

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมของ The Next Food Center อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 จังหวัดขอนแก่น

พรพจน์ ศรีตัน*

ธิดาศิลป์ เปลียนละออ*

สุนันท์ ยงกลาง*

ผู้รับผิดชอบบทความ: พรพจน์ ศรีตัน

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคม (social return on investment: SROI) ของศูนย์นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพที่ชื่อว่า The Next Food Center ซึ่งดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และเป็นหนึ่งในหน่วยให้บริการของอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2566–2567 โดยมุ่งวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นต่อผู้ประกอบการ เกษตรกร และแรงงานในพื้นที่ ผ่านระเบียบวิธีวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และข้อมูลทุติยภูมิ พร้อมการแปลงผลลัพธ์เป็นมูลค่าทางการเงินด้วยตัวแทนมูลค่า และการหักผลกระทบส่วนเกิน รวมถึงสัดส่วนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานอื่น ผลการศึกษาโครงการ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 จังหวัดขอนแก่น ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 โดยใช้อัตราคิดลด (discount rate) ที่ร้อยละ 3 พบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 4,595,327 บาท และเมื่อพิจารณาต้นทุนและผลตอบแทน (cost-benefit analysis) มีผลการคำนวณอยู่ที่ 1.7 เท่า จึงมีความคุ้มค่าในการลงทุน และผลการคำนวณการประเมินผลตอบแทนทางสังคม พบว่า มีมูลค่าอยู่ที่ 0.63 เท่า กล่าวคือ งบประมาณ 1 บาทที่ใช้ในการโครงการศูนย์ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 จังหวัดขอนแก่น จะสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 0.63 บาท

คำสำคัญ: การประเมินผลตอบแทนทางสังคม, นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ, The Next Food Center, เศรษฐกิจสุขภาพ, อาหารเพื่อสุขภาพ

* ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทาง การขับเคลื่อน BCG (Bio-Circular-Green) สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Received 5 January 2026; Revised 16 March 2026; Accepted 22 May 2026

Suggested citation: Sridan P, Plainlaor T, Yongklang S. Social return on investment assessment of The Next Food Center under the Northeastern Regional Science Park 1, Khon Kaen province. *Journal of Health Systems Research* 2026;20(2):153-72.

พรพจน์ ศรีตัน, ธิดาศิลป์ เปลียนละออ, สุนันท์ ยงกลาง. การประเมินผลตอบแทนทางสังคมของ The Next Food Center อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข* 2569;20(2):153-72.



Social Return on Investment Assessment of The Next Food Center under the Northeastern Regional Science Park 1, Khon Kaen Province

Pornpod Sridan, Thidasil Plainlaor, Suwanan Yongklang

Center of Excellence on BCG towards Sustainable Development, Social Research Institute, Chulalongkorn University

Corresponding author: Pornpod Sridan, bcg.researchunit@gmail.com

Abstract

This study aimed to evaluate the social return on investment (SROI) of the Next Food Center, a food innovation hub under the Northeastern Regional Science Park 1, Khon Kaen province, during 2023–2024. The assessment focused on the economic and social value generated for local food entrepreneurs, farmers, and workers. A participatory action research approach was employed, drawing on in-depth interviews, focus group discussions, and secondary data. Project outcomes were monetized using appropriate financial proxies, with adjustments for deadweight and attribution in accordance with standard SROI methodology. The results indicated that the Next Food Center project generated a total net present value (NPV) of 4,595,327 THB over the study period, using a discount rate of 3 percent. The cost–benefit analysis produced a benefit–cost ratio of 1.7, demonstrating that the project’s economic benefits exceeded its investment costs. In addition, the SROI analysis yielded a value of 0.63, indicating that for every 1 THB invested in the Next Food Center would generate 0.63 THB of verifiable social value.

Keywords: social return on investment (SROI), healthy food innovation, The Next Food Center, wellness economy, healthy food

ภูมิหลังและเหตุผล

อุตสาหกรรมอาหารโลกกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างครั้งใหญ่ที่สุดในรอบหลายทศวรรษ จากเดิมที่มุ่งเน้นปริมาณและต้นทุนต่ำ สู่การให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารฟังก์ชัน วัตถุดิบธรรมชาติ การแปรรูปอย่างมีคุณค่า และความยั่งยืนของระบบอาหาร โดยตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 784,190 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 และคาดการณ์ว่าจะขยายตัวเป็น 1.86 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2034 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.1 ต่อปี⁽¹⁾ ขณะที่ตลาด อาหารจากพืช (plant-based food) มีมูลค่า 42,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022 และยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง⁽²⁾ สะท้อนว่าความต้องการของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไปสู่รูปแบบอาหารที่

ปลอดภัย โปร่งใส มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และตอบโจทย์คุณภาพชีวิต มากกว่าอาหารทั่วไป กระแสโลก เช่น “clean label” “plant-based” “protein innovation” “minimal processing” “superfoods” และ “functional ingredients” ล้วนเป็นสัญญาณว่าอาหารเพื่อสุขภาพ ได้กลายเป็นแนวโน้มหลักของอุตสาหกรรมอาหารสมัยใหม่

ท่ามกลางกระแสโลกดังกล่าว ประเทศไทยถือว่ามีอัตราการเติบโตอย่างชัดเจน โดยสินค้าอาหารที่แปรรูปจากพืชได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจัง และตลาดภายในประเทศมีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง ปี 2567 มีมูลค่าตลาดประมาณ 45,000 ล้านบาท และคาดว่าในปี 2568 จะเพิ่มเป็น 49,500 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 10⁽³⁾ เนื่องด้วยมีศักยภาพโดดเด่นด้านวัตถุดิบ

เกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีความหลากหลายของวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ธัญพืช ถั่ว พืชอินทรีย์ โปรตีนทางเลือก และสมุนไพรพื้นบ้านที่สามารถต่อยอดเป็นอาหารเพื่อสุขภาพมูลค่าสูงได้ อย่างไรก็ตาม โอกาสดังกล่าวยังถูกจำกัดด้วยช่องว่างทางด้านเทคโนโลยี การแปรรูป การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ การพัฒนาสูตรที่ปลอดภัยและทำการตลาดได้จริง รวมถึงต้นทุนสูงของการทดสอบมาตรฐานและการผลิตระดับนำร่อง ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (micro, small and medium enterprises: MSMEs) จำนวนมาก ยังไม่สามารถก้าวสู่ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างเต็มศักยภาพ

เพื่อตอบโจทย์ความท้าทายนี้ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) จึงได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรมอาหาร (food innovation infrastructure) ผ่านการจัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน และเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในการยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัยและนวัตกรรมของประเทศ โดยมีกลไกหนึ่งในนั้นคือ The Next Food Center ที่ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และเป็นหนึ่งในหน่วยให้บริการของอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรมอาหารครบวงจร ที่สนับสนุนและบ่มเพาะผู้ประกอบการตั้งแต่การพัฒนาสูตร การทดลองผลิต การวิเคราะห์โภชนาการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การทดสอบมาตรฐาน ไปจนถึงการวางแผนสู่เชิงพาณิชย์ โดยเปิดให้บริการเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 เป็นต้นมา มีผู้ประกอบการเข้ารับบริการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมากกว่า 80 ราย

อีกทั้งศูนย์ฯ ดังกล่าวยังทำหน้าที่เป็นตัวกลางนวัตกรรมอาหาร (food innovation intermediary) ที่

เชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัย นักวิจัย ผู้ประกอบการ ท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรในพื้นที่ บทบาทดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG (bio-circular-green economy) ที่มุ่งยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารและสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมอาหารในระดับพื้นที่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศ

