
รายงานฉบับสมบูรณ์

Final Report

งานจ้างที่ปรึกษา โครงการ CLMVT Forum
และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565



เสนอต่อ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



จัดทำโดย

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ

| | |
|---|----|
| สารบัญ..... | 2 |
| สารบัญรูปภาพ..... | 4 |
| สารบัญตาราง | 7 |
| บทสรุปผู้บริหาร | 9 |
| บทที่ 1 บทนำ | 15 |
| 1.1 หลักการและเหตุผล..... | 15 |
| 1.2 วัตถุประสงค์..... | 16 |
| 1.3 กลุ่มเป้าหมาย..... | 17 |
| 1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน..... | 17 |
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม..... | 21 |
| 2.1 ความหมายของผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SOCIAL RETURN ON INVESTMENT: SROI) และศัพท์ที่เกี่ยวข้อง | 21 |
| 2.2 หลักการ/กรอบแนวคิด/ขั้นตอนการวิเคราะห์ SROI..... | 24 |
| 2.3 ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้ SROI..... | 27 |
| 2.4 การทบทวนงานวิจัยและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องที่มีการประยุกต์ใช้ SROI | 29 |
| บทที่ 3 แนวทางและวิธีการดำเนินงาน..... | 50 |
| 3.1 คณะที่ปรึกษา..... | 50 |
| 3.2 แผนการปฏิบัติงาน และระยะเวลาดำเนินงาน | 51 |
| 3.3 การส่งมอบงาน ระยะเวลาการส่งมอบ | 52 |
| 3.4 วิธีการดำเนินงาน และเครื่องมือ | 53 |
| 3.5 แนวคิดทฤษฎีการประเมินผลการดำเนินงาน | 61 |
| 3.6 การจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ..... | 66 |
| 3.7 การสัมภาษณ์เชิงลึก | 69 |
| 3.8 การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา..... | 70 |
| 3.9 แนวคิดการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา..... | 72 |
| 3.10 การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม | 73 |
| บทที่ 4 ผลการสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT FORUM และการดำเนินงานต่อเนื่อง ในช่วงปี 2559-2564... 75 | 75 |

| | |
|--|-----|
| บทที่ 5 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก | 96 |
| บทที่ 6 โครงการ CLMVT FORUM และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) | 104 |
| 6.1 สรุปการดำเนินงานประชุม CLMVT FORUM และการดำเนินงานต่อเนื่องในปี 2559-2564 | 104 |
| 6.2 แผนที่ผลลัพธ์ (OUTCOME MAPPING) | 127 |
| 6.3 สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์ สำหรับคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI | 132 |
| 6.4 ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) | 135 |
| 6.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย | 140 |
| บทที่ 7 สรุปงานสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา | 143 |
| 7.1 สรุปจำนวนผู้ลงทะเบียนและเข้าร่วมงาน | 145 |
| 7.2 สรุปการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ | 145 |
| 7.3 สรุปสาระสำคัญของงานสัมมนา | 151 |
| 7.4 ผลการประเมินความพึงพอใจงานสัมมนา | 158 |
| บรรณานุกรม | 162 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำรวจข้อมูล | 164 |
| ภาคผนวก ข รายละเอียดข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ | 189 |
| ภาคผนวก ค รายงานผลการประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดเผยแพร่การศึกษา | 193 |
| ภาคผนวก ง ภาพงานสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา และผลการประเมินความพึงพอใจงานสัมมนา | 207 |
| ภาคผนวก จ รายงานผลการประชาสัมพันธ์หลังการจัดเผยแพร่ ผลการศึกษา | 215 |

สารบัญญรูปภาพ

| | | |
|--------------|---|----|
| รูปภาพที่ 1 | กรอบแนวคิดในการประเมินงานเทศกาลของชุมชน..... | 45 |
| รูปภาพที่ 2 | แสดงกรอบแนวคิดการประเมินผลโครงการ..... | 62 |
| รูปภาพที่ 3 | การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ผ่านห่วงโซ่ของผลกระทบ..... | 64 |
| รูปภาพที่ 4 | แสดงขนาดตัวอย่างที่กำหนดตามวิธีของ Taro Yamane | 69 |
| รูปภาพที่ 5 | QO ท่านยินดีตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูล | 76 |
| รูปภาพที่ 6 | ประเด็นคำถามที่ 1 เกี่ยวกับประเภทของหน่วยงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด | 77 |
| รูปภาพที่ 7 | ประเด็นคำถามที่ 2 เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด | 78 |
| รูปภาพที่ 8 | ประเด็นคำถามที่ 3 เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม | 79 |
| รูปภาพที่ 9 | ประเด็นคำถามที่ 4 เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม | 80 |
| รูปภาพที่ 10 | ประเด็นคำถามที่ 5 เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 81 |
| รูปภาพที่ 11 | ประเด็นคำถามที่ 6 เกี่ยวกับงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม..... | 82 |
| รูปภาพที่ 12 | ประเด็นคำถามที่ 7 เกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ร่วมงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม... | 83 |
| รูปภาพที่ 13 | ประเด็นคำถามที่ 10 เกี่ยวกับระดับความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย ระยะเวลาที่ใช้ร่วมงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม | 84 |
| รูปภาพที่ 14 | ประเด็นคำถามที่ 11 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจประเภทของกิจกรรม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประโยชน์มากที่สุด..... | 85 |
| รูปภาพที่ 15 | ประเด็นคำถามที่ 12 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุมฯ | 86 |
| รูปภาพที่ 16 | ประเด็นคำถามที่ 13 เกี่ยวกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับจากการประชุมฯ | 87 |
| รูปภาพที่ 17 | ประเด็นคำถามที่ 14 เกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับไปสร้างมูลค่าเพิ่ม | 88 |
| รูปภาพที่ 18 | ประเด็นคำถามที่ 15 เกี่ยวกับราคาที่ผู้เต็มใจจ่ายจากการที่จะได้ประโยชน์ | 89 |
| รูปภาพที่ 19 | สัดส่วนผู้เห็นว่าคุ้มค่าค่อนข้างมาก-มาก ตามกลุ่มอาชีพ | 90 |
| รูปภาพที่ 20 | สัดส่วนผู้พึงพอใจค่อนข้างมาก-มาก ตามกลุ่มอาชีพ | 90 |
| รูปภาพที่ 21 | สัดส่วนผู้เห็นว่าคุ้มค่าค่อนข้างมาก-มาก ตามจำนวนครั้งของที่เข้าประชุม | 91 |
| รูปภาพที่ 22 | สัดส่วนผู้พึงพอใจค่อนข้างมาก-มาก ตามจำนวนครั้งของที่เข้าประชุม | 91 |

| | | |
|--------------|---|-----|
| รูปภาพที่ 23 | สัดส่วนผู้เห็นว่าเกิดประโยชน์ขึ้นในแต่ละมิติ ตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม | 93 |
| รูปภาพที่ 24 | ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม (บาทต่อราย) แต่ละมิติ ตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม | 94 |
| รูปภาพที่ 25 | ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมโดยรวม (บาทต่อราย) ตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม | 94 |
| รูปภาพที่ 26 | แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) จากการดำเนินงาน CLMVT Forum | 127 |
| รูปภาพที่ 27 | ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติงานสู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคม จากการดำเนินงาน CLMVT Forum | 131 |
| รูปภาพที่ 28 | คุณค่ารวมที่เกิดขึ้นแก่สังคมจากการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum | 135 |
| รูปภาพที่ 29 | โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา | 144 |
| รูปภาพที่ 30 | อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของ CLMVT Forum และโครงการต่อเนื่อง ปี 2559-2564 | 148 |
| รูปภาพที่ 31 | อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการประชุม | 149 |
| รูปภาพที่ 32 | ภาคผนวก ข แผนภาพแสดงข้อมูลจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม | 192 |
| รูปภาพที่ 33 | ภาคผนวก ข แผนภาพแสดงข้อมูลจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก | 192 |
| รูปภาพที่ 34 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 1 | 194 |
| รูปภาพที่ 35 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 2 | 195 |
| รูปภาพที่ 36 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 3 | 196 |
| รูปภาพที่ 37 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 4 | 197 |
| รูปภาพที่ 38 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 5 | 198 |
| รูปภาพที่ 39 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 6 | 200 |
| รูปภาพที่ 40 | ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 7 | 201 |
| รูปภาพที่ 41 | ภาคผนวก ค รูปประชาสัมพันธ์งานในสกู๊ปข่าวที่ 1-7 | 203 |
| รูปภาพที่ 42 | ภาคผนวก ค วิดีโอประชาสัมพันธ์งานสัมมนา | 206 |
| รูปภาพที่ 43 | ภาคผนวก ง การประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา | 207 |
| รูปภาพที่ 44 | ภาคผนวก ง ผอ.สนค. กล่าวเปิดงาน | 208 |
| รูปภาพที่ 45 | ภาคผนวก ง ผู้เข้าร่วมสัมมนาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน (1) | 208 |
| รูปภาพที่ 46 | ภาคผนวก ง ผู้เข้าร่วมสัมมนาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน (2) | 209 |
| รูปภาพที่ 47 | ภาคผนวก ง 2 วิทยากรพิเศษร่วมกันแสดงความคิดเห็นในงาน | 209 |

| | | |
|--------------|--|-----|
| รูปภาพที่ 48 | ภาคผนวก ง ทีมที่ปรึกษาโครงการ | 209 |
| รูปภาพที่ 49 | ภาคผนวก ง เพศของผู้เข้าร่วมสัมมนา | 211 |
| รูปภาพที่ 50 | ภาคผนวก ง อายุของผู้เข้าร่วมสัมมนา | 212 |
| รูปภาพที่ 51 | ภาคผนวก ง ประเภทหน่วยงานของผู้เข้าร่วมสัมมนา | 212 |
| รูปภาพที่ 52 | ภาคผนวก จ สกู๊ปข่าวที่ 1 | 215 |
| รูปภาพที่ 53 | ภาคผนวก จ สกู๊ปข่าวที่ 2 | 216 |
| รูปภาพที่ 54 | ภาคผนวก จ สกู๊ปข่าวที่ 3 | 217 |
| รูปภาพที่ 55 | ภาคผนวก จ สกู๊ปข่าวที่ 4 | 218 |

สารบัญชิตาราง

| | | |
|-------------|--|-----|
| ตารางที่ 1 | ค่านิยมและความหมาย | 22 |
| ตารางที่ 2 | ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้ SROI | 27 |
| ตารางที่ 3 | งานวิจัยหรืองานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ SROI ในประเทศไทย..... | 34 |
| ตารางที่ 4 | กรอบแนวคิดด้านการประเมิน SROI | 43 |
| ตารางที่ 5 | ผลประโยชน์และค่าใช้จ่ายของการจัดงาน..... | 46 |
| ตารางที่ 6 | ผลกระทบด้านบวกและลบของการจัดงานต่าง ๆ..... | 47 |
| ตารางที่ 7 | First Impression ของการเข้าร่วมงานของชุมชน ที่มีผลลบมากกว่าผลบวก..... | 48 |
| ตารางที่ 8 | คณะที่ปรึกษา..... | 50 |
| ตารางที่ 9 | แผนการปฏิบัติงาน และระยะเวลาดำเนินงาน | 51 |
| ตารางที่ 10 | การส่งมอบงาน ระยะเวลาการส่งมอบ..... | 52 |
| ตารางที่ 11 | วิธีการดำเนินงาน และเครื่องมือ | 53 |
| ตารางที่ 12 | การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา..... | 71 |
| ตารางที่ 13 | งบประมาณที่จ่ายจริง..... | 126 |
| ตารางที่ 14 | ผลลัพธ์/ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ-สังคม..... | 128 |
| ตารางที่ 15 | ผลลัพธ์ส่วนเกิน ผลลัพธ์ทดแทน ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น และสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม สำหรับคำนวณ SROI จากการดำเนินงาน CLMVT Forum 2016 – 2021 ปีงบประมาณ 2565..... | 134 |
| ตารางที่ 16 | มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จากการนำคุณค่า/ประโยชน์จาก CLMVT Forum ไปใช้ประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ การค้า และหรือการลงทุนคิดเป็นมูลค่าต่อปี | 136 |
| ตารางที่ 17 | มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จากค่าความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อให้ได้รับคุณค่าและประโยชน์จากการประชุม CLMVT Forum (บาท)..... | 137 |
| ตารางที่ 18 | มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จำแนกแต่ละการประชุม CLMVT Forum | 138 |
| ตารางที่ 19 | อัตราผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน SROI จำแนกแต่ละการประชุม CLMVT Forum | 139 |
| ตารางที่ 20 | ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 8-9..... | 172 |
| ตารางที่ 21 | ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 14 | 177 |
| ตารางที่ 22 | ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 15 | 179 |
| ตารางที่ 23 | ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 16 | 181 |

| | |
|--|-----|
| ตารางที่ 24 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 17 | 183 |
| ตารางที่ 25 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 18 | 187 |
| ตารางที่ 26 ตารางภาคผนวก ข จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นแยกเป็นรายประเทศ | 189 |
| ตารางที่ 27 ตารางภาคผนวก ง ความพึงพอใจต่อการจัดงานสัมมนาฯ | 213 |

บทสรุปผู้บริหาร

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการจัดงานประชุม CLMVT Forum ตั้งแต่ปี 2559 เพื่อเป็นเวทีหารือด้านเศรษฐกิจการค้าร่วมกันระหว่างผู้แทนระดับสูงของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการในภูมิภาค และยังได้ดำเนินโครงการที่ต่อยอดจากผลการศึกษาหรือใน CLMVT Forum ให้ออกมาเป็นรูปธรรมอีกหลายโครงการ เช่น โครงการ CLMVT Adapt to Global value Chain (2562) และโครงการ CLMVT Forum Webinar (2563) เป็นต้น เพื่อวัดผลความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณ และประเมินประสิทธิภาพและความสำเร็จของการประชุม CLMVT Forum รวมถึงการดำเนินงานต่อยอดของโครงการให้ครอบคลุมทุกมิติ การดำเนินงานดังกล่าวจำเป็นต้องมีการวัดผลความสำเร็จของการจัดงาน CLMVT Forum และโครงการที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นมูลค่าตัวเลข โดยใช้วิธีการศึกษาผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on investment: SROI) และการประเมินตีค่าความสำเร็จของโครงการเป็นมูลค่าตัวเลข รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานของผู้ปฏิบัติงานในการขับเคลื่อนการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การทบทวน วรรณกรรม การสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับ จากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (SROI) การจัดทำรายงานการศึกษา การประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา และการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ

ผลการศึกษาผลตอบแทนทางสังคมของโครงการ CLMVT Forum พบว่า ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมอันเนื่องจากการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการประชุมไปใช้ประโยชน์ในการสร้างรายได้ การค้า และการลงทุน คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 264,794,565.52 บาท รวมกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมอันเนื่องมาจากค่าความเต็มใจจ่าย คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 43,352,818.33 บาท รวมทั้งสิ้นเท่ากับ 308,147,383.84 บาท ในขณะที่งบประมาณค่าใช้จ่ายดำเนินงานโครงการ CLMVT Forum รวม 62,846,803.79 บาท จึงคิดเป็นอัตราผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน หรือ SROI จากการดำเนินงานของ CLMVT Forum เท่ากับ 4.49 อันหมายความว่า เมื่อลงทุนในกิจกรรมตามภารกิจของ CLMVT Forum สังคมจะได้ผลตอบแทนคิดเป็น 4.49 เท่าของมูลค่าเงินลงทุน ซึ่งถือเป็นอัตราการสร้างผลตอบแทนต่อสังคมจากการลงทุนที่ค่อนข้างสูง โดยหาก $SROI > 1$ ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

สำหรับกลุ่มอาชีพที่เห็นถึงความคุ้มค่าและพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ CLMVT Forum คือผู้ประกอบการและอาชีพอิสระ พนักงานลูกจ้างเอกชน และข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ-เจ้าหน้าที่รัฐ เนื่องจากช่วยให้ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ เปิดมุมมองใหม่ และช่วยให้เกิดการสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชน ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมโครงการ CLMVT Forum 4 ครั้งหรือมากกว่า ได้ประโยชน์จากการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและก่อให้เกิดโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจใหม่ผ่านเครือข่ายที่ได้จากโครงการ CLMVT Forum

การสัมภาษณ์เชิงลึกมีแนวคิดมุ่งเน้นประเด็นที่สะท้อนถึงผลลัพธ์และผลกระทบจากโครงการเป็นหลัก รวมไปถึงรายละเอียดความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนากิจกรรมการประชุม CLMVT Forum ในอนาคต พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1) ความพึงพอใจต่อการประชุม CLMVT Forum ผู้ให้สัมภาษณ์มีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดจากการที่เคยเข้าร่วมโครงการที่ผ่านมา

2) การได้รับคุณค่าหรือประโยชน์ และการนำผลลัพธ์ไปสู่การใช้ประโยชน์ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นใน 3 ด้าน คือ (1) การสร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายทางธุรกิจ (2) การได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสาร และ (3) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลที่นำไปสู่ความร่วมมือทางธุรกิจ

3) ปัญหาและอุปสรรคของการสร้างผลลัพธ์จากการประชุม ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่าสามารถสร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดธุรกิจได้ แต่ยังไม่มีการต่อยอดธุรกิจที่เป็นรูปธรรมทั้งนี้เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID-19

ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ของงานประชุม CLMVT Forum ในอัตราที่สูงกว่าเป็นหลายเท่าของเงินลงทุน รวมทั้งความคุ้มค่าและความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ในระดับค่อนข้างมาก จึงควรมีการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขนาดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลัง ดังนี้ 1) **ยกระดับงานประชุม CLMVT Forum** ควรดำเนินงานประชุมอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการพัฒนาศักยภาพของงาน CLMVT Forum และยกระดับให้เป็นงานประชุมสำคัญระดับภูมิภาคเทียบชั้นกับงาน World Economic Forum และควรสร้างการมีส่วนร่วมของแต่ละประเทศให้มากขึ้นด้วยการหมุนเวียนการเป็นเจ้าภาพ 2) **เสริมสร้างเครือข่าย CLMVT** โดยควรให้มีการจัดตั้ง CLMVT Forum Alumni แต่ละรุ่น เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการเดิมเข้ากับเครือข่ายผู้ประกอบการใหม่ รวมถึงจัดตั้ง CLMVT Trade Association และ CLMVT Services Foresight

Group เพื่อเชื่อมโยงภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้า ข้อมูลทางธุรกิจ และเพิ่มโอกาสและบทบาทในการขับเคลื่อนการค้าการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMVT ให้มากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่อง (Follow up) ให้แก่ผู้ที่เคยเข้าร่วมประชุม โดยเฉพาะในรูปแบบการจัดแสดงสินค้าและการจับคู่ทางธุรกิจ **3) การจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางของงานประชุม CLMVT Forum** ควรมีการบริหารข้อมูลและจัดการเว็บไซต์กลาง เพื่อเป็นศูนย์รวมแหล่งข้อมูล และช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การประชุม CLMVT Forum อย่างต่อเนื่อง

Executive Summary

Since 2016 the Trade Policy and Strategy Office (TPSO), Ministry of Commerce of Thailand, has held CLMVT Forum as a platform for joint discussions in trade and economic issues among high-level government representatives, private sector and academic sector in CLMVT countries. There have been several projects that were built on as the results of discussions in the CLMVT Forum such as the CLMVT Adapt to Global Value Chain Project (2019), and the CLMVT Forum Webinar (2020). In order to maximize the result of the CLMVT Forums in the future, Kasetsart University as academic advisor, has conducted a 5-month study to quantitatively measure the results and the uses of budgets of the past CLMVT Forums. The assessment included the effectiveness of the CLMVT Forums and the related projects by using Social Return on Investment (SROI) concept. This study mainly focused on literature reviews, opinion/satisfaction/benefits survey, in-depth interviews, SROI calculation of the CLMVT Forums, writing study report, and organizing a seminar to disseminate the results of the study and to create public awareness and engagement of related sectors.

The study results show that the CLMVT Forums have created social benefits by generating income, trade and investment in the value of 264,794,565.52 Baht, and willingness to pay 43,352,818.33 Baht. Therefore, the total of social benefits is 308,147,383.84 Baht. With the total expenses of CLMVT Forums and related projects of 62,846,803.79 Baht, the Social Return on Investment (SROI) turned out to be 4.49. This can be explained that the CLMVT Forum is a worthwhile investment which generated the social benefits at 4.49 times greater than the expenditure. The rate of return to society from this investment is quite high with the result $SROI > 1$.

The occupations of those who perceived the CLMVT Forums worthwhile and satisfied with the Forums were entrepreneurs, freelancers, private employees, state enterprise employees, and government officials. The CLMVT Forums have enabled them to learn new

information on the economic situations and have broadened their perspectives. The Forums also helped networking among the private sectors. The participants who joined CLMVT Forums 4 times or more found that they could benefit from CLMVT Forums through social connection and actually created new business opportunities/projects through the networks from CLMVT Forums.

The in-depth interviews focused on issues that reflect previous project outcomes and impacts, including opinions and guidelines for the development of the CLMVT Forums in the future. The interviewees provided many interesting comments as follows:

1) Satisfaction with CLMVT Forums: the interviewees commented that they had high - highest level of satisfaction attending the Forums;

2) Benefits gained from the CLMVT Forums: the interviewees commented that they have gained benefits in (1) building connections and networking, (2) gaining knowledge and information, and (3) strengthening personal relationships that lead to business cooperation;

3) Problems/obstacles: Interviewees commented that they had opportunities building connections and networking during the COVID-19.

The study results show that the SROI of the CLMVT Forums are several times higher than the spent budgets, and the satisfaction of the stakeholders is at a high - highest level. Therefore, the CLMVT Forum should be conducted continuously, sustainably and increase the socio-economic impact.

The policy recommendations in order of priorities are as follows: **1) Upscaling the CLMVT Forum**, the organizing of CLMVT Forum should be continued and upgraded to a more international level similar to World Economic Forum. It should increase the participation of each country through rotation of hosting; **2) Strengthening CLMVT network**, the CLMVT Forum should support the CLMVT Forum Alumni arrangement and encourage engagement across entrepreneurs' networks. Moreover, the organizer should promote the establishment of the CLMVT Trade Association and CLMVT Services Foresight Group to connect government, private and academic sectors for new business collaboration, research networks, and sharing

of business information. These activities will help to increase opportunities and roles of CLMVT Forum in driving trade investment in the region. There should be a follow-up event for those who have attended the meeting especially trade exhibition and business matching activities;

3) Setting up Central Information Center for the CLMVT Forum. Establishment of CLMVT website should be pursued for CLMVT trade and investment resource information center and public relations channel of CLMVT Forum activities continuously.

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ได้ริเริ่มจัดงาน CLMVT Forum ตั้งแต่ปี 2559 เพื่อเป็นเวทีหารือร่วมกันระหว่างผู้แทนระดับสูงของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการในภูมิภาค

จนถึงปัจจุบัน สนค. ได้จัดงาน CLMVT Forum มาแล้วรวม 4 ครั้ง ได้แก่

- (1) ปี 2559 CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity
- (2) ปี 2560 CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology
- (3) ปี 2562 CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia
- (4) ปี 2564 CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery

นอกจากนี้ สนค.ยังได้ดำเนินโครงการที่ต่อยอดจากผลการหารือใน CLMVT Forum ให้ออกมาเป็นรูปธรรมอีกหลายโครงการ เช่น โครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups (2562) โครงการ CLMVT Adapt to Global value Chain (2562) และโครงการ CLMVT Forum Webinar (2563) และได้มีข้อเสนอแนะหลายประการ อาทิ การพัฒนาทุนมนุษย์ของภูมิภาค CLMVT เพื่อให้มีทักษะและความสามารถพร้อมสำหรับเศรษฐกิจการค้ายุคดิจิทัล การบ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อให้เป็นศูนย์กลางห่วงโซ่คุณค่าโลกแห่งใหม่ การเชื่อมโยงและรักษาเครือข่ายทางธุรกิจผู้ประกอบการ นักวิชาการ ภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมายังไม่เคยมีการวัดผลความสำเร็จของการจัดงาน CLMVT Forum และโครงการที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นมูลค่าตัวเลข เพื่อวัดผลความคุ้มค่าของการนำงบประมาณและปรับปรุงการดำเนินงานต่อไปในอนาคต ในปีงบประมาณ 2565 สนค. จึงได้เสนอโครงการ “CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)” เพื่อวัดผลและประเมินประสิทธิภาพของ CLMVT Forum ซึ่งหากไม่เกิดการดำเนินโครงการนี้ อาจส่งผลให้การดำเนินงานในระยะต่อไปไม่มี

ประสิทธิภาพเต็มที่ และขาดการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดทิศทางการจัดกิจกรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุด และขาดข้อมูลประกอบการจัดกิจกรรมในระยะต่อไป โดยผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) หมายถึง การนำผลลัพธ์ด้านสังคมในด้านต่าง ๆ ที่กิจการสร้างมามีมูลค่าเป็นตัวเงินแล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าทางการเงินของต้นทุนที่ใช้ไปในการดำเนินกิจการ เพื่อพิจารณาว่ากิจการสร้างผลลัพธ์ทางสังคมคิดเป็นมูลค่าเท่าไร (ต่อเงินลงทุน 1 บาท) โดยหากได้ผลว่า $SROI > 1$ ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

ดังนั้น ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยคณะนักวิจัยที่มีประสบการณ์ด้านเศรษฐศาสตร์และสังคม ในการวิเคราะห์ประเมิน SROI ให้กับหลายหน่วยงานได้รับมอบหมายให้เป็นที่ปรึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ จึงได้จัดทำรายงานฉบับนี้ อันเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการตามขอบเขตงานและตามข้อกำหนดการจ้างที่ปรึกษาและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ อันเป็นการพัฒนาโครงการ CLMVT Forum ต่อไป อันเกิดประโยชน์ต่อประชาชน เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและวัดผลความสำเร็จของโครงการให้ครอบคลุมทุกมิติ โดยใช้วิธีการศึกษาผลตอบแทนทางสังคม (SROI) และการประเมินตีค่าความสำเร็จของโครงการเป็นมูลค่าตัวเลข
- 2) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานของผู้ปฏิบัติงานในการขับเคลื่อนการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต
- 3) เพื่อส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น บุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการเอกชนและนักวิชาการในภูมิภาค CLMVT มีส่วนกำหนดเป้าหมายและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในระยะต่อไป
- 4) เพื่อให้ได้รับข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อเพิ่มความต่อเนื่องและความยั่งยืน และขนาดของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนามและไทย)

1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตดำเนินงานอันสอดคล้องไปตามข้อกำหนด TOR ของโครงการ โดยประกอบด้วยกิจกรรมหลัก ได้แก่

- 1) ผลการทบทวนวรรณกรรม (Literature reviews) หรือผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum
- 2) การสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับ จากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 โดยใช้แบบสำรวจความเห็นและแบบจำลองเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้อง
- 3) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่อง
- 4) วิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on investment: SROI)
- 5) จัดทำรายงานการศึกษา ซึ่งครอบคลุมผลการทบทวนวรรณกรรม ผลการวิเคราะห์และประเมิน SROI) จากแบบสำรวจความเห็น แบบจำลองเชิงปริมาณ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มความต่อเนื่อง ความยั่งยืนและขนาดของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum
- 6) จัดการประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา
- 7) ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการประชุม CLMVT Forum

ทั้งนี้ ที่ปรึกษาและบุคคลของศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ ที่รับผิดชอบจะทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ การดำเนินงานของโครงการ และปฏิบัติหน้าที่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการ และต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

1. จัดทำแผนการดำเนินโครงการโดยละเอียด

- 1.1. กำหนดรายชื่อคณะที่ปรึกษา โดยระบุชื่อบุคคลที่รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ได้แก่
 - 1.1.1. การจัดทำแผนการศึกษาโดยละเอียดให้ครอบคลุมถึงเรื่องการจัดทำแนวทางการทบทวนวรรณกรรม วิธีการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และแนวคิดการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูล
 - 1.1.2. การกำหนดแนวคิด และการจัดทำแบบสำรวจความเห็น การสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความเห็น การวิเคราะห์และประเมิน SROI รวมถึงแนวทางการเผยแพร่ผลการศึกษาและรายงานการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
 - 1.1.3. การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา ผลลัพธ์สำคัญและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มความต่อเนื่อง ความยั่งยืนและขนาดของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum
 - 1.1.4. การจัดทำโครงร่างและแนวคิดการจัดงานสัมมนาเพื่อประชาสัมพันธ์ผลการศึกษา
 - 1.1.5. การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมทั้งก่อนและหลังการสัมมนา
 - 1.1.6. การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ และ
 - 1.1.7. การประสานนัดหมายและเก็บข้อมูลรายละเอียดของผู้เกี่ยวข้อง (เช่น รายชื่อ ที่อยู่ ฯลฯ) รวมทั้งการจัดหาสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลที่เป็นต่อการดำเนินโครงการ
- 1.2. จัดทำแผนการดำเนินงานกิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการโดยละเอียดตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยประกอบด้วย แนวคิดในการศึกษา การประเมินผลการดำเนินงาน โครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธี SROI และแบบสำรวจความเห็นและแบบจำลองเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างแบบสอบถามและคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ แผนการดำเนินงานและการจัดเก็บข้อมูล ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน แนวทางและวิธีการจัดเก็บข้อมูล ตลอดจนรูปแบบการจัดเก็บข้อมูล จะต้องมี ความชัดเจนสมบูรณ์ใช้การสุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องตามหลักสถิติและนำไปปฏิบัติได้จริง
2. ศึกษารวบรวมข้อมูล
 - 2.1. ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม (Literature reviews) หรือผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum
 - 2.2. จัดทำแบบสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับ จากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-

2564 จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 150 คน โดยต้องมีผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา อย่างน้อยประเทศละ 20 คน

- 2.3. สัมภาษณ์เชิงลึก ระดมความเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุมจากทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบออนไลน์เป็นหลัก โดยภายในประเทศกำหนดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มผู้ที่เคยร่วมงานทั้งจากกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ ระดมความเห็นจากไทยจำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน และสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา กำหนดให้มีผู้ให้สัมภาษณ์อย่างน้อยประเทศละ 10 คน

3. จัดทำรายงานศึกษา โดยประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรม ผลการสำรวจความเห็น/เก็บข้อมูล ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าของโครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) เพื่อวัดประสิทธิภาพในมิติต้นทุนและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมถึง ความต่อเนื่องและความยั่งยืนของโครงการ CLMVT Forum และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มความต่อเนื่องและความยั่งยืนและขนาดของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum

4. จัดงานสัมมนาในรูปแบบออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในการจัดประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานในช่วงปี 2559-2564 ตามข้อ 4.3 โดยมีผู้เข้าร่วมงานอย่างน้อยจำนวน 100 คน

5. ด้านการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ
 - 5.1. ก่อนการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา

ออกแบบ จัดทำ ผลิตและเผยแพร่ผลลัพธ์การดำเนินงาน โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

 - จัดทำสก็๊ป (Scoop) สรุปประเด็นสำคัญ ลงสื่อออนไลน์ด้านธุรกิจอย่างน้อย 3 ครั้ง
 - ออกแบบเนื้อหาและจัดทำอินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ในรูปแบบไฟล์ AI และคลิปวิดีโอ เพื่อใช้ประกอบการจัดประชุม/สัมมนา/เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์ อย่างน้อย 3 ชิ้น
 - 5.2. หลังการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา

- เผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลลัพธ์ลงในเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียด้านธุรกิจออนไลน์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมอย่างน้อย 2 แห่ง อย่างน้อย 3 ครั้ง

ทั้งนี้ ประเด็นการรับรู้ เนื้อหาบทความ บทสัมภาษณ์และสิ่งเผยแพร่ต่าง ๆ ตลอดจนกำหนดการเผยแพร่ทั้งก่อนและหลังการจัดงานสัมมนาฯ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาก่อนเผยแพร่

6. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ดังนี้
 - 6.1. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ที่ประกอบด้วยรายงานผลการดำเนินการ
 - 6.2. จัดทำรายงานผลการประชาสัมพันธ์ โดยมีหลักฐานประกอบการเผยแพร่ผลลัพธ์ของโครงการในรูปแบบต่าง ๆ ในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วม
 - 6.3. ฐานข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้เข้าร่วมงานสัมมนา รวมเป็นฐานข้อมูล
7. จัดหาวัสดุ/อุปกรณ์/ข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของการใช้งานและความเหมาะสม

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทบทวนวรรณกรรม (Literature reviews) หรือผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum โดยมีการอธิบายความหมายของผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) และศัพท์ที่เกี่ยวข้องหลักการ/กรอบแนวคิด/ขั้นตอนการวิเคราะห์ SROI ข้อดีข้อจำกัดของการใช้ SROI และการทบทวนงานวิจัยและงานศึกษาที่มีมาก่อนเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ SROI และการประเมินผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินงานโครงการการประชุมหรือกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันทั้งในไทยและในต่างประเทศโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ความหมายของผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) และศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน หรือ Social Return on Investment: SROI หมายถึง กรอบแนวคิด (Principles-based Method) ในการประเมินผลลัพธ์และคุณค่าทางสังคม (Social Value Thailand, 2563) โดยมีการพัฒนามาจากหลักการประเมินประโยชน์เทียบกับต้นทุน หรือ Cost-Benefit Analysis (CBA) ที่เป็นเครื่องมือหนึ่งในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ที่ได้รับความนิยมในการใช้การประเมินการลงทุนสาธารณะโดยรัฐบาล (สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทรพร แยมลออ, 2560)

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเป็นกรอบของการประเมินคุณค่าที่แผนงานหรือโครงการได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น โดยการเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือผลกระทบที่ถูกวัดและแปลงค่าเป็นหน่วยเงินเทียบกับเงินลงทุนที่ใช้ไป ซึ่งไม่ได้มุ่งไปที่ผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์หรือผลตอบแทนทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่วิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม รวมไปถึงผลลัพธ์จากปัจจัยพื้นฐาน 3 ด้านคือ ผลทางเศรษฐกิจ ผลทางสิ่งแวดล้อม และผลทางสังคม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2557) เช่น อัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เท่ากับ สัดส่วน 10:1 หมายความว่า การลงทุนในโครงการหรือกิจการใดๆ 1 บาทจะสร้างมูลค่าหรือผลลัพธ์ต่อสังคม 10 บาท เป็นต้น คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในรายงานการศึกษาในครั้งนี้ รวบรวมจากกรอบแนวทางการประเมินผลตอบแทนเชิงสังคมที่เผยแพร่ในประเทศอย่างแพร่หลาย เช่น คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Handbook for Social Impact Assessment and Social Return on Investment) และ SROI 101: Introduction to Social Return on Investment ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คำนิยามและความหมาย

| คำศัพท์ | ความหมาย |
|---|--|
| ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) | การสื่อสารว่าโครงการนี้จะก่อให้เกิดผลกระทบและบรรลุเป้าหมายระยะยาวอย่างไร โครงการนี้มอบคุณค่าอะไรให้กับสังคมบ้าง หรือ ถ้าไม่มีโครงการนี้อยู่ ผลลัพธ์ทางสังคมนี้จะไม่เกิดขึ้น |
| ผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact) | ผลลัพธ์ทางสังคมคือคุณค่าทางสังคมที่เกิดจากการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งควรสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและพันธกิจของกิจการ |
| ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) | การแจกแจงกิจกรรม (Activities) และผลผลิต (Output) ที่จะทำให้เกิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่นิยามไว้แล้วเกิดขึ้นเป็นความจริง |
| ปัจจัยนำเข้า (Inputs) | สิ่งที่ต้องใช้ในโครงการเพื่อสร้างผลลัพธ์ เช่น ที่ดิน แรงงาน ผู้เชี่ยวชาญ เงินทุน เครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ องค์ความรู้ เป็นต้น |
| กิจกรรม (Activities) | การแทรกแซง (intervention) หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโครงการและทำให้เกิดผลที่คาดหวัง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเป้าหมายทางสังคมของโครงการ |
| ผลผลิต (Output) | เป้าหมายและพันธกิจทางสังคมขององค์กรที่ชัดเจน รู้ว่าจะสร้างคุณค่าทางสังคมให้กับใคร เกิดจากการใส่ปัจจัยนำเข้า เข้าไปดำเนินกิจกรรมของกิจการ สิ่งที่ได้ออกมาจะต้องมองเห็นได้ วัดได้ หรือคำนวณได้โดยตรง เช่น จำนวนผู้ที่เข้าร่วมโครงการ X ที่มีรายได้เพิ่มขึ้น (คน) เป็นต้น |
| ผลลัพธ์ (Outcomes) | เป้าหมายทางสังคมหรือการเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ทางสังคมที่องค์กรต้องการเห็นจากการทำโครงการ |
| ผลลัพธ์ส่วนเกิน (Deadweight) | ผลลัพธ์ที่แม้ต่อให้ไม่มีโครงการนี้ ก็ยังเกิดผลลัพธ์ดังกล่าวขึ้น |
| ผลลัพธ์ทดแทน (Displacement) | ผลลัพธ์ที่อาจไม่ใช่ส่วนเพิ่ม แต่เป็นการทดแทนผลกระทบที่อื่น |
| ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจาก องค์กรอื่น (Attribution) | การประเมินเพื่อระบุว่าองค์กรอื่นหรือบุคคลอื่นมีส่วนในการสร้างผลลัพธ์ที่คล้ายคลึงกันได้ |
| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) | บุคคล องค์กร หรือ หน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากประสบการณ์การเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบจากโครงการ |
| ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) | ตัวแทนทางการเงินเพื่อประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์เมื่อไม่สามารถกำหนดวัดค่าผลลัพธ์ทางสังคมเป็นตัวเงินที่แน่นอน |
| แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) | เครื่องมือหรือวิธีการที่ใช้ติดตามในการดำเนินงานขององค์กร โดยให้ความสนใจและเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความสัมพันธ์ กิจกรรม หรือการกระทำของคน กลุ่มคน หรือองค์กร โดยการรวบรวมผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะใช้คำนวณผลกระทบที่ |

| | |
|---------------------|--|
| | เกิดขึ้น ซึ่งจะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุน ผลผลิตโครงการและผลลัพธ์โครงการที่เกิดขึ้น |
| SROI Options Matrix | เครื่องมือที่ช่วยให้เห็นชนิด (Types) ของการวิเคราะห์ SROI ในด้านความกว้าง (Breadth) ความลึก (Depth) และ คุณภาพ (Quality) (Then et al., 2018) |

2.2 หลักการ/กรอบแนวคิด/ขั้นตอนการวิเคราะห์ SROI

วิธีการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมคิดค้นขึ้นในทศวรรษ 1990 หรือช่วงพ.ศ.2533-2543 และการวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment : SROI) เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1997 หรือ พ.ศ. 2540 โดยประยุกต์จากหลักการประเมินประโยชน์เทียบกับต้นทุน ทั้งนี้จากข้อมูล Tools and Resources for Assessing Social Impact (TRASI) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมวิธีการประเมินผลลัพธ์ของโครงการและการลงทุนทางสังคม ระบุว่า มีวิธีการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมมากกว่า 150 วิธี (สถณี อาชวานันทกุล และ ภัทรพร แยมล่อ, 2560)

จากแนวคิด SROI การพัฒนาหรือดำเนินโครงการใด ๆ ที่มีการลงทุนจะให้ความสำคัญกับการประเมินผลประโยชน์ผลตอบแทนกลับมาในรูปของเงิน เพื่อแสดงถึงความคุ้มค่าจากการลงทุนตามเกณฑ์ชี้วัดที่กำหนดไว้ โดยจะประเมินจากการจัดเก็บเงินหรือรายได้จากสิ่งที่ลงทุนไปกับกรอบระยะเวลาที่กำหนด หรือแม้กระทั่งโครงการที่สามารถให้ผลกำไรยังต้องมีการทำการเปรียบเทียบในหลายทางเลือกกว่า จะใช้ลงทุนรูปแบบใด ใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายเท่าใด รายได้เท่าใด ระยะเวลาคืนทุนสั้น-ยาวเท่าใด ซึ่งปัจจัยตัวแปรของผลประโยชน์ที่ใช้ในการประเมินวิเคราะห์ผลกำไร-ขาดทุนนี้ถือได้ว่าเป็นผลประโยชน์ทางตรง (Direct Benefit) ของโครงการและเป็นการประเมินผลตอบแทนทางการเงิน (Financial Analysis) ถึงแม้ในบางโครงการโดยเฉพาะโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ด้านการคมนาคมขนส่ง จะมีการประเมินผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) ที่เป็นผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ (Economic Analysis) ที่จะประเมินเป็นมูลค่าทางการเงินค่อนข้างยาก เช่น การเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น เพิ่มรายได้การท่องเที่ยว ลดอุบัติเหตุ ลดเวลาต่าง ๆ โดยใช้ปัจจัยตัวคูณ (Multiplier) ปรับให้เป็นตัวเงิน เป็นต้น แต่ก็ยังไม่ได้มีเกณฑ์ตัวชี้วัดหรือวิธีการคำนวณที่ชัดเจนเป็นมาตรฐาน

เนื่องจากความซับซ้อน ความยากในการตีความ รวมถึงการประเมินเป็นเชิงตัวเลขซึ่งเป็นประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) ที่ไม่ได้เกิดจากรายได้หรือผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโดยตรง (Direct Benefit) ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาและปรับปรุงระเบียบวิธีเครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีการให้ความสำคัญในการประเมินผลในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อใช้สำหรับตัดสินใจดำเนินโครงการ และการประเมินในเชิงที่ให้ผลลัพธ์เป็นตัวเลขมูลค่าทางการเงิน (Monetization) จะใช้การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment : SROI)

ปัจจุบันการพัฒนาโครงการและการดำเนินการต่างๆ นอกจากจะได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จะเห็นได้จากในหลายโครงการได้ให้มีการศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment) และการศึกษาผลกระทบเชิงสังคม (Social Impact Assessment : SIA) ซึ่งจะต้องทำการค้นหาและประเมินผลลัพธ์ทางสังคม นอกจากนี้ในหลายองค์กรยังต้องมีการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยมีกิจกรรมร่วมกับชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในพื้นที่ รวมทั้งการดำเนินโครงการที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

ดังนั้น การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม ซึ่งรวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจจะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลตอบแทนเพิ่มเติมนอกเหนือจากการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ทั้งนี้ ในบางโครงการผลตอบแทนทางการเงินอาจไม่ผ่านเกณฑ์ตัวชี้วัด แต่อาจได้รับผลตอบแทน SROI สูง ก็ทำให้โครงการนั้นอาจได้รับการพิจารณาให้ดำเนินการได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นโครงการที่ให้บริการเชิงสังคม (Public Service Obligation : PSO) และในการวิเคราะห์ผลตอบแทนค่า SROI จำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์จัดทำค่าฐานปัจจุบัน (Baseline) ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวอาจจะเหมาะกับกลุ่มประเภทโครงการหรืออุตสาหกรรมก็ได้

หลักการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม 7 ข้อ ตามคู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ฉบับปรับปรุงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และ New Economics Foundation: NEF (2005) มีดังนี้

หลักการข้อที่ 1 คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและดึงให้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด (Involve Stakeholders) โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจากการดำเนินงานของกิจการหรือโครงการ เช่น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ภาครัฐ สื่อ ชุมชน หรือคู่แข่ง เป็นต้น

หลักการข้อที่ 2 เข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง (Understand What Changes) และให้ความสำคัญกับการบันทึกสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ และทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ

หลักการข้อที่ 3 ใช้ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) เพื่อประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์ เมื่อไม่สามารถกำหนดวัดค่าผลลัพธ์ทางสังคมเป็นตัวเงินที่แน่นอน สิ่งที่ต้องคำนึง คือ ต้องมั่นใจว่าจะ “แทน”

ผลลัพธ์ทางสังคมที่ต้องการวัดได้ และมีความเกี่ยวข้องกัน (Value the things that matter) พร้อมทั้งคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

หลักการข้อที่ 4 รวมเฉพาะสิ่งที่เป็นสาระสำคัญและเชื่อมโยงกับกิจกรรมหลัก (Only include what is 'material') โดยมีการเก็บข้อมูลที่เชื่อถือได้และรวบรวมได้อย่างสม่าเสมอ เนื่องจากการเก็บข้อมูลมีค่าใช้จ่าย ดังนั้น การแยกให้ได้ถึงปัจจัยที่สำคัญกับปัจจัยที่ไม่สำคัญจึงมีความจำเป็น โดยมีกฎง่าย (Rule of Thumb) คือ เลือกประเมินผลลัพธ์ไม่เกิน 3 รายการที่สำคัญที่สุดเท่านั้น หรือประเมินเฉพาะผลลัพธ์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกินครึ่ง (จากการสุ่มสัมภาษณ์หรือสำรวจ) ยืนยันว่าเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ และเน้นเฉพาะผลทางตรงที่ชัดเจนที่เกิดจากโครงการ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะกล่าวอ้างเกินจริง

หลักการข้อที่ 5 หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง (Do not over-claim) โดยมีการระบุว่าคุณหรือองค์กรอื่นมีส่วนร่วมสร้างผลลัพธ์ด้วยหรือไม่ เพียงใด (Attribution) แต่ถ้าไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากหน่วยงานอื่นโดยตรง อาจมีการใช้แนวโน้มในอดีต งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือ ตัวชี้วัดมาตรฐาน (Benchmark) เพื่อช่วยประเมินสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หลักการข้อที่ 6 เน้นความโปร่งใสทุกขั้นตอน (Be transparent) โดยมีการทำเอกสารประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บันทึกผลลัพธ์ ตัวชี้วัดและมาตรฐานที่ใช้ รวมทั้งแจกแจงแหล่งที่มา วิธีเก็บข้อมูล และวิธีพิจารณาทางเลือกต่างๆ ในการประเมิน ทั้งนี้เมื่อประเมินเสร็จสิ้นก็ต้องสื่อสารผลการประเมินให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบและแสดงข้อคิดเห็น และการนำผลการประเมินไปปรับปรุงการดำเนินงานอย่างไรในอนาคต

หลักการข้อที่ 7 พร้อมรับการตรวจสอบผลการประเมินจากบุคคลภายนอก (Verify the result) การแสดงความพร้อมที่จะรับการตรวจสอบจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถตัดสินใจได้ว่า การประเมินนั้นทำอย่างตรงไปตรงมาและสมเหตุสมผลหรือไม่ รวมทั้งเชิญให้ทุกฝ่ายร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการประเมินครั้งต่อไป

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีขั้นตอนการวิเคราะห์ 6 ขั้นตอนดังนี้ (Social Value Thailand, 2563)

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขอบเขตการประเมิน SROI และการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Outcomes Mapping) โดยการรวบรวมผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเงินลงทุน ผลผลิตของโครงการ และผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดตัวชี้วัดและการประเมินมูลค่าผลลัพธ์ โดยการตรวจสอบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและประมาณเป็นมูลค่า รวมทั้งหาค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy)

ขั้นตอนที่ 4 การปรับมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสม (Adjust Impact) โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์/ผลกระทบของโครงการ การแปลงเป็นมูลค่าทางการเงินกับผลลัพธ์นั้น และข้อมูลผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานว่าถึงแม้ไม่มีโครงการนี้ก็จะยังเกิดผลลัพธ์ดังกล่าว (Deadweight)

ขั้นตอนที่ 5 การคำนวณมูลค่าผลตอบแทนการลงทุนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (SROI Ratio) เป็นมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทางสังคมทั้งหมดต่อหนึ่งหน่วยการลงทุน

ขั้นตอนที่ 6 การบูรณาการสู่การสื่อสาร การรายงานและการนำไปประยุกต์ใช้ โดยการนำเสนอผลการศึกษาแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการตอบสนองต่อผลลัพธ์ ซึ่งถือเป็นกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องและน่าเชื่อถือของรายงาน

2.3 ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้ SROI

ข้อดีหรือประโยชน์ และข้อจำกัดของการใช้ SROI มีหลายประเด็น โดยรวบรวมมาจากคู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (สถณี อาชวานันทกุล และ ภัทราพร แยมมลออ, 2560) และ SROI 101: Introduction to Social Return on Investment (Social Value Thailand, 2563) มีดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้ SROI

| ข้อดีหรือประโยชน์ของการใช้ SROI | ข้อจำกัดของการใช้ SROI |
|---|--|
| 1. เป็นเครื่องมือในการวางแผนอนาคตหรือทบทวนอดีต ใช้ในการทบทวนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกิจการหรือโครงการ และอภิปราย | 1. ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนมีประโยชน์ค่อนข้างน้อยในกรณีที่องค์กรไม่สนใจกลยุทธ์และการวางแผนการทำงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่สนใจผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น |

| ข้อดีหรือประโยชน์ของการใช้ SROI | ข้อจำกัดของการใช้ SROI |
|---|---|
| กลยุทธ์และช่วยให้มองเห็นมูลค่าของผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดจากกิจกรรม/โครงการ | |
| 2. เป็นเครื่องมือในการทบทวนกระบวนการและกลยุทธ์ของกิจการหรือโครงการ จะทำให้พันธกิจกลยุทธ์และกระบวนการในองค์กรเด่นชัดขึ้น โดยผ่านการพิจารณาผลลัพธ์สำคัญที่เกิดขึ้น | 2. การวัดผลตอบแทนทางสังคมเพียงเพื่อพิสูจน์มูลค่าของงานที่ทำ ไม่มีผลในการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และกระบวนการทำงานในอนาคต เช่น ประเมินผลตอบแทนทางสังคมของโครงการที่ปิดโครงการไปแล้วและไม่ดำเนินการต่อ ซึ่งจะนำผลตอบแทนทางสังคมไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเท่านั้น |
| 3. เป็นเครื่องมือที่ช่วยบริหารทรัพยากรอย่างเหมาะสมเพื่อจัดการกับผลลัพธ์ที่ไม่ได้คาดหวัง ทั้งทางบวกและทางลบ | 3. SROI ไม่เหมาะที่จะใช้เปรียบเทียบผลงานข้ามกิจการ แต่เหมาะกับการอ้างอิงในการเปรียบเทียบผลของกิจการตนเองในช่วงเวลาที่ผ่านมา |
| 4. เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารผลงานต่อนักลงทุนหรือต่อสาธารณะ เนื่องจากเป็นข้อมูลตัวเลขที่เข้าใจง่าย จดจำได้ง่าย | 4. ความยากในการแปลงผลลัพธ์เป็นมูลค่าทางการเงิน (monetization) และการเลือกค่าแทนทางการเงิน (proxy) โดยเฉพาะผลลัพธ์ทางจิตใจ |
| 5. สร้างกลไกการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เช่น นักลงทุน ลูกค้า องค์กรพันธมิตร ทำให้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบการทำงานของกิจการ/โครงการอย่างมีความหมายและตรงต่อความต้องการมากขึ้น | 5. ลักษณะของกิจการ/โครงการที่ควรใช้ SROI เช่น กิจการพัฒนาชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน หรือกิจการที่ใช้ทรัพยากรสูง และใช้สูงอย่างต่อเนื่องไปในอนาคต หรือ มีการสร้างคุณค่าร่วม หมายถึง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจควบคู่ไปกับคุณค่าทางสังคม (Creating Shared Value: CSV) ซึ่งลักษณะของกิจการ/โครงการที่ไม่เข้าข่ายข้างต้น ใช้เพียงการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมอาจเพียงพอ เนื่องจากการคำนวณหา SROI มีความยุ่งยากและค่าใช้จ่ายมากกว่าการวัดผลลัพธ์ทางสังคมหรือ SIA เพียงอย่างเดียว |
| 6. เป็นเครื่องมือที่ระบุจุดร่วมพื้นฐานระหว่างสิ่งที่องค์กรต้องการบรรลุและสิ่งที่มีส่วนได้เสียต้องการบรรลุ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางสังคมมากที่สุด และแสดงความสำคัญของการจับมือร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ที่พยายามสร้างความเปลี่ยนแปลงในประเด็นเดียวกัน เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) องค์กรศาสนา และองค์กรการกุศล เป็นต้น | |
| 7. ช่วยสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรด้วยการยกระดับระบบการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน ตลอดจนกระบวนการตรวจสอบภายในองค์กร และสามารถใช้ในการปรับปรุง โดยเฉพาะกรณีที่ต้องระดมทุนเพิ่มเติม | |

ที่มา: สถิติ อาชวานันทกุล และ ภัทรพร แยมลลอ, 2560 และ Social Value Thailand, 2563

2.4 การทบทวนงานวิจัยและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องที่มีการประยุกต์ใช้ SROI

การทบทวนงานวิจัยและงานศึกษาที่มีมาก่อนเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ SROI และการประเมินผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินงานโครงการการประชุมหรือกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันทั้งในไทยและต่างประเทศ สามารถสรุปแต่ละงานศึกษาได้ดังนี้

2.4.1 งานวิจัยและงานศึกษาที่มีมาก่อนเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ SROI ในประเทศไทย

จากการสืบค้นงานวิจัยหรืองานศึกษาที่เกี่ยวข้องที่มีการตีพิมพ์ลงในวารสารทางวิชาการ ในคำสำคัญที่มีการใช้ SROI เพื่อการประเมินผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินงานโครงการการประชุม ผ่านฐานข้อมูลที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บอกรับ ได้แก่ Scopus, EBSCO Host, ACM Digital Library, Business Source Ultimate, Sage Journals, ScienceDirect eJournals, SpringerLink (E-books/E-Journal) และ TDC (ThaiLIS Digital Collection) เป็นต้น และใช้คำค้นดังกล่าว คือ SROI และ การประชุม สืบค้นเมื่อเดือนมีนาคม 2565 พบว่า ยังไม่พบงานวิจัยหรืองานศึกษาในประเทศไทยที่มีการใช้ SROI ในการประเมินผลกระทบทางสังคมจากการดำเนินงานโครงการการประชุม ทั้งนี้อาจจะมีการใช้เครื่องมือ SROI เพื่อใช้ในการประเมินผลการประชุม/สัมมนา แต่ไม่ได้มีการนำเสนอในรูปแบบของการตีพิมพ์ลงในวารสารทางวิชาการที่สามารถสืบค้นได้ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้ สำหรับผลการทบทวนงานวิจัยและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการการประชุม หรือการจัดแสดงสินค้า พบได้ 2 เรื่องที่มีความใกล้เคียงกับการจัดโครงการ CLMVT Forum โดยมีรายละเอียดดังนี้

นิโรธ เดชกำแหง และ ธีระวัฒน์ จันทิก (2016) ได้เสนอการศึกษากลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในด้านการจัดการเชิงคุณภาพ การจัดการเชิงกลยุทธ์การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพื่อศึกษารูปแบบของกลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ตั้งแต่กระบวนการสร้างกลยุทธ์ องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย และกระบวนการสร้างกลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย รวมถึงระดับของกลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงาน

แสดงสินค้าในประเทศไทยแบ่งได้ 3 ระดับ คือกลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าร้านนำไปสู่การนำกลยุทธ์การจัดการคุณภาพไปใช้ในกระบวนการจัดการธุรกิจ การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดงานแสดงสินค้าที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ออกรงาน ผู้เข้าร่วมงาน และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมถึงการลดต้นทุนทางการจัดการจากระบบที่มีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์ (2016) ได้เสนอว่า การประชุมเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดผลดีต่อเมืองเจ้าภาพในด้านเศรษฐกิจและสังคม แต่ในเวลาเดียวกัน การรวมตัวของผู้คนจำนวนมากได้สร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ประกอบวิชาชีพด้านการจัดงานประชุมในต่างประเทศได้เห็นความสำคัญของประเด็นความยั่งยืน จึงมีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการส่งเสริมการปฏิบัติตามแนวทางการประชุมสีเขียวเพื่อลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม หากในประเทศไทยยังมีการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการจัดประชุมสีเขียวในขอบเขตจำกัด บทความนี้กล่าวถึงแนวทางปฏิบัติตามแนวคิด “การประชุมสีเขียว” ซึ่งได้มีการพัฒนาและเผยแพร่แนวคิดให้เป็นที่ยอมรับโดยองค์กรสากลที่สำคัญและกล่าวถึงการริเริ่มเผยแพร่แนวทางการจัดประชุมสีเขียวในประเทศไทย โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการจัดการประชุมตามแนวคิด “การประชุมสีเขียว” ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ด้วยการปรับปรุงข้อมูลและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับผู้จัดงานและผู้ให้บริการของไทย ตลอดจนสนับสนุนการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยหรืองานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ SROI เพื่อการประเมินผลกระทบทางสังคมในโครงการหรือหน่วยงานต่างๆ เลือกลงมา 3 หน่วยงาน ได้แก่ 1) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) 2) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ 3) โครงการความร่วมมือใต้-ใต้และไตรภาคีระหว่าง กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ (United Nations Population Fund-UNFPA) และรัฐบาลไทย ผ่านกรมความร่วมมือระหว่างประเทศ (Thailand International Cooperation Agency - TICA) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทั้งเป็นแบบองค์การมหาชน เป็นกองทุนก่อตั้งตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ และเป็นหน่วยงานความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อให้เป็นการทบทวนผลการศึกษามีมาก่อนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการ CLMVT Forum โดยมีรายละเอียดแต่ละหน่วยงานและโครงการดังนี้

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (2564) ได้ดำเนินโครงการประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สปร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 โดยดำเนินการประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางสังคมโดยใช้การวิเคราะห์ผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน หรือ SROI โดยประเมินความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการสำคัญในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของ สปร. จำนวน 2 โครงการ โดยการประเมินใน 3 มิติ ได้แก่ 1) ด้านประสิทธิภาพ 2) ด้านประสิทธิผล 3) ด้านผลกระทบ และประเมินความคุ้มค่าในการดำเนินการให้บริการแหล่งเรียนรู้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ของ สปร. 2 แห่ง คือ TK Park และมิวเซียมสยาม โดยจัดทำเป็น 2 กรณี คือกรณีที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 และกรณีที่ไม่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยมีผลการประเมินดังนี้

กรณีที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 มีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินงาน ดังนี้ 1) SROI จากการดำเนินงานของ TK Park เท่ากับ 12.17 หมายความว่า เมื่อ TK Park ดำเนินงานเสมือนเป็นกิจกรรมการลงทุน สังคมจะได้ผลตอบแทนเท่ากับ 12.17 เท่าของมูลค่าเงินลงทุน ซึ่งถือเป็นผลตอบแทนการลงทุนที่ดีและคุ้มค่า และ 2) มิวเซียมสยาม SROI เท่ากับ 8.12 หมายความว่า เมื่อลงทุนในกิจกรรมตามภารกิจของมิวเซียมสยาม สังคมจะได้ผลตอบแทนคิดเป็น 8.12 เท่าของมูลค่าเงินลงทุน ซึ่งถือเป็นผลตอบแทนการลงทุนที่ดีและคุ้มค่า

กรณีที่ไม่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ผลการประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินงานให้บริการแหล่งเรียนรู้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ดังนี้ 1) SROI จากการดำเนินงานของ TK Park เท่ากับ 65.58 หมายความว่า เมื่อ TK Park ดำเนินงานเสมือนเป็นกิจกรรมการลงทุน สังคมจะได้ผลตอบแทนเท่ากับ 65.58 เท่าของมูลค่าเงินลงทุน ซึ่งถือเป็นผลตอบแทนการลงทุนที่ดีและคุ้มค่ามาก และสูงกว่ากรณีปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ถึง 5.38 เท่า และ 2) SROI จากการดำเนินงานของ มิวเซียมสยาม เท่ากับ 9.91 เท่า ซึ่งสูงกว่าในกรณีปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2557) ได้ทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม หรือ SROI ในประเด็นการดำเนินงานที่สำคัญของ สสส. ใน 7 ด้านดังนี้ 1) ด้านการควบคุมการบริโภคยาสูบ 2) ด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนน 3) ด้านการส่งเสริมการออกกำลังกาย 4) ด้านการบริโภคอาหาร 5) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 6) ด้านผู้พิการและผู้สูงอายุ และ 7) ด้านเด็กและเยาวชน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมของ สสส. 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดขอบเขตและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้

ส่วนเสีย 2) การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ 3) การเก็บรวบรวมข้อมูลผลลัพธ์ (Outcomes) และการประเมินมูลค่าทางการเงิน โดยการหาตัวชี้วัด (Indicators) ที่สามารถวัดผลลัพธ์ที่กำหนดได้ 4) การกำหนดและรวบรวมข้อมูลผลกระทบของโครงการว่าเกิดจากโครงการที่ถูกประเมินหรือไม่ (Deadweight, Attribution, Displacement, Benefit period และ Drop-off) และ 5) การคำนวณค่า SROI รวมทั้งรายงานผลและการใช้ประโยชน์

ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ทั้ง 7 ด้าน มีดังนี้

- 1) ด้านการควบคุมการบริโภคยาสูบ ได้ SROI เท่ากับ 18 เท่า คือ ในทุกการลงทุน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 18 บาท
- 2) ด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนน คิดสัดส่วนของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นที่มีผลมาจากการดำเนินงานของ สสส. ร้อยละ 50 ซึ่งทำให้ค่าของผลตอบแทนทางสังคม SROI เท่ากับ 130 เท่า
- 3) ด้านการส่งเสริมการออกกำลังกายเฉพาะโครงการจอมบึงมาราธอน โดยคิดสัดส่วนของผลลัพธ์ที่เกิดจากลงทุนของ สสส. ร้อยละ 50 พบว่า ผลตอบแทนทางสังคม SROI เท่ากับ 6.2 เท่า
- 4) ด้านการบริโภคอาหาร ได้ SROI เท่ากับ 13.49 เท่า คือ ในทุกการลงทุน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 13.49 บาท
- 5) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ SROI เท่ากับ 95 เท่า คือ ในทุกการลงทุน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 95 บาท
- 6) ด้านผู้พิการและผู้สูงอายุ ได้ SROI เท่ากับ 2.95 เท่า คือ ในทุกการลงทุน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 2.95 บาท โดยผลประโยชน์ส่วนใหญ่ของการลงทุนตกแก่สมาชิกในครอบครัวผู้สูงอายุและ
- 7) ด้านเด็กและเยาวชน ได้ SROI เท่ากับ 6.87 เท่า คือ ในทุกการลงทุน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 6.87 บาท โดยผลประโยชน์จากการลงทุนเกินกว่าครึ่งหนึ่งตกแก่เด็กและเยาวชน และผลประโยชน์บางส่วนตกแก่ผู้ปกครองและชุมชน

กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ (United Nations Population Fund-UNFPA) และรัฐบาลไทย ผ่านกรมความร่วมมือระหว่างประเทศ (Thailand International Cooperation Agency - TICA) (2562) ได้ทำศึกษาผลตอบแทนทางสังคมเพื่อประเมินประสิทธิภาพโครงการความร่วมมือใต้-ใต้และไตรภาคี (South-South and Trilateral Cooperation-SSTC) เพื่อลดอัตราการเสียชีวิตของมารดาใน สปป. ลาว ตามเป้าหมายที่ 3 ของการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG 3) ที่มุ่งให้ประชากรทุกคนทุกวัยมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี โดยใช้การวิเคราะห์ SROI ที่อยู่บนหลักการ 7 ข้อ คือ 1) เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) เข้าใจสิ่งที่มี การเปลี่ยนแปลง 3) ตีค่าผลที่สำคัญโดยใช้ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) แทนมูลค่าทางการเงิน 4) รวมเฉพาะสิ่งที่เป็นสาระสำคัญ 5) หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง 6) เน้นความโปร่งใสทุกขั้นตอน และ 7) ตรวจสอบผลลัพธ์ พร้อมรับการตรวจสอบจากบุคคลภายนอกที่มีความเหมาะสมและอิสระ และมีการวิเคราะห์ SROI 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขอบเขตและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูล และพัฒนาแผนภูมิผลกระทบตามหลักการทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ขั้นตอนที่ 3 ประเมินผลกระทบเป็นจำนวนเงินจากหลักฐานที่รวบรวมไว้เกี่ยวกับผลลัพธ์ และขั้นตอนที่ 4 รายงานและเชื่อมโยงข้อมูล

ผลลัพธ์จากการสำรวจ (ผู้ตอบแบบสอบถาม 38 คน จากการสำรวจ 52 คน) และการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (ผู้เข้าร่วมที่ผ่านการฝึกอบรม 10 คนและผู้กำหนดนโยบาย 15 คน) ผลลัพธ์เหล่านี้ถูกนำมา รวมไว้ใน การประเมินและทำแผนภูมิผลกระทบ ซึ่งผลตอบแทนทางสังคม SROI สำหรับโครงการนี้เท่ากับ 1:3.95 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งหมายความว่าทุก ๆ 1 ดอลลาร์สหรัฐ ที่ถูกลงทุนไปในโครงการนี้สามารถสร้างคุณค่า ทางสังคมเป็นจำนวน 3.95 ดอลลาร์สหรัฐ หรือเกือบ 4 เท่าของเงินลงทุน

นอกจากนี้ยังมีงานของ ไชยยะ คงมณี และคณะ (2018) ได้เสนอผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทาง สังคมของโครงการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ในชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา โดยใช้ข้อมูลจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจากโครงการวิจัยจำนวน 15 โครงการ ซึ่งใช้การเลือกแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ SROI ผลการวิจัยพบว่า ผลประโยชน์สุทธิในรูปของผลผลิตและผลลัพธ์มี มูลค่ารวม 34,019,934 บาท และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ใช้เงินทุนวิจัยรวม 18,551,441 บาท ซึ่งก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเท่ากับ 1.83 นั่นคือ เมื่อสำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย (สกว.) ให้การสนับสนุนเงินทุนวิจัย 1 บาท จะได้รับผลตอบแทนทางสังคมกลับคืนมา 1.83 บาท แสดงว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่ผลตอบแทนทางสังคมที่สูงขึ้น คือ (1) การยกระดับการทดลองผลิตภัณฑ์ยางพาราจากระดับห้องปฏิบัติการสู่ระดับตลาด (2) การสนับสนุน

เงินทุนวิจัยเพื่อดำเนินโครงการวิจัยต่อเนื่อง ในกรณีที่ผลผลิตของโครงการวิจัยนั้นยังไม่สมบูรณ์ และ (3) การปรับปรุงแบบการลงทุนในการวิจัยและการเป็นเจ้าของผลงานวิจัย ผลการวิจัยที่ได้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อ สกว.หน่วยงานสนับสนุนการวิจัยอื่น ๆ และสถาบันการศึกษา สำหรับนำไปใช้ประกอบการวางแผนกำหนดนโยบายการสนับสนุนการวิจัยที่เหมาะสมต่อไป

จากการทบทวนประเด็นสำคัญจากผลการศึกษาและการทบทวนวรรณกรรม โดยเฉพาะผลลัพธ์/ผลกระทบทางสังคมที่นำมาคำนวณและวิธีการคำนวณ สามารถจัดทำตารางเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 งานวิจัยหรืองานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ SROI ในประเทศไทย

| ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์) “ชื่อเรื่อง” | ผลลัพธ์/ผลกระทบทางสังคมที่นำมา คำนวณ | วิธีการคำนวณ |
|---|---|---|
| สำนักงานบริหารและ พัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (2564) “โครงการ ประเมินความคุ้มค่า และมูลค่าเพิ่มทาง เศรษฐกิจและสังคม ของสำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ ความรู้ (องค์การ มหาชน) หรือ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564” | 1. การประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมูลค่าเพิ่มทางสังคม จากการ ดำเนินงานของ สบร. ปี 2564 จัดทำ เป็น 2 กรณี คือกรณีที่มีการแพร่ ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเป็น สถานการณ์ที่เป็นจริงในปัจจุบัน และ กรณีที่ไม่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 2. การประเมินความคุ้มค่าของการ ดำเนินงานพัฒนาอุทยานการเรียนรู้ ต้นแบบและบริการ (TK Park) 3. การประเมินความคุ้มค่าของการ ดำเนินงานบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ การเรียนรู้ (Museum Siam) | 1. แทนค่าทางการเงิน (Financial proxy) จากข้อมูลผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น 2. การวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment) 3. การคำนวณผลตอบแทนทางสังคม จากการลงทุน (SROI) โดยใช้สูตร SROI = มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์ทั้งหมด หารด้วยมูลค่าปัจจุบันของการลงทุน ทั้งหมด 4. CIPPO/CIPPI Model 5. Benefit-Cost Ratio |
| สำนักงานกองทุน สนับสนุนการสร้าง เสริมสุขภาพ (สสส.) (2557) “การวิเคราะห์ ผลตอบแทนทางสังคม | วิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม หรือ SROI ในประเด็นการดำเนินงานที่ สำคัญของ สสส. ใน 7 ด้านดังนี้ 1) ด้านการควบคุมการบริโภคยาสูบ 2) ด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนน 3) | การคำนวณค่า SROI รวมทั้งการรายงาน ผลและการใช้ประโยชน์ ค่า SROI เป็นมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทาง สังคมทั้งหมดต่อหนึ่งหน่วยการ ลงทุน โดยใช้สูตรการ |

| ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์) “ชื่อเรื่อง” | ผลลัพธ์/ผลกระทบทางสังคมที่นำมา คำนวณ | วิธีการคำนวณ |
|--|--|--|
| (SROI) กรณีศึกษาการดำเนินงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)” | ด้านการส่งเสริมการออกกำลังกาย 4) ด้านการบริโภคอาหาร 5) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 6) ด้านผู้พิการและผู้สูงอายุ และ 7) ด้านเด็กและเยาวชน | SROI = มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์ทั้งหมดหารด้วย มูลค่าปัจจุบันของการลงทุนทั้งหมด |
| กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ (United Nations Population Fund- UNFPA) (2562) “รายงานการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในโครงการความร่วมมือใต้-ใต้และไตรภาคีระหว่าง UNFPA และรัฐบาลไทย” | ผลตอบแทนทางสังคมเพื่อประเมินประสิทธิภาพโครงการความร่วมมือใต้-ใต้และไตรภาคี(South-South and Trilateral Cooperation-SSTC) เพื่อลดอัตราการเสียชีวิตของมารดาในสปป. ลาว | อัตราส่วน SROI ถูกคำนวณโดยการประมาณมูลค่าปัจจุบันทั้งหมดของต้นทุนและผลประโยชน์ต่าง ๆ โดยมีการพิจารณาระยะเวลาของต้นทุนและผลประโยชน์เหล่านี้ในการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน เนื่องจากประโยชน์ในอนาคตมีคุณค่าน้อยกว่าประโยชน์ปัจจุบัน จำนวนมูลค่าที่ลดลงจะขึ้นอยู่กับอัตราคิดลด (Discount rate) ซึ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ที่แสดงถึงมูลค่าที่ลดลงตามการเสื่อมค่าโดยประมาณ ขั้นตอนสุดท้ายของการคำนวณ SROI มีการนำผลลัพธ์ทั้งหมดที่ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ บวกผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นและลบผลเชิงลบต่าง ๆ และเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับการลงทุน |
| ไชยยะ คมณี และคณะ (2018) “ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ในชุดโครงการการพัฒนาอย่างพาราจำนวน 15 โครงการ | ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ในชุดโครงการการพัฒนา | คำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนแสดงเป็นค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการวิจัยทั้งหมดลบด้วยผลประโยชน์ที่โครงการวิจัยไม่ได้ก่อหรือสร้างขึ้น จากนั้นนำไปหารด้วยเงินลงทุนวิจัยที่ได้รับจาก สกว. เกณฑ์การประเมิน คือ หากค่าที่คำนวณได้มากกว่า 1 แสดงว่าการลงทุนในการวิจัยมีความคุ้มค่า |

| ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์) “ชื่อเรื่อง” | ผลลัพธ์/ผลกระทบทางสังคมที่นำมา คำนวณ | วิธีการคำนวณ |
|--------------------------------------|---|--------------|
| อุตสาหกรรม ยางพารา” | | |

ที่มา: จากการรวบรวมของที่ปรึกษา

2.4.2 งานวิจัยและงานศึกษาที่มีมาก่อนเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ SROI ในต่างประเทศ

งานศึกษาของ Lievesley, M., and Yee, J. (2012) ได้อธิบายเกี่ยวกับบทเรียนที่ได้รับจากการใช้วิธี SROI เพื่อประเมินโครงการ Service Design ร่วมกับบริษัทฝึกอบรมสายอาชีพขนาดใหญ่ในสหราชอาณาจักร คือ บริษัท Zodiac Training ที่มีทุนหมุนเวียนมากกว่า 6 ล้านปอนด์ และมีพนักงาน 120 คน ที่นำเสนอโครงการฝึกอบรมมากกว่า 5,000 โครงการต่อปี โครงการ Service Design เป็นโครงการที่วางแผนจะนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาโครงการฝึกอบรม

การวิเคราะห์ SROI ช่วยให้ทีมออกแบบและองค์กรจากกรณีศึกษาได้รับรู้และสามารถวัดผลประโยชน์ทางสังคม/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้น ผ่านงานออกแบบ โดยองค์ประกอบเหล่านี้จะไม่ปรากฏให้เห็นในการประเมิน ROI (Return on Investment) แบบเดิม มีสัญญาณที่เป็นประโยชน์ เหมาะสมระหว่าง SROI กับ Service Design ในโครงการขนาดใหญ่ แนวทางนี้สามารถใช้เป็นกรอบสำหรับการคาดการณ์ และการพัฒนาตัวบ่งชี้สำหรับผลกระทบทางสังคมที่อาจเกิดขึ้น (และพร้อมชี้ทางการเงิน) ตลอดโครงการ Service Design เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจในแต่ละขั้นตอน อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ของโครงการขึ้นอยู่กับความประสงค์ในระดับ Design Management เพื่อฝึกซ้อมแนวทางและพัฒนาแนวทางที่ถูกปรับให้เหมาะสม

งานศึกษานี้ยังพบว่า ปัจจุบันมีการนำวิธีการ SROI นี้มาใช้อย่างแพร่หลาย แต่ต้องใช้ระยะเวลาานาน ซึ่งเมื่อนำมาใช้วัดในโครงการ Service Design พบว่ามีประโยชน์ แต่การใช้ SROI นั้น ไม่ได้เหมาะกับทุกโครงการ ซึ่งอาจจะเข้ากันได้ดีกับโครงการที่มีแผนธุรกิจเต็มรูปแบบแล้ว ข้อจำกัดหลักประการหนึ่งที่พบในการใช้กระบวนการ SROI คือความยากลำบากในการระบุพร้อมชี้ที่เหมาะสมสำหรับการคำนวณ

ขณะที่ งานศึกษาของ Epstein, M. J., & Yuthas, K. (2017) ได้นำเสนอขั้นตอนในการวัดและการปรับปรุงผลกระทบทางสังคม โดยเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) What Will You Invest? การนึกถึงเป้าหมายการลงทุน ทำไม หวังอะไรจากการลงทุน ความคาดหวังทางสังคม ผลตอบแทนทางการเงิน รวมไปถึงเป้าหมายอื่นๆ เช่น การกระชับความสำคัญการสร้างแบรนด์ การตอบแทนผลประโยชน์ที่ได้รับ พร้อมทั้งพิจารณาว่าทรัพยากรใดที่ยินดีที่จะลงทุนในสังคม การปรับตัวทางด้านเวลา เงิน ความถนัด และเครือข่ายทางธุรกิจ
- 2) What problem will you address? การตัดสินใจในแต่ละประเภทของปัญหา จะมุ่งไปที่ปัญหาเพียงอย่างเดียวหรือโดยรวม พิจารณาสาเหตุทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ และวิธีที่สามารถให้บริการแก่ผู้รับผลประโยชน์ได้ดีที่สุด โดยการใช้ทรัพยากรของคุณ มีการวางแผนที่จะลงทุน มีการพิจารณาแนวทางแทรกแซงที่ต้องสนับสนุน เช่น การวิจัย บริการ การสนับสนุน หรือการเชื่อมต่อระบบนิเวศ ตัดสินใจได้ว่าองค์กรประเภทใดที่สนใจ ไม่ว่าจะป็นองค์กรเพื่อสังคม องค์กรไม่แสวงผลกำไร บริษัทต่างๆ รวมถึงวิธีที่จะจัดโครงสร้างการลงทุนในองค์กรนั้น ไม่ว่าจะป็นเงินร่วมลงทุน หุ้นหุ้น เงินกู้ หรือของขวัญ เป็นต้น สามารถตัดสินใจที่จะเลือกบทบาทที่ต้องการเป็นในองค์กรที่ต้องการลงทุน และอีกประเด็นคือ ต้องการเป็นผู้สังเกตการณ์ภายนอก องค์กร หรือต้องการมีส่วนร่วมโดยตรงพร้อมทั้งการกำกับดูแลหรือไม่
- 3) What steps will you take? หลังจากระบุสาเหตุได้แล้ว จากนั้นก็วางแผนเพื่อบรรลุในสิ่งที่ต้องการ พิจารณารูปแบบต่างๆ ที่จะสร้างผลกระทบจากการลงทุน พัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับการกระทำที่สามารถสร้างผลกระทบต่อสิ่งเหล่านั้นได้ จากนั้นจึงสร้างแบบจำลองตรรกะหรือห่วงโซ่ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงได้ชัดเจนว่าการกระทำและผลลัพธ์ขององค์กร จะเป็นอย่างไรตามลำดับสุดท้าย ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลกระทบที่องค์กรที่จะมีต่อบุคคลอื่น มีการดูแลเป็นพิเศษ เพื่อให้แน่ใจว่าแผนนั้นมีประโยชน์และเป็นที่ต้องการของผู้รับ
- 4) How will you measure success? ระบบการวัดผลการปฏิบัติงานและการจัดการช่วยให้ติดตาม ได้ว่าการลงทุนสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร ในขั้นตอนนี้ จำเป็นจะต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ในการวัดผล เป็นการเรียนรู้ว่างานนั้นมีประสิทธิผลเพียงใด เพื่อสร้างความคาดหวัง หรือตอบสนองต่อความต้องการของนักลงทุน สามารถกำหนดประเภทของวิธีการวัดที่สามารถให้หลักฐานที่ต้องการได้ ไม่ว่าจะป็นการสืบสวน การวิเคราะห์ และ/หรือการทดลอง และวางแผนสำหรับการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบการวัด เพื่อใช้สำหรับการรวบรวม วิเคราะห์ และการใช้ข้อมูลเชิงประสิทธิภาพ

- 5) How can you increase impact? โดยในขั้นตอนนี้ จะเป็นการประเมินมิติของระบบการวัดประสิทธิภาพ ตามตัวชี้วัดที่รวบรวม มีวัตถุประสงค์ของการให้บริการ และความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ โดยมีเป้าหมายคือการปรับปรุงระบบเพื่อเพิ่มผลกระทบ สุดท้ายก็ต้องพิจารณากลยุทธ์ในการขยายองค์กรและผลกระทบ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจรวมถึงแหล่งที่มาของนวัตกรรม ส่วนประกอบที่จำเป็นสำหรับการใช้ปรับขนาดเพื่อให้ประสบความสำเร็จ และโอกาสในการทำงานร่วมกันและแบ่งปันสมรรถนะ เพื่อยกระดับองค์กรให้ก้าวหน้าขึ้น

งานศึกษาของ Maier et al. (2015) ได้เสนอแนวคิดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้ SROI โดยระบุว่าควรให้คำแนะนำการใช้การวิเคราะห์แบบ SROI อย่างมีความรับผิดชอบหรือเชื่อถือได้ จากการศึกษาพบว่า NPOs และผู้ให้ทุนในสนับสนุนวิธีการ Social Return on Investment (SROI) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อประเมินผลกระทบทางสังคมของโปรแกรม องค์กรหรือเครือข่ายทางธุรกิจองค์กร แม้ว่าจะมีการยืนยันมากมายเกี่ยวกับประโยชน์ของ SROI แต่ก็มีกรณีศึกษาในประเด็นต่าง ๆ อีกเช่นกัน บนพื้นฐานของการวิจัยในปัจจุบันและประสบการณ์ของเขื่อนนั้น ได้ดำเนินการวิเคราะห์ SROI และทำการพัฒนาการประเมินวิธีนี้อย่างครอบคลุม ซึ่งแบ่งโครงสร้างเป็นสองมิติ คือ มุมมองเกี่ยวกับตัวอย่างของผู้สังเกต และอีกด้านหนึ่งมีการประเมินมูลค่าในเชิงบวกและเชิงลบ และได้มีการระบุข้อดีที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ SROI สามารถให้ความชอบธรรมแก่ NPOs หรือเหล่าผู้ให้ทุน และ 2) สามารถช่วยในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล อีกทั้งงานวิจัยนี้ยังได้ทำการระบุข้อจำกัดจากมุมมอง 3 ประการ คือ 1) จากมุมมองการตีความเชิงสังคมวิทยา การวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องของคำตอบแทน และประโยชน์ใช้สอย เรียกว่าวิธีการนี้คือการรวมไปสู่คำถาม 2) จากมุมมองของเครื่องมือทางเทคนิค มีปัญหาหลายอย่างที่สามารถเอาชนะได้เมื่อวิธีการนี้มีการพัฒนาดีขึ้น และ 3) จากมุมมองของตัวกลาง มีข้อจำกัดหลายประการที่ชี้ให้เห็นได้ชัดว่า ในขณะที่อยู่ในการวิเคราะห์ SROI ไม่มีเหตุผลที่จะต้องละทิ้งสิ่งนั้นไป トラบไตที่มีความเข้าใจอย่างถี่ถ้วน และงานศึกษาที่สอดคล้องกันของ Dwyer et al. (2000) ได้เสนอการพัฒนารอบการทำงานสำหรับการประเมินผลกระทบที่ "จับต้องได้" และ "จับต้องไม่ได้" ของเหตุการณ์และอนุสัญญาต่าง ๆ และยังสามารถปรับปรุงกรอบการทำงานให้ดียิ่งขึ้นในอนาคตได้อย่างแน่นอน กรอบแนวคิด (Framework) ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนั้นมีประโยชน์หลายประการ เห็นได้ชัดที่สุด คือการอำนวยความสะดวก ในกระบวนการประเมินเหตุการณ์หรืออนุสัญญา เพื่อกำหนดแนวทางเศรษฐกิจไปจนถึงปลายทางของเจ้าของ ในบทบาทนี้กรอบแนวคิด (Framework) คือ การจ้างหลังจากงานหรือการประชุมเพื่อเป็นแนวทางในการประเมิน อีกหนึ่งบทบาทที่เป็นไปได้อีกหนึ่งประการ คือ ใช้เป็นแนวทางในการจัดเตรียมแบบสอบถามและเครื่องมือสำรวจอื่นๆ

ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ใช้ในกระบวนการประเมิน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้เยี่ยมชม กรอบแนวคิด (Framework) สามารถช่วยในการพัฒนาแบบสอบถาม และการสำรวจ ที่เป็นสิ่งจำเป็นในการประเมินผลกระทบที่น่าเชื่อถือในเหตุการณ์ต่างๆ ที่จัดขึ้นในเวลาที่แตกต่างกัน ยิ่งกระบวนการประเมินมีการแพร่หลาย ขอบเขตของนักวิจัยก็ยิ่งมีมากขึ้น และมี Conventions Tourism เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอทั่วไปเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษ สามารถทำหน้าที่เป็นแบบจำลองสำหรับการพยากรณ์ผลกระทบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของเหตุการณ์หรือการประชุม อันที่จริงแล้ว ยังมีศักยภาพที่เป็นประโยชน์ คือเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการศึกษา วิจัย ให้ข้อมูลที่มีค่าแก่องค์กร เช่น การท่องเที่ยวนิเวศน์ จะใช้ในการตัดสินใจว่าจะสนับสนุนกิจกรรมใดหรือไม่สนับสนุน กิจกรรมใดๆ ด้วยกองทุนสาธารณะ การติดตามบทความที่จะปรากฏในฉบับถัดไป จะเป็นการจัดการเหตุการณ์ และประโยชน์ของกรอบแนวคิด (Framework) ที่จะใช้เป็นแบบจำลองเหตุการณ์ที่จะถูกสำรวจ

นอกจากนี้ งานศึกษาหนึ่งที่น่าสนใจจะเป็นของ Yürük et.al. (2017) ได้เสนอขั้นตอนการตรวจสอบผลกระทบทางสังคมของเหตุการณ์ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมและความภักดี ซึ่งเป็นผลมาจากความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เมื่อพิจารณาจากการเข้าร่วมงาน การศึกษานี้ใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมงานจำนวน 542 คน ที่เข้าร่วมในเทศกาล Kirk Pinar Oil Wrestling เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยและข้อมูลสามารถจัดได้เป็น 7 ประเภทที่แตกต่างกัน ดังนี้ 1) ผลประโยชน์ของชุมชน 2) ผลประโยชน์ทางวัฒนธรรมและการศึกษา 3) ปัญหาด้านคุณภาพชีวิต 4) ปัญหาด้านทรัพยากรชุมชน 5) การเข้าร่วมงาน 6) ความพึงพอใจ และ 7) ความภักดี จากนั้นจึงดำเนินการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ช่วงความเชื่อมั่นของบูตสเตรป นอกเหนือจากขั้นตอนการทดสอบแบบดั้งเดิม ผลของสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าปัญหาด้านคุณภาพชีวิต และการเข้าร่วมงานมีผลโดยตรง อีกทั้งเหตุการณ์ความพึงพอใจก็มีผลโดยตรงต่อความภักดีด้วย นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบทางอ้อมต่อปัญหาด้านคุณภาพชีวิต และการเข้าร่วมงานด้านความภักดีผ่านการสำรวจความพึงพอใจเช่นกัน

Kim et al. (2015) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบเชิงสังคมจากการจัดงานมหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ยังไม่มีเครื่องมือวัดผลกระทบทั้งด้านดีและด้านเสียที่แน่นอน จึงได้มีการวิจัยเพื่อพัฒนาและทดสอบเครื่องมือเพื่อให้โครงการมีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น จากการเก็บตัวอย่าง 1,567 ตัวอย่างจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จัดงาน F1 GP ในเกาหลีใต้ จากการวิเคราะห์ผลพบว่า 6 ปัจจัย จากทั้งหมด 23 ปัจจัยที่ได้รับการประเมินผลกระทบทางสังคมจากกลุ่มตัวอย่าง อาทิ 1) ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ 2) ความภาคภูมิใจของ

ชุมชน 3) การพัฒนาชุมชน 4) ต้นทุนทางเศรษฐกิจ 5) ปัญหาการจราจรติดขัด และ 6) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ดังนั้นผลการศึกษานี้เผยให้เห็นว่าคนในชุมชนมองปัญหาหลากหลายมิติจากการจัดงานมหรหรรณีกีฬา

Small, K. E. (2007) ได้เสนอคำถาม 6 ข้อจากหลังจากที่ได้ศึกษาผลกระทบทางสังคมที่ส่งผลต่อชุมชนจากการจัดงานเทศกาลสำคัญต่างๆ (Community Festivals) ในประเทศออสเตรเลีย เช่น เทศกาลดนตรี เป็นต้น ซึ่ง Community Festivals เป็นหนึ่งในประเภทของ Events ที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนนั้น ๆ โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของงานจะจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองตามโอกาสที่จัดขึ้นในแต่ละท้องถิ่น เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้มาเฉลิมฉลองร่วมกัน ทั้งมีกิจกรรมบันเทิงหรือการรวมกลุ่ม เพื่อนำไปสู่การเกิดความสามัคคีกันชุมชน ข้อดีของการจัดกิจกรรมนี้ นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ยังสามารถช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชนนั้น ๆ แต่หากมองในทางตรงกันข้าม การจัดกิจกรรมก็ส่งผลให้เกิดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เช่นทำให้การจราจรติดขัด ทำให้คนอยู่กับกระจุกตัวหนาแน่น หรืออาจจะนำไปสู่การจลาจลและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางสังคม โดย 6 คำถามสำคัญนั้นมาจากคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นสถานที่จัดงาน ได้แก่ 1) อะไรคือมิติที่อยู่เบื้องหลังผลกระทบทางสังคมของการจัดงาน Community Festivals 2) ความคาดหวังและความรู้สึกของประชาชนที่อยู่ในพื้นที่จัดเทศกาลคืออะไร 3) กลุ่มคนในชุมชนที่แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อเทศกาลต่างกันหรือไม่ 4) กลุ่มคนที่แตกต่างกันเหล่านั้นได้รับผลกระทบทางสังคมจากการจัดเทศกาลหรือไม่ 5) สามารถใช้เครื่องมือ Social Impact Perception (SIP) เพื่อวัดความรู้ถึงผลกระทบของคนในชุมชนที่จัดงานเทศกาลได้หรือไม่ และ 6) งานวิจัยนี้มีนัยสำคัญอย่างไรต่อการวางแผนและการจัดการชุมชนในอนาคต ผลการวิจัยพบว่างานวิจัยนี้มีนัยสำคัญที่หลากหลายต่อการจัดงานเทศกาลในอนาคต เนื่องจากพบว่าคนในชุมชนที่อาศัยในพื้นที่จัดงานมีอยู่หลายกลุ่มย่อย เช่นกลุ่มคนผู้ที่ได้รับความไม่สะดวกจากการจัดงาน กลุ่มคนที่ค้าขายมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ กลุ่มผู้เข้าร่วมงาน กลุ่มผู้หลีกเลี่ยงและกลุ่มอาสาสมัคร เป็นต้น ทำให้เกิดความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของคนหลายกลุ่มย่อยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จัดงานเหล่านี้ ผู้จัดงานต้องใช้เทศกาลเพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชนและเพิ่มต้นทุนทางสังคมให้สูงขึ้น

งานศึกษาของ Saenz, C. S. (2020) ได้ใช้เครื่องมือ Stakeholder Analysis ควบคู่กับ Outcome Mapping เพื่อใช้ประเมิน SROI ของการทำโครงการ CSR ขององค์กรแห่งหนึ่ง โดยศึกษา 3 ด้านคือผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ ทางสังคม และทางสิ่งแวดล้อมในกลุ่ม Stakeholder ทั้งหมด โดยผลการศึกษากับกรณีศึกษาการทำ CSR ของบริษัทแห่งหนึ่งเกี่ยวกับการกำจัดน้ำเสีย ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ Stakeholders จำนวน 54 คน

ซึ่งมีทั้งผู้ได้รับผลประโยชน์ Suppliers หน่วยงานของรัฐ เป็นต้น พบว่าโครงการ CSR มีผลกระทบด้านต่าง ๆ ต่อ Stakeholder ที่หลากหลายทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ เช่น Supplier มีรายได้เพิ่มขึ้น หรือเทศบาลท้องถิ่นสามารถลดต้นทุนด้านต่าง ๆ ได้ ด้านสังคม เช่น การมีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับ Supplier หรือการที่ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การที่ประชาชนได้น้ำที่สะอาดขึ้น เป็นต้น ซึ่งการวิเคราะห์ SROI โดยใช้ Outcome Mapping ช่วยให้เห็นผลประโยชน์ของโครงการทางสังคมได้ชัดเจนและรอบด้านกว่าเครื่องมืออื่น ๆ

งานศึกษาของ Then et al. (2018) ได้แสดงแนะแนวทางการใช้ SROI ในการประเมินผลกระทบ โดยได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดของ SROI การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ SROI แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การวิเคราะห์ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบของโครงการ/กิจกรรม เป็นต้น รวมถึงวิธีการใช้ SROI ในบริบทต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางกว้างๆ เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปปรับใช้ให้ตรงกับบริบทของงานวิจัยได้ โดยผู้วิจัยได้ให้แนวทางการประเมินผลกระทบด้านต่างๆ ตามแนวทางคือ

- 1) การศึกษาแนวโน้ม (trend) การประเมินผลกระทบทางสังคมและการเปรียบเทียบการประเมินด้วย SROI กับวิธีการประเมินอื่นๆ เช่น การประเมินทางเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว เป็นต้น
- 2) เหตุผลที่องค์กรควรสนใจในด้านการประเมิน SROI เช่น ประโยชน์ที่จะได้ครอบคลุมภาคส่วนอื่นมากขึ้น เพิ่มจากมุมมองด้านเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว เป็นต้น
- 3) การใช้งาน SROI ในบริบทของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐมองผลกระทบต่อ Stakeholders (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ได้รอบด้านมากกว่าการใช้เครื่องมืออื่นๆ รวมถึงมองผลกระทบไปถึงด้านต่าง ๆ อย่างครอบคลุม ส่งผลต่อการออกนโยบายด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 4) การใช้แนวทางในการวิเคราะห์ SROI การเลือกปัจจัยในมาเป็นแนวทางการประเมิน การอธิบายแนวคิดของ SROI ว่าควรประเมินด้านใดๆ ควรศึกษาบริบทของสิ่งที่จะประเมินด้วย
- 5) การเลือกกลุ่มการประเมิน การเลือกแนวทางการประเมิน เช่น จะเลือกประเมินกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กลุ่มใดบ้าง แต่ละกลุ่มควรจะใช้เครื่องมือและแนวทางในการประเมินให้เหมาะสมกับคนแต่ละกลุ่ม

- 6) การเสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ SROI กับ Stakeholder แต่ละกลุ่มผ่าน SROI Matrix เช่น กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีจำนวนมากหรือน้อย มีระยะเวลาในการประเมินนานแค่ไหน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีลักษณะอย่างไรบ้าง ต้องการวิเคราะห์อะไรบ้าง เป็นต้น ตารางที่ 4 แสดงกรอบแนวคิดด้านการประเมิน SROI ซึ่งการใช้กรอบแนวคิดด้านการประเมิน SROI จะช่วยเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยด้าน SROI ใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการประเมินได้อย่างเป็นระบบในอนาคต

ตารางที่ 4 กรอบแนวคิดด้านการประเมิน SROI

| | ความกว้างของการวิเคราะห์ | | | ความลึกของการวิเคราะห์ | | คุณภาพของการวิเคราะห์ | |
|---|---------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|---------|
| | จำนวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | ระยะเวลาในการวิเคราะห์ | ขอบเขตทางภูมิศาสตร์ | จำนวนมิติของผลกระทบ | ประเภทและขอบเขตของวิธีการและตัวชี้วัด | ความไม่ยืดหยุ่นทางวิทยาศาสตร์ | |
| การระบุผลกระทบ | เล็กน้อย | ระยะสั้น | ในพื้นที่/ภูมิภาค | 1 มิติ | วิธีการเชิงปริมาณ | ต่ำ | |
| | ปานกลาง | ระยะสั้น-ปานกลาง | นอกภูมิภาค | หลายมิติ | | 1 วิธีการ | ปานกลาง |
| | มาก/ทั้งหมด | ระยะสั้น-กลาง-ยาว | ประเทศและระหว่างประเทศ | โดยมาก/ทั้งหมด | | มากกว่า 1 วิธี | สูง |
| การวัดผลกระทบ | มีจำกัด | ระยะสั้น | ในพื้นที่/ภูมิภาค | 2 มิติ | วิธีการเชิงปริมาณ | ต่ำ | |
| | มีมาก | ระยะสั้น-ปานกลาง | นอกภูมิภาค | หลายมิติ | | 1 ตัวชี้วัดและหลายสถานการณ์ | ปานกลาง |
| | ส่วนใหญ่/ทั้งหมด | ระยะสั้น-กลาง-ยาว | ประเทศและระหว่างประเทศ | โดยมาก/ทั้งหมด | | หลายตัวชี้วัดและหลายสถานการณ์ | สูง |
| การแปลงผลเป็นรายได้ | บางส่วน | ระยะสั้น | ในพื้นที่/ภูมิภาค | 3 มิติ | 1 ตัวชี้วัด | ต่ำ | |
| | บ่อย | ระยะสั้น-ปานกลาง | นอกภูมิภาค | หลายมิติ | 1 ตัวชี้วัดและหลายสถานการณ์ | ปานกลาง | |
| | ส่วนใหญ่/ทั้งหมด | ระยะสั้น-กลาง-ยาว | ประเทศและระหว่างประเทศ | โดยมาก/ทั้งหมด | หลายตัวชี้วัดและหลายสถานการณ์ | สูง | |
| <p>พื้นหลังสีขาว หมายถึง ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน น้อย/เบาบาง</p> <p>พื้นหลังสีเหลือง หมายถึง ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน อยู่ระดับปานกลาง</p> <p>พื้นหลังสีฟ้า หมายถึง ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน อยู่ระดับก้าวหน้า/บูรณาการ</p> | | | | | | | |

ที่มา: Then et al., 2018

สำหรับงานศึกษาอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ SROI โดยตรง แต่เป็นงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดโครงการหรือกิจกรรมงาน ไม่ว่าจะเป็งานแสดงสินค้าหรืองานแฟร์ที่จัดโดยท้องถิ่น และการประเมิน

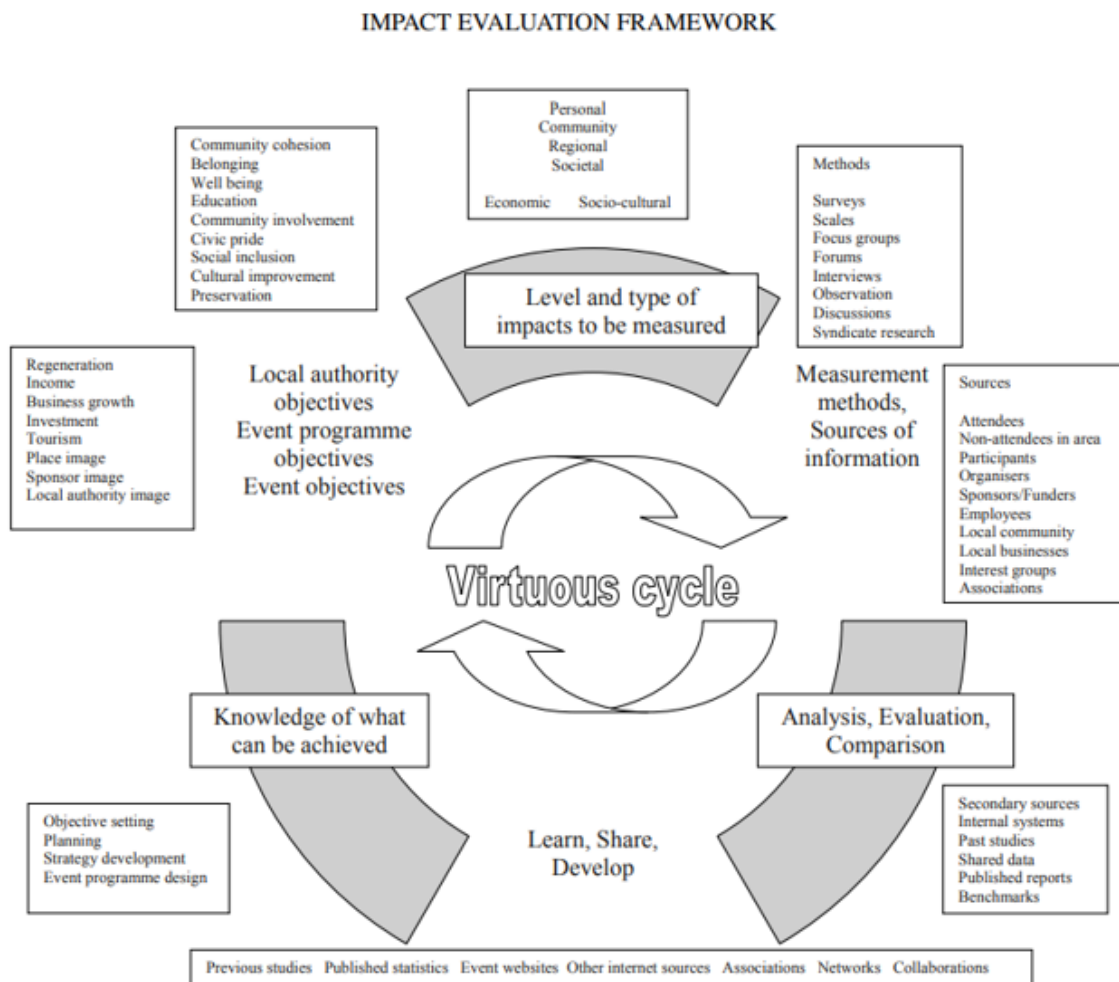
ด้าน Social Capital ในการจัดงานต่างๆ ถือว่าสามารถใช้การสร้างคามพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เข้าร่วมงาน CLMVT Forum ในอนาคตต่อไปได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

งานของ Emma H. Wood (2009) ได้เสนอแนะเครื่องมือที่ใช้วัดความสำเร็จของงานเทศกาลที่จัดโดยหน่วยงานท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษางานวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อเสนอแนะกรอบแนวคิด (Framework) ในการประเมินวัดความสำเร็จของงานเทศกาลที่จัดโดยหน่วยงานท้องถิ่น ว่าหน่วยงานควรมีกระบวนการประเมินอย่างเป็นระบบอย่างไร โดยกรอบแนวคิดที่พัฒนาโดยผู้วิจัยมีกระบวนการรายละเอียด ดังนี้

- 1) การเลือกระดับการประเมิน โดยเลือกว่าจะเลือกการประเมินระดับใดบ้าง เช่น ระดับบุคคล ระดับชุมชน ระดับภาค หรือประเมินทั้งสังคม
- 2) การเลือกประเภทการประเมิน โดยเลือกว่าจะประเมินด้านใดบ้าง ระหว่างด้านเศรษฐกิจหรือด้านสังคม หรือประเมินควบคู่กับทั้งสองด้าน
- 3) การเลือกแนวทางและระดับการประเมินที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละคน ว่าแต่ละคนและแต่ละระดับควรประเมินด้านใดบ้าง
- 4) การเลือกวิธีการประเมิน ควรเลือกวิธีการประเมินที่เหมาะสมกับต้นทุนและเวลา โดยแต่ละวิธีต่างก็มีวิธีการประเมินที่ต้องใช้ต้นทุนและเวลาแตกต่างกัน โดยอาจเลือกใช้ได้ทั้งวิธีการประเมินทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณในแต่ละผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 5) การลงมือเก็บข้อมูลตามแผนที่วางไว้และเรียนรู้ข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมหากมีระหว่างการเก็บข้อมูล
- 6) การจัดการข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยควรเลือกนำข้อมูลไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น ๆ หรือเกณฑ์การเปรียบเทียบ (Benchmark) อื่น ๆ
- 7) การนำข้อมูลไปใช้ เมื่อทราบผลของงานวิจัยเปรียบเทียบกับงานอื่นๆ แล้ว นำผลที่ได้เพื่อศึกษาและเรียนรู้และสรุปเป็นบทเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงการจัดงานในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กรอบแนวคิด (Framework) นี้เหมาะสมกับงานที่จัดโดยชุมชนโดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเป็นหลัก แต่อาจไม่เหมาะสมกับงานขนาดใหญ่เกินไป ดังนั้น งานขนาดใหญ่ระดับประเทศ

ด้านเฉพาะของภาคเอกชน งานแข่งขันกีฬา รวมถึงงานประชุมต่างๆ ไม่สามารถใช้กรอบแนวคิดนี้โดยตรงได้ เนื่องจากแต่ละงานมีความต้องการและแนวการประเมินที่แตกต่างกัน โดยกรอบแนวคิดได้แสดงในรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการประเมินงานเทศกาลของชุมชน

ที่มา: Emma H. Wood, 2009

นอกจากนี้ งานศึกษา Emma H. Wood (2005) ได้ศึกษาการประเมินจัดงานที่จัดโดยหน่วยงานท้องถิ่น เช่นงานแสดงสินค้าหรืองานแฟร์ที่จัดโดยท้องถิ่นโดยได้แบ่งเครื่องมือประเมินออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

- 1) ด้านเศรษฐกิจ เช่น ผู้เข้าร่วมงานใช้จ่ายเงินคนละเท่าไร จ่ายค่าอะไรบ้าง หากไม่มีการจัดงานจะใช้จ่ายเท่าไร เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่ผู้ประเมินต้องการทราบ

- 2) ด้านสังคม เนื่องจากการจัดงานมักได้รับประโยชน์และโทษจากการจัดงานด้วย โดยการศึกษาการจัดงานเหล่านี้ ผู้วิจัยควรพิจารณาให้ครบถ้วนทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยผลด้านลบ เช่น ปัญหาการทิ้งขยะ ปัญหาการจราจร เป็นต้น แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลประโยชน์และค่าใช้จ่ายของการจัดงาน

| ผลประโยชน์ (Benefits) | ต้นทุน (Costs) |
|--|-------------------------------------|
| ผลประโยชน์ทางสังคม (Social benefits): | ต้นทุนทางสังคม (Social Costs): |
| การพัฒนาชุมชน | การปรับเปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิตของคน |
| ความภาคภูมิใจของพลเมือง | การจราจรติดขัด |
| การขยายงานกิจกรรมแสดงสินค้า | การก่อแ้วน |
| | ป่าเถื่อน |
| | คนหนาแน่น แออัด |
| | อาชญากรรม |
| | การถูกทำลายข้าวของ อาคารบ้านเรือน |
| ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic benefits): | ต้นทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Costs): |
| การสนับสนุนผลประโยชน์ระยะยาว | การอพยพย้ายถิ่นฐาน |
| กระตุ้นการพัฒนาและการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน | กิจการหยุดชะงัก |
| การเพิ่มการค้าและการพัฒนาธุรกิจ | โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ได้ใช้งาน |
| การเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ | |

ที่มา: Emma H. Wood, 2005

โดยผู้วิจัยได้สำรวจผู้ร่วมงานโดยใช้แบบสอบถามสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ได้แก่ 1) ผู้เข้าร่วมงาน 2) ผู้ไม่เข้าร่วมงาน 3) ธุรกิจชุมชน 4) ผู้สนับสนุนการจัดการหรือสปอนเซอร์ของงาน และ 5) ชุมชน เพื่อศึกษาด้านต่างๆ เช่น ประโยชน์ที่ได้รับจากการร่วมงาน แรงจูงใจในการเข้าร่วมงาน ปัญหาจากการเข้าร่วมงาน เหตุผลที่ไม่เข้าร่วมงาน จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในงาน เป็นต้น โดยผู้วิจัยประเมินการจัดงานโดยชุมชนแห่งหนึ่ง โดยสำรวจจากประชาชนทั่วไป 150 คน ผู้ร่วมงาน 100 คน และผู้ไม่ได้เข้าร่วมงาน 50 คน

รวมทั้งสิ้น 300 คน รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทราบถึงเหตุผลเชิงลึกที่ไม่สามารถเก็บด้วยข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณได้ ผลการศึกษาทำให้ทราบผลด้านเศรษฐกิจ เช่น จำนวนเงินที่ผู้เข้าร่วมงานจ่ายต่อคนเฉลี่ย 10 ปอนด์ เป็นต้น ผลด้านข้อดีข้อเสียของการร่วมงาน เช่น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ชุมชน ด้านเหตุผลที่เข้าร่วมงาน เช่น เข้าร่วมเพราะเป็นความสนุกที่รู้สึกผ่อนคลาย เป็นต้น ซึ่งผลวิจัยที่ได้ช่วยให้ผู้จัดงานสามารถวางแผนการปรับปรุงงานให้ดีขึ้นต่อไปในอนาคต

งานศึกษาของ Margaret Deery และ Leo Jago (2010) ได้ศึกษาผลกระทบและแนวทางในการประเมินด้าน Social Capital ในการจัดงานต่างๆ โดยเน้นศึกษาผลกระทบทางด้านลบ ซึ่งองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้ให้ความหมายทุนทางสังคม (Social Capital) คือ การเชื่อมโยงของบุคคลเป็นเครือข่ายทางสังคม บนพื้นฐานความเชื่อถือ ไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Trust) และมีมาตรฐานในการทำงานร่วมกัน โดยในงานศึกษานี้ได้เสนอแนะว่าแนวทางในการประเมินผลกระทบด้านทุนทางสังคม ควรพิจารณาจากหลายปัจจัยทั้งด้านลบและด้านบวก โดยเฉพาะปัจจัยด้านลบด้านสังคม (Anti-Social Behavior: ASB) ที่ส่งผลต่อชุมชน เช่น การจัดงานอาจทำให้มีคนเมาในชุมชนช่วงจัดงานมากขึ้น การทะเลาะวิวาทมากขึ้น หรือจำนวนขยะในที่สาธารณะมากขึ้น การจราจรที่ไม่สะดวก เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับผลด้านลบมากกว่าด้านบวกจากการจัดงานได้ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลกระทบด้านบวกและลบของการจัดงานต่าง ๆ

| ผลกระทบด้านบวก (Positive impacts) | ผลกระทบด้านลบ (Negative impacts) |
|--|--|
| ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม | พฤติกรรมต่อต้านสังคม (Anti-Social Behavior: ASB) |
| การเพิ่มขึ้นของโอกาสการจ้างงาน | พฤติกรรมอันธพาล ไม่มีความรับผิดชอบ |
| ความเป็นอยู่พื้นฐานดีขึ้น | ระดับอาชญากรรมเพิ่มขึ้น |
| โอกาสที่จะใช้อย่างมีความสุขเพิ่มขึ้น | การบริโภคสุรามากเกินไป |
| ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ | ปัญหาขยะ |
| โอกาสที่จะพบเจอผู้คนแปลกหน้า สังคมใหม่ | การทำลายสิ่งแวดล้อม |
| ทำในสิ่งที่น่าสนใจมากขึ้น | ความอยู่ดีธรรม |
| ผลกระทบระยะยาว | การก่ออาชญากรรม |

| | |
|---------------------------------------|---|
| ภาพลักษณ์ของชุมชน สังคมดีขึ้น | ปัญหาโรคติดต่อ ไม่มีที่จอดรถ |
| ภูมิใจในชุมชนที่อยู่ | การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง |
| การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น | ปัญหาสังคมแออัด |
| ทักษะพื้นฐานเพิ่มขึ้น | การใช้เงินพัฒนาในสิ่งที่ไม่เกิดประโยชน์ต่อสังคม |
| ความสะอาดสะบายจากโครงสร้างพื้นฐานใหม่ | ค่าใช้จ่ายพื้นฐานในชีวิตสูงขึ้น |

ที่มา: Margaret Deery and Leo Jago, 2010

โดยเฉพาะผลของการจัดงานด้านลบ (Anti-Social Behavior) นั้นจะส่งผลกระทบต่อชุมชนและการจัดงาน กล่าวคือ ผลกระทบด้านลบจะส่งผลให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับการจัดงานด้านลบส่งผลกระทบต่อความรู้สึกภูมิใจต่องานที่ลดลง ซึ่งส่งให้ความพึงพอใจของการจัดงานต่างๆ ลดลงได้

โดยผู้วิจัยได้ศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดงานในชุมชนแห่งหนึ่ง พบว่ามีผลกระทบต่อชุมชน เช่น การเหยียดชนชาติของผู้ที่มาเข้าร่วมงานจากต่างประเทศ ซึ่งทำให้ชุมชนมีความไม่สบายใจและอาจเกิดปัญหาระยะยาวตามมาได้ หรือกรณีศึกษาอีกกรณีศึกษาหนึ่งที่ผู้วิจัยพบว่า First Impression ของการเข้าร่วมงานในช่วงปี 2005 และปี 2008 นั้นมีผลด้านลบ (ร้อยละ 49.1) มากกว่าผลด้านบวก (ร้อยละ 22.4) ในขณะที่คนส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ (ร้อยละ 28.5) ซึ่งสาเหตุที่ผู้เข้าร่วมงานไม่ค่อยประทับใจ เช่น รถติด ขยะ ความที่ไม่ได้รับความสะอาดสะบายต่าง ๆ จากการจัดงาน เป็นต้น (ตารางที่ 7) ซึ่งผลด้านลบในปี 2008 นั้นเพิ่มขึ้นสูงกว่าในปี 2005 ซึ่งส่งผลมาจากผลกระทบด้านลบของการจัดงาน ที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกภูมิใจของชุมชนในระยะยาว การศึกษาถึงผลด้านลบของการจัดงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้จัดความในการพิจารณาจัดงานอื่นๆ ต่อไปในอนาคตด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 7 First Impression ของการเข้าร่วมงานของชุมชน ที่มีผลลบมากกว่าผลบวก

| ความคิดเห็น | ร้อยละ (%) | ตัวอย่าง |
|-------------|------------|--|
| เชิงลบ | 49.1 | คนหนาแน่น ไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม รายได้ที่เพิ่มขึ้น รถติด ขยะบนถนน ไม่เคารพกฎจราจร |
| เป็นกลาง | 28.5 | คนให้ความสนใจในกิจกรรมหลัก คนเดินไปมาทำให้เกิดความวุ่นวาย |

| | | |
|---------|------|---|
| เชิงบวก | 22.4 | สถานที่พักผ่อนที่สวยงามเงียบสงบ รายได้สำหรับธุรกิจในพื้นที่ คนมีความสุข การหัวเราะ ความตื่นตัว |
|---------|------|---|

ที่มา: Margaret Deery and Leo Jago, 2010

บทที่ 3 แนวทางและวิธีการดำเนินงาน

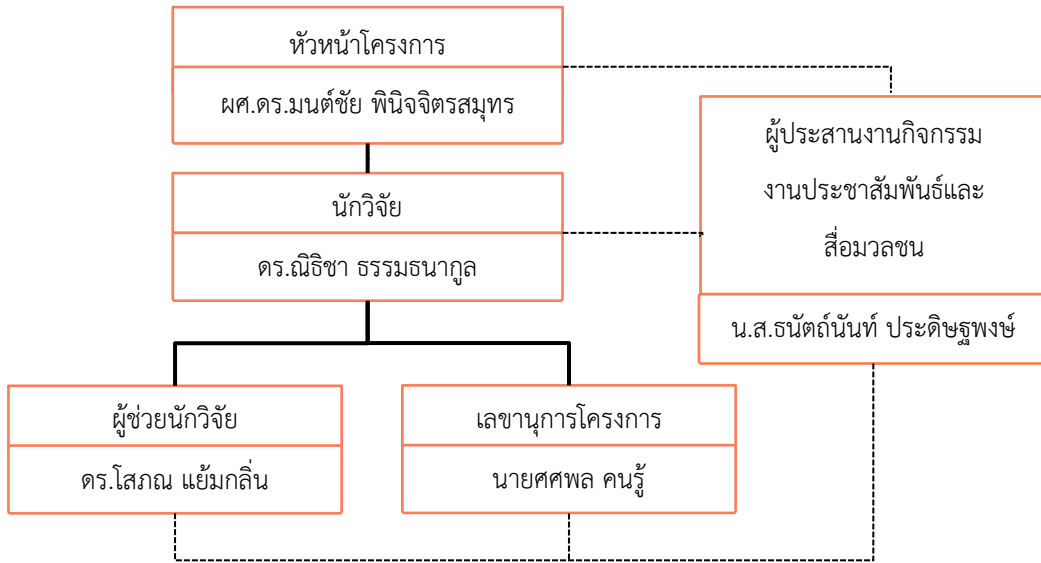
3.1 คณะที่ปรึกษา

คณะที่ปรึกษาประกอบไปด้วย หัวหน้าโครงการ คือ ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร นักวิจัย คือ ดร.ณิธิชา ธรรมธนากุล ผู้ช่วยนักวิจัย คือ ดร.โสภณ แยมกลีน เลขานุการโครงการ คือ นายศศพล คนรู้ และผู้ประสานงานกิจกรรม งานประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน คือ นางสาวธันต์ถันท์ ประดิษฐพงษ์ รายละเอียดคณะที่ปรึกษาและหน้าที่ความรับผิดชอบดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 คณะที่ปรึกษา

| ตำแหน่ง | ชื่อ นามสกุล | ประสบการณ์ (ปี) | หน้าที่และความรับผิดชอบ (Job Description) |
|--|------------------------------|-----------------|--|
| 1) หัวหน้าโครงการ | ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร | 25 | บริหารโครงการในภาพรวมและคำนวณ ประเมินความคุ้มค่า มูลค่าเพิ่ม |
| 2) นักวิจัย | ดร.ณิธิชา ธรรมธนากุล | 18 | คำนวณประเมินความคุ้มค่า มูลค่าเพิ่ม และสำรวจข้อมูล |
| 3) ผู้ช่วยนักวิจัย | ดร.โสภณ แยมกลีน | 14 | เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึก |
| 4) เลขานุการโครงการ | นายศศพล คนรู้ | 3 | ประสานงานระหว่างทีมที่ปรึกษากับผู้ว่าจ้าง ติดตามการดำเนินโครงการในเรื่องทั่วไป งานบริหารด้านเอกสาร และด้านธุรการ |
| 5) ผู้ประสานงานกิจกรรม งานประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน | นางสาวธันต์ถันท์ ประดิษฐพงษ์ | 23 | วางแผนและประสานงานการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมมนาเตรียมเนื้อหา – รูปแบบการ ประชาสัมพันธ์ และประสานงานสื่อมวลชน |

**รายละเอียดการดำเนินและความรับผิดชอบงานแต่ละส่วนในโครงการ แสดงไว้ในวิธีการดำเนินงานและเครื่องมือ



3.2 แผนการปฏิบัติงาน และระยะเวลาดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงานได้แจกแจงรายละเอียดของงานที่จะทำในแต่ละขั้นตอนพร้อมทั้งกำหนดระยะเวลาปฏิบัติงาน มีระยะเวลา 150 วัน นับจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แผนการปฏิบัติงาน และระยะเวลาดำเนินงาน

| ลำดับ | กิจกรรม และระยะเวลาดำเนินงาน | ม.ค. | | | | ก.พ. | | | | มี.ค. | | | | เม.ย. | | | | พ.ค. | | | | | |
|-------|--|------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|--|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| 1 | จัดทำแผนการดำเนินโครงการโดยละเอียด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 | การวางแผนการดำเนินงาน และกรอบแนวคิดการศึกษา | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 | การกำหนดวิธีและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการจัดบุคลากรและทรัพยากร | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | การทบทวนวรรณกรรม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 | รวบรวมข้อมูลงานวิจัย/ผลการศึกษาที่มีมาก่อน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.2 | ทบทวนประเด็นสำคัญจากผลการศึกษาและการทบทวนวรรณกรรม โดยเฉพาะผลลัพธ์/ผลกระทบทางสังคมที่นำมาคำนวณและวิธีการคำนวณและจัดทำตารางเปรียบเทียบ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | การศึกษาวิเคราะห์โครงการ CLMVT Forum | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1 | วิเคราะห์รายละเอียดของโครงการ CLMVT Forum, ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และวิเคราะห์มิติทางเศรษฐกิจและสังคมของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.2 | จัดทำแผนผังผลลัพธ์และผลกระทบ (Outcome mapping) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | การสำรวจข้อมูลความคิดเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.1 | ออกแบบคำถามตามหลักการและทฤษฎีการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI และพัฒนาแบบสอบถามร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.2 | ดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสำรวจออนไลน์ โดยมีการสอบถามความถูกต้อง ของแบบสำรวจข้อมูล และการตรวจสอบความเชื่อมั่น | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | การสัมภาษณ์เชิงลึก | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

งานจ้างที่ปรึกษา โครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

| ลำดับ | กิจกรรม และระยะเวลาดำเนินงาน | ม.ค. | | | | ก.พ. | | | | มี.ค. | | | | เม.ย. | | | | พ.ค. | | | | |
|-------|--|------|---|---|---|------|---|---|------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 5.1 | จัดเตรียมและเรียบเรียงประเด็นสัมมนา ที่สะท้อนถึงผลลัพธ์และผลกระทบจากโครงการ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.2 | สัมมนาเชิงลึก ระดมความเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum รูปแบบออนไลน์ หลังจากนั้นประมวลผลประเด็นที่ได้รับจากการสัมมนา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | การวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการ CLMVT Forum ด้วย SROI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | การจัดทำรายงานการศึกษา | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | การจัดประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา จะจัดในช่วงวันที่ 9-12 พฤษภาคม 2565 (วันใดวันหนึ่ง) การประชุมใช้เวลารวม 3 ชั่วโมง | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1 | ก่อนการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา จัดทำสคู๊ป (Scoop) ลงสื่อออนไลน์ 3 ครั้ง และอินโฟกราฟิกส์ (Infographic) และคลิปวิดีโอ จำนวน 3 ชิ้น เพื่อเผยแพร่ในช่วงวันที่ 1-22 เมษายน 2565 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.2 | หลังจัดประชุมสัมมนา เผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลลัพธ์ ลงในเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียด้านธุรกิจออนไลน์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมอย่างน้อย 2 แห่ง อย่างน้อย 3 ครั้ง ในช่วงวันที่ 13-25 พฤษภาคม 2565 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | การจัดส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.1 | ส่งมอบรายงานเบื้องต้น (Inception Report) ภายในวันที่ 10/2/65 | | | | | | | | 10/2 | | | | | | | | | | | | | |
| 10.2 | ส่งมอบร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ภายในวันที่ 11/4/65 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.3 | ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ภายในวันที่ 26/5/65 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 26/5 |

หมายเหตุ: แผนการดำเนินงานดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังหารือกับคณะกรรมการ

3.3 การส่งมอบงาน ระยะเวลาการส่งมอบ

มีการแบ่งการส่งมอบงาน และชำระเงินเป็นงวดงาน ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การส่งมอบงาน ระยะเวลาการส่งมอบ

| รายละเอียดการส่งมอบงาน | เงื่อนไขการชำระเงิน |
|---|---|
| <p>งวดที่ 1 กำหนดส่งมอบงานวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565 โดยกำหนดให้ที่ปรึกษา ดำเนินส่งรายงานการศึกษาขั้นต้น (Inception Report) ซึ่งกำหนดให้ที่ปรึกษาแสดงแนวทางและวิธีการ ดำเนินงาน โดยละเอียด ซึ่งครอบคลุมแผนการดำเนินกิจกรรมตามข้อ 4.1 พร้อมครอบคลุมระยะเวลาโดยจัดทำ เป็นรายงานภาษาไทย จำนวน 7 เล่ม รวมทั้งไดรฟ์บันทึกข้อมูลขนาดพกพา (USB Flash Drive)</p> | <p>งวดที่ 1 จ่ายร้อยละ 40 ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบผลงานงวดที่ 1 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ในจ้างที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว</p> |

| | | |
|----------|---|---|
| | จำนวน 7 ชุด บรรจุไฟล์ข้อมูลทั้งในรูปแบบ Microsoft Word และ PDF | |
| งวดที่ 2 | กำหนดส่งมอบงานภายใน วันที่ 11 เมษายน 2565 โดยกำหนดให้ที่ปรึกษาส่งรายงานการทบทวนวรรณกรรม และแนวคิดการจัดงานสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาคครอบคลุมการดำเนินการตามข้อ 4.2 - 4.3 โดยจัดทำเป็นรายงานภาษาไทย พร้อมบทสรุปภาพรวมสำหรับผู้บริหาร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 7 เล่ม รวมทั้งไดรฟ์บันทึกข้อมูลขนาดพกพา (USB Flash Drive) จำนวน 7 ชุด บรรจุไฟล์ข้อมูลทั้งในรูปแบบ Microsoft Word และ PDF | งวดที่ 2 จ่ายร้อยละ 30 ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบผลงานงวดที่ 2 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในจ้างที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว |
| งวดที่ 3 | กำหนดส่งมอบงานภายใน วันที่ 26 พฤษภาคม 2565 โดยที่ปรึกษาจะต้อง ดำเนินการส่งมอบงานตามที่ระบุในข้อ 4.1-4.6 โดยจัดทำเป็นรายงานภาษาไทย พร้อมบทสรุปผู้บริหารทั้งภาษาไทยและอังกฤษ โดยจัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม 7 ชุด พร้อมรายงานในรูปแบบไฟล์ Microsoft Word, PowerPoint และ PDF ในไดรฟ์บันทึกข้อมูลขนาดพกพา (USB Flash Drive) จำนวน 7 ชุด | งวดที่ 3 จ่ายร้อยละ 30 ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบผลงานงวดที่ 3 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในจ้างที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว |

3.4 วิธีการดำเนินงาน และเครื่องมือ

ตารางที่ 11 วิธีการดำเนินงาน และเครื่องมือ

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบดำเนินงาน |
|---|--|
| <p>1. จัดทำแผนการดำเนินโครงการโดยละเอียด</p> <p>ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> กำหนดรายชื่อคณะที่ปรึกษา โดยระบุชื่อบุคคลที่รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ (แสดงรายละเอียดในข้อที่ 2.1 คณะที่ปรึกษา) และ | <p>TOR ข้อ 4.1</p> <p>ผศ.ดร.มนต์ชัย</p> <p>ดร.ณิธิชา</p> |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|--|--|
| <p>(1) การจัดทำแผนการศึกษาโดยละเอียดให้ครอบคลุมถึงเรื่องการจัดทำ แนวทางการทบทวนวรรณกรรม วิธีการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และแนวคิดการดำเนิน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูล</p> <p>(2) การกำหนดแนวคิด และการจัดทำแบบสำรวจความเห็น การสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความเห็น การวิเคราะห์และประเมิน SROI รวมถึงแนวทางการเผยแพร่ ผลการศึกษาและรายงานการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน</p> <p>(3) การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา ผลลัพธ์สำคัญ และข้อเสนอแนะเชิง นโยบายเพื่อเพิ่มความต่อเนื่อง ความยั่งยืน และขนาดของผลกระทบทางเศรษฐกิจและ สังคมของโครงการ CLMVT Forum</p> <p>(4) การจัดทำโครงร่างและแนวคิดการจัดงานสัมมนาเพื่อประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษา</p> <p>(5) การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมทั้งก่อนและหลัง การสัมมนา</p> <p>(6) การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ และ</p> <p>(7) การประสานนัดหมายและเก็บข้อมูลรายละเอียดของผู้เกี่ยวข้อง (เช่น รายชื่อ ที่อยู่ ฯลฯ) รวมทั้งการจัดหาสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลที่ จำเป็นต่อการดำเนินโครงการ</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● จัดทำแผนการดำเนินกิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการโดยละเอียด ตลอด ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยประกอบด้วย แนวคิดในการศึกษา การประเมินผลการดำเนินงาน โครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธี SROI และแบบ สำรวจความเห็นและแบบจำลองเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างแบบสอบถามและ คำถามสำหรับการสัมภาษณ์ แผนการดำเนินงานและการจัดเก็บข้อมูล ขั้นตอนและ ระยะเวลาการดำเนินงาน แนวทางและวิธีการจัดเก็บข้อมูล ตลอดจนรูปแบบการจัดเก็บ ข้อมูล จะต้องมีความชัดเจนสมบูรณ์ใช้การสุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องตามหลักสถิติ และนำไป ปฏิบัติได้จริง | <p>ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ธนัตถ์นันท์</p> |
| <p>2. การทบทวนวรรณกรรม ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้</p> | <p>TOR ข้อ 4.2.1 ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา</p> |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> รวบรวมข้อมูลงานวิจัยหรือผลการศึกษามีมาก่อนในงานศึกษาลักษณะคล้ายกันกับโครงการ CLMVT Forum จากฐานข้อมูลต่างประเทศ EconLit, SCOPUS, Science Direct และ Google scholar และรวบรวมผลการศึกษาจากภายในประเทศ อาทิ รพม. TK Park, OKMD เป็นต้น | ผศ.ดร.มนต์ชัย |
| <ul style="list-style-type: none"> ทบทวนประเด็นสำคัญจากผลการศึกษาและการทบทวนวรรณกรรม (Literature reviews) โดยเฉพาะผลลัพธ์/ผลกระทบทางสังคมที่นำมาคำนวณ และวิธีการคำนวณ และจัดทำตารางเปรียบเทียบ | ดร.ณิธิชา |
| <p>3. การศึกษาวิเคราะห์โครงการ CLMVT Forum ที่ปรึกษาจะดำเนินการ เพิ่มเติมเพื่อให้การวิเคราะห์มีความชัดเจนและถูกต้อง ดังนี้</p> | TOR ข้อ 4. ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| <ul style="list-style-type: none"> วิเคราะห์รายละเอียดของโครงการ CLMVT Forum - วัตถุประสงค์ ภารกิจ ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงาน รวมทั้งศึกษาวิสัยทัศน์ พันธกิจของ สนค. รวมทั้งนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นที่เกี่ยวข้อง | ผศ.ดร.มนต์ชัย |
| <ul style="list-style-type: none"> วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder analysis) และวิเคราะห์มิติทางเศรษฐกิจและสังคมของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น | ผศ.ดร.มนต์ชัย |
| <ul style="list-style-type: none"> จัดทำแผนผังผลลัพธ์และผลกระทบ (Outcome mapping) | ผศ.ดร.มนต์ชัย |
| <p>4. การสำรวจข้อมูลความคิดเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับ ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> จัดทำ และดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการทำงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 150 คน (โดยต้องมีผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนามและเมียนมา อย่างน้อยประเทศละ 20 คน) ในส่วนนี้ ที่ปรึกษาจะเก็บข้อมูลในจำนวนในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สมการ Yamane แต่ไม่น้อยกว่าจำนวน 150 คน เช่น หากผู้เข้าร่วม CLMVT Forum ทั้งหมดมีจำนวน 1,000 คน ที่ปรึกษาจะเก็บข้อมูลไม่น้อยกว่า 286 คน เป็นต้น | TOR ข้อ 4.2.2 ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ดร.โสภณ ธันต์ถันท์ |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ออกแบบคำถามตามหลักการและทฤษฎีการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment) SROI และพัฒนาแบบสอบถามร่วมกับข้อมูลแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม พัฒนาแบบสำรวจให้อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถส่งลิงค์ หรือคิวอาร์โค้ด หรือฝากไว้บนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ของ สนค. เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าไปกรอกข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ได้ รวมทั้งใช้วิธีการส่งแบบสอบถามผ่านเครือข่ายออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ อีเมล เป็นต้น และหรือมีการสุ่มแจกของสมนาคุณตามความเหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้มีการให้ข้อมูลให้ได้มากที่สุด หากจำนวนตัวอย่างเกินกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ ที่ปรึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแล้ว | <p>ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ดร.โสภณ</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ที่ปรึกษาจะใช้ระบบการสำรวจข้อมูลฯ ของ Qualtrics XM_Experience Design & Experience Improvement ด้วยระบบที่มีความโดดเด่นด้านการสำรวจความพึงพอใจ เป็น Mobile-based ที่มีความสะดวกในการตอบแบบสอบถามด้วยโทรศัพท์มือถือ และมีระบบประเมินและคัดกรองประสิทธิภาพของแบบสอบถาม เพื่อความถูกต้องและความสำเร็จผลในการเก็บข้อมูลดีกว่าแบบฟอร์มออนไลน์ทั่วไป (Google form, Monkey form) | <p>ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ธนัตถ์นันท์</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> การสอบทวนความถูกต้อง (Validity) ของแบบสำรวจข้อมูล จะเป็นการดำเนินงานโดยอาศัยการวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญในสาขามาตรฐานคุณภาพบริการ หรือส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้อง และนักวิจัยของทีมที่ปรึกษา และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach Method) ที่มากกว่า 0.7 ทวนสอบศักยภาพการเก็บข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้ระบบ Expert ในระบบ Qualtrics เพื่อประเมินความสอดคล้องของชุดคำถาม และประเมินโอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ข้อมูลในทุกคำถาม ทบทวนและรับความคิดเห็นจากคณะกรรมการฯ สนค. ในการพัฒนาแบบสำรวจข้อมูล และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม รวมทั้งแปลคำถามเป็นภาษาอังกฤษ จัดทำ Email List ในระบบ Qualtrics จากข้อมูลการลงทะเบียนร่วมประชุม CLMVT Forum ช่วงปี 2559 – 2564 | <p>ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา</p> |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ทำการส่งแบบสำรวจผ่าน Email list ในระบบ Qualtrics และติดตามผลการตอบแบบสอบถาม พร้อมใช้ระบบ Remind เพื่อช่วยเตือนความจำของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ | |
| <ul style="list-style-type: none"> ใช้ระบบ Qualtrics ทำการวิเคราะห์และแสดงผลเบื้องต้น รวมทั้งจัดทำนำเสนอข้อมูลเชิงธุรกิจ แบบ Business Intelligence และ Dashboard | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| 5. การสัมภาษณ์เชิงลึก ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้ | TOR ข้อ 4.2.3 ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ธนัตถ์นันท์ |
| <ul style="list-style-type: none"> จัดเตรียมและเรียบเรียงประเด็นสัมภาษณ์ ที่สะท้อนถึงผลลัพธ์และผลกระทบจากโครงการ | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ธนัตถ์นันท์ |
| <ul style="list-style-type: none"> สัมภาษณ์เชิงลึก ระดมความเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุมจากทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบออนไลน์เป็นหลัก โดยภายในประเทศกำหนดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มผู้ที่เคยร่วมงานทั้งจากกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ ระดมความเห็น จากไทยจำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน และสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา กำหนดให้มีผู้ให้สัมภาษณ์อย่างน้อยประเทศละ 10 คน | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ธนัตถ์นันท์ |
| <ul style="list-style-type: none"> ประมวลผลประเด็นที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| 6. การวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการ CLMVT Forum ด้วย SROI ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้ | TOR ข้อ 4. ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● โดยการคำนวณผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจนั้นจะเป็นการคำนวณเป็นรายได้ทางตรงและรายได้ทางอ้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของโครงการ วิเคราะห์โดยใช้หลักค่าเสียโอกาสทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Opportunities) และหลักส่วนเกินผู้ผลิตและผลส่วนเกินผู้บริโภค (Producer and Consumer surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของโครงการ CLMVT Forum | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| <ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินผลคุณค่าและผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ (Value) โดยคำนวณค่าเฉลี่ยของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในมิติต่างๆ ผลสำรวจข้อมูล Willingness to pay และ ประเมินผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจริง ในแต่ละมิติทางเศรษฐกิจและสังคม จากการดำเนินโครงการ | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| <ul style="list-style-type: none"> ● วิเคราะห์อัตราอ้อยละการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานว่าถึงแม้ไม่มีโครงการนี้ก็จะยังเกิดผลลัพธ์ดังกล่าว (Deadweight) อ้อยละของปัจจัยสนับสนุนอื่นที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ (Attribution) และอ้อยละของการลดลงหรือคงที่ของประโยชน์จากผลลัพธ์ที่ได้ตามระยะเวลาที่คาดการณ์ แล้วรวมกันเลือกตัวชี้วัด (Indicator) ทางเศรษฐกิจและสังคม | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| <ul style="list-style-type: none"> ● วิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on investment: SROI) โดยเปรียบเทียบกับงบประมาณดำเนินโครงการ | ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| <p>7. การจัดทำรายงานการศึกษา ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● จัดทำรายงานศึกษา โดยประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรม ผลการสำรวจความเห็น/เก็บข้อมูล แบบจำลองเชิงปริมาณ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าของโครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) เพื่อวัดประสิทธิภาพในมิติต้นทุนและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ รวมถึง ความต่อเนื่องและความยั่งยืนของโครงการ CLMVT Forum และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มความต่อเนื่องและความยั่งยืน และขนาดของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT Forum | TOR ข้อ 4.3 ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ดร.โสภณ |
| <p>8. การจัดประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้</p> | TOR ข้อ 4.4-4.5 ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> จัดการประชุมสัมมนาในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในการจัดประชุม CLMVT Forum และการทำงานในช่วงปี 2559-2564 ตาม TOR ข้อ 4.3 โดยมีผู้เข้าร่วมงานอย่างน้อยจำนวน 100 คน | ดร.โสภณ รัตน์รัตน์ ศศพล |
| <p>9. ดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>ก่อนการจัดเผยแพร่ผลการศึกษาคือจะทำการออกแบบ จัดทำ ผลิตและเผยแพร่ผลผลิต</u> <u>การดำเนินงาน</u> <ul style="list-style-type: none"> จัดทำสกู๊ป (Scoop) สรุปประเด็นสำคัญ เป็นในรูปแบบกึ่งวิชาการ ลงสื่อออนไลน์ ด้านธุรกิจอย่างน้อย 3 ครั้ง อาทิ แพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีวิทยุ ม.ก. นสพ.คมชัดลึก ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการออนไลน์ Thai Publica เป็นต้น ออกแบบเนื้อหาและจัดทำอินโฟกราฟิกส์ (infographic) ในรูปแบบไฟล์ AI และคลิป วิดีโอ เพื่อใช้ประกอบการจัดประชุม/สัมมนา/เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ อย่างน้อย 3 ชิ้น | รัตน์รัตน์ ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |
| <ul style="list-style-type: none"> <u>หลังการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา</u> <ul style="list-style-type: none"> เผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลลัพธ์ลงในเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย ด้านธุรกิจออนไลน์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมอย่างน้อย 2 แหล่ง อย่างน้อย 3 ครั้ง อาทิ แพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีวิทยุ ม.ก. นสพ.คมชัดลึก ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการออนไลน์ Thai Publica เป็นต้น และผ่านสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะ CLMVT | รัตน์รัตน์ ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา |

| รายละเอียดวิธีการดำเนินงาน | ตาม TOR/ ผู้รับผิดชอบ ดำเนินงาน |
|--|---|
| <p>10. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน</p> <p>ที่ปรึกษาจะดำเนินการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ที่ประกอบด้วยรายงานผลการดำเนินการตาม TOR ข้อ 4.3 - 4.4 รวมทั้งจะดำเนินการ <ul style="list-style-type: none"> ● สรุปผลการศึกษาเชิงองค์รวมทั้งหมด และเรียบเรียงประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การขับเคลื่อนและพัฒนา โครงการ CLMVT Forum ● ประมวลผลและพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการโดยสังเคราะห์ประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และผลการสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจร่วมกับผลประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม SROI ● จัดทำแผนผังเชื่อมโยงประเด็นสำคัญ (Affinity Diagram) ที่สอดคล้องกันในการขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาโครงการอย่างยั่งยืน ● จัดทำรายงานผลการประชาสัมพันธ์โดยมีหลักฐานประกอบการเผยแพร่ผลลัพธ์ของโครงการในรูปแบบต่าง ๆ ในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมตาม TOR ข้อ 4.5 ● จัดทำฐานข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้เข้าร่วมงานสัมมนา รวมเป็น 1 ฐานข้อมูล | <p>TOR ข้อ 4.6</p> <p>ผศ.ดร.มนต์ชัย ดร.ณิธิชา ดร.โสภณ</p> |

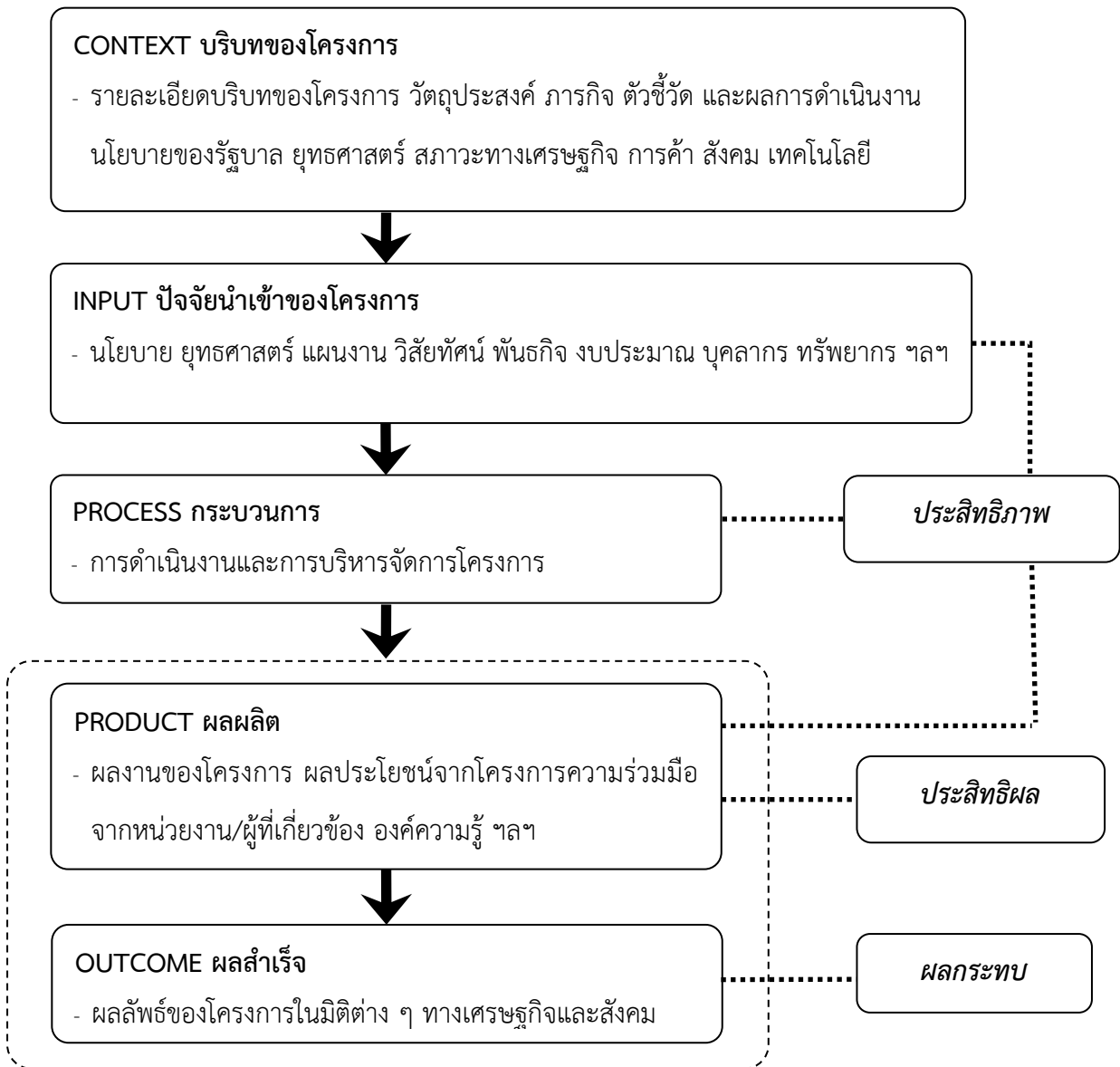
3.5 แนวคิดทฤษฎีการประเมินผลการดำเนินงาน

การประเมินผลการดำเนินงานจะเป็นการใช้รูปแบบหรือแบบจำลอง (Model) อันเป็นวิธีการถ่ายทอดความคิดความเข้าใจที่มีต่อเรื่องราวใดๆ โดยใช้การสื่อสารในลักษณะต่างๆ เช่น แผนผังแผนภูมิหรือสมการทางคณิตศาสตร์ เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและให้สามารถเข้าใจได้โดยง่ายภายใต้หลักการอย่างมีระบบ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีของการประเมินผลอันเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

จากการดำเนินโครงการ CLMVT Forum ของ สนค. ครั้งนี้ ที่ปรึกษาจะทำการประยุกต์แนวคิดแบบจำลอง CIPPO ของ Stufflebeam การจัดทำ Outcome Mapping และการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม Social Return on Investment (SROI) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการดำเนินโครงการ และพิจารณาถึงเป้าหมายสุดท้ายที่คาดหวัง ในระดับผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจสังคมและภาคการค้าของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จ/ปัญหาหรืออุปสรรคต่อความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามอย่างกระชับ ค่าใช้จ่ายต้นทุน งบประมาณ ฯลฯ อ้างอิงจากเอกสารการใช้จ่ายงบประมาณของโครงการ ระดับการตอบสนองเป้าหมายตามยุทธศาสตร์หรือพันธกิจใช้ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกับข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้จากแนวคิด SROI การพัฒนาหรือดำเนินโครงการใด ๆ ที่มีการลงทุนจะให้ความสำคัญกับการประเมินผลประโยชน์ผลตอบแทนกลับมาในรูปของเงิน เพื่อแสดงถึงมูลค่าจากการลงทุนตามเกณฑ์ชี้วัดที่กำหนดไว้ โดยจะประเมินจากการจัดเก็บเงินหรือรายได้จากสิ่งที่ลงทุนไปกับกรอบระยะเวลาที่กำหนด หรือแม้กระทั่งโครงการที่สามารถให้ผลกำไรยังต้องมีการเปรียบเทียบในหลายทางเลือกว่าจะใช้ลงทุนรูปแบบใด ใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายเท่าใด รายได้เท่าใด ระยะเวลาคืนทุนสั้น-ยาวเท่าใด ซึ่งปัจจัยตัวแปรของผลประโยชน์ที่ใช้ในการประเมินวิเคราะห์ผลกำไร-ขาดทุนนี้ ถือได้ว่าเป็นผลประโยชน์ทางตรง (Direct Benefit) ของโครงการและเป็นการประเมินผลตอบแทนทางการเงิน (Financial Analysis) ถึงแม้ในบางโครงการโดยเฉพาะโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ด้านการคมนาคมขนส่ง จะมีการประเมินผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) ที่เป็นผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ (Economic Analysis) ที่จะประเมินเป็นมูลค่าทางการเงินค่อนข้างยาก เช่น การเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น เพิ่มรายได้การท่องเที่ยว ลดอุบัติเหตุ ลด

เวลาต่าง ๆ โดยใช้ปัจจัยตัวคูณ (Multiplier) ปรับให้เป็นตัวเงิน เป็นต้น แต่ก็ยังไม่ได้มีเกณฑ์ตัวชี้วัดหรือวิธีการ
คำนวณที่ชัดเจนเป็นมาตรฐาน



รูปภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการประเมินผลโครงการ

ปัจจุบันการพัฒนาโครงการและการดำเนินการต่างๆ นอกจากจะได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จะเห็นได้จากในหลายโครงการได้มีการศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment) และการศึกษาผลกระทบเชิงสังคม (Social Impact Assessment : SIA) ซึ่งจะต้องทำการค้นหาและประเมินผลลัพธ์ทางสังคม นอกจากนี้ ในหลาย ๆ องค์กรยังต้องมีการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) โดยมีกิจกรรมร่วมกับชุมชนและสังคมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในพื้นที่

และการดำเนินโครงการที่สามารถอยู่ร่วมกันได้กับการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

ดังนั้น การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม ซึ่งรวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจด้วย จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลตอบแทนเพิ่มเติม นอกเหนือจากการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ทั้งนี้ ในบางโครงการผลตอบแทนทางการเงินอาจไม่ผ่านเกณฑ์ตัวชี้วัด แต่อาจได้รับผลตอบแทน SROI สูง ก็ทำให้โครงการนั้นอาจได้รับการพิจารณาให้ดำเนินการได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นโครงการที่ให้บริการเชิงสังคม (Public Service Obligation : PSO) และในการวิเคราะห์ผลตอบแทนค่า SROI จำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์จัดทำค่าฐานปัจจุบัน (Baseline) ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าว อาจจะเหมาะกับกลุ่มประเภทโครงการหรืออุตสาหกรรมก็ได้

แนวทางการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ของโลกมีการวัดผลในช่วงแรก ๆ เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1997 หรือ พ.ศ. 2540 และยังมีหลากหลายวิธีและหลายรูปแบบ เนื่องจากความซับซ้อน ความยากในการตีความ รวมถึงการประเมินเป็นเชิงตัวเลขซึ่งเป็นประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) ที่ไม่ได้เกิดจากรายได้หรือผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโดยตรง (Direct Benefit) ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาและปรับปรุงระเบียบวิธีเครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีการให้ความสำคัญในการประเมินผลในด้านนี้ (สังคมและสิ่งแวดล้อม) มากขึ้น และสามารถใช้สำหรับตัดสินใจดำเนินโครงการ และการประเมินในเชิงที่ให้ผลลัพธ์เป็นตัวเลขนุมค่าทางการเงิน (Monetization) จะใช้การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment : SROI)

ในการศึกษานี้ ที่ปรึกษาได้ทบทวนแนวทางและเกณฑ์การประเมิน SROI ตามคู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ฉบับปรับปรุงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กรอบการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) มีจุดเด่นคือการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระหว่างการวิเคราะห์ ซึ่งจะเข้ามาเกี่ยวข้องในหลายขั้นตอน เช่น การตัดสินใจเลือกตัวผลลัพธ์ (Outcomes) การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) การเลือกตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxies) และสัดส่วนความเป็นเจ้าของของผลงาน (Attribution Proportion) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้จะช่วยเพิ่มการยอมรับในผลการวิเคราะห์นี้มากขึ้น เกิดการส่งเสริมการใช้ประโยชน์และแลกเปลี่ยนความเห็น ตลอดจนการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น แต่วิธีนี้อาจมีข้อจำกัดในเรื่องอคติและไม่เป็นกลาง (Bias) ในการวิเคราะห์ โดยเฉพาะหากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้เข้าร่วมหรือมีผู้เข้าร่วมบางคนที่มีอำนาจในการตัดสินใจมากกว่าผู้อื่น หลักการอื่น ๆ ของการวิเคราะห์นี้ ประกอบด้วย การทำความเข้าใจเรื่องผลการเปลี่ยนแปลงและการตีมูลค่าจากสิ่งที่เกิดขึ้น นับรวมเฉพาะสิ่งที่เป็นวนัตถุ ไม่อ้างผลประโยชน์เกินความเป็นจริง มีความโปร่งใส และยืนยันความถูกต้องของผลการวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ SROI ดังนี้

- (1) การกำหนดขอบเขตและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย - เลือกให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทำให้ความเข้าใจมิติทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรอบด้าน เที่ยงตรงและใกล้เคียงจริงมากที่สุด
- (2) การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ - (1) ปัจจัยนำเข้า (2) กิจกรรม (Activities) (3) ผลผลิต (Output) และ (4) ผลลัพธ์/ผลกระทบ (Outcome/Impact)
- (3) การเก็บรวบรวมข้อมูลผลลัพธ์ (Outcomes) และการประเมินมูลค่าทางการเงินด้วยตัวชี้วัด (Indicators) - หาค่า Financial Proxy หรือตัวแทนทางการเงินเพื่อประเมินมูลค่าของผลลัพธ์ (Outcome) ที่รวบรวมได้

| ห่วงโซ่ของผลกระทบ (Impact Value Chain) | | | |
|--|----------------------|-----------------|--------------------------|
| ปัจจัยนำเข้า (Input) | กิจกรรม (Activities) | ผลผลิต (Output) | ผลลัพธ์ (Outcome/Impact) |

รูปภาพที่ 3 การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ผ่านห่วงโซ่ของผลกระทบ

- (4) รวบรวมข้อมูลผลกระทบของโครงการว่าเกิดจากโครงการที่ถูกประเมินหรือไม่

วิเคราะห์อัตราร้อยละการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานว่าถึงแม้ไม่มีโครงการนี้ก็ยังเกิดผลลัพธ์ดังกล่าว (Deadweight) ร้อยละของปัจจัยสนับสนุนอื่นที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ (Attribution) และร้อยละของการลดลงหรือคงที่ของประโยชน์จากผลลัพธ์ที่ได้ตามระยะเวลาที่คาดการณ์แล้วร่วมกันเลือกตัวชี้วัด (Indicator) ทางเศรษฐกิจและสังคม

- (5) การคำนวณค่า SROI เป็นมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทางสังคมทั้งหมดต่อหนึ่งหน่วยการลงทุน

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) นั้น จะต้องมีการคำนวณมูลค่า ปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) แล้วจึงจะนำมาคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ซึ่งจะได้ว่ามูลค่าการลงทุนทุก ๆ 1 บาทที่ใช้ไป จะก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมเป็นมูลค่าเท่าไร ซึ่งคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$\text{อัตราสวนผลตอบแทนทางสังคม (SROI)} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทั้งหมด}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของการลงทุนที่ใช่ไป}}$$

โดยมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นทางสังคม หรือเรียกว่ามูลค่าเพิ่มทางสังคมนั้น คำนวณได้จาก

$$\begin{aligned} \text{มูลค่าเพิ่มทางสังคม} &= (\text{จำนวนคนเข้าใช้บริการ}) \times \text{มูลค่าผลลัพธ์ (ต่อคน)} \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์ส่วนเกิน}) \\ &\quad \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์ทดแทน}) \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น}) \end{aligned}$$

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จะเป็น

| | |
|--|--|
| อัตราผลตอบแทน ทางสังคมจากการลงทุน (SROI) | $\frac{(\text{จำนวนคนเข้าใช้บริการ}) \times \text{มูลค่าผลลัพธ์ (ต่อคน)} \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์ส่วนเกิน}) \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์ทดแทน}) \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น})}{\text{มูลค่าของต้นทุน (Value of inputs)}}$ |
|--|--|

3.6 การจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ

3.6.1 แบบสำรวจข้อมูลความคิดเห็นประโยชน์ที่ได้รับ/ความพึงพอใจ/

แนวทางในการจัดทำแบบสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 เพื่อจัดเก็บข้อมูลที่เป็นสำหรับการคำนวณและประเมิน SROI รวมทั้งความคิดเห็น ความพึงพอใจ โดยจัดเก็บในจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 150 คน (โดยต้องมีผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา อย่างน้อยประเทศละ 20 คน) ภายใต้อัตราความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีแนวทางดำเนินการดังนี้

- 1) ออกแบบคำถามตามหลักทฤษฎีการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment) SROI โดยคำนึงถึงข้อมูลที่เป็นสำหรับการคำนวณคุณค่าหรือประโยชน์ที่เกิดขึ้น มูลค่าผลลัพธ์ต่อคน ร้อยละของผลลัพธ์ส่วนเกิน ร้อยละของผลลัพธ์ทดแทนและร้อยละผลลัพธ์จากองค์กรอื่น รวมทั้งข้อมูลแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม
- 2) พัฒนาแบบสำรวจโดยระบบการสำรวจข้อมูลฯ ของ Qualtrics XM_Experience Design & Experience Improvement ด้วยระบบที่มีความโดดเด่นด้านการสำรวจความพึงพอใจ เป็น Mobile-based ที่มีความสะดวกในการตอบแบบสอบถามด้วยโทรศัพท์มือถือ และมีระบบประเมินและคัดกรองประสิทธิภาพของแบบสอบถามเพื่อความถูกต้องและความสำเร็จผลในการเก็บข้อมูลดีกว่าแบบฟอร์มออนไลน์ทั่วไป เช่น

Google form หรือ Monkey form เป็นต้น และใช้การส่ง email โดยตรงไปยังผู้เข้าร่วมประชุม CLMVT Forum และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแล้ว

- 3) การสอบทวนความถูกต้อง (Validity) ของแบบสำรวจข้อมูล จะเป็นการดำเนินงานโดยอาศัยการวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญในสาขามาตรฐานคุณภาพบริการ หรือส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้องและนักวิจัยของทีมที่ปรึกษา และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach Method) ที่มากกว่า 0.7
- 4) ทวนสอบศักยภาพการเก็บข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้ระบบ Expert ในระบบ Qualtrics เพื่อประเมินความสอดคล้องของชุดคำถาม และประเมินโอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลิกกรอกข้อมูลกลางคัน
- 5) ทบทวนและรับความคิดเห็นจากคณะกรรมการฯ สนค.ในการพัฒนาแบบสำรวจข้อมูล และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม รวมทั้งแปลคำถามเป็นภาษาอังกฤษ
- 6) จัดทำ Email List ในระบบ Qualtrics จากข้อมูลการลงทะเบียนร่วมประชุม CLMVT Forum ช่วงปี 2559 – 2564 และส่งแบบสำรวจผ่าน Email list ในระบบ Qualtrics และติดตามผลการตอบแบบสอบถาม พร้อมใช้ระบบ Remind เพื่อช่วยเตือนความจำของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ
- 7) ใช้ระบบ Qualtrics ทำการวิเคราะห์และแสดงผลเบื้องต้น รวมทั้งจัดทำนำเสนอข้อมูลเชิงธุรกิจ แบบ Business Intelligence และ Dashboard
- 8) ช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลจะเป็นช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม 2565

3.6.2 การเก็บข้อมูล และการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

การดำเนินโครงการนี้จะมีการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการด้วยแบบสอบถาม และการสำรวจออนไลน์ โดยการกำหนดตัวอย่างสำหรับการจัดเก็บข้อมูลหรือการสำรวจข้อมูลสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้บริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งมีจำนวนมากนั้น จะกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติโดยควบคุมค่าความคลาดเคลื่อนให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้และสุ่มตัวอย่างให้ได้ตามจำนวนที่กำหนด

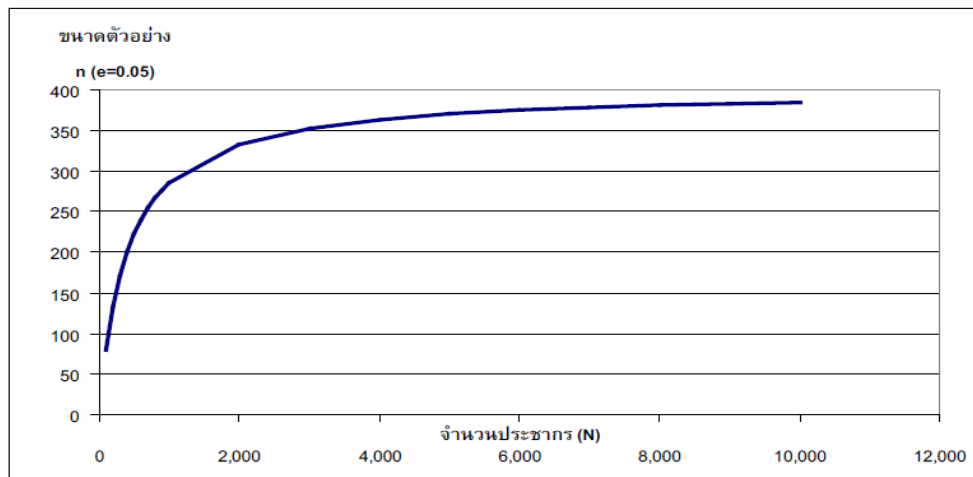
ที่ปรึกษาจะทำการคำนวณเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการประเมินแต่ละครั้งโดยใช้สูตรของ Taro Yamane, 1973, กำหนดให้ความคลาดเคลื่อนในทางสถิติที่ยอมรับได้มีค่าไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น $(1-\alpha) = 95\%$ หรือ $(\epsilon < 0.05, \alpha = 0.05)$ ซึ่งจะคำนวณจำนวนตัวอย่างโดยรวมได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้



รูปภาพที่ 4 แสดงขนาดตัวอย่างที่กำหนดตามวิธีของ Taro Yamane

ที่มา: วิเคราะห์โดยที่ปรึกษา

3.7 การสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์เชิงลึก และระดมความคิดเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 โดยที่ปรึกษาดำเนินการดังนี้

- แนวคิดการสัมภาษณ์เชิงลึกจะมุ่งเน้นประเด็นที่สะท้อนถึงผลลัพธ์และผลกระทบจากโครงการเป็นหลัก ขณะที่สัมภาษณ์รายละเอียดความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนา กิจกรรมการประชุม CLMVT Forum ในอนาคต อาทิ
 - ท่านได้นำผลลัพธ์จากการประชุม CLMVT Forum ไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างไร
 - ท่านคิดว่าจะสามารถขยายผลลัพธ์จากการประชุม CLMVT Forum เพิ่มเติมมากขึ้นได้อย่างไร
 - ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนา กิจกรรมการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่อง อย่างไร
 - ปัญหา อุปสรรคของการสร้างผลลัพธ์จากการประชุม
- กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมการสัมภาษณ์เชิงลึกและระดมความคิดเห็น จะเป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และ การดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564
- การสัมภาษณ์จะเป็นในรูปแบบออนไลน์เป็นหลัก โดยภายในประเทศกำหนดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มผู้ที่เคยร่วมงานทั้งจากกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ ระดมความเห็น จากไทยจำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน และสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา กำหนดให้มีผู้ให้สัมภาษณ์อย่างน้อยประเทศละ 10 คน
- จะดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงเดือนมีนาคม 2565 ต่อเนื่องจากการสำรวจเก็บข้อมูลแบบสอบถาม
- ประมวลผลประเด็นที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.8 การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา

ที่ปรึกษาจะทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการ CLMVT Forum ด้วย SROI โดยคำนวณผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของโครงการ วิเคราะห์โดยใช้หลักค่าเสียโอกาสทาง เศรษฐศาสตร์ (Economic Opportunities) และหลักส่วนเกินผู้ผลิตและผลส่วนเกินผู้บริโภค (Producer and Consumer Surplus) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของโครงการ CLMVT Forum รวมทั้งประเมินผลคุณค่าและผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ (Value) โดยคำนวณค่าเฉลี่ยของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในมิติต่าง ๆ จากผลสำรวจข้อมูล และวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานว่าถึงแม้ไม่มีโครงการนี้ก็ยังคงเกิด

ผลลัพธ์ดังกล่าว (Deadweight) ร้อยละของปัจจัยสนับสนุนอื่นที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ (Displacement) และร้อยละการลดลงหรือคงที่ของประโยชน์จากผลลัพธ์ที่ได้ตามระยะเวลาที่คาดการณ์ (Attribute) แล้วร่วมกันเลือกตัวชี้วัด (Indicator) ทางเศรษฐกิจและสังคม และวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ CLMVT Forum ด้วยวิธีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on investment: SROI) โดยเปรียบเทียบงบประมาณดำเนินโครงการ

การจัดทำรายงานสรุปการศึกษา ประกอบด้วยผลการดำเนินการตาม TOR ข้อ 4.3 - 4.4 และสรุปผลการศึกษาเชิงองค์รวมทั้งหมด และเรียบเรียงประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การขับเคลื่อนและพัฒนาโครงการ CLMVT Forum ประมวลผลและพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการโดยสังเคราะห์ประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และผลการสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจร่วมกับผลประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม SROI จัดทำแผนผังเชื่อมโยง และทำรายงานผลการประชาสัมพันธ์ โดยมีหลักฐานประกอบการเผยแพร่ผลลัพธ์ของ โครงการ ในรูปแบบต่าง ๆ ในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมตาม TOR ข้อ 4.5 รวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์ และผู้เข้าร่วมงานสัมมนา รวมเป็น 1 ฐานข้อมูล โดยมีร่างหัวข้อเนื้อหาในรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ดังนี้

ตารางที่ 12 การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา

| บท | หัวข้อหลัก | เนื้อหา |
|----|------------|---------------------------------------|
| | | บทสรุปผู้บริหาร |
| | | คำนำ |
| | | สารบัญ |
| 1 | | บทนำ |
| | 1.1 | หลักการและเหตุผล |
| | 1.2 | วัตถุประสงค์ของโครงการ |
| | 1.3 | กลุ่มเป้าหมาย |
| | 1.4 | ขอบเขตการดำเนินงาน |
| 2 | | การทบทวนวรรณกรรม |
| 3 | | แนวทางและวิธีการดำเนินงาน |
| | 3.1 | คณะที่ปรึกษา |
| | 3.2 | แผนการปฏิบัติงาน และระยะเวลาดำเนินงาน |

| บท | หัวข้อหลัก | เนื้อหา |
|------------|------------|--|
| | 3.3 | การส่งมอบงาน ระยะเวลาการส่งมอบ |
| | 3.4 | วิธีการดำเนินงาน และเครื่องมือ |
| | 3.5 | แนวคิดทฤษฎีการประเมินผลการดำเนินงาน |
| | 3.6 | การจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับ |
| | | 3.6.1 แบบสำรวจข้อมูลความคิดเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับ |
| | | 3.6.2 การเก็บข้อมูล และการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง |
| | 3.7 | การสัมภาษณ์เชิงลึก |
| | 3.8 | การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา |
| | 3.9 | แนวคิดการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา |
| | 3.10 | การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม |
| 4 | | สถิติจากข้อมูลการสำรวจแบบสอบถาม |
| 5 | | ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก |
| 6 | | ผลการประเมินอัตราผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI |
| | 6.1 | ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติงานสู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคม |
| | 6.2 | มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการดำเนินโครงการ CLMVT Forum |
| | 6.3 | มูลค่าเพิ่มทางสังคมจากการดำเนินโครงการ CLMVT Forum |
| 7 | | บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย |
| บรรณานุกรม | | |
| ภาคผนวก ก | | แบบสอบถามสำรวจข้อมูล |
| ภาคผนวก ข | | สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง |
| ภาคผนวก ค | | สรุปการประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา |

3.9 แนวคิดการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา

แนวคิดการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา ที่ปรึกษาจะดำเนินการจัดการประชุมสัมมนาในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในการจัดประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานในช่วงปี 2559-2564 ตาม TOR ข้อ 4.3 โดยมีผู้เข้าร่วมงานอย่างน้อย 100 คน คาดการณ์สัดส่วนผู้เข้าร่วมระหว่างภาครัฐต่อภาคเอกชน เป็นร้อยละ 40 ต่อ 60 โดยมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และมีร่างกำหนดการสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา ช่วงระหว่างวันที่ 9-12 พฤษภาคม 2565 (เลือกวันใดวันหนึ่ง) ดังนี้

| เวลา | กิจกรรม |
|-------------------|--|
| 09.00 น.-09.15 น. | กล่าวเปิดประชุม โดยผู้บริหารสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า |
| 09.15 น.-09.45 น. | แนะนำโครงการ |
| 09.45 น.-11.15 น. | การเสวนาเกี่ยวกับ CLMVT โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ และนำเสนอผล การศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการ ลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดย ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ปรึกษาโครงการ |
| 11.15 น.-11.50 น. | ตอบคำถาม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น/รับฟังข้อเสนอแนะ |
| 11.50 น.-12.00 น. | สรุปและกล่าวปิดประชุม |

3.10 การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ
ที่ปรึกษาจะดำเนินการเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.10.1 ก่อนการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา

- ทำการออกแบบ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่ผลลัพธ์การดำเนินงาน
- จัดทำสกู๊ป (Scoop) สรุปประเด็นสำคัญ เป็นในรูปแบบกิ่งวิชาการ ลงสื่อออนไลน์
ด้านธุรกิจ 3 ครั้ง ได้แก่ แพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีวิทยุ ม.ก. หนังสือพิมพ์
คมชัดลึก และฐานเศรษฐกิจ หรือหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจ เป็นต้น
- ออกแบบเนื้อหาและจัดทำอินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ในรูปแบบไฟล์ AI และ
คลิปวิดีโอ เพื่อใช้ประกอบการจัดประชุม/สัมมนา/เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 3 ชิ้น
- ช่วงระยะเวลาประชาสัมพันธ์เป็นระหว่างวันที่ 1-22 เมษายน 2565

3.10.2 หลังการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา

- ทำการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลลัพธ์ลงในเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียด้านธุรกิจออนไลน์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 2 แหล่ง จำนวนรวม 3 ครั้ง ได้แก่ แพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีวิทยุ ม.ก. หนังสือพิมพ์คมชัดลึก และฐานเศรษฐกิจ หรือหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจ หรือสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะ CLMVT
- ช่วงระยะเวลาประชาสัมพันธ์เป็นระหว่างวันที่ 13-25 พฤษภาคม 2565

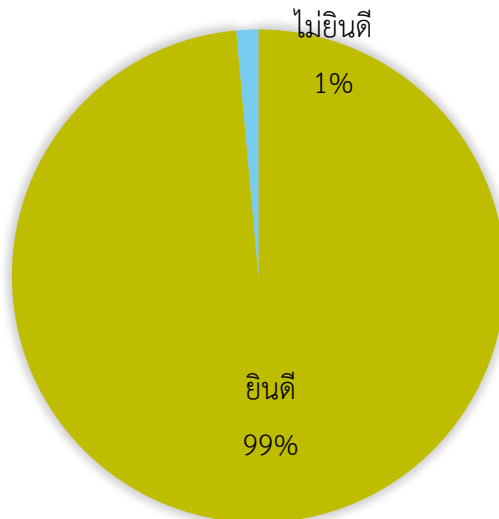
บทที่ 4 ผลการสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่อง ในช่วงปี 2559-2564

จากการสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 255 คน ทั้งจากในและนอกกลุ่มประเทศ CLMVT แบ่งเป็น จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากกัมพูชา 25 คน ลาว 27 คน เมียนมา 34 คน เวียดนาม 23 คน ไทย 136 คน และจากนอกกลุ่มประเทศ CLMVT รวม 10 คน โดยรายละเอียดคำถามและวิธีการตอบจะอธิบายในภาคผนวก ก.

แบบสอบถามส่วนแรก เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น การยินยอมในการตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ อาชีพ หน่วยงานที่สังกัด ระดับการศึกษา เป็นต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 255 คน ที่เคยเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ในช่วงปี 2559-2564 กว่าร้อยละ 81 ยินดีตอบแบบสอบถาม เมื่อได้รับอีเมลแบบสอบถาม ในจำนวนนี้ สังกัดหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมากกว่า ร้อยละ 63 ประกอบอาชีพข้าราชการ เอกชน และผู้ประกอบการอิสระ อย่างละเฉลี่ยร้อยละ 21 มีอายุอยู่ในช่วง 25-64 ปี ซึ่งมากกว่าร้อยละ 41 จะอยู่ในช่วง 34-54 ปี เป็นเพศชายและหญิงในอัตราร้อยละที่ใกล้เคียงกัน และมีระดับการศึกษาสูงสุด มากกว่าร้อยละ 68 อยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ส่วนถัดไปของแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 17 เคยเข้าร่วมงาน CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia และ ร้อยละ 14 เคยเข้าร่วมงาน CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online) ซึ่งร้อยละ 71 ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาอยู่ในงาน มากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป และให้ระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมงานอยู่ในระดับที่ค่อนข้างดี โดยเฉพาะในกิจกรรมการนำเสนอความคิดหรือธุรกิจและการอบรมสัมมนา โดยจะแสดงรายละเอียดในแต่ละคำถามเป็นแผนภูมิ ดังต่อไปนี้

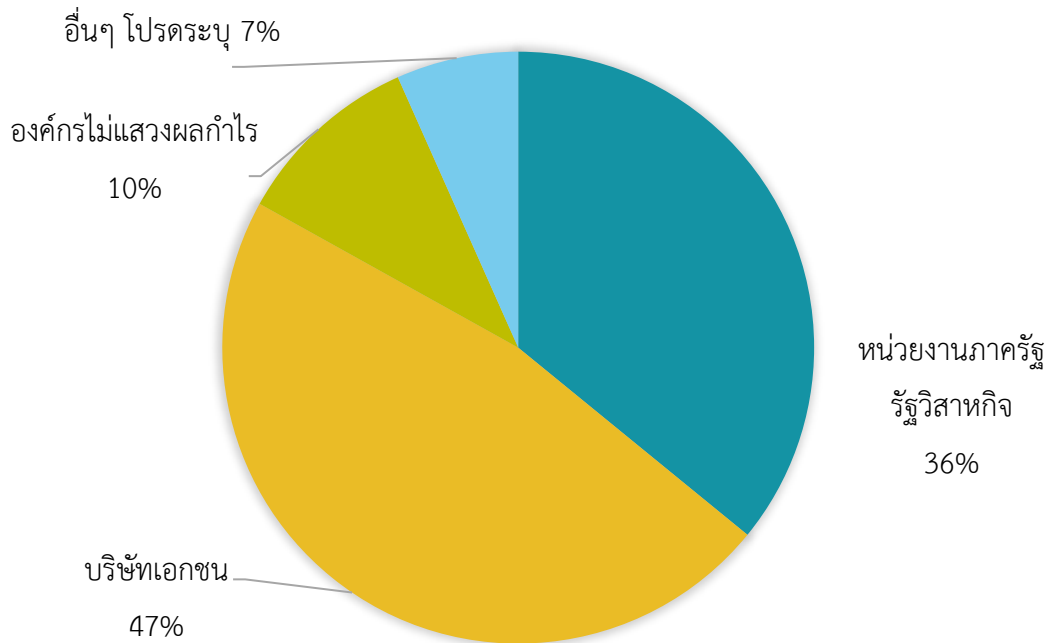
Q0 ท่านยินดีตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูล
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย หรือไม่



รูปภาพที่ 5 Q0 ท่านยินดีตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูล

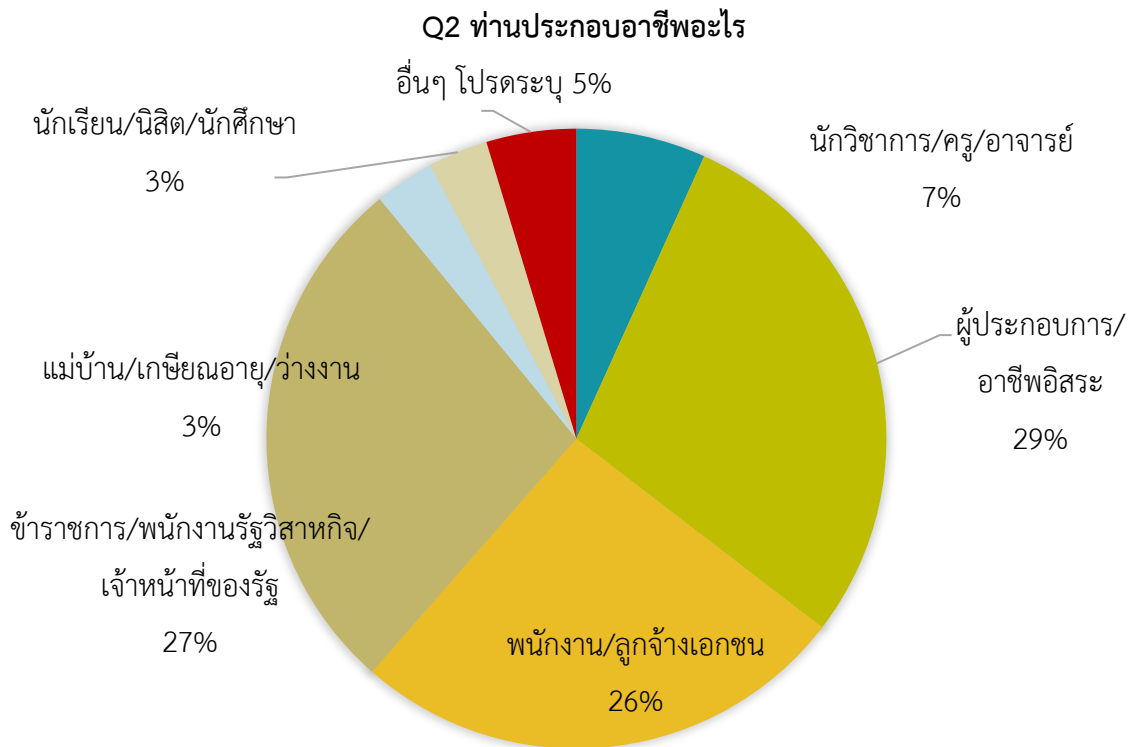
จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม อบรม สัมมนาโครงการ CLMVT forum และโครงการต่อเนื่อง จำนวน 1,777 คน ตามฐานข้อมูล มีผู้ที่ยินดีตอบแบบสอบถามมาทั้งสิ้น 255 คน คิดเป็นร้อยละ 99 ของผู้ที่กดเข้าทำแบบสอบถามทั้งหมด

Q1 ประเภทของหน่วยงานที่ท่านสังกัด



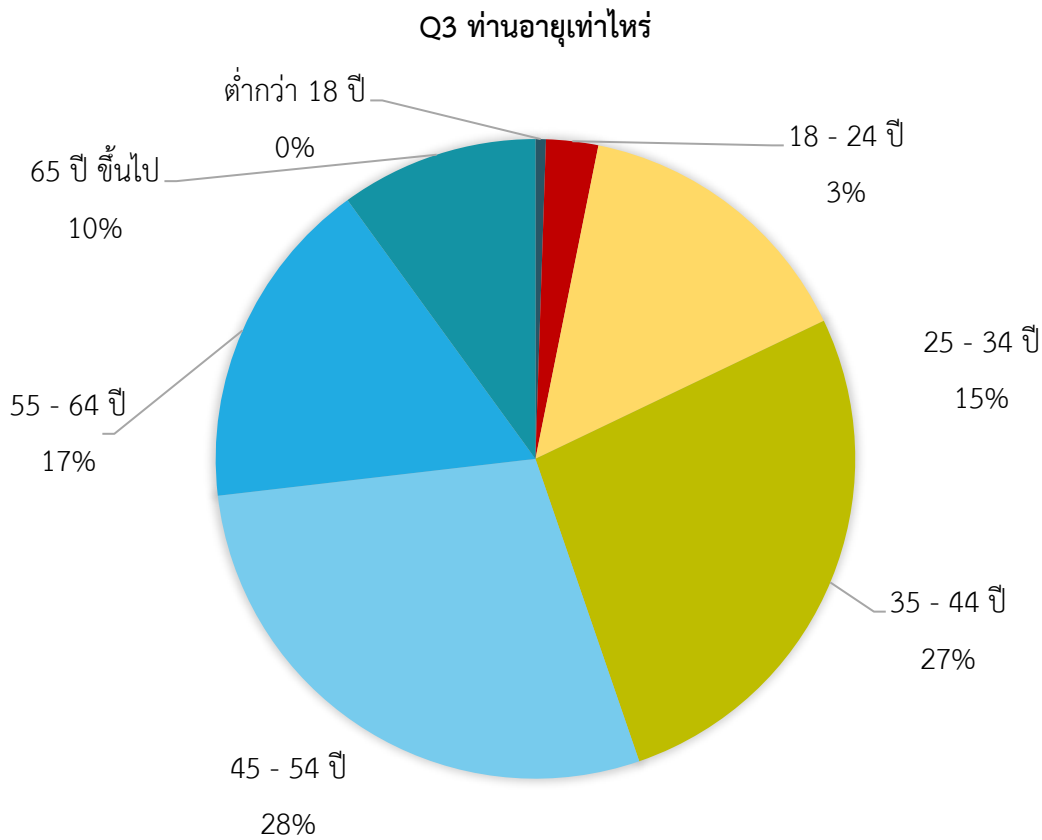
รูปภาพที่ 6 ประเด็นคำถามที่ 1 เกี่ยวกับประเภทของหน่วยงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด

ประเด็นคำถามที่ 1 เกี่ยวกับประเภทของหน่วยงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่า ร้อยละ 47 มาจากบริษัทเอกชน รองลงมาคือ หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3 และอันดับสามคือ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนอีกร้อยละ 7 มาจากหน่วยงานอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น



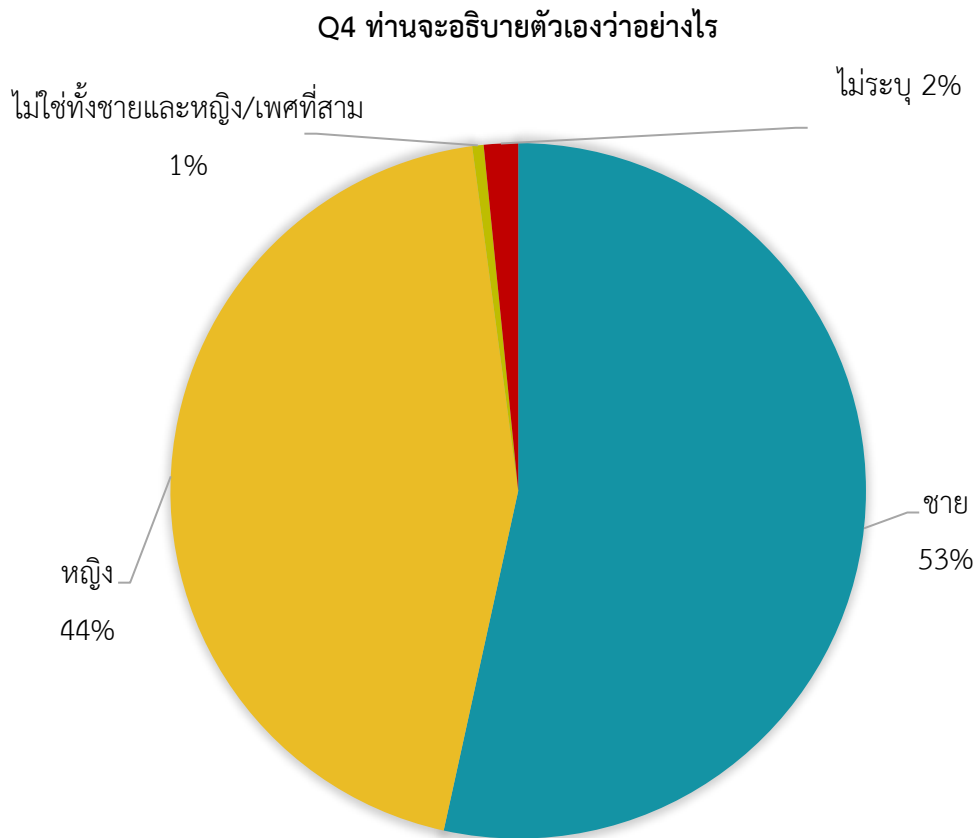
รูปภาพที่ 7 ประเด็นคำถามที่ 2 เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด

ประเด็นคำถามที่ 2 เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่ามีหลากหลายอาชีพที่เคยเข้าร่วมงานสัมมนาฯ โดยสามอันดับแรกที่มีร้อยละใกล้เคียงกัน คือ ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ร้อยละ 27 และอันดับสามคือ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26 นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการ/ครู/อาจารย์ ร้อยละ 7 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษาและแม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน อีกอาชีพละร้อยละ 3 และมีผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 5 ที่ทำอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น



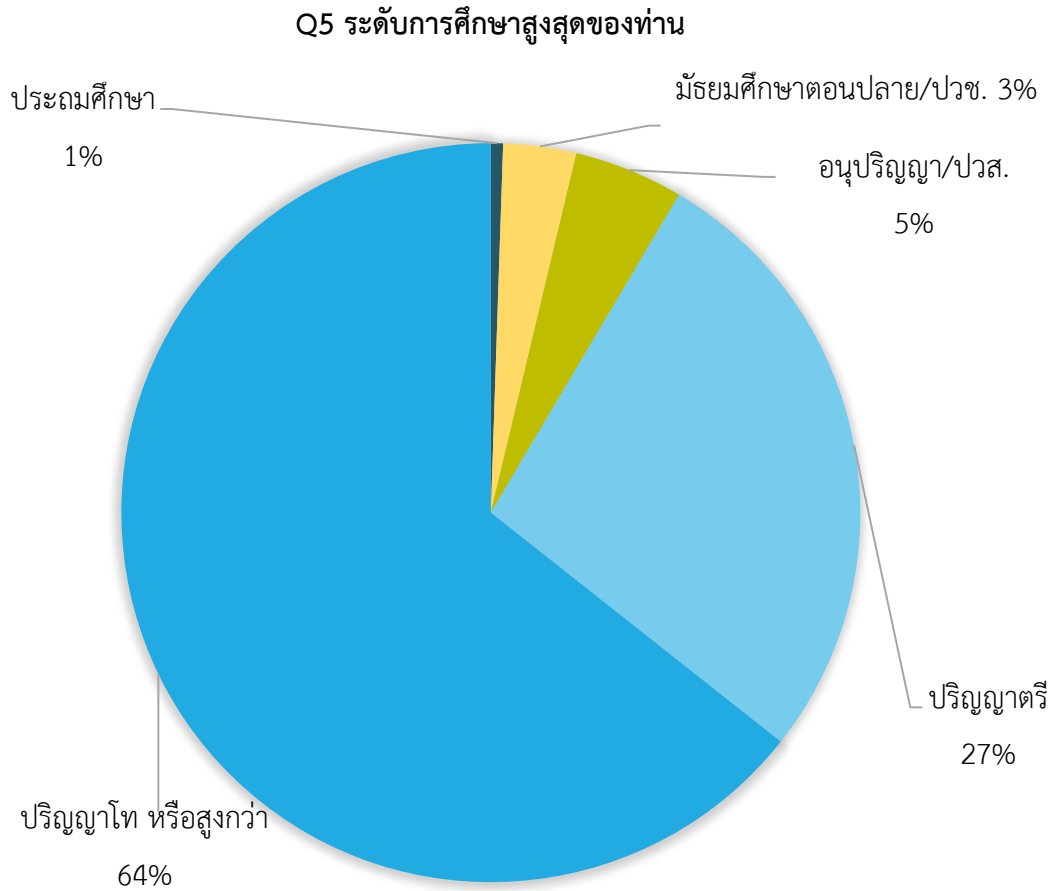
รูปภาพที่ 8 ประเด็นคำถามที่ 3 เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็นคำถามที่ 3 เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่ามีหลากหลายอายุที่เคยเข้าร่วมงานสัมมนาฯ อายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุที่มีร้อยละใกล้เคียงกันสูงสุด คือ อายุ 45-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 28 และ อายุ 35-44 ปี ร้อยละ 27 รองลงมาจะเป็น 2 ช่วงอายุที่มีร้อยละใกล้เคียงกันที่ 17 และ 15 คือ 55-64 ปี และ 25-34 ปี ส่วนกลุ่มอายุที่มีร้อยละค่อนข้าน้อยคือ กลุ่มอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป ช่วงอายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 และ ร้อยละ 3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามลำดับ



รูปภาพที่ 9 ประเด็นคำถามที่ 4 เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

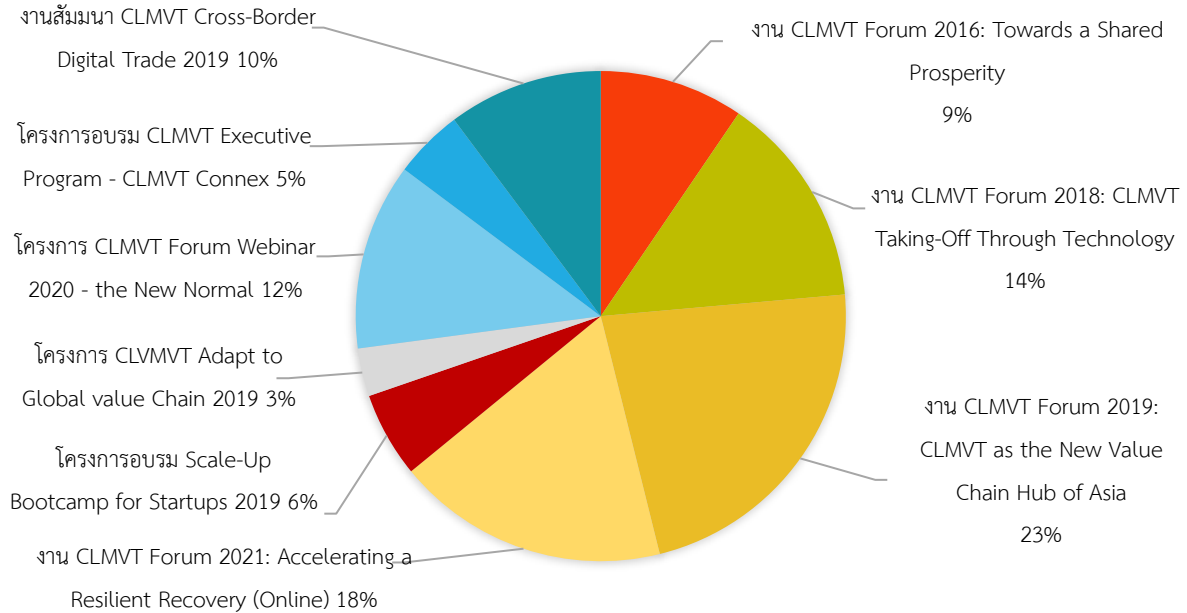
ประเด็นคำถามที่ 4 เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่ามีเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือเพศหญิง ร้อยละ 44 และน้อยที่สุดคือไม่ระบุเพศและเพศที่สาม คิดเป็นร้อยละ 2 และ 1 ตามลำดับ



รูปภาพที่ 10 ประเด็นคำถามที่ 5 เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็นคำถามที่ 5 เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่ากว่าร้อยละ 64 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า รองลงมาคือระดับปริญญาตรี ร้อยละ 27 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 5 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 3 และระดับประถมศึกษา ร้อยละ 1

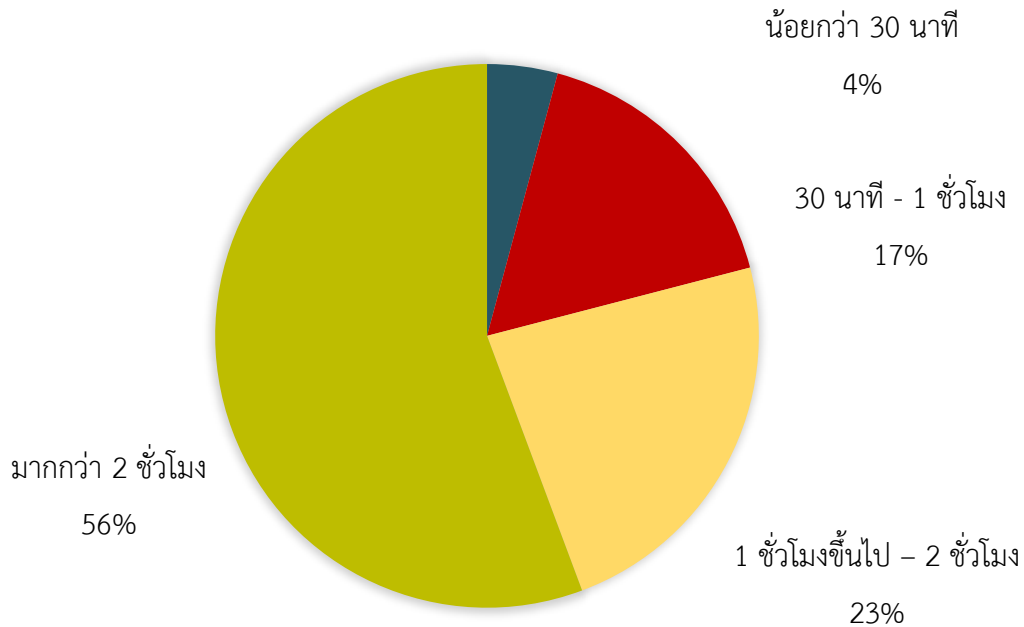
Q6 ท่านเคยเข้าร่วมการประชุม CLMVT FORUM และ/หรือโครงการ/กิจกรรมดำเนินงาน
ต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ไต่บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



