

## ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี (Social Return on Investment of Gastronomy Tourism in Chanthaburi Province)

พัชรี ปริเปรมมอทย<sup>1</sup> นรินทร์ เจริญพันธ์<sup>2</sup> ธนพล พุกเส่ง<sup>3</sup> กัลยารัตน์ เชื้อวชาณ<sup>4</sup>

จารึก สิงหปรีชา<sup>5</sup> ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ<sup>6</sup> และ วสิน ยวนะเดมิย<sup>7</sup>

Patcharee Preepremmote<sup>1</sup> Narin Charoenphun<sup>2</sup> Thanaphon Phukseng<sup>3</sup> Kanyarat  
Cheawchan<sup>4</sup> Charuk Singhapreecha<sup>5</sup> Parichat Tengsuwan<sup>6</sup> and Vasin Yuvanatemiya<sup>7</sup>

Received: March 3, 2025

Revised: May 19, 2025

Accepted: May 26, 2025

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนที่ผลลัพธ์ และประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุนที่เกิดขึ้นเกิดจากโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี โดยใช้รูปแบบการประเมินแบบก่อนการดำเนินโครงการ (Ex-Ante Evaluation) ร่วมกับการประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 91 ราย ร่วมกับการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้เข้าร่วมโครงการ และผู้ที่ได้รับผลกระทบ จำนวน 900 ราย ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงการแทรกแซงอื่น ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งที่เป็นรูปธรรม และไม่เป็นรูปธรรม ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

Assistant Professor, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, E-mail: patcharee\_p@buu.ac.th

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

Associate Professor, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, E-mail: narinch@buu.ac.th

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

Assistant Professor, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, E-mail: thanaph@buu.ac.th

<sup>4</sup> อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

Lecturer, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, E-mail: kanyarat.ch@buu.ac.th

<sup>5</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Assistant Professor, Faculty of Economics, Chiang Mai University, E-mail: charuk.s@cmu.ac.th

<sup>6</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Assistant Professor, Faculty of Economics at Sriracha Kasetsart University, Sriracha Campus, E-mail: parichat.ten@ku.th

<sup>7</sup> ผู้ประพันธ์พันธกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

Corresponding Author, Assistant Professor, Faculty of Marine Technology, Burapha University, Chanthaburi Campus, E-mail: vasin@buu.ac.th

จากการศึกษา พบว่า ผลลัพธ์ที่สำคัญของโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ (1) สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร/วิสาหกิจชุมชน อย่างยั่งยืน (2) ส่งเสริมการผลิตสินค้าการเกษตรที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (3) สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน และ (4) ส่งเสริมการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ (5) สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน ทั้งนี้จากการประเมินผลกระทบของโครงการวิจัยที่เกิดขึ้นต่อสังคมโดยภาพรวม ระหว่างปี พ.ศ. 2566-2570 ภายใต้อัตราคิดลดร้อยละ 3.50 พบว่า โครงการดังกล่าวมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 274,533,440 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเชิงสังคม เท่ากับ 6.81 เท่า ซึ่งสรุปได้ว่า โครงการได้สร้างผลประโยชน์เกิดขึ้นสูงกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น หรือเป็นโครงการที่มีความคุ้มค่าในการลงทุน

*คำสำคัญ:* ผลตอบแทนทางสังคม แผนที่ผลลัพธ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดจันทบุรี

## ABSTRACT

This study aims to develop an outcome mapping of a food tourism project in Chanthaburi Province and assess its social impact. Using both ex-ante and ongoing evaluation approaches, the research incorporates focus group discussions and in-depth interviews with 91 stakeholders, alongside questionnaires completed by 900 participants and other affected individuals. The analysis covers the project's activities, outputs, outcomes, and both tangible and intangible impacts-whether intended or unintended.

The findings indicate that the project contributed to: (1) sustainable income generation for farmers, restaurant operators, and food entrepreneurs; (2) the promotion of safe and environmentally friendly agricultural practices; (3) improvements in community well-being; (4) expansion of tourism, particularly food tourism; and (5) establishment of partnerships and cooperative networks for local development. A social impact assessment conducted for the period 2023–2027, applying a discount rate of 3.5%, estimates a net present value of 274,533,440 Thai Baht (THB) and a social return on investment (SROI) ratio of 6.81. These results suggest that the project yields substantial benefits that outweigh its costs, making it a valuable and sustainable investment.

*Keywords:* social return on investment, outcome mapping, gastronomy tourism, Chanthaburi province

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการเดินทางที่มุ่งเน้นประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งองค์ประกอบหลัก ประกอบด้วย อาหารท้องถิ่น ประสบการณ์การทำอาหาร ร้านอาหารและสตรีทฟู้ด วัฒนธรรมอาหาร และการเยี่ยมชมฟาร์มรวมถึงแหล่งผลิตอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีบทบาท

สำคัญต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั่วโลก จากสถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลกได้สร้างรายได้มีมูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 456,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด (จิตพงษ์ อัยสานนท์ และนันท์พันธ์ วิเศษแก้ว, 2567) ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากความหลากหลายของอาหาร วัฒนธรรมการกิน และคุณภาพของอาหารไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

จังหวัดจันทบุรีมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคเกษตรเป็นสำคัญ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดจันทบุรี (GPP) ปี พ.ศ. 2565 อยู่ในอันดับที่ 11 ของประเทศ ซึ่งตามรายงานสถิติจังหวัดจันทบุรี พบว่า ปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 2,500,000 คน รายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 10,000 ล้านบาท (สำนักงานสถิติจังหวัดจันทบุรี, 2566) เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และมีวิถีความเป็นอยู่ของชาวสวนที่ทำการเกษตรแบบชาวบ้าน ใช้ภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต มีวัตถุดิบที่แสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะในการประกอบอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ดังนั้น จังหวัดจันทบุรีจึงเหมาะสมในการดำเนินโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อันจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนภาคเกษตรกร อุตสาหกรรมขนาดเล็ก และช่วยลดความเหลื่อมล้ำ ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสังคมของจังหวัดอีกด้วย ทั้งนี้ โครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี หรือที่เรียกว่า “โครงการ Comprehensive Gastronomy Tourism @Chanthaburi” ประกอบด้วย 7 กิจกรรมหลัก รายละเอียดตามภาพที่ 1

