

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากชุดความรู้สปาล้านนา
AN ASSESSMENT OF SOCIAL RETURN ON INVESTMENT
OF KNOWLEDGE SET ON SPA LANNA

อภิรดี นันทศุภวัฒน์^{1*}

Apiradee Nantsupawat^{**}

วิภาดา คุณาวิกติกุล²

Wipada Kunaviktikul

กุลวดี อภิชาติบุตร³

Kulwadee Abhicharttibutra

อรอนงค์ วิชัยคำ⁴

Orn-Anong Wichaikhum

เพชรสุณีย์ ทังเจริญกุล⁵

Petsunee Thungjaroenkul

สิริลักษณ์ วรรณพะพงษ์⁶

Siriluck Vadtanapong

วิไลพรรณ ใจวิไล⁷

Wilaipan Jaiwilai

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จากการประกอบธุรกิจสปา กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการผู้ปฏิบัติงาน ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ส่งมอบและผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินการธุรกิจสปาล้านนา จำนวน 25 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง ดำเนินการศึกษาโดยการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ SROI โดย 6 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ การประเมินและให้ค่าผลลัพธ์ การกำหนดผลกระทบ จำนวนค่า SROI และการรายงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่าผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินการด้านธุรกิจสปา ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ คือ รายได้ของผู้ให้บริการสปา การมีชื่อเสียงของสถานประกอบการ ความผาสุก รายได้ที่ยั่งยืนของเกษตรกรและผู้ผลิตภัณฑ์สปา ด้านสังคมคือ ความร่วมมือกันในชุมชนท้องถิ่น และการลดการเคลื่อนย้ายการทำงานในสังคมเมือง และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการมีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนจำนวน 25.43 เท่า ซึ่งหมายถึงการลงทุน 1 บาทสามารถสร้างผลตอบแทนทางสังคมคิดเป็นมูลค่า 25.43 บาท แสดงว่าโครงการสร้างคุณค่าให้กับสังคมและมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนในการดำเนินการ

คำสำคัญ การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม ชุดความรู้สปาล้านนา

^{1*}ผู้นิพนธ์ประสานงาน คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อีเมล: apiradee.n@cmu.ac.th

^{**}Co-responding author, Faculty of Nursing, Chiang Mai University, Email: apiradee.n@cmu.ac.th

^{2,6} คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

School of Nursing, Panyapiwat Institute of Management

^{3,4,5} คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Faculty of Nursing, Chiang Mai University

⁷ สำนักงานอธิการบดีและบริหารความยั่งยืน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Office of President and Sustainability Management, Panyapiwat Institute of Management

วันที่รับบทความ (Received date): 6 December 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 26 August 2022

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 29 December 2022

Abstract

The purpose of this study was to assess the social return on investment (SROI) of the Spa Lanna business. The 25 samples were spa entrepreneurs, therapists, customers, and spa suppliers selected by purposive sampling. Data were collected using focus groups, in-depth interviews, research, and a literature review. The SROI analysis in six steps involved identifying stakeholders, mapping outcomes, measuring and valuing outcomes, establishing impact, calculating SROI, and reporting. Data were analyzed using descriptive statistics. The study found that the social return on investment of Spa Lanna business had economic outcomes from sustainable income, well-known, and well-being and social outcomes from social collaboration and mobility to urban society. The project has a net present value of 25.43 baht, the social returns on investment of this project meaning that one baht on investment can obtain social benefits of 25.43 baht. The results show that the project creates value for society and is worth the investment.

Keywords: Social Return on Investment, Knowledge Set on Spa Lanna Business

บทนำ

ประเทศไทยมีเป้าหมายในการเป็นเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ผ่านมาธุรกิจสปาได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ดีทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย รายงานจากศูนย์วิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ เกี่ยวกับธุรกิจ สปาอุตสาหกรรมความงามและการดูแลสุขภาพ หรือ Wellness Industry มีอัตราการเติบโตที่สูงทั่วโลก จากการคาดการณ์ของ Global Wellness Institute หรือ GWI ในต้นปี พ.ศ.2560 ซึ่งประเมินมูลค่าตลาดของธุรกิจ สปาทั่วโลก มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยถึง 6% ต่อปี หรือจากมูลค่าตลาด 1.29 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ สู่ระดับ 1.69 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงปี 2015-2020 ซึ่งแสดงถึงว่าธุรกิจนี้ยังคงมีอุปสงค์ที่ไม่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้สำหรับประเทศไทยมูลค่าตลาดธุรกิจสปาที่มีการเติบโตราว 8% ต่อปี โดยสูงกว่าอัตราเฉลี่ยทั่วโลกหรือขยายตัวจากระดับประมาณ 3 หมื่นล้านบาทในปี 2013 มาอยู่ที่ราว 3.5 หมื่นล้านบาทในปี 2015 สูงเป็นอันดับที่ 16 ของโลก และเป็นอันดับที่ 5 ของเอเชียเป็นรอง จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้และอินเดีย โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น จีน ไต้หวัน ฮองกง เกาหลีใต้และญี่ปุ่น (Chulalongkorn University Intellectual Property Institute, 2017)

ปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสปาในมาจากแนวโน้มของจำนวนประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลของ GWI และ CIA World Factbook พบว่าประเทศที่มีมูลค่าตลาดธุรกิจ สปาใหญ่ที่สุด 20 อันดับแรกของโลกส่วนใหญ่มีระดับอายุเฉลี่ย ของประชากรสูงกว่า 40 ปี ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มความต้องการใช้บริการสปาที่มากขึ้นจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ นอกจากนี้การขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางมีแนวโน้มระดับรายได้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายเงินเพื่อดูแลสุขภาพของตนเอง นอกเหนือจากการใช้จ่ายเพื่อดำรงชีวิตประจำวัน และปัจจัยเรื่องวิถีชีวิตที่เร่งรีบของกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งก่อให้เกิดความเครียด สำหรับประเทศไทยการสนับสนุนจากรัฐบาลในการกำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “Spa Capital of Asia” ด้วยการผลักดันการสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของสปาไทยสู่มาตรฐานสากล และเน้นการทำตลาดเชิงรุกในประเทศเป้าหมาย โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ โดยการลงทุน การร่วมทุนจัดตั้งธุรกิจ การสร้างเครือข่าย การสร้างแบรนด์ และอื่นๆ ส่งผลให้ธุรกิจมีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

จากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้ธุรกิจสปาได้รับผลกระทบทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง อย่างไรก็ตามการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในการควบคุมการระบาดได้ดี ทำให้ภาพลักษณ์ธุรกิจและการบริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย กลายเป็นจุดหมาย (destination) ที่ธุรกิจสาย wellness จะเติบโตไปกับธุรกิจ ด้านการแพทย์ ในระดับโลก (Thai Business Information Center In USA, 2021) นอกจากนี้กระแสของการรักษาสุขภาพของคนในประเทศแสดงจากผลสำรวจของสวนดุสิตโพล (Suandusitpoll, 2020) และ IPG MEDIABAND ปี 2563 มีมากขึ้น และนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยสุขอนามัย (TAT Intelligence Center, 2020) มีแนวโน้มสนใจทำกิจกรรมเชิงสุขภาพ และใช้บริการกิจกรรมการกวดจุด นวด สปา อโรมาเธอราพี และมีความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับมาก (Heranya, 2021)

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในการเตรียมพร้อมต่อการฟื้นตัวรองรับการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสปา โดยมีกลยุทธ์ดำเนินธุรกิจให้ลูกค้าเกิดความประทับใจกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นการส่งเสริมธุรกิจให้มีศักยภาพและดำเนินธุรกิจได้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง โครงการบริหารจัดการแผนงานเตรียมความพร้อมประเทศไทยเชิงรุกให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพ (Kunaviktikul, et al., 2021) ได้พัฒนาชุดความรู้สปาชั้นนำ โดยมีกระบวนการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม การเลือกแนวคิด ทฤษฎีที่มีหลักการและเหมาะกับการดำเนินการด้านธุรกิจสปา ร่วมกับการปฏิบัติงานและดำเนินการกับผู้ประกอบการ เก็บข้อมูลจากการสังเกตการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการให้บริการสปา รวมทั้งการได้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจาก

ผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษาโครงการ ซึ่งชุดความรู้สปาลำเนา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ซึ่งผู้ประกอบการสปานำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ การดำเนินการและ การประเมินผลที่ครอบคลุมในทุกองค์ประกอบของธุรกิจสปา

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เป็นกรอบการวัดมูลค่าของโครงการด้วยการแสดงผลลัพธ์ ทั้งที่เป็นตัวเลขและคำอธิบาย ซึ่งช่วยเพิ่มความโปร่งใสในมูลค่าทางสังคมที่เกิดจากการลงทุน โดยนำต้นทุนและประโยชน์ทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมมาพิจารณาารวมกัน ทั้งนี้ SROI เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดความเข้าใจ และวัดผล รวมทั้งรายงานมูลค่าทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากการดำเนินงานด้านโครงการการประเมินมูลค่าทางสังคมทั้งผลลัพธ์ที่เป็นทั้งตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน เป็นการวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลประโยชน์ทางสังคมโดยการแปลงผลลัพธ์เป็นตัวเงิน โดยการใช้การวัดตัวเงินแบบคิดลดและคำนวณเปรียบเทียบกับมูลค่าทางการเงินของต้นทุนที่ใช้เพื่อดูว่ากิจกรรมหรืองานนั้นสร้างผลลัพธ์ทางสังคมคิดเป็นจำนวนมูลค่าต่อเงิน 1 บาทที่ลงทุน (Paseepol, 2017) โดยข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SROI จะเป็นข้อมูลสะท้อนสำคัญที่แสดงถึงประสิทธิผลของกิจกรรมที่ได้ดำเนินการไปแล้ว หรือ ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่า จะสร้างมูลค่าเท่าไรในอนาคตหากตอบสนองเป็นไปตามผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ โดยกระบวนการวิเคราะห์ SROI ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ การประเมินและให้ค่าผลลัพธ์ การกำหนดผลกระทบ ค่ามูลค่า SROI และการรายงาน (Davies, Taylor, Ramchandani, & Christy, 2016) ซึ่งทำให้ทราบถึงคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นกับโครงการ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประเมินผลตอบแทนทางสังคมที่เกิดขึ้นจากธุรกิจสปาลำเนาซึ่งช่วยให้ทราบถึงคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการนำรายได้เข้าประเทศเพียงอย่างเดียว

ขอบเขตของการศึกษา

ประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้ปฏิบัติงาน (Therapist) ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ส่งมอบและผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินการธุรกิจสปาชั้นนำ

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการสปาชั้นนำที่อยู่ในโครงการนำชุดความรู้ใหม่ไปใช้ Therapist ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการสปา ลูกค้าผู้มาใช้บริการสปาทั้งชาวไทยและต่างชาติ เกษตรผู้ผลิตสมุนไพรที่นำมาใช้ในสปา กลุ่มชุมชนผู้ผลิตลูกประคบให้กับสถานประกอบการสปา ผู้ผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาให้กับสถานประกอบการสปา โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 25 คน

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินใช้ระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2564

ทบทวนวรรณกรรม

ชุดความรู้สปาชั้นนำ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ เพื่อให้ผู้ประกอบการสปาได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ การดำเนินการและการประเมินผลที่ครอบคลุมในทุกองค์ประกอบของธุรกิจสปา (Kunaviktikul, et al., 2021)

ปัจจัยนำเข้า หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่จำเป็นและทรัพยากรทางการบริหารทุกด้าน ที่สำคัญในการปฏิบัติงานของสถานประกอบการ ประกอบด้วย