รูปภาพที่ 11 ประเด็นคำถามที่ 6 เกี่ยวกับงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม

ประเด็นคำถามที่ 6 เกี่ยวกับงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม งาน CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาคือ งาน CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online) คิดเป็นร้อยละ 18 งาน CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology ร้อยละ 14 โครงการ CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal คิดเป็นร้อยละ 12 งานสัมมนา CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019 คิดเป็นร้อยละ 10 เข้าร่วมงาน CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity คิดเป็นร้อยละ 9 โครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups 2019 ร้อยละ 6 โครงการอบรม CLMVT Executive Program - CLMVT Connex ร้อยละ 5 และ โครงการ CLMVT Adapt to Global value Chain 2019 คิดเป็นร้อยละ

Q7 แต่ละครั้งที่เข้าร่วมงานประชุม CLMVT FORUM
ท่านใช้เวลาอยู่ในงานนานแค่ไหน

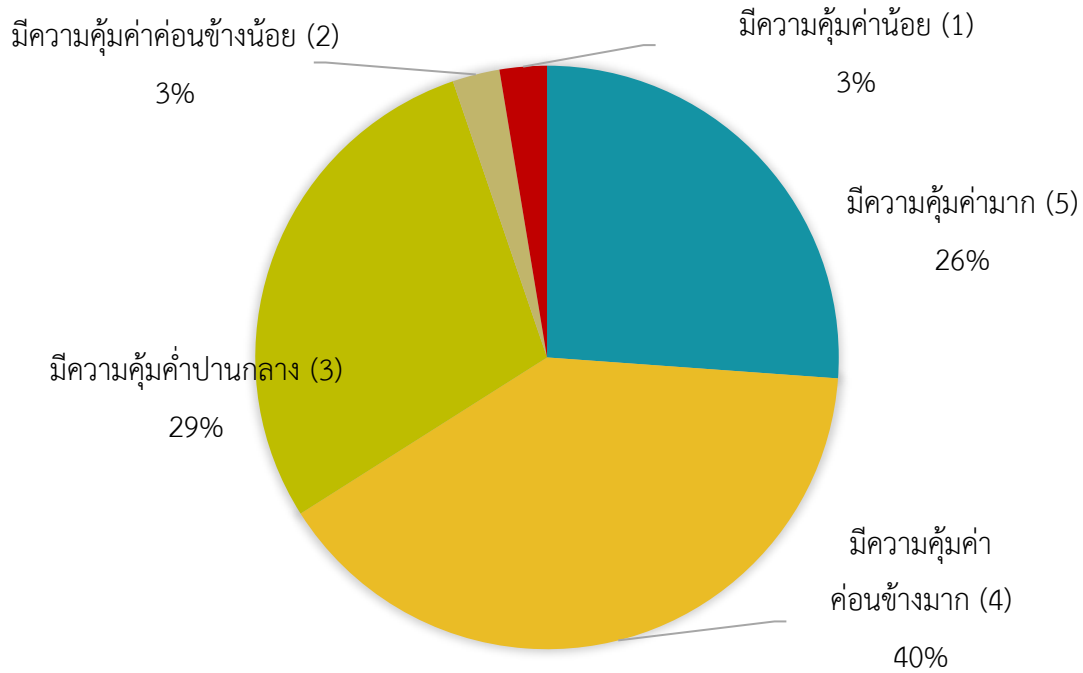


รูปภาพที่ 12 ประเด็นคำถามที่ 7 เกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม

ประเด็นคำถามที่ 7 เกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในงานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วมจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม ใช้เวลาอยู่ในงานมากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคืออยู่ในงาน 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23 และอยู่ในงานประชุม 30 นาที- 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23 และมีเพียงแค่ร้อยละ 4 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมงานน้อยกว่า 30 นาที

สำหรับในประเด็นคำถามที่ 8 และ 9 ที่ว่าในการมาร่วมประชุม CLMVT Forum และ/หรือ โครงการ/กิจกรรมดำเนินงานต่อเนื่อง ในช่วงปี 2559-2564 ท่านมีค่าใช้จ่ายรวม (อาทิ ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ฯ) และค่าใช้จ่ายในการลงทุนเท่าไร (เช่น ค่าชื้อยานพาหนะ ค่าชื้ออาคารสำนักงาน ฯ) (ประมาณการโดยรวม หากไม่มีให้ระบุเป็น 0) นั้น ได้นำไปคำนวณมูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จำแนกแต่ละการประชุม CLMVT Forum และนำเสนอในบทที่ 6 ตารางที่ 18

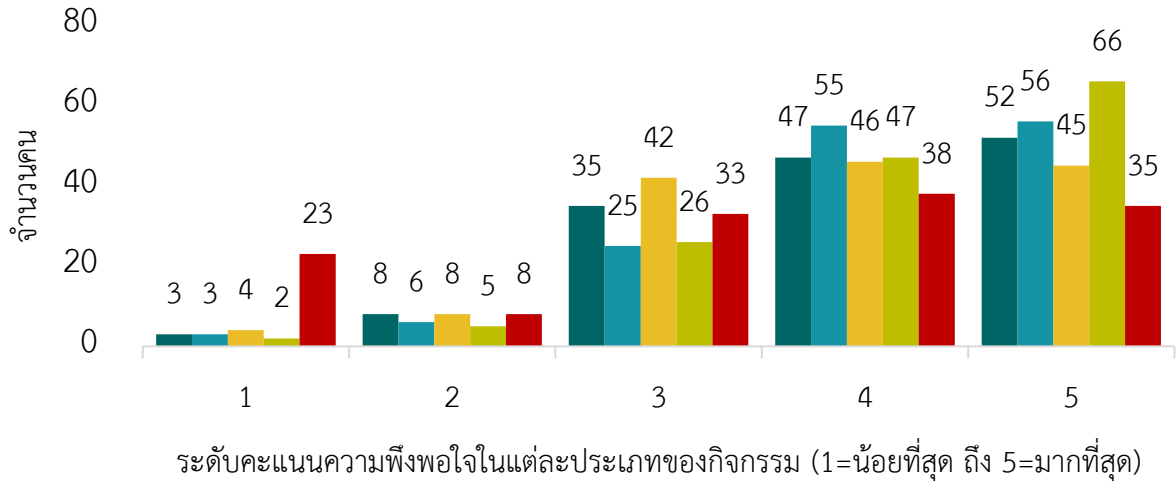
Q10 ท่านคิดว่าประโยชน์หรือคุณค่าที่ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับ
จาก CLMVT FORUM และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564
มีความคุ้มค่าในระดับใด เมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย



รูปภาพที่ 13 ประเด็นคำถามที่ 10 เกี่ยวกับระดับความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย
ระยะเวลาที่ใช้อยู่งานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม

ประเด็นคำถามที่ 10 เกี่ยวกับระดับความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่ายระยะเวลาที่ใช้อยู่งานประชุมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม ให้ระดับความคุ้มค่ามาก ร้อยละ 26 ให้คะแนนระดับความคุ้มค่าค่อนข้างมาก ร้อยละ 40 ให้ระดับความคุ้มค่าปานกลาง ร้อยละ 29 มีความคุ้มค่าค่อนข้างน้อย ร้อยละ 3 และ มีความค้มนค่าน้อย คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

Q11 ท่านคิดว่า กิจกรรมประเภทใดที่ได้ประโยชน์มากที่สุด
ในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564

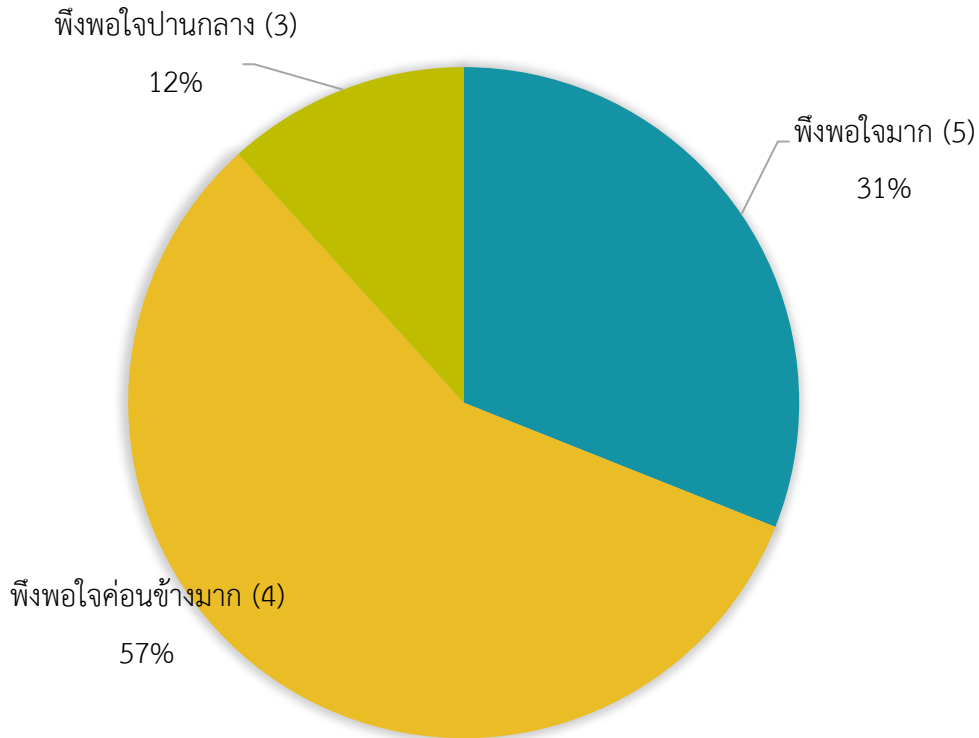


- การอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion)
- การอภิปรายเป็นคณะ (Panel Discussion)
- การนำเสนอความคิดหรือธุรกิจ (Pitching)
- การสัมมนา / โครงการอบรม
- อื่นๆ โปรระบุ

รูปภาพที่ 14 ประเด็นคำถามที่ 11 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจประเภทของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประโยชน์มากที่สุด

ประเด็นคำถามที่ 11 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจประเภทของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประโยชน์มากที่สุด จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม ให้ระดับความพึงพอใจกิจกรรม (5) มากที่สุดในกิจกรรมอภิปรายกลุ่ม อภิปรายเป็นคณะและการสัมมนา และให้ระดับความพึงพอใจกิจกรรม (4) มากที่สุดในกิจกรรมการนำเสนอความคิดหรือธุรกิจและกิจกรรมอื่น ๆ

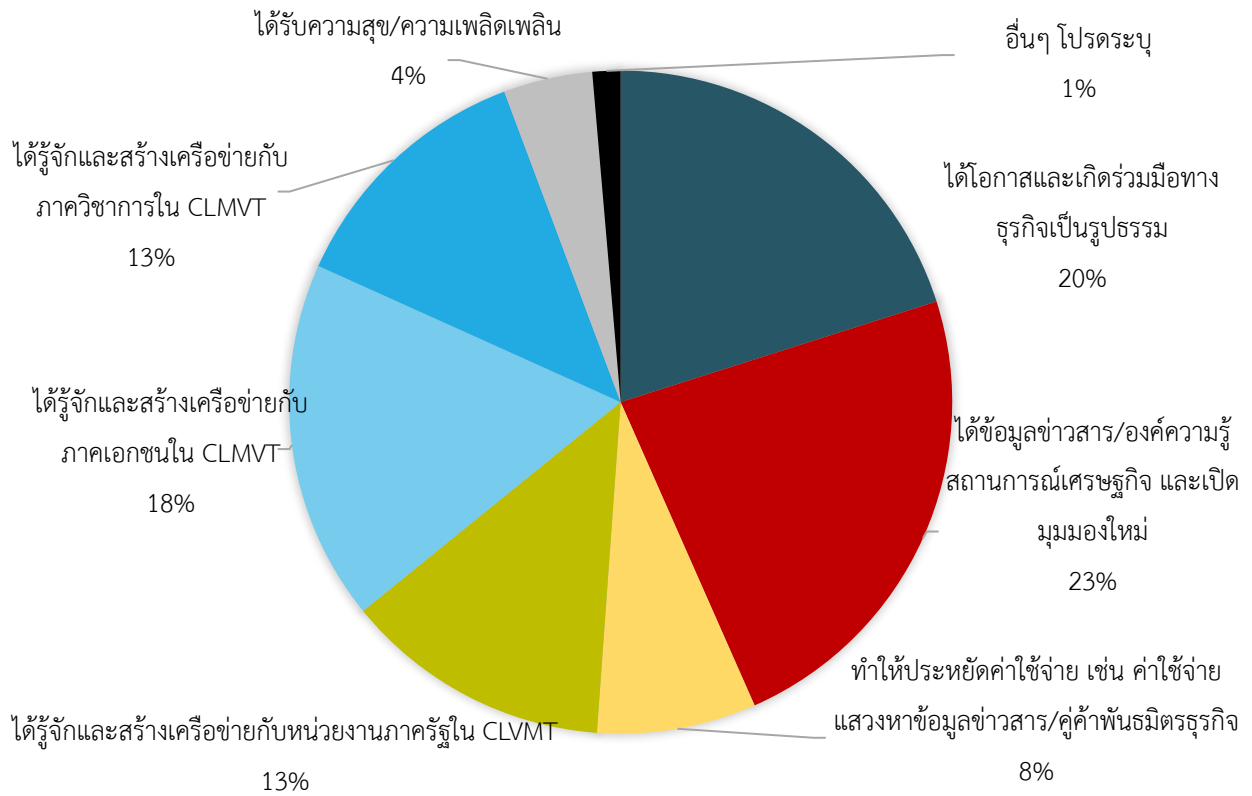
Q12 ท่านมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการประชุม CLMVT FORUM และการ
ดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ในระดับใด



รูปภาพที่ 15 ประเด็นคำถามที่ 12 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุม ฯ

ประเด็นคำถามที่ 12 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม ให้ระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก (4) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ พึงพอใจมาก (5) คิดเป็นร้อยละ 31 และพึงพอใจระดับปานกลาง (3) ร้อยละ 12

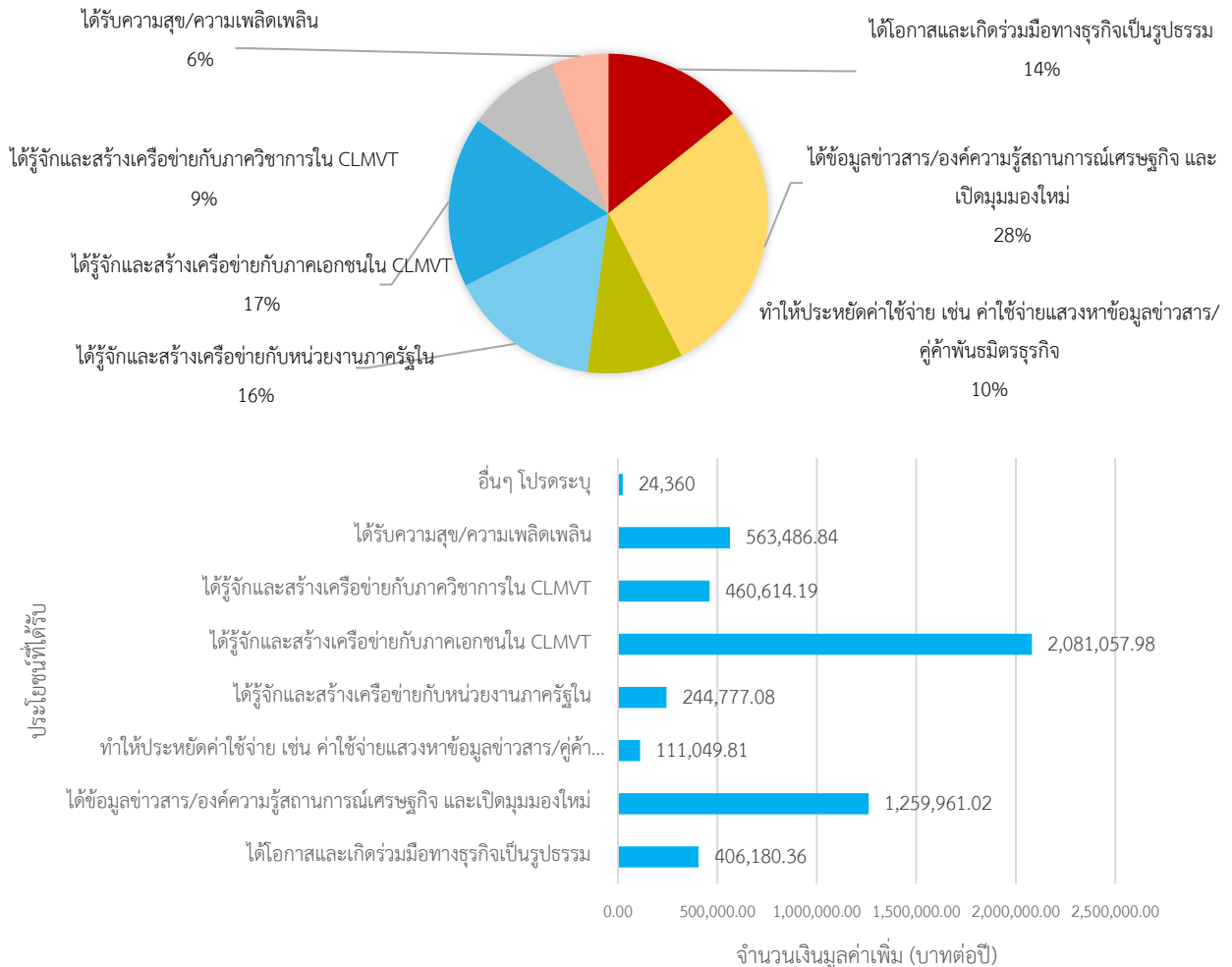
Q13 การที่ท่านได้เข้าร่วมประชุม CLMVT FORUM และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วง
ปี 2559 - 2564 ท่านได้รับ คุณค่าหรือประโยชน์ อะไรบ้าง ระบุได้มากกว่า 1 รายการ



รูปภาพที่ 16 ประเด็นคำถามที่ 13 เกี่ยวกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับจากการประชุมฯ

ประเด็นคำถามที่ 13 เกี่ยวกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับจากการประชุม CLMVT Forum และการทำงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วม ให้ระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก (4) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ พึงพอใจมาก (5) คิดเป็นร้อยละ 31 และพึงพอใจระดับปานกลาง (3) ร้อยละ 12

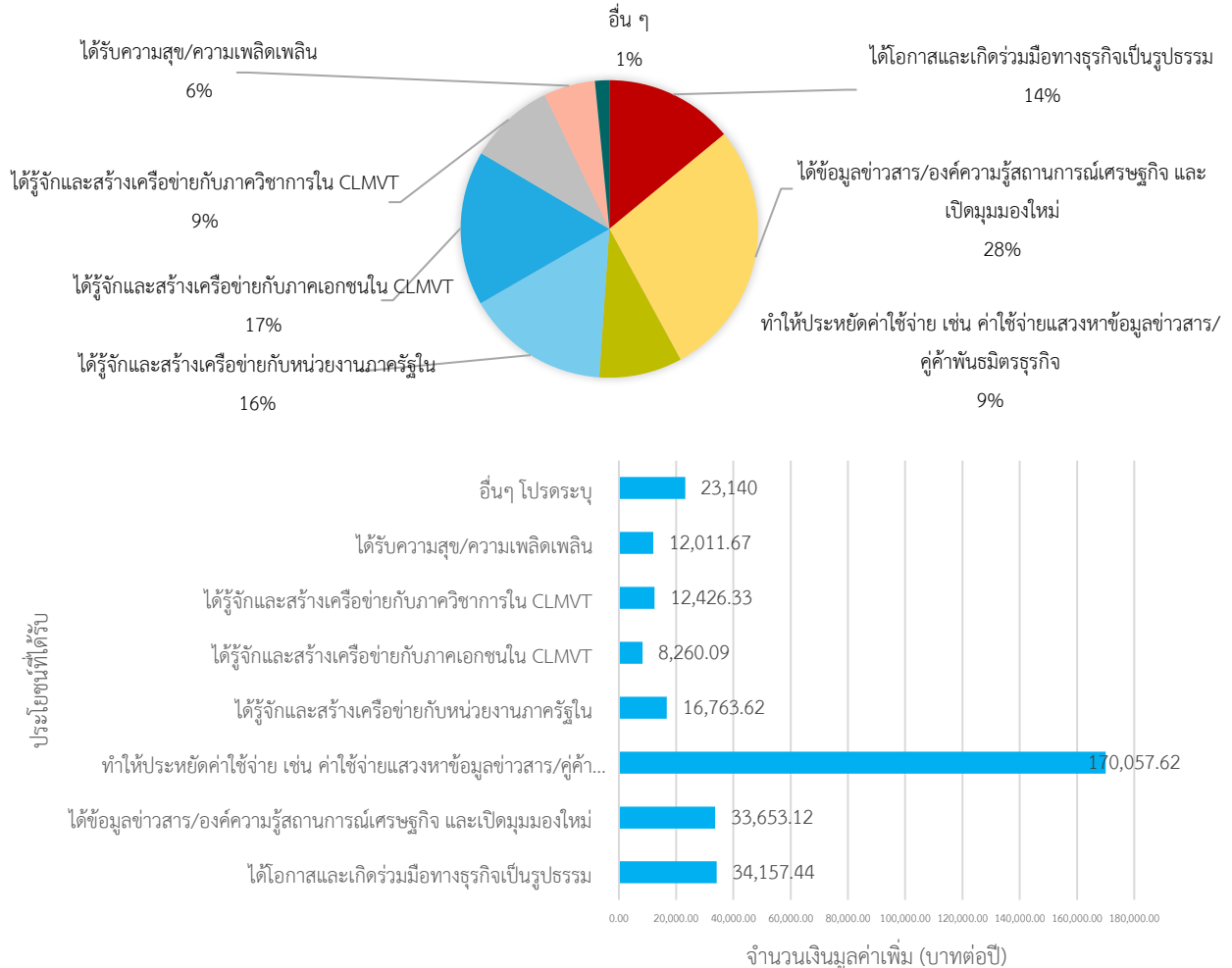
Q14 สมมติว่า ภายใน 1 ปี ต่อจากนี้ ท่านได้นำคุณค่าหรือประโยชน์ ที่ได้รับจากการเข้าร่วมประชุม CLMVT FORUM ไปขยายผลและสร้างมูลค่าเพิ่ม ท่านคิดว่าจะสามารถสร้างให้เกิดมูลค่าเป็นจำนวนกี่บาทต่อปี (โดยประมาณ)



รูปภาพที่ 17 ประเด็นคำถามที่ 14 เกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับไปสร้างมูลค่าเพิ่ม

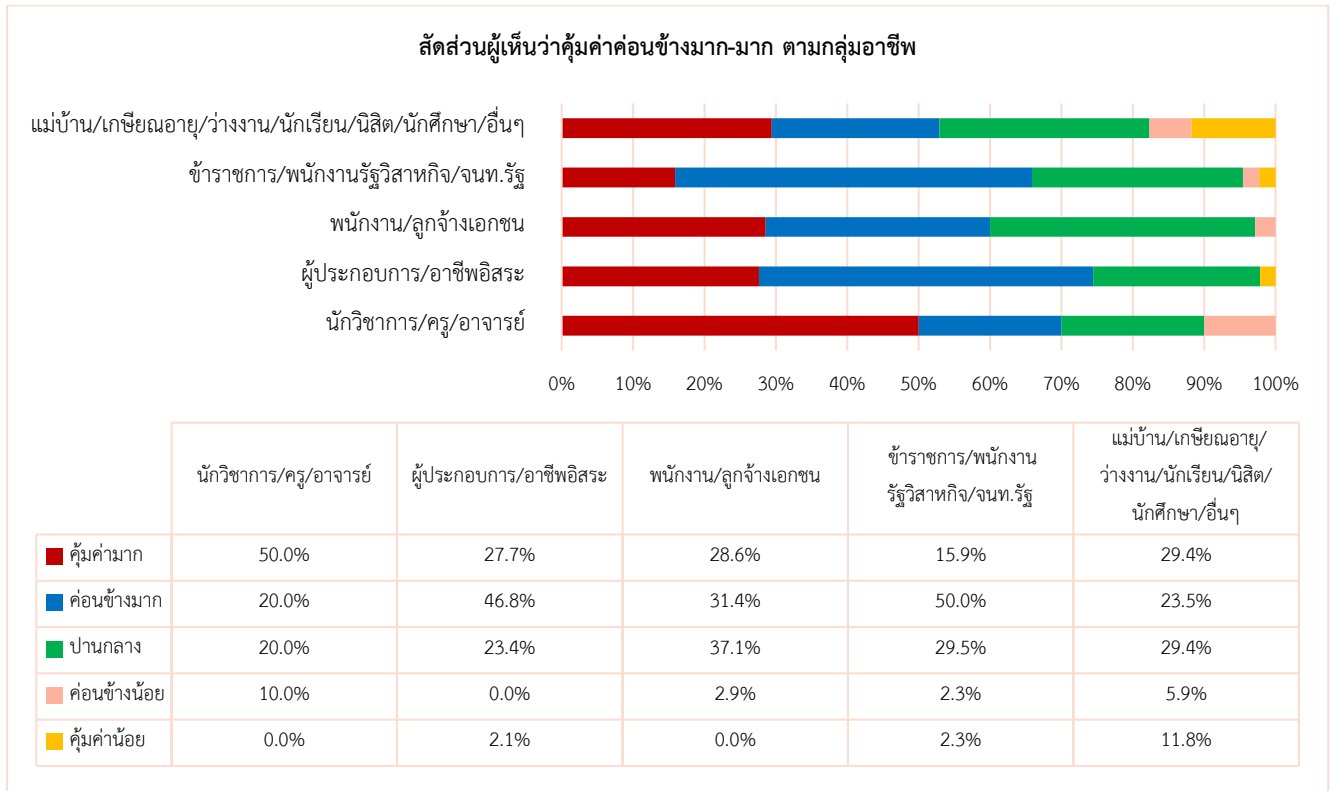
ประเด็นคำถามที่ 14 เกี่ยวกับการนำประโยชน์ที่ได้รับไปสร้างมูลค่าเพิ่ม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 3 อันดับแรก คือ ร้อยละ 28 ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ สามารถนำประโยชน์ไปสร้างมูลค่าเพิ่มต่อปี คิดเป็นเงิน 2.1 ล้านบาท รองลงมาคือ ร้อยละ 17 ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชน สามารถนำประโยชน์ไปสร้างมูลค่าเพิ่มต่อปี คิดเป็นเงิน 1.2 ล้านบาท และร้อยละ 16 ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาครัฐ สามารถนำประโยชน์ไปสร้างมูลค่าเพิ่มต่อปี คิดเป็นเงิน 0.2 ล้านบาท

Q15 ถ้าท่านต้องจ่ายเงินเองเพื่อให้ได้คุณค่าหรือประโยชน์จากการประชุม
CLMVT FORUM ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเท่าไร? (ต่อปี)

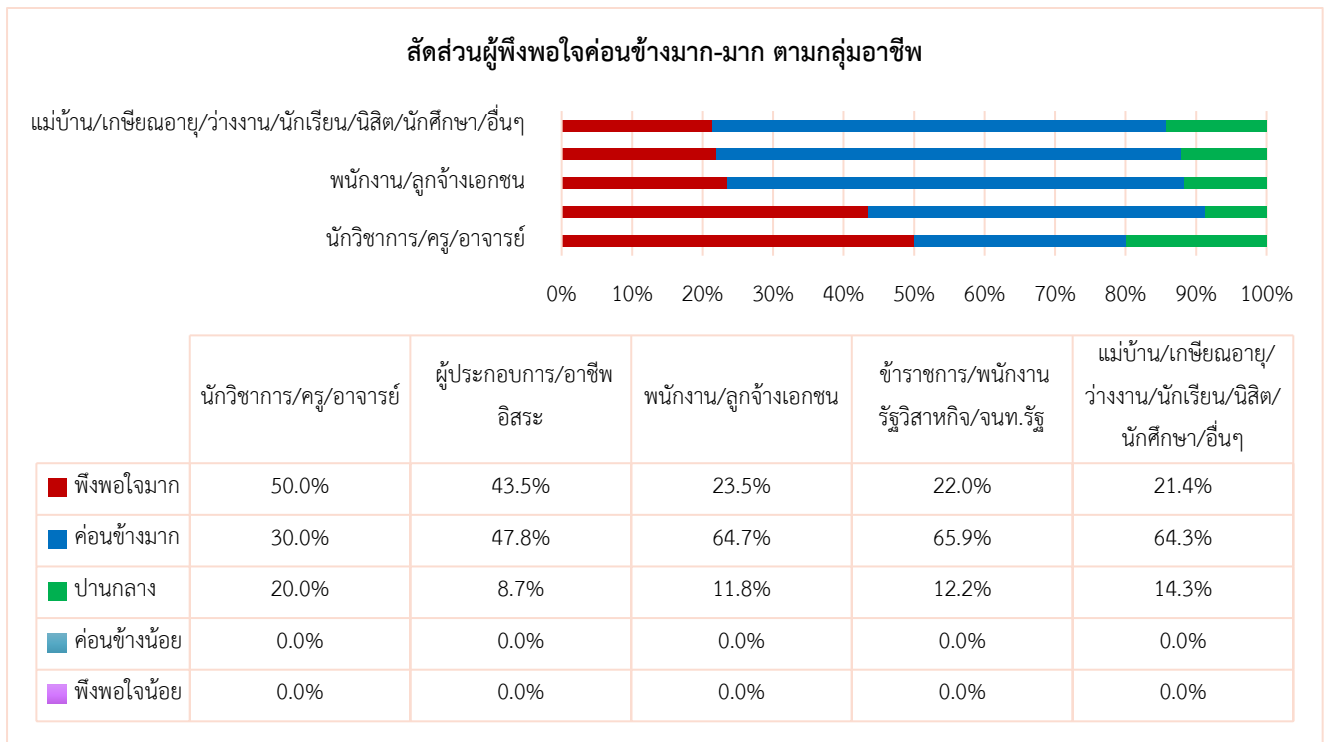


รูปภาพที่ 18 ประเด็นคำถามที่ 15 เกี่ยวกับราคาที่คุณเต็มใจจ่ายจากการที่จะได้ประโยชน์

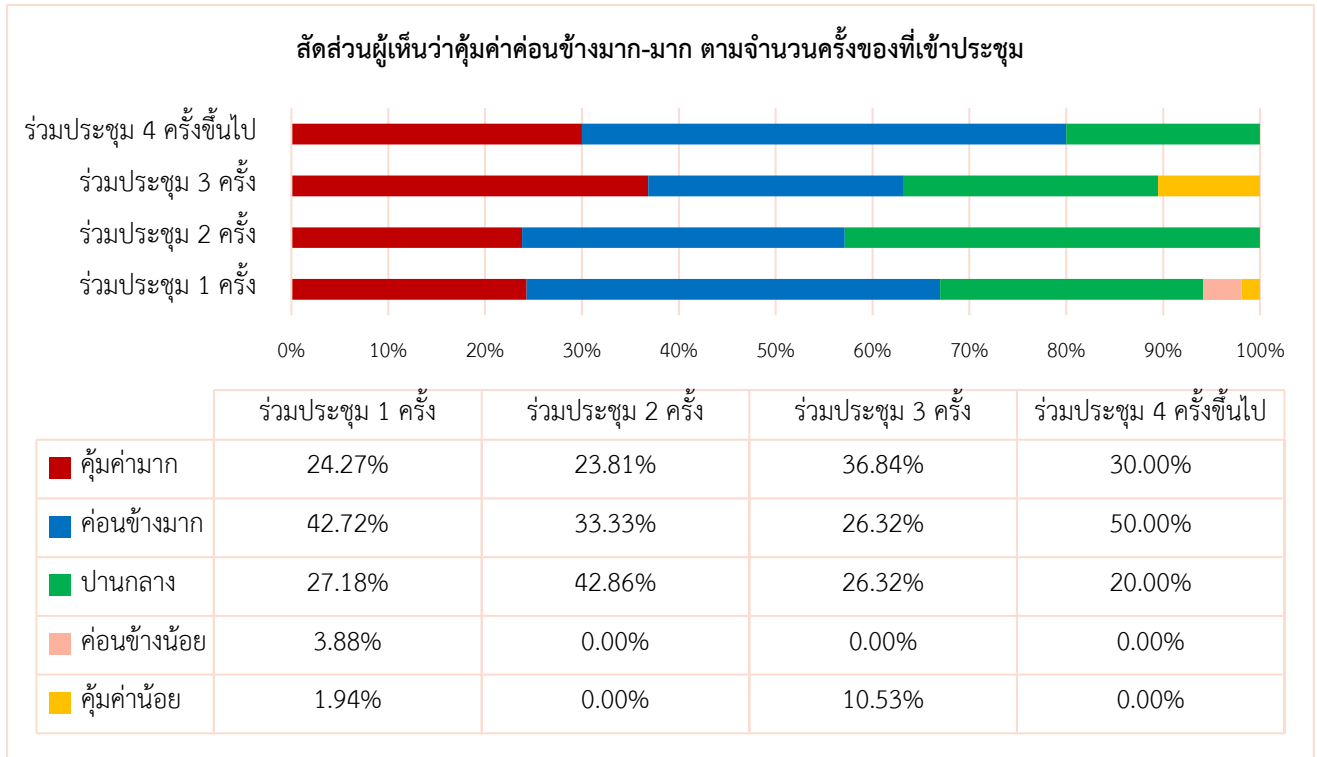
ประเด็นคำถามที่ 15 เกี่ยวกับราคาที่คุณเต็มใจจ่ายจากการที่จะได้ประโยชน์จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 255 คน พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 3 อันดับแรก คือ ร้อยละ 28 ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ เต็มใจจ่ายที่ราคา เท่ากับ 33,653.12 บาทต่อปี รองลงมาคือ ร้อยละ 17 ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับเอกชน เต็มใจจ่ายที่ราคา เท่ากับ 8,260.09 บาทต่อปี และร้อยละ 16 ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาครัฐ เต็มใจจ่ายที่ราคา เท่ากับ 16,763.60 บาทต่อปี แต่ข้อมูลที่น่าสนใจคือ ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 9 ได้ประโยชน์จากการประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้า เต็มใจจ่ายที่ราคาสูงที่สุด เท่ากับ 170,057.62 บาทต่อปี



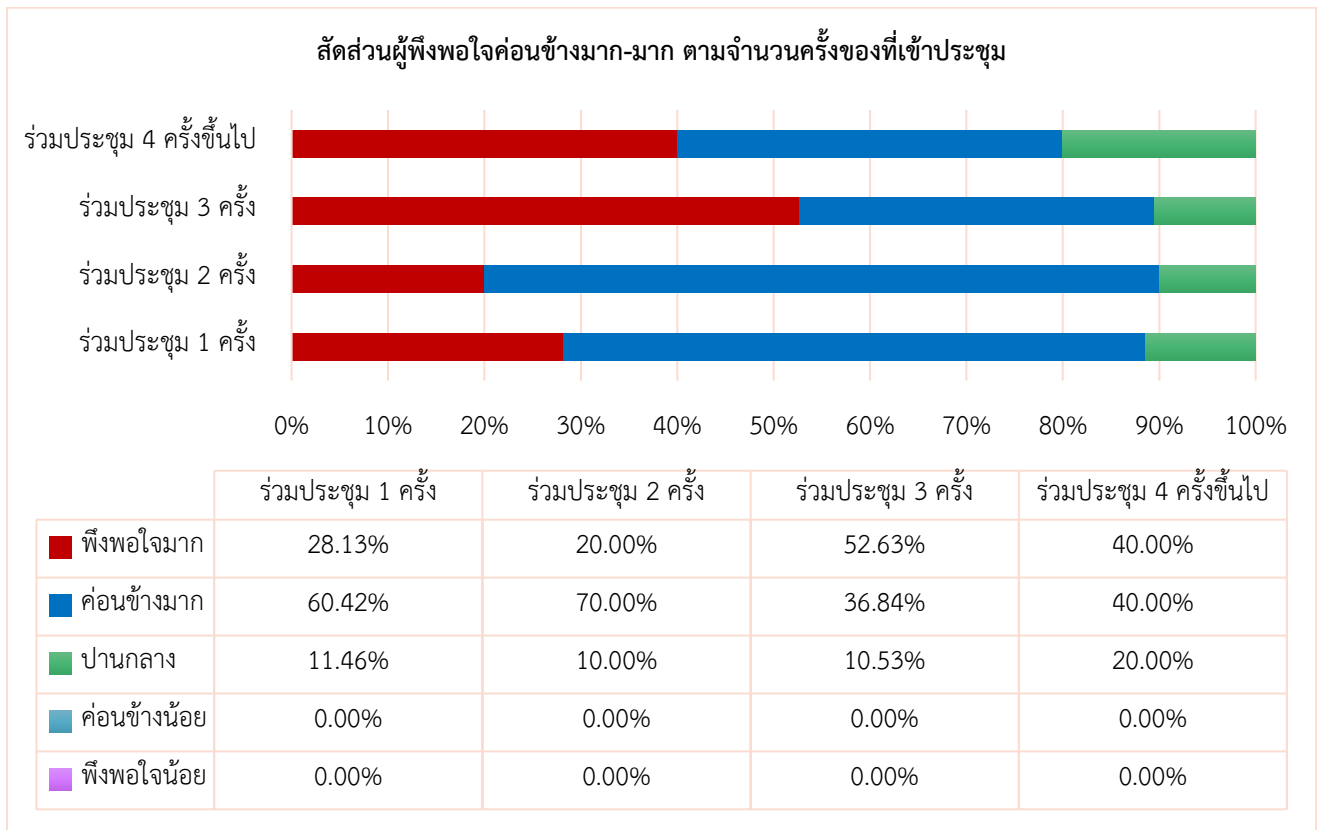
รูปภาพที่ 19 สัดส่วนผู้เห็นว่าค้ำค่าค่อนข้างมาก-มาก ตามกลุ่มอาชีพ



รูปภาพที่ 20 สัดส่วนผู้พึงพอใจค่อนข้างมาก-มาก ตามกลุ่มอาชีพ



รูปภาพที่ 21 สัดส่วนผู้เห็นว่าคุ่มค่าค่อนข้างมาก-มาก ตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม

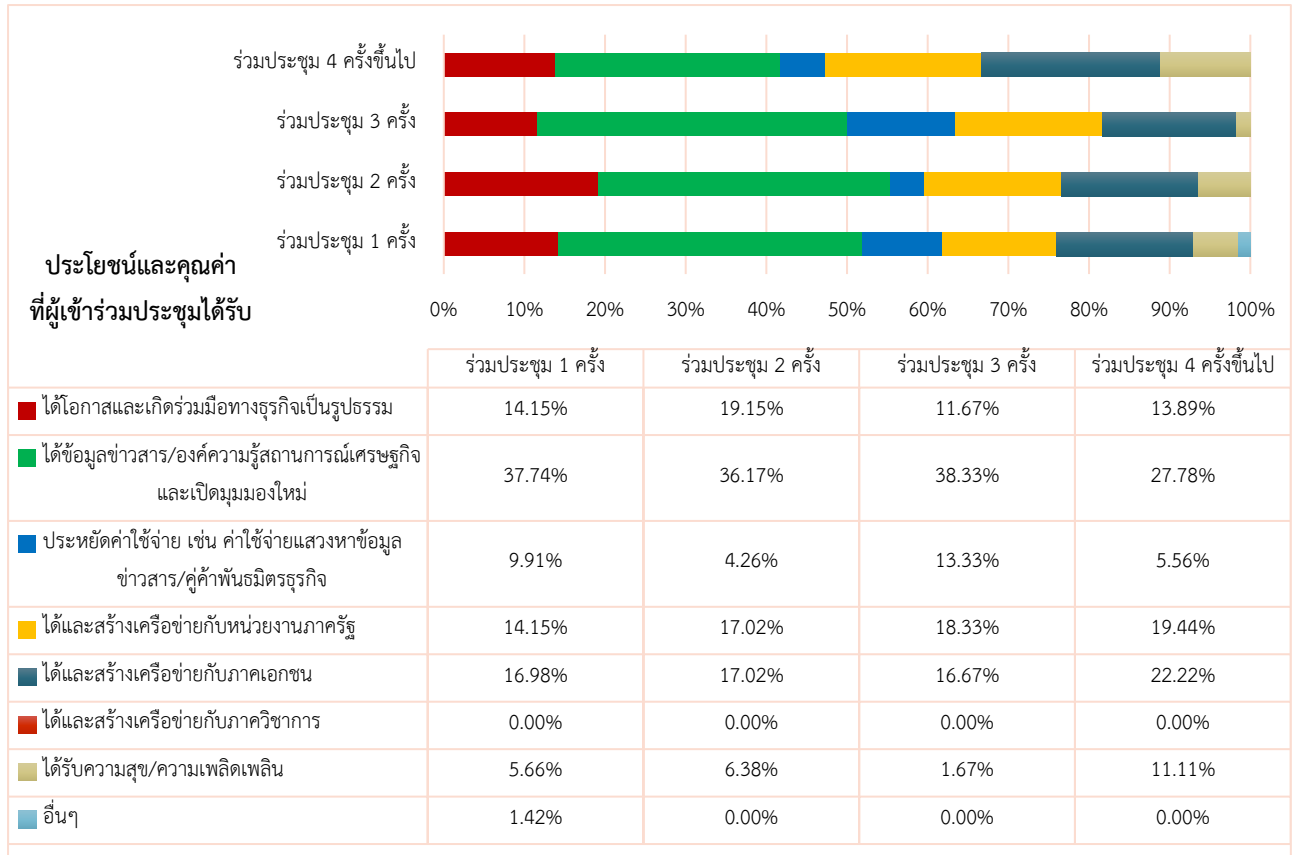


รูปภาพที่ 22 สัดส่วนผู้พึงพอใจค่อนข้างมาก-มาก ตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม

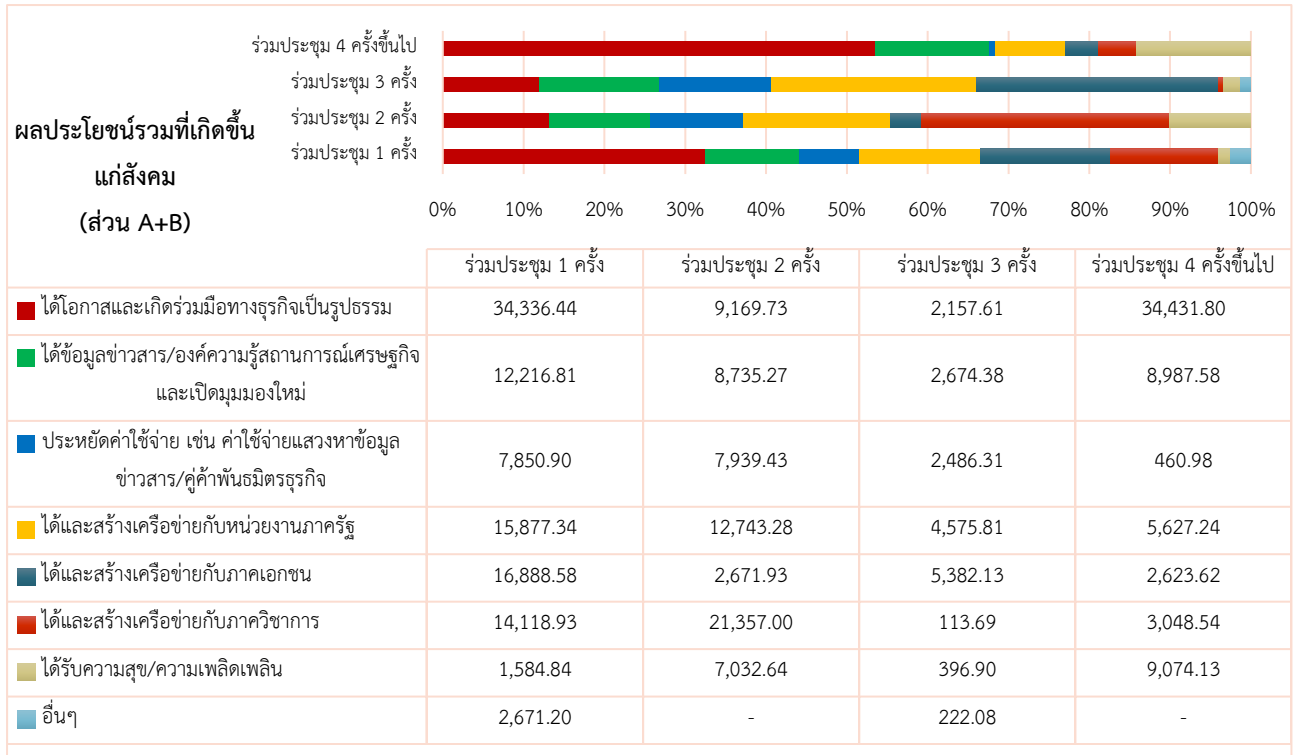
เมื่อทำการวิเคราะห์ข้ามส่วนข้อมูล (Crosstab) ระหว่างข้อมูลอาชีพของผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งสะท้อนลักษณะทางเศรษฐกิจสังคม กับระดับความคุ้มค่าและระดับความพึงพอใจ พบว่า 3 ลำดับแรกของกลุ่มอาชีพที่มีสัดส่วนผู้คิดเห็นว่าการประชุมนี้มีความคุ้มค่าค่อนข้างมาก-มาก ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการและอาชีพอิสระร้อยละ 74.5 กลุ่มข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ-เจ้าหน้าที่รัฐร้อยละ 65.9 และกลุ่มพนักงานลูกจ้างเอกชนร้อยละ 60.0 ในขณะที่ความคิดเห็นด้านความพึงพอใจก็จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความคุ้มค่า โดยที่ผู้ที่มีความพึงพอใจค่อนข้างมาก-มาก คือ กลุ่มผู้ประกอบการและอาชีพอิสระร้อยละ 91.3 กลุ่มพนักงานลูกจ้างเอกชนร้อยละ 88.2 และกลุ่มข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ-เจ้าหน้าที่รัฐร้อยละ 87.9

ผลลัพธ์ทั้งความคุ้มค่าและความพึงพอใจสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์และคุณค่าที่เกิดขึ้นและได้รับประโยชน์ จากการประชุม CLMVT Forum ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปต่อการขยายความร่วมมือเชิงธุรกิจการค้าการลงทุนอย่างเป็นรูปธรรม และกลุ่มอาชีพเหล่านี้จะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงต่อการดำเนินงาน

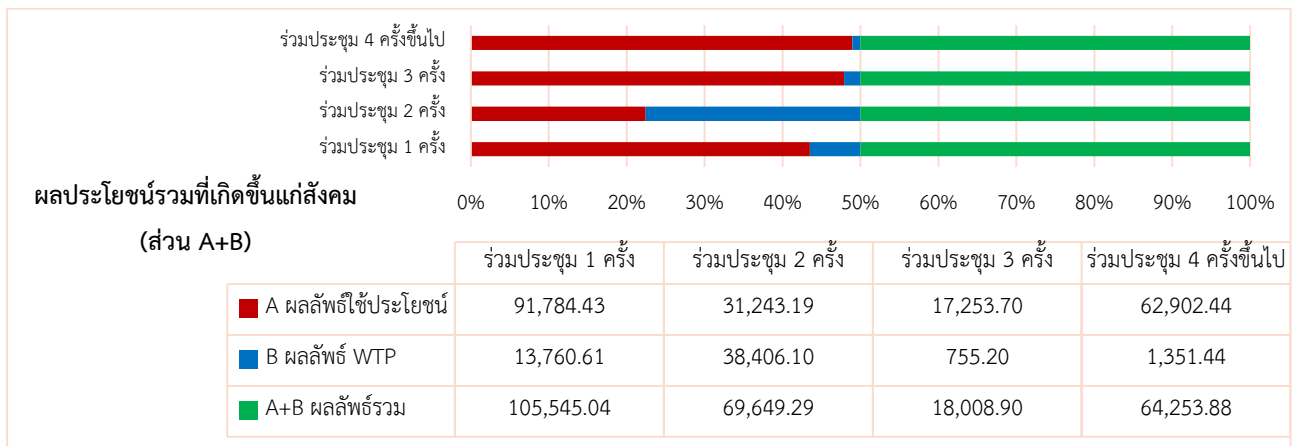
เมื่อวิเคราะห์ข้ามส่วนข้อมูลในลักษณะเดียวกัน แต่เปลี่ยนตัวแปรอาชีพเป็นจำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม CLMVT Forum และกิจกรรมต่อเนื่อง สัดส่วนผู้แสดงความคิดเห็นว่างานประชุมดังกล่าวมีความคุ้มค่าค่อนข้างมาก-มาก แสดงได้เป็นร้อยละ 66.99 57.14 63.16 และ 80.0 เป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ 4 ครั้งขึ้นไป ตามลำดับ จะเห็นว่าผู้เข้าร่วมประชุม 4 ครั้ง หรือมากกว่าจะมีสัดส่วนความรู้สึกคุ้มค่าค่อนข้างมาก-มาก เป็นส่วนใหญ่ และสะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมมีความประทับใจและรู้สึกคุ้มค่าตั้งแต่เข้าร่วมในครั้งแรก และรู้สึกคุ้มค่ามากขึ้น เมื่อเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 4 ครั้งหรือมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับระดับความพึงพอใจค่อนข้างมาก-มาก ที่มีสัดส่วนร้อยละ 88.55 90.00 89.22 และ 80.00 ของกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ 4 ครั้งขึ้นไป ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าประชุมได้รับคุณค่าและประโยชน์อย่างยิ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะสามารถนำคุณค่าและผลประโยชน์ที่ได้รับจากการประชุมไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม และมีแนวโน้มเข้าประชุมและร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง



รูปภาพที่ 23 สัดส่วนผู้เห็นว่าเกิดประโยชน์ขึ้นในแต่ละมิติ ตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม



รูปภาพที่ 24 ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม (บาทต่อราย) แต่ละมิติ ตามจำนวนครั้งของที่เข้าประชุม



รูปภาพที่ 25 ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมโดยรวม (บาทต่อราย) ตามจำนวนครั้งของที่เข้าประชุม

ในแง่ของประโยชน์และคุณค่าที่ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับ ผู้เข้าร่วมประชุมทุกกลุ่ม (1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ 4 ครั้งขึ้นไป) จะให้น้ำหนักกับคุณค่าของการ “ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่” คิดเป็นร้อยละ 37.74 36.17 38.13 และ 27.78 ตามลำดับ ขณะที่ลำดับรองลงมาที่ใกล้เคียงกันทั้ง 3 ส่วน คือประโยชน์จาก “ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT” คิดเป็นร้อยละ 16.98 17.02 16.67 และ 22.22 ตามลำดับ และประโยชน์จาก “ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับ

หน่วยงานภาครัฐใน CLMVT” คิดเป็นร้อยละ 14.15 17.02 18.33 และ 19.44 ตามลำดับ และประโยชน์จาก “ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม” คิดเป็นร้อยละ 14.15 19.15 11.67 และ 13.89 ตามลำดับ

สิ่งที่น่าสังเกต คือ ประโยชน์และคุณค่าจาก “ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐกับภาคเอกชน ใน CLMVT” มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น เมื่อเข้าร่วมประชุมมากขึ้น และประโยชน์จาก “ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม” มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเมื่อเข้าร่วมประชุม 4 ครั้งขึ้นไป อันส่งผลต่อประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม ขณะที่ตัวเลขผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น (บาทต่อผู้เข้าร่วมประชุม) จาก “ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม” มีจำนวนมากที่สุด เป็น 34,336.44 9,169.73 2,157.61 และ 34,431.80 บาท ตามลำดับ ขณะที่ผลประโยชน์จาก “ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐกับภาคเอกชน ใน CLMVT” ได้ผลประโยชน์มีน้ำหนักรองลงมา และเมื่อประมวลผลโดยรวมจะเห็นว่าผลประโยชน์ของการประชุม CLMVT Forum จะเกิดขึ้นอย่างมากในกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม 1 ครั้ง และ 2 ครั้ง และจะเพิ่มมากขึ้นอีกที เมื่อผู้เข้าร่วมประชุมต่อเนื่องตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป นัยยะนี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

บทที่ 5 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากขอบเขตงาน ข้อ 4.2.3 ที่ต้องจัดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก ระดมความเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการ ประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุมจากทั้งในและต่างประเทศ โดยการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์ในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม ZOOM เป็นหลัก โดยภายในประเทศกำหนดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มผู้ที่เคยร่วมงานทั้งจากกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ ระดมความเห็น จากไทยจำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน และสำหรับการสัมภาษณ์ ผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา กำหนดให้มี ผู้ให้สัมภาษณ์อย่างน้อยประเทศละ 10 คน โดยในบทนี้จะนำเสนอรายละเอียดใน 2 หัวข้อ คือ 1) ขั้นตอนการ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 2) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

5.1 ขั้นตอนการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ระดมความเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 โดยผ่านการเห็นชอบและ การประสานงานจากคณะกรรมการตรวจรับ สนค. เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางที่ปรึกษาจึงขอส่ง ขั้นตอนการ ดำเนินการ รวมทั้งสรุปผลและประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 5.1.1 ชื่อหัวข้อการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมการ ประชุม CLMVT Forum และวิธีการเพิ่มผลกระทบเชิงบวกต่อประเทศไทย จากงานประชุม CLMVT Forum ดังกล่าว “The benefits gained by attending the CLMVT forum and the related events from 2016 to 2021 and how to increase the positive impact of the CLMVT Forum”
- 5.1.2 แนวคิดการสัมภาษณ์เชิงลึกจะมุ่งเน้นประเด็นที่สะท้อนถึงผลลัพธ์และผลกระทบจากโครงการ เป็นหลัก ขณะที่สัมภาษณ์รายละเอียดความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนากิจกรรมการ ประชุม CLMVT Forum ในอนาคต ตัวอย่างคำถาม เช่น

- 1) จากการที่ท่านเคยเข้าร่วมการประชุม CLMVT Forum และ/หรือ โครงการ/กิจกรรม ดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุม CLMVT Forum หรือโครงการอื่นๆ อย่างไร
- 2) จากการที่ท่านได้เคยเข้าร่วมการประชุม CLMVT Forum หรือ โครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ท่านได้รับคุณค่าหรือประโยชน์ อะไรบ้าง และท่านได้นำผลลัพธ์จากการประชุม CLMVT Forum ไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างไร
- 3) ปัญหาและอุปสรรคของการสร้างผลลัพธ์จากการประชุม
- 4) ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนากิจกรรมการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่อง อย่างไร

5.1.3 การติดต่อผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 เพื่อขอสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งในและต่างประเทศ มีแนวทางดังนี้

- 1) ที่ปรึกษาทำการส่งจดหมายเชิญอิเล็กทรอนิกส์ (Email) ผ่าน Email list รายชื่อทั้งหมดของผู้ที่เคยเข้าประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 เพื่อเชิญเข้าร่วมการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกลุ่มย่อย (Focus Group) หรือรายบุคคล ตามแต่ที่ผู้ที่แจ้งความประสงค์จะให้สัมภาษณ์ระบุวันและเวลาที่สะดวก และดำเนินการส่งจดหมายเชิญอีกครั้ง แต่เป็นการระบุเป็นรายบุคคล และมีการส่ง Email เพื่อช่วยเตือนความจำของผู้ที่แจ้งความประสงค์จะเข้าร่วมด้วยก่อนวันสัมภาษณ์
- 2) ที่ปรึกษาดำเนินการติดต่อผู้ที่ตอบแบบสอบถาม และเลือกยินดีที่จะเข้าร่วมการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านทาง Email ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุมา
- 3) ที่ปรึกษาขอให้ทางคณะกรรมการฯ สนค. ช่วยส่งจดหมายเชิญผ่านสถานเอกอัครราชทูต สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมาในประเทศไทย เพื่อเชิญชวนผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมการให้สัมภาษณ์แบบออนไลน์
- 4) ที่ปรึกษาดำเนินการติดต่อทูตพาณิชย์ไทยประจำ สปป.ลาว กัมพูชา กรุงเทพมหานคร และ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เพื่อเชิญชวนผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมการให้สัมภาษณ์แบบออนไลน์

- 5) ที่ปรึกษาเลือกตัวอย่างในลักษณะการสร้างเครือข่ายข้อมูล เรียกว่า Snowball Sampling จากผู้ที่ได้สัมภาษณ์ไปแล้ว เพื่อแนะนำให้ติดต่อกับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อขอสัมภาษณ์ท่านอื่น ๆ
- 6) ในกรณีที่ผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ ไม่สะดวกในการให้สัมภาษณ์เชิงลึกและระดมความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ ที่ปรึกษาติดต่อขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์สำหรับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการตามรายชื่อผู้ลงทะเบียนที่อยู่ในประเทศไทยหรือ WhatsApp ในกรณีที่อยู่ต่างประเทศ
 - 5.1.4 วันและเวลาในการสัมภาษณ์เชิงลึก: ในระหว่างวันที่ 2 มีนาคม ถึง 8 เมษายน 2565 ระยะเวลาในการสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 10-90 นาที
 - 5.1.5 รูปแบบการสัมภาษณ์: รูปแบบออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Zoom สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และ โปรแกรม WhatsApp
 - 5.1.6 จำนวนผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งหมด 69 คน แยกเป็นรายประเทศ ดังนี้
 - 1) กัมพูชา จำนวน 10 คน
 - 2) ลาว จำนวน 10 คน
 - 3) เมียนมา จำนวน 14 คน
 - 4) เวียดนาม จำนวน 10 คน
 - 5) ประเทศไทย ทั้งจากกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จำนวน 25 คนรายละเอียดข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ดังแสดงในภาคผนวก ข

5.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

การประมวลผลประเด็นที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะไม่ระบุชื่อและนามสกุลผู้แสดงความคิดเห็น โดยตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความลับและเพื่ออิสระในการแสดงความคิดเห็น โดยมีรายละเอียดโดยสรุปตามประเด็นคำถาม ดังนี้

ประเด็นคำถามที่ 1

จากการที่ท่านเคยเข้าร่วมการประชุม CLMVT Forum และ/หรือ โครงการ/กิจกรรมดำเนินงาน ต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุม CLMVT Forum หรือโครงการอื่น ๆ อย่างไร สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นคำถามที่ 1 ได้ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกทุกท่านที่เคยเข้าร่วมโครงการแสดงความคิดเห็นว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ถึงมากที่สุดจากการที่เคยเข้าร่วมโครงการที่ผ่านมา และได้แสดงความคิดเห็นว่าการจัดประชุมดังกล่าว ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาความร่วมมือทางการค้า การลงทุนในกลุ่มประเทศสมาชิก CLMVT

ประเด็นคำถามที่ 2

จากการที่ท่านได้เคยเข้าร่วมการประชุม CLMVT Forum หรือ โครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ท่านได้รับ คุณค่าหรือประโยชน์ อะไรบ้าง และท่านได้นำผลลัพธ์จากการประชุม CLMVT Forum ไปสู่การใช้ประโยชน์ อย่างไร สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นคำถามที่ 2 ได้ดังนี้

คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับสามารถรวมเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ 1) การสร้างความเชื่อมโยงและ เครือข่ายทางธุรกิจ 2) ความรู้และข้อมูลข่าวสาร และ 3) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ในระดับส่วนบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การสร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายทางธุรกิจ (Connection & Business Networking) ทั้งเครือข่ายทางธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้ว และเครือข่ายทางธุรกิจใหม่ที่ได้จากโครงการฯ ซึ่งก่อให้เกิด การโอกาสในการทำธุรกิจร่วมกันในอนาคต หรือการได้สร้างเครือข่ายกับผู้ให้ทุนวิจัย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจหรือ โครงการวิจัย/การเรียน การสอนร่วมกันในอนาคต ตัวอย่างจาก การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Networking) เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดธุรกิจได้ เช่น ผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการจากประเทศไทย ส่งสินค้าจากประเทศไทยไปให้ผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ ในประเทศเวียดนามที่มีความเชื่อมโยงกันจากโครงการ CLMVT Forum เพื่อหาโอกาสในการทำ การตลาดของสินค้าดังกล่าวในเวียดนาม เป็นต้น
- 2) ความรู้และข้อมูลข่าวสาร (Knowledge & Information) โดยวิทยากรที่เชิญมาบรรยายเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิและมีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้นๆ ทำให้ได้รับประโยชน์ในด้านข้อมูลข่าวสาร ช่วยให้ได้รับรู้ข้อมูลเชิงลึกในหลายประเทศ หรือประเด็นที่เป็นแนวโน้มของโลกหรือในภูมิภาค

มุมมองด้านการลงทุน/การพาณิชย์/เศรษฐกิจ/การศึกษา นอกจากนี้จากโครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups (2562) และการแข่งขัน ถือว่าเป็นเวทีในการแข่งขัน และได้ไอเดียใหม่ไปต่อยอดในการดำเนินธุรกิจ เช่น นวัตกรรมแอปพลิเคชันในการเก็บขยะของเมียนมา หรือ การศึกษาระบบซอฟต์แวร์ของเวียดนาม เป็นต้น

- 3) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ในระดับส่วนบุคคลที่ต่อยอดไปสู่การร่วมมือทางการค้าและการลงทุน ได้สร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในแบบความเป็นเพื่อน แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็น หรือทำงานร่วมกันในระหว่างการประชุม หรือร่วมประชุม เป็นต้น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การจัดโครงการ CLMVT Forum ในปี 2020-2021 เป็นแบบออนไลน์ แต่ก็ยังทำให้ผู้เข้าร่วมได้มีโอกาสในการติดต่อกับเพื่อนที่เคยได้ร่วมฝึกอบรมด้วยกัน และมีกรณีการต่อยอดความสัมพันธ์แบบเพื่อนไปสู่ความร่วมมือทางการค้า-ธุรกิจ และการลงทุน อาทิ นักธุรกิจเวียดนามผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงผลผลิตภัณฑียาตามที่คุณนักธุรกิจไทยส่งสินค้ามาให้เป็นตัวแทนจำหน่าย ทำตลาดในเวียดนาม เป็นต้น

