

โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอลานสกาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพตามแนวทาง ไทยแลนด์ 4.0

Rating
Viewer 967

SDGs Focus



โครงการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน ณ ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสำรวจและประเมินผลวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค และจัดทำข้อเสนอแนะนำเสนอกองการพัฒนากองการฯ อย่างยั่งยืน ซึ่งโครงการได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ ตลาดนัดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว (Creative Market) สวนสร้างบุญลานสกา กิจกรรม Creative Market (งาน Creative Economy Tourism: Southern Chic เทียวใต้ สไตล์ เก๋ไก๋) กิจกรรมสวนกล้วยไม้หัวข้อ “ท่องเที่ยวยุค 4.0” กิจกรรมสวนกล้วยไม้ “ท่องเที่ยวยุค 4.0” กิจกรรมสวนกล้วยไม้เปลี่ยนประสบการณ์จากคุณก๊ก ดนัย จารุจินดา นักแสดงช่อง 3 กิจกรรมแฟชั่นโชว์ การสร้างสรรค์คอลเลคชั่นผ้าบาติกภายใต้ชื่อ “Southern Chic” กิจกรรมสวนทุเรียนรสแสนพิเศษ โครงการได้มีการพัฒนานำแอปพลิเคชันมาพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงระบบได้อย่างรวดเร็วง่ายดาย ผ่านระบบนำทาง ข้อมูลอัจฉริยะ เทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริง (Augmented Reality: AR) การต่อยอดสินค้าภายในงาน ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์กระจุดได้รับการต่อยอดให้จำหน่ายต่อภายในศูนย์การค้าฯ การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Start Up/Incubation) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ปีที่ดำเนินโครงการ : 04/2022 - 04/2022

พื้นที่ดำเนินโครงการ : จังหวัด นครศรีธรรมราช

ผู้ขับเคลื่อนโครงการทางสังคม : Unregistered IC
คม :

ผู้ได้รับประโยชน์ : ผู้ดำเนินโครงการหลัก: 1. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
(stakeholders) ผู้ได้รับประโยชน์หลัก: 1. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอลานสกา
2. กลุ่มเยาวชนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
4. ชุมชนโดยรวม
ผู้สนับสนุนหลัก: 1. สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (ประเทศไทย)
หรือ สกอ.
ภาคีสันับสนุนด้านต่างๆ: 1. อบต.
2. ททท.
3. สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด
4. ชุมชนอื่นที่เข้ามาศึกษาดูงาน

ข้อมูลการประเมินผล

วิธีการประเมิน:

ประเมินหลังจากการดำเนินโครงการ

ประเภทการประเมิน:

Social Return on Investment

รูปแบบการประเมิน:

ประเมินโดยผู้ประเมินทางสังคม

ระยะเวลาในการประเมิน:

26/04/2022 - 26/04/2022

ผู้ประเมิน:

สกุลทิพย์ กิรติพันธ์วงศ์ และคณะ

สถานะการรับรอง:

Verified

ผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (SIA & SROI)

มิติด้านเศรษฐกิจ/การเงิน (EC : ECONOMICS)

ไม่ระบุ

- เกิดกิจกรรมประชุมกลุ่มหารือเฉลี่ยรวม 4 ครั้ง คิดเป็นมูลค่า รวม 1,250,899 บาท
- เกิดกิจกรรมอบรมฝึกฝนทักษะ/ถ่ายทอดเทคโนโลยีเฉลี่ยรวม 5 ครั้ง คิดเป็นมูลค่า รวม 48,098,922 บาท

SROI RATIO: 8.08

หมายถึง 1

บาทที่ลงทุนในโครงการสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมคิดเป็นมูลค่า 8.08 บาท

- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
เกิดทักษะในการท่องเที่ยวชุมชนที่เพิ่มขึ้น
คิดเป็นมูลค่า รวม 31,579 บาท
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอเกาะลันตา
เกิดทักษะในการท่องเที่ยวชุมชนที่เพิ่มขึ้น
คิดเป็นมูลค่า รวม 151,814 บาท
- ผู้เข้าร่วมโครงการ
เกิดการมีส่วนร่วมในการให้บริการท่องเที่ยว
คิดเป็นมูลค่า รวม 388,546 บาท
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
การจัดสรรทำผลงานทางวิชาการ
คิดเป็นมูลค่า รวม 12,371 บาท
- กลุ่มเยาวชนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
เกิดทักษะในการท่องเที่ยวชุมชนที่เพิ่มขึ้น
คิดเป็นมูลค่า รวม 9,023 บาท
- ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
เกิดทักษะในการท่องเที่ยวชุมชนที่เพิ่มขึ้น
คิดเป็นมูลค่า รวม 9,023 บาท
- ชุมชนโดยรวม
เกิดทักษะในการท่องเที่ยวชุมชนที่เพิ่มขึ้น
คิดเป็นมูลค่า รวม 9,023 บาท
- ชุมชนอื่นเข้ามาศึกษาดูงาน 6 ครั้งต่อปี
คิดเป็นมูลค่า รวม 34,750 บาท
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา
(ประเทศไทย)
เกิดการจัดสรรทำผลงานทางวิชาการ
คิดเป็นมูลค่า รวม 7,457 บาท

IMPACT DIMENSION

เศรษฐกิจ

สังคม

89.99% (50.00 M)	10.01% (5.56 M)
---------------------	--------------------

หน่วย (บาท)

มูลค่าโครงการ: 55,564,320.00 บาท

มิติด้านสังคม/คุณภาพชีวิต (SO : SOCIAL)

ไม่ระบุ

- เกิดการจัดตั้งสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวลันตา
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
(คิดจากโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนา
ศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ภูเก็ตบ้านหวายทิพย์) 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 ครั้ง
รวมมูลค่าเฉลี่ย 2,728.74 บาท,
มูลค่าการดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน เฉลี่ย
310 บาทต่อครั้ง จำนวน 46 ราย
จำนวนเฉลี่ย 15 ครั้ง รวม 310,844 บาท
- สื่อประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับรางวัล/กรณีศึกษาในโครงการ

(คิดจากค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ทาง Website เฉลี่ย 4,700 บาทต่อครั้ง จำนวนเฉลี่ย 6 ครั้ง) รวม 599,387 บาท

- การเข้าร่วมกิจกรรม (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก) เฉลี่ย 320 บาทต่อคน จำนวน 200 ครั้ง/เดือน จำนวนเฉลี่ย 6 ครั้ง, มูลค่าอัตลักษณ์ชุมชนที่เพิ่มขึ้น รวม 698,367 บาท
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอเกาะลันตาเกิดเครือข่ายพันธมิตร 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
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (ประเทศไทย) เครือข่ายพันธมิตร จำนวน 8 องค์กร คิดเป็นมูลค่า รวม 435,966 บาท
- เกิดสื่อประชาสัมพันธ์จากการได้รับรางวัล/กรณีศึกษาในโครงการ คิดเป็นมูลค่า รวม 14,019 บาท

SROI Case Analysis