1. อุปสงค์ (Demand) เป็นปัจจัยที่จะนำมาวางแผนการบริหารจัดการ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องศึกษาข้อมูลเพื่อ คาดคะเนความต้องการความคาดหวังของลูกค้า และเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้าที่จะมารับบริการ ในการศึกษาความต้องการของลูกค้า นั้น สถานประกอบการสปาสามารถศึกษาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหลัก และศึกษาความต้องการของลูกค้า

2. อุปทาน (Supply) เป็นผลิตภัณฑ์และการบริการที่จะทำให้เกิดบริการสปาชั้นนำที่มีคุณภาพรูปแบบการให้บริการสปาชั้นนำจะต้องมีมาตรฐาน ได้แก่

2.1 รูปแบบการบริการสปาสถานประกอบการมีการกำหนดมาตรฐานในด้านต่างๆ ได้แก่ การมีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ การให้บริการเมนูที่หลากหลายและเน้นคุณภาพ มีระบบนัดหมายยกเลิก การชำระค่าบริการที่ชัดเจน มีกระบวนการให้บริการ, มีระบบการบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน การให้คำปรึกษาและข้อมูลการบริการ ระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าระหว่างรับบริการการประเมินผลความพึงพอใจและการนำผลการประเมินไปปรับปรุง การบริการสินค้าและของที่ระลึกไว้จำหน่าย

2.2 บุคลากร ได้แก่ ผู้ให้บริการหลักในสถานประกอบการสปา ซึ่งควรมีคุณสมบัติในด้าน การมีจิตบริการ (service mind & hospitality) มีความอ่อนโยน มีความรู้ ความสามารถและมีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน ปลอดภัยและประทับใจ โดยมีการกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ (spa manager) ผู้ให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (spa therapist) พนักงานต้อนรับ (spa receptionist/ guest relations officers) และการส่งบุคลากรไปอบรมเพิ่มเติม

2.3 ผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการและในสถานประกอบการ ซึ่งต้องมีการดูแลมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และเครื่องมืออุปกรณ์ได้แก่ มีคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ และระบบดูแลรักษาและการตรวจสอบความปลอดภัย

2.4 การบริหารและการจัดการองค์กรมีหลักการในการบริหารจัดการ

2.5 สถานที่ และสิ่งแวดล้อม หมายถึง การจัดสถานที่และสิ่งแวดล้อมในการให้บริการสถานประกอบการโดยมุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและความปลอดภัยในการมารับบริการ

3. การสนับสนุน (Support) หมายถึง การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

กระบวนการ หมายถึง วิธีการ/การดำเนินงานต่างๆที่นำเอาปัจจัยต่างๆมาใช้ดำเนินการร่วมกันเพื่อให้ปัจจัยทั้งหลายเข้าสู่กระบวนการทุกกระบวนการอย่างได้ประสิทธิภาพ

1. การให้บริการสปาที่ท่านมีส่วนประกอบของอัตลักษณ์ที่ท่านได้แก่ด้าน รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส การพัฒนานวัตกรรมและการคำนึงถึงความปลอดภัย

1.1 รูป : ภาพลักษณ์หรือรูปมีความสำคัญในการสะท้อนศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยอย่างยิ่ง เนื่องเป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้บริการจะสามารถรับรู้ สัมผัส และเข้าใจถึงความเป็นสปา โดยจะมีการจัดสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมสปา ซึ่งประกอบด้วยด้านสถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมภายใน และการแต่งกายของพนักงานให้บริการ

1.2 รส : มีการให้บริการเครื่องดื่มสุขภาพและอาหารว่างที่มาจากพืชพื้นบ้านของสปา ควรมีการบริการเครื่องดื่มทั้งร้อนและเย็น และใช้สมุนไพร และ จำเป็นต้องคำนึงการแสดงออกของกระบวนการทำดั้งเดิม เพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของสปา และควรทำให้รสชาติหวานเพียงเล็กน้อย

1.3 กลิ่น : กลิ่นเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงถึงอัตลักษณ์ไทยสปาเนื่องจากช่วยสร้างบรรยากาศ สภาพแวดล้อม และใช้ในการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพในสถานประกอบการ มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมมาช่วยในการสร้างบรรยากาศ เช่น น้ำมันหอมระเหยที่ใช้ในสถานประกอบการ น้ำมันตัวพาที่ใช้ในการบริการนวด และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการขัด ปอกผิว อบ อบ หรือแช่ ที่มาจากพืชหรือดอกไม้สปา

1.4 เสียง : การนำเสียงดนตรีที่บรรเลงจากเครื่องดนตรีสปา และการสร้างสรรค์เสียงธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่ภาคเหนือ เช่น เสียงของธรรมชาติบนยอดเขาหรือเสียงน้ำตก มาใช้ในการเสริมบรรยากาศในขณะให้บริการ

1.5 สัมผัส : การบริการด้วยการนวดของสปาที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ที่

แสดงให้รู้สึกถึงการสัมผัสที่ผ่อนคลายแล้ว ควรมีการการผสมผสานความเชื่อ พิธีกรรมด้านสปา เข้าไปในการบริการ และการให้บริการการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ ควรกำหนดเกณฑ์การให้บริการในการใช้น้ำ เช่น การอบ อบ แช่ โดยใช้สมุนไพรสปาเป็นต้น ทั้งนี้ควรคำนึงถึงการป้องกันการติดเชื้อจากการสัมผัสด้วย

1.6 การพัฒนานวัตกรรมบริการสปาอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในกระบวนการให้บริการในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อควรเพิ่มความระมัดระวังด้านการป้องกันและควบคุมการติดเชื้ออย่างเคร่งครัด

2. การบริหารจัดการธุรกิจสปา ผู้ดำเนินการสปาจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจและบริหารงานตามความเหมาะสมของสถานประกอบการสปาของตน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1. จัดทำนโยบายในด้านการบริหารและให้บริการ

2.2. ดำเนินงานตามนโยบายและขั้นตอนการดำเนินการในธุรกิจสปา (Standard Operation Procedures หรือ Spa SOPs)