|                                                                                                |                                                                                                                                                 |                                                                                                                      |                                                                                                   |                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| กิจกรรมที่ 5<br>เพิ่มช่องทางการตลาดให้เมนูอาหารท้องถิ่นและท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี | กิจกรรมที่ 1 จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อคัดสรรเมนูและวัตถุดิบท้องถิ่น<br>(Focus Group)                                                   |                                                                                                                      |                                                                                                   | กิจกรรมที่ 6<br>สร้างการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่และส่งเสริมการตลาดผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร |
|                                                                                                | กิจกรรมที่ 2<br>ส่งเสริม พัฒนารูปแบบการปลูก การจัดการหลังการเก็บ ส่งเสริมด้วยเกษตรแม่นยำ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบท้องถิ่น | กิจกรรมที่ 3<br>ยกระดับการให้บริการอาหารท้องถิ่น และพัฒนา ศิลป์ในการปรุงและการบริการอาหาร<br>(Food Service Training) | กิจกรรมที่ 4<br>ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นสู่ของฝากของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมประจำจังหวัด |                                                                                               |
|                                                                                                | กิจกรรมที่ 7 ประเมินผลกระทบทางสังคมของ โครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร                                                                            |                                                                                                                      |                                                                                                   |                                                                                               |

ภาพที่ 1 รายละเอียดการดำเนินโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี

ที่มา: จากการศึกษา

ทั้งนี้การดำเนินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งใช้งบประมาณปี พ.ศ. 2566 ในการดำเนินงาน จำนวน 40,184,600 บาท โดยมีผู้ที่ได้รับผลกระทบ หรือผู้เข้าร่วมโครงการหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาทักษะการพัฒนารูปแบบการปลูกและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ด้วยเกษตรแม่นยำ จำนวน 481 ราย กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการอาหาร และผู้ผลิตอาหารในพื้นที่ ซึ่งได้รับการยกระดับการให้บริการอาหารท้องถิ่น และพัฒนาศิลปินในการปรุงและการบริการอาหาร (Food Service Training) จำนวน 291 ราย และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี นวัตกรรมในการแปรรูป และยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นสู่ของฝากของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมประจำจังหวัดจำนวน 175 ราย ซึ่งจะเห็นได้ว่าโครงการดังกล่าวเป็นโครงการที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบในพื้นที่ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความเหมาะสมและจำเป็นอย่างยิ่งในการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) เพื่อเป็นการพิสูจน์ในเชิงประจักษ์ถึงผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการว่าก่อให้เกิดผลประโยชน์และต้นทุนแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการดังกล่าวในมิติใดบ้าง และเมื่อประเมินเป็นมูลค่าที่เป็นตัวเงินแล้วโครงการก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมมากน้อยเพียงใด อีกทั้งการประเมินดังกล่าวจะสะท้อนถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ซึ่งผลการประเมินจะช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนโครงการให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ต่อไป

### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อจัดทำแผนที่ผลลัพธ์ของโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุนที่เกิดขึ้นจากโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมถึงผู้ผลิตอาหาร (เชฟ แม่ครัว พ่อครัว เป็นต้น) วิศวกร/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป นักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนหน่วยงาน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 91 ราย

ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม - ตุลาคม พ.ศ. 2566

ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ จังหวัดจันทบุรี

### ทบทวนวรรณกรรม

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ของโครงการ ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในหลายขั้นตอน เช่น การตัดสินใจเลือกตัวผลลัพธ์ (Outcomes) การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) สัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอันเป็นผลสืบเนื่องจากโครงการฯ (Attribution) อัตราการลดลงของผลประโยชน์ของโครงการ (Drop Off) และระยะเวลาที่โครงการสร้างประโยชน์ (Benefit Period) (สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ, 2560) งานวิจัยที่

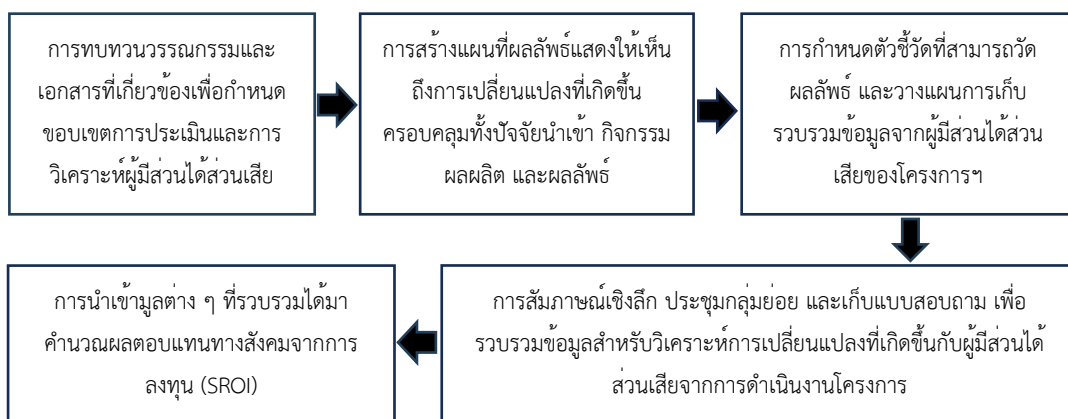
นำหลักการประเมินผลตอบแทนทางสังคมมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีการดำเนินการอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีวิธีการและผลการดำเนินงานวิจัยที่คล้ายคลึงกัน อาทิ การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ผ่านการท่องเที่ยวชุมชน เสริมพลังความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาครัวเรือนยากจน ซึ่งทำการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ผ่านแต่ละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน ในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ทำการประเมินแบบ Ex-post Evaluation หลังจากโครงการได้ดำเนินการเสร็จสิ้น พบว่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน คิดเป็น 1.98 เท่า ซึ่งผลศึกษาถือเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว และเป็นส่วนสำคัญต่อการวางนโยบายและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืนบนฐานทรัพยากรของชุมชน (ดนวัต สีสุสุข และคณะ, 2567) ซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานและผลการวิจัยที่สอดคล้องกันกับงานวิจัยเรื่องการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการฟื้นฟูเมืองชุมชนดินแดง (จรรยาพร พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ, 2566) รวมถึงการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี (นภาพร หงษ์ภักดี และ สืบพงศ์ หงษ์ภักดี, 2566) ซึ่งผลการวิจัย พบว่า โครงการสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมที่สูงกว่าต้นทุนการลงทุน นั่นคือ มีค่า SROI มากกว่า 1 เท่า นอกจากนี้เมื่อพิจารณางานวิจัยตีพิมพ์ในประเทศ พบว่า มีงานวิจัยจำนวนมากที่วิเคราะห์หลักการและทำการประเมินผลตอบแทนทางสังคมในบริบทของการลงทุนทางสังคม และสำรวจแนวการปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ SROI ในการประเมินโครงการทางสังคม พบว่า ยังมีความท้าทายทั้งในด้านวิธีวิทยาและการปฏิบัติ รวมถึงความจำเป็นในการปรับปรุงวิธีการเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ (Arvidson and Kara, 2013) อย่างไรก็ตาม การประเมินผลตอบแทนทางสังคมมีการนำไปใช้กับการประเมินโครงการที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นกรณีผลตอบแทนทางสังคมในด้านการสร้างคุณค่าขององค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (Emerson and Wachowicz, 2000) การใช้ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเป็นตัววัดประสิทธิผลของโครงการนวัตกรรมทางสังคมที่ดำเนินการภายใต้นโยบายสาธารณะ (Moron and Klimowicz, 2021) การศึกษาโอกาสและอุปสรรคของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้านการดูแลสุขภาพ (Millar and Hall, 2013) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การประเมินผลตอบแทนทางสังคมถือเป็นแนวทางที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย เพื่อชี้วัดผลกระทบทางสังคมของโครงการต่าง ๆ อย่างครอบคลุม และเป็นรูปธรรม

