OPEN IMPACT DATA

IMPACT REPORT
รายงานที่สร้างคุณค่าต่อสังคม

SOCIAL

โครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก

Rating

Viewer 2223

SDGs Focus

แม้ว่าสินค้าที่ทางกลุ่มผลิตออกมาจะเคยได้รับรางวัลในการประกวดผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกมาถึง 2 รางวัล แต่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเป็นการวางจำหน่ายที่ร้านภัทรพัฒน์ การออกจำหน่ายในงานแสดงสินค้า OTOP ต่างๆ หรือการจำหน่ายที่กลุ่มระหว่างที่มีผู้มาเยี่ยมชมโครงการของกลุ่มเท่านั้น นอกจากนี้ ทางประธานกลุ่มได้แจ้งว่า ชาวบ้านยังขาดความรู้ด้านการออกแบบสินค้า เนื่องจากปัจจุบันชาวบ้านทำได้เพียงลายพื้นฐานที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งเป็นสีธรรมชาติของหญ้าแฝกเท่านั้น อีกทั้งตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังขาดความหลากหลาย ผลิตตามความถนัดของชาวบ้าน ซึ่งอาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นที่มาของโครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก เพื่อสร้างนวัตกรรมความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนแบ่งตลาดที่สามารถขยายตลาดได้อย่างมั่นคงในอนาคต โครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก โดยเครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคตะวันออก (มหาวิทยาลัยบูรพา) ณ กลุ่มหัตถกรรมดงรัก ตำบลคลองตะเกรา อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา
เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น ผ่านการสร้างสรรค์เป็นประเภทสินค้าที่หลากหลาย เช่น เครื่องประดับ ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ ให้กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก ตลอดจนการทดลองการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์

ปีที่ดำเนินโครงการ : 04/2022 - 04/2022

พื้นที่ดำเนินโครงการ : จังหวัด ฉะเชิงเทรา

ผู้ขับเคลื่อนโครงการทางสังคม : Unregistered IC

ผู้ได้รับประโยชน์ : (stakeholders)

ผู้ดำเนินโครงการหลัก: 1. มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ได้รับประโยชน์หลัก: 1. ชุมชน
ผู้สนับสนุนหล่งทุน: 1. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)
ภาคีสนับสนุนด้านต่างๆ:

ข้อมูลการประเมินผล

วิธีการประเมิน: ประเมินหลังจากการดำเนินโครงการ

ประเภทการประเมิน: Social Return on Investment

รูปแบบการประเมิน: ประเมินโดยผู้ประเมินทางสังคม

ระยะเวลาในการประเมิน: 25/04/2022 - 25/04/2022

ผู้ประเมิน: สกุลทิพย์ กีรติพันธวงศ์ และคณะ

สถานะการรับรอง: Verified

ผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (SIA & SROI)

มิติด้านเศรษฐกิจ/การเงิน (EC : ECONOMICS)

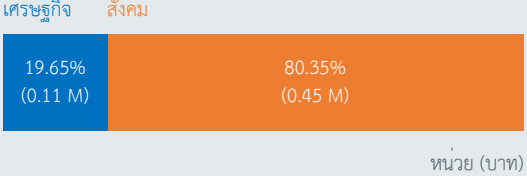
ไม่ระบุ

- 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



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/การถ่ายทอดเทคโนโลยีเฉลี่ยรวม 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/กรณีศึกษาในโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม 14,019 บาท

SROI Case Analysis