2.3. การบริหารและจัดการองค์กร

2.4. การประเมินผลและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

3. การคำนึงถึงความปลอดภัยในการให้บริการสปา ได้แก่ การใช้มาตรฐาน SHA, SHA Plus ในการให้บริการการปรับปรุงการให้บริการตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยทำให้ด้านความสะอาด สุขอนามัย ห้องอาบน้ำ ห้อง/เตียงนวด การพัฒนานวัตกรรม การบริการด้านความปลอดภัย เช่น การพัฒนาท่านวดใหม่ๆ

4. การตลาด และประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ การปรับกลยุทธ์ในการตลาด มีการจัดการด้านราคา และรายการส่งเสริมการขาย ส่วนลดพิเศษ ในโอกาสต่างๆ รวมทั้งการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วย

5. การพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ ได้แก่ มีการวางแผนการตลาดและการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

ผลผลิต หมายถึง ผลที่ได้จากการที่สถานประกอบการได้มีการปฏิบัติตามขั้นตอนของปัจจัยนำเข้าและกระบวนการที่กำหนดไว้ โดยเป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินการตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้ข้อมูลจากปีที่ผ่านมา โดยผลผลิตจะมีการประเมินในแต่ละเดือน/ไตรมาส/ปี

ผลลัพธ์ หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นภายหลังจากผลผลิต จากการนำชุดความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาปาล์มน้ำมันสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อพัฒนาปาล์มน้ำมันสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน โดยดำเนินการตามกระบวนการใช้ชุดความรู้ใหม่นั้น การที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการโครงการให้ครอบคลุม จึงต้องมีการประเมินผลงานหรือผลผลิตได้มาพิจารณา วิเคราะห์สังเคราะห์โดยผลลัพธ์จะได้รับ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม

แนวคิด (Social Return on Investment: SROI) (Social Value Thailand, 2020) เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากการวิเคราะห์ต้นทุนและประโยชน์ของโครงการ ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์เพื่อจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ และใช้ในการวิเคราะห์ตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐ และการวิเคราะห์กำไร-ขาดทุน ซึ่งนำมาวิเคราะห์มูลค่าการลงทุนและประโยชน์ครอบคลุมแตกต่างกัน สำหรับหลักการ SROI จะพิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าสู่ระบบการประเมินมีขอบเขตในการพิจารณาทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านบวกและด้านลบในทุกมิติ รวมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจ และพิจารณามูลค่าทางการเงินที่เกิดขึ้นจริง และการประมาณมูลค่าของปัจจัยที่เป็นนามธรรม

SROI จึงเป็นแนวคิดสำหรับการทำความเข้าใจ การประเมิน และการบริหารจัดการผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการขององค์กรครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่สำคัญในแต่ละกลุ่ม โดย SROI เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณสัดส่วนของมูลค่า ผลลัพธ์ทางสังคมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กับงบประมาณลงทุนของโครงการ เพื่อพิจารณาว่าในงบประมาณลงทุนของ

โครงการ 1 หน่วย สามารถใช้ผลลัพธ์ทางสังคมเท่าไรของงบประมาณลงทุน โดยการคำนวณมูลค่าผลลัพธ์ทางสังคมจะต้องคำนึงถึงเป้าหมายของที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงใดๆ จากกิจกรรมที่ใส่เข้าไปและมีความสอดคล้องกับทิศทางขององค์กร

ขั้นตอนในการประเมิน SROI ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตการประเมิน SROI และการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ สิ่งสำคัญคือการกำหนดขอบเขตให้ได้อย่างชัดเจน
2. การสร้างห่วงโซ่ความเชื่อมโยงผลลัพธ์ (Mapping Outcomes) โดยการรวบรวมผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องที่จะใช้คำนวณผลกระทบที่เกิดขึ้น หรือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเงินลงทุน ผลผลิตของโครงการ และผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้น
3. การกำหนดตัวชี้วัดและประเมินมูลค่าผลลัพธ์ โดยการตรวจสอบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและประมาณการเป็นมูลค่า ในขั้นตอนนี้เกี่ยวข้องกับการจัดหาเอกสารเพื่อแสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นสามารถประมาณการเป็นมูลค่าทางการเงินได้
4. การปรับมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสม (Adjust Impact) โดยการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ และการแปลงเป็นมูลค่าทางการเงินกับผลลัพธ์นั้น เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหรือถ้าเกิดจากปัจจัยอื่นๆก็จะต้องตัดออกจากการพิจารณาข้อ 3
5. การคำนวณมูลค่าผลตอบแทนการลงทุนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (SROI Ratio) ขั้นตอนนี้เกี่ยวข้องโดยรวมผลลัพธ์ทั้งที่เป็นด้านบวกด้านลบ และเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นกับการลงทุนรวมทั้งการวัดความอ่อนไหวของผลลัพธ์ที่ได้
6. การบูรณาการสู่การสื่อสาร การรายงาน และการนำไปประยุกต์ใช้ เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอผลการศึกษที่จัดทำกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการตอบสนองต่อผลลัพธ์ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องและนำเชื่อถือของรายงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม ตามขั้นตอนของ Davies, Taylor, Ramchandani & Christy (2016) ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ จากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการการดำเนินการธุรกิจสปาชั้นนำประกอบด้วย

1) Therapist ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการสปา

2) ลูกค้าผู้มาใช้บริการสปา ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3) เจ้าของกิจการ ที่อยู่ในโครงการนำชุดความรู้ใหม่ไปใช้ จำนวน 4 สถานประกอบการ

4) เกษตรกรผู้ผลิตสมุนไพรที่นำมาใช้ในสปา

5) กลุ่มชุมชนผู้ผลิตลูกประคบที่ผลิตลูกประคบให้กับสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่

6) ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ห่วงโซ่สปาที่เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาให้กับสถานประกอบการสปา

2) ข้อมูลทุติยภูมิ โดยรวบรวมข้อมูลจาก

1) การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) การสนทนากลุ่ม/การประชุมกลุ่มจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสังเกตสิ่งที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการธุรกิจสปา

2. สร้างแผนที่ผลลัพธ์ โดยมีรายละเอียดของกิจกรรมดังนี้

ปัจจัยนำเข้า หมายถึง ทรัพยากรที่ต้องใช้ในการดำเนินงาน การจัดอบรม การปรับโครงสร้าง/ภาพลักษณ์ทางกายภาพของสถานประกอบการ ค่าตอบแทน Therapist ในระหว่างการอบรมเมนูสปาชั้นนำ การลงทุนของผู้ประกอบการสำหรับเมนูใหม่สปาชั้นนำ

กิจกรรม หมายถึง สิ่งที่โครงการทำเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ ได้แก่ การให้บริการสปาชั้นนำ การบริหารจัดการโดยใช้รูปแบบชุดความรู้

ผลผลิต หมายถึง ผลที่เกิดจากกิจกรรมของโครงการที่เป็นรูปธรรมและวัดได้ ได้แก่ การมีรายได้ที่ยั่งยืน ความมีชื่อเสียงของสถานประกอบการ ความผาสุกของผู้มารับบริการ ความร่วมมือกันในกลุ่มชุมชนและท้องถิ่น การลดการเคลื่อนย้ายแรงงานสู่สังคมเมือง

ผลลัพธ์ หรือ ผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดจากการดำเนินงานของโครงการในระยะยาว

3. การประเมินและให้ค่าผลลัพธ์

3.1) ตัวชี้วัด ตัวชี้วัดผลลัพธ์ของการนำชุดความรู้สปาชั้นนำไปใช้ ประกอบด้วย ตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจ สังคม แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวชี้วัดผลลัพธ์ของการนำชุดความรู้สปาชั้นนำไปใช้

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome/Impact)
			ด้านเศรษฐกิจ
-รับบริการฝึกอบรม	Therapist	รายได้เฉลี่ยของTherapist	รายได้ที่ยั่งยืนของTherapist
-ค่าตอบแทน Therapist ในระหว่างการอบรมเมนูสปาชั้นนำ	การเพิ่มความสามารถ/ทักษะในการทำงานของtherapist	เพิ่มขึ้น (บาท/คน/ปี)	(sustainable income)
-การปรับโครงสร้าง/ภาพลักษณ์ทางกายภาพของสถานประกอบการ	ผู้ประกอบการ สถานประกอบการเป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงมากขึ้นใน	รายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (บาท/ปี)	การมีชื่อเสียง (Well known)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยนำเข้า (Input)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome/Impact)
-การลงทุนของผู้ประกอบการ สำหรับเมนู สปาล้านนา	ความสามารถในการให้ treatment ที่มีความแตกต่าง		
	ลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้รับบริการสปาล้านนามีความ ผ่อนคลายทางกายและจิตใจลด ความตึงเครียด ลดปัญหาที่ เกิดขึ้นจากระบบกล้ามเนื้อของ ร่างกาย	ราคาของลูกค้าที่ยินดีที่จะจ่ายใน การมาใช้บริการสปา (ครั้ง/คน/ ปี)	ความผาสุก (Well-being)
	ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สปา เพิ่มจำนวนการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สปา	รายได้เฉลี่ยของการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์สปา เพิ่มขึ้น (บาท/ แห่ง/ปี)	รายได้ที่ยั่งยืนของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์สปา (sustainable income)
	เกษตรกรปลูกสมุนไพร เพิ่มจำนวนของการผลิต สมุนไพรในการทำ treatment ในสปา	รายได้เฉลี่ยของเกษตรกรปลูก สมุนไพร เพิ่มขึ้น (บาท/คน/ปี)	รายได้ที่ยั่งยืนของเกษตรกร (sustainable income)
ด้านสังคม			
	สมาชิกในชุมชนผลิตลูก ประคบ เกิดการทำงานร่วมมือกันมาก ขึ้น	จำนวนมูลค่าที่ลูกค้าประคบที่ สมาชิกในชุมชนผลิตเพิ่มขึ้น (ลูก/บาท/ปี)	ความร่วมมือกันในชุมชน ท้องถิ่น (Social collaboration)
	สมาชิกในชุมชนผลิตลูก ประคบ มีความมั่นคงในอาชีพ และ ประกอบอาชีพในชุมชนต่อไป	จำนวนการเดินทางไปทำงาน ในเมือง (ครั้ง/บาท/คน/ปี)	ลดการเคลื่อนย้ายการทำงานใน สังคมเมือง (mobility to urban society)

3.2) ตัวแทนการเงินและแหล่งที่มา (แสดงในตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ตัวแทนการเงินและแหล่งที่มา

ตัวชี้วัด (Indicator)	ตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy) ใน 1 ปี	แหล่งที่มา
Therapist รายได้เฉลี่ยของTherapist เพิ่มขึ้น (บาท/คน/ปี)	รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น (บาท/ปี) การคำนวณ: รายได้จะเพิ่มขึ้นประมาณ 10% ของเงินเดือน (เงินเดือนโดยเฉลี่ย=20,000บาท) =2,000บาทX1คนX12เดือน =24,000บาท/ปี/คน	-การสนทนากลุ่มกับTherapist 8 คน ในสถาน ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ใน วันที่ 24 มีนาคม 2564 ณ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ -การศึกษาของ Thachakasikornpanich (2015)