จากข้อมูลข้างต้นอาจจะยังไม่พบการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของโครงการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยตรง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้แนวทางการประเมินผลตอบแทนของโครงการต่าง ๆ ข้างต้นมาเป็นกรอบการประเมินและประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนที่ผลลัพธ์และประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุนที่ขึ้นเกิดจากโครงการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี เพื่อสะท้อนผลลัพธ์ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งใช้รูปแบบการประเมินแบบก่อนการดำเนินโครงการ (Ex-Ante Evaluation) ร่วมกับการประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ (On-going Evaluation)

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังภาพที่ 2 โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญผ่านการประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมถึงผู้ผลิตอาหาร (เชฟ แม่ครัว พ่อครัว เป็นต้น) วิชาทก/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป นักท่องเที่ยวประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนหน่วยงาน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 91 ราย โดยการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเน้นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนร่วมและได้รับผลกระทบจากโครงการ นอกจากนั้นได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ที่เข้าร่วมโครงการซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรง ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและวิชาทก/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป และกลุ่มที่ 2 ผู้ที่ได้รับผลกระทบทางอ้อม ได้แก่ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยในการกำหนดขนาดจำนวนแบบสอบถามอ้างอิงตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5) จึงกำหนดแบบสอบถามขั้นต่ำแต่ละกลุ่มจำนวน 400 แบบสอบถาม และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงวางแผนเก็บข้อมูลสำหรับแต่ละกลุ่ม จำนวน 450 แบบสอบถาม รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 900 แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวใช้ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ และความเต็มใจจ่ายเกี่ยวกับอาหารอัตลักษณ์จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

ที่มา: จากการศึกษา

### การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน คือ การนำผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact) ในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากกิจการหรือโครงการมาคำนวณหามูลค่า (Monetized Value) เป็นตัวเงิน แล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าทางการเงินของต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการหรือโครงการ เพื่อดูว่ากิจการหรือโครงการสร้างผลลัพธ์ทางสังคมคิดเป็นมูลค่าเท่าใด ต่อเงิน 1 บาทที่ลงทุนไป (สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ, 2558)

ซึ่งในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เริ่มต้นจากการกำหนดขอบเขตการประเมินและระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย จากนั้นเป็นการวิเคราะห์แผนที่ผลลัพธ์ และการกำหนดตัวชี้วัด ที่จะสามารถบอกได้ว่าผลลัพธ์เกิดขึ้นหรือไม่และขนาดของผลลัพธ์เป็นอย่างไร และดำเนินการประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการโดยใช้ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) เมื่อได้มูลค่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโครงการในรูปแบบของตัวเงิน ยังมีการพิจารณาประเด็นต่างๆ ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอันเป็นผลสืบเนื่องจากโครงการ (2) ความเป็นไปได้ว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจเกิดขึ้นได้เอง แม้ว่าจะไม่มีโครงการหรือองค์กรใดทำงานด้านนี้ (3) ความเป็นไปได้ว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจจะไม่ใช่ส่วนเพิ่ม แต่เป็นการทดแทนผลลัพธ์อื่น และ (4) คำนึงถึงการประมาณการอัตราการลดลงของผลประโยชน์ร่วมด้วย

ในขั้นตอนสุดท้ายเป็นการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ (Present Value of Benefit: PVB) และมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนที่ลงทุนไปในโครงการ (Present Value of Cost: PVC) โดยใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3.50 เพื่อคำนวณอัตราผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โดยสูตรการคำนวณ SROI คือ

$$\text{ผลตอบแทนทางสังคม} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์ทั้งหมด}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของการลงทุนทั้งหมด}}$$

$$\text{นั่นคือ} \quad \text{SROI} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{PVB}_i}{\sum_{i=1}^n \text{PVC}_i}$$

โดยที่  $i$  คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย  $i$  และ  $n$  คือ จำนวนผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