อย่างไรก็ตาม แม้ศูนย์ฯ ดังกล่าวจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในฐานะโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรม (innovation infrastructure) เพื่อยกระดับศักยภาพการวิจัยและการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร แต่การประเมินผลลัพธ์ของโครงการในลักษณะดังกล่าวมักเผชิญข้อจำกัดสำคัญ เนื่องจากผลลัพธ์จำนวนมากไม่ได้ปรากฏในรูปของผลตอบแทนทางการเงินโดยตรง ตัวอย่างเช่น การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านนวัตกรรม การยกระดับคุณภาพวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการสร้างโอกาสการจ้างงานและการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ ซึ่งล้วนเป็นผลลัพธ์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ด้วยลักษณะดังกล่าว การประเมินทางเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน (cost-benefit analysis: CBA) หรือการวิเคราะห์ต้นทุน-ประสิทธิผล (cost-effectiveness analysis: CEA) ซึ่งมุ่งเน้นผลตอบแทนเชิงการเงินหรือผลลัพธ์เชิงปริมาณเป็นหลัก อาจไม่สามารถสะท้อนคุณค่าทางสังคมและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานได้อย่างครบถ้วน^(4,5)

ด้วยเหตุนี้ การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (social

return on investment: SROI) จึงถูกนำมาใช้เป็นกรอบการประเมินที่สามารถวิเคราะห์ทั้งผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยวิธีการดังกล่าวช่วยแสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคมให้เป็นมูลค่าทางการเงินผ่านตัวแทนมูลค่า (financial proxies) และคำนึงถึงปัจจัยสำคัญอื่นๆ เช่น ผลลัพธ์ส่วนเกิน (deadweight) และ ผลลัพธ์จากปัจจัยภายนอก (attribution) เพื่อให้การประเมินมีความโปร่งใส และสามารถสะท้อนคุณค่าผลลัพธ์ทางสังคมของโครงการที่ไม่ได้สะท้อนผ่านมูลค่าทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ดังนั้นในกรณีของ The Next Food Center การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จะทำให้สามารถวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการ เกษตรกร และแรงงานในพื้นที่ รวมทั้งสะท้อนคุณค่าของการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีอาหาร การเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรต้นทางที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ และการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการประเมินผลตอบแทนทางสังคมในการศึกษาครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ The Next Food Center ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเกษตรกร และภาคผู้ประกอบการ โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่มีบทบาทและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของศูนย์โดยตรง ทั้งนี้ การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จะมุ่งเน้นข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เฉพาะประเด็นอาหารเพื่อสุขภาพและมีผลการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จำนวน 5 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มในการพัฒนานวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพในเชิงพาณิชย์

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปงานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้น 1) การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (social return on invest-

ment: SROI) เพื่อวัดมูลค่าทางสังคมที่ The Next Food Center สร้างขึ้นต่อผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าวตั้งแต่ในช่วงปีพ.ศ. 2566-2567 และ 2) การสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อยกระดับ The Next Food Center ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมอาหารระดับจังหวัด ให้สามารถผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้อย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

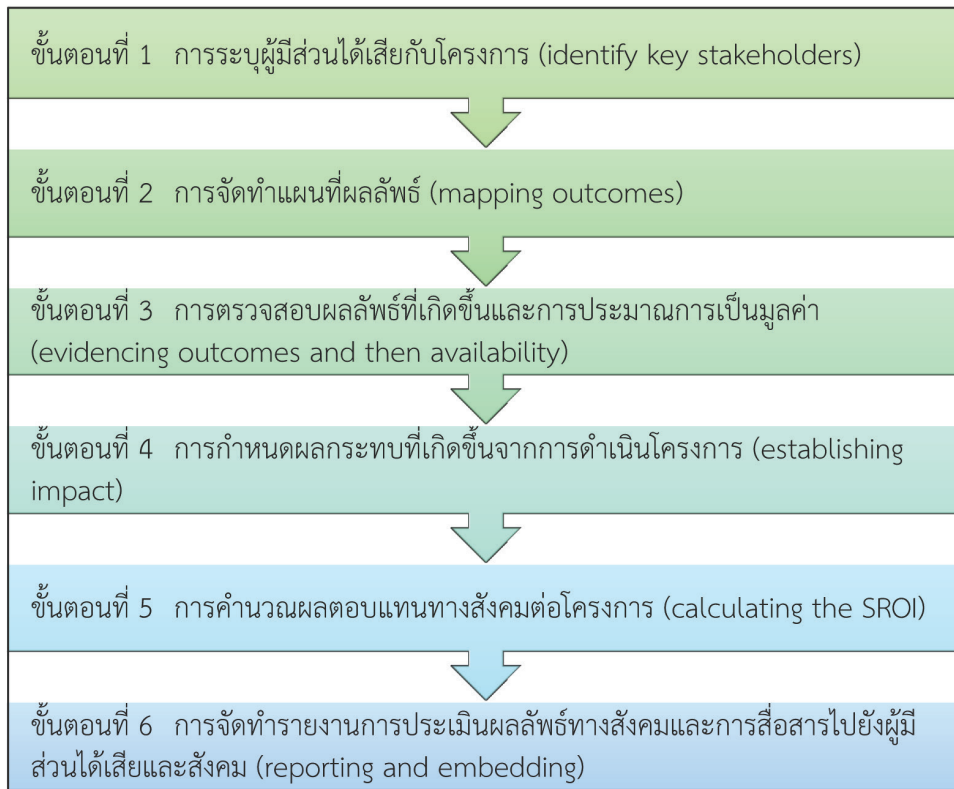
ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) ภายใต้กรอบการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของศูนย์นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพที่ชื่อ The Next Food Center ดูแลโดยมหาวิทยาลัยขอนแก่น การศึกษามุ่งเน้นการทำความเข้าใจผลลัพธ์ ความเปลี่ยนแปลง และคุณค่าที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับจากการดำเนินงานของศูนย์ ผ่านการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative) และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative)

ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษานี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดยใช้การศึกษาเอกสาร (documentary research) การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data analysis) การสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (focus group discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) เพื่อทำความเข้าใจบริบทของการดำเนินงานของศูนย์นวัตกรรมอาหาร รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพ เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนระบบนิเวศนวัตกรรมอาหาร และผู้บริโภคที่ได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

ผลลัพธ์จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อระบุผลลัพธ์ของโครงการ (outcomes) และแปลงผลลัพธ์ดังกล่าวให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการกำหนดตัวแทนมูลค่าทางการเงิน (financial proxies) ซึ่ง

เป็นขั้นตอนสำคัญของการประเมินผลตอบแทนทางสังคม เพื่อสะท้อนคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียในรูปแบบของมูลค่าทางเศรษฐกิจตามขั้นตอนการประเมินผลตอบแทนทางสังคม จำนวน 6 ขั้นตอน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (social return on investment: SROI)

จากกรอบการประเมินดังกล่าว ขั้นตอนการวิเคราะห์เริ่มจากการระบุผู้มีส่วนได้เสียหลักของโครงการ จากนั้นดำเนินการจัดทำแผนที่ผลลัพธ์ของโครงการ (outcome mapping) โดยเชื่อมโยงกิจกรรมของ The Next Food Center กับผลผลิต (outputs) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่ม เช่น การเพิ่มรายได้ของผู้ประกอบการ การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร การสร้างการจ้างงานในพื้นที่ และการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ในขั้นตอนการตรวจสอบผลลัพธ์และการกำหนดตัวชี้วัด (evidencing outcomes) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ร่วมกับการประชุมสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดตัวแทนมูลค่าทางการเงิน (financial proxies) สำหรับแปลงผลลัพธ์ทางสังคมให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สามารถนำไปคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนได้