ประเด็นคำถามที่ 3

ปัญหาและอุปสรรคของการสร้างผลลัพธ์จากการประชุม สรุปได้ดังนี้

- 1) การสร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายทางธุรกิจ (Connection & Business Networking) นำไปใช้ในการต่อยอดธุรกิจได้ อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมายังไม่ได้มีการต่อยอดทางธุรกิจที่เป็นรูปธรรม โดยส่วนมากเป็นการสร้างความสัมพันธ์เพื่อนำไปใช้ในอนาคต
- 2) ยังขาดกลไกการสร้างความต่อเนื่องในการสร้างการรักษาความสัมพันธ์ โดยยังขาดการเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในระยะยาวที่เป็นรูปธรรม หรือ ขาดการสร้างสมาคมศิษย์เก่า CLMVT Forum
- 3) ยังขาดการจัดกิจกรรมต่อเนื่อง (Follow up) ให้แก่ผู้ที่เคยเข้าร่วมประชุม โดยยังไม่มีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการพบปะและมีกิจกรรมร่วมกันภายหลังการเข้าร่วมโครงการฯ ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจ

- 4) เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การติดต่อภายในเครือข่ายทางธุรกิจขาดความต่อเนื่อง ส่งผลต่อการต่อยอดให้เกิดผลลัพธ์เชิงธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

ประเด็นคำถามที่ 4

ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนากิจกรรมการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องอย่างไร สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นคำถามที่ 4 ได้ดังนี้

- 1) ควรมีการยกระดับงานประชุม CLMVT Forum ในลักษณะเดียวกับ World Economic Forum ที่เป็นการประชุมที่จัดการโดยองค์กรเอกชนระหว่างประเทศ และมีสมาชิกและพันธมิตรชั้นนำจากหลากหลายองค์กรทั่วโลก โดยเป็นกิจกรรมประชุมประจำปี หรือประจํารอบทุก 2 ปี โดยประเด็นหัวข้อที่น่าสนใจ มีความท้าทาย และมีกิจกรรมที่ทุกคนให้ความสนใจ รวมทั้งควรมีการนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาหรือนวัตกรรมใหม่ให้กับประเทศสมาชิกในภูมิภาค โดยให้การประชุม CLMVT เป็นแหล่งข้อมูล เชื่อมโยง และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้แก่มิตรธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMVT และผู้สนใจที่จะลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMVT จากต่างประเทศทั่วโลก
- 2) การดำเนินงานประชุม CLMVT Forum อาจมีข้อจำกัดในการขยายผล และการสร้างความต่อเนื่อง เนื่องจากไม่ได้สังกัดหน่วยงานระหว่างประเทศ หรือไม่อยู่ภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น กรอบอาเซียน Great Mekong Subregion (GMS) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) หรือกรอบความร่วมมือแม่โขง - ล้านช้าง (Mekong - Lancang Cooperation: MLC) เป็นต้น ซึ่งการที่การประชุม CLMVT ดำเนินงานอยู่ภายใต้ สนค. กระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย อาจมีข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงความร่วมมือ การจัดสรรงบประมาณดำเนินโครงการ ทั้งนี้การจะนำโครงการ CLMVT Forum ไปอยู่ในกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศนั้น กรอบ ACMECS มีความเป็นไปได้มากที่สุด แต่ภายใต้กรอบ ACMECS มีระเบียบเศรษฐกิจหลวงพระบาง อินโดจีน เมะล่าย (LIMEC) อยู่แล้ว ซึ่งถ้าไปอยู่ในกรอบนี้ก็จะเป็นโครงการขับเคลื่อนความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ที่ไม่ใช่รูปแบบระเบียบเศรษฐกิจ

- 3) มีข้อเสนอแนะในการหมุนเวียนการเป็นเจ้าภาพประชุม CLMVT ซึ่งอาจจำเป็นที่ต้องมีการลงนาม MOU ระหว่างกระทรวงพาณิชย์ของแต่ละประเทศ เพื่อให้มีการจัดในประเทศในกลุ่ม CLMVT ได้อย่างเป็นรูปธรรม
- 4) ควรมีการจัดทำเว็บไซต์ และจัดทำระบบฐานข้อมูลส่วนกลางของ CLMVT Forum สำหรับผู้ที่เคยเข้าร่วมงาน และสำหรับบุคคลทั่วไป ให้สามารถติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเครือข่ายนักธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMVT ได้ตลอดเวลา และการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่องตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก สอดคล้องตามสถานการณ์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ควรมีการบริหารจัดการโดยใช้ฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ แอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์ รวมทั้งแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง ในการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นเชิงรุก อาทิ การควรมีการแจ้งรายละเอียดกำหนดการประชุม CLMVT Forum หรือกิจกรรมสัมมนาต่างๆ อย่างล่วงหน้าก่อนเริ่มงาน หรือการตรวจสอบรายชื่อผู้ที่จะเข้าร่วมงานล่วงหน้า มีการใช้แอปพลิเคชัน เข้ามาใช้ในการสื่อสารและจัดการประชุม CLMVT Forum เช่นรูปแบบของการประชุม Textile Forum
- 5) ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรม อาจเชิญชวนผู้เข้าร่วมในกลุ่มประเทศ CLMVT ผ่านทางสถานทูต เพื่อให้ผู้สนใจได้รับข้อมูลอย่างทั่วถึง
- 6) การที่การประชุม CLMVT Forum จะสำเร็จได้ ต้องมีความต่อเนื่อง โดยต้องดูที่นโยบายของผู้จัด (สนค.) ว่ามีความต่อเนื่องอย่างไร ส่วนนี้อาจจำเป็นต้องพัฒนาหน่วยงานที่มีบทบาทรับผิดชอบเฉพาะภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศ CLMVT
- 7) การจัดประชุม CLMVT Forum ในรูปแบบออนไลน์ มีข้อดี เช่น สะดวกสบาย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง เป็นต้น แต่ก็มีข้อเสีย คือ ขาดการสร้างเครือข่ายใหม่กับสมาชิกใหม่หรือการขาดการเชื่อมโยงกับเครือข่ายเดิมเพราะไม่มีโอกาสได้พบปะผู้เข้าร่วมประชุมเหมือนการประชุมในรูปแบบปกติ (On-site) นอกจากนี้การประชุมในรูปแบบออนไลน์ยังมีปัญหาด้านเทคนิค เช่น สัญญาณไม่ชัด เป็นต้น ดังนั้น หากมีการประชุม CLMVT ในรูปแบบออนไลน์ ควรมีผู้ประสานงาน (Facilitator) ในการสร้างบรรยากาศให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ทำความรู้จักกันมากขึ้น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีทำความรู้จักกันมากขึ้น หรือมีการแยกห้องประชุมเป็นห้องย่อย

ในช่วงพักหรือหลังประชุมเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ (informal network) มากขึ้น และอาจพัฒนาระบบศูนย์กลางฐานข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นทางการในรูปแบบที่ต่อเนื่องและถาวร

- 8) ควรมีกิจกรรมหรือโครงการติดตามผลต่อเนื่องมากกว่าปีละ 1 ครั้ง โดยอาจเป็นรูปแบบการประชุมย่อยตามหัวข้อที่ผู้เข้าร่วมสนใจ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม เป็นต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมประชุมอย่างต่อเนื่อง
- 9) อาจมีกิจกรรมการนำเสนอธุรกิจใหม่ (Business Pitching) และ/หรือ การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และนำเสนอเป็นเรื่องราวเพื่อประชาสัมพันธ์การประชุม CLMVT Forum ได้อีกด้วย อาจมีการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจจะไปเปิดตลาดในประเทศ CLMVT เพื่อเปิดตลาดของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศได้มีโอกาสนำเสนอสินค้า/บริการ ให้แก่ผู้สนใจ หรือมีการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ ในแต่ละอุตสาหกรรม และควรครอบคลุมในทุกสาขาเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม (Sector) ที่สำคัญของกลุ่มประเทศ CLMVT เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น
- 10) การประชุม CLMVT หากเป็นไปได้ควรเปิดโอกาสให้ใช้ภาษาท้องถิ่น เพราะผู้ประกอบการจากหลายประเทศอาจไม่เชี่ยวชาญในการใช้ภาษาอังกฤษ โดยหากมีการใช้ล่ามจะช่วยลดช่องว่างอุปสรรคด้านภาษาลงได้ เหมือนที่ประชุมสหประชาชาติ
- 11) ควรเน้นการเสริมสร้างเครือข่ายนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาควิชาการในกลุ่มประเทศ CLMVT โดยพัฒนา CLMVT Forum Alumni เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจผู้ที่เคยเข้าร่วมประชุม หรือเข้าร่วมกิจกรรม ควรส่งเสริมการจัดตั้งสมาคม CLMVT Trade Association และกลุ่ม Service Foresight Groups รวมทั้งอาจจะพิจารณาปรับรูปแบบการประชุมแบบ 3-5 วันต่อเนื่อง เป็นการประชุมที่มีการเว้นช่วง เช่น จัดประชุม ในช่วงแรก แล้วเว้นช่วง 1-2 วัน และจัดต่ออีก เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้ใช้เวลาอยู่ด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อให้มีเวลาสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ความสัมพันธ์อันดี และการเชื่อมโยงธุรกิจ มากขึ้น รวมทั้งอาจมี 1 วันเป็น Sport Day และควรจัดมีกิจกรรมต่อเนื่องระหว่างปีด้วย

บทที่ 6 โครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)

6.1 สรุปการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในปี 2559-2564

ที่มาของงาน CLMVT Forum เป็นนโยบายรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มีนโยบายเชิงรุกให้กระชับความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของไทยกับกลุ่มประเทศ CLMVT ให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น และมอง CLMV เป็นเสมือนหนึ่งตลาดในประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์จึงร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน จัดงาน CLMVT Forum เพื่อเป็นเวทีหารือร่วมกันระหว่างผู้นำระดับสูงของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการของประเทศใน CLMVT เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ในการก้าวสู่ตลาดโลกและการเจริญเติบโตไปด้วยกันอย่างทั่วถึงและยั่งยืน รวมทั้งเป็นเวทีหลักเพื่อสร้างความร่วมมือในภูมิภาค เสริมสร้างบทบาทของ CLMV และไทยในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของอาเซียน โดยที่ผ่านมามีการจัดงาน อาทิ

6.1.1 งาน CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity

6.1.2 งาน CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology

6.1.3 งาน CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia

6.1.4 โครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups 2019

6.1.5 โครงการ CLMVT Adapt to Global value Chain 2019

6.1.6 งานสัมมนา CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019

6.1.7 โครงการอบรม CLMVT Executive Program - CLMVT Connex

6.1.8 โครงการ CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal

6.1.9 งาน CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online)

และมีการสรุปสาระของการดำเนินงานในกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

6.1.1 งาน CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity

กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน จัดงาน CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity ระหว่างวันที่ 16-18 มิถุนายน 2559 ณ กรุงเทพมหานคร โดยภายในงานได้รับเกียรติจากวิทยากรรับเชิญจากภาครัฐและเอกชนมากกว่า 50 คน และมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 700 คน

สาระสำคัญของการประชุมประกอบด้วย 4 หัวข้อสำคัญด้านการพัฒนาภูมิภาค เพื่อ“มุ่งสู่ความเจริญก้าวหน้าร่วมกัน” ได้แก่

หัวข้อที่ 1 ปลดปล่อยศักยภาพ CLMVT: มุมมองจากบริษัทชั้นนำของโลก

หัวข้อที่ 2 ปลดล็อก CLMVT: การสร้างความเชื่อมโยงแบบไร้รอยต่อใน CLMVT

หัวข้อที่ 3 CLMVT แห่งคุณภาพ: การสร้างสภาวะในการประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและการใช้ชีวิตที่ดี

หัวข้อที่ 4 ดิจิทัล CLMVT: การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลใน CLMVT

ผลของการประชุม สามารถสรุปได้เป็น 4 หัวข้อร่วม (Common themes) ดังนี้

หัวข้อที่ 1 การส่งเสริมความเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าของภูมิภาคและของโลก

หัวข้อที่ 2 การเพิ่มความเชื่อมโยง (Connectivity)

หัวข้อที่ 3 การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน

หัวข้อที่ 4 การแบ่งปันกัน และการทำงานร่วมกัน (Sharing and Collaboration)

จากการประชุมมีผลลัพธ์ที่สามารถขับเคลื่อนให้เห็นผลได้โดยเร็ว (Quick Win) และการดำเนินการต่อเนื่องในลำดับต่อไป ดังนี้

1) การจัดตั้ง “CLMVT Business Council” เพื่อเป็นหน่วยงานเฉพาะกิจ (Ad Hoc) แก้ปัญหาทางการค้า โดยให้ภาคเอกชนเป็นผู้นำ เพื่อประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดจากผู้นำภาคเอกชนทั้ง 5 ประเทศ

2) การพัฒนา “Knowledge Tank” เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเศรษฐกิจการค้าของ CLMVT ในลักษณะ one-stop data platform

3) “Think Regionally : Human Capital Development Partnership” เพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในกลุ่ม CLMVT ด้วยความร่วมมือกับประเทศที่สาม

4) “CLMVT Value Creation Initiative / CLMVT Handicrafts Marketplace” เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและหัตถกรรมร่วมกัน

- 5) การส่งเสริมการจัดตั้ง “CLMVT Startups Forum” เพื่อเป็นเวทีความร่วมมือของ startups ในภูมิภาค และเป็นจุดพบปะสำหรับผู้ประกอบการ startups นักลงทุน และสถาบันการเงิน
- 6) “Tourism Data Exchange” เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่าง CLMVT และต่อยอดจาก Thailand Tourism Gateway ให้ภาคเอกชนใน CLMVT สามารถนำสถิติไปใช้ประโยชน์ได้
- 7) “Green Season in CLMVT” และ “CLMVT Local Trail” เพื่อเปิดเมืองท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เป็นเมืองรอง และให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างเต็มที่

6.1.2 งาน CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology

กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน จัดงาน CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology ระหว่างวันที่ 16-17 สิงหาคม 2561 ณ กรุงเทพมหานคร โดยภายในงานได้รับเกียรติจากวิทยากรรับเชิญจากภาครัฐและเอกชน 45 คน มีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 1,000 คน

สาระสำคัญของการประชุมประกอบด้วย 4 หัวข้อสำคัญด้านการพัฒนาภูมิภาค เพื่อ “มุ่งสู่ความเจริญก้าวหน้าร่วมกัน” ได้แก่

หัวข้อที่ 1 ระบบนิเวศการค้าดิจิทัล: สิ่งที่ต้องทำคืออะไร?

หัวข้อที่ 2 จากการค้าออฟไลน์สู่ออนไลน์: โอกาสของ CLMVT ในการค้าการลงทุน ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม

หัวข้อที่ 3 SMEs และสตาร์ทอัพ: ช่วงเวลาแห่งการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

หัวข้อที่ 4 เศรษฐกิจสร้างสรรค์: การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างทั่วถึง

ผลของการประชุม สามารถสรุปได้เป็น 5 หัวข้อร่วม (Common themes) ดังนี้

หัวข้อที่ 1 การส่งเสริมทัศนคติและความไว้วางใจด้านดิจิทัล (Digital mindset and trust)

หัวข้อที่ 2 การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development)

หัวข้อที่ 3 การพัฒนาระบบนิเวศทางการค้าดิจิทัล และการปรับประสานกฎระเบียบ

(Ecosystem & Harmonization)

หัวข้อที่ 4 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน (Public-Private Collaboration)

หัวข้อที่ 5 การเติบโตอย่างทั่วถึง (Inclusiveness)

ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ และองค์การระหว่างประเทศ ดำเนินกิจกรรมและโครงการหลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระชับความเชื่อมโยงของ CLMVT เช่น

- การจัดตั้ง "สถาบันที่ปรึกษาอัจฉริยะการค้าและการลงทุน (Advising Investment and Trade Institute หรือ AITI)" เพื่อให้เป็น CLMVT Knowledge Tank โดยมี หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นผู้ดำเนินการ

- การจัดหลักสูตรอบรม CLMVT Executive Program ซึ่งจัดโดย สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ หรือ New Economy Academy (NEA) โดยได้เชิญผู้นำจากภาครัฐ ภาคเอกชน ของไทยและ

กลุ่มประเทศ CLMV ตลอดจนผู้แทนสถาบันการศึกษาชั้นนำด้าน Entrepreneurship และ Innovation ของโลก มาร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อขับเคลื่อนประเทศ ในเศรษฐกิจยุคใหม่

- การเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในกลุ่มประเทศ CLMVT หรือ Young Entrepreneur Network Development Program เพื่อขยายโอกาสการค้าและการลงทุนระหว่างกัน
- นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังมีโครงการและกิจกรรมในการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ CLMVT ในด้านต่างๆ อีกมาก เช่น การอบรมหลักสูตรด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ หลักสูตรพัฒนาผู้บริหาร/ผู้ประกอบการระดับกลาง-สูง (CLMVT Connex) และหลักสูตรสำหรับธุรกิจ Startup ตลอดจนจัดเวที เพื่อเชื่อมโยง Startup กับ SMEs เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นแนวคิดการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- การจัดทำโครงการหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้าและประชารัฐเมืองคู่มิตร เพื่อธุรกิจสู่สากล หรือ Strategic Partnership for Sister Cities เป็นโครงการนำร่องเพื่อนำไปสู่การสร้างห่วงโซ่คุณค่าระหว่างกัน และส่งเสริมตลาดให้กับสินค้าศักยภาพของเมืองชายแดน เช่น (1) ภาคตะวันออกของไทย กับ จังหวัดไพลิน และพระตะบองของกัมพูชา (สินค้านำร่อง คือ มะม่วงแก้วขมิ้น) (2) ภาคเหนือของไทยกับรัฐฉานของเมียนมา (สินค้านำร่อง คือ สมุนไพร) (3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย กับ แขวงสะหวันนะเขตของ สปป.ลาว (สินค้านำร่อง คือ โคเนื้อและโคขุน) และ (4) ภาคตะวันตกของไทย กับ เมืองมะริดของเมียนมา (สินค้านำร่อง คือ สินค้าประมง) เป็นต้น

6.1.3 CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia

การประชุม CLMVT Forum 2019 เริ่มขึ้นในวันที่ 23 มิถุนายน 2562 ใน รูปแบบการจัดงานเลี้ยง ต้อนรับและเสวนาหัวข้อ “Trade War: What it means for ASEAN” โดยมีนางสาวชุตติมา บุญยประภัศร์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์รักษาการแทน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกล่าว ต้อนรับ และในวันที่ 24 มิถุนายน 2562 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธานเปิดงาน CLMVT Forum 2019 พร้อมกล่าวปาฐกถาพิเศษหัวข้อ “CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia” โดยมี รัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรมจาก กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา และเอกอัครราชทูต เวียดนามประจำประเทศไทย ให้เกียรติเข้าร่วมพิธีเปิดงาน พร้อมผู้เข้าร่วมงาน ภาครัฐ ภาคเอกชนและ ภาควิชาการกว่า 600 คน จาก 14 ประเทศ

สาระสำคัญของการประชุมประกอบด้วย 4 หัวข้อสำคัญเกี่ยวกับการผลักดัน CLMVT สู่อการเป็น ศูนย์กลางห่วงโซ่คุณค่ายุคใหม่แห่งเอเชีย ได้แก่

หัวข้อที่ 1 สงครามการค้า: นัยยะต่อภูมิภาคอาเซียน

หัวข้อที่ 2 CLMVT ภูมิภาคแห่งโอกาสที่ไม่มีสิ้นสุด

หัวข้อที่ 3 การเชื่อมโยงทางการค้าและการลงทุนจาก CLMVT สู่อโลก

หัวข้อที่ 4 การยกระดับการเชื่อมโยงของภูมิภาค CLMVT สู่อความสำเร็จ

ผลของการประชุม สามารถสรุปได้เป็น 3 หัวข้อร่วม (Common themes) ดังนี้

หัวข้อที่ 1 การเป็นภูมิภาคแห่งโอกาสและศักยภาพไม่มีสิ้นสุด

ด้วยข้อได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ที่มีที่ตั้งอยู่ใจกลางอาเซียน และใกล้กับจีนและอินเดีย รวมทั้งมีจุดแข็งของแต่ละประเทศที่สอดรับกันอย่างลงตัว ขนาดประชากรและกำลังแรงงานจำนวนมาก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีรวมทั้งดิจิทัลที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่คุณค่า ความเชื่อมโยงของเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและทางราง ผ่านกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) ที่สามารถเชื่อมโยงกับโครงข่ายคมนาคมภายใต้ยุทธศาสตร์หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (Belt and Road Initiative หรือ BRI) ของจีน และเขตเศรษฐกิจพิเศษที่จัดตั้งขึ้นมากมาย ซึ่งจะช่วยให้ประเทศใน CLMVT ประสานจุดแข็งร่วมกันอย่างลงตัวในการดึงดูดการค้าการลงทุนและผลักดันให้ CLMVT กลายเป็นห่วงโซ่คุณค่าของโลกที่เข้มแข็ง และใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นท่ามกลางความตึงเครียดทางเศรษฐกิจการค้าและภูมิรัฐศาสตร์โลก

หัวข้อที่ 2 การเตรียมความพร้อมรับมือต่อความท้าทายที่สำคัญ

ประเด็นความท้าทายสำคัญต่อการเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่คุณค่ายุคใหม่ของภูมิภาค CLMVT คือ ความไม่แน่นอนของความตึงเครียดทางการค้าที่มีแนวโน้มยืดเยื้อ และเกี่ยวพันในหลายมิติทั้งด้านเศรษฐกิจการเมือง การทหาร วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ซึ่งอาจจะกดดันให้ประเทศต่างๆ ในอาเซียนเลือกข้าง ความไม่สอดคล้องและเชื่อมโยงทางกฎระเบียบ และอุปสรรคทางการค้าจากมาตรการที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) ตลอดจนความจำเป็นในการพัฒนาทุนมนุษย์และธุรกิจให้สอดรับกับเทคโนโลยียุคใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนโลก

หัวข้อที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่คุณค่ายุคใหม่ของ CLMVT

ภูมิภาค CLMVT ควรรักษาสมดุลในการสร้างความสัมพันธ์กับประเทศมหาอำนาจ สนับสนุนระบบการค้าเสรีที่เป็นไปตามกฎเกณฑ์และกติกา และควรร่วมมือกันในการประสานและใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของแต่ละประเทศที่สอดรับกันอย่างลงตัว เพื่อการเป็นฐานการผลิตร่วมตามวัตถุประสงค์ของ AEC Blueprint

2025 โดยการสร้างความเชื่อมโยงทั้งทางกายภาพ และทางด้านกฎระเบียบ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านดิจิทัล เศรษฐกิจแพลตฟอร์มและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน การส่งเสริมและพัฒนาภาคบริการ ซึ่งทั้งหมดข้างต้นถือเป็นก้าวที่เชื่อมต่อข้อต่อต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าของภูมิภาคได้ นอกจากนี้ แต่ละประเทศควร เน้นการพัฒนาทักษะและการเสริมทักษะใหม่ให้แก่แรงงาน รวมทั้งการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้ทันกับ แนวโน้มเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และการส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งนี้ เพื่อให้ภูมิภาค CLMVT กลายเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่คุณค่ายุคใหม่ได้ในที่สุด

ข้อเสนอความร่วมมือของ CLMVT ในอนาคต เพื่อต่อยอดและผลักดันให้ CLMVT เป็นศูนย์กลาง ห่วงโซ่คุณค่ายุคใหม่ได้อย่างเป็นรูปธรรม มีดังนี้

1) ส่งเสริมการจัดตั้ง “CLMVT Trade Association” ส่งเสริมให้ภาคเอกชนจัดตั้ง สภาหอการค้า และ/หรือสภาอุตสาหกรรมรวมกันในกลุ่ม CLMVT เพื่อเพิ่มโอกาส และบทบาทในการขับเคลื่อนการค้า การลงทุนในกลุ่มประเทศให้มากขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมกลไกการค้าของภาคเอกชนที่มีอยู่เดิมด้วย

2) ส่งเสริมการจัดตั้ง “CLMVT Services Foresight Group” ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้นำทางความคิด ด้านภาคบริการ เพื่อหารือทำความเข้าใจถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่มีต่อ ภาคบริการ รวมทั้งคาดการณ์ถึงทิศทาง/แนวโน้มของภาคบริการในอนาคต เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการ ดำเนินการด้านการค้าและการพัฒนาภาคบริการของ CLMVT

3) ริเริ่มโครงการความร่วมมือด้านเศรษฐกิจแพลตฟอร์มและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ “CLMVT Platform Collaborations” เพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจที่พึ่งพาดิจิทัลแพลตฟอร์มในการ แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ แบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ซึ่งจะ ช่วยลดต้นทุน เชื่อมโยงผู้ผลิตและลูกค้าทั้งในและนอกภูมิภาค และพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศ CLMVT

4) ส่งเสริมการจัดตั้งเวทีเศรษฐกิจดิจิทัล “CLMVT Digital Forum” เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และ ประสบการณ์พร้อมทั้งส่งเสริมความร่วมมือในระดับภูมิภาคด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ท่ามกลางความท้าทายในบริบท ของการค้าโลกในปัจจุบันโดยเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่ครอบคลุมและยั่งยืน

5) ต่อยอดโครงการ “CLMVT Startups Mentoring 2.0” จากความสำเร็จของโครงการ Scale Up Bootcamp for Startups ที่ดำเนินการในปี 2562 ซึ่งช่วยสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและความร่วมมือ ตลอดจน พัฒนาผู้ประกอบการ Startups ใน CLMVT ให้มีองค์ความรู้ในการพัฒนาและขยายธุรกิจทั้งภายในและภายนอก ประเทศ

6) ต่อยอดโครงการความร่วมมือด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและทุนมนุษย์ “Human Resource Development Consolidation” เพื่อต่อยอดและเติมเต็มช่องว่างการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและทรัพยากรบุคคลของภูมิภาค CLMVT ในการเพิ่มพูนหรือปรับทักษะให้ตอบรับกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยอาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ ในการพัฒนาโครงการต่อไป

6.1.4 CLMVT: การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจการค้าสมัยใหม่ (Scale Up Bootcamp for Startups)

โครงการอบรม Scale Up Bootcamp for Startups จัดขึ้นระหว่าง วันที่ 31 พฤษภาคม - วันที่ 4 มิถุนายน 2562 เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากผลการประชุม CLMVT Forum 2018 เมื่อเดือนสิงหาคม 2561 ที่ต้องการให้มีการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ CLMVT โดยมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพจากภูมิภาค CLMVT เข้าร่วมโครงการ 63 คน แบ่งเป็น 21 ทีม ๆ ละ 3 คน เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเสวนาหัวข้อ “The Startup Hypergrowth” การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่มีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องการวางแผนธุรกิจแบบ Lean Canvas การออกแบบ UX/UI (User Experience และ User Interface) และ UI Design and Design (UX/UI) และกลยุทธ์การระดมทุน รวมทั้งมีกิจกรรมสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และกิจกรรมการนำเสนอผลงาน (Pitching) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการมีโอกาสนำเสนอธุรกิจสู่นักลงทุน เพื่อสร้างโอกาสต่อยอดธุรกิจ

ผลจากการจัดกิจกรรม ได้แก่

1) ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วยกัน จำนวน 37 เรื่อง แบ่งเป็น 3 หัวข้อหลัก คือ

หัวข้อที่ 1 ความร่วมมือแบ่งปันเทคโนโลยี ความรู้ เครื่องมือ หรือนวัตกรรมในสินค้า/บริการ

หัวข้อที่ 2 ความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกในการเข้าตลาด การทดลองตลาดการแบ่งปัน

กลุ่มลูกค้า

หัวข้อที่ 3 ความร่วมมือขยายเครือข่ายการดำเนินธุรกิจ การขยายเครือข่ายไปสู่ธุรกิจหรือ

นักลงทุนข้างเคียง

จากการติดตามผลความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม พบว่ามีการจับคู่ทางธุรกิจที่มีโอกาสในการสร้างมูลค่าการลงทุนระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ได้แก่ ทีม DEXCORo จากประเทศไทย

ซึ่งให้บริการนวัตกรรมการนำเสนอบริการตกแต่งบ้านผ่านเทคโนโลยีภาพเสมือนจริง กับทีม RSHOPING.la ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม e-commerce จากประเทศ สปป. ลาว โดยทีม RSHOPING.la ได้พาทีม DEXCORO ไปรู้จักและเจรจาธุรกิจกับโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์และ ผู้รับเหมาตกแต่งภายในของประเทศ สปป.ลาว

2) เกิดความร่วมมือระหว่างโครงการ กับ กลุ่มนักลงทุน Bangkok Venture Club โดย Bangkok Venter Club ทำการคัดเลือกทีมที่น่าสนใจจำนวน 6 ทีม จากโครงการ เพื่อนำเสนอ (Pitch) ในโครงการของ Bangkok Venture Club และพิจารณาลงทุนต่อไป โดยทีมที่ได้รับคัดเลือก ได้แก่ Edu2Review จาก ประเทศเวียดนาม RecyGlo จากประเทศเมียนมา Vinagao จากประเทศเวียดนาม DEXCORO จาก ประเทศไทย Goteddy จากประเทศ สปป.ลาว และ Condothai จากประเทศไทย เนื่องจากทั้งหมดเป็นทีมสตาร์ทอัพที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายในการนำเสนอผลงานต่อนักลงทุน ซึ่งมีศักยภาพและผ่านการคัดกรองจากในโครงการแล้ว โดย ณ ปัจจุบันยังอยู่ในช่วงรวบรวมสตาร์ทอัพที่น่าสนใจเข้าสู่โครงการ

3) เครือข่าย Startups Associations จากประเทศเวียดนาม มีความสนใจที่จะจัดโครงการลักษณะเดียวกัน ในประเทศเวียดนาม เพื่อคัดเลือกทีมที่ดีที่สุดจากประเทศเวียดนาม เข้าสู่โครงการในปีต่อ ๆ ไป ซึ่งอาจผลักดันเป็น Regional Startup Model ของภูมิภาค CLMVT โดยมีประเทศไทยเป็นศูนย์กลางได้ต่อไป ทั้งนี้ ทางมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้มีการประสานงานจาก iMentor ซึ่งเป็น Startup Ecosystem ในประเทศเวียดนาม ที่ให้ความรู้บ่มเพาะพัฒนาความสามารถ สนับสนุนเงินทุน และผลักดันสตาร์ทอัพสัญชาติเวียดนามไปสู่ระดับสากล โดยมีผู้สนับสนุนหลักคือ โครงการ National Program no.844: “Supporting National Innovative Start-up Ecosystem to 2025” ซึ่งมีการก่อตั้งโดยนายกรัฐมนตรีสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประเทศเวียดนาม ซึ่ง iMentor มีความยินดีที่จะร่วมกับรัฐบาลไทยในการต่อยอดโครงการและยินดีจะมอบหมายเจ้าหน้าที่ระดับสูงจากกระทรวงฯ คือ Dr. Pham Hong Quat ตำแหน่ง General Director of National Agency for Technology Entrepreneurship and Commercialization, Ministry of Science & Technology, Vietnam มากำกับดูแล ประสานงานโครงการ และลงนามความร่วมมือกับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย ต่อไป

6.1.5 โครงการอบรมบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชนของ CLMVT เพื่อยกระดับธุรกิจสู่ห่วงโซ่สากล

โครงการอบรมสัมมนาบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชนของ CLMVT เพื่อยกระดับธุรกิจห่วงโซ่คุณค่า (CLMVT Adapt to Global Value Chain) โดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นโครงการที่กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT ที่จะช่วยยกระดับธุรกิจห่วงโซ่คุณค่าสากล (Global Value Chain) ยกระดับเศรษฐกิจการค้าชายแดน สังคม และคุณภาพชีวิตของประชากรของภูมิภาค CLMVT ให้สามารถเติบโตร่วมกันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างทั่วถึง และยั่งยืนต่อไป

โครงการ CLMVT Adapt to Global Value Chain มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT ได้รับความรู้ที่จำเป็นเพื่อการยกระดับธุรกิจห่วงโซ่คุณค่าสากล (Global Value Chain) โดยมีผู้เข้าร่วมการอบรมสัมมนาทั้งสิ้น 60 คน จาก 5 ประเทศได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย ดำเนินการสัมมนาประกอบด้วยกิจกรรมการอบรมให้ความรู้ การเล่นเกมจำลองทางธุรกิจ กิจกรรมการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และการนำเสนอผลงาน (Project Presentation) ในวันที่ 13-17 กันยายน 2562 ณ โรงแรมพลอยพาลาเซอ จังหวัดมุกดาหาร ประเทศไทย โดยมีรายละเอียดการอบรมสัมมนา ดังนี้

1) การยกระดับผลิตภัณฑ์/บริการ (Product Upgrading) มีหัวข้อการบรรยายหลักคือ “Value Proposition Design” เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ ผ่านการแบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และการบรรยายให้ความรู้เชิงทฤษฎีจากวิทยากร

2) การยกระดับกระบวนการผลิต/การให้บริการ (Process Upgrading) มีหัวข้อการบรรยายหลักคือ “Process Improvement” และการเล่นเกมจำลองธุรกิจ (Business simulation game) เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมให้กับกระบวนการผลิต/การให้บริการ ผ่านการแบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การบรรยายให้ความรู้เชิงทฤษฎีจากวิทยากร และการฝึกฝนจริงผ่านเกมจำลองธุรกิจ

3) การยกระดับฟังก์ชันการทำงาน และการยกระดับข้ามสายห่วงโซ่ (Functional Upgrading and Inter-Chain Upgrading) มีหัวข้อในการบรรยายหัวข้อหลักคือ “Business explanation, Upgrading Business Model” เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการขยายธุรกิจ ผ่านการแบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และการบรรยายให้ความรู้เชิงทฤษฎีจากวิทยากร

4) กิจกรรมการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อสร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ แบ่งปันความรู้ อำนวยความสะดวกในการค้า และการลงทุนค้าขายระหว่างกัน รวมไปถึงมิตรภาพความเป็นเพื่อน

ผลจากการจัดโครงการ คือ โครงการมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT โดยภายใต้โครงการได้มีหนังสือลงนามความร่วมมือ (MOU) เกิดขึ้นกว่า 73 ความร่วมมือ โดยประกอบไปด้วยความร่วมมือทั้งการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน และพัฒนาโมเดลธุรกิจ ความร่วมมือในความช่วยเหลือทางธุรกิจของกันและกัน และความร่วมมือในการขยายตลาดระหว่างกันในประเทศของอีกฝ่าย

ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการได้มีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ในการยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับได้ระดับสากลเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดและก้าวสู่ห่วงโซ่คุณค่าสากล และแนวทางในการส่งเสริมของภาครัฐ โดยการสร้างแนวคิดการแสวงหาโอกาสและความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ รวมถึงการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจให้เกิดขึ้น การประสานงาน และอำนวยความสะดวก การต่อยอดโครงการอย่างต่อเนื่อง และการลงทุนและการเข้าถึงตลาด เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT

6.1.6. งานสัมมนา CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า โดยความร่วมมือกับ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดงานเสวนา CLMVT Cross-Border Digital Trade ได้จัดขึ้น ในวันที่ 7 สิงหาคม 2562 ประกอบด้วยการบรรยายและงานเสวนารวม 4 ช่วงเกี่ยวกับแนวทางการผลักดัน CLMVT สู่อุตสาหกรรมห่วงโซ่คุณค่ายุคใหม่แห่งเอเชีย ผ่านการค้าดิจิทัล ข้ามพรมแดน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับสูงขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาการ ทางเศรษฐกิจ (OECD) ผู้นำภาคธุรกิจ ภาครัฐ เช่น Krungsri Consumer Google FedEx ไปรษณีย์ไทย Thai e-Commerce Association และ Thailand Tech Startup Association เป็นวิทยากร พร้อมผู้เข้าร่วมงานจากภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการจาก 90 ชาติอาเซียนกว่า 700 คน

สาระสำคัญของการประชุมประกอบด้วย 4 หัวข้อ ได้แก่

หัวข้อที่ 1 เปิดประตูสู่โอกาส: การใช้ข้อมูลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หัวข้อที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการสร้างความสำเร็จในการค้าดิจิทัลข้ามพรมแดนใน CLMVT

หัวข้อที่ 3 แนวโน้มในอนาคตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาค

หัวข้อที่ 4 ก้าวถัดไปของระบบนิเวศการค้าดิจิทัลข้ามพรมแดนของ CLMVT: การขนส่งและโลจิสติกส์

ผลการประชุมสรุปได้ดังนี้

หัวข้อที่ 1 เปิดประตูสู่โอกาส: การใช้ข้อมูลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

CLMVT เป็นภูมิภาคแห่งโอกาสด้านการค้าดิจิทัลภูมิภาค CLMVT เป็นตลาดศักยภาพสูงสำหรับการค้าดิจิทัล เนื่องจากภาคธุรกิจภายใน CLMVT มีความมุ่งมั่นสูงในการปรับเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ทั้งยังมีประชากรรุ่นใหม่จำนวนมากที่มีกำลังซื้อสูงที่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว และมีสินค้าและบริการอันหลากหลายที่สามารถนำเสนอต่อผู้บริโภคในตลาดโลก ตามช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมได้

หัวข้อที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการสร้างความสำเร็จในการค้าดิจิทัลข้ามพรมแดนใน CLMVT

การใช้ประโยชน์จากข้อมูล E-Commerce Cross Border Data โดยการค้าในโลกยุคใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การค้าผ่านระบบดิจิทัล โดยการค้าภาคบริการมีบทบาทสูงขึ้นและมีผู้ประกอบการรายเล็กเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยมี “ข้อมูล” ที่เป็นองค์ประกอบและผลผลิตที่สำคัญ มีความท้าทายสำคัญ คือ การขาดข้อมูลธุรกรรมทางดิจิทัลขนาดเล็ก การแบ่งหมวดหมู่สินค้าและบริการดิจิทัลที่ยังคลุมเครือ และข้อมูลที่ยังไม่ได้จัดเก็บอย่างเป็นระเบียบ และ OECD ได้พัฒนา Digital Service Trade Restrictiveness Index (DSTR) และพบว่าการค้าบริการระหว่างประเทศแบบดิจิทัลมีระดับการกีดกันเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งเสริมการค้าดิจิทัลระหว่างประเทศ

หัวข้อที่ 3 แนวโน้มในอนาคตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาค

ภาคเอกชนต้องเข้าใจและปรับตัวต่อความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี ผู้ประกอบการต้องปรับตัวตามผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ ช่างสงสัย (Curious) ชอบเรียกร้อง (Demanding) และ มีความอดทนต่ำ (Impatient) และถ่ายทอดความต้องการของตน ในรูปแบบ 1) want to know 2) want to go 3) want to do และ 4) want to buy โดยจากข้อมูล คำค้นออนไลน์ยอดนิยม นั้น สรุปได้ว่า ผู้บริโภคคาดการณ์ว่าระบบดิจิทัลต่างๆ จะทำให้ชีวิตง่ายขึ้นแค่ปลายนิ้ว และผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เท่าทัน ซึ่งรวมถึงภาคธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการขนส่ง ฯลฯ

หัวข้อที่ 4 ก้าวถัดไปของระบบนิเวศการค้าดิจิทัลข้ามพรมแดนของ CLMVT: การขนส่งและโลจิสติกส์ โดยมีการให้ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการค้าดิจิทัลข้ามพรมแดนใน CLMVT ได้แก่

- ส่งเสริมการพัฒนาโครงข่ายโทรคมนาคมให้ครอบคลุม เพื่อให้ครอบคลุมจำนวนประชากรให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเพิ่มอุปสงค์ในระบบออนไลน์

- พัฒนาความเชื่อมโยงทางกฎระเบียบระหว่างประเทศในอาเซียน เจริญและพัฒนากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการค้าให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการค้าข้ามแดนด้วยระบบอินเทอร์เน็ต อาทิ มาตรฐานทางบัญชีร่วม ระบบจัดเก็บภาษีที่สะดวก การตรวจปล่อยศุลกากรแบบรวดเร็ว ฯลฯ
- พัฒนากฎระเบียบภายในไทยให้สอดคล้องกับอัตราเติบโตที่รวดเร็วของธุรกิจ ดิจิทัล พัฒนาประเภทของรหัสการจัดกลุ่มธุรกิจใหม่ๆ สิทธิประโยชน์ทางภาษี การคุ้มครองผู้บริโภค มาตรฐานทางบัญชี หรือความเป็นส่วนตัว ระบบศุลกากรในแบบ Custom Single Window การอำนวยความสะดวก กฎระเบียบด้านการธนาคารปรับตัวต่อ Fintech และอื่นๆ
- ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อาทิ การทำงานของแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการเลือกให้เหมาะสมที่สุดต่อสินค้าและบริการของตน

6.1.7 โครงการอบรม CLMVT Executive Program - CLMVT Connex

CLMVT CONNEX คือโครงการที่เกิดจากการร่วมมือกันระหว่าง สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ กับคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีจุดประสงค์เพิ่มเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMV โดยในโครงการจะเน้นสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุน และการค้าชายแดนในกลุ่มประเทศ CLMVT และเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหาร และผู้ประกอบการเพื่อการต่อยอดทางธุรกิจในระยะยาว โดยไม่มีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ รับจำนวนจำกัด รุ่นที่ 1 อบรมวันที่ 31 มีนาคม – 6 เมษายน 2561 และ รุ่นที่ 2 อบรมวันที่ 6 - 12 พฤษภาคม 2561 กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริหารและผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMVT (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย) ประเทศละ 12 คน สถานที่อบรม คือ โรงแรมวินด์เซอร์ สวีท สุขุมวิท 20 และโรงแรมในจังหวัดสระแก้ว

วัตถุประสงค์ของการอบรม คือ

- 1) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับความรู้ เทคนิคการค้าการลงทุน และการค้าขายแดนระหว่างกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อนำไปประยุกต์ใช้
- 2) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหาร ผู้ประกอบการ ในกลุ่มประเทศ CLMVT
- 3) เพื่อสร้างโอกาสการลงทุนทางธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMVT โดยได้แลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์กับผู้เข้าร่วมโครงการท่านอื่นๆ จากกลุ่มประเทศ CLMVT และวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ

วิธีการฝึกอบรม คือ บรรยาย ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ กรณีศึกษา ดูงานนอกสถานที่ในประเทศ โดยวิทยากรประกอบด้วยคณาจารย์ วิทยากร ที่ปรึกษา และผู้บริหารงานที่มีประสบการณ์สูง เพื่อสร้างมุมมองใหม่จากตัวอย่างและประสบการณ์จริงขององค์การที่ประสบความสำเร็จ เป็นการผสมผสานวิทยากรที่เป็นนักวิชาการและ นักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้านเพื่อความสมบูรณ์ของหลักสูตร

การผ่านการอบรมผู้เข้ารับการอบรมที่มีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมด และรับวุฒิบัตรจากคณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีช่องทางการติดต่อผ่านทาง Facebook: CLMVT Connex Program และ Email: clmvtconnex@gmail.com

6.1.8 โครงการ CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้จัดงานสัมมนาออนไลน์ CLMVT-the New Normal เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2563 ณ กระทรวงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต่อยอดงาน CLMVT Forum (2559-2563) รักษาเครือข่ายผู้ประกอบการ นักวิชาการ ภาครัฐ และเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือกับภัยพิบัติในระดับอนุภูมิภาคผ่านการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญจากทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมจากประเทศกลุ่ม CLMVT รวมทั้งเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมฉลองครบรอบ 100 ปี วันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับสูงขององค์การระหว่างประเทศ และผู้นำภาคธุรกิจ อาทิ คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (UNESCAP) ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ธนาคารโลก เครือข่ายทางธุรกิจ Young Entrepreneurs Chamber (YEC) กรรมการเลขาธิการสภาหอการค้าไทย Twitter และ Wongnai เข้าร่วมเป็นวิทยากร พร้อมผู้เข้าร่วมงานจากภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการจากอาเซียนกว่า 300 คน (ผู้เข้าร่วมออนไลน์ 250 คน ผู้เข้าร่วมในกระทรวงพาณิชย์ 80 คน และผู้รับชมย้อนหลังผ่านเฟซบุ๊กอีกมากกว่า 2,000 ครั้ง)

สาระสำคัญของการประชุม งานสัมมนาฯ ประกอบด้วยการบรรยายและงานเสวนา เกี่ยวกับแนวทางการฟื้นตัวและปรับตัวจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวม 5 หัวข้อ ได้แก่

หัวข้อที่ 1 โควิด-19 และ CLMVT: ทางออกสำหรับอนาคต

หัวข้อที่ 2 ความทนทานและยืดหยุ่นของธุรกิจ

หัวข้อที่ 3 การรับมือต่อโควิด-19 ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

หัวข้อที่ 4 การปรับตัวของธุรกิจ

หัวข้อที่ 5 เศรษฐกิจแห่งความไว้วางใจ

สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

หัวข้อที่ 1 โควิด-19 และ CLMVT: ทางออกสำหรับอนาคต

Dr. Mia Mikic ผู้อำนวยการ Trade, Investment and Innovation Division, UNESCAP ให้ความเห็นว่า แนวทางการดำเนินการแก้ปัญหาโควิด -19 สำหรับภูมิภาค CLMVT และทางออกสำหรับอนาคต มีความซับซ้อนและหลากหลาย และต้องครอบคลุมประเด็นทางด้านเศรษฐกิจมหภาค การเงิน สังคมและสาธารณสุข อย่างไรก็ตาม แนวทางออกที่สำคัญคือการประเมินความเสี่ยงและการฟื้นฟูธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการปิดพรมแดน การจำกัดการประกอบธุรกิจที่ไม่จำเป็น (Non-Essential Business) และการปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการผลิตให้หลากหลาย ซึ่งเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มความทนทานให้กับอุตสาหกรรมการผลิตอย่างยั่งยืน ภาครัฐจึงต้องสร้างกฎระเบียบที่เอื้อต่อระบบเศรษฐกิจดิจิทัล รวมทั้งสนับสนุนกลุ่ม SMEs ให้สามารถได้ประโยชน์และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจได้ Mr. Hideaki Iwasaki, Country Director for Thailand จาก ADB เห็นว่าประเทศ CLMVT ควรให้ความสำคัญต่อความเชื่อมโยงและความร่วมมือในภูมิภาค การพัฒนาและรักษาสีงแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานระหว่างกัน โดยยึดหลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อช่วยให้ทุกประเทศผ่านพ้นปัญหาจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19

หัวข้อที่ 2 ความทนทานและยืดหยุ่นของธุรกิจ

Ms. Cecile Thioro Niang, Practice Manager, Finance, Competitiveness & innovation, East Asia and Pacific จาก World Bank ให้ข้อมูลว่าจากการสำรวจกลยุทธ์การรับมือของภาคธุรกิจ พบว่าภาคเอกชนมีแนวทางการปรับตัวที่แตกต่างกันออกไป เช่น ปรับลดค่าจ้างหรือเวลางานของพนักงาน โดยธุรกิจ 1 ใน 5 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิกที่ร่วมในการสำรวจได้ลดจำนวนพนักงานลง โดยเฉพาะธุรกิจในสาขาการท่องเที่ยว ขณะที่บางธุรกิจมีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น

แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ เนื่องจากไม่มีแนวทางการให้ความช่วยเหลือและข้อมูลแนะนำแก่ภาคธุรกิจที่ชัดเจน ดังนั้น ภาครัฐควรมีความโปร่งใสในการทำงาน และร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับภาคเอกชนและภาคส่วนต่างๆ ในสังคมให้มากขึ้น สนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และส่งเสริมโครงการสวัสดิการทางสังคม รวมทั้งสร้างกรอบกฎหมายสำหรับการฟื้นฟูกิจการและการปรับโครงสร้างหนี้ของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดความทนทานและยืดหยุ่นของธุรกิจ

หัวข้อที่ 3 การรับมือต่อโควิด-19 ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ตัวแทนผู้ประกอบการรุ่นใหม่จาก CLMVT (Mr. Pheng Kouch จากกัมพูชา Ms. Soudalie Sillaphet จากสปป.ลาว Dr.Aung Thura จากเมียนมา Mr. John Tran จากเวียดนาม และนายกวิน ว่องกุศลกิจ ผู้ประกอบการไทย) เห็นพ้องกันว่า ทุกประเทศในภูมิภาค CLMVT ได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 โดยภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบมากที่สุด และรัฐบาลของแต่ละประเทศมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่คล้ายคลึงกัน อาทิ การให้เงินกู้ การยกเว้นภาษี การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่การผลิต การขยายตลาด และการพึ่งพิงเศรษฐกิจภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การรับมือต่อโควิด - 19 ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่นั้น คือ การให้ความสำคัญของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น สำหรับบทบาทของภาครัฐ คือ การกำหนดมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า และการดำเนินการให้เกิดความสอดคล้องทางนโยบาย เพื่อให้ภาคเอกชนสามารถคาดการณ์แนวโน้มนโยบายของรัฐบาลและวางแผนธุรกิจให้เหมาะสมได้

หัวข้อที่ 4 การปรับตัวของธุรกิจ

นายวรทัศน์ ตันติมงคลสุข กรรมการเลขาธิการ สภาธุรกิจไทยกรรมการกลุ่มการค้าชายแดนและการค้าข้ามแดน สภาหอการค้าไทย มีข้อเสนอแนะในการปรับตัวของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการว่า ภาคธุรกิจควรติดตามนโยบายของภาครัฐ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและห่วงโซ่การผลิตอย่างใกล้ชิดรวมทั้งนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำธุรกิจให้มากขึ้น ขณะที่ภาครัฐ อาจเริ่มฟื้นฟูการเดินทางข้ามพรมแดนด้วยการเปิดประเทศแบบทวิภาคี หรือเป็นกลุ่ม เพื่อลดผลกระทบจากการขาดรายได้ของธุรกิจท่องเที่ยว และควบคุมการเดินทางอย่างปลอดภัย

หัวข้อที่ 5 เศรษฐกิจแห่งความไว้วางใจ

นางสาวมนรวิ อ่ำพลพิทยานันท์ ผู้จัดการฝ่ายนโยบายสาธารณะและการให้เพื่อสังคมประจำเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทวิตเตอร์ เน้นย้ำความสำคัญของระบบอินเทอร์เน็ตแบบเปิด (Open Internet) เพราะการ

ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ได้เปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของผู้บริโภคทั่วโลก ทำให้มีการติดต่อสื่อสารที่เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม โดยแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ เป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างความโปร่งใสในสังคม สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ภาครัฐสามารถนำไปใช้สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจได้ และนายอิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายสาธารณะและรัฐกิจสัมพันธ์ Wongnai เห็นว่า ในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค รัฐบาลและผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความโปร่งใสและสร้างค่านิยมทางสังคมร่วมกัน โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย และการรักษาสิ่งแวดล้อม

ในการนี้ได้มีข้อเสนอด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือกับภัยพิบัติในระดับอนุภูมิภาค ได้แก่ การจัดฝึกอบรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ให้แก่บุคลากรภาครัฐใน CLMVT - Twitter เสนอการฝึกอบรมบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ในการจัดทำบัญชี Twitter ของกระทรวง โดยไม่มีค่าใช้จ่าย การพัฒนาความเชื่อมโยงการขนส่งคมนาคมทางบกในภูมิภาค CLMVT เพื่อส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยอาจมีนโยบายร่วมด้านการหลีกเลี่ยงการติดเชื้อและการเว้นระยะห่างทางสังคม เช่น การเปิดประเทศด้วยการท่องเที่ยวแบบจับคู่/กลุ่มเดินทางในภูมิภาค (Travel Bubble) การพัฒนากฎระเบียบที่ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจในรูปแบบดิจิทัล เช่น พัฒนาประเภทการจัดกลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เพิ่มกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ความเป็นส่วนตัว ความมั่นคงทางไซเบอร์ ระบบศุลกากร Single Window และการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการและแรงงาน อาทิ ประโยชน์ของแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการทำธุรกิจของตน รวมทั้งอุปสรรคและความท้าทายในการประกอบธุรกิจในรูปแบบดิจิทัล

6.1.9 งาน CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online)

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้จัดงานสัมมนาออนไลน์ “CLMVT+ Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery” เมื่อวันที่ 24-26 สิงหาคม 2564 เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สร้างเครือข่ายให้ผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMVT สามารถปรับการดำเนินธุรกิจเข้าสู่วิถีความปกติในรูปแบบใหม่ (New Normal) และมีขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้คล่องตัวมากขึ้น ซึ่งถือเป็นการต่อยอดการจัดงาน CLMVT Forum ที่กระทรวงพาณิชย์จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 2559

สรุปผลการจัดงาน โดยมีผู้เข้าร่วมงาน ประกอบด้วยผู้แทนจากไทย ประเทศ CLMV และสมาชิกอาเซียน รวมกว่า 580 คน ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่ภาครัฐระดับสูงของประเทศ CLMVT เช่น รองนายกรัฐมนตรีและ

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เอกอัครราชทูตกัมพูชาประจำประเทศไทย และเอกอัครราชทูต สปป. ลาว ประจำประเทศไทย ให้เกียรติร่วมกล่าวปาฐกถาในพิธีเปิด (2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐของไทย เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (3) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐของต่างประเทศ เช่น องค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง สถาบันวิจัยเศรษฐกิจแห่งชาติ สปป.ลาว องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น สถาบันการทูตแห่งเวียดนาม (4) ผู้แทนองค์การระหว่างประเทศ เช่น คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (UNESCAP) ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) (5) ผู้แทนหน่วยงานภาคเอกชน เช่น บริษัท อินโนสเปซ (ประเทศไทย) จำกัด

งานสัมมนาที่ประกอบด้วยการบรรยาย การระดมความเห็น และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในช่วงเวลา 3 วัน โดยมีสาระสำคัญของงานรวม 5 หัวข้อ ได้แก่

หัวข้อที่ 1 ปาฐกถาพิเศษ “CLMVT หลังยุคโควิด-19”

หัวข้อที่ 2 กิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ “ขับเคลื่อนการค้าและการลงทุนอย่างเข้มแข็งใน CLMVT”

หัวข้อที่ 3 การเสวนาระดมความเห็นใน 4 หัวข้อ ได้แก่ “BRI & B3W จุดยืนที่สมดุลท่ามกลางการแข่งขันของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ” “กระแสโลก (Megatrends) กับอนาคตของการค้าและการลงทุน” “ผลกระทบจากโควิด-19 ต่อห่วงโซ่อุปทานและแนวทางการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจ” และ “การปรับใช้เทคโนโลยีภายใต้วิถีความปกติในรูปแบบใหม่และแนวทางการส่งเสริมศักยภาพของสตาร์ทอัพใน CLMVT”

หัวข้อที่ 4 การประกวดแนวคิดธุรกิจของสตาร์ทอัพ

หัวข้อที่ 5 การสร้างแรงบันดาลใจโดยสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ

สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

หัวข้อที่ 1 ปาฐกถาพิเศษเรื่อง “CLMVT หลังยุคโควิด-19” การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างจีนและชาติตะวันตกตึงเครียดมากขึ้นในหลายด้าน ดังนั้น CLMVT ซึ่งเป็นภูมิภาคสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ และเป็นมิตรประเทศที่ดีในด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ทั้งของจีนและสหรัฐฯ จึงควรส่งเสริมการลงทุนและสร้างความสัมพันธ์กับประเทศมหาอำนาจมากขึ้น โดยไม่พึ่งพาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมากเกินไปก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 CLMVT เป็นหนึ่งในภูมิภาคที่เติบโตเร็วมากที่สุดในโลก แต่เนื่องจากพึ่งพาการท่องเที่ยวและการผลิตมาก ทำให้เศรษฐกิจหยุดชะงักไปในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาด ซึ่งความสามารถใน

การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศแตกต่างกันไปตามโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน คือ การได้รับวัคซีนอย่างทั่วถึง ปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่กำหนดความสามารถในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจหลังโควิด อาทิ การส่งออกในภาคอุตสาหกรรมและการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ซึ่งการแพร่ระบาดของโควิด-19 และ Global Megatrends จะเร่งให้เกิดการปฏิรูปอุตสาหกรรมและห่วงโซ่มูลค่าโลก ซึ่งลักษณะห่วงโซ่มูลค่าโลกในอนาคตจะเน้นที่ความยืดหยุ่นมากกว่าประสิทธิภาพ และมีความเชื่อมโยงในภูมิภาคมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภูมิภาค CLMVT จะต้องพบกับความท้าทายอื่น ๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร ปัญหาสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ และการพลิกผันของเทคโนโลยี เป็นต้น เพื่อรับมือกับความไม่แน่นอนดังกล่าว CLMVT จึงควรร่วมมือกันเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรอง ขยายขนาดตลาด และใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และเพิ่มนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หัวข้อที่ 2 กิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ “ขับเคลื่อนการค้าและการลงทุนอย่างเข้มแข็งใน CLMVT” ในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในภูมิภาค CLMVT ควรเสริมสร้างความแข็งแกร่งและใช้ประโยชน์จากร่วมมือภายใต้กรอบอนุภูมิภาคที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ กรอบ Great Mekong Subregion (GMS) กรอบ Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy (ACMECS) และกรอบความร่วมมือแม่โขง – ล้านช้าง (Mekong - Lancang Cooperation: MLC)

หัวข้อที่ 3 การเสวนาระดมความเห็นใน 4 เรื่อง ดังนี้

1) BRI & B3W: จุดยืนที่สมดุลท่ามกลางการแข่งขันของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ภูมิภาค CLMVT ควรวางบทบาทเป็นประเทศอำนาจปานกลางที่มีความสำคัญต่อทั้งจีนและสหรัฐฯ ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งด้านที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมโยงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และกระจายความเสี่ยงในด้านการพึ่งพาสองประเทศมหาอำนาจ และ CLMVT ควรใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือในภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองให้การเข้าไปมีส่วนร่วมในข้อริเริ่มทั้ง Belt and Road Initiative (BRI) และ Build Back Better World (B3W) เป็นทางเลือกในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ควรต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของทั้งสองข้อริเริ่มดังกล่าวด้วย เนื่องจาก โครงการ B3W ยังอยู่ในช่วงการกำหนดนโยบายซึ่งประเทศผู้เสนอ (กลุ่ม G7) ยังมีความเห็นที่แตกต่างกัน ขณะที่ประเทศที่ได้รับความช่วยเหลือจากโครงการ BRI หลายประเทศต้องเผชิญกับปัญหาหนี้ที่พุ่งสูงขึ้น ขาดความโปร่งใสในการดำเนินโครงการ และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

2) กระแสโลก (Megatrends) กับอนาคตของการค้าและการลงทุน

กระแสโลกสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่ออนาคตการค้าการลงทุน เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ภาคธุรกิจโดยเฉพาะ SMEs จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ กระจายความเสี่ยงของแหล่งวัตถุดิบ เปลี่ยนไปใช้รูปแบบธุรกิจที่มีความยั่งยืนมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และปรับตัวสู่การค้าออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงสู่ห่วงโซ่คุณค่าโลก โควิด-19 ส่งผลทำให้ CLMVT ต้องเตรียมพร้อมเผชิญกับความท้าทายทางด้านระบบและโครงสร้างแรงงาน การเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ การลดการพึ่งพาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเปิดพรมแดน ความเหลื่อมล้ำ ภาวะการว่างงาน รวมทั้งความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ และการปรับปรุงกฎระเบียบทางการค้าและการลงทุนที่อาจดำเนินการได้ไม่ทันการกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และการร่วมมือกันเพื่อแก้ไขปัญหาในระดับพหุภาคีจะยังคงมีความสำคัญ แต่อาจน้อยกว่าความร่วมมือในระดับภูมิภาคที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3) ผลกระทบจากโควิด-19 ต่อห่วงโซ่อุปทาน และแนวทางในการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจ สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค เห็นได้จากการขาดแคลนสินค้าวัตถุดิบ และต้นทุนการขนส่งสินค้าที่สูงขึ้น แม้จะมีการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการทางด้านสภาพคล่องทางการเงิน และการเข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายขึ้น แต่บางธุรกิจก็ไม่สามารถกลับมาฟื้นตัวได้หากไม่มีการเปลี่ยนรูปแบบในการทำธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ สร้างความยืดหยุ่น พัฒนาทักษะแรงงานในห่วงโซ่คุณค่า การเพิ่มบทบาทของคู่ค้าและความร่วมมือกันในภูมิภาค โดยเฉพาะการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน และการปรับปรุงกฎระเบียบทางการค้าเพื่อลดเอกสาร ลดขั้นตอนการดำเนินการ

4) การปรับใช้เทคโนโลยีภายใต้วิถีความปกติรูปแบบใหม่ และแนวทางการส่งเสริมศักยภาพของสตาร์ทอัพใน CLMVT จากผลสำรวจ Small Business Digitalization and COVID-19 พบว่า ผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT มีระดับการใช้ดิจิทัลอยู่ในช่วงพื้นฐาน และ SMEs ส่วนใหญ่ยังจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือในการปรับธุรกิจสู่รูปแบบดิจิทัลเพื่อความอยู่รอด ภาครัฐจึงควรสนับสนุนนโยบายส่งเสริมสตาร์ทอัพ เช่น การอำนวยความสะดวกการเข้าถึงการลงทุนผ่านระบบการเงินดิจิทัล การส่งเสริมทักษะทางดิจิทัลของผู้ประกอบการ การสร้างนวัตกรรม และสร้างความเชื่อมโยงทางดิจิทัล ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของผู้ประกอบการทั้งระดับบริษัทข้ามชาติ การเชื่อมโยงข้ามธุรกิจระหว่างธุรกิจแบบดั้งเดิมและธุรกิจสมัยใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี และความร่วมมือข้ามระบบนิเวศทางการค้าในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น อาเซียน เอเปค ภาครัฐและเอกชนต้องคำนึงถึงประเด็นความเสี่ยงที่มากับเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และภัยคุกคามทางไซเบอร์

หัวข้อที่ 4 การประกวดแนวคิดธุรกิจของสตาร์ทอัพ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในภูมิภาค CLMVT มีผู้สมัครจากประเทศ CLMVT จำนวน 12 ทีมได้รับการคัดเลือกเพื่อนำเสนอแนวคิดในการดำเนินธุรกิจในงานสัมมนา โดยคัดเลือกจากผู้เข้าร่วมการประกวดทั้งหมดกว่า 40 ราย ในสาขาธุรกิจเทคโนโลยีด้านการเกษตร อาหาร สุขภาพ การศึกษา โลจิสติกส์ และการท่องเที่ยวของบริษัทที่ชนะเลิศคือบริษัท ZUPPORTS ซึ่งเป็นผู้ประกอบการไทยในธุรกิจให้บริการจัดการขนส่งสินค้าออนไลน์ เพื่อช่วยเหลือผู้ส่งออกและนำเข้าในการขนส่งสินค้า รวมทั้งการจัดทำรายงานและแดชบอร์ดในการช่วยวิเคราะห์แนวโน้มอัตราค่าขนส่ง