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวชี้วัด (Indicator)	ตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy) ใน 1 ปี	แหล่งที่มา
ลูกค้า ราคาของลูกค้ายินดีที่จะจ่ายในการมาใช้ บริการสปา (ครั้ง/คน/ปี)	ราคาของลูกค้ายินดีที่จะจ่ายในการมาใช้บริการส ปาในแต่ละครั้ง (บาท/คน/ปี) การคำนวณ: การมาใช้บริการสปาแต่ละครั้ง(ครั้งละ2ชั่วโมง) ราคาที่ยินดีจ่ายในการสร้างความผ่อนคลาย/ ทดแทนที่จะต้องไปรักษาอาการปัญหาทาง สุขภาพ =3,000บาทX4ครั้ง/เดือนXปี =144,000 บาท/ปี/คน	-การสัมภาษณ์กับลูกค้าชาวไทยและ ต่างประเทศที่ใช้บริการของสถาน ประกอบการสปา จำนวน 4 คน
ผู้ประกอบการ รายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (บาท/ปี)	รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น (บาท/ปี) การคำนวณ: การมีเมนูใหม่ทำให้จำนวนลูกค้า เพิ่มขึ้นประมาณ 1 คน/วัน , (50%ของรายได้ เมนูใหม่) =(3,000บาทX1คนX30วันXปี) X50% =540,000 บาท/สถานประกอบการ	การสนทนากลุ่มกับเจ้าของสถาน ประกอบการสปาที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 4 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 11 มกราคม 2564 ณ The Honour Room, Parc Borough City Resort
เกษตรกร รายได้เฉลี่ยของเกษตรกรปลูกสมุนไพร เพิ่มขึ้น (บาท/คน/ปี)	รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น (บาท/ปี) การคำนวณ: การในคำนวณรายได้สุทธิเป็นราย ปีของเกษตรกรในการเพาะปลูกพืชสมุนไพร ประมาณ 6,700-7,000 บาท/ปี การมีเมนูใหม่ ทำให้มีการเพิ่มการใช้พืชสมุนไพร 10% =7,000 X0.1 =700บาท/ปี/คน	-การสัมภาษณ์กับเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร -การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Chaisuwan, Mugkita, Leardkanjana, Sapsiri, & Jukneogn, 2020)
ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สปา รายได้เฉลี่ยของ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์สปา เพิ่มขึ้น (บาท/แห่ง/ปี)	รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น (บาท/ปี) การคำนวณ: จากการสัมภาษณ์พบว่าในการ เพิ่มเมนูใหม่ในสถานประกอบการสปาทำให้มี การเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประมาณ 5%ของจำนวน การสั่งซื้อต่อเดือน =5%xรายได้สุทธิผลิตภัณฑ์ ต่อเดือน (9,000บาท) Xปี =54,000 บาท/ปี/ สถานประกอบการ	-การสัมภาษณ์กับdealerผลิตภัณฑ์สปา /อดีต ผู้จัดการสปา
ชุมชนผู้ผลิตลูกประคบจำนวนมูลค่าที่ ลูกประคบที่สมาชิกในชุมชนผลิต เพิ่มขึ้น (ลูก/บาท/ปี)	รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น (บาท/ปี) การคำนวณ: =จำนวนลูกประคบที่เพิ่มขึ้นต่อ เดือนXรายได้สุทธิ10บาท/ลูกXปี =60ลูกX10 บาทXปี =7,200บาท/ปี	-การสัมภาษณ์กับหัวหน้าวิสาหกิจชุมชน สมุนไพรออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ ต.ห้วยทราย อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่
สมาชิกในชุมชนผลิตลูกประคบ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำงานใน เมือง (ครั้ง/บาท/คน/ปี)	ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง(บาท/คน/ปี) การคำนวณ: =อัตราค่ารถโดยสารในการ เดินทางไป-กลับ มาทำงานในเมืองเชียงใหม่Xวัน XคนXปี =60บาทX20วันXปี =14,400 บาท /ปี/คน	-การสัมภาษณ์กับหัวหน้าวิสาหกิจชุมชน สมุนไพรออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ ต.ห้วยทราย อ. แม่ริม จ.เชียงใหม่

4. การกำหนดผลกระทบ (แสดงในตาราง
ที่ 3)

4.1) ผลลัพธ์ส่วนเกิน/น้ำหนักการ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว (deadweight) โดยผู้ที่มี

ส่วนได้ส่วนเสียวิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนแปลงหรือ
ผลลัพธ์ยังเกิดขึ้น ถึงแม้จะไม่มีโครงการชุดความรู้สปา
ล้านนา พร้อมให้ค่าน้ำหนักการเปลี่ยนแปลงที่เกิด
ขึ้นอยู่แล้วถึงแม้ไม่มีการดำเนินโครงการ

4.2) ผลกระทบที่คล้ายคลึงกันได้/ บัจจัยสนับสนุนต่อผลลัพธ์ (attribution) โดยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบัจจัยที่สนับสนุนที่คล้ายคลึงกันที่องค์กรอื่นหรือบุคคลอื่นมีส่วนสร้าง เนื่องจากผู้ประกอบการสปาจะมีการปรับเมนูใหม่ในทุก 1-2 ปี ซึ่งอาจจะเป็นผลที่สร้างผลกระทบที่คล้ายคลึงกันกับโครงการชุดความรู้สปาล้านนา

4.3) ผลลัพธ์ทดแทน (Displacement) โดยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียประเมินผล

กระทบที่อาจไม่ใช่ส่วนเพิ่ม แต่เป็นการทดแทนผลกระทบอื่น เนื่องจากการมีเมนูสปาล้านนา จะมีผลกระทบจากการลดลงของลูกค้าในสถานประกอบการอื่นๆ

4.4) อัตราการลดลงของประโยชน์ (Drop off) โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียวิเคราะห์ว่าเมื่อโครงการลดลง ประโยชน์จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคงที่หรือไม่ ในกรณีที่ไมคงที่ ผู้มีส่วนได้เสียแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราการลดลงของประโยชน์

ตารางที่ 3 ผลประเมิน ผลลัพธ์ ตัวชี้วัด ส่วนเกิน ผลกระทบที่คล้ายคลึงกันได้ และผลลัพธ์ทดแทน

