

โครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก

แม้ว่าสินค้าที่ทางกลุ่มผลิตออกมาจะเคยได้รับรางวัลในการประกวดผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกมาถึง 2 รางวัล แต่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเป็นการวางจำหน่ายที่ร้านภัทรพัฒน์ การออกจำหน่ายในงานแสดงสินค้า OTOP ต่างๆ หรือการจำหน่ายที่กลุ่มระหว่างที่มีผู้มาเยี่ยมชมโครงการของกลุ่มเท่านั้น นอกจากนี้ ทางประธานกลุ่มได้แจ้งว่า ชาวบ้านยังขาดความรู้ด้านการออกแบบสินค้า เนื่องจากปัจจุบันชาวบ้านทำได้เพียงขายพื้นฐานที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งเป็นสื่อธรรมชาติของหญ้าแฝกเท่านั้น อีกทั้งตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังขาดความหลากหลาย ผลิตตามความถนัดของชาวบ้าน ซึ่งอาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นที่มาของโครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก เพื่อสร้างนวัตกรรมความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนแบ่งตลาดที่สามารถขยายตลาดได้อย่างมั่นคงในอนาคต โครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก โดยเครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคตะวันออก (มหาวิทยาลัยบูรพา) ณ กลุ่มหัตถกรรมตงรัก ตำบลคลองตะเกรา อำเภอท่าตะเียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา

เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น ผ่านการสร้างสรรคเป็นประเภทสินค้าที่หลากหลาย เช่น เครื่องประดับ ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ ให้กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก ตลอดจนการทดลองการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์

ปีที่ดำเนินโครงการ : 04/2022 - 04/2022

พื้นที่ดำเนินโครงการ : จังหวัด ฉะเชิงเทรา

ผู้ขับเคลื่อนโครงการทางสังคม : Unregistered IC
คม :

ผู้ได้รับประโยชน์ : ผู้ดำเนินโครงการหลัก: 1. มหาวิทยาลัยบูรพา
(stakeholders) ผู้ได้รับประโยชน์หลัก: 1. ชุมชน
ผู้สนับสนุนลงทุน: 1. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)
ภาคีสันับสนุนด้านต่างๆ:

Rating

Viewer

1989

SDGs Focus



ข้อมูลการประเมินผล

วิธีการประเมิน:

ประเมินหลังจากการดำเนินโครงการ

ประเภทการประเมิน:

Social Return on Investment

รูปแบบการประเมิน:

ประเมินโดยผู้ประเมินทางสังคม

ระยะเวลาในการประเมิน:

25/04/2022 - 25/04/2022

ผู้ประเมิน:

สกุลทิพย์ กิริติพันธุ์วงศ์ และคณะ

สถานะการรับรอง:

Verified

ผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (SIA & SROI)

มิติด้านเศรษฐกิจ/การเงิน (EC : ECONOMICS)

ไม่ระบุ

- มหาวิทยาลัยบูรพา เกิดกิจกรรม (ประชุม/ถ่ายทอดเทคโนโลยี/ทำกิจกรรมกลุ่ม) เฉลี่ยรวม 12 ครั้งต่อปี คิดเป็นมูลค่า รวม 39,809 บาท
- มหาวิทยาลัยบูรพา เกิดกิจกรรมการตลาด/การสื่อสาร การสำรวจ/วิเคราะห์ตลาดในกลุ่มเป้าหมาย คิดเป็นมูลค่า รวม 24,205 บาท
- มหาวิทยาลัยบูรพา เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการย้อมสีหญ้าแฝกจากสารสกัดธรรมชาติ - เกิดการเป็นวิทยากร/คนต้นแบบในการทำนวัตกรรมจากหญ้าแฝก คิดเป็นมูลค่า รวม 31,319 บาท
- มหาวิทยาลัยบูรพา

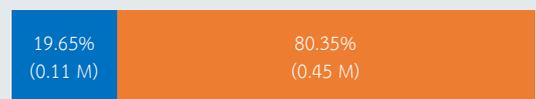
SROI RATIO: 0.71

หมายถึง 1

บาทที่ลงทุนในโครงการสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมคิดเป็นมูลค่า 0.71 บาท

IMPACT DIMENSION

เศรษฐกิจ สังคม



หน่วย (บาท)

มูลค่าโครงการ: 561,173.00 บาท

เกิดการจัดสรรทำผลงานทางวิชาการ
คิดเป็นมูลค่า รวม 7,457 บาท

- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
(สกอ.) เกิดการจัดสรรทำผลงานทางวิชาการ
คิดเป็นมูลค่า รวม 7,457 บาท

มิติด้านสังคม/คุณภาพชีวิต (SO : SOCIAL)

ไม่ระบุ

- มหาวิทยาลัยบูรพา เกิดเครือข่ายพันธมิตร
จำนวน 2 องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 49,046
บาท
- มหาวิทยาลัยบูรพา
เกิดกิจกรรมอบรมฝึกฝนทักษะ/การถ่ายทอด
เทคโนโลยีเฉลี่ยรวม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นมูลค่า
รวม 169,877 บาท
- ชุมชนฯ เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 2
องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 108,992 บาท
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
(สกอ.) เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 2
องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 108,992 บาท
- เกิดสื่อประชาสัมพันธ์จากการได้รับรางวัล/กร
ณีศึกษาในโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม
14,019 บาท

SROI Case Analysis