หัวข้อที่ 5 การสร้างแรงบันดาลใจโดยสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับฟังกรณีศึกษาความสำเร็จของสตาร์ทอัพ ได้แก่ ClaimDi เดิมเป็นบริษัทขายซอฟต์แวร์ทั่วไปให้กับบริษัทประกันภัย ได้ปรับโมเดลธุรกิจใหม่สู่การเป็นสตาร์ทอัพประกันภัยดิจิทัลรายแรกของไทยที่ประสบความสำเร็จจากการให้บริการเคลมประกันแบบครบวงจรอย่างรวดเร็วผ่านแอปพลิเคชัน และ Easyrice เป็นสตาร์ทอัพด้านเกษตรดิจิทัล มีเป้าหมายที่จะปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมพันธุ์ข้าวให้เป็นดิจิทัลด้วยการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (deep tech) เช่น AI และ Big data เพื่อช่วยให้เกิดการคัดแยกเมล็ดพันธุ์ที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถคัดแยกคุณภาพข้าวและสารอาหารจากข้าว และลดความผิดพลาดจากการใช้แรงงานคนได้ โดยกลุ่มลูกค้าของ Easyrice คือบริษัทข้าวชั้นนำของไทยที่ต้องการควบคุมคุณภาพข้าว และประหยัดเวลา

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ มีดังนี้

1) ผลการจัดงานสัมมนา ข้างต้นจะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพิจารณากำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในภูมิภาค CLMVT ให้มีความพร้อมและมีขีดความสามารถในการตอบสนองต่อภาวะเศรษฐกิจการค้า ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และปรับตัวเข้าสู่สภาวะปกติใหม่ (New Normal)

2) ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการร่วมมือกันสร้างระบบนิเวศทางการค้าและการลงทุนในอนาคตผ่านมาตรการต่างๆ เช่น

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่พึ่งพาแหล่งวัตถุดิบหรือตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป

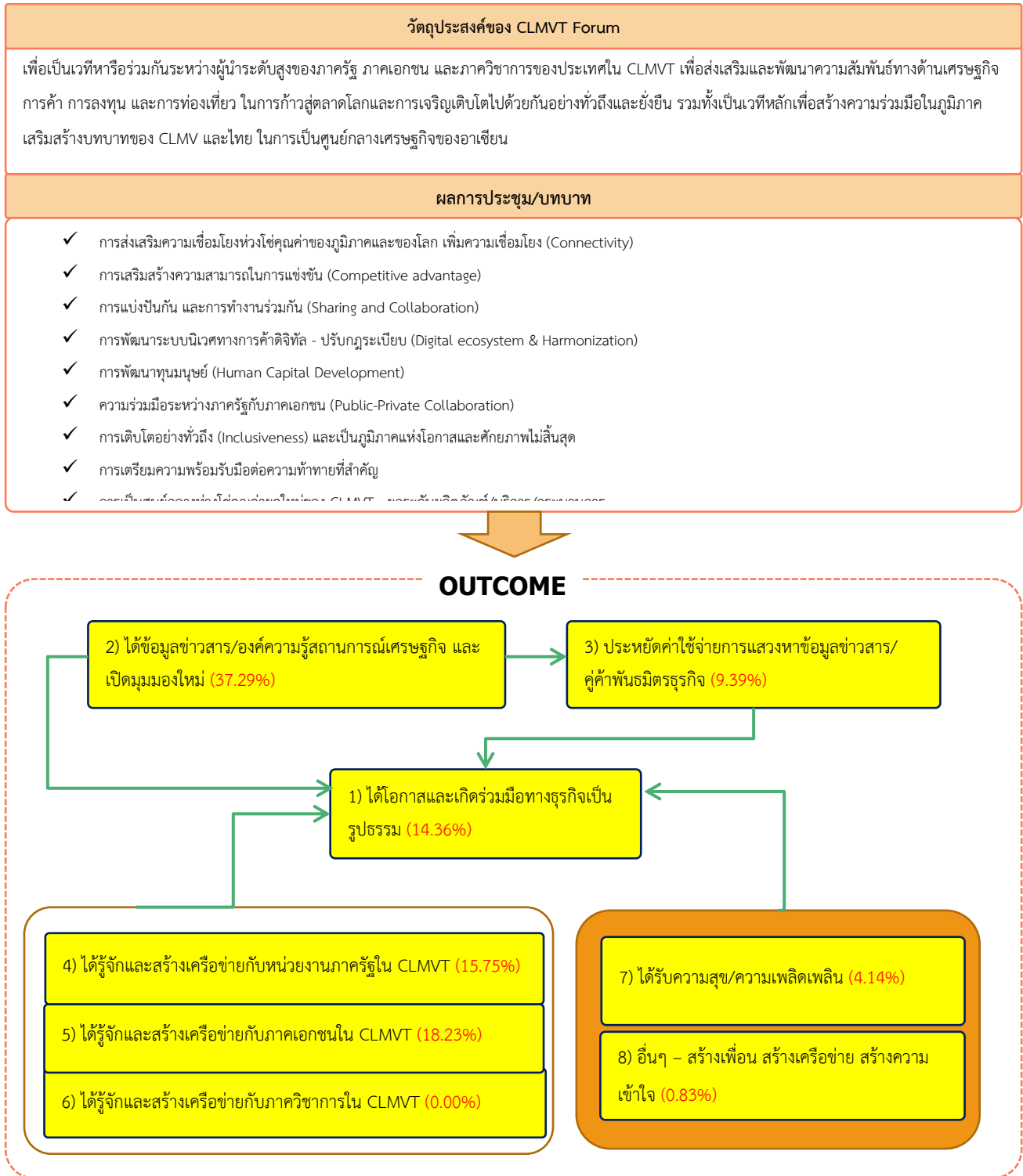
- สนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบธุรกิจในยุคการค้าดิจิทัล พร้อมกับติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและออกกฎระเบียบคุ้มครองผู้บริโภคและเพิ่มความปลอดภัยทางไซเบอร์
- ส่งเสริมการค้าและการลงทุนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยควรเพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสการตลาดของโลก และกฎระเบียบด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ SMEs เข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย
- สนับสนุนความร่วมมือในภูมิภาค CLMVT โดยเฉพาะในด้านการแบ่งปันข้อมูลด้านกฎระเบียบ การยกระดับการเชื่อมโยงการค้าข้ามพรมแดน และการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้งการกำหนดบทบาทในเวทีการค้าโลกร่วมกัน เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองและใช้ประโยชน์จากข้อเสนอของประเทศมหาอำนาจทางการค้า และใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของกันและกัน อาทิ การเชื่อมโยงธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยกับธุรกิจสิ่งทอในกัมพูชา เป็นต้น
- ให้ความสำคัญกับนโยบายลดช่องว่างทางสังคมที่เป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อาทิ การออกโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการสตรี หรือผู้ประกอบการในพื้นที่ห่างไกล รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงราคาถูกลง เพื่อให้ประชาชนและผู้ประกอบการทุกระดับมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น
- ในระยะสั้น นโยบายส่งเสริมการใช้จ่ายและการใช้วัตถุดิบในประเทศ อาทิ โครงการลดราคาสินค้าหรือการสนับสนุนการท่องเที่ยวยังเป็นสิ่งจำเป็น แต่ในระยะยาว รัฐบาลควรมีแผนบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพอย่างน้อยในระดับภูมิภาค เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบและการหยุดชะงักของภาคเศรษฐกิจในอนาคต

จากการสรุปการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในปี 2559-2564 ในหัวข้อ 6.1 จะใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) ในหัวข้อ 6.2 และงบประมาณที่จ่ายจริงในแต่ละโครงการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในปี 2559-2564 ทั้ง 9 ครั้งที่ผ่านมา (ตารางที่ 13) เพื่อนำไปคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI ในหัวข้อ 6.3-6.4

ตารางที่ 13 งบประมาณที่ใช้จ่ายจริง

| โครงการ | งบประมาณ (บาท) |
|---|----------------------|
| 1. CLMVT Forum 2016 | 16,716,608.26 |
| 2. CLMVT Forum 2018 | 21,373,831.96 |
| 3. CLMVT Forum 2019 | 12,828,839.57 |
| 4. CLMVT Webinar 2020 | 98,481.00 |
| 5. CLMVT Forum 2021 | 2,699,026.00 |
| 6. โครงการ Scale up bootcamp for startups | 3,520,279.00 |
| 7. CLMVT Adapt to global value chain | 4,256,737.00 |
| 8. CLMVT Cross-Border Digital Trade | 1,353,001.00 |
| 9. CLMVT Executive Program - CLMVT Connex | 5,745,000.00 |
| รวมงบประมาณ | 68,591,803.79 |

6.2 แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping)



รูปภาพที่ 26 แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) จากการดำเนินงาน CLMVT Forum

ตารางที่ 14 ผลลัพธ์/ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ-สังคม

| ผลลัพธ์/ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ-สังคม | สัดส่วน (%) |
|---|---------------|
| ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ | 37.29 |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT | 18.23 |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT | 15.75 |
| ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม | 14.36 |
| ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ | 9.39 |
| ได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน | 4.14 |
| อื่นๆ - สร้างเพื่อน สร้างเครือข่าย สร้างความเข้าใจ | 0.83 |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT | 0.00 |
| สัดส่วนของผลลัพธ์โดยรวม | 100.00 |

จากกรอบพันธกิจและเป้าหมายในการดำเนินงานของโครงการ CLMVT Forum และข้อมูลการสำรวจ ที่ปรึกษาได้ทำการวิเคราะห์ และจัดลำดับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมประชุม 4 ลำดับแรกที่สะท้อนจากข้อมูลความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม แสดงให้เห็นว่าผลประโยชน์ในแง่ของการได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ เป็นผลประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.29 รองลงมาเป็นการได้รู้จักและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับภาคเอกชนใน CLMVT คิดเป็นร้อยละ 18.23 และการได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT คิดเป็นร้อยละ 15.75 และการได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม คิดเป็นร้อยละ 14.36 ตามลำดับ ขณะที่ผลประโยชน์ในกลุ่มที่เป็นลำดับรองลงมา ซึ่งอาจพิจารณาเป็นผลประโยชน์ทางอ้อม ได้แก่ การประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.39 การได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 4.14 และอื่นๆ อาทิ การสร้างเพื่อน สร้างเครือข่ายทางธุรกิจ สร้างความเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 0.83 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมบางส่วนได้รับประโยชน์เหล่านี้ ในขณะที่ผลสำรวจไม่ปรากฏผลประโยชน์ในด้านของการได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (คิดเป็นร้อยละ 0.00) ส่วนนี้จำเป็นต้องมีพัฒนาการสร้างเครือข่ายภาควิชาการในการประชุม CLMVT Forum ในอนาคต

ในมิติความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และแผนปฏิบัติงานสู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคม แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์จากการดำเนินงานโครงการ CLMVT Forum เชื่อมโยง

และเป็นผลจากการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ในมิติที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ในมิติที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความเข้มแข็ง และอัปเดตข้อมูลข่าวสารทางการค้าและเศรษฐกิจ ขณะที่ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ในมิติการพัฒนาองค์กร มีส่วนขับเคลื่อนเชิงองค์รวมผ่านประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ดังแสดงในแผนผัง และมีรายละเอียดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์¹ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ 1 จัดทำ/เสนอแนะ และขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าแห่งชาติ เพื่อรองรับเศรษฐกิจใหม่

เป้าประสงค์ - เศรษฐกิจการค้าไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

กลยุทธ์

- 1.1) ศึกษาโอกาสจากแนวโน้มตลาดโลกและประเด็นทางการค้าใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ
- 1.2) สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมเชิงพาณิชย์
- 1.3) เสริมสร้างศักยภาพธุรกิจบริการ
- 1.4) สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากไทย
- 1.5) สร้างกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ 2 เป็นศูนย์กลางและเป็นเลิศด้านข้อมูลเศรษฐกิจการค้าของประเทศ

เป้าประสงค์ - มีข้อมูลเศรษฐกิจการค้าและเครื่องชี้วัดที่ถูกต้อง ทันสมัย เพื่อประกอบการจัดทำยุทธศาสตร์การค้า ประกอบการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์

- 2.1) การบริหารจัดการและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านเศรษฐกิจการค้าให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
- 2.2) จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดด้านเศรษฐกิจการค้าให้ถูกต้องและทันสมัยตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง
- 2.3) สร้างและพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจในการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูล

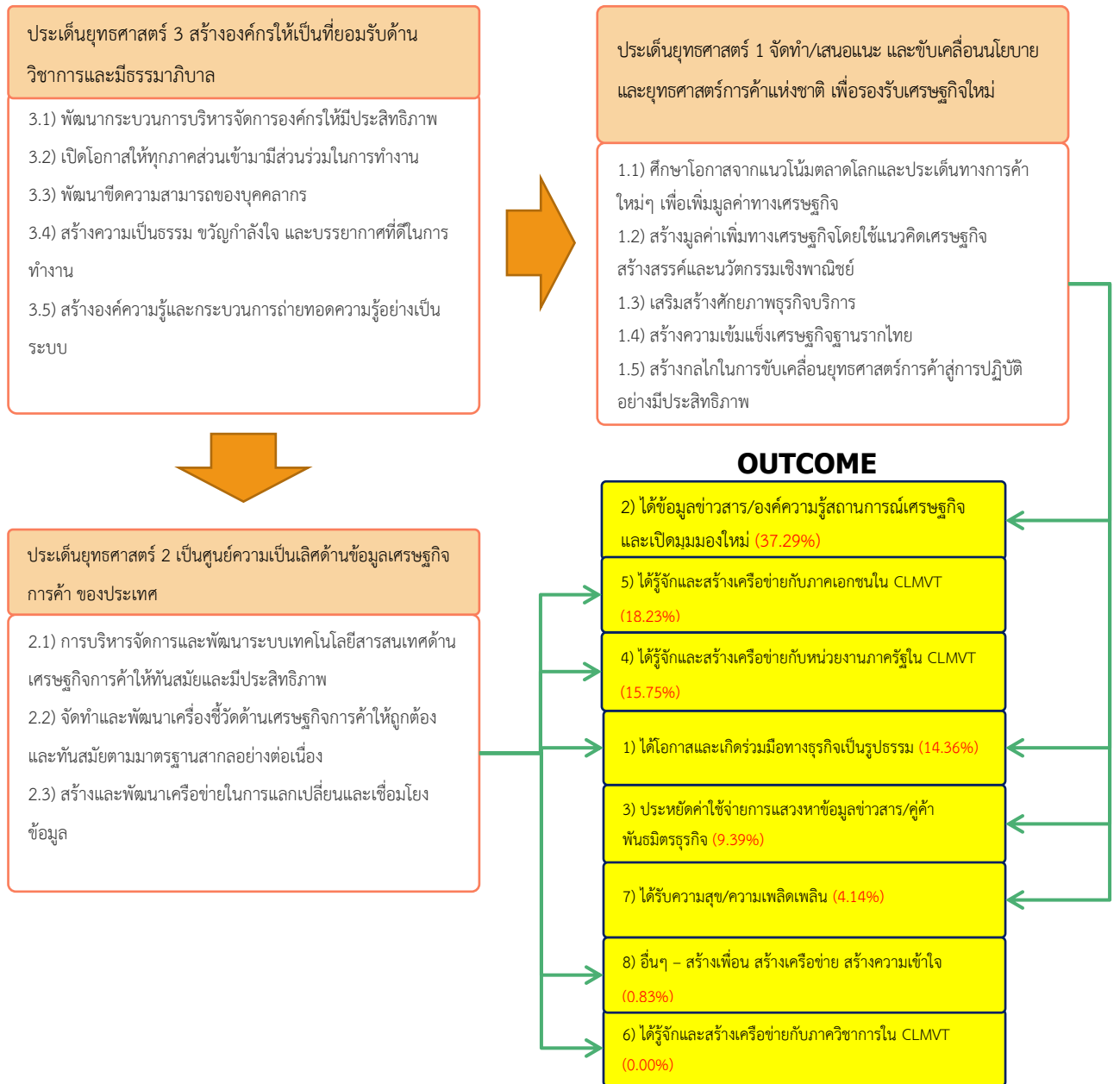
ประเด็นยุทธศาสตร์ 3 สร้างองค์กรให้เป็นที่ยอมรับด้านวิชาการและมีธรรมาภิบาล

^๑ <http://www.tpsoc.moc.go.th/th/ยุทธศาสตร์สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า>

เป้าประสงค์ - ผลงานเป็นที่ยอมรับและมีการนำไปใช้ประโยชน์

กลยุทธ์

- 3.1) พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ
- 3.2) เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน
- 3.3) พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร
- 3.4) สร้างความเป็นธรรม ขวัญกำลังใจ และบรรยากาศที่ดีในการทำงาน
- 3.5) สร้างองค์ความรู้และกระบวนการถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบ



รูปภาพที่ 27 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติงานสู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมจากการดำเนินงาน CLMVT Forum

6.3 สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์ สำหรับคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI

ส่วนนี้จะเป็นการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์ เพื่อใช้สำหรับประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI จากการดำเนินงานของ CLMVT Forum ในขอบเขตค่าเฉลี่ยของการจัดงาน สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์คำนวณจากพื้นฐานเชิงองค์รวมผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสังคมจากการลงทุน โดยคำนวณได้จากสมการ และแสดงค่าดังตาราง

$$\text{สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม} = (1 - \% \text{ ผลลัพธ์ส่วนเกิน}) \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์ทดแทน}) \times (1 - \% \text{ ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น})$$

องค์ประกอบของการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม จำแนกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1). ผลลัพธ์ส่วนเกิน (Deadweight) เป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงให้เห็นถึงความน่าจะเป็นที่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้เองตามพลวัตของสังคม ไม่จำเป็นจะต้องเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum แต่อย่างใด โอกาสที่ผลลัพธ์เกิดขึ้นเองเท่ากับร้อยละ 0 หมายถึง ได้รับคุณค่าหรือประโยชน์ จากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum เท่านั้น และหากโอกาสที่ผลลัพธ์เกิดขึ้นเองเป็นร้อยละ 100 คือ ได้รับคุณค่าหรือประโยชน์จากแหล่งอื่น ๆ "ที่ไม่จำเป็น" ต้องเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์ (1 - ผลลัพธ์ส่วนเกิน) จึงเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่หักลบเหตุการณ์แทรกซ้อนที่เกิดขึ้นเองของผลลัพธ์ออกไปแล้ว และเป็นสัมประสิทธิ์ที่สะท้อนเฉพาะผลลัพธ์เข้าร่วมประชุม CLMVT Forum

2). ผลลัพธ์ทดแทน (Displacement) เป็นสัมประสิทธิ์ของผลลัพธ์ที่มาจากการทดแทนด้วยกิจกรรมอื่น หมายความว่าความน่าจะเป็นที่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นสามารถทดแทนได้ด้วยกิจกรรมอื่น หรือการเข้าร่วมในการประชุมอื่น แทนที่จะเป็น CLMVT Forum เพียงอย่างเดียวเท่านั้น โอกาสที่มีผลลัพธ์ทดแทนเกิดขึ้นเท่ากับร้อยละ 0 หมายถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ (เช่น ได้ข้อมูลข่าวสารฯ) จากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ไม่ส่งผลกระทบต่อแหล่งอื่นเลย อันแสดงถึงความเป็นเฉพาะตัวของการประชุมนี้ หากเป็นร้อยละ 50 คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการของหน่วยงานอื่น หรือแหล่งอื่นลดลง (เช่น เว็บไซต์) แสดงว่าผลลัพธ์ทดแทนกันได้ร้อยละ 50 ดังนั้น (1 - ผลลัพธ์

ทดแทน) จึงเป็นค่าสัมประสิทธิ์ของผลลัพธ์ที่ตัดอิทธิพลการทดแทนกันได้ของกิจกรรมอื่น หรือกล่าวได้ว่า ไม่มีผลลัพธ์จากกิจกรรมอื่นเข้ามาแทรกซ้อน

3). ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น (Attribute) เป็นค่าความน่าจะเป็นของการที่ผลลัพธ์นั้นมาจากหน่วยงานอื่น ไม่ใช่มาจาก CLMVT Forum โดยที่ โอกาสที่ผลลัพธ์จะมาจากหน่วยงานอื่นเท่ากับร้อยละ 0 คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ (เช่น ได้โอกาสและเกิดความร่วมมือทางธุรกิจ) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากการประชุม CLMVT Forum เพียงอย่างเดียว ถ้าหากโอกาสเป็นร้อยละ 50 คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับเป็นผลลัพธ์จากทั้งหน่วยงานอื่นร่วมด้วย (เช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) และโอกาสร้อยละ 100 คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับเป็นผลลัพธ์จากหน่วยงานอื่น เพียงอย่างเดียว ดังนั้น (1 - ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น) จึงเป็นสัมประสิทธิ์ที่ตัดปัจจัยอิทธิพลจากหน่วยงานอื่นๆ ออกไปแล้ว

ดังนั้น เมื่อพิจารณาอิทธิพลที่เข้ามาแทรกซ้อนผลลัพธ์ให้เกิดขึ้นเอง (Deadweight) ผลลัพธ์ที่ทดแทนจากกิจกรรมอื่น (Displacement) และผลลัพธ์ที่มีอิทธิพลจากหน่วยงานอื่น (Attribute) ค่าสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม จึงเป็นผลคูณของค่าสัมประสิทธิ์สุทธิทั้ง 3 องค์ประกอบ ทำให้สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวมสามารถสะท้อนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง ที่มาจากการประชุม CLMVT Forum เพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพื่อใช้สำหรับประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI จากการดำเนินงานของ CLMVT Forum ผลลัพธ์การคำนวณสัมประสิทธิ์แต่ละส่วน และสัมประสิทธิ์รวม แสดงได้ดังตาราง

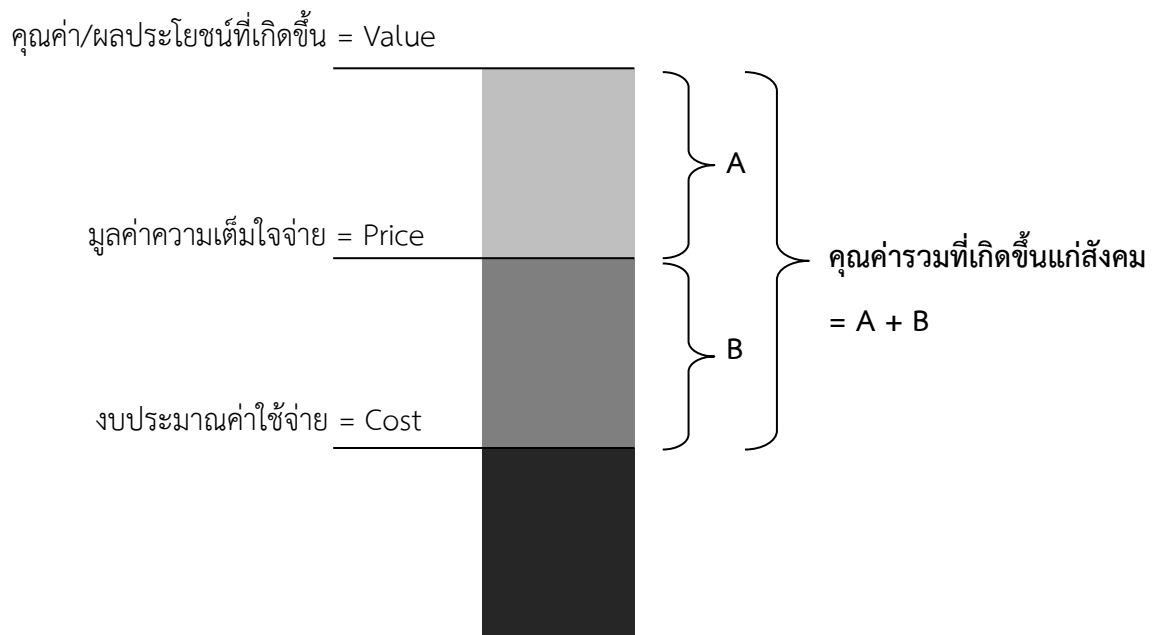
ค่าสัมประสิทธิ์รวม จำแนกตามประเด็นผลประโยชน์ทางสังคม เช่น ผลประโยชน์ “1) ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม” มีค่าสัมประสิทธิ์รวมเท่ากับ 0.1039 นั้นหมายความว่า ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อสังคมในแง่มุมนี้ จะเป็นผลมาจากการประชุม CLMVT Forum เท่ากับร้อยละ 10.39 ขณะที่ 3 ปัจจัยสำคัญ คือ เป็นผลจากการเกิดขึ้นเอง เป็นผลจากกิจกรรมอื่น และเป็นผลจากหน่วยงานอื่น ส่งอิทธิพลต่อผลประโยชน์ทางสังคมทางด้าน “1) ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม” คิดเป็นร้อยละ 89.61 ค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.1039 จึงนำไปคูณกับค่าผลประโยชน์ที่ทำการสำรวจและประเมินผล ได้ออกมาเป็นผลประโยชน์สุทธิของประเด็นผลประโยชน์นี้ ในทำนองเดียวกันในประเด็นมิติก็จะมีค่าสัมประสิทธิ์รวมและมีค่าแตกต่างกัน และเมื่อรวมผลประโยชน์สุทธิแต่ละรายการ (มิติที่ 1 - 8) ดังตาราง ก็จะได้เป็นผลประโยชน์โดยรวมของสังคม

ตารางที่ 15 ผลลัพธ์ส่วนเกิน ผลลัพธ์ทดแทน ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น และสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม สำหรับ
คำนวณ SROI จากการดำเนินงาน CLMVT Forum 2016 – 2021 ปีงบประมาณ 2565

| มิติทางเศรษฐกิจสังคม | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (4)*(5)*(6) |
|--|-------------------------------------|------------------------------------|---|----------|----------|----------|------------------------|
| | ผลลัพธ์ส่วนเกิน Deadweight DW | ผลลัพธ์ทดแทน Displacement DP | ผลลัพธ์จากองค์กรอื่น Attribute AT | (1 – DW) | (1 – DP) | (1 – AT) | สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม |
| 1) ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม | 0.47 | 0.60 | 0.51 | 0.53 | 0.40 | 0.49 | 0.1039 |
| 2) ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ | 0.61 | 0.60 | 0.63 | 0.39 | 0.40 | 0.37 | 0.0577 |
| 3) ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ | 0.60 | 0.52 | 0.53 | 0.40 | 0.48 | 0.47 | 0.0902 |
| 4) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT | 0.50 | 0.61 | 0.58 | 0.50 | 0.39 | 0.42 | 0.0819 |
| 5) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT | 0.50 | 0.63 | 0.61 | 0.50 | 0.37 | 0.39 | 0.0722 |
| 6) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT | 0.50 | 0.56 | 0.54 | 0.50 | 0.44 | 0.46 | 0.0980 |
| 7) ได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน | 0.69 | 0.54 | 0.68 | 0.31 | 0.46 | 0.32 | 0.0444 |
| 8) อื่นๆ - สร้างเพื่อน สร้างเครือข่าย สร้างความเข้าใจ | 0.72 | 0.93 | 0.71 | 0.28 | 0.07 | 0.29 | 0.0057 |

6.4 ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)

ผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum คำนวณโดยใช้ข้อมูลการสำรวจผู้ที่เข้าร่วมประชุม โดยพิจารณาคำนวณผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน จากคุณค่าที่ได้รับนำไปใช้ประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ การค้า และหรือการลงทุนคิดเป็นมูลค่าต่อปี จำแนกในแต่ละมิติของประโยชน์ที่เกิดขึ้น พร้อมไปกับการคำนวณมูลค่าความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมประชุม (Willingness to pay) เพื่อให้ได้รับคุณค่าและประโยชน์จากการประชุม CLMVT Forum ดังกล่าว เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดงานของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



รูปภาพที่ 28 คุณค่ารวมที่เกิดขึ้นแก่สังคมจากการดำเนินงานประชุม CLMVT Forum

มูลค่าผลประโยชน์แต่ละรายการตามมิติทางเศรษฐกิจสังคม คุณด้วยสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวม ของรายการนั้น เป็นมูลค่าผลประโยชน์แก่สังคมสุทธิ และเมื่อรวมผลดังกล่าวทั้งหมด จะได้เป็นมูลค่าผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เป็นจำนวนเงิน 69,995.92 บาทต่อราย และเมื่อคำนวณจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุม CLMVT Forum และกิจกรรมต่อเนื่อง โดยรวม 3,783 ราย นำมาคูณกันจะได้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมรวม เท่ากับ 264,794,565.52 บาท (เฉพาะส่วน A)

ตารางที่ 16 มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จากการนำคุณค่า/ประโยชน์จาก CLMVT Forum ไปใช้ประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ การค้า และหรือการลงทุนคิดเป็นมูลค่าต่อปี

| มิติทางเศรษฐกิจสังคม | สัมประสิทธิ์ผลลัพธ์ รวม | เมื่อนำคุณค่า/ประโยชน์จาก CLMVT Forum ไปใช้ประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้/ การค้า/การลงทุนคิดเป็นมูลค่าต่อปี (บาท) | มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม (ส่วน A) (บาท) |
|---|----------------------------|---|---|
| 1) ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม | 0.1039 | 220,010.60 | 22,854.70 |
| 2) ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ | 0.0577 | 154,164.20 | 8,898.36 |
| 3) ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ | 0.0902 | 61,406.42 | 5,541.32 |
| 4) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT | 0.0819 | 145,278.18 | 11,898.28 |
| 5) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT | 0.0722 | 142,303.87 | 10,267.22 |
| 6) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT | 0.0980 | 87,561.72 | 8,578.67 |
| 7) ได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน | 0.0444 | 40,958.89 | 1,818.90 |
| 8) อื่นๆ - สร้างเพื่อน สร้างเครือข่าย สร้างความเข้าใจ | 0.0057 | 24,360.00 | 138.46 |
| มูลค่าแท้จริงที่เกิดขึ้นต่อสังคม รวมทั้งหมด (บาท) | | | 69,995.92 |
| จำนวนผู้ได้รับผลประโยชน์รวม (ราย) | | | 3,783 |
| มูลค่าผลประโยชน์ต่อสังคม (Value of Social Benefits) (บาท) | | | 264,794,565.52 |

ตารางที่ 17 มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จากค่าความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อให้
ได้รับคุณค่าและประโยชน์จากการประชุม CLMVT Forum (บาท)

| มิติทางเศรษฐกิจสังคม | สัมประสิทธิ์ ผลลัพธ์ รวม | ค่าความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อให้ได้รับคุณค่าและประโยชน์จากการ ประชุม CLMVT Forum (บาท) | มูลค่าผลประโยชน์ ที่เกิดขึ้นแก่สังคม (ส่วน B) (บาท) |
|---|--------------------------------|--|---|
| 1) ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทาง ธุรกิจเป็นรูปธรรม | 0.1039 | 27,877.05 | 2,895.87 |
| 2) ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิด มุมมองใหม่ | 0.0577 | 13,196.38 | 761.69 |
| 3) ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ | 0.0902 | 18,529.18 | 1,672.07 |
| 4) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับ หน่วยงานภาครัฐใน CLMVT | 0.0819 | 18,962.88 | 1,553.06 |
| 5) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับ ภาคเอกชนใน CLMVT | 0.0722 | 22,339.72 | 1,611.81 |
| 6) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับ ภาควิชาการใน CLMVT | 0.0980 | 22,339.72 | 2,188.69 |
| 7) ได้รับความสุข/ความ เพลิดเพลิน | 0.0444 | 14,400.56 | 639.50 |
| 8) อื่นๆ - สร้างเพื่อน สร้าง เครือข่าย สร้างความเข้าใจ | 0.0057 | 24,140.00 | 137.21 |
| มูลค่าแท้จริงที่เกิดขึ้นต่อสังคม รวมทั้งหมด (บาท) | | | 11,459.90 |
| จำนวนผู้ได้รับผลประโยชน์รวม (ราย) | | | 3,783 |
| มูลค่าผลประโยชน์ต่อสังคม (Value of Social Benefits) (บาท) | | | 43,352,818.33 |

ในทำนองเดียวกัน เมื่อพิจารณาผลประโยชน์จากมูลค่าความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมประชุม (Willingness to pay) เพื่อให้ได้รับคุณค่าและประโยชน์จากการประชุม CLMVT Forum อันเป็นมูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม แต่ละรายการตามมิติทางเศรษฐกิจสังคม คูณด้วยสัมประสิทธิ์ผลลัพธ์รวมของรายการนั้น เป็นมูลค่าผลประโยชน์แก่สังคมสุทธิ และเมื่อรวมผลดังกล่าวทั้งหมด จะได้เป็นมูลค่า

ผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เป็นจำนวนเงิน 11,459.90 บาทต่อราย โดยจำแนกมูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นตามรายการแต่ละมิติที่ผู้ให้บริการได้รับ และเมื่อคำนวณจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุม CLMVT Forum และกิจกรรมต่อเนื่อง โดยรวม 3,783 ราย จะได้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม เท่ากับ 43,352,818.338 บาท (เฉพาะส่วน B)

นอกจากนั้น มูลค่าผลประโยชน์จากความเต็มใจจ่ายนี้แสดงให้เห็นว่า ในอนาคตหากมีการเก็บค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนร่วมงานประชุม CLMVT Forum ค่าลงทะเบียนไม่ควรสูงกว่า 11,459.90 บาทต่อคน

ตารางที่ 18 มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จำแนกแต่ละการประชุม CLMVT Forum

| งานประชุม | จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (ราย) | มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จากการนำคุณค่าที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ (ส่วน A) (บาท) | มูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จากค่าความเต็มใจจ่าย (ส่วน B) (บาท) | รวมมูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม (ส่วน A + B) (บาท) |
|---|---------------------------|---|---|---|
| 1. CLMVT Forum 2016 | 750 | 52,496,940.03 | 8,594,928.30 | 61,091,868.33 |
| 2. CLMVT Forum 2018 | 1,057 | 73,985,687.48 | 12,113,118.95 | 86,098,806.43 |
| 3. CLMVT Forum 2019 | 615 | 43,047,490.83 | 7,047,841.20 | 50,095,332.03 |
| 4. CLMVT Webinar 2020 | 285 | 19,948,837.21 | 3,266,072.75 | 23,214,909.96 |
| 5. CLMVT Forum 2021 | 580 | 40,597,633.62 | 6,646,744.55 | 47,244,378.17 |
| 6. โครงการ Scale up bootcamp for startups | 63 | 4,409,742.96 | 721,973.98 | 5,131,716.94 |
| 7. CLMVT Adapt to global value chain | 60 | 4,199,755.20 | 687,594.26 | 4,887,349.47 |
| 8. CLMVT Cross-Border Digital Trade | 300 | 20,998,776.01 | 3,437,971.32 | 24,436,747.33 |
| 9. CLMVT Executive Program - CLMVT Connex | 73 | 5,109,702.16 | 836,573.02 | 5,946,275.18 |
| รวมงานประชุม CLMVT Forum ทั้งหมด | 3,783 | 264,794,565.52 | 43,352,818.33 | 308,147,383.84 |

ตารางที่ 19 อัตราผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน SROI จำแนกแต่ละการประชุม CLMVT Forum

| งานประชุม | จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (ราย) | รวมมูลค่าผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม (ส่วน A + B) (บาท) | งบประมาณที่ใช้ (บาท) | อัตราผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน SROI |
|---|---------------------------|---|----------------------|---------------------------------------|
| 1. CLMVT Forum 2016 | 750 | 61,091,868.33 | 16,716,608.26 | 3.65 |
| 2. CLMVT Forum 2018 | 1,057 | 86,098,806.43 | 21,373,831.96 | 4.03 |
| 3. CLMVT Forum 2019 | 615 | 50,095,332.03 | 12,828,839.57 | 3.90 |
| 4. CLMVT Webinar 2020 | 285 | 23,214,909.96 | 98,481.00 | 235.73 |
| 5. CLMVT Forum 2021 | 580 | 47,244,378.17 | 2,699,026.00 | 17.50 |
| 6. โครงการ Scale up bootcamp for startups | 63 | 5,131,716.94 | 3,520,279.00 | 1.46 |
| 7. CLMVT Adapt to global value chain | 60 | 4,887,349.47 | 4,256,737.00 | 1.15 |
| 8. CLMVT Cross-Border Digital Trade | 300 | 24,436,747.33 | 1,353,001.00 | 18.06 |
| 9. CLMVT Executive Program - CLMVT Connex | 73 | 5,946,275.18 | 5,745,000.00 | 1.04 |
| รวมงานประชุม CLMVT Forum ทั้งหมด | 3,783 | 308,147,383.84 | 68,591,803.79 | 4.49 |

เมื่อรวมผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมทั้ง 2 ส่วน จะได้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม เท่ากับ 308,147,383.84 บาท (ส่วน A + B) ภายใต้งบประมาณค่าใช้จ่ายดำเนินงานรวม 68,591,803.79 บาท และคิดเป็นอัตราผลตอบแทนของสังคมจากการลงทุน หรือ SROI จากการดำเนินงานของ CLMVT Forum เท่ากับ 4.49 หมายความว่า เมื่อลงทุนในกิจกรรมตามภารกิจของ CLMVT Forum สังคมจะได้ผลตอบแทนคิดเป็น 4.49 เท่าของมูลค่าเงินลงทุน ซึ่งถือเป็นอัตราการสร้างผลตอบแทนต่อสังคมจากการลงทุนที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากโครงการ CLMVT Forum ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยตรงและสร้างผลกระทบตรงไปยังภาคการค้า การลงทุน และกิจกรรมทางธุรกิจ ขณะที่โครงการสาธารณะอื่นจะให้ผลตอบแทนที่น้อยกว่า ซึ่งค่า SROI จะแตกต่างกันตามลักษณะของโครงการ อาทิ การประเมินผลตอบแทนของโครงการ

รณเมล์ฟรีของ ขสมก. ระยะที่ 1-13 (วันที่ 1 ส.ค. 2551 – 31 มี.ค. 2557) มี SROI เท่ากับ 2.01 เท่า และเมื่อประเมินครอบคลุมระยะที่ 1-22 (วันที่ 1 ส.ค. 2551 – 30 ก.ย. 2560) มี SROI เท่ากับ 1.44 เท่า เป็นต้น

6.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ประโยชน์ที่สังคมได้รับจากการประชุม CLMVT Forum และโครงการต่อเนื่องๆ คือ สร้างโอกาสให้เกิดความร่วมมือทางธุรกิจ การได้รับข่าวสารองค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจและเปิดมุมมองใหม่ การประหยัดค่าใช้จ่ายในการแสวงหาข้อมูลและคู่ค้าทางธุรกิจ และการเสริมสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ใน CLMVT โดยผลตอบแทนต่อสังคมจากการลงทุน (SROI) ของงานประชุม CLMVT Forum ให้ผลประโยชน์ค่อนข้างสูง เป็น 4.49 เท่าของเงินลงทุน คิดเป็นมูลค่ารวมเท่ากับ 308,147,383.84 บาท ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่คุ้มค่าในการดำเนินงาน และงานศึกษานี้ ที่ปรึกษาจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายโดยเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลัง ดังนี้

1. การยกระดับงานประชุม CLMVT Forum

เนื่องจากผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของงานประชุม CLMVT Forum ให้ประโยชน์ค่อนข้างสูง จึงควรดำเนินงานประชุมนี้อย่างต่อเนื่อง และควรพัฒนาศักยภาพของงาน CLMVT Forum และยกระดับให้เป็นงานประชุมสำคัญระดับภูมิภาคที่น่าสนใจเทียบชั้นกับงาน World Economic Forum โดยนำเสนอหัวข้อที่น่าสนใจ มีองค์ความรู้ที่อัปเดตตามกระแสเศรษฐกิจ สังคม และการค้าโลก นวัตกรรมใหม่ในแต่ละอุตสาหกรรม ที่เกิดขึ้นในภูมิภาค รวมทั้ง ประเด็นประชุมสัมมนาและอบรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าที่มากยิ่งขึ้น ทำให้รู้ข้อมูลเชิงลึกในหลายประเทศ ในประเด็นแนวโน้มของโลกหรือภูมิภาค มุมมองด้านการลงทุน/การพาณิชย์/เศรษฐกิจ/การศึกษา และงานอบรมภายใต้โครงการ CLMVT Forum เช่น โครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups และการแข่งขัน ที่ประสบผลสำเร็จ สามารถสร้างไอเดียใหม่ไปต่อยอดในการดำเนินธุรกิจ เช่น นวัตกรรม แอปพลิเคชันในการเก็บขยะของเมียนมา หรือ การศึกษาระบบซอฟต์แวร์ของเวียดนาม เป็นต้น

นอกจากนั้น เพื่อให้การยกระดับงานประชุมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรสร้างการมีส่วนร่วมของแต่ละประเทศเพิ่มมากขึ้นด้วยการหมุนเวียนการเป็นเจ้าภาพ ร่วมจัดทำบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding - MOU) หรือ บันทึกข้อตกลง (Memorandum Of Agreement) กับ

หน่วยงานภาครัฐในประเทศในกลุ่ม CLMV เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกันเป็นเจ้าภาพและเรื่องอื่นๆ และควรมีหน่วยงานเฉพาะที่รับผิดชอบดูแลอย่างต่อเนื่อง เพื่อความคล่องตัวในการจัดงาน

ในการนี้การสร้างความต่อเนื่องของการยกระดับงานประชุม CLMVT จึงควรนำโครงการ CLMVT Forum เข้าเป็นส่วนหนึ่งในหน่วยงานระหว่างประเทศ หรืออยู่ภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ จะช่วยให้การดำเนินงานโครงการ CLMVT Forum มีความเข้มแข็งและต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น เช่น กรอบอาเซียน Great Mekong Subregion (GMS) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี – เจ้าพระยา – แม่โขง (Ayeyawady – Chao Phraya – Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) หรือ กรอบความร่วมมือแม่โขง – ล้านช้าง (Mekong - Lancang Cooperation: MLC) เป็นต้น ทั้งนี้ กรอบ ACMECS มีความเป็นไปได้มากที่สุด ซึ่งจะเป็โครงการที่สำคัญในกรอบความร่วมมือนี้ และส่งเสริมการจัดตั้งโครงการหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้า อาทิ โครงการหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้าและประชารัฐเมืองคู่มิตรเพื่อธุรกิจสู่สากล (Strategic Partnership for Sister Cities) เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าระหว่างกัน และส่งเสริมตลาดการค้าเมืองชายแดน

2. การเสริมสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ CLMVT Forum

การเสริมสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ CLMVT Forum ควรมีการบริหารจัดการเครือข่ายทางธุรกิจของ CLMVT Forum ทั้งผู้เข้าร่วมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้เกิด CLMVT Forum Alumni ในแต่ละรุ่น และเชื่อมโยงกัน ทั้งเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการที่มีอยู่แล้วเข้ากับเครือข่ายทางธุรกิจใหม่ เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมเครือข่ายทางธุรกิจไปสู่ความร่วมมือเชิงธุรกิจการค้า การลงทุนที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และสร้างโอกาสในการทำธุรกิจร่วมกันในอนาคต ซึ่งรวมถึงเครือข่ายด้านงานวิจัย การศึกษา การเรียนการสอน การแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกิจ เช่น กรณีตัวอย่างที่สำเร็จในการต่อยอดธุรกิจของผู้ประกอบการไทยและเวียดนามที่มีการส่งสินค้าท้องถิ่นที่นำไปสู่การขยายตลาดระหว่างกัน

ในการนี้เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของเครือข่ายทางธุรกิจ ควรมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่อง (Follow up) ให้แก่ผู้ที่เคยเข้าร่วมประชุม และสร้างการพบปะกัน และหรือทำกิจกรรมร่วมกัน ภายหลังกการเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อความต่อเนื่องในการเชื่อมโยงและติดตามผลเครือข่ายทางธุรกิจ อาทิ กิจกรรมการแสดงผลิตภัณฑ์ (Showcase) Business Pitching และ Business matching รวมทั้ง กิจกรรมแลกเปลี่ยนข้อมูล

และประเด็นหัวข้อที่น่าสนใจ และการนำเสนอ Solutions or Innovation ที่เป็นแหล่งข้อมูลให้นักธุรกิจและผู้สนใจ

พร้อมกันนี้ควรพัฒนาขอบเขตของเครือข่ายทางธุรกิจให้กว้างขวาง ควรมีการส่งเสริมการจัดตั้ง CLMVT Trade Association และ CLMVT Services Foresight Group ที่พัฒนาบทบาทภาคเอกชน สภาหอการค้า สมาอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มโอกาส และบทบาทในการขับเคลื่อนการค้า การลงทุนในกลุ่มประเทศให้มากขึ้น ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้นำธุรกิจภาคบริการ เพื่อหารือทำความเข้าใจถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่มีต่อภาคบริการ รวมทั้งคาดการณ์ถึงทิศทาง/แนวโน้มของภาคบริการในอนาคต รวมทั้งริเริ่ม CLMVT Platform Collaborations เพื่อพัฒนาไปสู่การดำเนินธุรกิจในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล เชื่อมโยงผู้ผลิตและลูกค้าทั้งในและนอกภูมิภาค CLMVT และควรมีการพัฒนาเครือข่ายภาควิชาการ ในการประชุม CLMVT Forum ในอนาคต เพื่อเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์จากภาควิชาการ สู่ภาคธุรกิจเอกชน และภาครัฐ สู่การดำเนินงานที่ต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

3. การจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางของงานประชุม CLMVT Forum

การจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางของงานประชุม CLMVT Forum ควรมีการดำเนินการบริหารข้อมูล และจัดการเว็บไซต์กลาง CLMVT Forum เพื่อเป็นศูนย์รวมแหล่งข้อมูลแก่ผู้สนใจ พัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์อย่างเชิงรุก และพัฒนา Application เพื่อการจัดการประชุม และเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชุม CLMVT Forum อย่างต่อเนื่อง สื่อสารข้อมูลล่วงหน้า

เนื่องจากผลตอบแทนต่อสังคมจากการลงทุน (SROI) ของงานประชุม CLMVT Forum ที่ให้ผลประโยชน์สูงเป็นอัตราหลายเท่าของเงินลงทุน และเป็นกิจกรรมที่คุ้มค่าในการดำเนินงาน สร้างให้เกิดความพึงพอใจต่อของผู้เข้าร่วมประชุมในระดับพึงพอใจมากที่สุด และทุกฝ่าย ทุกภาคส่วนต่างได้รับประโยชน์และคุณค่า ซึ่งสามารถนำผลลัพธ์ไปสู่การใช้ประโยชน์ให้เกิดขึ้น ได้สร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายทางธุรกิจ ได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสาร และได้เสริมสร้างความสัมพันธ์ระดับส่วนบุคคลที่ต่อยอดไปสู่ความร่วมมือเชิงธุรกิจในอนาคต จึงควรดำเนินการประชุม CLMVT Forum อย่างต่อเนื่อง และดำเนินงานตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเหล่านี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความต่อเนื่อง ความยั่งยืน และเพิ่มขนาดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

บทที่ 7 สรุปงานสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา

ตามที่สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) และศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้จัดงานสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) และการเสวนาหัวข้อ “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย (Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors? ในวันพฤหัสบดีที่ 12 พฤษภาคม 2565 เวลา 9.00-12.00น. ผ่านระบบ Zoom Meeting โดยมีกำหนดการ วิทยากร และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ (รูปที่ 29) ดังนี้

| เวลา | กิจกรรม |
|-------------------|---|
| 09.00 น.–09.15 น. | ผู้ดำเนินรายการชี้แจงวัตถุประสงค์ในการจัดงานและเชิญ นายรณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กล่าวเปิดการเสวนา |
| 09.15 น.–10.30 น. | เสวนาพิเศษ โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors? โดย รศ.ดร.นิสิต พันธมิตร หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษา และ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คุณจิรวัดน์ เตชะเสถียร ผู้เชี่ยวชาญการขยาย การตลาดและการจัดการค้าปลีกค้าส่งในภูมิภาคอาเซียน ดำเนินรายการโดย ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 10.30 น.–10.40 น. | พักเบรก |
| 10.40 น.–11.30 น. | นำเสนอผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดย ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หัวหน้าโครงการฯ |
| 11.30 น.–11.50 น. | ตอบคำถาม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น/รับฟังข้อเสนอแนะ |
| 11.50 น.–12.00 น. | สรุปและกล่าวปิดประชุม |



The poster features logos for TPSO (Trade Policy and Strategy Office), CASITART (Kasetsart University), and KU (Kasetsart University) at the top. The main text is in Thai, announcing an online forum on CLMVT business opportunities for Thai investors. It includes the date (12 Feb 2023), time (09:00-12:00), and platform (Zoom). Four speakers are listed with their titles and affiliations. A schedule of events is provided, including a welcome message, a presentation by Nithicha Tassanajakul, and a Q&A session. Registration details, a QR code, and contact information are at the bottom.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
และศูนย์วิจัยเศรษฐกิจศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขอเชิญท่านเข้าร่วมการสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา

โครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

(Social Return on Investment: SROI)

และการเสวนาหัวข้อ

โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย

Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors?

ในวันที่ 12 พฤษภาคม 2565 เวลา 09.00 – 12.00 น.
ผ่านระบบ 



รณรงค์ พูลพิพัฒน์
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



รศ.ดร.นิสิต พันธมิตร
หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษาและ
อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



จิรวรรณ เดชาเสถียร
ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย
การตลาด และการจัดการ
ค้าปลีกค้าส่งในภูมิภาคอาเซียน



พศ.ดร.มนต์ชัย พิณจิตรสุมทร
อาจารย์ประจำ
คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

09.00 – 09.15 น.
พิธีเปิด

09.15 – 10.15 น.
เสวนาเรื่อง “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย
Business Opportunities: Are CLMV Countries
Still Attractive for Thai Investors?”

10.45 – 12.00 น.
เผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ
CLMVT Forum และผลตอบแทน
ทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI)

ท่านสามารถเข้าร่วมได้ฟรี
โดยลงทะเบียนที่ <https://forms.gle/bK8MZA2eUH7PeyQx9> หรือสแกน
QR code
เมื่อลงทะเบียนสำเร็จ
ท่านจะได้รับ E-mail ตอบกลับพร้อม
รายละเอียดการเข้าร่วมประชุม



SCAN ME

สแกน QR code
เพื่อลงทะเบียน
เข้าร่วมงาน

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ อ.ดร.นิตริชา รสสมรนาฎา E-mail: nithicha.t@ku.ac.th

รูปภาพที่ 29 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา

ที่ปรึกษาขอสรุปผลการจัดงานข้างต้น ดังนี้

7.1 สรุปจำนวนผู้ลงทะเบียนและเข้าร่วมงาน

ผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน รวม 342 คน มาจากประเทศไทย 341 คน และประเทศกัมพูชา 1 คน และผู้ที่เข้าร่วมสัมมนา 256 คน (ภาคผนวก ง) โดยมาจาก

7.1.1 ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ/เจ้าของบริษัท เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย บริษัท เจริญโภคภัณฑ์โปรตีนสัตว์จำกัด บริษัทไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด (มหาชน) Bangkok Interfood co.,ltd สภาอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

7.1.2 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ สำนักนายกรัฐมนตรีสํานักงานพาณิชย์จังหวัด ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการเกษตร สํานักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เป็นต้น

7.1.3 อาจารย์/นิสิต/นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เป็นต้น

7.1.4 ผู้เข้าร่วมจากองค์กรไม่แสวงผลกำไร เช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย สมาคมนักวิชาการยางและถุงมือยาง สมาคมสหพันธ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทย สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย สภาธุรกิจไทย-ลาว เป็นต้น

7.2 สรุปการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ

7.2.1 ก่อนการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา ที่ปรึกษาได้ออกแบบ จัดทำ ผลิตและเผยแพร่ผลลัพธ์การดำเนินงาน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาก่อนเผยแพร่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.2.1.1 จัดทำสกู๊ป (Scoop) สรุปประเด็นสำคัญ ลงสื่อออนไลน์ด้านธุรกิจอย่างน้อย 3 ครั้ง โดยที่ปรึกษาได้ดำเนินการลงในสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์และออกกรายการวิทยุและเผยแพร่ออนไลน์รวม 7 ครั้ง ดังนี้

1) ชื่อสกู๊ป “เปิดผลศึกษาความคุ้มค่า “CLMVT Forum” เชื่อมภูมิภาคอาเซียนสู่เวทีโลก”

ลงใน ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล วันที่ 10 พ.ค. 2565 ที่

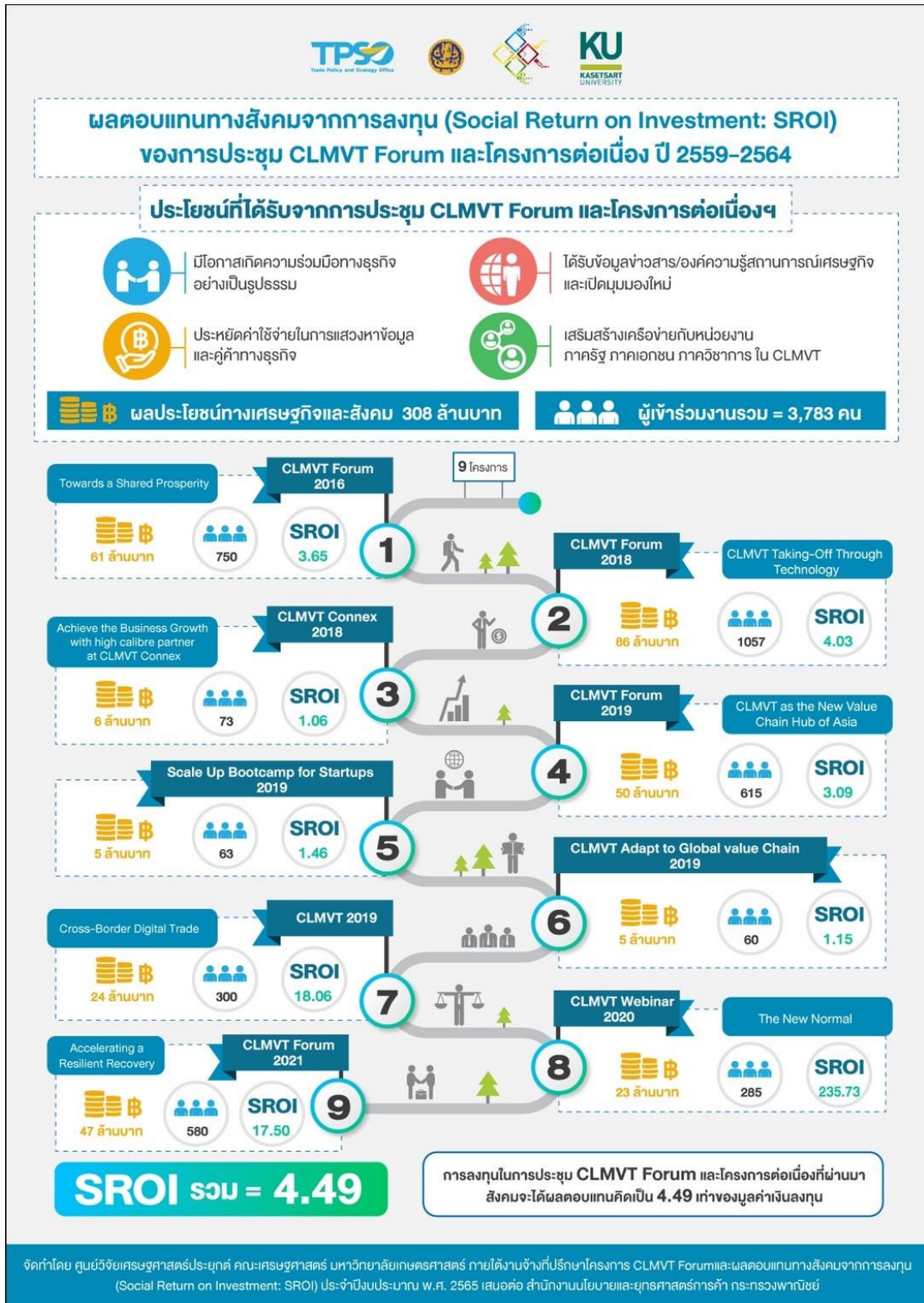
<https://www.thansettakij.com/economy/54903>

- 2) ชื่อสื่อบท “เปิดผลศึกษาความคุ้มค่า “CLMVT Forum” เชื่อมภูมิภาคอาเซียนสู่เวทีโลก” ลงในคมชัดลึกออนไลน์ วันที่ 10 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.komchadluek.net/news/514439>
- 3) ชื่อสื่อบท “เปิดผลศึกษาความคุ้มค่า “CLMVT Forum” เชื่อมภูมิภาคอาเซียนสู่เวทีโลก” ลงใน กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 10 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.bangkokbiznews.com/news/1003555>
- 4) ชื่อสื่อบท การสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ลงใน KU-FIRST Website วันที่ 4 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.kufirst.center.ku.ac.th/clmvt-forum/>
- 5) ชื่อสื่อบท โอกาสใน CLMVT สำหรับผู้ประกอบการไทย ลงใน สถานีวิทยุ ม.ก. Website วันที่ 3 พ.ค.2565 ที่ <https://www.kuradioplus.com>
- 6) ออกรายการ เกษตรวไรตี้ ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2565 สถานีวิทยุ ม.ก. ที่ <https://www.youtube.com/watch?v=ZVfD2nZlpcY>
- 7) ออกรายการ คุยกับ ดร. มนต์ชัย ในวันที่ 23 เมษายน 2565 สถานีวิทยุ ม.ก. ที่ <https://www.youtube.com/watch?v=LdSJnkM3tak>
รายละเอียดในแต่ละสื่อบท ดังแสดงในภาคผนวก ค

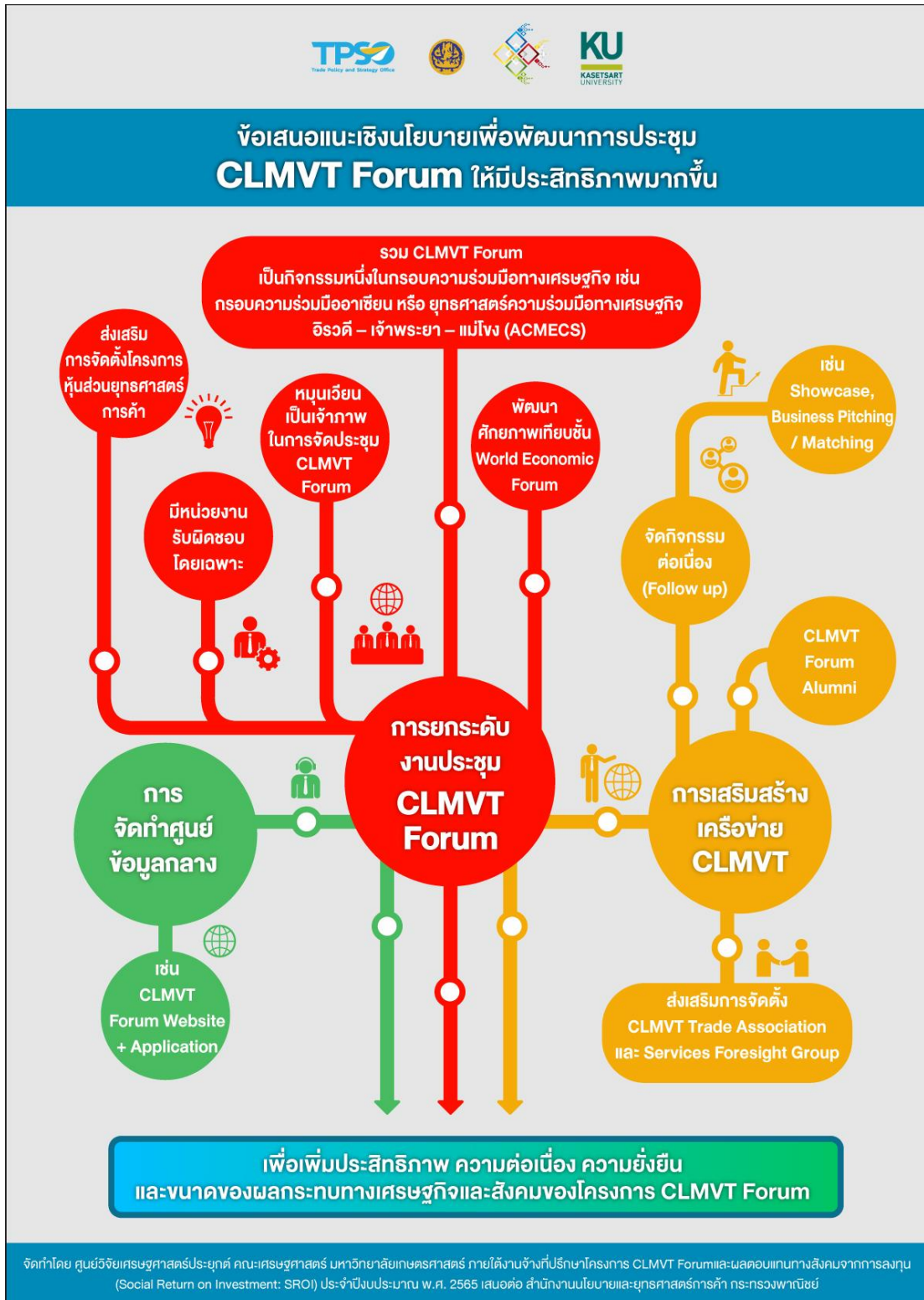
7.2.1.2 ออกแบบเนื้อหาและจัดทำอินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ในรูปแบบไฟล์ AI และคลิปวิดีโอ เพื่อใช้ประกอบการจัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาฯ โดยได้เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์ อย่างน้อย 3 ชั้น ดังนี้

- 1) อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) เรื่อง ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของ CLMVT Forum และโครงการต่อเนื่อง ปี 2559-2564 ดังแสดงในรูปที่ 30
- 2) อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) เรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการประชุม CLMVT Forum ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 31

- 3) คลิปวิดีโอเพื่อใช้ประกอบการจัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาฯ โดยได้เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์ในวันที่ 11 พ.ค. 2565 ที่ <https://web.facebook.com/100064650074276/videos/pcb.371375961694070/704944357437719> และเผยแพร่ในวันสัมมนาในวันที่ 12 พ.ค. 2565



รูปภาพที่ 30 อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของ CLMVT Forum และโครงการต่อเนื่อง ปี 2559-2564



รูปภาพที่ 31 อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการประชุม

7.2.2 หลังการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา เผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลลัพธ์ลงในเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียด้าน ธุรกิจออนไลน์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมอย่างน้อย 2 แห่ง อย่างน้อย 3 ครั้ง โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานวิจัยที่ปรึกษาก่อนเผยแพร่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ชื่อสื่อบูป “สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลก แห่งใหม่” ลงใน ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล วันที่ 23 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.thansettakij.com/general-news/33114>
- 2) ชื่อสื่อบูป “สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลก แห่งใหม่” ลงใน คมชัดลึกออนไลน์ วันที่ 23 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.komchadluek.net/news/516003>
- 3) ชื่อสื่อบูป “สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลก แห่งใหม่” ลงใน กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 23 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.bangkokbiznews.com/news/1005975>
- 4) ชื่อสื่อบูป “CLMVT forums generate high social return on investment: study” ลงใน The Nation Thailand วันที่ 24 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.nationthailand.com/business/40015892>
- 5) คลิปการสัมมนาออนไลน์ฯ ชื่อคลิป “CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)” เผยแพร่ผ่านทาง Facebook สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และทาง YouTube ที่ <https://www.youtube.com/watch?v=yyI05B9OB88>

รายละเอียดภาพสื่อบูปการจัดเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลลัพธ์ทั้งก่อนและหลังการสัมมนา รายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก ค และภาคผนวก จ ทั้งนี้ทางที่ปรึกษาได้ส่งหลักฐานประกอบการเผยแพร่ ทั้งก่อนและหลังการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา ไฟล์นำเสนอผลการศึกษา ฐานข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานสัมมนา รวมเป็น 1 ฐานข้อมูล ทั้งหมดบรรจุไว้ในไดรฟ์บันทึกข้อมูลขนาดพกพา (USB Flash Drive) ที่ส่งมาพร้อมกับรายงานฉบับสมบูรณ์นี้

7.3 สรุปสาระสำคัญของงานสัมมนา

งานสัมมนาฯ ประกอบด้วย การเสวนา การนำเสนอผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และการระดมความเห็น สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

7.3.1 คำกล่าวในพิธีเปิดงานสัมมนา

นายณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เป็นประธานกล่าวเปิดงานสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) และการเสวนาหัวข้อ “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย (Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors?)” เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2565 เวลา 9.00 – 9.15 น. โดยสรุปคำกล่าวได้ ดังนี้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ริเริ่มจัดงาน CLMVT Forum ตั้งแต่ปี 2559 เพื่อเป็นเวทีหารือ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่าง ๆ ร่วมกันระหว่างผู้แทนระดับสูงของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการในภูมิภาค ภายใต้หัวข้อหลัก (Theme) ที่เป็นประเด็นทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญและได้รับความสนใจเป็นวงกว้างในช่วงเวลานั้น ๆ อาทิ ในปี 2562 มีการจัดประชุม CLMVT Forum 2019 ภายใต้หัวข้อ “CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia” ในปี 2563 มีการจัดสัมมนาออนไลน์ในหัวข้อ “CLMVT-the New Normal” และปี 2564 ได้จัดการสัมมนาออนไลน์หัวข้อ “CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery” เป็นต้น

ที่ผ่านมา CLMVT Forum ได้สร้างผลสัมฤทธิ์ ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะหลายประการที่เป็นประโยชน์ อาทิ แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของภูมิภาค CLMVT เพื่อให้มีทักษะและขีดความสามารถสำหรับเศรษฐกิจการค้าในยุคดิจิทัล การบ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อให้เป็นศูนย์กลางห่วงโซ่คุณค่าโลกแห่งใหม่ เป็นต้น

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 จนถึงวิกฤตรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและระบบขนส่งโลจิสติกส์ของโลกอย่างมาก ทำให้ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ของหลายประเทศ ต้องทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าสำคัญ ทั้งการย้ายฐานการผลิตกลับประเทศ (Re-shoring) หรือย้ายฐานการผลิตกลับมาไว้ในประเทศใกล้เคียง (Near-shoring) เพื่อลดความเสี่ยงจากเดิมที่มีฐานการผลิตอยู่ต่างประเทศ (Offshore outsourcing) ซึ่งภาครัฐ ภาคเอกชน และ

นักวิชาการ ของภูมิภาค CLMVT ควรติดตามแนวโน้มเหล่านี้อย่างใกล้ชิด เพราะเป็นเรื่องที่มีผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจของภูมิภาค CLMVT ที่จะเป็พื้นฐานการผลิตสินค้าและแหล่งรองรับการลงทุนจากบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่สำคัญ

กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม เป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีศักยภาพที่จะเติบโต และสามารถสร้างความเชื่อมโยงกับไทย เพื่อให้เกิดตลาดและศูนย์กลางสำหรับความร่วมมือทางเศรษฐกิจด้านต่างๆ อย่างยั่งยืน และมั่นคง ทั้งความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างกันภายในภูมิภาค หรือความร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาค CLMVT สามารถเดินหน้าฟื้นฟูเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง และรักษาสถานภาพของการเป็นแหล่งรองรับการค้าการลงทุนที่น่าดึงดูดมากที่สุดแห่งหนึ่งในโลกได้

อย่างไรก็ดี ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทบทวนการดำเนินงานภายใต้กรอบ CLMVT Forum ในช่วงเวลาที่ผ่านมา เพื่อที่จะได้ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินงานในอนาคตให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับพลวัตต่างๆ มากขึ้น ในปีงบประมาณ 2565 สนค. จึงได้ร่วมกับคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เพื่อประเมินผลความสำเร็จของโครงการ CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ว่า โครงการนี้ได้สร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชน เศรษฐกิจ และสังคมมากน้อยเพียงใด มีความคุ้มค่าในมิติของการใช้เงินงบประมาณที่รัฐลงทุนไปมากน้อยเพียงใด โดยข้อมูลผลการศึกษาและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษารั้งนี้ จะช่วยให้ สนค. สามารถปรับปรุง และพัฒนาวิธีการ หรือแนวทางของ CLMVT Forum ในอนาคต ให้มีประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ที่เป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น

7.3.2 สรุปการเสวนาในหัวข้อ โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย

Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors?

