

Governance) 行動框架。在此趨勢下，農方若能將自身具備永續價值的場域或活動，以專案的方式邀約有意合作的企業，將有機會與企業建立策略合作關係。其中，辦理食農體驗活動，從社會面切入，將其環境永續的經營理念面對面傳遞給消費者，亦是許多都會地區農場擅長的實踐方式之一。

為回應此趨勢，本場於5月8日辦理「食農體驗的價值衡量—社會投資報酬率評估工作坊」，邀請社會影響力評估專家柯勇全博士，以社會投資報酬率 (Social Return on Investment, SROI) 框架為思考工具，協助有志辦理食農體驗活動之農場經營者，學習運用 SROI 工具系統性量化農場辦理食農體驗活動之社會影響力，讓參與者的情感體驗轉化成具備數據支持與邏輯演繹的社會影響評估，強化其在企業溝通與專案提案上的說服力。

SROI 評估框架主要透過「利害關係人視角」、「改變理論」與「影響力管理」三大要素，來描繪一項計畫從投入、產出、成果到最終影響的邏輯鏈。本次課程中除介紹理論基礎，亦透過分組引導學員進行案例分析，

練習利害關係人盤點、成果事件鏈描繪、成果指標設計與量化推估等活動。例如，透過計算活動參與人數、知識改變程度、改變持續時間及活動貢獻比例等數據，協助農民瞭解如何估計食農體驗活動對於利害關係人造成的具體影響。

農場經營者掌握這些概念，有助強化農場內部的策略思維，也有助於呈現農場在食農教育與環境永續上的貢獻與價值。最後，希望此次工作坊能讓傳達「有衡量，才能被管理」的理念，鼓勵經營者應用 SROI 等思考框架工具，論述農場的永續策略與溝通力，讓更多人看見食農體驗活動的影響與價值。



▲圖 1.講師柯勇全博士解釋何謂影響力。 ▲圖 2.學員分組討論。