ผลลัพธ์ (Outcome/Impact)	ตัวชี้วัด (Indicators)	Deadweight (%)	Attribution (%)	Displacement (%)	Drop off (%)	ผลลัพธ์สุทธิ (บาท)
รายได้ที่ยั่งยืนของ Therapist	รายได้เฉลี่ยของ Therapist เพิ่มขึ้น (บาท/คน/ปี)	50	50	10	30	1,382,400
การมีชื่อเสียง	รายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้น (บาท/ปี)	50	50	10	30	1,944,000
ความผาสุก	ราคาของลูกค้าที่ยินดีที่จะจ่ายในการมาใช้บริการสปา (ครั้ง/คน/ปี)	50	50	0	30	144,000
รายได้ที่ยั่งยืนของ เกษตรกร	รายได้เฉลี่ยของเกษตรกรปลูก สมุนไพร เพิ่มขึ้น (บาท/คน/ปี)	50	50	10	30	35,437.50
รายได้ที่ยั่งยืนของ ผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยของการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ สปา เพิ่มขึ้น (บาท/แห่ง/ปี)	50	50	10	30	24,300
ความร่วมมือกันใน ชุมชนท้องถิ่น	จำนวนมูลค่าที่ลูกค้าที่สมาชิก ในชุมชนผลิตเพิ่มขึ้น (ลูก/บาท/ปี)	50	50	10	30	162,000
ลดการเคลื่อนย้าย การทำงานในสังคม เมือง	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำงาน ในเมือง (ครั้ง/บาท/คน/ปี)	0	50	0	30	72,000

5. การคำนวณผลตอบแทนทางสังคม (SROI)

การคำนวณ SROI เป็นการนำมูลค่าผลประโยชน์ของทุกปีและของทุกๆ Stakeholder มารวมกันและจึงคำนวณให้ได้เพื่อให้ได้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทางสังคม โดยใช้สูตรดังนี้

$$SROI = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทั้งหมด}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของการลงทุนทั้งหมด}}$$

โดยการใช้อัตราคิดลดเพื่อให้ได้มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์และการลงทุน ในการศึกษานี้ใช้อัตราคิดลด ร้อยละ 3.5 ซึ่งเป็นอัตราที่ใช้ในโครงการด้านสุขภาพในปี 2563

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการดำเนินการธุรกิจสปาล้านนา เป็นการศึกษาว่าเมื่อสถานการณ์การดำเนินกิจกรรมไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ มีบัจจัยต่างๆ เปลี่ยนแปลงซึ่งมีผลต่อ

ค่าใช้จ่ายและรายรับของกิจกรรม โครงการนี้ก็ยังคุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่ เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าสุทธิ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดต่าง ๆ ในการคิดเชิงเศรษฐศาสตร์ ผลการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมเป็นมูลค่าที่เกิดจากการประมาณการจากการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจากการทบทวนวรรณกรรมซึ่งอาจจะเป็นมูลค่าที่ไม่ได้สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงและเปลี่ยนแปลงได้อีกเท่ากับ 20.34 บาทโดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ

3.5

2. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของทุกตัวชี้วัดในกรณีที่มีการลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 พบว่าผลลัพธ์โดยรวมทั้งหมดเป็นมูลค่า 3,764,137.50 บาท แยกเป็น ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ 3,548,137.50 บาท และด้านสังคม 216,000 บาท และ ในกรณีที่การลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 อัตราผลตอบแทนทางสังคมต่อการลงทุนอัตราผลตอบแทนทางสังคมต่อการลงทุน 1 บาทเท่ากับ 21.19 บาท โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5

ในการศึกษาที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความอ่อนไหว 3 แบบ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของทุกตัวชี้วัดในกรณีที่ผลลัพธ์ลดลงร้อยละ 20 พบว่าผลลัพธ์โดยรวมทั้งหมดเป็นมูลค่า 3,011,310 บาท แยกเป็น ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ 2,838,510 บาท และด้านสังคม 172,800 บาท ในกรณีที่ผลลัพธ์ลดลงร้อยละ 20 ได้ค่าอัตราผลตอบแทนทางสังคมต่อการลงทุน 1 บาท

3. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของทุกตัวชี้วัดในกรณีที่การลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ผลลัพธ์ลดลงร้อยละ 20 พบว่าผลลัพธ์โดยรวมทั้งหมดเป็นมูลค่า 3,011,310 บาท แยกเป็น ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ 2,838,510 บาท และด้านสังคม 172,800 บาท ในกรณีที่การลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ผลลัพธ์ลดลงร้อยละ 20 อัตราผลตอบแทนทางสังคมต่อการลงทุน 1 บาทเท่ากับ 16.95 บาทโดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5

โดยรวมทั้งหมดเป็นมูลค่า 3,764,137.50 บาท แยกเป็น ด้านเศรษฐกิจ 3,548,137.50 บาท ด้านสังคม 216,000 บาท

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย (แสดงในตารางที่ 4) พบว่า จากโครงการชุดความรู้ใหม่ สปาล้านนา ผลลัพธ์

ตารางที่ 4 มูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนและผลลัพธ์จำแนกตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมจำนวน 5 ปี โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5

	หน่วย:บาท						
	ปี						
	0	1	2	3	4	5	รวม
เงินลงทุนในกิจกรรม	527,600						527,600
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย							
Therapist		1,382,400	967,680	677,376	474,163.20	331,914.24	3,833,533.44
ผู้ประกอบการสปา		144,000	100,800	70,560	49,392	34,574.40	399,326.40
ลูกค้า		1,944,000	1,360,800	952,560	666,792	466,754.40	5,390,906.4
เกษตรสมุนไพรม		35,437.50	24,806.25	17,364.38	12,155.06	8,508.54	98,271.73
ชุมชนลูกประคบ		234,000	163,800	114,660	80,262	56,183.40	648,905.40
ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สปา		24,300	17,010	11,907	11,907	8,334.90	73,458.90
รวม	527,600	3,764,137.50	2,634,896.25	1,844,427.38	1,294,671.26	906,269.88	14,208,540

โดยสรุป จากผลการศึกษาครั้งนี้ อัตราผลตอบแทนทางสังคมต่อการลงทุน 1 บาทเท่ากับ 25.43 บาท โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.5