รศ.ดร.นิสิต พันธมิตร หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษาและอาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นำเสนอ “โอกาส CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย” จากประสบการณ์การลงทุนที่สำรวจและวิจัยเกี่ยวกับการค้าชายแดน ซึ่งเป็นความร่วมมือของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่กับสภาธุรกิจไทยในกลุ่มประเทศ CLMV ในตลอด 10 กว่าปีที่ผ่านมา พบว่า สินค้าไทยได้รับความนิยมในกลุ่มประเทศ CLMV โดยพิจารณาจาก

ตัวเลขสถิติการส่งออก การบริโภคสินค้าที่เห็นได้ชัดเป็นรูปธรรม แต่สถานการณ์และรูปแบบการค้าของแต่ละประเทศใน CLMV ก็แตกต่างกันไป ดังจะขออธิบายพอสังเขปเป็นรายประเทศ ดังต่อไปนี้

สถานการณ์ในกัมพูชา สินค้าไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับสินค้าลักษณะเดียวกันจากประเทศอื่น แต่มีแนวโน้มสินค้าจำเป็นขายได้ลดลง เนื่องจากมีราคาที่สูงขึ้น ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น

สถานการณ์ในสปป.ลาว หลังจากการเปลี่ยนแปลงทางระบบโครงสร้างรถไฟเชื่อมต่อจากจีน ทำให้กระแสการค้า การลงทุนของลาวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น จากบริบทที่ลาวเป็นประเทศขนาดเล็กที่มีรายได้หลักมาจากภาคการท่องเที่ยวและบริการ แน่ใจว่าได้รับผลกระทบอย่างยิ่งยวดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการไหลเข้าของอุปทานเงินตราต่างประเทศ เข้ามาลงทุนในโครงการต่าง ๆ ในประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นทางด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงขึ้น แม้ว่าสินค้าที่จำเป็นพื้นฐานจะยังดำเนินต่อไปได้ แต่สินค้าฟุ่มเฟือยกลับได้รับผลกระทบจากปัจจัยนี้โดยตรง การบริโภคลดลงอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับสินค้าพื้นฐาน โอกาสของผู้ประกอบการไทย ควรต้องมุ่งเน้นไปที่สินค้าจำเป็น และจากข้อได้เปรียบทางการค้าคลั่งกันของภาษาและวัฒนธรรมของไทยกับลาว ทำให้ได้เปรียบนักลงทุนจากประเทศอื่น

สถานการณ์ในเมียนมา ในมุมมองของความเจริญรุ่งเรืองด้านการค้าและประวัติศาสตร์ในยุคก่อนที่จะตกเป็นเมืองอาณานิคมของอังกฤษ เมียนมาถูกมองว่าเป็นเหมือนยักษ์ที่หลับ และความไม่มั่นคงภายในประเทศ ทำให้เมียนมาเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมบ่อย ซึ่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การค้าของประเทศอย่างมาก ส่วนการค้าระหว่างประเทศกับไทย เมียนมาได้มีการบริหารจัดการภายใต้นโยบายของทั้งสองรัฐ ซึ่งตรงกับสมัย พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรีของไทย ที่ได้ผลักดันนโยบายเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า และมีนโยบายผ่อนปรน ปลดล็อคทางการค้า นโยบายเปิดประเทศ การให้แรงงานเข้า-ออก ประเทศ มาทำงานที่ไทย ได้อย่างถูกต้อง ในสมัยที่เมียนมามีรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้ง ส่งผลให้การค้าชายแดนกลับมาคึกคัก ก่อนที่ซบเซาลงอีกครั้งหลังมีการปฏิวัติภายในประเทศและผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ทำให้สถานการณ์ในปัจจุบันกลายเป็นการทำการค้าท่ามกลางสนามรบ ทำให้การค้าชายแดนระหว่างประเทศ มีความยากลำบากขึ้นไปกว่าเดิม เนื่องจากกว่าสินค้าจากไทย จะไปถึงยังผู้บริโภคปลายทางในเมียนมา ต้องผ่านกระบวนการที่ยุ้งยากกว่าเดิม มากไปกว่านั้นคือการที่เมียนมาปกครองในระบอบเผด็จการทหาร ทำให้ถูกคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจประเทศแถบตะวันตก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ต่อประเทศเมียนมา ทำให้การค้าระดับปกติกับประเทศแถบตะวันตกลดลง ถึงแม้ว่าสถานการณ์ความไม่สงบใน

ประเทศของเมียนมาทำให้การค้าขายกับไทยลดลง เนื่องจากสินค้าไทยขนส่งไปถึงผู้บริโภคในประเทศเมียนมาได้ยากขึ้นกว่าเดิม แต่ก็ยังถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย เพราะความสำคัญของการค้าขายแดนของเมียนมากับประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มขึ้น ทำให้รายได้และความเป็นอยู่ของประชาชนตามเมืองชายแดนดีกว่าเมืองตอนในของประเทศเมียนมา

สถานการณ์ในเวียดนาม เป็นหนึ่งในประเทศกลุ่มประเทศ CLMV ที่มีสัญญาณที่ดีด้านเศรษฐกิจ อาจสังเกตได้จากการเป็นเจ้าภาพซีเกมส์ในปี นี้ ทำให้เกิดการจ้างงานในประเทศเพิ่มขึ้น หรือสังเกตจากผู้เข้าชมฟุตบอลที่เต็มสนาม รวมถึงข้อได้เปรียบจากนโยบายทางการค้าที่ทำกับนานาประเทศ ที่ส่งผลดีต่อการส่งออกของเวียดนาม

โอกาสที่ผู้ประกอบการไทย ควรทำนอกเหนือจากส่งสินค้าหรือวัตถุดิบไปยังประเทศกลุ่ม CLMV คือ การส่งออกผู้ประกอบการเองไปยังประเทศปลายทาง เพื่อเข้าไปทำการตลาดภายในประเทศนั้น ๆ ได้อย่างเข้าใจ เข้าถึงและลึกซึ้ง พฤติกรรมการบริโภคระดับท้องถิ่น เพื่อการสร้างโอกาสในการพัฒนาสินค้า โอกาสในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและเครือข่ายผู้ประกอบการไทยในแต่ละประเทศ นอกจากนี้ภาครัฐและภาคการศึกษาควรส่งเสริมด้านเงินลงทุนและข้อมูลให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นปัจจัยพื้นฐานในการต่อยอดหรือพัฒนาสินค้าและบริการของไทยไปยังกลุ่มประเทศ CLMV อีกด้วย

นายจิรวุฒิ เดชาเสถียร ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย การตลาดและการจัดการค้าปลีกค้าส่งในภูมิภาคอาเซียน ระบุว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยต้องทำความเข้าใจก็คือ เหตุการณ์ความไม่สงบและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทางการเมือง เกิดขึ้นตลอดเวลา จากประสบการณ์ที่ได้ไปติดต่อทางธุรกิจในเมืองมาตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน สถานการณ์ความไม่สงบก็ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังต้องมีการทำธุรกิจกันตามปกติ ผู้ประกอบการไทยต้องเข้าใจประเทศเมียนมาว่าต้องพึ่งพาสินค้าจากประเทศใดบ้าง ซึ่งสินค้าจากประเทศไทยมีโอกาสมากที่สุด เพราะมีชายแดนติดกัน โดยเฉพาะด่านแม่สอดซึ่งมีสัดส่วนการค้าสูงถึงร้อยละ 70 ในขณะที่ร้อยละ 20 มาจากด่านระนอง และด่านแม่สายอีกประมาณร้อยละ 5 ที่เหลือเป็นด่านอื่นๆ ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสในการลงทุนในประเทศเมียนมาสูง สำหรับสินค้าจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์จะขนส่งทางเรือ ส่วนทางตอนเหนือของประเทศจะทำการค้ากับประเทศจีน และทางตะวันตกจากอินเดีย โอกาสสินค้าไทยสำหรับเมียนมามีเยอะมาก โดยผู้ประกอบการไทยต้องให้ความสำคัญในภาคการผลิตสินค้า (Real Sector) มากขึ้น เพียงแต่ว่ามีประเด็นในเรื่องของสถานการณ์ในประเทศเป็นองค์ประกอบหลักไม่ต่างจากประเทศอื่น ๆ ใน CLMV

สำหรับเรื่องจำนวนประชากรมีส่วนสำคัญในการเติบโตทางการค้าใน CLMV ประเทศที่มีจำนวนประชากรมากจะได้เปรียบในเรื่องของการเจาะตลาด จากข้อมูลพบว่าใน CLMV มีประชากรทั้งหมด 180 ล้านคน ประกอบด้วยเมียนมา 54 ล้านคน กัมพูชา 17 ล้านคน สปป.ลาว 10 ล้านคน ส่วนเวียดนามตอนนี้เกือบ 100 ล้านคน แต่ละปีเวียดนามมีเด็กเกิดใหม่ประมาณ 1 ล้านคนหรือร้อยละ 1 จากประชากรทั้งหมด ในขณะที่ประเทศไทย มีจำนวนเด็กเกิดใหม่ลดลงทุกวันหรือประมาณ 5 แสนคนต่อปี ทำให้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเด็ก ตลาดที่น่าสนใจคือเวียดนาม โดยที่ต้องเข้าใจช่องทางการขายและการจัดจำหน่ายว่ามีเงื่อนไขอะไรบ้าง เพราะรูปแบบการค้าแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน ตัวอย่าง ในประเทศไทยพนักงานขาย 1 คนสามารถเดินทางไปขายสินค้าได้ทั่วประเทศ แต่ระบบการค้าในเวียดนามจะทำได้แบบในประเทศไทย เพราะมีการกำหนดพื้นที่ขาย แบ่งเป็นโซน ๆ เพื่อการปกป้องธุรกิจท้องถิ่นภายในประเทศ ดังนั้นถ้าธุรกิจใดต้องการครอบคลุมการขายตั้งแต่เหนือจรดใต้ของประเทศเวียดนามจะต้องมีพนักงานไม่ต่ำกว่า 200 คน ขณะที่ถ้าเป็นการค้าในประเทศไทยจะใช้จำนวนที่น้อยกว่าแค่ประมาณ 40 คน

โดยภาพรวม CLMV ยังเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 14 ซึ่งเป็นเครื่องยนต์ที่ช่วยให้ประเทศยังเจริญเติบโตได้ โดยหลักการลงทุนในประเทศ CLMV นั้นผู้ประกอบการไทยควรเตรียมตัวและเข้าใจในหลัก 3 อย่าง คือ

- 1) นักลงทุนควรรู้จักช่องทางการขายว่าแต่ละประเทศต้องขายในช่องทางอะไรบ้าง
- 2) นักลงทุนควรรู้จักพฤติกรรมการทำการค้าในแต่ละประเทศ ซึ่งแต่ละประเทศจะมีรูปแบบการทำการค้าที่แตกต่างกัน เช่น ในประเทศเวียดนามการขายสินค้าต้องใช้พนักงานขายจำนวนมากเพราะการขายจะเป็นการขายเฉพาะพื้นที่ และการขายก็จะเป็นการวางฝากขายเป็นหลักคือผู้ประกอบการจะรับวางสินค้าอย่างเดียว แต่ไม่มีพนักงานช่วยแนะนำสินค้าให้ผู้บริโภค ดังนั้นบริษัทที่ผลิตสินค้าต้องส่งพนักงานขายไปขายตามจุดขายด้วย ส่วนประเทศลาวก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน โดยเจ้าของร้านจะเป็นคนเวียดนามมากขึ้นทำให้ธุรกิจจะส่งสินค้าจากเวียดนามมากขึ้น ส่งจากประเทศไทยลดลง เป็นต้น
- 3) นักลงทุนควรรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละประเทศใน CLMV โดยในรอบ 10 - 15 ปีที่ผ่านมาผู้ผลิตขายสินค้าที่ผลิตขึ้นหรือยี่ห้ออุปทาน (Supply) เป็นหลัก คือขายในสิ่งที่ผลิตขึ้นโดยที่ไม่ได้ศึกษาอย่างลึกซึ้งว่าผู้บริโภคในแต่ละประเทศต้องการอะไร ต้องการสินค้าที่ผลิตขึ้นมาหรือไม่ แต่การค้าในประเทศ CLMV ในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจใน CLMV

จึงควรศึกษาว่าผู้บริโภคต้องการอะไร และขายสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ (sell on demand) ผู้ประกอบการไทยจึงควรศึกษาข้อมูลต่างๆ ของผู้บริโภคให้ได้ละเอียดที่สุดก่อนไปลงทุนในประเทศ CLMV

โดยสรุปแนวทางในการดำเนินธุรกิจในประเทศ CLMV มีหลักการ 3 ประการ ดังนี้ 1) ช่องทางการขายและการจัดจำหน่าย (channel route to market) ในการนำของไปขาย 2) รูปแบบการค้าที่แตกต่างกัน (trade behavior) อาทิ เวียดนามมีการแบ่งเขตพื้นที่ขายและต้องขอใบอนุญาตการขายในแต่ละพื้นที่ การค้าในลาวจากเดิมร้าน retail เป็นคนลาวพื้นที่ แต่ตอนนี้มีต่างชาติโดยเฉพาะเวียดนามเข้าไปทำการค้าขาย สินค้าจีนและเวียดนามเยอะขึ้น สินค้าไทยยังมีอยู่ร้อยละ 70 3) พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยนำสินค้าเข้าไปขายในต่างประเทศตามความต้องการของคนขาย (supply side) ซึ่งอาจไม่ตรงกับความต้องการของตลาด (demand side) ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยต้องปรับความคิดจากเดิมเป็นการขายสินค้าโดยคำนึงถึงอุปสงค์ (Sell on demand) โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต้องช่วยในการปรับแนวทางการตลาดเพื่อให้เกิดความยั่งยืน รวมถึงสร้างฐานข้อมูลด้านการค้าในประเทศ CLMV ให้มีรายละเอียดในระดับพื้นที่จังหวัด/เขตต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ดีมากขึ้น นอกจากนี้ การรักษาคุณภาพ/มาตรฐานที่ดีมีส่วนสำคัญมากในการรักษาฐานลูกค้าในตลาด CLMV

7.3.3 สรุปการนำเสนอผลการศึกษาและรับฟังความคิดเห็นโครงการ CLMVT Forum และ ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)

ผศ.ดร.มนต์ชัย พินิจจิตรสมุทร อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์และหัวหน้าโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment) เปิดเผยผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) สรุปได้ ดังนี้

ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เป็นวิธีการประเมินผลลัพธ์และคุณค่าทางสังคมที่พัฒนาจากหลักการประเมินประโยชน์เทียบกับต้นทุน ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ ที่นิยมใช้ประเมินการลงทุนสาธารณะของรัฐบาล

เพื่อวิเคราะห์ SROI ที่ปรึกษาได้ศึกษารวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการ CLMVT และเก็บข้อมูลความเห็นผู้ที่เคยเข้าร่วมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-

2564 ผ่านแบบสอบถามสำรวจความเห็น/ความพึงพอใจ/ประโยชน์ที่ได้รับจากการประชุม โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 255 คน แบ่งเป็นชาวไทย 136 คน กลุ่มประเทศ CLMV 109 คน และจากประเทศอื่นๆ จำนวน 10 คน ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์หรือคุณค่าจากการเข้าร่วมโครงการ CLMVT Forum ค่อนข้างมาก และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุม CLMVT Forum ค่อนข้างมาก เช่นเดียวกัน โดยคุณค่าหรือประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมได้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ทางด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจการค้าโลก (2) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT และ (3) ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาครัฐใน CLMVT

นอกจากนี้ ที่ปรึกษายังได้รวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ระดมความเห็นจากผู้ที่เคยเข้าร่วมงานจำนวน 69 คน ประกอบด้วย ชาวกัมพูชา 10 คน สปป.ลาว 10 คน เมียนมา 14 คน เวียดนาม 10 คน และไทย 25 คน โดยผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกรายมีความพึงพอใจในโครงการในระดับมากถึงมากที่สุด โดยคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมในโครงการฯ ได้แก่ (1) การสร้างความเชื่อมโยงและเครือข่ายทางธุรกิจ (2) ได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสาร และ (3) มีโอกาสเสริมสร้างความสัมพันธ์ระดับบุคคล อย่างไรก็ดี ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ความเชื่อมโยงและเครือข่ายขาดช่วง และขาดกิจกรรมต่อเนื่องที่จะช่วยขับเคลื่อนให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ SROI พบว่า โครงการ CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องปี 2559-2564 สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินโครงการไปสร้างรายได้ การค้า การลงทุน ประเมินเป็นมูลค่าได้ถึง 308 ล้านบาท และการลงทุนใน CLMVT Forum รวมทั้งโครงการต่อเนื่อง สร้างผลตอบแทนต่อสังคมสูงถึง 4.49 เท่าของมูลค่าการลงทุน ซึ่งถือเป็นอัตราการสร้างผลตอบแทนต่อสังคมจากการลงทุนที่ค่อนข้างสูง โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มประเทศ CLMVT จะได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ (1) เกิดความร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (2) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการหาข้อมูลและคู่ค้า (3) ได้รับข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจและเปิดมุมมองใหม่ และ (4) เสริมสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ

ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต หน่วยงานจึงอาจพิจารณาการดำเนินการ ดังนี้

1) ยกระดับงานประชุม CLMVT Forum โดยควรดำเนินงานประชุม CLMVT Forum อย่างต่อเนื่อง ยกกระดับงานประชุม CLMVT Forum ให้เป็นงานประชุมสำคัญระดับภูมิภาคเทียบชั้นกับงาน World Economic Forum รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของแต่ละประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้วยการหมุนเวียนให้แต่ละประเทศเป็นเจ้าภาพงานประชุมฯ เพื่อช่วยให้การดำเนินงานโครงการ CLMVT Forum มีความเข้มแข็งและต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

2) ส่งเสริมการสร้างเครือข่าย CLMVT โดยควรให้มีการจัดตั้ง CLMVT Forum Alumni แต่ละรุ่น เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการเดิมเข้ากับเครือข่ายผู้ประกอบการใหม่ รวมถึงจัดตั้ง CLMVT Trade Association และ CLMVT Services Foresight Group เพื่อเชื่อมโยงภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้า ข้อมูลทางธุรกิจ และเพิ่มโอกาสและบทบาทในการขับเคลื่อนการค้าการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMVT ให้มากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่อง (Follow up) ให้แก่ผู้ที่เคยเข้าร่วมประชุม และสร้างการพบปะกัน และ/หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะในรูปแบบการจัดแสดงสินค้า การนำเสนอนวัตกรรมใหม่ นำเสนอแผนธุรกิจใหม่ การจับคู่ทางธุรกิจ ซึ่งอาจเปิดโอกาสให้ใช้ภาษาท้องถิ่นได้ในบางกิจกรรม

3) จัดทำศูนย์ข้อมูลกลางของงานประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง โดยควรมีการบริหารจัดการข้อมูลและเว็บไซต์กลางของงานประชุม CLMVT ให้เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นศูนย์รวมแหล่งข้อมูลเศรษฐกิจการค้า ข้อเสนอแนะทางนโยบายเพื่อบูรณาการร่วมมือกันในการสร้างระบบนิเวศทางการค้าและการลงทุนในภูมิภาค ฐานข้อมูลผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในงานประชุม CLMVT และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การดำเนินความร่วมมือในอนาคต นอกจากนี้ควรพิจารณาพัฒนา Application สำหรับงานประชุมและเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชุม CLMVT Forum อย่างต่อเนื่องให้กับเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ

7.4 ผลการประเมินความพึงพอใจงานสัมมนา

จากจำนวนผู้เข้าร่วม 256 คน มีผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด โดยมีรายละเอียดของผู้ตอบแบบประเมิน ดังนี้ ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77.1 และเพศชายร้อยละ 22.9 โดยที่อยู่ช่วงอายุ 35-44 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 22.2 และช่วงอายุ 18-24 ปี ร้อยละ 19.4 ตามลำดับ (ภาคผนวก ง)

ประเภทของหน่วยงาน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ สถาบันการศึกษา ร้อยละ 30.6 ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ/เจ้าของบริษัท ร้อยละ 18.8 องค์กรไม่แสวงผลกำไร/สมาคม ร้อยละ 6.3 และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อการจัดงานสัมมนาในครั้งนี้โดยสรุปผู้ตอบแบบประเมินให้คะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยค่า 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด โดยแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจต่อการเสวนาหัวข้อ “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย”
ได้ค่าเฉลี่ย 4.4 ความหมายคือ มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 2) ความพึงพอใจต่องานสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนค่าเฉลี่ย 4.4 ความหมายคือ มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 3) ความเหมาะสมของรูปแบบการจัดสัมมนาออนไลน์ ได้ค่าเฉลี่ย 4.4 ความหมายคือ มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 4) ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอ ได้ค่าเฉลี่ย 4.4 ความหมายคือ มีความพึงพอใจมากที่สุดความรู้ของวิทยากรเกี่ยวกับหัวข้อที่เสวนา ได้ค่าเฉลี่ย 4.5 ความหมายคือ มีความพึงพอใจมากที่สุด
- 5) ความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ ได้ค่าเฉลี่ย 4.5 ความหมายคือ มีความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่นๆ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดโครงการ CLMVT Forum ในอนาคต และส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการจัดงานสัมมนาในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดโครงการ CLMVT Forum และโครงการที่เกี่ยวข้องในอนาคต เช่น หัวข้อ, รูปแบบ, วิทยากร, การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เป็นต้น ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อเสนอแนะโดยสรุป ดังนี้

- 1) ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจเอกชน เช่น โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.) Business Network International (BNI) สมาพันธ์ SME เป็นต้น กับธุรกิจใน CLMV อาจจะเริ่มจากแนวด้านชายแดน หาพันธมิตรด้านการเงิน เช่น ธนาคารมาสนับสนุน
- 2) ขอให้ภาครัฐ เข้าร่วมมีส่วนช่วยเป็นแกนนำ ส่งเสริมผลักดัน Cluster SMEs
- 3) หัวข้อการจัดงานควรมีความสอดคล้องกับสถานการณ์และทิศทางของ CLMVT
- 4) รูปแบบการจัดงานควรจะเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจของภาคเอกชนใน CLMVT โดยเชิญ วิทยากรมาจากองค์กรทางวิชาการและองค์การระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียและอาเซียน
- 5) ลักษณะการจัดงาน CLMVT Forum ควรจัดที่โรงแรม ภายในระยะเวลา 1 วัน
- 6) นอกจากการสัมมนาแล้ว ต้องการเห็นกรณีตัวอย่าง Case study จริง ของผลเชิงธุรกิจหรือความร่วมมือเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง หรือปัญหาอุปสรรคที่ต้องการแก้ไขหรือผลักดันสู่ความสำเร็จ
- 7) เห็นด้วยกับข้อเสนอแนะในการเป็น World Economic Forum หมุนเวียนประเทศ CLMVT เป็นเจ้าภาพ ซึ่งจะสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและความเชื่อมโยงระหว่างกัน และมีการสร้าง “Team Thailand” เพื่อประสานงาน
- 8) จัดกิจกรรม CLMVT Forum ผ่านระบบประชุมออนไลน์ควบคู่กันเพื่อให้เข้าร่วมรับฟังได้จากภายนอก
- 9) อยากให้มีหัวข้อที่เกี่ยวกับทิศทางการลงทุนและความเสี่ยงสำหรับผู้เริ่มต้นธุรกิจ การส่งออก หรือนักธุรกิจที่ยังไม่มีประสบการณ์
- 10) มีโครงการส่งเสริมคนรุ่นใหม่ในการเริ่มทำธุรกิจกับ CLMV ให้เป็น Successor หรือต้นแบบ
- 11) อยากให้มีหัวข้อเกี่ยวกับช่องทางการชำระเงินสำหรับการค้าใน CLMVT

ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการจัดงานสัมมนาในครั้งนี้ ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ โดยสรุป ดังนี้

- 1) เป็นการจัดงานสัมมนาที่ดีมาก ได้ข้อมูลเยอะ และอยากให้มีการจัดโครงการแบบนี้อีก
- 2) วิทยากรมีความรู้ความสามารถอธิบายเห็นภาพชัดเจน
- 3) ช่วงเสวนาดีมาก รายละเอียดของประเทศใน CLMV มีประโยชน์มาก
- 4) น่าจะมีการขยายเวลาให้วิทยากรที่มีประสบการณ์ตรง ได้แนะนำวิธีการ เข้าถึงตลาดจริง ได้มากกว่านี้

- 5) ได้ความรู้และข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ อาจจะมีวิทยากรที่เป็นผู้ประกอบการไทยที่ทำธุรกิจ
CLMVT มาแชร์ประสบการณ์จริงและให้ข้อเสนอแนะ
- 6) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ต้องการให้มีความชัดเจนในการสนองตอบของรัฐบาล
- 7) อยากให้นำผลการวิจัยมานำเสนอในเชิงรูปธรรม เช่น การนำไปใช้ หรือ ประโยชน์ของ
ผู้ประกอบการ แทนที่การนำเสนอวิธีการทำวิจัย
- 8) สรุปข้อเสนอแนะที่นำเสนอได้ดีและถ้ามีโอกาสทำให้เกิดขึ้นได้ จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศ
ไทยและในภูมิภาคนี้เป็นอย่างมาก
- 9) อยากให้เชิญ คุณจิรวัดน์ เดชาเสถียร มาบรรยายในอนาคตอีก
- 10) ควรมีการสรุปประเด็นสั้นๆ ประกอบเป็นเอกสารใช้อ้างอิงในภายหลังให้ด้วย

บรรณานุกรม

- กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ (United Nations Population Fund-UNFPA). (2562). รายงานการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในโครงการความร่วมมือใต้-ใต้และไตรภาคีระหว่าง UNFPA และรัฐบาลไทย.
- ไชยยะ คมฉณี, พลากร สัตย์ชื้อ & ปุริวิชญ์ พิทยาภินันท์. (2018). Social return on investment of scientific research projects in project package of para-rubber industry development. *Modern Management Journal*, 16(2), 43-56.
- นิโรธ เดช กำแหง & อีระวัฒน์ จันทิก. (2016). กลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(2), 58-68.
- นงคินุช ศรีธนาอนันต์. (2016). แนวทางปฏิบัติและการส่งเสริมการประชุมสีเขียวในประเทศไทย. *วารสารสุทธิ ปริทัศน์*, 30(96), 233-245.
- สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทรพร แยมล่อ. (2560). *คู่มือการประเมินผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment : SIA) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI: Social Return On Investment)*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2557). *การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment/SROI): กรณีศึกษาการดำเนินงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)*
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2564). *โครงการประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564*
- Carrington, K., & Pereira, M. (2011). Assessing the social impacts of the resources boom on rural communities. *Rural Society*, 21(1), 2-20.
- Changrian, C., Phimpho, T., & Alongkorn, S. (2020). An Assessment of Social Return on Investment Comparing Agroforestry System to Monocropping System in Uttaradit Province Thailand. *ECON-Journal of Economics, Management & Business*, 8(3).
- Deery, M., & Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. *International Journal of Event and Festival Management*.

- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., & Mules, T. (2000). A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions. *Event management*, 6(3), 175-189.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2006). Assessing the economic impacts of events: A computable general equilibrium approach. *Journal of travel research*, 45(1), 59-66.
- Epstein, M. J., & Yuthas, K. (2017). *Measuring and improving social impacts: A guide for nonprofits, companies, and impact investors*. Routledge.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32.
- Lievesley, M., and Yee, J. (2012) Valuing Service Design: Lessons from SROI, in Israsena, P., Tangsantikul, J. and Durling, D. (eds.), Research: Uncertainty Contradiction Value - *DRS International Conference 2012*, 1-4 July, Bangkok, Thailand.
- Maier, F., Schober, C., Simsa, R., & Millner, R. (2015). SROI as a method for evaluation research: Understanding merits and limitations. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(5), 1805-1830.
- New Economic Foundation (2005). *Proving and Improving: A Quality and Impact Toolkit for Social Enterprise*. London: New Economics Foundation.
- Saenz, C. S. (2020). A new mapping outcome method to measure social return on investment: A case study in Peru. *Social Responsibility Journal*.
- Small, K. E. (2007). *Understanding the social impacts of festivals on communities*.
- Social Value Thailand. (2563). *SROI 101: Introduction to Social Return on Investment*.
- Then, V., Schober, C., Rauscher, O., & Kehl, K. (2018). *Social return on investment analysis: Measuring the impact of social investment*. Springer.
- Wood, E. H. (2005). Measuring the economic and social impacts of local authority events. *International Journal of Public Sector Management*.
- Wood, EH (2009) An impact evaluation framework: Local government community festivals. *Event Management*, 12 (3-4). 171 - 185.
- Yürük, P., Akyol, A., & Şimşek, G. G. (2017). Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 60, 367-378.

ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำรวจข้อมูล

CLMVT Forum Survey

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ มีความประสงค์ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและการได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมการประชุม CLMVT Forum และโครงการ/กิจกรรมดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 โดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นที่ปรึกษาโครงการฯ อันมีวัตถุประสงค์เพื่อการประเมินผลและใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ใช้เวลาประมาณ 10 นาที ทั้งนี้ ข้อมูลทั้งหมดจะใช้สำหรับงานศึกษาวิจัยเท่านั้นและเก็บรักษาเป็นความลับ และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

The Trade Policy and Strategy Office, Ministry of Commerce would like to conduct a survey among CLMVT Forum participants to determine the benefits gained by attending the CLMVT forum and the related events from 2016 to 2021. The project is undertaken by Kasetsart University with the objective of understanding the social impact of the Forum and the result will be used to improve future CLMVT Forum events. All the information will be used for academic research purpose only. The survey will take around 10 minutes. We appreciate you taking the time to answer our survey.

คำถามที่ 0 (Q0)

ท่านยินดีตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูล เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย หรือไม่ (หากท่านต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถสอบถามได้ที่ ผศ.ดร.มนต์ชัย ปินิจจิตรสมุทร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หัวหน้าโครงการวิจัยฯ โทร 086 3451465 หรือ montchai.p@ku.th)
(Are you willing to answer the survey as a part of research project? (If you would like more information about the project, please contact Asst.Prof Montchai Pinitjitsamut at Kasetsart University, at 086 3451465 or montchai.p@ku.th))

1. ยินดี (Yes)
2. ไม่ยินดี (No)

คำถามที่ 1 (Q1)

ประเภทของหน่วยงานที่ท่านสังกัด

(The type of agency you are affiliated with)

1. หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ (Government organization or State-owned enterprise)
2. บริษัทเอกชน (Private Corporation)
3. องค์กรไม่แสวงผลกำไร (Non-profit organization)
4. อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) _____

คำถามที่ 2 (Q2)

ท่านประกอบอาชีพอะไร (What is your occupation?)

1. นักวิชาการ/ครู/อาจารย์ (Researcher/Teacher/Lecturer)
2. ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ (Business-owner/Freelancer)
3. พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (An employee at private firm)
4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ (An employee at government organization or state-owned enterprise)
5. แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน (Homemaker/Retire/Unemployed)
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (Student)
7. อื่นๆ โปรดระบุ (Others, please specify) _____

คำถามที่ 3 (Q3)

ท่านอายุเท่าไร (How old are you?)

1. ต่ำกว่า 18 ปี (< 18)
2. 18 - 24 ปี (18 – 24)
3. 25 - 34 ปี (25 – 34)
4. 35 - 44 ปี (35 – 44)
5. 45 - 54 ปี (45 – 54)
6. 55 - 64 ปี (55 – 64)
7. 65 ปี ขึ้นไป (>= 65)

คำถามที่ 4 (Q4)

ท่านจะอธิบายตัวเองว่าอย่างไร (What is your gender identity?)

1. ชาย (Male)
2. หญิง (Female)
3. ไม่ใช่ทั้งชายและหญิง/เพศที่สาม (Transgender)
4. ขออธิบายตัวเอง (Other, please specify) _____
5. ไม่ระบุ (Prefer not to say)

คำถามที่ 5 (Q5)

ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (What is your highest level of education?)

1. ประถมศึกษา (Primary School)
2. มัธยมศึกษาตอนต้น (Middle School)
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (High School)
4. อนุปริญญา/ปวส. (2-year community college)
5. ปริญญาตรี (Undergraduate degree)
6. ปริญญาโท หรือสูงกว่า (Master degree or higher)

คำถามที่ 6 (Q6) ท่านเคยเข้าร่วมการประชุม CLMVT Forum และ/หรือ โครงการ/กิจกรรมดำเนินงาน
ต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ไต่บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (Which CLMVT Forum you have
attended from 2016 to 2021? (Can answer more than 1 choice))

1. งาน CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity
(CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity)
2. งาน CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology
(CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology)
3. งาน CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia
(CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia)
4. งาน CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online)
(CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online))
5. โครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups 2019
(Scale-Up Bootcamp for Startups 2019)
6. โครงการ CLMVT Adapt to Global value Chain 2019
(CLMVT Adapt to Global value Chain 2019)
7. โครงการ CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal
(CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal)
8. โครงการอบรม CLMVT Executive Program - CLMVT Connex
(CLMVT Executive Program - CLMVT Connex)
9. งานสัมมนา CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019
(CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019)

คำถามที่ 7 (Q7)

แต่ละครั้งที่เข้าร่วมงานประชุม CLMVT Forum ท่านใช้เวลาอยู่ในงานนานแค่ไหน

(In each time you attended the CLMVT Forum, how much time you spend in the event?)

1. น้อยกว่า 30 นาที (Less than 30 minutes)
2. 30 นาที-1 ชั่วโมง (30 minutes to 1 hour)
3. 1 ชั่วโมงขึ้นไป-2 ชั่วโมง (1 hour to 2 hours)
4. มากกว่า 2 ชั่วโมง (More than 2 hours)

คำถามที่ 8-9 (Q8-Q9)

ในการมาร่วมประชุม CLMVT Forum และ/หรือ โครงการ/กิจกรรมดำเนินงานต่อเนื่อง ในช่วงปี 2559-2564 ท่านมีค่าใช้จ่ายรวม (อาทิ ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ฯ) และค่าใช้จ่ายในการลงทุนเท่าไร (เช่น ค่าชื้อยานพาหนะ ค่าชื้ออาคารสำนักงาน ฯ) (ประมาณการโดยรวม หากไม่มีให้ระบุเป็น 0) Could you please provide the approximated amount of expenses and investment you made when attending CLMVT Forum and the continuing events from 2016 to 2021 (If none, please fill 0)

ตารางที่ 20 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 8-9

| | ค่าใช้จ่ายรวม (บาท) Total Expense in Baht | ค่าใช้จ่ายลงทุน (บาท) Investment in Baht |
|---|--|---|
| งาน CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity (CLMVT Forum 2016: Towards a Shared Prosperity) | | |
| งาน CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology (CLMVT Forum 2018: CLMVT Taking-Off Through Technology) | | |
| งาน CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia (CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia) | | |
| งาน CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online) (CLMVT Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery (Online)) | | |
| โครงการอบรม Scale-Up Bootcamp for Startups 2019 (Scale-Up Bootcamp for Startups 2019) | | |
| โครงการ CLMVT Adapt to Global value Chain 2019 (CLMVT Adapt to Global value Chain 2019) | | |
| โครงการ CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal (CLMVT Forum Webinar 2020 - the New Normal) | | |
| โครงการอบรม CLMVT Executive Program - CLMVT Connex (CLMVT Executive Program - CLMVT Connex) | | |
| งานสัมมนา CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019 (CLMVT Cross-Border Digital Trade 2019) | | |

คำถามที่ 10

ท่านคิดว่า ประโยชน์หรือคุณค่า ที่ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับจาก CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่อง ในช่วงปี 2559-2564 มีความคุ้มค่าในระดับใด เมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย

(Do you think the CLMVT Forum and the related events from 2016 to 2021 are beneficial and worth the time and expenses?)

1. มีความคุ้มค่ามาก (5) Extremely beneficial (5)
2. มีความคุ้มค่าค่อนข้างมาก (4) Highly beneficial (4)
3. มีความคุ้มค่าปานกลาง (3) Fairly beneficial (3)
4. มีความคุ้มค่าค่อนข้างน้อย (2) Slightly beneficial (2)
5. มีความค้มน้อย (1) Not beneficial (1)

คำถามที่ 11 (Q11)

ท่านคิดว่า กิจกรรมประเภทใดที่ได้ประโยชน์มากที่สุด ในการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงาน ต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 (1=น้อยที่สุด ถึง 5=มากที่สุด)

(What activity you think are the most beneficial from CLMVT Forum and the related event in 2016 to 2021? (Ranking from 1=Lowest to 5=Highest))

1. การอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion)
2. การอภิปรายเป็นคณะ (Panel Discussion)
3. การนำเสนอความคิดหรือธุรกิจ (Pitching)
4. การสัมมนา/โครงการอบรม (Seminar/Presentation)
5. อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) _____

คำถามที่ 12 (Q12)

ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ในระดับใด (What is your overall satisfaction for CLMVT Forum and the continuing events from 2016 to 2021?)

1. พึงพอใจมาก (5) Very Satisfied (5)
2. พึงพอใจค่อนข้างมาก (4) Satisfied (4)
3. พึงพอใจปานกลาง (3) Neutral (3)
4. พึงพอใจค่อนข้างน้อย (2) Unsatisfied (2)
5. พึงพอใจน้อย (1) Very Unsatisfied (1)

คำถามที่ 13 (Q13)

การที่ท่านได้เข้าร่วมประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2564 ท่านได้รับคุณค่าหรือประโยชน์อะไรบ้าง ระบุได้มากกว่า 1 รายการ

(What are the benefits you received from attending CLMVT Forum and the related events from 2016 to 2021? Can answer more than one)

1. ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (New opportunity for business cooperation)
2. ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่

(Acknowledging economic situation and information)

3. ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ

(Saving the expenses in acquiring new information and networking event)

4. ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT

(Connecting with government organizations at CLMVT)

5. ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT (Connecting with privates at CLMVT)

6. ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (Connecting with researchers at CLMVT)

7. ได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน (Entertaining)

8. อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) _____

คำถามที่ 14 (Q14)

สมมติว่าภายใน 1 ปีต่อจากนี้ ท่านได้นำคุณค่าหรือประโยชน์ ที่ได้รับจากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ไปขยายผลและสร้างมูลค่าเพิ่ม ท่านคิดว่าจะสามารถสร้างให้เกิดมูลค่าเป็นจำนวนกี่บาทต่อปี (โดยประมาณ) เช่น สมมติคุณค่า/ประโยชน์ที่ได้รับจากเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum คือ ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ฯ" ท่านนำสิ่งนี้ไปใช้ประโยชน์ ก่อให้เกิดการป้องกันความเสี่ยง ทำให้สร้างรายได้/การค้าการลงทุน คิดเป็นมูลค่าเท่าไรต่อปี โดยประมาณ (If you were to use the benefit you received from attending CLMVT forum to expand your businesses/organizations within a year, what is estimated amount of total value of the benefit would be annually? For example, if you think the benefit of attending CLMVT forum is "Receiving updated information on the economic situation and

prospective”, and if you use the information to prevent risk/ increase revenue, how much do you think the estimation loss prevented/ revenue would be?)

ตารางที่ 21 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 14

| | มูลค่า (บาท/ปี) (1) |
|---|---------------------|
| ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (New opportunity for business cooperation) | |
| ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ (Receiving updated information on the economic situation and prospective) | |
| ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้าพันธมิตร ธุรกิจ (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT (Connecting with government organizations at CLMVT) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT (Connecting with private corporations at CLMVT) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (Connecting with researchers at CLMVT) | |
| การได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน (Entertaining) | |
| อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) | |

คำถามที่ 15 (Q15)

ถ้าท่านต้องจ่ายเงินเองเพื่อให้ได้คุณค่าหรือประโยชน์จากการประชุม CLMVT Forum ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเท่าไร (ต่อปี) เช่น สมมติว่าท่านได้รับคุณค่า "ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT" จากการประชุม CLMVT Forum เมื่อท่านประเมินคุณค่านี้ด้วยความเต็มใจจ่ายของตัวเอง ท่านคิดว่าเป็นจำนวนเงินเท่าใด

(If you were to be responsible for all your expenses to attend CLMVT forum, how much annually you are willing to pay? For example, given the benefit you received from attending CLMVT forum value, what is the amount you are willing to pay on your own expenses?)

ตารางที่ 22 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 15

| | จ่ายเอง (บาท/ปี) (Annual Expense in Baht) |
|---|--|
| ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (New opportunity for business cooperation) | |
| ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ (Receiving updated information on the economic situation and prospective) | |
| ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT (Connecting with private corporations at CLMVT) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (Connecting with researchers at CLMVT) | |
| การได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน (Entertaining) | |
| อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) | |

คำถามที่ 16 (Q16)

ท่านคิดว่ามีโอกาสกี่เปอร์เซ็นต์ ที่คุณค่าหรือประโยชน์จะสามารถเกิดขึ้นได้เอง โดยไม่ต้องเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum หรือกิจกรรมดำเนินการต่อเนื่อง (เลื่อนตอบตัวเลข 0 - 100%) (How likely do you think you will receive those above-mentioned benefits without attending CLMVT forum and the continuing events? (Move the sliders from 0 - 100%))

คำอธิบาย Explanation: โอกาส 0% คือ ได้รับคุณค่าหรือประโยชน์ จากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum เท่านั้น (0% means you think you will only receive the benefits by attending CLMVT forum only) โอกาส 100% คือ ได้รับคุณค่าหรือประโยชน์ จากแหล่งอื่นๆ "ที่ไม่จำเป็น" ต้องเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum (100% means you can receive the benefits from somewhere else (Attending CLMVT forum is unnecessary))

ตารางที่ 23 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 16

| | ร้อยละของโอกาส (percent of opportunity) 0% – 100% |
|---|---|
| ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (New opportunity for business cooperation) | |
| ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ (Receiving updated information on the economic situation and prospective) | |
| ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT (Connecting with private corporations at CLMVT) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (Connecting with researchers at CLMVT) | |
| การได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน (Entertaining) | |
| อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) | |

คำถามที่ 17 (Q17)

ท่านคิดว่ามีโอกาสกี่เปอร์เซ็นต์ ที่คุณค่าหรือประโยชน์ข้างต้น ที่ได้จากร่วมประชุม CLMVT Forum จะไปทดแทนผลลัพธ์ของแหล่งอื่นที่ให้บริการใกล้เคียงกัน (เลื่อนตอบตัวเลข 0 - 100%)

(In your opinion, what is the percent chance, where the benefits you received from attending CLMVT forum can be substitute the similar benefits from attending other forums?

(Move the sliders from 0 - 100%)

คำอธิบาย (Explanation)

โอกาส 0%

คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับเช่นได้ข้อมูลข่าวสารฯ)จากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ไม่ส่งผลกระทบต่อแหล่งอื่น

(0% means that the benefits from attending CLMVT Forum do not replace benefits from attending other forums)

โอกาส 50%

คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการของหน่วยงานอื่น หรือแหล่งอื่นลดลง (เช่น เว็บไซต์)

50% means that the benefits from attending CLMVT Forum can substitute the attendance of other forums (e.g., Website)

โอกาส 100%

คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมประชุม CLMVT Forum ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการของหน่วยงานอื่น หรือแหล่งอื่นลดลงอย่างมาก

(100% means that the benefits from attending CLMVT Forum significantly reduce the attendance of other forums)

ตารางที่ 24 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 17

| | ร้อยละของการทดแทน (percent of Substitution) 0% – 100% |
|---|---|
| ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (New opportunity for business cooperation) | |
| ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิดมุมมองใหม่ (Receiving updated information on the economic situation and prospective) | |
| ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT (Connecting with private corporations at CLMVT) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (Connecting with researchers at CLMVT) | |
| การได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน (Entertaining) | |
| อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) | |

คำถามที่ 18 (Q18)

ท่านคิดว่ามีโอกาskieเปอร์เซ็นต์ที่คุณค่าหรือประโยชน์ข้างต้น เป็นผลลัพธ์ที่มาจากหน่วยงานอื่นด้วย นอกเหนือจากการประชุม CLMVT Forum (เลื่อนตอบตัวเลข 0 - 100%)

(In your opinion, what is the percent chance, where the above-mentioned benefits are the result of other organizations apart from the CLMVT Forum (Move the sliders from 0 - 100%))

คำอธิบาย (Explanation)

โอกาส 0%

คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ (เช่น ได้โอกาสและเกิดความร่วมมือทางธุรกิจ) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากการประชุม CLMVT Forum เพียงอย่างเดียว

0% means that the benefits you have received such as “New opportunity for business cooperation” is the result of solely attending the CLMVT Forum

โอกาส 50%

คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ เป็นผลลัพธ์มาจากทั้งหน่วยงานอื่น(เช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) และการประชุม CLMVT Forum ร่วมกัน

50% means that the benefits you have received such as “New opportunity for business cooperation” is the result of attending the CLMVT forum and other organizations such as the events of The Thai Chamber of Commerce or the Department of International Trade

โอกาส 100%

คือ คุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับเป็นผลลัพธ์จากหน่วยงานอื่นเพียงอย่างเดียว

100% means that the benefits you have received such as “New opportunity for business cooperation” is solely from other organizations

ตารางที่ 25 ตารางภาคผนวก ก แบบสอบถาม คำถามที่ 18

| | ร้อยละขององค์กรอื่น (percent of other organizations) 0% – 100% |
|---|--|
| ได้โอกาสและเกิดร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (New opportunity for business cooperation) | |
| ได้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจ และเปิด มุมมองใหม่ (Receiving updated information on the economic situation and prospective) | |
| ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสาร/ คู่ค้าพันธมิตรธุรกิจ (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐใน CLMVT (Saving the expenses in acquiring new information and networking event) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนใน CLMVT (Connecting with private corporations at CLMVT) | |
| ได้รู้จักและสร้างเครือข่ายกับภาควิชาการใน CLMVT (Connecting with researchers at CLMVT) | |
| การได้รับความสุข/ความเพลิดเพลิน (Entertaining) | |
| อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify) | |

คำถามที่ 19 (Q19)

ท่านคิดว่าการประชุม CLMVT Forum ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องใด ในแง่มุมใด

(Do you have any suggestions for CLMVT Forum or is there anything that should be changed?)

1. รูปแบบในการจัดงาน (Event outline)
2. ระยะเวลาในการจัดงาน (duration of the event)
3. หัวข้อในการจัดงาน (topic of the event)
4. อื่นๆ โปรดระบุ (other, please specify) _____

คำถามที่ 20 (Q20)

ในกรณีที่ผู้วิจัยประสงค์เรียนเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสัมมนาทางออนไลน์ เพื่อระดมความคิดเห็น/ให้ข้อเสนอแนะ (โดยจะกำหนดวัน-เวลา มาอีกครั้ง) ท่านยินดีที่จะเข้าร่วมหรือไม่

(Would you be willing to participate in an online meeting in order to brainstorm for in depth suggestions for the future event? (If yes, we will contact you later)

1. ยินดีเข้าร่วม (Yes)
2. ไม่ยินดี (No)

คำถามที่ 21 (Q21)

หากท่านสนใจร่วมลุ้นรับรางวัลของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียด เพื่อใช้ในการจับรางวัลและติดต่อส่งของที่ระลึกค่ะ (ผู้กรอกข้อมูลในแบบสอบถามนี้มีโอกาสได้รับ \$30 e-Gift card 1 รายการจากจำนวนทั้งหมด 20 ฉบับ) (Would you be willing to participate in lucky drawing session? (If yes, please provide the details) (Information provider in this survey will stand the chance to win a \$30 e-Gift card in total 20 cards)

1. ชื่อ-นามสกุล (Name) _____
2. E-mail _____

ภาคผนวก ข รายละเอียดข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 26 ตารางภาคผนวก ข จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นแยกเป็นรายประเทศ

| จำนวนรวม (คน) | จำนวน(คน) แยกตามประเทศ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | วันที่ สัมภาษณ์ |
|------------------|---------------------------|--------------------------------|--|--------------------|
| 1 | Cambodia1 | Sovannarith HENG | The Royal Embassy of Cambodia in Bangkok | 16/3/65 |
| 2 | Cambodia2 | Sorn Barang | TreeWB E-Commerce | 18/3/65 |
| 3 | Cambodia3 | Lim Houng | CEO & Founder FIRST SOLUTION (CAMBODIA) | 18/3/65 |
| 4 | Cambodia4 | Kimlong Chheng | Asian Vision Institute | 28/3/65 |
| 5 | Cambodia5 | Vathana Roth | "Technical Advisor, Centre for Development Economics and Trade, Cambodia Development Resource Institute (CDRI) | 5/4/65 |
| 6 | Cambodia6 | Chanpiseh Hem | Managing Director, Chan Tepi Travel Co.,Ltd. and Board of Director, Cambodia Tourism Association | 5/4/65 |
| 7 | Cambodia7 | MAR Sophal | Program Manager, Socio-Economic Equity in Development (SEED) | 5/4/65 |
| 8 | Cambodia8 | Nirawat Rangseekanjana | Director Minister Counsellor (Commercial) at Cambodia | 5/4/65 |
| 9 | Cambodia9 | Chonlathid Theypod | Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Cambodia | 5/4/65 |
| 10 | Cambodia10 | Socheata Leang | Director, SBHC Haute Couture, Stella Bella | 5/4/65 |
| 11 | Laos1 | Phoxaysy Sengchanthanouvong | Laoodoo_Odoo ERP | 18/3/65 |
| 12 | Laos2 | Vannaeth Phimpachanh | Httpool | 25/3/65 |
| 13 | Laos3 | Pawitra | Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Laos | 25/3/65 |
| 14 | Laos4 | Varavudh Meesaiyati | Thai Business Association of The Lao PDR | 29/3/65 |
| 15 | Laos5 | Vilouna Phetmany | Terminal 8. Agency and Management | 29/3/65 |
| 16 | Laos6 | Aekasith Meathathirasawad | CEO, Savannakhet EMC company | 1/4/65 |
| 17 | Laos7 | Pakorn SriNongKhot | Savan agro trading sole Co., Ltd. | 1/4/65 |
| 18 | Laos8 | Supakorn Sakunsunsern | Engineer, TML Savannakhet company | 1/4/65 |
| 19 | Laos9 | Jaturong Bunnag | Chairman, Thailand-Laos Business Council | 5/4/65 |
| 20 | Laos10 | Soudalie Silaphet – Poppy | White Enterprise Co. Ltd (WE) | 8/4/65 |
| 21 | Myanmar1 | Dr. Htay Aung | The Union Minister for Hotels and Tourism (MOHT), Myanmar | 2/3/65 |
| 22 | Myanmar2 | Nattawin Phongsphetrarat | Vice President of Thai Business Association of Myanmar and Director of TPS Garden Furniture Co., Ltd. | 2/3/65 |
| 23 | Myanmar3 | Daw Kyi Aye | Senior Advisor MTF | 2/3/65 |

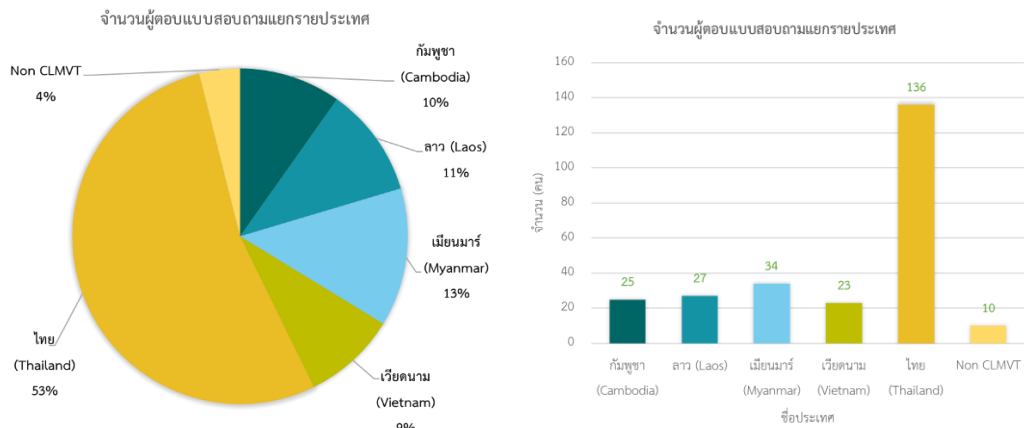
งานจ้างที่ปรึกษา โครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

| จำนวนรวม (คน) | จำนวน(คน) แยกตามประเทศ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | วันที่ สัมภาษณ์ |
|------------------|---------------------------|-------------------------------|---|--------------------|
| 24 | Myanmar4 | DDG Myint Htwe | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 25 | Myanmar5 | DDG (Project) | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 26 | Myanmar6 | Kyaw Moe Naing | Myanmar Tourism Federation | 2/3/65 |
| 27 | Myanmar7 | IRC | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 28 | Myanmar8 | Lilly Kyu – Myanmar | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 29 | Myanmar9 | Zeyar Myo Aung | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 30 | Myanmar10 | Naung Lin Aung | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 31 | Myanmar11 | Thida Aye | Amazing Hotels & Resorts | 2/3/65 |
| 32 | Myanmar12 | Hnin Lei Wai | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 33 | Myanmar13 | Myo Than | MOHT -Myanmar | 2/3/65 |
| 34 | Myanmar14 | Tin Myo Aung | Deputy Director, International and Regional Cooperation Department, Ministry of Hotels and Tourism | 2/3/65 |
| 35 | Vietnam1 | Lai Dinh Quynh from | CBC Construction JSC | 11/3/65 |
| 36 | Vietnam2 | Nguyen Thi Bich Hanh | SPM Tech Co Ltd. | 11/3/65 |
| 37 | Vietnam3 | THAI SON TRUONG (Dr.Sunny) | Chairman& Founder HOANG QUAN APPRAISAL CO., LTD. | 24/3/65 |
| 38 | Vietnam4 | Vi-INA | HOANG QUAN APPRAISAL CO., LTD. | 24/3/65 |
| 39 | Vietnam5 | Nguyen Thanh Huy | Commercial Attaché Trade Office, Vietnam Embassy in Thailand | 25/3/65 |
| 40 | Vietnam6 | VAN LE | ERABIT COMPANY LIMITED | 25/3/65 |
| 41 | Vietnam7 | Chu Minh Thao | Diplomatic Academy of Vietnam | 29/3/65 |
| 42 | Vietnam8 | Nguyen Hoang Duong | CEO, Brian Tracy Training Vietnam | 1/4/65 |
| 43 | Vietnam9 | Quang Ninh Tran | Resonance Co. Ltd. | 1/4/65 |
| 44 | Vietnam10 | Dr.Suparporn Sookmark | Minister Counsellor (Commercial), Ho Chi Minh City, Vietnam | 5/4/65 |
| 45 | Thai1 | ก้องกิติ ลีวเจริญชัย | CEO & Cofounder, ZUPPORTS.co | 16/3/65 |
| 46 | Thai2 | สันธิฐิตา อัครัสกร | Business Development, ZUPPORTS.co | 16/3/65 |
| 47 | Thai3 | Kanyapa Lertittiwech | Office of International Relations, Panyapiwat Institute of Management | 16/3/65 |
| 48 | Thai4 | ยุวณี ภูริรักษ์ | ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก I.C.C International Public Company Limited | 16/3/65 |
| 49 | Thai5 | Thanadej Chaiyapruke | Mexican Thai Chamber of Commerce | 16/3/65 |

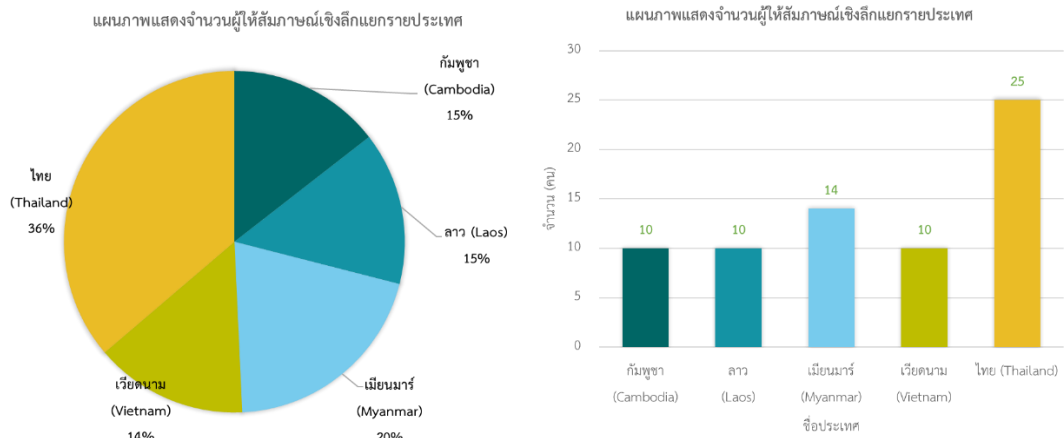
งานวิจัยที่ปรึกษา โครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

| จำนวนรวม (คน) | จำนวน(คน) แยกตามประเทศ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | วันที่ สัมภาษณ์ |
|------------------|---------------------------|-------------------------|---|--------------------|
| 50 | Thai6 | พรทวี ศรีสง่า | บริษัท ปลุกยักษ์ (ประเทศไทย) จำกัด | 16/3/65 |
| 51 | Thai7 | Mongkol Sangkumplee | CEIC Data | 24/3/65 |
| 52 | Thai8 | Pisinee Leelafaungsilp | CEIC Data | 24/3/65 |
| 53 | Thai9 | Premika Gorowara | CEIC Data | 24/3/65 |
| 54 | Thai10 | Chutima Sudjanya | RMUTP University | 25/3/65 |
| 55 | Thai11 | จิรวัดน์ เตชะเสถียร | Business Consultant | 25/3/65 |
| 56 | Thai12 | Maliwan Dejaritt | PASSAGE (Thailand) Co.,Ltd. | 25/3/65 |
| 57 | Thai13 | Sasawat Kosum | Corporate Credit Officer, Bangkok Bank Plc. | 25/3/65 |
| 58 | Thai14 | Panaporn. Sangsuwan | Chumkhuncharoensub,co.ltd. | 29/3/65 |
| 59 | Thai15 | Patcha Sattaka | Lecturer, Kasetsart University Chalermphrakiat Sakonnakhon Province Campus | 29/3/65 |
| 60 | Thai16 | Worawech Pariwat | Travel agency | 29/3/65 |
| 61 | Thai17 | Benchawan Yensom | Na.chanoknan Co.,ltd. | 29/3/65 |
| 62 | Thai18 | Rawisara Ruenwai | อาจารย์คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยพะเยา | 30/3/65 |
| 63 | Thai19 | Phuvin Kongsawat | CO-Founder and CEO at Easy Rice Digital Technology | 30/3/65 |
| 64 | Thai20 | Sarayut Chupukcharoen | Managing Director, SCC TECH CO., LTD. | 31/3/65 |
| 65 | Thai21 | Ratsamee triporncharoen | Marketing Manager, Extensive Research Polymers Co., Ltd | 31/3/65 |
| 66 | Thai22 | Wichuda Singkam | Lecturer, Sisaket Rajabhat University | 31/3/65 |
| 67 | Thai23 | ผศ.ดร. กนกพร ภาคิณาย | คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ | 5/4/65 |
| 68 | Thai24 | รศ.ดร.นิลิต พันธมิตร | หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | 8/4/65 |
| 69 | Thai25 | ณิชชา รัตนจินดา | รองประธานคณะกรรมการฯ YEC กรุงเทพฯ | 8/4/65 |

