

โครงการพัฒนาตลาดขายพิมพ์ลวดลายพิมพ์กัดผ้าร่มฮ่อม ผสมเทคโนโลยีการปักผ้าสู่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษแบรนด์ขวัญโฮม

Rating
Viewer 2087

SDGs Focus




โครงการพัฒนาตลาดขายพิมพ์ลวดลายพิมพ์กัดผ้าร่มฮ่อม ผสมเทคโนโลยีการปักผ้าสู่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษแบรนด์ขวัญโฮม โดยเครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน (มหาวิทยาลัยศรีนครินทร-วิโรฒ) ณ ชุมชนบ้านทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เพื่อพัฒนาผ้าร่มฮ่อม ผ่านการใช้เทคโนโลยีการออกแบบเทคนิคการพิมพ์กัดลวดลายลงบนผ้าร่มฮ่อม โดยมีเทคนิคความร่วมมือของลวดลายปักเครื่องปักมือให้เข้าสู่ความเป็นสากล เพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มความสร้างสรรค์ให้สินค้า ตลอดจนเพื่อสร้างงาน สร้างโอกาส เสริมสร้างรายได้ให้ชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านการเดินแฟชั่นโชว์

ปีที่ดำเนินโครงการ : 09/2017 - 06/2018

พื้นที่ดำเนินโครงการ : จังหวัดแพร่

ผู้ขับเคลื่อนโครงการทางสังคม : Unregistered IC
คม :

ผู้ได้รับประโยชน์ (stakeholders) :

- ผู้ดำเนินโครงการหลัก: 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- ผู้ได้รับประโยชน์หลัก: 1. ผู้ประกอบการ แบรนด์ขวัญโฮม
2. กลุ่มผ้าร่มฮ่อม
- ผู้สนับสนุนลงทุน: 1. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

ภาคีสันับสนุนด้านต่างๆ:

ข้อมูลการประเมินผล

วิธีการประเมิน:

ประเมินหลังจากการดำเนินโครงการ

ประเภทการประเมิน:

Social Return on Investment

รูปแบบการประเมิน:

ประเมินโดยผู้ประเมินทางสังคม

ระยะเวลาในการประเมิน:

01/07/2018 - 30/06/2019

ผู้ประเมิน:

สกุลทิพย์ กิรติพันธ์วงศ์ และคณะ

สถานะการรับรอง:

Verified

ผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (SIA & SROI)

มิติด้านเศรษฐกิจ/การเงิน (EC : ECONOMICS)

ไม่ระบุ

- ผู้ประกอบการแบรนด์ขวัญโฮม เกิดทักษะ/องค์ความรู้/นวัตกรรมใหม่จากการดำเนินโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม 10,440 บาท
- ผู้ประกอบการแบรนด์ขวัญโฮมเกิดการพัฒนากลุ่มผ้าร่มฮ่อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นมูลค่า รวม 283,748 บาท
- กลุ่มผ้าร่มฮ่อมเกิดทักษะ/องค์ความรู้ใหม่ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์พัฒนาตลาดขายพิมพ์กัดผ้าร่มฮ่อม ผสมเทคโนโลยีการปักผ้าสู่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษแบรนด์ขวัญโฮม คิดเป็นมูลค่า รวม 130,498 บาท
- มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เกิดการจัดสรรทำผลงานทางวิชาการ คิดเป็นมูลค่า รวม 7,457

SROI RATIO: 0.93

หมายถึง 1

บาทที่ลงทุนในโครงการสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมคิดเป็นมูลค่า 0.93 บาท

IMPACT DIMENSION

เศรษฐกิจ

สังคม

30.27%
(0.44 M)

69.73%
(1.01 M)

หน่วย (บาท)

มูลค่าโครงการ: 1,452,234.00 บาท

บาท

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

มิติด้านสังคม/คุณภาพชีวิต (SO : SOCIAL)

ไม่ระบุ

- ผู้ประกอบการแบรนด์ขวัญโยเป็นที่รู้จัก ส่งเสริมให้เกิดโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานภาคีต่างๆ เพิ่มขึ้น ส่งผลต่องบประมาณ/ทรัพยากร/การสนับสนุนเพิ่มขึ้น คิดเป็นมูลค่า รวม 324,441 บาท
- กลุ่มฟาร์มอฮ่อมเกิดการมีส่วนร่วมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยการเข้าร่วมผลิต/แปรรูปผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ รวม 347,200 บาท
- มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 3 องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 163,487 บาท
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 3 องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 163,487 บาท
- มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับรางวัล/กรณีศึกษา ในโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม 14,019 บาท

SROI Case Analysis