อภิปรายผล

1. การศึกษาผลตอบแทนทางสังคมของโครงการชุดความรู้ของการดำเนินการธุรกิจสปา ล้วนภายใต้โครงการเตรียมความพร้อมประเทศไทยเชิงรุกให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่าการใช้ชุดความรู้ในการดำเนินการธุรกิจสปา ล้วนทำให้ได้รับผลตอบแทนทางสังคม ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ คือ รายได้ที่ยั่งยืนของ Therapist การมีชื่อเสียงของสถานประกอบการ ความผาสุก รายได้ที่ยั่งยืนของเกษตรกรและผู้ผลิตภัณฑ์สปา ด้านสังคมคือ ความร่วมมือกันในกลุ่มชนท้องถิ่น และการลดการเคลื่อนย้ายการทำงานในสังคมเมือง

2. ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการใช้ชุดความรู้สปาล้วนทำให้ได้รับผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน 1 บาทสามารถสร้าง ผลตอบแทนทางสังคมคิดเป็นมูลค่า 25.43 บาท ถือได้ว่ามีผลกระทบทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม นอกจากนั้นเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการโดยกำหนดสถานการณ์ทั้งสามแบบพบว่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน 1 บาทสามารถสร้าง ผลตอบแทนทางสังคมคิดเป็นมูลค่าระหว่าง 16.95- 21.19 บาท จากผลการดำเนินการธุรกิจ สปาทำให้ได้ผลตอบแทนทางสังคมที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับการลงทุน ที่ผู้มีส่วนได้เสียต่างมีความเห็นในแง่ของผลลัพธ์และคุณค่าของผลตอบแทนทางสังคม จึงควรได้รับการสนับสนุนทั้งเชิงนโยบายและในการดำเนินการ เช่น นโยบายการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการให้บริการสปาทั้งในสถานประกอบการรายเก่าและรายใหม่โดยเน้นที่การดำเนินการอย่างมีมาตรฐาน ให้สามารถเบิกจ่ายด้านบริการสุขภาพ สนับสนุนให้สปาไทยออกสู่ต่างประเทศเพื่อการเป็นสปาโลก ช่วยในการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ เนื่องจากการส่งเสริมทั้งการมีรายได้แก่ผู้ประกอบการ ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้ชุมชนและประเทศ ก่อให้เกิดรายได้และยังก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย

อย่างไรก็ตามในการประเมินผลประโยชน์ทางสังคมจากโครงการ ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับข้อมูลมูลค่าตัวแทนทางการเงิน (financial proxy) ซึ่งมีความสำคัญในการนำมาคำนวณ SROI เนื่องจากทำให้ทราบการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโครงการ ดังนั้นควรส่งเสริมสนับสนุนงานวิจัยที่เน้นการประเมินมูลค่าทางสังคม เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และชัดเจนต่อการวิเคราะห์ SROI ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1) ควรมีการศึกษาการติดตามผลตอบแทนทางสังคมของโครงการชุดความรู้สปาล้วนอย่างต่อเนื่อง และเก็บข้อมูลตัวชี้วัดระดับประเทศ ซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบสำหรับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโครงการ

2) ควรมีการศึกษาโดยเพิ่มเติมในมิติที่ครอบคลุม ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ เช่น การคงอยู่ของศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญา ล้วน รายได้ที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่ง และเสื้อผ้า ล้วนที่ถูกนำมาใช้ในสถานประกอบการสปา การใช้พื้นที่เพาะปลูกของเกษตรกรสมุนไพร การพัฒนาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม

3) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในทุกด้านที่เกี่ยวข้องในการนำมาวิเคราะห์ ควรมีการวางแผนการดำเนินการไว้ล่วงหน้ารวมทั้งในการติดตามประเมินผลตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบการวิจัยจะทำให้ได้ข้อมูลและรายละเอียดเชิงลึกเพื่อสะท้อนมูลค่าที่ได้ครอบคลุมจากการลงทุนของโครงการ เนื่องจากโครงการนี้ดำเนินการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้การได้มาซึ่งข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ โดยเฉพาะในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

Reference

- Chaisuwan, A., Mugkita, W., Leardkanjana, S., Sapsiri, S., & Jukneogn, T. (2020). Cost and Return Analysis of Planting Herbs of Farmers Group in Ban Nong Suwan, Ban Klang Sub-District, Song District, Phare Province. *Journal of Liberal Arts, Maejo University*, 5(1), 83-96.
- Chulalongkorn University Intellectual Property Institute. (2017). *Industry and technology trend analysis report: Tourism industry, good income and health tourism*. Bangkok: Chulalongkorn University Intellectual Property Institute.
- Davies, L., Taylor, P., Ramchandani, G., & Christy, E. (2016). *Social return on investment in sport: A participation-wide model for England*. Sheffield: Sheffield Hallam University.
- Heranya, M. (2021). Wellness Tourism Behavior of Thai Tourists in ChiangMai. *Sarasatr*, 3, 664-677.
- Kunaviktikul, W., Nantsupawat, A., Wichaikhum, O., Thingjaroenkul, P., Abhicharttibutra, K., & Vadtanapong, W., (2021). *New knowledge set on spa Lanna development for Health Tourism and Social Return on investment*. ChiangMai: Chotanaprint.
- Paseepol, C. (2017). Social Return on Investment (SROI). *Journal of Education Studies*, 45(4), 342-352.
- Suandusitpoll. (2020). *New Normal of Thai people from the COVID-19 situation*. Retrieved from https://suandusitpoll.dusit.ac.th/UPLOAD_FILES/POLL/2563/P-S-2563-1590284356
- TAT Intelligence Center. (2020). *Forecast the trend of the tourism situation*. Retrieved from <https://www.tatreviewmagazine.com/article/%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/>
- Thachakasikornpanich, S. (2015). *Business plan health and beauty spa "Spa@Ease"*. Bangkok: Mahidol University,
- Thai Business Information Center In USA. (2021). *COVID-19 has crippled the tourism industry and create new opportunities for medical tourism in Thailand*. Retrieved from <https://www.thaibicusa.com/2021/01/20/heath-tourism/>