จากตารางผนวกที่ 26 จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นแยกเป็นรายประเทศ มากที่สุด คือ จากประเทศไทย จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือจากเมียนมา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 และจากกัมพูชา ลาว เวียดนาม จำนวนประเทศละ 10 ราย รวมคิดเป็นร้อยละ 44



รูปภาพที่ 32 ภาคผนวก ข แผนภาพแสดงข้อมูลจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปภาพที่ 33 ภาคผนวก ข แผนภาพแสดงข้อมูลจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

ภาคผนวก ค รายงานผลการประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดเผยแพร่การศึกษา

รายงานผลการประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา ที่ปรึกษาได้ออกแบบ จัดทำ ผลิตและเผยแพร่ผลลัพธ์การดำเนินงาน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา ก่อนเผยแพร่ โดยการจัดทำสกู๊ป (Scoop) สรุปประเด็นสำคัญ ลงสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์และออกรายการวิทยุและเผยแพร่ออนไลน์รวม 7 ครั้งดังนี้

สกู๊ปที่ 1

ชื่อสกู๊ป “เปิดผลศึกษาความคุ้มค่า “CLMVT Forum” เชื่อมภูมิภาคอาเซียนสู่เวทีโลก” ลงในฐานเศรษฐกิจดิจิทัล วันที่ 10 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.thansettakij.com/economy/54903>



รูปภาพที่ 34 ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 1

สกู๊ปที่ 2

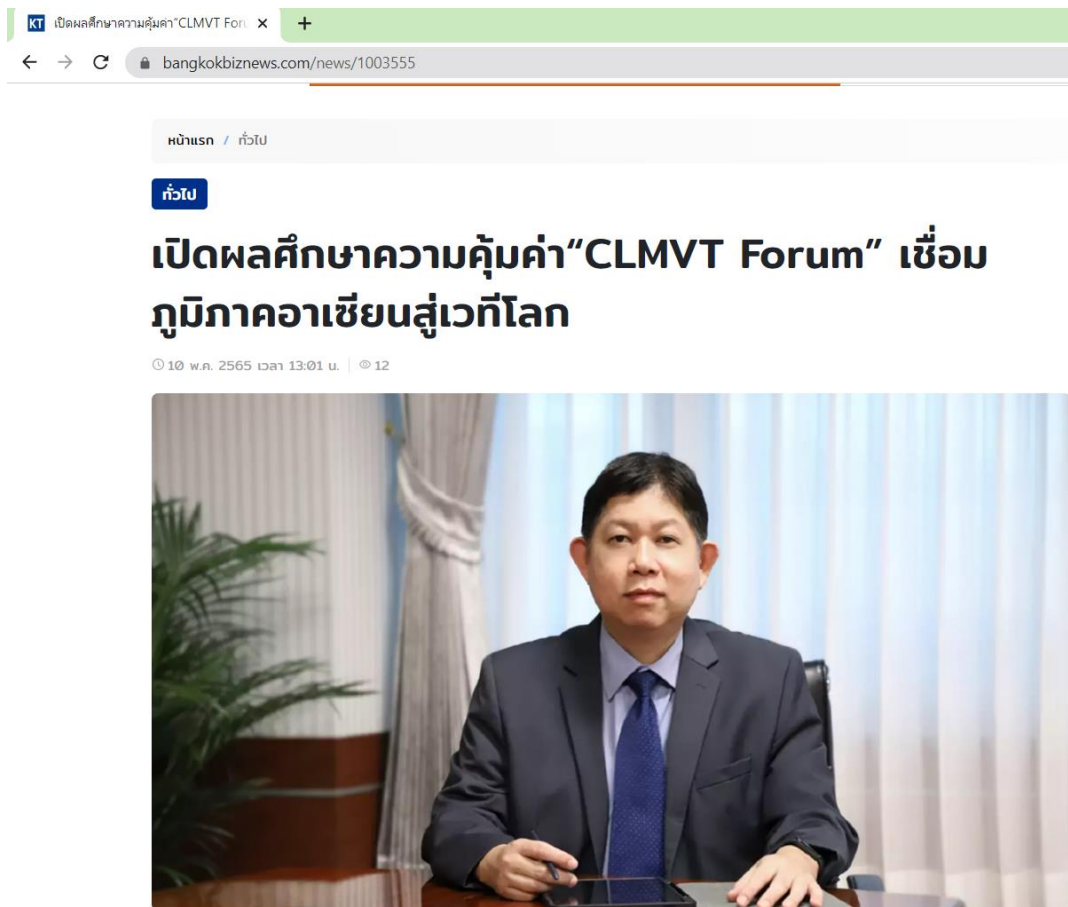
ชื่อสกู๊ป “เปิดผลศึกษาความคุ้มค่า “CLMVT Forum” เชื่อมภูมิภาคอาเซียนสู่เวทีโลก” ลงในคมชัดลึกออนไลน์ วันที่ 10 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.komchadluek.net/news/514439>



รูปภาพที่ 35 ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 2

สฎีปที่ 3

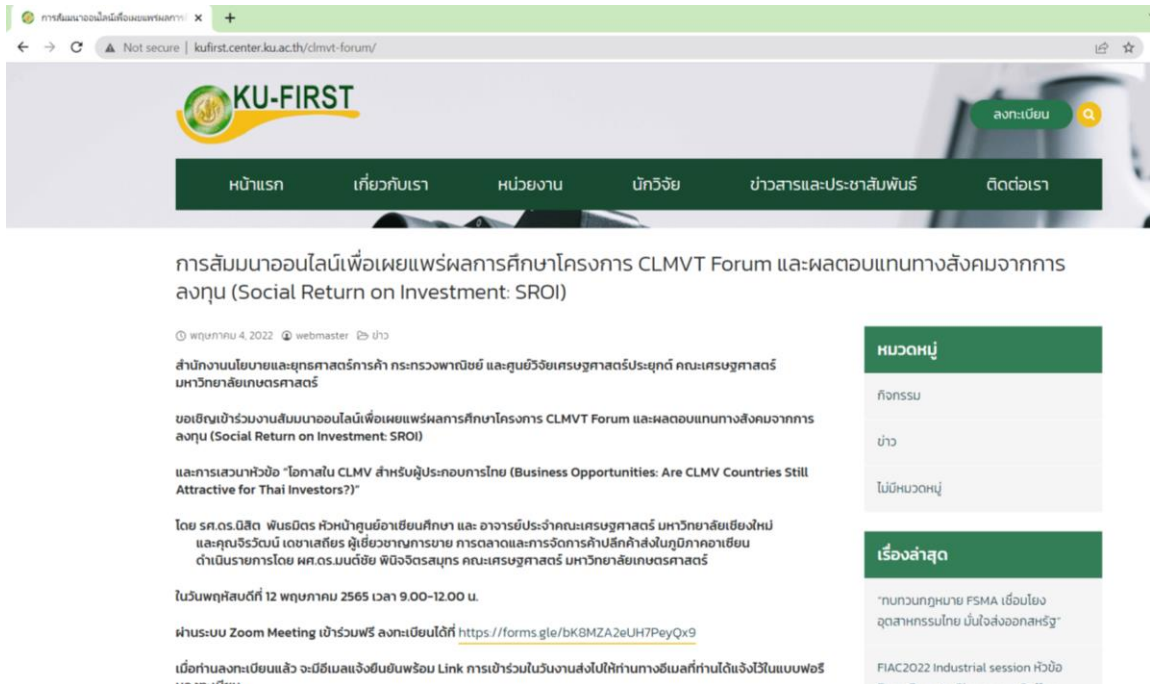
ชื่อสฎีป “เปิดผลศึกษาความค้ค่า “CLMVT Forum” เชื่อมภูมิภาคอาเซียนสู่เวทีโลก” ลงใน
กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 10 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.bangkokbiznews.com/news/1003555>



รูปภาพที่ 36 ภาคผนวก ค สฎีปข่าวที่ 3

สัปดาห์ที่ 4

ข้อสรุป การสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ลงใน KU-FIRST Website วันที่ 4 พ.ศ. 2565 ที่ <http://www.kufirst.center.ku.ac.th/clmvt-forum/>



รูปภาพที่ 37 ภาคผนวก ค สัปดาห์ที่ 4

สื่ूपที่ 5

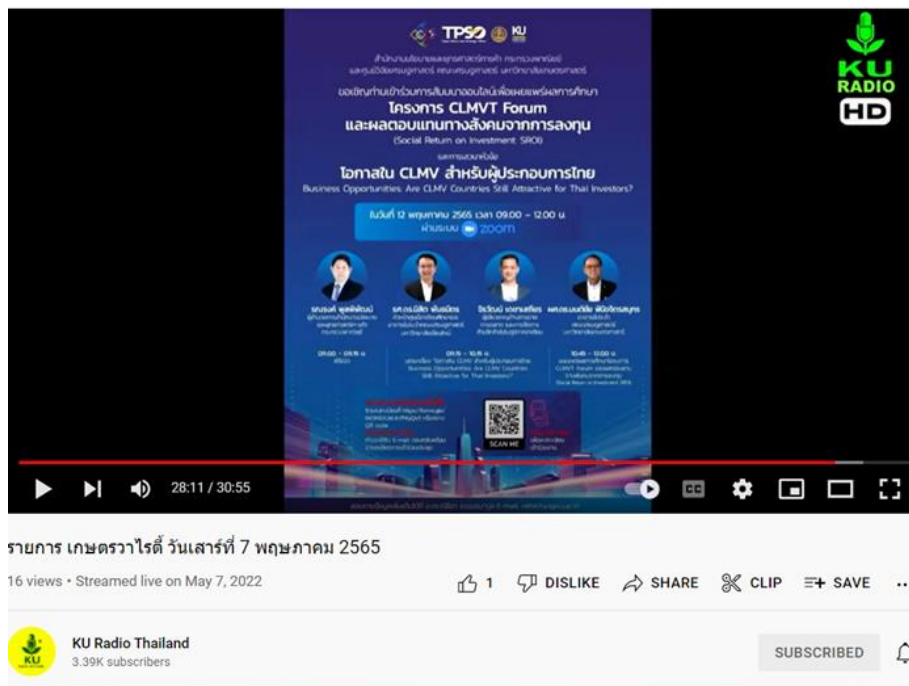
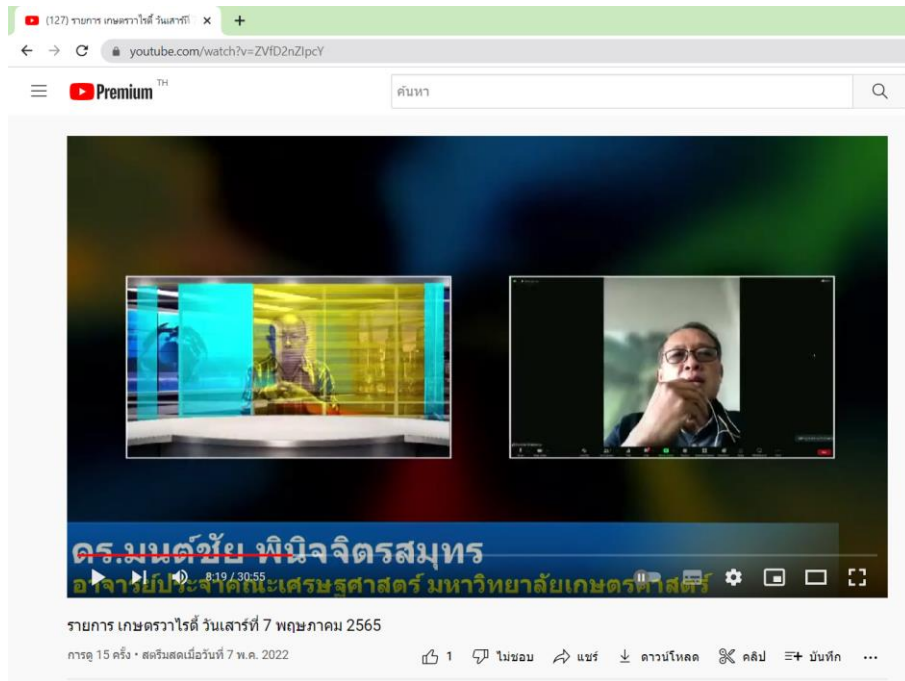
ชื่อสื่ूप โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย ลงใน สถานีวิทยุ ม.ก. Website วันที่ 3 พ.ค. 2565 ที่ <http://www.kuradioplus.com/2022/05/03/%E0%B9%82%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B9%83%E0%B8%99-clmv-%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%AB%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81/>



รูปภาพที่ 38 ภาคผนวก ค สื่ूपข่าวที่ 5

สัปดาห์ที่ 6

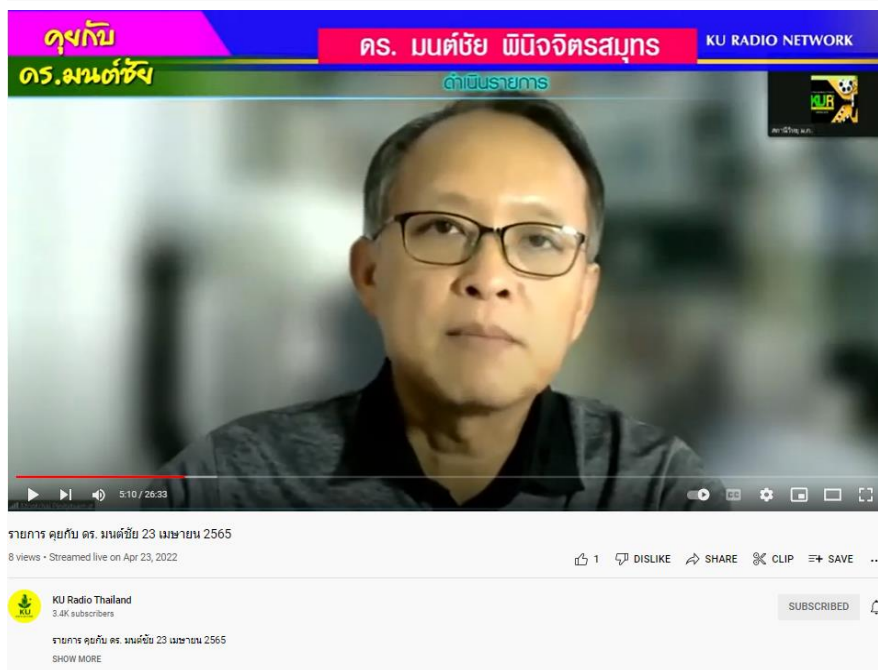
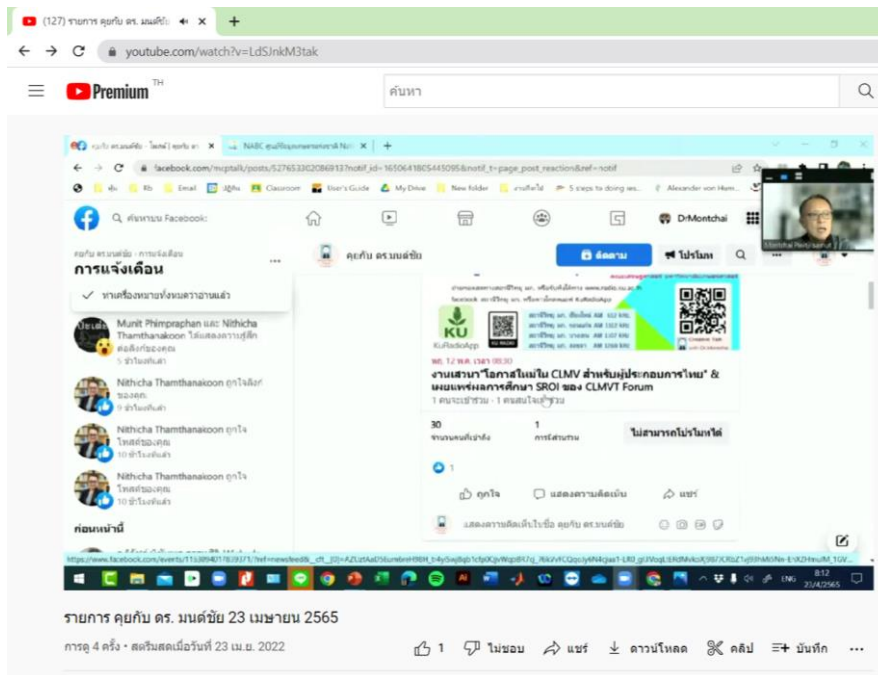
ออกรายการ เกษตรวาไรตี้ ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2565 สถานีวิทยุ ม.ก. ดูรายการย้อนหลังที่
<https://www.youtube.com/watch?v=ZVfD2nZlpcY>



รูปภาพที่ 39 ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 6

สกู๊ปที่ 7

ออกรายการ คุยกับ ดร. มนต์ชัย ในวันที่ 23 เมษายน 2565 สถานีวิทยุ ม.ก. ดูรายการย้อนหลังที่
<https://www.youtube.com/watch?v=LdSJnkM3tak>



รูปภาพที่ 40 ภาคผนวก ค สกู๊ปข่าวที่ 7

เนื้อหาข่าว

นายบรรณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่านับตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมา สนค. เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม CLMVT Forum ซึ่งเป็นเวทีการหารือระหว่างผู้แทนระดับสูงจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ เพื่อสร้างความร่วมมือทางการค้า การลงทุน และความเชื่อมโยงให้ภูมิภาค CLMVT (ประกอบด้วย 5 ประเทศสมาชิก ได้แก่ กัมพูชา สปป. ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย) เติบโตต่อเนื่องและแข่งขันได้ โดยร่วมกันกำหนดนโยบายและทิศทางในอนาคตของภูมิภาคร่วมกัน รวมทั้งได้ดำเนินการโครงการที่ต่อยอดจากผลการหารือใน CLMVT Forum ให้ออกมาเป็นรูปธรรมอีกหลายโครงการ อาทิ โครงการ CLMVT Adapt to Global Value Chain เพื่อฝึกกำลังให้ภูมิภาค CLMVT มีความโดดเด่นและมีความพร้อมในการเป็นภูมิภาคแห่งการค้าและการลงทุนที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะแนวทางการเตรียมพร้อมสำหรับการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์โควิด-19 ทั้งการสร้างความแข็งแกร่ง ยืดหยุ่น และทนทานต่อภัยพิบัติของห่วงโซ่อุปทาน การส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพ การคำนึงถึงการค้าและการลงทุนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของภูมิภาค CLMVT

นายบรรณรงค์เผยต่อว่าในปีงบประมาณ 2565 สนค. ร่วมกับศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment) เพื่อประเมินผลความสำเร็จของการประชุม CLMVT Forum และการดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงปี 2559 - 2564 และหาข้อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนให้การประชุมและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในอนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ภายใต้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการค้าโลกที่มีความผันผวน

ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณจิตฺตรสมุทร อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และหัวหน้าโครงการศึกษา CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนระบุว่า การดำเนินการศึกษาวิจัยนั้นได้เข้าไปประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุนที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งพบว่าเกิดขึ้นค่อนข้างมาก นอกจากการประเมินทางด้านตัวเลขแล้วยังไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทูตพาณิชย์แต่ละประเทศใน CLMV รวมทั้งผู้ที่เคยเข้าร่วมงานจากประเทศอื่น เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น

“ผลลัพธ์เกิดขึ้นเยอะจากการประชุมนี้ ไทยก็จะได้เปรียบกว่าประเทศอื่น ๆ ในฐานะเจ้าภาพจัดประชุม เป็นการร่วมมือทางธุรกิจของนักลงทุน ผู้ประกอบ สตาร์ทอัพรุ่นใหม่ในแต่ละประเทศที่จะสร้างความแข็งแกร่งคุณภาพสินค้าสู่เวทีโลก อันนี้ต้องยกเครดิตให้กับทูตพาณิชย์ของไทยอยู่ในแต่ละประเทศ เขาทำงานหนักมาก พยายามนำผู้ประกอบไทยไปแมชชีงกับประเทศเหล่านี้อยู่ตลอดเวลาก็เป็นผลสืบเนื่องมาจาก CLMVT Forum นี้แหละครับ” ผศ.ดร.มนต์ชัยกล่าว

นอกจากการเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนแล้ว การสัมมนาออนไลน์ครั้งนี้ ยังมีการเสวนาหัวข้อ “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย” โดย รศ.ดร. นิสิต พันธมิตร หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษาและอาจารย์ประจำคณะมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และนายจิรวัฒน์ เดชาเสถียร ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย การตลาด และการจัดการค้าปลีกค้าส่งในภูมิภาคอาเซียน มาร่วมให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นที่จะเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุนในภูมิภาคนี้ด้วย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
และศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพาณิชย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขอเชิญท่านเข้าร่วมการสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา
โครงการ CLMVT Forum
และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI)
และการเสวนาหัวข้อ
โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย
Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors?

ในวันพุธที่ 12 พฤษภาคม 2565 เวลา 09:00 - 12:00 น.
ผ่านระบบ ZOOM

รณรงค์ พวพิพัฒน์
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

ศ.ดร.นิต พันธมิตร
หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษาและ
อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จิรวัฒน์ เดชาเสถียร
ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย
การตลาด และการจัดการ
ร้านค้าปลีกค้าส่ง

ผศ.ดร.มนต์ชัย พึ่งจิตรบุรุษ
อาจารย์ประจำ
คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

09:00 - 09:15 น.
พิธีเปิด

09:15 - 10:15 น.
เสวนาเรื่อง "โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย
Business Opportunities: Are CLMV Countries
Still Attractive for Thai Investors?"

10:45 - 12:00 น.
เผยแพร่ผลการศึกษาค้นคว้า
CLMVT Forum และผลตอบแทน
ทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI)

ลงทะเบียนได้ที่ <https://forms.gle/bK8KZA2uLKP0yQv9> หรือสแกน QR code

กรุณารับ E-mail ของสัมมนา
รายละเอียดการเข้าร่วมสัมมนา

SCAN ME

ลงทะเบียน
เข้าร่วมงาน

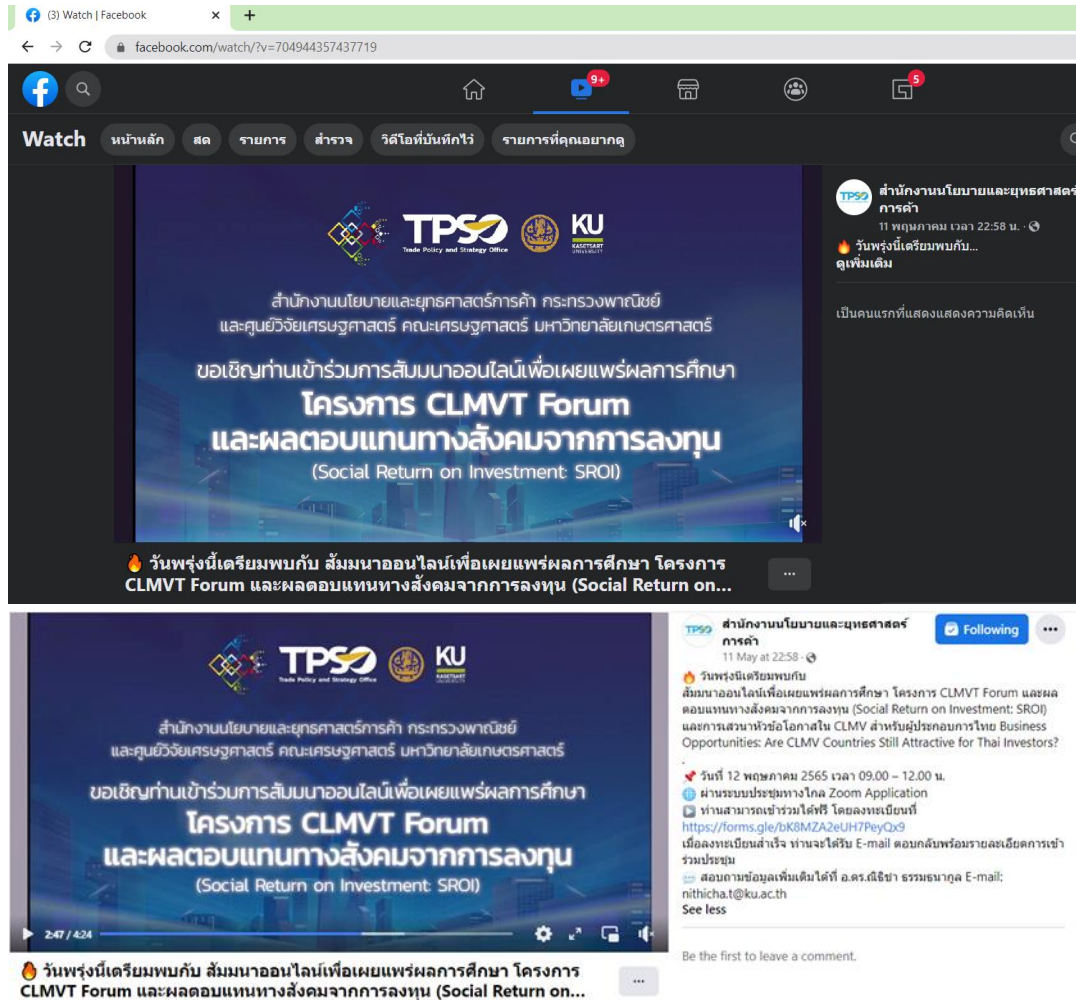
สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ อ.ดร.นิตินา ธรรมสุภญา E-mail: nithicha.tgk@ku.ac.th

รูปภาพที่ 41 ภาคผนวก ค รูปประชาสัมพันธ์งานในสัปดาห์ที่ 1-7

ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมรับฟังผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน และการเสวนาหัวข้อ “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย” ในวันพฤหัสบดีที่ 12 พฤษภาคม 2565 เวลา 9.00-12.00 น. ผ่านระบบ Zoom Meeting (ไม่มีค่าใช้จ่าย)ได้ที่ <https://forms.gle/bK8MZA2eUH7PeyQx9>

นอกจากนี้ที่ปรึกษาได้ ออกแบบเนื้อหาและจัดทำอินโฟกราฟิกส์ (Infographic) ในรูปแบบไฟล์ AI และคลิปวิดีโอ เพื่อใช้ประกอบการจัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาฯ โดยได้เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์ จำนวน 3 ชิ้น คือ (1) อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) เรื่อง ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของ CLMVT Forum และโครงการต่อเนื่อง ปี 2559-2564 ดังแสดงในรูปที่ 30 (2) อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) เรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการประชุม CLMVT Forum ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 31 และ (3) คลิปวิดีโอเพื่อใช้ประกอบการจัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาฯ โดยได้เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ คือ เพจบุ๊กของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์ ในวันที่ 11 พ.ค.2565 ที่ <https://web.facebook.com/100064650074276/videos/pcb.371375961694070/704944357437719> และเผยแพร่ในวันสัมมนาในวันที่ 12 พ.ค. 2565

งานวิจัยที่ปรึกษา โครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน
(Social Return on Investment: SROI) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

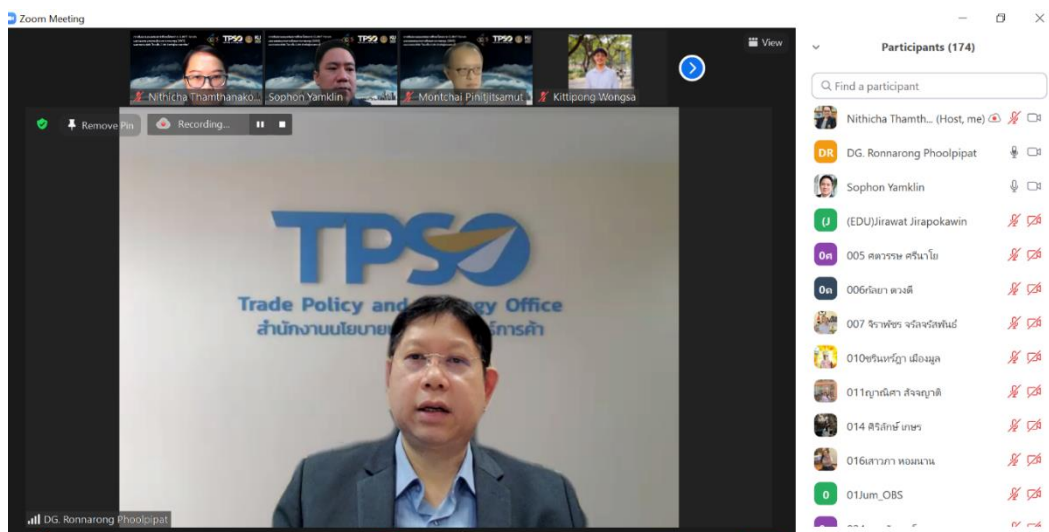


รูปภาพที่ 42 ภาคผนวก ค วิดีโอประชาสัมพันธ์งานสัมมนา

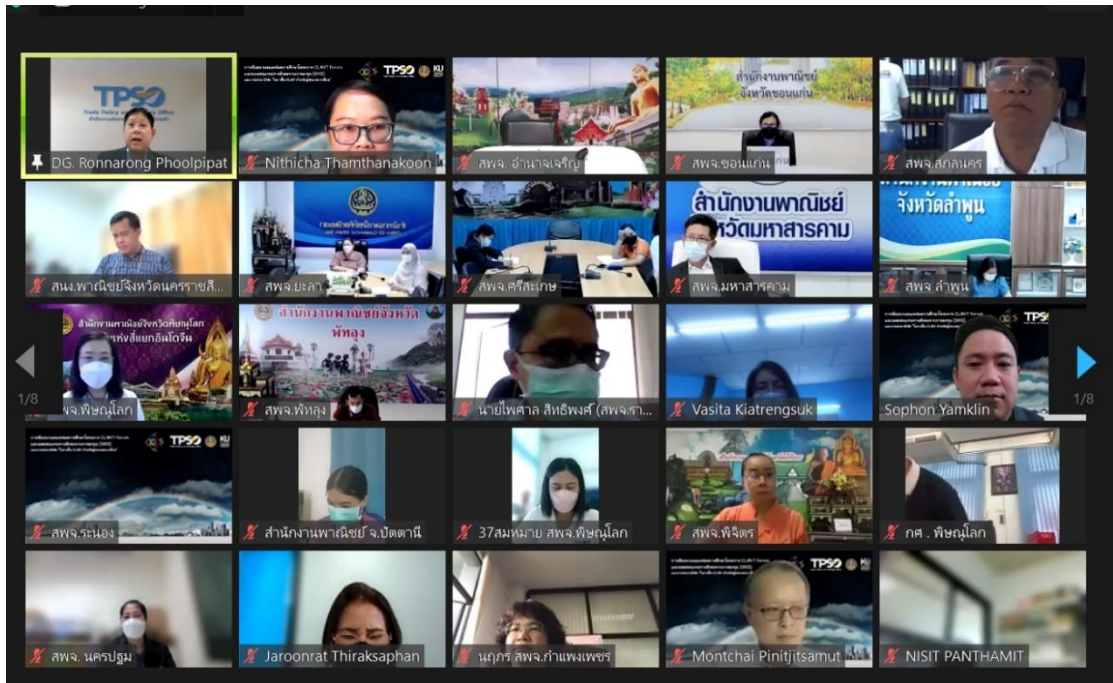
ภาคผนวก ง ภาพงานสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา และผลการประเมินความพึงพอใจงานสัมมนาฯ



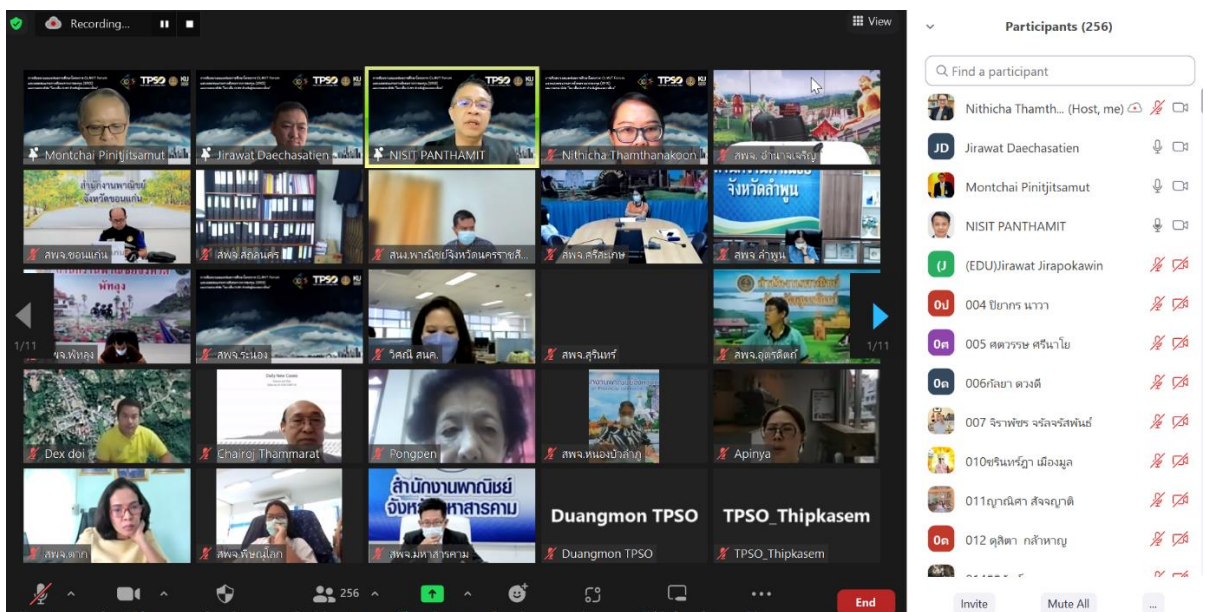
รูปภาพที่ 43 ภาคผนวก ง การประชุมสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา



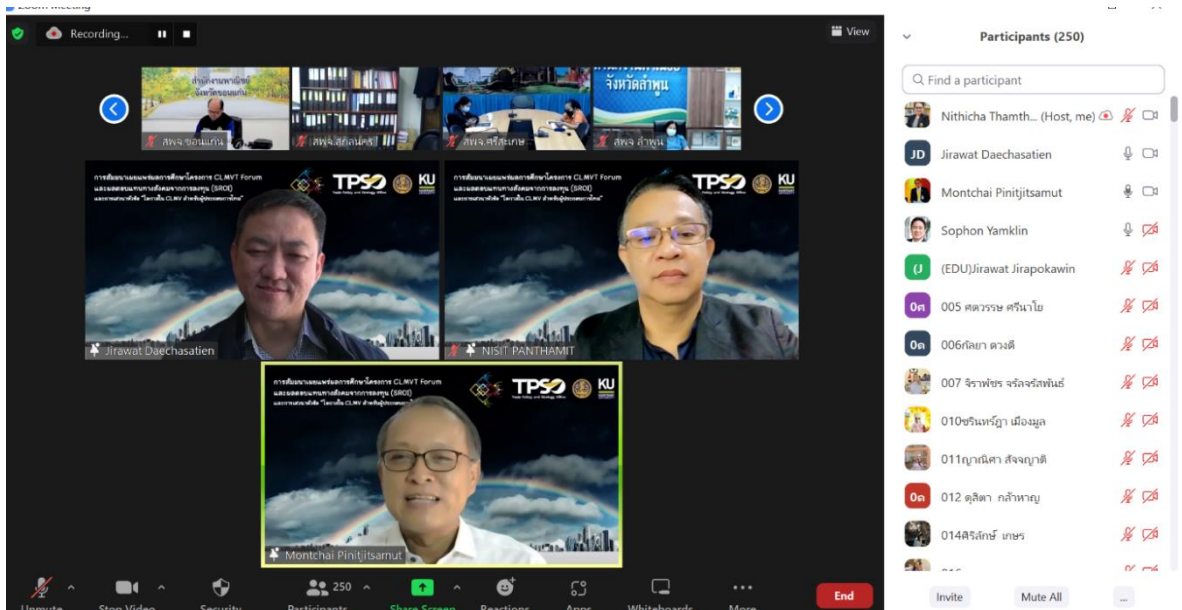
รูปภาพที่ 44 ภาคผนวก ง ผอ.สนค. กล่าวเปิดงาน



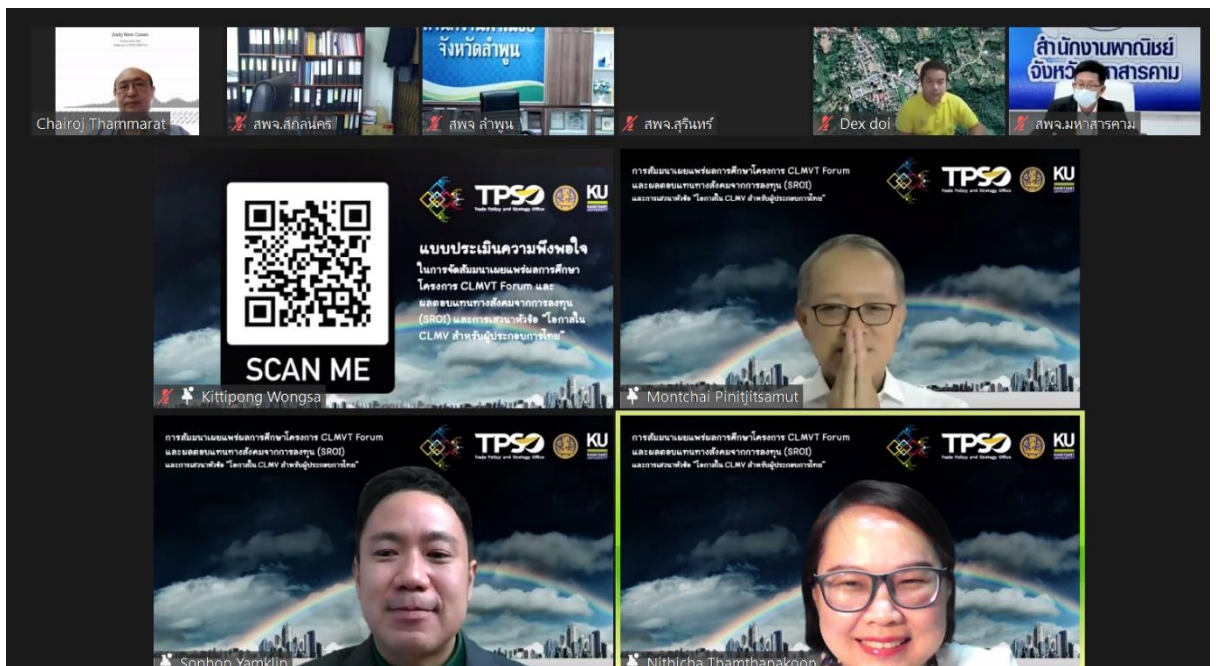
รูปภาพที่ 45 ภาคผนวก ง ผู้เข้าร่วมสัมมนาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน (1)



รูปภาพที่ 46 ภาคผนวก ง ผู้เข้าร่วมสัมมนาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน (2)



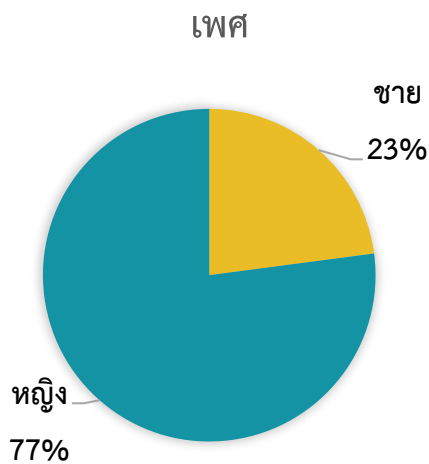
รูปภาพที่ 47 ภาคผนวก ง 2 วิทยากรพิเศษร่วมกันแสดงความคิดเห็นในงาน



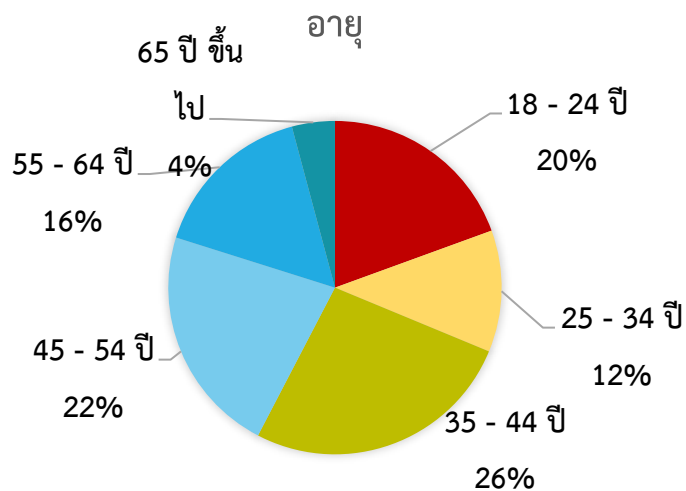
รูปภาพที่ 48 ภาคผนวก ง ทีมที่ปรึกษาโครงการ

ผลการประเมินความพึงพอใจงานสัมมนาฯ

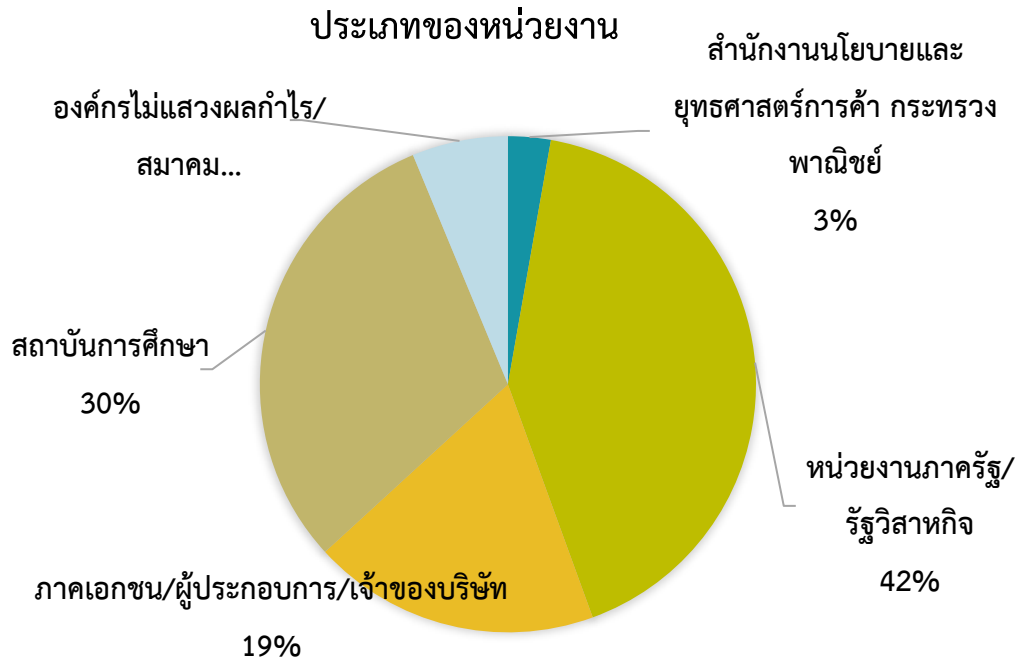
จากจำนวนผู้เข้าร่วม 256 คน มีผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด โดยมีรายละเอียดของผู้ตอบแบบประเมิน ดังนี้ ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 77.1 และเพศชายร้อยละ 22.9 โดยที่อยู่ช่วงอายุ 35-44 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 22.2 และช่วงอายุ 18-24 ปี ร้อยละ 19.4 ตามลำดับ



รูปภาพที่ 49 ภาคผนวก ง เพศของผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ



รูปภาพที่ 50 ภาคผนวก ง อายุของผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ



รูปภาพที่ 51 ภาคผนวก ง ประเภทหน่วยงานของผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ

ประเภทของหน่วยงาน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ สถาบันการศึกษา ร้อยละ 30.6 ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ/เจ้าของบริษัท ร้อยละ 18.8 องค์กรไม่แสวงผลกำไร/สมาคม ร้อยละ 6.3 และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ตารางภาคผนวก ง ความพึงพอใจต่อการจัดงานสัมมนาฯ

| หัวข้อในการประเมิน | ระดับความพึงพอใจ | | | | | รวม (คน) | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|--|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------------------|-------------|-----------|-----------|
| | 1 (น้อย ที่สุด) (คน) | 2 (น้อย) (คน) | 3 (ปาน กลาง) (คน) | 4 (มาก) (คน) | 5 (มาก ที่สุด) (คน) | | | |
| ความพึงพอใจต่อการเสวนาหัวข้อ “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการ ไทย” | 0 | 0 | 7 | 72 | 65 | 144 | 4.4 | มากที่สุด |
| ความพึงพอใจต่องานสัมมนาเพื่อเผยแพร่ ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน | 0 | 0 | 9 | 74 | 61 | 144 | 4.4 | มากที่สุด |
| ความเหมาะสมของรูปแบบการจัด สัมมนาออนไลน์ | 0 | 0 | 7 | 68 | 69 | 144 | 4.4 | มากที่สุด |
| ความเหมาะสมของระยะเวลาในการ นำเสนอ | 0 | 0 | 9 | 73 | 62 | 144 | 4.4 | มากที่สุด |
| ความรู้ของวิทยากรเกี่ยวกับหัวข้อที่ เสวนา | 0 | 0 | 3 | 61 | 80 | 144 | 4.5 | มากที่สุด |
| ความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อการ เข้าร่วมงานในครั้งนี้ | 0 | 0 | 4 | 71 | 69 | 144 | 4.5 | มากที่สุด |

หมายเหตุ : ระดับความพึงพอใจ 5 = ดีมาก/เหมาะสมที่สุด 4.21 - 5.00 = ความพึงพอใจมากที่สุด
 ระดับความพึงพอใจ 4 = ดี/เหมาะสม 3.41 - 4.20 = ความพึงพอใจมาก
 ระดับความพึงพอใจ 3 = ปานกลาง 2.61 - 3.40 = ความพึงพอใจปานกลาง
 ระดับความพึงพอใจ 2 = พอใช้ 1.81 - 2.60 = ความพึงพอใจน้อย
 ระดับความพึงพอใจ 1 = ควรปรับปรุง 1.00 - 1.80 = ความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางความพึงพอใจต่อการจัดงานสัมมนาในครั้งนี้โดยสรุปผู้ตอบแบบประเมินให้คะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยค่า 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามจากการเข้าร่วมสัมมนาฯ ให้ความพึงพอใจมากที่สุดในระดับคะแนนเฉลี่ย 4.5 คือ ความพึงพอใจต่อความรู้ของวิทยากรเกี่ยวกับหัวข้อที่เสวนาและ ความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ ส่วนอีก 4 หัวข้อการประเมิน คือ ความพึงพอใจต่องานสัมมนาฯ ความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของ

รูปแบบการจัดสัมมนาออนไลน์ ความพึงพอใจต่อการเสวนาฯ และความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของ
ระยะเวลาในการนำเสนอ ได้ค่าเฉลี่ย 4.4 ความหมายว่าผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ ที่ตอบแบบสอบถาม มีความพึง
พอใจมากที่สุดเช่นกัน

ภาคผนวก จ รายงานผลการประชาสัมพันธ์หลังการจัดเผยแพร่ ผลการศึกษา

รายงานผลการประชาสัมพันธ์หลังการจัดเผยแพร่ผลการศึกษา โดยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและผลลัพธ์ลงในเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียด้าน ธุรกิจออนไลน์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์ภาษาไทย 3 แห่ง และสื่อหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ 1 แห่ง โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานวิจัยที่ปรึกษาก่อนเผยแพร่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

สื่อบุคคลที่ 1

ชื่อสื่อบุคคล “สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลกแห่งใหม่” ลงในฐานเศรษฐกิจดิจิทัล วันที่ 23 พ.ศ. 2565 ที่ <https://www.thansettakij.com/general-news/33114>



ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล | 23 พ.ศ. 2565 เวลา 13:05 น. | 124

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เผย การศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน บ่งชี้ชัด รัฐลงทุนจัดงาน CLMVT Forum เกิดผลผลิตสร้างคุณค่าคืนสู่สังคมสูง 4.49 เท่า และ CLMVT มีโอกาสเป็นฐานการผลิตสินค้า และศูนย์กลางห่วงโซ่อุปทานโลกแห่งใหม่

รูปภาพที่ 52 ภาคผนวก จ สื่อบุคคลที่ 1

สื่อบุคคลที่ 2

ชื่อสื่อบุคคล “สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลกแห่งใหม่” ลงใน
คมชัดลึกออนไลน์ วันที่ 23 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.komchadluek.net/news/516003>

สนค. เปิดผลการศึกษา "CLMVT Forum" หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลกแห่งใหม่

23 พ.ค. 2565 | 14:21 น. | 67



แชร์ข่าว เกษตรศาสตร์ >> คมชัดลึก ออนไลน์



สนค. เผย การศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนบ่งชี้ชัด รัฐลงทุนจัดงาน "CLMVT Forum" เกิดผลผลิตสร้างคุณค่าคืนสู่สังคมสูง 4.49 เท่า และ "CLMVT" มีโอกาสเป็นฐานการผลิตสินค้า และศูนย์กลางห่วงโซ่อุปทานโลกแห่งใหม่

รูปภาพที่ 53 ภาคผนวก จ สื่อบุคคลที่ 2

สื่อกฎที่ 3

ชื่อสื่อกฎ “สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลกแห่งใหม่” ลงใน
กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 23 พ.ค. 2565 ที่ <https://www.bangkokbiznews.com/news/1005975>



รูปภาพที่ 54 ภาคผนวก จ สื่อกฎข้อที่ 3

สรุปที่ 4

ชื่อสรุป “CLMVT forums generate high social return on investment: study” ลงใน The Nation Thailand วันที่ 24 พ.ศ. 2565 ที่ <https://www.nationthailand.com/business/40015892>

The screenshot shows a news article on the website 'THE NATION THAILAND'. The article is dated 'Thu, June 09, 2022' and is categorized under 'BUSINESS'. The headline reads 'CLMVT forums generate high social return on investment: study'. The sub-headline states: 'Home » Business » CLMVT Forums Generate High Social Return On Investment: Study'. The main text begins with 'The Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam, Thailand (CLMVT) Forum has helped generate social returns as high as 4.49 times the value of the project, the Trade Policy and Strategy Office at the Ministry of Commerce said.' It mentions a webinar organized by the Faculty of Economics at Kasetsart University on May 12, attended by over 250 participants. A quote from Ronnarong Phoolpipat, director of TPSO, states that CLMVT forums have generated benefits like increasing human capital and creating new business entrepreneurs. Another quote from Ronnarong says the forum is a government project that generates tangible benefits and positive social returns to society. A small video player is visible in the middle of the article, showing a webinar with several participants. At the bottom right, there is an advertisement for 'iIC Markets' with the text 'Discover the possibilities'.

รูปภาพที่ 55 ภาคผนวก จ สรุปข่าวที่ 4

เนื้อหาข่าว ภาษาไทย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เผย การศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) บ่งชี้ชัด รัฐลงทุนจัดงาน CLMVT Forum เกิดผลผลิตสร้างคุณค่าคืนสู่สังคมสูง 4.49 เท่า และ CLMVT มีโอกาสเป็นฐานการผลิตสินค้าและศูนย์กลางห่วงโซ่อุปทานโลกแห่งใหม่

สนค. กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดสัมมนาออนไลน์เผยแพร่ผลการศึกษาโครงการ CLMVT Forum ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน และการเสวนา “โอกาสใน CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย” เมื่อเร็ว ๆ นี้ โดยได้รับเกียรติจากนายรณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เป็นประธานในพิธีเปิดการสัมมนา และมี ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณจิตตรสมุทฺธ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ ม.เกษตรศาสตร์และหัวหน้าโครงการศึกษา ดำเนินการสัมมนา ส่วนวิทยากรประกอบด้วย รศ.ดร.นิสิต พันธมิตร หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษาและอาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ ม.เชียงใหม่ และนายจิรวัดน์ เดชาเสถียร ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย การตลาดและการจัดการค้าปลีกค้าส่งในภูมิภาคอาเซียน มีผู้เข้าร่วมรับฟังการสัมมนารวมกว่า 250 คน

นายรณรงค์ พูลพิพัฒน์ เปิดเผยว่า สนค.ริเริ่มจัดงาน CLMVT Forum มาตั้งแต่ปี 2559 เพื่อเป็นเวทีหารือ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นด้านนโยบายและข้อเสนอแนะระหว่างผู้แทนระดับสูงภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการในภูมิภาค ภายใต้หัวข้อหลักที่เป็นประเด็นทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญและได้รับความสนใจในวงกว้างในขณะนั้น “ที่ผ่านมา CLMVT Forum ได้สร้างผลสัมฤทธิ์ ซึ่งเป็นประโยชน์หลายประการที่เป็นข้อเสนอแนะ เช่น การใช้ประโยชน์ทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใช้ประโยชน์ทางการค้าในยุคดิจิทัล การบ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเพื่อเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่อุปทานของโลกแห่งใหม่ โดยเฉพาะเมื่อวิกฤติโควิด-19 และสถานการณ์ความขัดแย้งในยูเครนส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบของโลก”

สนค. เปิดผลการศึกษา CLMVT Forum หวังเป็นศูนย์กลางห่วงโซ่ของโลกแห่งใหม่

“ในปีงบประมาณ 2565 สนค.จึงร่วมกับคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ดำเนินการศึกษาโครงการ CLMVT Forum และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเพื่อประเมินผลสำเร็จของโครงการ และผลการดำเนินงานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 ถึง 2564 ว่าสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชน เศรษฐกิจและสังคมของประเทศมากน้อยเพียงใด มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจในการใช้เงินงบประมาณหรือไม่ โดยข้อมูลจาก

การศึกษาและข้อเสนอแนะจากโครงการจะช่วยให้ สนค. สามารถปรับปรุงพัฒนาแนวทางการจัด CLMVT Forum ครั้งต่อไปในอนาคต” นายณรงค์ฯ กล่าวเพิ่มเติม

ผศ.ดร.มนต์ชัย พิณจิตรสมุทร อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ ม.เกษตรศาสตร์ กล่าวว่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เป็นวิธีการประเมินผลลัพธ์และคุณค่าทางสังคม ที่พัฒนามาจากหลักการประเมินประโยชน์เทียบกับต้นทุน ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ที่นิยมใช้ประเมินการลงทุนสาธารณะของรัฐบาล และ “ผลการศึกษาระหว่าง CLMVT Forum ระบุว่า ผู้ที่เคยเข้าร่วมงาน สามารถนำผลลัพธ์ไปสร้างรายได้ การค้า การลงทุน ประเมินเป็นมูลค่าได้ถึง 308 ล้านบาท และการลงทุนใน CLMVT Forum รวมทั้งโครงการต่อเนื่อง สร้างผลตอบแทนต่อสังคมสูงถึง 4.49 เท่าของมูลค่าการลงทุน”

ขณะเดียวกัน กลุ่มประเทศ CLMVT ยังได้ประโยชน์ร่วมกันอีกอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ (1) เกิดความร่วมมือทางธุรกิจเป็นรูปธรรม (2) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการหาข้อมูลและคู่ค้า (3) ได้รับข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้สถานการณ์เศรษฐกิจและเปิดมุมมองใหม่ และ (4) เสริมสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ทั้งนี้ ผลการศึกษามีข้อเสนอแนะว่า CLMVT Forum ควรอยู่ภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ หรือดำเนินการในรูปแบบเดียวกับ World Economic Forum แต่อยู่ในระดับภูมิภาคอาเซียน โดยให้สมาชิกหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพ และควรมีกิจกรรมหรือโครงการติดตามผลต่อเนื่องมากกว่าปีละ 1 ครั้ง ตลอดจนจัดให้มีการแสดงสินค้า การนำเสนอนวัตกรรมใหม่ นำเสนอแผนธุรกิจใหม่ การจับคู่ทางธุรกิจโดยอาจใช้ภาษาท้องถิ่นได้ในบางกิจกรรม

ด้าน รศ.ดร.นิสิต พันธมิตร หัวหน้าศูนย์อาเซียนศึกษาและอาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ ม.เชียงใหม่กล่าวถึง “โอกาส CLMV สำหรับผู้ประกอบการไทย” ว่า “สถานการณ์ในประเทศของเมียนมาทำให้การค้าขายกับไทยลดลง เนื่องจากสินค้าไทยไปถึงมือผู้บริโภคยากขึ้นกว่าเดิม ขณะที่ สปป.ลาว เป็นประเทศเล็ก ประชากรมีไม่มาก มีรายได้หลักจากการท่องเที่ยว เมื่อเกิดผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ สินค้าทุกอย่างแพงขึ้น สินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ ไม่เป็นที่สนใจของตลาด ซึ่งสถานการณ์ในลักษณะนี้ก็เกิดขึ้นในกัมพูชา แต่เวียดนามกลับมีสัญญาณบวก และเป็นประเทศที่น่าจับตามอง”

ส่วน นายจิรวุฒิ เตชะเสถียร ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย การตลาดและการจัดการค้าปลีกค้าส่งในภูมิภาคอาเซียนมองว่า “จำนวนประชากรสำคัญต่อการขยายตัวการค้า เพราะใน CLMV มีประชากรรวมถึง 180 ล้านคน และโอกาสของสินค้าไทยยังมีมาก แต่ทุกประเทศมีอุปสรรคจากปัจจัยภายในแตกต่างกันไป เช่น เวียดนามเป็นตลาดที่น่าสนใจของสินค้าเด็ก แต่ต้องเข้าใจช่องทางและเงื่อนไขการขายและจัดจำหน่าย”

“CLMVT Forum เป็นผลผลิตจากเงินงบประมาณของรัฐที่สามารถสร้างผลประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม สนค. จึงหวังว่า การดำเนินงานในเรื่องนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของกลไกที่สนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างแข็งแกร่งตั้งแต่ภายในประเทศ จนมั่นคงและขยายผลต่อยอดไปสู่ภูมิภาค CLMVT อาเซียน และระบบเศรษฐกิจของโลกได้” นายรณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ กล่าวในตอนท้าย

เนื้อหาข่าว ภาษาอังกฤษ

Trade Policy and Strategy Office (TPSO), Ministry of Commerce revealed the study results of Social Return on Investment (SROI) of CLMVT forum, indicating that the event has generated social return as high as 4.49 times the value of the project and that CLMVT is the center of production and new world supply chain.

On May 12, 2022, Trade Policy and Strategy Office (TPSO), together with Faculty of Economics, Kasetsart University organized a webinar to disseminate the research results of Social Return on Investment (SROI) of CLMVT forum and a panel discussion on “Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors?” The event was opened by Mr. Ronnarong Phoolpipat, Director of Trade Policy and Strategy Office, followed by the panel discussion by Assistant Professor Dr. Montchai Pinitjitsamut, Faculty of Economics, Kasetsart University, Associate Professor Dr. Nisit Panthamit, Head of Center for ASEAN Studies, Faculty of Economics, Chiang Mai University and Mr. Jirawat Daechasatien, A CLMVT business expert. Over 250 participants attended the webinar.

Mr. Ronnarong Phoolpipat revealed that the TPSO had been organizing the CLMVT Forum since 2016 as a forum for discussions and exchanges of ideas among high-level public, private, and academic sectors in the region. The theme for each year revolves around the topics of great public interest.

“CLMVT Forums have generated several benefits to the region such as increasing human capital capability for digital age and creating new business entrepreneurs to make CLMVT become a new supply chain center of the world, especially with the COVID-19 crisis and the conflict between Russia and Ukraine affecting the entire global supply chain.

Within the 2022 fiscal year, TPSO, together with the Faculty of Economics, Kasetsart University, has conducted research on the Social Return on Investment of the previous CLMVT Forums from 2016 to 2021 to assess the project's success and the benefits of the Forums to

the people, economy, and society. The research results will help TPSO to improve the next CLMVT Forum in the future,” added Mr. Ronnarong.

Dr. Montchai Pinitjitsamut mentioned that SROI is one of the most popular economic tools used to assess public investment in government projects by evaluating social benefits and costs of the project. “The research results suggested that CLMVT Forums have generated social benefits in terms of increasing income, boosting trade and investment up to 308 million baht and have created a return to society as high as 4.49 times of the initial investment value.”

In addition, CLMVT countries earned benefits from CLMVT Forums at least four areas: (1) CLMVT Forum have created tangible business cooperation; (2) the forum also reduces cost in finding information about region and help business to easily find business partners (3) the forum also helps participants gain knowledge on the economic situation and introduces them to new perspectives, and (4) it helps strengthen the networks among the various government agencies, private sectors, and academic sectors.

The research results also suggested that the CLMVT Forum may be organized under the tangible framework of an international cooperation or operated as a nonprofit organization in the same way as the organizer of the World Economic Forum. Additionally, CLMVT Forum host should be rotated among member countries and should have follow-up activities more often than once a year. The Forum should also include new business plan competition, business matching, and some certain activities should be organized with local languages being used for selected activities.

For a forum on “Business Opportunities: Are CLMV Countries Still Attractive for Thai Investors?”, Dr. Nisit Panthamit, Head of Center for ASEAN Studies, Faculty of Economics, Chiang Mai University, said that “the situation in Myanmar has disrupted the trade flows between the Myanmar and Thailand as the situation has made it much more difficult for Thai

products to reach the consumers in Myanmar, while Lao has suffered economically as a result of the COVID-19 situation because of the effect on tourism business that has caused inflation in the country. Many luxury products cannot be sold as easily as before. This situation is happening in Cambodia as well, but not Vietnam. Vietnam has a positive signal and is a country to watch.”

Mr. Jirawat Daechasatien, and CLMVT business experts, mentioned that “The population density in CLMV countries is important for trade expansion. There are 180 million people in this region and there are still many opportunities for Thai products. However, each country has different internal barriers that Thai investors should consider before making any decision. For example, Vietnam is an attractive market for baby products, but Thai investors should understand Vietnam consumer preferences, sale and distribution channels before making business investment”

“CLMVT Forum is a government project that generates tangible benefits and positive social return to the society. TPSO hopes that CLMVT Forum will continue to be part of the mechanism that supports the Thai economy and CLMVT region to grow strongly and play an important role in ASEAN and the world's economic system in the future,” concluded Mr. Ronnarong.