OPEN IMPACT DATA

IMPACT REPORT
รายงานที่สร้างคุณค่าต่อสังคม

SOCIAL

□□□

SDGs Focus



□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□:

□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□:

26/04/2022 - 26/04/2022

□□□□□□□□□□□□□□□□□□:

Social Return on Investment

□□□□□□□□□□□:

□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□:

□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□:

Verified

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□□ (SIA & SROI)

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□/□□□□□□□□ (EC : ECONOMICS)

□□□□□□□□

- □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

บาท
ชุมชนอื่นเข้ามาศึกษาดูงาน 6 ครั้งต่อปี คิดเป็นมูลค่า รวม 34,750 บาท
สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (ประเทศไทย) เกิดการจัดสรรทำผลงานทางวิชาการ
คิดเป็นมูลค่า รวม 7,457 บาท

มิติด้านสังคม/คุณภาพชีวิต (SO : SOCIAL)
ไม่ระบุ
เกิดการจัดตั้งสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวลานสกา คิดเป็นมูลค่า รวม 7,577 บาท
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 438,006 บาท
การเข้าร่วมการให้บริการท่องเที่ยว (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก) เฉลี่ย 310
บาทต่อครั้ง จำนวน 10 ราย จำนวนเฉลี่ย 3 ครั้ง รวมมูลค่าเฉลี่ย 9,300 บาท 2.
ระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน รวม 295,071 บาท
เกิดกิจกรรมการเปิดตลาดท่องเที่ยวเฉลี่ยรวม 3 ครั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 รวม 67,591 บาท
อัตลักษณ์ชุมชนที่เพิ่มขึ้น
(คิดจากโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนภูไทบ้านห้วยหีบ) เฉลี่ย 6,521.73 บาท จำนวน 6 ครั้ง รวม 53,726 บาท
การเข้าร่วมกิจกรรม (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก) เฉลี่ย 310 บาทต่อครั้ง
จำนวนเฉลี่ย 3 คน จำนวนเฉลี่ย 3 ครั้ง รวมมูลค่าเฉลี่ย 2,790 บาท,
มูลค่าการดำเนินกิจกรรมร่วมกับครอบครัว เฉลี่ย 500 บาทต่อครั้ง จำนวนเฉลี่ย 3
ครั้ง รวม 5,890 บาท
ความภาคภูมิใจที่เพิ่มขึ้น (เฉลี่ย 454.79 บาทต่อคนต่อครั้ง จำนวนเฉลี่ย 6 ครั้งรวมมูลค่าเฉลี่ย 2,728.74 บาท, มูลค่าการดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน เฉลี่ย 310
บาทต่อครั้ง จำนวน 46 ราย จำนวนเฉลี่ย 15 ครั้ง รวม 310,844 บาทสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับรางวัล/กรณีศึกษาในโครงการ
(คิดจากค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ทาง Website เฉลี่ย 4,700 บาทต่อครั้ง
จำนวนเฉลี่ย 6 ครั้ง) รวม 599,387 บาท
การเข้าร่วมกิจกรรม (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก) เฉลี่ย 320 บาทต่อคน จำนวน 200 ครัวเรือน จำนวนเฉลี่ย 6 ครั้ง, มูลค่าอัตลักษณ์ชุมชนที่เพิ่มขึ้น รวม 698,367 บาทสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอลานสกาเกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร
คิดเป็นมูลค่า รวม 723,259 บาท
กลุ่มเยาวชนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร
คิดเป็นมูลค่า รวม 637,070 บาท
ู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร
คิดเป็นมูลค่า รวม 637,070 บาท
ุชุมชนโดยรวมเกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 637,070 บาท
สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (ประเทศไทย) เครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร
คิดเป็นมูลค่า รวม 435,966 บาท
เกิดสื่อประชาสัมพันธ์จากการได้รับรางวัล/กรณีศึกษาในโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม 14,019 บาท
SROI RATIO: 8.08
หมายถึง 1 บาทที่ลงทุนในโครงการสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ สังคม
และสิ่งแวดล้อมคิดเป็นมูลค่า 8.08 บาท

IMPACT DIMENSION

เศรษฐกิจ
สังคม

89.99%
(50.00 M)

10.01%
(5.56 M)

□□□□□ (□□□)

□□□□□□□□□□□□□: 55,564,320.00 □□□
SROI Case Analysis

Open Impact Data Tel : 089-680–1233, 090-669-3961 Email : oid@nisecorporation.com Web : openimpactdata.net