## ผลการวิจัย

### แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping)

การจัดทำแผนที่ผลลัพธ์ของโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์ เพื่อใช้ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ดังตารางที่ 1 โดยแบ่งเป็น 6 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ 1 จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อคัดสรรเมนูและวัตถุดิบท้องถิ่น กิจกรรมที่ 2 ส่งเสริม พัฒนารูปแบบการปลูก การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวด้วยเกษตรแม่นยำ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบท้องถิ่น กิจกรรมที่ 3 ยกระดับการให้บริการอาหารท้องถิ่น และพัฒนาศิลปินในการปรุงและการบริการอาหาร กิจกรรมที่ 4 ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นสู่ช่องทางของฝากของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมประจำจังหวัด กิจกรรมที่ 5 เพิ่มช่องทางการตลาดให้เมนูอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี และกิจกรรมที่ 6 สร้างการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่และส่งเสริมการตลาดผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                                                                                                                          | ปัจจัยนำเข้า                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                           | ผลผลิต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ผลลัพธ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรม 1 จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อคัดสรรเมนูและวัตถุดิบท้องถิ่น (Focus Group)</b>                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| (1) สมาคมอาหารและเครื่องดื่มจังหวัดจันทบุรี                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์ความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับ</li> <li>- อัตลักษณ์อาหารจันทบุรี</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> </ul>                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร่วมขับเคลื่อนกิจกรรมของโครงการ</li> </ul>                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- วัตถุดิบหลัก (Base Ingredient) และเมนูท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์จำนวน 20 รายการ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| (2) มหาวิทยาลัย                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณ</li> <li>- บุคลากร</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดประชุมกลุ่มย่อย</li> <li>- สรุปผลและนำเสนอวัตถุดิบหลักและเมนู</li> <li>- อัตลักษณ์จันทบุรี</li> </ul>                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างพันธมิตร เครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>กิจกรรม 2 ส่งเสริม พัฒนารูปแบบการปลูก การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวด้วยเกษตรแม่นยำ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบท้องถิ่น</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| (1) เกษตรกรผู้ปลูกวัตถุดิบ                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการผลิต (เช่น เมล็ดพันธุ์ ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงปลูก ปุ๋ย และสารกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น)</li> <li>- ค่าแรงงาน (รวมถึงแรงงานในครัวเรือน)</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> <li>- ค่าเดินทาง</li> <li>- ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับระบบตรวจสอบย้อนกลับ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าร่วมอบรม และพัฒนาทักษะการด้านเพาะปลูก</li> <li>- ปรับปรุงแปลงปลูก และกระบวนการผลิต</li> <li>- การปรับพื้นที่แปลงเพาะปลูกตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร</li> <li>- ใช้งานแพลตฟอร์มการจัดการสวนและการตรวจสอบย้อนกลับผลผลิต</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เกษตรกรได้รับการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการเพาะปลูก การจัดการการเก็บเกี่ยว พร้อมพัฒนาแปลงเกษตรเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 418 ราย</li> <li>- คู่มือการส่งเสริมเพื่อให้เกิดมาตรฐานการปลูก และการปรับปรุงปลูกเพื่อเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 1 คู่มือ</li> <li>- เกิดเครือข่ายการผลิตอาหารปลอดภัย 1 เครือข่าย</li> <li>- เกิดระบบสอกลับอาหารปลอดภัยผ่านระบบ Digital platform 1 ระบบ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มรายได้ภาคการเกษตรในพื้นที่จันทบุรี</li> <li>- เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร</li> <li>- สุขภาพของเกษตรกรดีขึ้น</li> <li>- เพิ่มการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>- สุขภาพของผู้บริโภคดีขึ้น</li> <li>- โอกาสในการสร้างอาชีพ</li> <li>- สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำและความสุขจากการท่องเที่ยวมากขึ้น</li> <li>- คุณภาพชีวิตของชุมชนดีขึ้น (สุขภาพดีขึ้น+การหางานในพื้นที่)</li> <li>- กระตุ้นเศรษฐกิจ (รายได้ที่เพิ่มขึ้น) ของชุมชน</li> </ul> |
| (2) ผู้บริโภค และประชาชนในพื้นที่                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| (3) นักท่องเที่ยว                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| (4) ชุมชน                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                                                                                              | ปัจจัยนำเข้า                                                                                                                                                                                                        | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ผลผลิต                                                                                                                                                                                                             | ผลลัพธ์                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรมที่ 2 (ต่อ)</b>                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                               |
| (5) มหาวิทยาลัย                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณ</li> <li>- บุคลากร</li> <li>- วัสดุและครุภัณฑ์</li> </ul>                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ</li> <li>- ลงพื้นที่ (เป็นพี่เลี้ยง) ให้คำแนะนำ และร่วมพัฒนาเกษตรกร</li> <li>- จัดทำคู่มือการส่งเสริมมาตรฐานการปลูก และการปรับเปลี่ยนปลูกเพื่อเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร</li> <li>- เป็นตัวกลางในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการผลิตอาหารปลอดภัย</li> <li>- พัฒนาระบบสอบกลบอาหารปลอดภัย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น</li> <li>- สร้างชื่อเสียงและการยอมรับในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย</li> </ul>               |                                                                                               |
| <b>กิจกรรม 3 ยกระดับการให้บริการอาหารท้องถิ่น และพัฒนาศิลป์ในการปรุงและการบริการอาหาร (Food Service Training)</b> |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                               |
| (1) ผู้ผลิตอาหาร<br>(เชฟ แม่ครัว พ่อครัว เป็นต้น)                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> <li>- ค่าเดินทาง</li> </ul>                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบการได้รับการยกระดับมาตรฐานการปรุงจำนวน 250 ราย</li> <li>- มาตรฐานร้านอาหารเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี</li> </ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณภาพและทักษะฝีมือของผู้ผลิตอาหารสูงขึ้น</li> </ul> |
| (2) สถานประกอบการ<br>ร้านอาหาร                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้าน</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการพัฒนา/ปรับปรุงสูตรอาหาร</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการแข่งขัน</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมและผลักดันให้แรงงานเข้าร่วมการอบรม และนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาและปรับปรุงสถานประกอบการ</li> <li>- เข้าร่วมการรับรองมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร (Clean Food Good Taste)/ จันทน์การ์นต์/ อาหารเป็นยา</li> <li>- เข้าร่วมประกวดแข่งขันทำอาหาร "มหัศจรรย์แห่งรสชาติ"</li> </ul>                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรีได้รับการรับรองมาตรฐาน ไม่น้อยกว่า 50 สถานประกอบการ</li> <li>- พัฒนาสำหรับอาหารเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีจำนวน 5 สำหรับ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มรายได้ของธุรกิจร้านอาหาร</li> </ul>             |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                                                          | ปัจจัยนำเข้า                                               | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ผลผลิต                                                                                                                                                | ผลลัพธ์ |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <b>กิจกรรม 3 (ต่อ)</b>                                                        |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                       |         |
| (3) หน่วยงานภาครัฐ<br>(สาธารณสุขจังหวัดจันทบุรี<br>และพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี) | - ค่าเดินทาง<br>- ค่าเสียโอกาสในการ<br>ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ | - ลงพื้นที่ในการตรวจสอบสถานที่ขอรับรองมาตรฐาน<br>สุขาภิบาลอาหาร (Clean Food Good Taste) สำหรับสาธารณสุข<br>จังหวัดจันทบุรี และเจ้าหน้าที่การันตี ของพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี<br>- ร่วมกันผลักดันมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร (Clean Food Good<br>Taste)/ จันทนาการันตี/ อาหารเป็นยา                                                                                                                                                   | - สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน<br>ผู้ประกอบการท้องถิ่นและชุมชน เพื่อ<br>ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น                                                   |         |
| (4) ผู้บริโภค และประชาชน<br>ในพื้นที่                                         |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | - สุขภาพของผู้บริโภคดีขึ้น<br>- ราคาอาหาร (ค่าครองชีพ) มีแนวโน้มสูงขึ้น                                                                               |         |
| (5) นักท่องเที่ยว                                                             |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | - สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำ<br>และความสุขจากการท่องเที่ยวมากขึ้น<br>สุขภาพของนักท่องเที่ยวดีขึ้น<br>- ต้นทุนในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น |         |
| (6) ชุมชน                                                                     |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | - ส่งเสริมการจัดงานเทศกาลอาหารท้องถิ่น<br>เพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมท้องถิ่น<br>- ส่งเสริมการจ้างงานและสร้างโอกาสทาง<br>เศรษฐกิจในภูมิภาค                  |         |
| (7) มหาวิทยาลัย                                                               | - งบประมาณ<br>- บุคลากร<br>- วัสดุและครุภัณฑ์              | - จัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ ในหลักสูตรสุขาภิบาลอาหาร<br>สำหรับผู้สัมผัสอาหาร/ ศิลปะการจัดตกแต่งอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่า/<br>การจัดงานเมนูอาหาร/ ศาสตร์และศิลป์ในการปรุง<br>- ผลักดันมาตรฐานร้านอาหารเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี<br>- จัดทำคู่มือมาตรฐานร้านอาหารเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี<br>- เป็นตัวกลางในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือผู้ประกอบการ<br>ร้านอาหาร<br>- จัดงานแข่งขันทำอาหาร "มหัศจรรย์แห่งรสชาติ" | - สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือ<br>เพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น<br>- สร้างชื่อเสียงและการยอมรับในกลุ่มผู้มี<br>ส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย  |         |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                                                                                                   | ปัจจัยนำเข้า                                                                                                                                                                                          | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ผลผลิต                                                                                                                                                                              | ผลลัพธ์                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรม 4 ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น (Food development) สู่ของฝากของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมประจำจังหวัด</b> |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| (1) วิชาทกิจ/ผู้ประกอบการ<br>ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป</li> <li>- ค่าแรงงาน (รวมถึงแรงงานในครัวเรือน)</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> <li>- ค่าเดินทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร่วมประชุมกลุ่มย่อย และริเริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความสนใจ</li> <li>- ร่วมพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปกับมหาวิทยาลัย</li> <li>- เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ</li> </ul>                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก จำนวน 20 ผลิตภัณฑ์</li> <li>- ผู้ประกอบการได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี นวัตกรรมในการแปรรูป จำนวน 50 ราย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มรายได้ของวิชาทกิจ/ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร</li> </ul>                                                                                                                                                                       |