สำหรับค่าพารามิเตอร์ที่ใช้ในการปรับผลลัพธ์ ได้แก่ ผลกระทบส่วนเกิน (deadweight) และผลลัพธ์ที่เกิดจากปัจจัยหรือหน่วยงานอื่น (attribution) กำหนดจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อประเมินว่าหากไม่มีการสนับสนุนจาก The Next Food Center ผลลัพธ์ดัง

กล่าวจะเกิดขึ้นในระดับใด ทั้งนี้ การกำหนดค่าพารามิเตอร์ดังกล่าวเป็นไปตามแนวทางการประเมินผลตอบแทนทางสังคมตามมาตรฐานของ Social Value International ซึ่งแนะนำให้ใช้ข้อมูลจากกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียร่วมกับการวิเคราะห์บริบทของโครงการ เพื่อเพิ่มความโปร่งใสของสมมติฐานในการประเมิน⁽⁶⁾

$$SROI = \frac{(\text{การเปลี่ยนแปลงที่เป็นตัวเงิน} \times \text{จำนวนผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ}) - \text{Deadweight} - \text{Attribution} - \text{Drop off}}{\text{จำนวนเงินที่ลงทุนไปในโครงการ}}$$

ภาพที่ 2 แสดงสูตรคำนวณการประเมินผลตอบแทนทางสังคม

ค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจะสะท้อนมูลค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการลงทุนของโครงการ กล่าวคือ หากค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าโครงการสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมได้ และมีความคุ้มค่าในการลงทุน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการศึกษานี้จะรายงานผลการวิเคราะห์ทั้งการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (CBA) การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนร่วมกัน แต่ตัวชี้วัดทั้งสามมีบทบาทเชิงแนวคิดที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (CBA) และการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ ซึ่งมุ่งเน้นการเปรียบเทียบมูลค่าผลประโยชน์และต้นทุนในเชิงเศรษฐกิจ ขณะที่การประเมินผลตอบแทนทางสังคมเป็นกรอบการประเมินผลกระทบทางสังคมที่พัฒนาเพื่อสะท้อนคุณค่าที่เกิดขึ้นในเชิงสังคมผ่านกระบวนการประเมินร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย⁽⁶⁾

นอกจากนี้การประเมินผลตอบแทนทางสังคมยังมีการพิจารณาการปรับค่าผลลัพธ์โดยหักผลกระทบส่วนเกิน

(deadweight) และผลลัพธ์ที่เกิดจากปัจจัยอื่น (attribution) เพื่อหลีกเลี่ยงการประเมินผลกระทบเกินจริงของโครงการ ด้วยเหตุนี้ ผลลัพธ์ของการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจึงไม่จำเป็นต้องมีค่าที่สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (CBA) หรือ การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) โดยตรง หากแต่เป็นเครื่องมือในการประเมินเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางสังคมของโครงการที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การนำเสนอผลการวิเคราะห์ทั้งการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์และการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิและการประเมินผลตอบแทนทางสังคมร่วมกันในการศึกษานี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนทั้งความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ และคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพอย่างรอบด้าน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของการดำเนินงานของ The Next Food Center โดยกำหนดขอบเขตการวิจัย ออกเป็น 4 ส่วน ดังรายละเอียด

ต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษามุ่งวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ The Next Food Center โดยใช้กรอบการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนควบคู่กับการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์และการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เพื่อสะท้อนคุณค่ารวมของการดำเนินงานของศูนย์ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรมอาหาร (food innovation infrastructure) ที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการในภูมิภาค

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศนวัตกรรมอาหารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ The Next Food Center โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพที่เข้าร่วมโครงการและใช้บริการศูนย์ฯ จำนวน 5 ราย หน่วยงานภาครัฐและองค์กรสนับสนุนด้านนวัตกรรมอาหาร และบุคลากรของ The Next Food Center โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) เพื่อสะท้อนผลลัพธ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของศูนย์ฯ ในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาเก็บข้อมูล การศึกษานี้ครอบคลุมข้อมูลการดำเนินงานของ The Next Food Center ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 (2 ปี) เพื่อสะท้อนผลลัพธ์การดำเนินโครงการ โดยใช้ข้อมูลจากรายงานการดำเนินงานของศูนย์ฯ ข้อมูลผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย

4. ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา พื้นที่ศึกษาคือ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพระดับภูมิภาค โดยมี

บทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงงานวิจัย เทคโนโลยีอาหาร ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทานอาหาร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 แสดงตามขั้นตอน 6 ขั้นตอนนี้

ขั้นตอนที่ 1 การระบุผู้มีส่วนได้เสียกับโครงการ (identify key stakeholders)

จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียของโครงการ (stakeholders analysis) ในตาราง matrix ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการมีอิทธิพลและผู้มีส่วนสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ดังตารางที่ 1 พบว่า สามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่มสำคัญ ดังนี้

(1) ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (key stakeholders) ได้แก่ 1) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2) อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) The Next Food Center (NFC) มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ 4) โรงงานต้นแบบเกษตรและอาหาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

(2) ผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง

(3) ผู้มีส่วนได้เสียรอง (secondary stakeholders) ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2) สำนักงานเกษตรจังหวัด 3) สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด 4) สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด 5) สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และ 6) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด



ตารางที่ 1 Matrix ความสัมพันธ์ระหว่างการมีอิทธิพลและความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย

ปัจจัย		การมีอิทธิพล	
		น้อย	มาก
ความสำคัญ	มาก	ความสำคัญมาก/อิทธิพลมาก (key players)	ความสำคัญมาก/อิทธิพลน้อย (keep informed) - กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม - อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 - โรงงานต้นแบบเกษตรและอาหาร - กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น - The Next Food Center (NFC) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
	น้อย	ความสำคัญน้อย/อิทธิพลน้อย (minimal effort)	ความสำคัญน้อย/อิทธิพลมาก (keep satisfied) - สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด - สำนักงานเกษตรจังหวัด - สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำแผนที่ผลลัพธ์ (mapping outcomes)

พิจารณาปัจจัยนำเข้า (input) ผ่านการดำเนินกิจกรรมของผู้มีส่วนได้เสีย ไปสู่การพิจารณาผลผลิต

