อย่างชัดเจน ช่วยสร้างความมั่นใจในการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ลูกค้า สมาชิก กลุ่มเกษตรกร ผู้รับจ้างแรงงานในชุมชน หน่วยงานองค์กรต่าง ๆ และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดี อีกทั้งยังทำให้เห็นแนวทางการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยในระยะยาวหรือศึกษาวิจัยซ้ำทุก ๆ 1 ปี ร่วมกับการวิเคราะห์ต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ในแต่ละปีอันจะนำไปสู่การวิเคราะห์ปัญหา แนวทางการพัฒนาผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

2) ควรทำการศึกษาวิจัยขยายผลไปยังการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมอื่น ๆ เพื่อให้เห็นภาพของการทำธุรกิจที่สร้างผลตอบแทนทางสังคม อันจะทำให้เกิดเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Good Practice) ที่จะพัฒนาชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา** รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย (Sports Tourism) ประจำปี 2560. หน้า 23-24.
- จอมบึงมาราธอน. (2564). **สสส. จอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 36**, สืบค้น มีนาคม 2, 2564. จาก <https://www.facebook.com/chombuengmarathon>.
- จิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2562). **การประชุมวิ่งมาราธอนระดับโลกครั้งที่ 1 “ เชียงราย โกลบอล รันนิ่ง ซัมมิต 2019 ” (Chiang Rai Global Running Summit 2019)**. กรุงเทพฯ : บริษัท มูฟเอเซีย จำกัด.เอกสารประกอบการประชุม.
- ดวงรัตน์ ประจักษ์ศิลปไทย. (2561). **วิสาหกิจเพื่อสังคม**. สืบค้น มีนาคม 2, 2564 จาก <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2558/hi2558-010.pdf>.
- ณอมศักดิ์ ศรีจันทร์. (2562). การประเมินผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับงานบริการวิชาการแก่ชุมชน กรณีศึกษาโครงการสร้างองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมวิชาชีพแก่ชุมชน : การนวดเพื่อสุขภาพจังหวัดนครนายกและจังหวัดสระแก้ว. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 17(2), 118-125.
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์. (2564). **นวัตกรรมเทคโนโลยีแพลตฟอร์มเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจเชิงแบ่งปันในการจัดกิจกรรมงานวิ่งจอมบึงมาราธอน**. ราชบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. ราชภัฏจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 10.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ : บริษัท วี.อินเตอร์พรีนท์.
- พรพิมล อริยะวงษ์. (2564). การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อสร้างความยั่งยืนของกลุ่มทอผ้าที่กระตุกไหลหินตะวันตก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. **วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง**, 10(2), 147-166.
- ไพโรจน์ เสาแก้ว. (2562). **การประชุมวิ่งมาราธอนระดับโลกครั้งที่ 1 “ เชียงราย โกลบอล รันนิ่ง ซัมมิต 2019 ” (Chiang Rai Global Running Summit 2019)**. กรุงเทพฯ : บริษัท มูฟเอเซีย จำกัด.เอกสารประกอบการประชุม.
- วัชรินทร์ เศรษฐ์สักรโก (2563). ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน : กรณีศึกษาโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทย. **วารสารวิชาชีพบัญชี**. 16(50) ,5-22.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ. (2562). **การพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรมมวยไทย ปั่นจักรยาน และวิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)**. สำนักงานสนับสนุนกองทุนวิจัย.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ. (2563). **รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจชุมชนด้วยกิจกรรมการวิ่งบนฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น**. สำนักงาน

คณะกรรมการ ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) และสำนักงานนโยบายการ
อุดมศึกษา วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.).

Getz, D., & Carlsen, J. (2005). Family business in tourism : State of the art. **Annals of tourism
research**, 32(1), 237-258.

Saito, O., & Ryu, H. (2020). **What and How Are We Sharing? The Academic Landscape of the
Sharing Paradigm and Practices: Objectives and Organization of the Book**. In *Sharing
Ecosystem Services* (pp. 1-19). Springer, Singapore.

Social Value Thailand. (2563). **SROI Practitioner Workshop**. เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตร SROI
for Strategic Social Value Integration towards Competitiveness and Sustainability. ระหว่าง
วันที่ 29-30 ตุลาคม 2563