| (2) นักท่องเที่ยว                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำและความสุขจากการท่องเที่ยวมากขึ้น</li> </ul>                                                                                                                                                 |
| (3) ชุมชน                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการจ้างงานและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในภูมิภาค</li> </ul>                                                                                                                                                                  |
| (4) มหาวิทยาลัย                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณ</li> <li>- บุคลากร</li> <li>- วัสดุและครุภัณฑ์</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์”</li> <li>- ผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก โดยการนำวิทยาศาสตร์มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์</li> <li>- ถ่ายทอดเทคโนโลยี นวัตกรรมในการแปรรูปแก่วิชาทกิจ /ผู้ประกอบการอาหารแปรรูป</li> </ul> |                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น</li> <li>- สร้างชื่อเสียงและการยอมรับในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย</li> <li>- สร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายผลิตภัณฑ์/รับจ้างผลิตสินค้า</li> </ul> |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                                                                                | ปัจจัยนำเข้า                                                                                                                                | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ผลผลิต                                                                                                                                                                        | ผลลัพธ์                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรม 5 เพิ่มช่องทางการตลาดให้เมนูอาหารท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี</b> |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                      |
| (1) เกษตรกรผู้ปลูกวัตถุดิบ                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> <li>- ค่าเดินทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมหรือเชื่อมโยงทางการตลาด</li> </ul>                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดช่องทางการตลาดออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง</li> <li>- เกิดกิจกรรมส่งเสริมหรือเชื่อมโยงทางการตลาด ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มรายได้จากการเกษตรในพื้นที่จันทบุรี</li> <li>- เพิ่มรายได้ของธุรกิจร้านอาหาร</li> </ul>                                                                 |
| (2) สถานประกอบการร้านอาหาร                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> <li>- ค่าเดินทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมหรือเชื่อมโยงทางการตลาด</li> </ul>                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                      |
| (3) วิทยากร/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้</li> <li>- ค่าเดินทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมหรือเชื่อมโยงทางการตลาด</li> </ul>                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มรายได้ของวิทยากร/ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร</li> </ul>                                                                                                    |
| (4) ผู้บริโภค และประชาชนในพื้นที่                                                                   |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- โอกาสในการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและทำให้สุขภาพของผู้บริโภคดีขึ้น</li> </ul>                                                                                |
| (5) ชุมชน                                                                                           |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน</li> </ul>                                                                                                                          |
| (6) มหาวิทยาลัย                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณ</li> <li>- บุคลากร</li> </ul>                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทำตลาดออนไลน์</li> <li>- ให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกร/ สถานประกอบการร้านอาหาร/ วิทยากร/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ในการเพิ่มช่องทางการตลาด</li> <li>- ดำเนินการกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด</li> </ul> |                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น</li> <li>- สร้างชื่อเสียงและการยอมรับในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย</li> </ul> |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                                                                                                     | ปัจจัยนำเข้า                                                                                                                                                                                                  | กิจกรรม                                                                                                  | ผลผลิต                                                                                                                                                                                                            | ผลลัพธ์                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรม 6 สร้างการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ และส่งเสริมการตลาดผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พร้อมแกล้งผลสำเร็จของงาน</b> |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                        |
| (1) เกษตรกรผู้ปลูกวัตถุดิบ                                                                                               |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                          | - เกิดกิจกรรมสร้างการรับรู้<br>จันทบุรีแกล้งโนมี ผ่านงาน<br>EAT@CHANTHABURI<br>ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง                                                                                                                | - เพิ่มรายได้ภาคการเกษตรใน<br>พื้นที่จันทบุรี                                                                                          |
| (2) สถานประกอบการ<br>ร้านอาหาร                                                                                           | - ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการ<br>ท่องเที่ยว<br><br>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้<br><br>- ค่าเดินทาง และค่าที่พัก                                                                                     | - เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว<br>“เรียนรู้วัฒนธรรม ชิมอาหารท้องถิ่น”<br>ภายในประเทศ             | - จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้และ<br>ส่งเสริมการท่องเที่ยว “เรียนรู้<br>วัฒนธรรม ชิมอาหารท้องถิ่น”<br>ภายในประเทศ ไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง<br><br>- เกิดกิจกรรมสร้างการรับรู้ผ่าน<br>Social Media ไม่น้อยกว่า 3<br>ช่องทาง | - เพิ่มรายได้ของธุรกิจร้านอาหาร                                                                                                        |
| (3) วิทยากร/ผู้ประกอบการ<br>ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป                                                                         | - ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมส่งเสริมการ<br>ท่องเที่ยว<br><br>- ค่าเสียโอกาสในการหารายได้<br><br>- ค่าเดินทาง และค่าที่พัก                                                                                            | - เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว<br>“เรียนรู้วัฒนธรรม ชิมอาหารท้องถิ่น”<br>ภายในประเทศ             | - เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไม่<br>น้อยกว่า 1 ช่องทาง<br><br>- เกิดการเชื่อมโยงแอปพลิเคชันเพื่อ<br>สร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิง<br>อาหาร ไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง                                            | - เพิ่มรายได้ของวิทยากร/<br>ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร                                                                                    |
| (4) ททท.                                                                                                                 | - ค่าเดินทาง<br><br>- ค่าเสียโอกาสในการปฏิบัติหน้าที่                                                                                                                                                         | - ร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว                                                                    |                                                                                                                                                                                                                   | - สร้างพันธมิตรและเครือข่าย<br>ความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการ<br>พัฒนาท้องถิ่น                                                            |
| (5) สมาคมอาหารและเครื่องดื่ม<br>จังหวัดจันทบุรี                                                                          | - องค์ความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับ<br>อัตลักษณ์อาหารจันทบุรี<br><br>- ค่าเสียโอกาสจากการใช้เวลาในการร่วม<br>ขับเคลื่อนกิจกรรมการรับรู้ของ<br>ประชาชนในพื้นที่ และส่งเสริม<br>การตลาดผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | - ร่วมขับเคลื่อนกิจกรรมการรับรู้ของ<br>ประชาชนในพื้นที่ และส่งเสริมการตลาด<br>ผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร |                                                                                                                                                                                                                   | - สร้างพันธมิตรและเครือข่าย<br>ความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการ<br>พัฒนาท้องถิ่น<br><br>- สร้างการมีส่วนร่วมทางสังคม<br>(Social Engagement) |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย   | ปัจจัยนำเข้า                                                                                                | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ผลผลิต | ผลลัพธ์                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรม 6 (ต่อ)</b> |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |                                                                                                                                                                                                      |
| (6) นักท่องเที่ยว      |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำและความสุขจากการท่องเที่ยวมากขึ้น</li> <li>- ต้นทุนในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น</li> </ul>                            |
| (7) ชุมชน              |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน</li> </ul>                                                                                                                          |
| (8) มหาวิทยาลัย        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณ</li> <li>- บุคลากร</li> <li>- วัสดุและครุภัณฑ์</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้ ผ่านงาน EAT@CHANTHABURI</li> <li>- จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยว “เรียนรู้วัฒนธรรม ชิมอาหารท้องถิ่น” ภายในประเทศ</li> <li>- พัฒนาและสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร</li> <li>- ทำเพจ เว็บไซต์ สื่อสารและเชื่อมโยงแอปพลิเคชันเพื่อสร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร</li> </ul> |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น</li> <li>- สร้างชื่อเสียงและการยอมรับในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย</li> </ul> |