(output) และผลลัพธ์ (outcome) ที่เกิดจากการดำเนินงานของ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น แสดงผลการวิเคราะห์แผนที่ผลลัพธ์ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แผนที่ผลลัพธ์การดำเนินงานของ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กระบวนการ	ผู้มีส่วนได้เสีย	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม	ผลผลิต	ผลลัพธ์
กระบวนการต้นน้ำ (วัตถุดิบและการผลิต)	1. สำนักงานเกษตรจังหวัด	- สนับสนุนองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกร ผู้เพาะปลูก และส่งเสริมการรวม กลุ่มผลิตวัตถุดิบคุณภาพ เพื่อนำไป ต่อยอดแปรรูปในระบบ อุตสาหกรรมอาหาร	- ให้คำปรึกษา ลงพื้นที่ สำรวจแหล่งผลิต จัด อบรมการเพาะปลูกที่ เหมาะสม - ส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบ ตามศักยภาพพื้นที่	- เกษตรกรมีความรู้เพิ่มด้านการ เพาะปลูกที่มีคุณภาพและ ปลอดภัย	- วัตถุดิบเกษตรมีคุณภาพได้ มาตรฐาน พร้อมต่อยอดแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่ม - ลดความเสี่ยงด้านความไม่มั่นคง ทางอาหารและผลกระทบจาก การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิ อากาศ
	2. สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด	- องค์ความรู้ด้านมาตรฐานสินค้า ปศุสัตว์ สุขอนามัย ฟาร์มมาตรฐาน GAP/GHP/HACCP	- ให้คำปรึกษา ลงพื้นที่ อบรมมาตรฐานความ ปลอดภัยและการเลี้ยงสัตว์ อินทรีย์	- ผู้เลี้ยงสัตว์มีความรู้เพิ่มด้าน มาตรฐานและการผลิตที่ เหมาะสม	- วัตถุดิบปศุสัตว์มีคุณภาพ ได้ มาตรฐาน รองรับการผลิตเป็น อาหารมูลค่าเพิ่ม
กระบวนการกลางน้ำ (นวัตกรรม และ กระบวนการแปรรูป)	3. The Next Food Center (NFC)	- เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ 4 ราย - เครื่องมือวิทยาศาสตร์มูลค่า 13 ล้านบาท	- ให้บริการ R&D ตรวจ วิเคราะห์ ใช้เครื่องมือ วิทยาศาสตร์ และ kitchen studio	- ผู้ประกอบการเข้ารับบริการปี 2566 จำนวน 35 ราย/ปี 2567 จำนวน 50 ราย รายได้ รวม 793,347 บาท	- ยกกระดับศักยภาพนวัตกรรม อาหาร ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ศูนย์ฯ เป็นที่ยอมรับ สร้างรายได้ และเสริมเศรษฐกิจฐานราก
	4. โรงงานต้นแบบเกษตร และอาหาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น	- งบก่อสร้าง 30 ล้านบาท - เครื่องจักร 72.5 ล้านบาท - บุคลากรเชี่ยวชาญ 5 คน	- แปลงนวัตกรรมเชิงวิจัย และผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้ จากการพัฒนาสมบูรณ์	- ผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่าย หลายชนิด - รายได้บริการปี 2566 จำนวน 802,349 บาท และปี 2567 1,096,922 บาท	- ผู้ประกอบการทดลองตลาดจริง ลดความเสี่ยง เพิ่มรายได้จาก คุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่
	5. ผู้ประกอบการ จำนวน 5 ราย	- ต้นทุนการผลิต - แรงงาน - เครื่องจักร	- ขอคำปรึกษาและร่วมพัฒนา ผลิตภัณฑ์ กับศูนย์ The Next Food Center	- ต้นแบบผลิตภัณฑ์	- รายได้ผู้ประกอบการและเกษตรกร เพิ่ม ผู้บริโภคได้อาหารปลอดภัย - เกิดแบรนด์ชุมชน - สามารถนำสินค้าต้นแบบไป ทดลองตลาดก่อนวางจำหน่ายจริง



ตารางที่ 2 แผนที่ผลลัพธ์การดำเนินงานของ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ต่อ)

กระบวนการ	ผู้มีส่วนได้เสีย	ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม	ผลผลิต	ผลลัพธ์
กระบวนการปลายน้ำ (ตลาดและการจำหน่าย)	6. สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	- ข้อมูลตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ ช่องทางจำหน่าย และกลไกสนับสนุน GI/OTOP/นวัตกรรม	- ให้คำปรึกษาช่องทางตลาด การขึ้นทะเบียน - จัดอบรมและจัดงานแสดง สินค้า	- ผู้ประกอบการได้รับความรู้ด้าน ตลาด การจด GI/OTOP/ นวัตกรรมและมีโอกาส ออกงานแสดง	- ขยายตลาด ลูกค้าใหม่ - ช่องทางจำหน่ายหลากหลาย - สินค้าได้รับการรับรองและเป็นที่ รู้จักมากขึ้น
หน่วยงานสนับสนุนระบบ	7. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม	- งบประมาณ 13 ล้านบาท (ปี 2565)	- จัดซื้อเครื่องมือและ อุปกรณ์วิทยาศาสตร์ ให้ศูนย์ฯ	- เครื่องมือและอุปกรณ์ วิทยาศาสตร์หลากหลาย ครบชุด	- ศูนย์ฯ พร้อมให้บริการ ผู้ประกอบการด้วยเครื่องมือ ที่ได้มาตรฐาน
	8. อุทยานวิทยาศาสตร์ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 1 มหาวิทยาลัยขอนแก่น	- บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ - พื้นที่อุทยานฯ - องค์ความรู้นวัตกรรมอาหาร	- พัฒนาเครือข่าย จัดตั้งพื้นที่ The Next Food Center - วิจัยและบริการสนับสนุน ธุรกิจอาหาร	- มีเครือข่ายความร่วมมือของผู้มี ส่วนได้เสียที่สำคัญในการ ขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ อาหารเพื่อสุขภาพในพื้นที่ เช่น โรงงานต้นแบบเกษตรและ อาหาร	- เกิดการพัฒนานวัตกรรมแปรรูป อาหารรูปธรรม เพิ่มองค์ความรู้ แก่นักวิจัยและผู้ประกอบการ
	9. สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัด	- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ - งบประมาณและกิจกรรมเสริม ศักยภาพ	- โครงการ 1 จังหวัด 1 ชุมชน และโครงการบ่มเพาะธุรกิจ อุตสาหกรรมคู่ชุมชน	- ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ ศักยภาพสูง - ผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่ม ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	- สามารถกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริม ผู้ประกอบการได้ชัดเจน
	10. สำนักงานสาธารณสุข จังหวัด	- องค์ความรู้ด้านสุขภาพ มาตรฐาน สุขอนามัย อาหารและยา	- ให้คำปรึกษาประชาชน/ ผู้ประกอบการ ตรวจสอบกับ ตามกฎหมาย	- ประชาชนและผู้ประกอบการ ได้รับความรู้ด้านสุขภาพและ ความปลอดภัยอาหาร	- ผู้ประกอบการผลิตสินค้าที่ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ยกระดับ คุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพใน พื้นที่

GAP = good agricultural practice, GHP = good hygiene practice, GI = geographic indication, HACCP = hazard analysis and critical control point, OTOP = one tambon one product, R&D = research and development

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและการประมาณการเป็นมูลค่า (evidencing outcomes and the availability)

สำหรับขั้นตอนที่สามเป็นการกำหนดตัวชี้วัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยชี้ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน (theory of change)

ที่แสดงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงหลังจากเข้าร่วมโครงการ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 และพิจารณาร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อกำหนดตัวชี้วัดและวิธีการวัดเพื่อนำไปสู่การแปลงผลลัพธ์ให้เป็นมูลค่าทางการเงิน สามารถสรุปแผนที่ผลลัพธ์ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตรวจสอบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและการประมาณการเป็นมูลค่า

ผลลัพธ์ร่วม	ตัวชี้วัด	วิธีการวัดตัวชี้วัด
รายได้ของสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	รายได้ที่เพิ่มขึ้นของสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	พิจารณาจากรายได้ของสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ปี พ.ศ. 2566-2567 โดยพิจารณาผลลัพธ์เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 5 ราย
รายได้ของเกษตรกรในพื้นที่ที่ขายวัตถุดิบหลัก (ต้นทาง) ให้กับสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center	รายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรในพื้นที่ที่ขายวัตถุดิบหลัก(ต้นทาง)ให้กับสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center	พิจารณาจากสัดส่วนรายได้ของการรับซื้อวัตถุดิบต้นทางของสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพปี พ.ศ. 2566-2567
การจ้างงานคนในพื้นที่ของสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center	รายได้การจ้างงานของคนในพื้นที่ของสถานประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center	พิจารณาจากสัดส่วนรายได้การจ้างงานของสถานประกอบการที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของ The Next Food Center ปี พ.ศ. 2566-2567

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ (establishing impact)

จากขั้นตอนที่ 3 ในการทบทวนผลผลิต (outputs) และผลลัพธ์ (outcomes) เพื่อเลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสมสำหรับการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของโครงการจากกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยในขั้นตอนที่ 4 นี้ จะเป็นการพิจารณาในส่วนของผลกระทบส่วนเกิน (deadweight) ที่เกิดจากการดำเนินงาน

