

## โครงการพัฒนาตลาดขายปลีกผ้าอ้อม ผสมเทคโนโลยีการปักผ้าสู่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษแบรนด์ขวัญโอ

Rating  
Viewer 1269

SDGs Focus



โครงการพัฒนาตลาดขายปลีกผ้าอ้อม ผสมเทคโนโลยีการปักผ้าสู่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษแบรนด์ขวัญโอ โดยเครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน (มหาวิทยาลัยศรีนครินทร-วิโรฒ) ณ ชุมชนบางทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เพื่อพัฒนาผ้าอ้อม ผ่านการใช้เทคโนโลยีการออกแบบเทคนิคการพิมพ์ที่ลดความสูญเสียของผ้าอ้อม โดยมีเทคนิคความร่วมมือของลดความสูญเสียและปักมือให้เข้าสู่ความเป็นสากล เพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มความสร้างสรรค์ให้สินค้า ตลอดจนเพื่อสร้างงาน สร้างโอกาส เสริมสร้างรายได้ให้ชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านการเดินแฟชั่นโชว์

ปีที่ดำเนินโครงการ : 09/2017 - 06/2018

พื้นที่ดำเนินโครงการ : จังหวัดแพร่

ผู้ขับเคลื่อนโครงการทางสังคม : Unregistered IC  
คม :

ผู้ได้รับประโยชน์ : ผู้ดำเนินโครงการหลัก: 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
(stakeholders) ผู้ได้รับประโยชน์หลัก: 1. ผู้ประกอบการ แบรนด์ขวัญโอ  
2. กลุ่มผ้าอ้อม  
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

- ผู้ประกอบการแบรนด์ขวัญโอ เกิดทักษะ/องค์ความรู้/นวัตกรรมใหม่จากการดำเนินโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม 10,440 บาท
- ผู้ประกอบการแบรนด์ขวัญโอเกิดการพัฒนากลุ่มผ้าอ้อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นมูลค่า รวม 283,748 บาท
- กลุ่มผ้าอ้อมเกิดทักษะ/องค์ความรู้ใหม่ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์พัฒนาตลาดขายปลีกผ้าอ้อม ผสมเทคโนโลยีการปักผ้าสู่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษแบรนด์ขวัญโอ 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 ส่งผลต่อปริมาณ/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