ที่มา: จากการวิเคราะห์

### ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment)

จากข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมถึงผู้ผลิตอาหาร (เชฟ แม่ครัว พ่อครัว เป็นต้น) วิสาหกิจ/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป นักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนหน่วยงาน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ที่เข้าร่วมโครงการซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรง ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร และวิสาหกิจ/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป และกลุ่มที่ 2 ผู้ที่ได้รับผลกระทบทางอ้อม ได้แก่ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามรายละเอียดของผลลัพธ์ที่ระบุในตารางที่ 1 ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ที่เกิดจากโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรีของแต่ละกิจกรรม โดยคาดการณ์ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นตลอดระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) เท่ากับ 321,758,726 บาท ในขณะที่มูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนที่ภาคีต่างๆ ลงทุนในโครงการ เท่ากับ 47,225,286 บาท ดังนั้น เมื่อนำมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์หารด้วยมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุน จะได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 274,533,440 บาท และอัตราผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เท่ากับ 6.81 รายละเอียดดังตารางที่ 2 ซึ่งหมายความว่า ทุก ๆ 1 บาทที่ลงทุนในโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี ก่อให้เกิด ผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 6.81 บาท ซึ่งบ่งชี้ว่า โครงการดังกล่าวสร้างผลตอบแทนทางสังคมมากกว่าทรัพยากรที่ลงทุน หรือคุ้มค่ากับการลงทุน