และการพิจารณาสัดส่วนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานอื่นๆ (attribution) จากนั้นจะเป็นกระบวนการการแปลงค่าเป็นเงินจากผลลัพธ์ร่วมที่เกิดขึ้นผ่านกระบวนการการร่วมพิจารณาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ เกษตรกรต้นทางและผู้แทนหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เพื่อประเมินสัดส่วนของผลลัพธ์ที่สามารถอธิบายได้จากการดำเนินงานของ The Next Food Center ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4



ตารางที่ 4 การพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

ผลลัพธ์ (Outcomes /impacts)	ตัวชี้วัด (Indicators)	ตัวแทนทางการเงิน (Proxies)	Deadweight		Attribution		มูลค่ารวม (บาท) คงเหลือ
			ร้อยละ	คงเหลือ	ร้อยละ	คงเหลือ	
รายได้ของสถาน ประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารเพื่อสุขภาพ	รายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ ประกอบการที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารเพื่อสุขภาพ	พิจารณาจากสถานประกอบการ จำนวน 5 รายที่เข้าร่วมโครงการฯ ปี 2566 รายได้รวม 10,201,669.75 บาท ปี 2567 รายได้รวม 10,696,669.75 บาท	10	ปี 2566 9,181,502.78 บาท	50	ปี 2566 4,590,751.39 บาท	ปี 2566 4,590,751.39 บาท
				ปี 2567 9,627,002.78 บาท		ปี 2567 4,813,501.39 บาท	ปี 2567 4,813,501.39 บาท
							รวม 9,404,252.78 บาท
รายได้ของเกษตรกรในพื้นที่ ที่ขายวัตถุดิบหลัก (ต้นทาง) ให้กับสถานประกอบการที่เข้า ใช้บริการ The Next Food Center	รายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกร ในพื้นที่ที่ขายวัตถุดิบหลัก (ต้นทาง)	พิจารณาจากสัดส่วนรายได้ ของการรับซื้อวัตถุดิบต้นทาง ของผู้ประกอบการที่เข้าใช้ บริการ The Next Food Center ปี 2566 รายได้รวม 1,484,338 บาท ปี 2567 รายได้รวม 1,450,398 บาท	40	ปี 2566 890,603 บาท	30	ปี 2566 623,422 บาท	ปี 2566 623,422 บาท
				ปี 2567 870,239 บาท		ปี 2567 609,167 บาท	ปี 2567 609,167 บาท
							รวม 1,232,589 บาท
การจ้างงานคนในพื้นที่ของ สถานประกอบการที่เข้าใช้ บริการ The Next Food Center	รายได้การจ้างงานของคน ในพื้นที่	พิจารณาจากสัดส่วนรายได้ การจ้างงานของผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมเข้าใช้บริการ The Next Food Center ปี พ.ศ. 2566-2567 ปี 2566 รายได้รวม 2,356,085 บาท ปี 2567 รายได้รวม 2,347,600 บาท	60	ปี 2566 942,434 บาท	20	ปี 2566 753,947 บาท	ปี 2566 753,947 บาท
				ปี 2567 939,040 บาท		ปี 2567 751,232 บาท	ปี 2567 751,232 บาท
							รวม 1,505,179 บาท

ผลลัพธ์จากรายได้ของผู้ประกอบการด้านอาหาร เพื่อสุขภาพในโครงการ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่าผู้ประกอบการด้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center จำนวน 5 ราย สามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาร่วมกับศูนย์ฯ ในช่วงปี 2566-2567 รวมทั้งสิ้น 20,898,339.50 บาท โดยคำนวณจากรายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและใช้เป็นตัวแทนมูลค่าทางการเงิน (financial proxy) ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เมื่อพิจารณาหักผลกระทบส่วนเกิน (deadweight) ร้อยละ 10 และส่วนที่เกิดจากการสนับสนุนของหน่วยงานอื่น (attribution) ร้อยละ 50 แล้ว มูลค่าผลลัพธ์ด้านรายได้ที่สะท้อนคุณค่าทางสังคมจากการเข้าใช้บริการศูนย์ฯ อยู่ที่ 9,404,252.78 บาท ในช่วงปี 2566-2567

ผลลัพธ์จากรายได้ของเกษตรกรในพื้นที่ที่ส่งขายวัตถุดิบต้นทางให้กับผู้ประกอบการด้านอาหารเพื่อสุขภาพในโครงการ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่าเกษตรกรในพื้นที่ที่จำหน่ายวัตถุดิบต้นทางให้ผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับ The Next Food Center มีรายได้รวมในช่วงปี 2566-2567 จากการขายวัตถุดิบให้ผู้ประกอบการทั้ง 5 ราย เป็นจำนวน 2,934,736 บาท โดยคิดจากรายได้ปี 2566 จำนวน 1,484,338 บาท และปี 2567 จำนวน 1,450,398 บาท อย่างไรก็ตาม เกษตรกรเดิมมีการผลิตวัตถุดิบอยู่แล้ว เช่น การปลูกข้าว ปลูกผักแพว เลี้ยงจิ้งหรีด และปลูกหน่อไม้ ทำให้ต้องหักผลกระทบส่วนเกิน (deadweight) ร้อยละ 40 และเมื่อพิจารณาว่ามีหน่วยงานภาครัฐอื่น เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

มีส่วนสนับสนุนตั้งแต่ต้นทาง จึงหักสัดส่วนผลลัพธ์ที่เกิดจากหน่วยงานอื่น (attribution) ร้อยละ 30 หลังจากหักค่าดังกล่าวออก มูลค่าผลลัพธ์รายได้ของเกษตรกรที่สะท้อนคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ The Next Food Center ในช่วงปี 2566-2567 เท่ากับ 1,232,589 บาท

ผลลัพธ์จากการจ้างงานในพื้นที่ของสถานประกอบการด้านอาหารเพื่อสุขภาพในโครงการ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า ผู้ประกอบการด้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เข้าใช้บริการ The Next Food Center จำนวน 5 ราย สามารถสร้างรายได้จากการจ้างงานคนในพื้นที่ในช่วงปี 2566-2567 รวมทั้งสิ้น 4,703,685 บาท โดยเป็นรายได้จากการจ้างงานปี 2566 จำนวน 2,356,085 บาท และปี 2567 จำนวน 2,347,600 บาท อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการเดิมมีการจ้างแรงงานในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ต้องหักผลกระทบส่วนเกิน (deadweight) ร้อยละ 60 นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และโครงการเสริมทักษะแรงงานในพื้นที่ ทำให้ต้องหักส่วนแบ่งผลลัพธ์จากหน่วยงานอื่น (attribution) ร้อยละ 20 ภายใต้การปรับค่าดังกล่าว มูลค่าผลลัพธ์ด้านการจ้างงานที่สะท้อนคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ The Next Food Center ในช่วงปี 2566-2567 เท่ากับ 1,505,179 บาท

ขั้นตอนที่ 5 การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมของโครงการ (calculating the SROI)

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการคำนวณผลตอบแทนทางสังคม โดยการพิจารณาจากต้นทุนรวมทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินงานของ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ดังตารางที่ 5



และพิจารณาจากผลตอบแทนที่เกิดขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 โดยใช้อัตราคิดลดตามอัตราผลตอบแทนตามพันธบัตรรัฐบาลร้อยละ 3 ผ่านการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน

สุทธิ (NPV) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ (CBA) และการคำนวณผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5 งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ปี พ.ศ. 2565-2567

งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ The Next Food Center มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ปี พ.ศ. 2565-2567			
หน่วยงาน	งบประมาณ (บาท)		
	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	1,430,000.00	-	-
ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 5 ราย	-	2,866,678.40	3,021,878.40
รวมงบประมาณ ปี พ.ศ. 2565-2567		7,318,556.80	

ดังนั้นต้นทุนของโครงการ The Next Food Center ที่ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และเป็นหนึ่งในหน่วยให้บริการของอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 และมีบทบาทให้บริการสนับสนุนผู้ประกอบการด้านอาหารแปรรูป โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพผ่านบริการหลัก ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (research and development: R&D) และถ่ายทอดเทคโนโลยี การตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์อาหาร การให้บริการเครื่องมือวิทยาศาสตร์ และพื้นที่ kitchen studio สำหรับการทดลองและพัฒนาสูตรอาหาร พบว่าในปี พ.ศ. 2565 ศูนย์ฯ ได้รับงบประมาณจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวน 13,000,000 บาท เพื่อจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์วิทยาศาสตร์สำหรับให้บริการผู้ประกอบการ

อย่างไรก็ตาม ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคม

ในครั้งนี้จะพิจารณาเฉพาะต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 ของงบประมาณดังกล่าว หรือเท่ากับ 1,430,000 บาท โดยคำนวณจากสัดส่วนการใช้งานเครื่องมือ อุปกรณ์ และพื้นที่บริการที่ใช้จริงในกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งศูนย์ฯ เปิดให้บริการเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 เป็นต้นมา และมีผู้ประกอบการเข้ารับบริการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมากกว่า 80 ราย แต่การประเมินผลตอบแทนทางสังคมในครั้งนี้งงวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและมีแนวโน้มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพพร้อมกับศูนย์ฯ เท่านั้น ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ราย ดังนั้นเมื่อพิจารณาต้นทุนที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2565 - 2567 ระยะเวลา 3 ปี จึงมีต้นทุนรวมจำนวน 7,318,556.80 บาท

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมโดยใช้อัตราคิดลดตามอัตราผลตอบแทนตามพันธบัตรรัฐบาลร้อยละ 3

ปีที่	ต้นทุนรวมของโครงการ	ผลตอบแทนโครงการ หลังหักค่า deadweight* และ attribution**				รวมรายได้สุทธิ	Discount factor 3%	NPV	PV of cost	PV of benefit	BC ratio
		รายได้ของสถานประกอบการที่เข้าร่วม The Next Food Center	รายได้ของเกษตรกรในพื้นที่ในการขายวัตถุดิบต้นทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพ	การจ้างงานในพื้นที่ของสถานประกอบการที่เข้าร่วม The Next Food Center	ผลตอบแทนรวม						
1/2566	4,296,678.40	4,590,751.39	623,422	753,947	5,968,120.39	1,671,441.99	0.971	1,622,970.17	4,172,074.73	5,795,044.90	1.4
2/2567	3,021,878.40	4,813,501.39	609,167	751,232	6,173,900.39	3,152,021.99	0.943	2,972,356.74	2,849,631.33	5,821,988.07	2.0
รวม	7,318,556.80	9,404,252.78	1,232,589	1,505,179	12,142,020.78	4,823,463.98		4,595,326.91	7,021,706.06	11,617,032.97	1.7

BC = benefit cost, NPV = net present value, PV = present value, SROI = social return on investment

* deadweight ตามขั้นตอนในตารางที่ 4, ** attribution ตามขั้นตอนในตารางที่ 4, SROI = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลลัพธ์รวม (NPV) ที่ผ่านการหักค่า deadweight และ attribution $\text{หารต้นทุนรวมทั้งหมด} = 4,595,326.91/7,318,556.80 = 0.63$

หมายเหตุ - การประเมินผลตอบแทนทางสังคมของโครงการ The Next Food Center เป็นการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 โดยมีการเพิ่มเติมข้อมูลรายได้ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

จากตารางที่ 6 แสดงผลการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และต้นทุนผลตอบแทน (CBA) ของโครงการ The Next Food Center ในช่วงปี พ.ศ. 2566–2567 ใช้งบประมาณรวม 7,318,556.80 บาท ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นหลังหักผลลัพธ์ส่วนเกิน (deadweight) และผลลัพธ์จากปัจจัยภายนอก (attribution) ครอบคลุมรายได้ของผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพ เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ และรายได้การจ้างงานในพื้นที่ รวมเป็นมูลค่า 12,142,020.78 บาท ส่งผลให้รายได้สุทธิอยู่ที่ 4,823,463.98 บาท และเมื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3 พบว่าโครงการมี NPV เท่ากับ 4,595,326.91 บาท ซึ่งมีความมากกว่าศูนย์ สะท้อนว่าโครงการให้ผลตอบแทนเกินกว่าต้นทุนการลงทุน

ขณะที่ต้นทุนผลตอบแทน (CBA) มีค่าเท่ากับ 1.7 แสดงว่าโครงการมีความคุ้มค่า อีกทั้งโครงการดังกล่าวมีค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคม อยู่ที่ 0.63 เท่า หมายความว่าการลงทุน 1 บาทในโครงการของ The Next Food Center จะสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมได้ 0.63 บาท แม้เป็นช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงาน แต่สะท้อนให้เห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในพื้นที่ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์ของโครงการที่มีบทบาทสำคัญในการยกระดับระบบนิเวศนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพของภูมิภาค โดย The Next Food Center ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรมอาหาร (food innovation infrastructure) ที่ช่วยเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบ เกษตรกร ผู้ประกอบการ และภาคการวิจัยเข้าด้วยกัน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและสามารถเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ได้มากขึ้น ทั้งยังสะท้อนถึงบทบาทของศูนย์นวัตกรรมอาหารในการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านของระบบอาหารไปสู่รูปแบบที่ส่งเสริมสุขภาพของประชาชน (healthy food system transition)

ทั้งนี้ผลลัพธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวทงนโยบายด้านโภชนาการและสุขภาพของประเทศไทย โดยเฉพาะ ข้อเสนอแนะการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทย (Thai Dietary Guidelines) ซึ่งเน้นการบริโภคอาหารที่หลากหลาย มีคุณค่าทางโภชนาการ ลดน้ำตาล ไขมัน และโซเดียม รวมทั้งการส่งเสริมการบริโภคอาหารที่มาจากวัตถุดิบท้องถิ่นและอาหารที่ผ่านการแปรรูปอย่างเหมาะสม⁽⁷⁾ นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพยังสอดคล้องกับ Dietary Guidelines for Americans 2020–2025 ซึ่งเน้นการพัฒนาาระบบอาหารที่สนับสนุนรูปแบบการบริโภคที่ดีต่อสุขภาพ (healthy dietary patterns) และการเพิ่มการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการในระดับประชากร⁽⁸⁾

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า The Next Food Center สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงพื้นที่ในการสนับสนุนนโยบายโภชนาการและสุขภาพทั้งในระดับประเทศและระดับสากล ผ่านการพัฒนานวัตกรรมอาหารที่ตอบโจทย์แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบท้องถิ่น และการสร้างห่วงโซ่มูลค่าที่เชื่อมโยงเกษตรกรผู้ประกอบการ และตลาดอาหารสุขภาพอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในอนาคตและขยายผลลัพธ์เชิงบวกให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น จึงได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังต่อไปนี้

1) พัฒนา The Next Food Center ให้เป็นศูนย์นวัตกรรมด้านอาหารเพื่อสุขภาพแบบครบวงจร (one-stop service) โดยยกระดับบริการให้ครอบคลุมตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาสูตรอาหาร การทดสอบคุณภาพ การวิเคราะห์โภชนาการ การผลิตระดับต้นแบบ (pilot-scale production) ไปจนถึงการสนับสนุนด้านการตลาดและการขยายช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพสู่ระดับเชิงพาณิชย์ได้อย่างครบวงจรในสถานที่เดียว

2) จัดทำฐานข้อมูลวัตถุดิบท้องถิ่นและการใช้ประโยชน์เชิงโภชนาการ (ingredient & nutrition data hub) โดยรวบรวมข้อมูลด้านองค์ประกอบโภชนาการสรรพคุณทางอาหาร วิธีการแปรรูป และศักยภาพการผลิตวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ถั่ว 5 สี หน่อไม้ ผักแพว และแมลงเศรษฐกิจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลกลางสำหรับการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้ประกอบการในห่วงโซ่อาหารสุขภาพ

3) พัฒนากลไกเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าอาหารตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ เพื่อเพิ่มโอกาสทางรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ โดยส่งเสริมกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (business matching) ระหว่างเกษตรกร ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ประกอบการ และโรงงานต้นแบบ เพื่อยกระดับรายได้ของผู้ผลิตวัตถุดิบและเพิ่มความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ

4) เสริมศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาด บรรจุกฎภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาดออนไลน์ โดยพัฒนาทักษะด้านการสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การทำการตลาดดิจิทัล และการเจาะตลาดเฉพาะ (niche market) ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในระยะยาว

5) จัดทำกลไกสนับสนุนเงินทุนและลดต้นทุนการพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย ผ่านการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพขนาดเล็ก (micro innovation fund) เพื่อช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ และการทดสอบมาตรฐาน ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญที่ผู้ประกอบการรายย่อยมักไม่สามารถแบกรับได้

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่นำเสนอข้างต้นมีเป้าหมายเพื่อทำให้ The Next Food Center เป็นกลไกสำคัญของภูมิภาคในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพอย่างครบวงจร เชื่อมโยงตั้งแต่เกษตรกรต้นน้ำ ผู้ประกอบการ

และระบบตลาดปลายน้ำ พร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายด้านโภชนาการและสุขภาพของประเทศ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพของไทยในระยะยาว

วิจารณ์และข้อยุติ

ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของ The Next Food Center ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ประเมินผลโครงการที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2566-2567 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการดำเนินการในช่วงเวลาดังกล่าว โดยไม่มีการวิเคราะห์ scenario analysis และ sensitivity analysis เพื่อประเมินความเสี่ยงจากผลกระทบหรือตัวแปรต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นกับโครงการในอนาคต ผลการศึกษาที่ได้สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นในหลายมิติ ทั้งในด้านรายได้ของผู้ประกอบการ รายได้ของเกษตรกรต้นทาง และการจ้างงานภายในพื้นที่ ผลลัพธ์ที่ได้สอดคล้องกับลักษณะของโครงการนวัตกรรมระยะเริ่มต้น (early-stage innovation infrastructure) ซึ่งเป็นโครงการที่ต้องลงทุนด้านเครื่องมือ ห้องปฏิบัติการ และบุคลากรอย่างเข้มข้นในช่วงแรก ขณะที่ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจะค่อยๆ สะสมเพิ่มขึ้นเมื่อผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ครบวงจร เข้าสู่ตลาด และเริ่มเกิดการขยายตัวในเชิงพาณิชย์ โดยค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมที่คำนวณได้ 0.63 เท่า ประกอบกับมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่เป็นบวก และต้นทุนผลตอบแทน มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของศูนย์ฯ มีความคุ้มค่าในการลงทุน และสามารถสร้างผลประโยชน์ทางสังคมที่ “จับต้องได้จริง” ภายใต้กรอบการประเมินที่อิงมาตรฐานสากลของ Social Value UK และ Social Value International ซึ่งกำหนดให้ต้องหักผลลัพธ์ส่วนเกินและผลลัพธ์จากปัจจัยภายนอก เพื่อให้ได้

ค่าประเมินที่รอบคอบและน่าเชื่อถือ^(9,10) การที่โครงการยังมีผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมเป็นบวกหลังการหักปัจจัยเหล่านี้ สะท้อนศักยภาพของโครงการในการก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางสังคมอย่างสมเหตุสมผล ภายใต้เงื่อนไขของการประเมินผลตอบแทนทางสังคม

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับงานวิจัยการประเมินผลตอบแทนทางสังคมในต่างประเทศ ที่เป็นงานศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมอาหารและการพัฒนาผู้ประกอบการพบว่า โครงการส่วนใหญ่ในช่วง 1-3 ปีแรกมักมีค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมใกล้เคียงกัน เช่น ศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมอาหารในสกอตแลนด์มีค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 0.55 ในสองปีแรกก่อนจะเพิ่มเป็นมากกว่า 1 เท่าในปีถัดมา⁽¹¹⁾ ขณะที่โครงการศูนย์แปรรูปอาหารในสกอตแลนด์มีค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 0.60 ในปีแรก และเพิ่มจนเกิน 1.3 เมื่อศูนย์ฯ เติบโตเต็มศักยภาพ⁽¹²⁾ หรือกรณีของโครงการพัฒนา SME (small and medium enterprise) เกษตรและอาหารในสหภาพยุโรปภายใต้ European Rural Development Programme ซึ่งมีค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมอยู่ในช่วง 0.47-0.68 ในช่วงเริ่มต้น⁽¹³⁾ ข้อมูลเปรียบเทียบดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า ค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของ The Next Food Center อยู่ในระดับสอดคล้องกับรูปแบบผลตอบแทนของโครงการนวัตกรรมอาหารระยะเริ่มต้นในหลายประเทศ และมี “ศักยภาพเติบโตต่อเนื่อง” เมื่อผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเริ่มขยายในระยะกลางถึงระยะยาว

อีกทั้งภายใต้บริบทดังกล่าว บทบาทของ The Next Food Center ยังมีความสอดคล้องกับแนวทางด้านโภชนาการร่วมสมัยที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารจริงเพื่อสุขภาพ (real foods for health) อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อยหรือไม่ผ่านการแปรรูป (minimally processed and unprocessed foods) การเพิ่มสัดส่วนอาหารจากพืช ธัญพืชเต็มเมล็ด ผัก ผลไม้ และการลดการ

พึ่งพาอาหารที่ผ่านการแปรรูปสูง ซึ่งเป็นหลักการที่ปรากฏชัดในข้อแนะนำด้านอาหารเพื่อสุขภาพขององค์การอนามัยโลก ตลอดจนแนวทางอาหารแห่งชาติในหลายประเทศ เช่น แคนาดาและบราซิล ที่ต่างเน้นการจำกัดอาหารที่ผ่านการแปรรูปสูง และสนับสนุนระบบอาหารที่เอื้อต่อการเข้าถึงวัตถุดิบธรรมชาติและอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น⁽⁸⁾ ทั้งยังสอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมอาหารกำลังปรับตัวสู่แนวโน้ม “อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารฟังก์ชัน อาหารยั่งยืน” ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากรายงานของ MarketsandMarkets คาดการณ์ว่าตลาดอาหารจากพืชทั่วโลกจะเติบโตจาก 39 พันล้านดอลลาร์ในปี 2021 ไปเป็นมากกว่า 75-100 พันล้านดอลลาร์ในปี 2027⁽¹⁴⁾ ขณะที่ Euromonitor International ระบุว่าอาหารประเภท clean label และ functional ingredients มีอัตราเติบโตเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 8-12 ต่อปี⁽¹⁵⁾ นอกจากนี้ Food and Agriculture Organization (FAO) ชี้ว่าประเทศที่สามารถเชื่อมโยงวัตถุดิบท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยีแปรรูปขั้นสูงจะเป็นผู้นำการเติบโตของเศรษฐกิจอาหารสุขภาพในอนาคต⁽¹⁶⁾ ดังนั้นผลลัพธ์ของ The Next Food Center จึงอยู่ในตำแหน่งที่สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารโลกดังกล่าว โดยช่วยให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการตลาด เช่น โปรตีนจิ้งหรีด ถั่วอินทรีย์พร้อมทาน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรผสมอาหาร และผลิตภัณฑ์ฟรุ๊ตดราย ซึ่งเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เติบโตสูงในตลาดอาหารสุขภาพโลก อีกทั้งมีผลลัพธ์รายได้ของผู้ประกอบการกว่า 19.09 ล้านบาทในสองปี รายได้ของเกษตรกรกว่า 2.93 ล้านบาท และรายได้จากการจ้างงานกว่า 4.70 ล้านบาท สะท้อนว่าศูนย์ฯ ทำหน้าที่เป็น “ตัวกลางนวัตกรรมอาหาร” (innovation intermediary) ที่ช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ เทคโนโลยีการแปรรูป ห้องปฏิบัติการ และเครือข่ายตลาดให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็ก สอดคล้องกับงานศึกษาของ Howells และ Klerx^(17,18) ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