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ของโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี

| กิจกรรม                                                                                                                                | มูลค่าปัจจุบัน<br>ของเงินลงทุน<br>(บาท) | มูลค่าปัจจุบัน<br>ของผลประโยชน์<br>ที่เกิดขึ้น (บาท) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------|
| กิจกรรม 1 จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อคัดสรรเมนูและวัตถุดิบท้องถิ่น (Focus Group)                                                | 308,113                                 | 16,332                                               |
| กิจกรรม 2 ส่งเสริม พัฒนารูปแบบการปลูก การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวด้วยเกษตรแม่นยำ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบท้องถิ่น | 13,514,000                              | 832,728,178                                          |
| กิจกรรม 3 ยกระดับการให้บริการอาหารท้องถิ่น และพัฒนาศิลปินในการปรุงและการบริการอาหาร (Food Service Training)                            | 7,592,465                               | 828,465,055                                          |
| กิจกรรม 4 ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น (Food Development) สู่ของฝากของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมประจำจังหวัด                        | 10,943,926                              | 49,916,238                                           |
| กิจกรรม 5 เพิ่มช่องทางการตลาดให้นมูอาหารท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี                                            | 4,120,330                               | 28,063,593                                           |
| กิจกรรม 6 สร้างการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ และส่งเสริมการตลาดผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร                                               | 10,746,452                              | -1,417,430,670                                       |
| <b>รวมทั้งหมด</b>                                                                                                                      | <b>47,225,286</b>                       | <b>321,758,726</b>                                   |

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| กิจกรรม                                                         | มูลค่าปัจจุบัน<br>ของเงินลงทุน<br>(บาท) | มูลค่าปัจจุบัน<br>ของผลประโยชน์<br>ที่เกิดขึ้น (บาท) |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------|
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)                         |                                         | 274,533,440                                          |
| ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) |                                         | 6.81 เท่า                                            |

หมายเหตุ: อัตราคิดลดที่ร้อยละ 3.50

ที่มา: จากการวิเคราะห์

### การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ผลลัพธ์ที่สำคัญของโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ (1) การสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร/วิสาหกิจชุมชน อย่างยั่งยืน (2) ส่งเสริมการผลิตสินค้าการเกษตรที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (3) สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน และ (4) ส่งเสริมการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ (5) สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน ซึ่งเมื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ระหว่างปี พ.ศ. 2566-2570 ภายใต้อัตราคิดลดร้อยละ 3.50 พบว่า โครงการดังกล่าวมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 274,533,440 บาท (มีค่าเป็นบวก) ซึ่งกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมกิจกรรม 2 ส่งเสริม พัฒนารูปแบบการปลูก การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวด้วยเกษตรแม่นยำ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบท้องถิ่น เป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งเข้าร่วมกิจกรรม 3 ยกระดับการให้บริการอาหารท้องถิ่น และพัฒนาศิลป์ในการปรุงและการบริการอาหาร โดยโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเชิงสังคม เท่ากับ 6.81 เท่า (มีมากกว่า 1 เท่า) ซึ่งตามกรอบของทฤษฎีสามารถสรุปได้ว่า การลงทุนในโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรีของทั้ง 6 กิจกรรม นั้นมีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนภาคเกษตรกร อุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรืออาจจะสรุปได้ว่าเป็นโครงการที่มีความคุ้มค่าในการลงทุน ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ ก็คือ การพัฒนาโครงการและดำเนินกิจกรรมโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการรับฟังปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมออกแบบกิจกรรม และดำเนินการโครงการภายใต้ความร่วมมือและบูรณาการโครงการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่โครงการดังกล่าวมีข้อจำกัดในด้านของระยะเวลาในการดำเนินโครงการที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้หลายกิจกรรมต้องเร่งดำเนินการ และกลุ่มเกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการหลัก เมื่อเข้าสู่ฤดูการเก็บเกี่ยวจะไม่สะดวกเข้าร่วมพัฒนาทักษะ ต้องรอให้พ้นช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวจึงสามารถกลับเข้ามาร่วมพัฒนาทักษะ ทำให้ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมบางส่วนที่ได้วางแผนไว้ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ดนวัต สิริสุข และคณะ (2567) ได้ประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านการท่องเที่ยวชุมชน เสริมพลังความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาครัวเรือนยากจน ที่พบว่า



ผลตอบแทนทางสังคมผ่านแต่ละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน ในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยใช้การประเมินแบบ Ex-post Evaluation มีค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเท่ากับ 1.98 เท่า และยังสามารถคล้องกับการศึกษาของ นภาพร หงษ์ภักดี และ สืบพงศ์ หงษ์ภักดี (2566) ได้ประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี จากรวบรวมข้อมูลการประเมินจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ของโครงการ และมีค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เท่ากับ 3.46 เท่า และยังสามารถคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ นาคเสนีย์, รุจิรา แสงแข, และ อมรพิมล พิทักษ์ (2565) ซึ่งได้ประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข วิถีไทยรามัญ พบว่า การดำเนินงานของศูนย์ฯ ได้ทำประโยชน์ให้กับสังคมเท่ากับ 6.73 บาท และจากการดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุขได้ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมรวม 838,114.11 บาท นอกจากนั้นยังสามารถคล้องกับงานวิจัยของ สมหมาย อุดมวิจิต (2562) ซึ่งได้การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าวังน้ำเขียว-ป่าเขาภูหลวง และพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก และมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) มากกว่า 1 เท่า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมหรือความคุ้มค่าในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าวังน้ำเขียว-ป่าเขาภูหลวง