โดยระบุว่าบทบาทลักษณะนี้เป็นหัวใจสำคัญในการทำให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยไม่ต้องลงทุนเครื่องมือราคาแพงด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผลลัพธ์รายได้ของเกษตรกรยังบ่งชี้ถึงการ “ยกระดับห่วงโซ่มูลค่า” สอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจ BCG ของประเทศไทย ซึ่ง FAO สหประชาชาติ และ European Union⁽¹⁹⁾ เห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกันว่าการเชื่อมโยงเกษตรกรต้นน้ำเข้ากับอุตสาหกรรมแปรรูปเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของเศรษฐกิจชีวภาพยุคใหม่

ดังนั้นในภาพรวมการอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่า The Next Food Center ไม่เพียงเป็นแหล่งบริการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเท่านั้น แต่ได้ทำหน้าที่เป็นแกนกลางของระบบนิเวศนวัตกรรมอาหารสุขภาพในระดับภูมิภาค ผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในช่วงเริ่มต้นจึงเป็นสัญญาณสำคัญของโครงการที่กำลังตั้งฐานเพื่อขยายผลในอนาคต ทั้งในด้านความสามารถของผู้ประกอบการ การเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร การสร้างงาน และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการศึกษา

แม้งานวิจัยนี้จะสามารถประเมินมูลค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ The Next Food Center ได้ แต่การศึกษานี้ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณา กล่าวคือ 1) การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมในงานวิจัยนี้อาศัยข้อมูลจากผู้ประกอบการ เกษตรกร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาเพียง 2 ปีของการดำเนินโครงการ เนื่องจากศูนย์ฯ เริ่มมีการดำเนินงานเมื่อปี พ.ศ. 2566 ซึ่งอาจยังไม่สามารถสะท้อนผลกระทบระยะยาวของโครงการได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของธุรกิจ การขยายตลาด หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในระดับประชากร 2) การคำนวณการประเมินผลตอบแทนทางสังคมในครั้งนี้

มุ่งเน้นผลลัพธ์ที่วัดเชิงเศรษฐกิจได้ชัดเจน เช่น รายได้ของผู้ประกอบการ การรับซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกร และการจ้างงาน ขณะที่ผลลัพธ์ด้านสังคม เช่น การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และผลลัพธ์นวัตกรรมอาหารยังไม่ได้รวมในการคำนวณ เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ทำการพิจารณาผลลัพธ์ร่วมและตัวชี้วัดร่วมกันโดยจะพิจารณาเฉพาะมิติทางเศรษฐกิจเป็นหลัก และ 3) การคำนวณอาศัยข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 5 ราย ซึ่งแม้สะท้อนผลลัพธ์เชิงลึกในระยะเริ่มต้น แต่ขนาดตัวอย่างที่จำกัดอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นตัวแทนของผลลัพธ์ในระดับมหภาคต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของเศรษฐกิจสุขภาพในประเทศไทย” ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) ประจำปีงบประมาณ 2568 ผู้วิจัยขอขอบคุณ สวรส. ที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ และขอขอบคุณ The Next Food Center อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 มหาวิทยาลัยขอนแก่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนที่ให้ข้อมูล ความร่วมมือ และเอื้อเฟื้อเวลาในการเข้าร่วมการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้

References

1. TowardsFnB. Healthy food market size, share and growth insights [internet]. 2024 [cited 2025 Nov 24]. Available from: https://www.towardsfnb.com/insights/healthy-food-market?utm_source.
2. International DPO. Innovate inspire improve [internet]. 2023 [cited 2025 Nov 24]. Available from: <https://dpointernational.com/th/3d-flip-book/dpo-international-industry-brochure-2023/>.
3. The Public Sector Organization of Thailand (TPSO). Ministry



- of Commerce supports “Thai plant-based products” in expanding to the global market, targeting new-generation consumer trends [internet]. 2025 [cited 2025 Nov 24]. Available from: https://www.tpsso.go.th/news/2508-0000000017?utm_source. (in Thai)
4. Banke-Thomas AO, Madaj B, Charles A, van den Broek N. Social Return on Investment (SROI) methodology to account for value for money of public health interventions: a systematic review. *BMC Public Health* 2015;15:582. doi: 10.1186/s12889-015-1935-7.
 5. Millar R, Hall K. Social Return on Investment (SROI) and performance measurement: the opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review* 2013;15(16):923–41.
 6. Nicholls J, Lawlor E, Neitzert E, Goodspeed T. A guide to Social Return on Investment [internet]. 2012 [cited 2025 Nov 24]. Available from: <https://socialvalueuk.org/resources/a-guide-to-social-return-on-investment-2012/>.
 7. Department of Health. Food-based dietary guidelines (FBDGs) 2025: healthy eating recommendations for Thai people. Nonthaburi: Ministry of Public Health; 2022. Available from: <https://nutrition2.anamai.moph.go.th/th/fbdgs/211528>. (in Thai)
 8. USDP. The scientific foundation for the dietary guidelines for Americans. US: Food and Nutrition Service; 2025.
 9. Social Value UK. The principles of social value [internet]. 2012 [cited 2025 Nov 24]. Available from: <https://static1.squarespace.com/static/60d>.
 10. Independent Living Fund (ILF). Social return on investment (SROI) evaluation – Scotland [internet]. 2024 [cited 2025 Nov 24]. Available from: [https://ilf.scot/publication/social-return-on-investment\(SROI\)-evaluation-scotland/](https://ilf.scot/publication/social-return-on-investment(SROI)-evaluation-scotland/).
 11. Fernandez-Garcia T, Lopez-Delgado L, Ramos-Sanz C. Social return on investment of food innovation centers in Southern Europe. *Journal of Rural Studies* 2021;84(13):120–30.
 12. European Commission. Evaluation of the EU rural development programmes (2014–2020) [internet]. 2020. [cited 2025 Nov 24]. Available from: https://eu-cap-network.ec.europa.eu/index_en.
 13. MarketsandMarkets. Plant-based food market by source, product, and region—global forecast to 2027 [internet]. 2022 [cited 2025 Nov 24]. Available from: https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/plant-based-protein-market-14715651.html?gad_source=1&gad_campaignid=20911358783&gclid=EAlaIqobChMIqsf0ptavkQMV_ukWBR1lYSWwEAAyASA-AEgJTFvD_BwE.
 14. Euromonitor International. Health and wellness in Thailand [internet]. 2024 [cited 2025 Nov 24]. Available from: <https://www.euromonitor.com/health-and-wellness-in-thailand/report>.
 15. Food and Agriculture Organization. Future of food and agriculture: drivers and megatrends. Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations; 2023.
 16. Howells J. Intermediation and the role of intermediaries in innovation. *Research Policy* 2006;35(5):715–28.
 17. Klerkx L, Leeuwis C. Establishment and embedding of innovation brokers at different innovation system levels. *Technological Forecasting and Social Change* 2009;76(6):849–60.
 18. Food and Agriculture Organization. The state of the world’s agrifood systems transformation. Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations; 2022.
 19. European Union. Boosting and mainstreaming the bioeconomy [internet]. 2025 [cited 2025 Nov 24]. Available from: <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/news-and-events/all-events/boosting-and-mainstreaming-bioeconomy>.