อย่างไรก็ตาม ด้วยการใช้รูปแบบการประเมินแบบก่อนการดำเนินโครงการ (Ex-Ante Evaluation) ร่วมกับการประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) ซึ่งข้อมูลในการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มาจากความคิดเห็นและการคาดการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเมื่อผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้นจริงอาจจะมี ความคาดเคลื่อนจากการคาดการณ์ดังกล่าว ดังนั้นควรมีการดำเนินการประเมินในลักษณะของเมื่อสิ้นสุดโครงการ (Ex-post Evaluation) ภายหลังปี พ.ศ. 2570 ร่วมด้วยเพื่อสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนอาจจะแตกต่างจากที่ได้จากการคำนวณในครั้งนี้

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาที่พบว่าโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรีให้ผลตอบแทนทางสังคมมีค่าสูง (SROI = 6.81) สะท้อนให้เห็นว่า โครงการดังกล่าวมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนและสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกในหลายมิติ ดังนั้น หน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมอาหารและเครื่องดื่ม จังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรี สาธารณสุขจังหวัดจันทบุรี พาณิชย์จังหวัดจันทบุรี และ ททท. สำนักงานจันทบุรี ควรสนับสนุนและขับเคลื่อนโครงการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดจันทบุรี หรือ “โครงการ Comprehensive Gastronomy Tourism @Chanthaburi” อย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญ ๆ ได้แก่ (1) การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน ท้องถิ่น และผู้ประกอบการในพื้นที่ (2) การต่อยอดกิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้วให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง (3) การขยายผลกิจกรรมไปยัง

อำเภออื่นนอกเหนือจากอำเภอเมืองและท่าใหม่ เช่น อำเภอแก่งหางแมว หรืออำเภอขลุง ที่มีศักยภาพทางอาหารท้องถิ่น และ (4) การวางนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว เพื่อรองรับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องด้วยการประเมินค่าผลตอบแทนทางสังคมของงานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการประเมินแบบก่อนการดำเนินโครงการ (Ex-Ante Evaluation) ร่วมกับการประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) ซึ่งเป็นการคาดการณ์ผลกระทบโดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเพื่อให้การประเมินมีความสมบูรณ์เมื่อโครงการผ่านไประยะหนึ่ง เช่น 3 ปี หรือ 5 ปี ควรมีการประเมินภายหลังเสร็จสิ้นโครงการแล้ว (Ex-post Evaluation) เพื่อสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจริง และวัดประสิทธิภาพของการลงทุนในโครงการอย่างแท้จริง

## เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *เส้นทางสายกิน อาหารถิ่นในตำนาน*. สืบค้นจาก

<https://api.tat.or.th/upload/multimedia/ebrochure/file/live/Gastronomy-Tourism-TH-EN-1540883529.pdf>.

ขจรอรุณพน พงศ์วิริทธิ์ธร, วลัยลักษณ์ พันธุ์, ขวลิท หงสเลิศสกุล และประยูร อัสสกาญจน์. (2566).

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ของโครงการฟื้นฟูเมืองชุมชนดินแดง.

*วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 10(2), 49-61.

จิตพงษ์ อัยสานนท์ และนันท์พันธ์ วิเศษแก้ว. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวไทยใน 5 ภูมิภาคของประเทศไทย. *วารสารนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม*, 1(2). 90-102.

คนวัด สิริสุข, วิภา สีสประเสริฐศิลป์, วิลาสินี ธนพิทักษ์ และบัณฑิต ทองสงฆ์ (2567). การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ผ่านการท่องเที่ยวชุมชน เสริมพลังความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาครัวเรือนยากจน. *วารสารพัฒนสังคม*, 1(2), 51-70.

ทัศนีย์ นาคเสนีย์, รุจิรา แสงแข และอมรพิมล พิทักษ์. (2565). ผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งจอมบึงมาราธอน กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้อยุธยาเป็นสุข วิถีไทยรามัญ. *วารสารละครศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 6(1), 88-105.

นภาพร หงษ์ภักดี และสิบลักษณ์ หงษ์ภักดี. (2566). การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ด้านภูมิปัญญาการทำเทียน ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(3), 149-167.

สมหมาย อุดมวิจิต. (2562). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าวังน้ำเขียว-ป่าเขาภูหลวง. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 6(2), 141-158.

สถณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ. (2560). *คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- สำนักงานสถิติจังหวัดจันทบุรี. (2566). รายงานสถิติจังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2566. สืบค้นจาก [https://chanthaburi.nso.go.th/images/ebook/Chanthaburi%20Provincial%20Statistical%20Report%202566\\_compressed.pdf](https://chanthaburi.nso.go.th/images/ebook/Chanthaburi%20Provincial%20Statistical%20Report%202566_compressed.pdf).
- Arvidson, M., & Kara, H. (2013). Putting evaluations to use: from measuring to endorsing social value. *Third Sector Research Centre Working Paper 110*, Retrieve from [https://www.researchgate.net/publication/279061827\\_Putting\\_evaluations\\_to\\_use\\_from\\_measuring\\_to\\_endorsing\\_social\\_value](https://www.researchgate.net/publication/279061827_Putting_evaluations_to_use_from_measuring_to_endorsing_social_value).
- Emerson, J., & Wachowicz, J. (2000). Social Return on Investment (SROI): exploring aspects of value creation in the non-profit sector. *Investor Perspectives, Chapter 8*, 131-173. Retrieve from <https://redf.org/wp-content/uploads/REDF-Box-Set-Vol.-2-SROI-Paper-2000.pdf>.
- Millar, R., & Hall, K. (2013). Social Return on Investment (SROI) and Performance Measurement: The opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review*, 15(6), 923-941.
- Moron, D., & Klimowicz, M. (2021). Using the social return on investment (SROI) as a measure of the effectiveness of social innovation projects implemented under public policies. *Social Enterprise Journal*, 17(2), 302-327.

### กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ภายใต้โครงการ Comprehensive Gastronomy Tourism @Chanthaburi หรือโครงการส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน