



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช โทร 075-392238

ที่ วันที่ 26 ตุลาคม 2565

เรื่อง ขออนุมัติโครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ 2566

เรียน อธิการบดี ผ่านรองอธิการบดี (ผศ.ดร.ดำรงพันธ์ ใจห้าววิระพงศ์)

ด้วย คณะครุศาสตร์ ได้รับการอนุมัติให้ดำเนินการโครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประจำปีงบประมาณ 2566 กิจกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a Marketplace ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มอาชีพผ้าพื้นถิ่นชุมชนอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชาชน ผู้นำท้องถิ่น ปราชญ์ชุมชน และอาจารย์ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำนวน 80 คน

โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก (โครงการที่ 3) ในครั้งนี้ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2566 แผนงาน : ยุทธศาสตร์เสริมสร้างพลังทางสังคม ผลผลิต : โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น รหัสโครงการ : 36-010/800 กิจกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a Marketplace ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ในวงเงิน 315,000 บาท (สามแสนหนึ่งหมื่นห้าพันบาทถ้วน) ดังรายละเอียดตามโครงการดัดแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ ขอขอบคุณยิ่งมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุชามาศ สุภพันธ์)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

13cm อธิการบดี
10cm รองอธิการบดี
H/4
28/10/65

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ ชัยเรือง)

คณบดีคณะครุศาสตร์

แผนงานยุทธศาสตร์เสริมสร้างพลังทางสังคม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ยุทธศาสตร์ใหม่มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชโบาย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

- 1 การพัฒนาท้องถิ่น 2 การผลิตและพัฒนาครู
 3 ยกระดับคุณภาพการศึกษา 4 พัฒนาระบบบริหารจัดการ

โปรดระบุความเชื่อมโยงกับแผนในระดับต่างๆ

1. ชื่อโครงการ ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a Marketplace ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”

ลักษณะโครงการ โครงการต่อเนื่อง โครงการใหม่

กรณีเป็นโครงการต่อเนื่อง โปรดระบุผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ตัวชี้วัด ความสำเร็จที่ ระบุไว้ใน ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖	ค่าเป้าหมาย					
	แผน	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	แผน ปี 2566
1.ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น 10%	ผู้ประกอบการมีรายได้สูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 50	ผู้ประกอบการมีรายได้สูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 65	ผู้ประกอบการมีรายได้สูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 75 และรายได้เฉลี่ยต่ำสุดร้อยละ 60	แผนในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ผู้ประกอบการมีรายได้เฉลี่ยร้อยละไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60	แผนในช่วงหลังสถานการณ์โควิด19 ผู้ประกอบการมีรายได้เฉลี่ยร้อยละไม่น้อยกว่า ร้อยละ80 จากการขยายช่องทางการจำหน่าย
2.ยกระดับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมูลค่าสูง	ปีละ ๕ ผลิตภัณฑ์ (ปี 62 -65) รวมเป็น 15 ผลิตภัณฑ์	ยกระดับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 15 ผลิตภัณฑ์ (จังหวัดละ 5 ผลิตภัณฑ์ต่อ	ยกระดับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด30 ผลิตภัณฑ์ (จังหวัดละ 5 ผลิตภัณฑ์ต่อปี)	ยกระดับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 45 ผลิตภัณฑ์ (จังหวัดละ 5 ผลิตภัณฑ์ต่อ	ยกระดับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 60 ผลิตภัณฑ์ (จังหวัดละ 5 ผลิตภัณฑ์ต่อ	ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง 5 ปี จำนวน ปี ละ 15

ด้วยอย่างน้อย 1 ระดับ		ปี)		ปี)	ปี)	ผลิตภัณฑ์ รวมเป็น 75 ผลิตภัณฑ์ (จังหวัดละ 5 ผลิตภัณฑ์ต่อปี)
3.องค์ความรู้ ด้านการ ยกระดับ ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	มีองค์ความรู้ 5 องค์ความรู้ ต่อปี	จำนวน องค์ความรู้ และนวัตกรรม ที่ดำเนินการ ร่วมกับชุมชน 5 องค์ความรู้	จำนวน องค์ความรู้ และนวัตกรรม ที่ดำเนินการ ร่วมกับชุมชน 5 องค์ความรู้	จำนวน องค์ความรู้ และนวัตกรรม ที่ดำเนินการ ร่วมกับชุมชน 5 องค์ความรู้	จำนวน องค์ความรู้ และนวัตกรรม ที่ดำเนินการ ร่วมกับชุมชน 5 องค์ความรู้	จำนวน องค์ความรู้ และ นวัตกรรมที่ ดำเนินการ ร่วมกับชุมชน 5 องค์ความรู้
4.พัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ เป็น SME ตลอด 3 ปี	ปีละ 5 ผลิตภัณฑ์ (ปี 62-65) รวมเป็น 15 ผลิตภัณฑ์	พัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ เป็น SME ผ่าน 1 กลุ่ม	พัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ เป็น SME ผ่าน 1 กลุ่ม	พัฒนา ต่อเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ให้ เป็น SME ผ่าน 1 กลุ่ม	พัฒนา ต่อเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ให้ เป็น SME ผ่าน 1 กลุ่ม	แผน พัฒนาต่อเนื่อง จากผลิตภัณฑ์ ให้เป็น SME
5.พัฒนา ช่องทาง การตลาด ทั้ง 3 ช่องทาง University as a Market place	ช่องทาง การตลาด ทั้ง 3 ช่องทาง	-	-	-	พัฒนา ช่องทาง การตลาด 1 ช่องทาง	
6. มหกรรม ผลิตภัณฑ์ ชุมชนรวม พลังราชภัฏ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ชุมชน สร้าง เครือข่ายสู่ ตลาดสินค้า เพื่อการ จำหน่ายใน ประเทศและ ส่งออก	มหกรรม ผลิตภัณฑ์ ชุมชนรวม พลังราชภัฏ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ชุมชน โดยมีการจัด แบบหมุนเวียนใน มหาวิทยาลัย ราชภัฏกลุ่ม					มหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมพลังราชภัฏ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีการจัด แบบหมุนเวียน ในมหาวิทยาลัย ราชภัฏกลุ่ม ภูมิภาค และ Grand Opening มหาวิทยาลัย

	ภูมิภาค และ Grand Opening มหาวิทยาลัยราชภัฏเจ้าภาพหลัก					ราชภัฏเจ้าภาพหลัก อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
7.ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับความรัก ความสามัคคี ความมีระเบียบวินัย สิทธิหน้าที่พลเมือง	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับความรัก ความสามัคคี ความมีระเบียบวินัย สิทธิหน้าที่พลเมืองและต่อยอดองค์ความรู้ไปยังผู้อื่นได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับความรัก ความสามัคคี ร้อยละ 80	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับความรัก ความสามัคคี ร้อยละ 80	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับความรัก ความสามัคคี ร้อยละ 80	แผนพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือชุมชนต่อการเรียนรู้เข้าใจ ในคุณลักษณะคนไทยที่พึงประสงค์ 4 ประการ หน้าที่สิทธิของพลเมืองและสังคมประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

2. เหตุผลความจำเป็น

ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งสภาพภูมิประเทศสภาพภูมิอากาศ และแหล่งน้ำที่เป็นปัจจัยหลักเหมาะแก่การเพาะปลูก พื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายและมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ทั้ง ภูเขา ผืนป่า แหล่งน้ำ และพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยและทะเลอันดามัน เป็นมรดกทางคลังอาหารที่อุดมสมบูรณ์ และเป็นมรดกทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นทุนทางสังคม (Social Capital) ที่หลากหลายตามบริบทท้องถิ่น ได้แก่ พืชเศรษฐกิจ สัตว์เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการนำเอาสะท้อนถึงอัตลักษณ์ (Identity) ของภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศ ที่มีความโดดเด่น ทุนทางสังคมในบริบทแวดล้อมที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดศักยภาพ สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในท้องถิ่นและตลาดภายนอก ผสานกับกระบวนการเรียนรู้และการปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ สู่การต่อยอดการบริหารจัดการในชุมชนเป็นกลุ่มวิสาหกิจหรือกลุ่มธุรกิจชุมชน SME ที่สร้างรากฐานทางเศรษฐกิจในชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และใช้ทรัพยากร

ในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ประเทศไทยจะยังคงเผชิญกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก ทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงระยะสั้นและระยะยาว ทั้งที่สามารถคาดการณ์ได้ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และการสร้างภูมิคุ้มกันกับและไม่สามารถคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน โดยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ก่อให้เกิดปัญหาภาวะทางเศรษฐกิจ ปัญหาการว่างงาน รวมทั้ง ผู้ประกอบการ และธุรกิจชุมชนได้รับผลกระทบต่อยอดการผลิต และการส่งออกของประเทศ การจึงจำเป็นต้องการขับเคลื่อนการพัฒนาและการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำของประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในระดับชุมชนท้องถิ่นสู่ระดับสังคม และสร้างความเข้มแข็งต่อการรับมือการแก้ไขปัญหาที่ทำนายของประเทศในอนาคตได้ โดยการนำทุนทางสังคม และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต และผู้ประกอบการในท้องถิ่น ขยายผลสู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม SME รวมทั้งธุรกิจเพื่อการค้า และการส่งออกสู่การสร้างรายได้ในท้องถิ่น มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก สู่การเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจ เพื่อการค้าและการส่งออก สร้างรายได้ให้ประเทศ (GDP) ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศที่เพิ่มขึ้นในระยะยาวต่อไป

โดยการยกระดับคุณภาพการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกมิติการพัฒนา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เน้นให้ประชาชนมีขีดความสามารถและมีศักยภาพในการยกระดับคุณภาพชีวิตที่พึ่งตนเองได้ บนฐานการสร้างพื้นที่เสริมศักยภาพท้องถิ่นตามโมเดล BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ที่จะพัฒนา 3 เศรษฐกิจ ไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้น รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมจึงไม่ได้มุ่งเน้นความเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่ให้ความสำคัญด้านความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโตแข่งขันได้ในระดับโลก รวมทั้งการปรับประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ นำอัตลักษณ์ของพืชและสัตว์เศรษฐกิจตัวรอง เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่ทรงคุณค่าสู่การสร้างสังคมและเศรษฐกิจมูลค่าสูง (Value) โดยวิจัยสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อการแก้ปัญหา การพัฒนาคุณภาพชีวิตการสร้างมูลค่าและทุนทางสังคม อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการลดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำให้แก่ชุมชนท้องถิ่นและประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาอย่างยั่งยืน

การน้อมนำพระบรมราโชบายของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ 10 ปัจจุบันได้ทรงมอบผ่านองคมนตรีโดยมีพระราชดำริข้อความตอนหนึ่งว่า “ให้แนะนำมหาวิทยาลัยราชภัฏให้ทำงานให้เข้าเป้าในการยกระดับการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นในท้องถิ่น” ตลอด 30 ปี พระองค์ท่านทรงสนพระทัยระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาอันเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในทุกด้าน จึงเป็นที่มาของการปรับยุทธศาสตร์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศทั้ง 38 แห่ง ผ่านที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ได้น้อมนำ พระบรมราโชบายมาเป็นยุทธศาสตร์หลักมุ่งให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศเป็นแกนนำในการพัฒนาท้องถิ่น โดยกำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ระยะ 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2579 จาก การที่ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และจัดเป็นกล

ยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะยาว มีกรอบแนวคิดหลักในการผลักดันให้กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการในท้องถิ่น เป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย เพื่อให้ดำเนินธุรกิจด้วยองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับสาขาธุรกิจและระดับผู้ประกอบการ และมุ่งสนับสนุนตามระดับการเติบโตของธุรกิจที่สามารถในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้นและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน ภายใต้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบครบวงจร

การดำเนินงานพัฒนาท้องถิ่นนั้น ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏได้คำนึงถึงการทำงานบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วนกับหน่วยงานในพื้นที่ โดยได้ให้ความสำคัญกับแผนการพัฒนาประเทศ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติกรอบการพัฒนาประเทศไทยระยะยาว (ยุทธศาสตร์ชาติ 20ปี) แผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด ในพื้นที่ให้บริการ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่งทั่วประเทศ ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากแผนต่างๆ ดังกล่าวเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่จะนำมาสู่การทำงานร่วมกันในพื้นที่ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ ระยะ 20 ปี ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ด้านเศรษฐกิจ ที่มุ่งยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในชุมชนและท้องถิ่น โดยการนำศาสตร์หรือองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยมาให้บริการวิชาการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ความรู้ของชาวบ้าน เป้าหมาย คือ การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a Marketplace ด้วยการกระตุ้นเศรษฐกิจรากหญ้า โดยเน้นการส่งเสริมธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนให้มีรายได้เป็นของตนเอง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรท้องถิ่น โดยการนำศาสตร์องค์ความรู้ที่มีนำมาใช้แก้ไขปัญหาความต้องการในท้องถิ่น นำองค์ความรู้ มุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมด้านการพัฒนาท้องถิ่นที่ครอบคลุมต่อการพัฒนา ศักยภาพและความสามารถ เป้าหมาย คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษาเป็นที่พึ่งของประชาชนในท้องถิ่นโดยการสร้างศูนย์เรียนรู้ชุมชน (Local Lab) และวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการรวมกลุ่มทำกิจกรรมพัฒนาอาชีพ เพื่อสร้างฐานรากทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โดยกระตุ้นให้ประชาชนพัฒนาศักยภาพ และมีขีดความสามารถในการยกระดับคุณภาพชีวิต

การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) 2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) 3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) จากนโยบายที่ผ่านมาพบว่า มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องที่จะให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยผ่านกระบวนการต่างๆ ทั้งที่ขับเคลื่อนโดยภาครัฐหรือภาคเอกชนก็ตาม กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนชุมชนต่างๆ นี้ ก็ได้ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกมาจำนวนมาก ทั้งที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ สินค้าบางอย่างก็ประสบปัญหาทางการตลาด การไม่ยอมรับของผู้บริโภค หรือแม้กระทั่งการไม่ยอมรับของผู้ประกอบการค้าปลีกที่ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่มาจากชุมชน เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ขาดมาตรฐาน ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ เรื่องของมาตรฐานหรือการรับรอง ถึงแม้ว่าสินค้าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีหรือมีคุณค่ามากก็ตาม แต่ถ้าไม่มีใบรับรองคุณภาพก็จะจำหน่ายสินค้าในวงจำกัดเท่านั้น การรับรองคุณภาพในระดับต่างๆ มีระเบียบ ข้อบังคับ หรือมีตัวชี้วัดที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่ว่าจะป็นมาตรฐานระดับใด รวมไปถึงการนำความรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

มาสู่การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผนวก University as a Marketplace แบบครบวงจรทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการชุมชน ระดับรากหญ้า เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในท้องถิ่น และสามารถสร้างจุดขาย ด้วยการนำเอาทุนชุมชนมาแปลงเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการสัมผัสวิถีชีวิต ในท้องถิ่น ก่อให้เกิดการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และประชาชนในพื้นที่จึงต้องปรับตัว และสร้างภูมิคุ้มกัน รวมถึง การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ เพื่อรองรับการแข่งขันทาง ธุรกิจที่มากขึ้น โดยการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ตั้งแต่ขั้นตอน ของการเลือกวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ในท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ การใช้องค์ความรู้ต่อยอด ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน การประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน และ สร้างพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านสื่อออนไลน์ Social media สู่การต่อยอดการ บริหารจัดการในชุมชนเป็นกลุ่มวิสาหกิจ หรือกลุ่มธุรกิจชุมชน SME ที่สร้างรากฐานทางเศรษฐกิจในชุมชนให้ เกิดความเข้มแข็ง

การทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ เป็นความรู้และภูมิปัญญาชาวบ้านที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่ รุ่นและเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับชุมชน การย้อมสีธรรมชาติเป็นกระบวนการที่ใช้ประโยชน์จาก ธรรมชาติ ทำให้ผู้ย้อมสีธรรมชาติเห็นคุณค่าและผูกพันกับธรรมชาติ การใช้วัสดุจากธรรมชาติมาทำการย้อมสี ธรรมชาติจึงไม่ใช่ประโยชน์อย่างเดียวแต่เป็นการอนุรักษ์รักษาต้นไม้ และการปลูกเพิ่มเติมเพื่อการเพิ่มขึ้นของ ปังจายหรือวัตถุดิบในการใช้ทำย้อมสีธรรมชาติ วัสดุที่นำมาใช้ทำสีย้อมผ้าธรรมชาติจะเป็นส่วนต่างๆ ของต้นไม้ เช่น เปลือกมังคุด แก่น ราก ใบ ดอก และผล เป็นต้น พืชที่ให้สีย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ เช่น ลูกเนียงให้สี น้ำตาลเข้ม, ฝักสะตอ- สีเทา, ใบมังคุด- สีส้มกับชมพู, ใบหูกวาง-เหลืองอมเขียว, เหลืองอมเขียว, ใบเพกา- เขียวเข้ม, แก่นขนุน-เหลืองสด และแก่นหลุมพอ-น้ำตาลอ่อน ในการทำผ้ามัดย้อมต้องใช้ฝีมือความประณีต ความอดทนในการทำค่อนข้างสูง ผลงานที่ได้จากการทำผ้ามัดย้อมนั้นก็ให้คุณค่าอย่างมาก เป็นงานฝีมือที่มีขึ้น เดียวในโลก เป็นภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น เป็นวัฒนธรรมการผลิตผ้าพื้นถิ่น ควรมีการอนุรักษ์ เป็นสมบัติของท้องถิ่นทั้งเรื่องของภูมิปัญญาในการย้อมผ้า การเลือกใช้สีจากธรรมชาติ และการทำให้สีติดทน รวมถึงสวดลายของผ้ามัดย้อมที่บ่งบอกความเป็นงานฝีมือที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็น ภูมิปัญญาที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และสืบทอดต่อไป นอกเหนือจากพืชธรรมชาติที่กล่าวมาแล้วยังมีพืชอื่นๆ ที่ สามารถนำมาใช้ในการย้อมสีได้ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพรรณไม้ โดยเฉพาะตำบลกำโลนที่มีหมู่บ้านคีรีวง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยว ในตำบลกำโลนมี ชุมชนที่ผลิตผ้ามัดย้อมใช้สีธรรมชาติโดยใช้ชื่อ “กลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง” ซึ่งเป็นอีกบทบาทหนึ่งของชาวบ้านใน ชุมชนที่รวมตัวกันสร้างอาชีพ สร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวโดยไม่ทำลายธรรมชาติ นอกจากนั้นยังมีชุมชน ในตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของพรรณไม้ที่สามารถนำมาทำเป็นผ้ามัด ย้อมโดยใช้สีธรรมชาติเช่นเดียวกับกลุ่มใบไม้ในตำบลกำโลน แต่ปัจจุบันการทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติยังมีจุด ด้อยที่ต้องพัฒนาในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะเรื่องของกระบวนการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยผ้า มัดย้อมสีธรรมชาติมีจุดเด่นในเรื่องของความเฉพาะของสวดลายเป็นชิ้นงานที่มีขึ้นเดียวในโลก แต่หากได้เพิ่ม เรื่องราวของสีธรรมชาติที่มาจากพืชท้องถิ่นของชุมชน ก็จะเพิ่มคุณค่าของชิ้นงานมีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ เพิ่มขึ้น และเรื่องของการควบคุมโทนสี ความคงทนในการติดสียังคงเป็นปัญหาสำคัญ รวมถึงเรื่องของความ

หลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและตลาดได้ครบถ้วน ซึ่งจะเป็นช่องทางที่จะเพิ่มรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาการทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของพืชในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสีย้อมธรรมชาติและทำเป็นผ้ามัดย้อมที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมถึงมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และเครื่องนุ่งห่มที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นความแปลกใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาดที่กว้างขึ้น เป็นนวัตกรรมชุมชนที่สามารถนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จุดประกายแนวคิดส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาต่อยอดอาชีพได้ และเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนเห็นคุณค่าทรัพยากรและสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนต่อไป

3. วัตถุประสงค์และตัวชี้วัดความสำเร็จโครงการ OKR (Objectives & Key Results)/ OKR ระดับคณะ (Edu)

3.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1) เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิต และผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และมีรายได้เพิ่มขึ้น

2) เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐานที่สูงขึ้น

3) เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4) เพื่อจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในท้องถิ่นสู่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งออกในระดับประเทศ

5) เพื่อเสริมสร้างความรัก ความสามัคคี และเข้าใจในคุณลักษณะคนไทยที่พึงประสงค์ 4 ประการ

3.2 เป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ระดับมหาวิทยาลัย (OKR)

O1.1 พัฒนางานวิจัย สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่สนองพระบรมราโชบายในการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาท้องถิ่น

KR 1.1.3 ผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่ (Areabased collaborative research for development) ที่ตอบโจทย์ในการยกระดับคุณภาพ

O1.2 ใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

KR 1.2.3 จำนวนองค์ความรู้/เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

O1.3 ชุมชนท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างความเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

KR 1.3.1 อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ครัวเรือนในพื้นที่การพัฒนาของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

O1.4 อนุรักษ์ฟื้นฟู สืบทอด และพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ากับยุคสมัย

KR 1.4.3 จำนวนแหล่งทุนทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา สร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่า

3.3 เป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ระดับคณะ (Edu)

O1.2 องค์ความรู้จากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่นำไปใช้ในการพัฒนาการศึกษาของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (O1.2 และ O1.3)

Edu1.2.1 จำนวนองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น (KR1.2.1)

O1.3 อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบทอด และทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ากับยุคสมัยและบูรณาการกับการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (O1.4)

Edu1.3.1 จำนวนกิจกรรมพัฒนาชุมชนด้วยมิติทางศิลปวัฒนธรรม (KR 1.4.1)

Edu1.3.3 จำนวนแหล่งทุนทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา สร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่า

4. เป้าหมายโครงการ (Outputs)

4.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ตำบลกำโลนได้รับการพัฒนาและยกระดับ จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์

4.2 จำนวนองค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น 1 องค์ความรู้ต่อจังหวัด

4.3 จำนวนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์ต่อจังหวัด (อัตลักษณ์ของพืชและสัตว์เศรษฐกิจตัวรอง รวมทั้งงานด้านวัฒนธรรม (Bio + Culture = สร้างมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจเชิงพาณิชย์)

4.4 จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของมรภ.ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จาก มรภ. จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัด

4.5 จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัดๆ ละ 20 คน

4.6 จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการจัดการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวน 1 รายวิชา (ต่อผลิตภัณฑ์)

4.7 จำนวนผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้น

4.8 จำนวนศูนย์การเรียนรู้ระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่นในท้องถิ่น

4.9 ช่องทางการตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อ Social media โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏดำเนินการเปิดพื้นที่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสู่ตลาดออนไลน์ University as a Marketplace

5. กลุ่มเป้าหมายโครงการ (Target group)

5.1. ผู้ผลิต และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ให้บริการ

5.2. เครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น

6. ตัวชี้วัดเป้าหมายโครงการ (Outputs) และตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes)

ตัวชี้วัดเป้าหมาย (Outputs)

ผลผลิต (Output)	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
6.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ตำบลกำโลนได้รับการพัฒนาและยกระดับ	จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ตำบลกำโลนได้รับการพัฒนาและยกระดับ	1 ผลิตภัณฑ์
6.2 องค์กรความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น	จำนวนองค์กรความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น	1 องค์กรความรู้ต่อจังหวัด
6.3 อัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์ต่อจังหวัด (อัตลักษณ์ของพืชและสัตว์เศรษฐกิจตัวรองรวมทั้งงานด้านวัฒนธรรม (Bio + Culture = สร้างมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจเชิงพาณิชย์)	จำนวนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์ต่อจังหวัด (อัตลักษณ์ของพืชและสัตว์เศรษฐกิจตัวรอง รวมทั้งงานด้านวัฒนธรรม (Bio + Culture = สร้างมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจเชิงพาณิชย์)	1 อัตลักษณ์ต่อจังหวัด
6.4 ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของ มรภ.ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จาก มรภ. จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัด	จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของ มรภ.ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จาก มรภ. จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัด	1 ผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัด
6.5 นักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัดๆ ละ 20 คน	จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัดๆ ละ 20 คน	20 คน
6.6 รายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการจัดการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวน 1 รายวิชา (ต่อผลิตภัณฑ์)	จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการจัดการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวน 1 รายวิชา (ต่อผลิตภัณฑ์)	1 รายวิชา
6.7 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้น	จำนวนผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ และมีขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้น	1 กลุ่มอาชีพ
6.8 ศูนย์การเรียนรู้ระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่นในท้องถิ่น	จำนวนศูนย์การเรียนรู้ระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่นในท้องถิ่น	1 ศูนย์การเรียนรู้
6.9 ช่องทางการตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อ Social media โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏดำเนินการเปิดพื้นที่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสู่ตลาดออนไลน์ University as a Marketplace	จำนวนช่องทางการตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อ Social media โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏดำเนินการเปิดพื้นที่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสู่ตลาดออนไลน์ University as a Marketplace	2 ช่องทาง

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes)

ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ให้บริการได้รับการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผนวก University as a Marketplace

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes)

	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
เชิงปริมาณ	- จำนวนองค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น	1 องค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”
	- จำนวนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์ต่อจังหวัด	จำนวน 1 อัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”
	- จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของ มรภ.ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จาก มรภ. จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัด	จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”
	- จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อจังหวัด	จำนวน 20 คน
	- จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการจัดการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น	จำนวน 1 รายวิชา วิชาสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียน และวิชาโครงการและกิจกรรมทางวิทยาศาสตร์
	จำนวนศูนย์การเรียนรู้ระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่นในท้องถิ่น	-จำนวนศูนย์การเรียนรู้ระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 1 แห่ง
	- จำนวนผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้น	จำนวน 1 กลุ่ม
	- ระบบการตลาดแบบออฟไลน์ และแบบออนไลน์ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏ ดำเนินการเปิดพื้นที่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสู่ตลาดออนไลน์ University as a Marketplace -ตลาดภายในมหาวิทยาลัย -ตลาดภายนอกมหาวิทยาลัย	จำนวน 2 ช่องทาง
	ผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาและยกระดับให้มีมาตรฐานและคุณภาพที่สูงขึ้น	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ใน 6 ประเด็นการพัฒนา ได้แก่

		<ol style="list-style-type: none"> 1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2. พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3. พัฒนาและออกแบบกระบวนการผลิต 4. พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5. การพัฒนาและออกแบบเทคโนโลยีการผลิต ในระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีขั้นสูง 6. การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบต้นน้ำ (พืช สัตว์ เศรษฐกิจตัวรอง และวัฒนธรรม) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (GPP) ข้อมูลรายได้ประชาชาติระดับจังหวัด
เชิงคุณภาพ	เสริมสร้างความรัก ความสามัคคี ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น ภายใต้พื้นฐานของสังคมประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข	สร้างความรู้ความเข้าใจในการสร้างความรัก ความสามัคคี ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น
เชิงเวลา	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ระยะเวลา ๑๒ เดือน
เชิงค่าใช้จ่าย	การเบิกจ่ายงบประมาณ	เบิกจ่ายแล้วเสร็จร้อยละ ๑๐๐

7. กิจกรรม - วิธีดำเนินการ (Activity)

(และกรณาระบุลักษณะของกิจกรรม: ต้นทาง – กลางทาง – ปลายทาง)

ลักษณะกิจกรรม	กิจกรรม	วิธีการดำเนินงาน
ต้นทาง	<p>การต่อยอดงานวิจัยสู่การพัฒนาสร้างมูลค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> -การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน -ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ -วิเคราะห์และสังเคราะห์ ศักยภาพและทุนทางสังคม ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” -ตั้งโจทย์การวิจัยและพัฒนา (R&D) -พัฒนาศักยภาพของผู้ผลิต และผู้ประกอบการ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น (Upskill) 	<ul style="list-style-type: none"> -ศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน -วิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดโจทย์แนวทางการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน -อบรมพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถให้แก่กลุ่มผู้ผลิต และผู้ประกอบการ โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนา Upskill ให้แก่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจในท้องถิ่น

	<p>1. กระบวนการผลิตต้นน้ำ ในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” สู่การสร้างมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน</p> <p>2. การพัฒนาเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน โมเดล BCG Model ในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”</p> <p>3. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบครบวงจร โดยการพัฒนา นำประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”</p>	<p>การยกระดับพื้นที่การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”สู่มาตรฐาน ในขั้นตอนของกระบวนการต้นน้ำ การผลิตแบบครบวงจร ตามโมเดล BCG Model เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)</p>
<p>กลางทาง</p>	<p>-วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน</p> <p>-ลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อส่งต่อการพัฒนาแบบครบวงจร</p>	<p>ใน 6 ประเด็นการพัฒนา ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2. พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3. พัฒนาและออกแบบกระบวนการผลิต 4. พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5. การพัฒนาและออกแบบเทคโนโลยีการผลิต ในระดับภูมิ ปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีขั้นสูง 6. การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบต้นน้ำ (พืช สัตว์ เศรษฐกิจตัวรอง และ วัฒนธรรม)เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (GPP) ข้อมูลรายได้ประชาชาติระดับจังหวัด

	<p>พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยการใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ให้ได้รับพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนา ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ใช้วัตถุดิบต้นน้ำจากในพื้นที่เกิด เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม</p>	<p>- ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยการใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ให้ได้รับพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนา ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ใช้วัตถุดิบต้นน้ำจากในพื้นที่เกิด เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการตลาดออนไลน์</p>
<p>ปลายทาง</p>	<p>-มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย รับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน การกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนโดยรอบในพื้นที่ ให้บริการ -ศูนย์การเรียนรู้ระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่นในท้องถิ่น - University as a Marketplace ทั้ง 3 ช่องทาง 1.ตลาด in bound ภายในมหาวิทยาลัย 2.ตลาด out bound ภายนอกมหาวิทยาลัย 3.ตลาดออนไลน์ แพลตฟอร์มร้านค้าแบบออนไลน์</p>	<p>-ประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย รับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่ให้บริการ - จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น - พัฒนาช่องทางการตลาด ทั้ง 2 ช่องทาง</p>
	<p>เสริมสร้างความรัก ความสามัคคี ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น ภายใต้พื้นฐานของสังคมประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข</p>	<p>นิทรรศการส่งเสริมความรัก ความสามัคคี ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น</p>
	<p>กำกับ ติดตาม ประเมินผลและเผยแพร่ผลการดำเนินงานโครงการ</p>	<p>-การติดตามโครงการ ลงพื้นที่ จัดเวที การสนับสนุนส่งเสริมการทำงาน ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏ และผู้ประกอบการ</p>

8. ตัวชี้วัดกิจกรรม (ใส่ตัวชี้วัดตามกิจกรรมที่ระบุไว้โดยละเอียด และจำแนกออกเป็น 4 กลุ่มกิจกรรม ได้แก่ การพัฒนา การวิจัย การบริการวิชาการ และกิจกรรมสัมพันธ์)

กิจกรรม	ตัวชี้วัดกิจกรรม
<p>1. พัฒนาศักยภาพการผลิต และผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น (Upskill) ต่อยอดงานวิจัยสู่การพัฒนาสร้างมูลค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน - ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน - วิเคราะห์และสังเคราะห์ ศักยภาพและทุนทางสังคม ที่นำมาใช้ ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น - ตั้งโจทย์การวิจัยและพัฒนา (R&D) 	<p>1. รายงานข้อมูลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ศักยภาพและทุนทางสังคม พื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน</p>
<p>2. วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน - พัฒนาแผนธุรกิจ ความรู้ การบัญชี และการตลาดออนไลน์ - พัฒนามาตรฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน - ศูนย์การเรียนรู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในกระบวนการต้นน้ำ การผลิตแบบครบวงจร ตามโมเดล BCG Model เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) - University as a Marketplace ทั้ง 3 ช่องทาง <ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาด in bound ภายในมหาวิทยาลัย 2. ตลาด out bound ภายนอกมหาวิทยาลัย 3. ตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง 	<p>1. ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ได้รับการพัฒนาและยกระดับจำนวน 1 ผลิตภัณฑ์</p> <p>2. จำนวนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์</p> <p>3. จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา/วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่นตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จากมรภ. จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์</p> <p>4. จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ 20 คน</p> <p>5. จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการจัดการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวน 1 รายวิชา</p> <p>6. การพัฒนาตราสัญลักษณ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์</p> <p>7. จำนวนศูนย์การเรียนรู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 1 แห่ง</p> <p>8. ช่องทางการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ทั้ง 2 ช่องทาง</p>
<p>3. เสริมสร้างความรัก ความสามัคคี ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น ภายใต้พื้นฐานของสังคมประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข</p>	<p>การประชุมอบรมกิจกรรมการส่งเสริมความรัก ความสามัคคี ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น</p>
<p>4. กำกับ ติดตาม ประเมินผลและเผยแพร่ผลการดำเนินงานโครงการ</p>	<p>-จำนวนองค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น 1 องค์ความรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การติดตามโครงการ ลงพื้นที่ จัดเวที การสนับสนุนส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏและผู้ประกอบการ

9. ระยะเวลาดำเนินการโครงการ

ตุลาคม 2565 – กันยายน 2566

10. งบประมาณ

ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a Marketplace ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม “ผ้าพื้นถิ่น ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” 315,000 บาท

งบรายจ่าย-รายการ	งบประมาณ	สรุปค่าใช้จ่าย
๑.๑ ค่าตอบแทน		
๑.๑.๑ ค่าตอบแทนวิทยากร	21,600	- ค่าตอบแทนวิทยากร 2 คนๆละ 6 ชั่วโมงๆ ละ ๖๐๐ บาท 3 ครั้ง
๑.๒ ค่าใช้สอย		
ค่าอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม	30,000	- 20 คน 2 วันๆละ 250 บาท 3 ครั้ง
ค่าที่พักวิทยากร	4,800	
ค่าที่พักคณะทำงาน	4,800	
ค่าจ้างวิเคราะห์คุณภาพผ้าและความคงทนของสี	5,000	
ค่าจ้างทำผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เพื่อทดลองตลาดออนไลน์	20,000	
ค่าจ้างออกแบบและทำสติ๊กเกอร์โลโก้แบรนด์สินค้า	20,000	
ค่าจ้างจัดทำลายผ้าต้นแบบเพื่อการจำหน่าย	60,000	
ค่าจ้างสกัดสีธรรมชาติ	50,000	จำนวน 10 ตัวอย่างๆละ 5,000 บาท
๑.๓ ค่าวัสดุ		
ค่าวัสดุเชื้อเพลิง	6,000	
ค่าวัสดุท้องถิ่นในการสกัดสีธรรมชาติ	30,000	
ค่าวัสดุทางวิทยาศาสตร์สิ้นเปลือง สารย้อมติดสี สารเติมสี สารเปลี่ยนสี ฯลฯ	16,000	
ค่าวัสดุสำนักงาน	10,000	
ค่าวัสดุจัดกิจกรรมถ่ายทอดนวัตกรรม	36,800	
รวมทั้งสิ้น	315,000	

รวม (In Cash) ของโครงการ/กิจกรรม 315,000บาท

หมายเหตุ : ถัวเฉลี่ยจ่ายทุกรายการ

11. สถานที่/พื้นที่ดำเนินการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช และพื้นที่ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

12.หน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ

ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ ศุภพันธ์

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

หลักสูตร -

หมายเลขโทรศัพท์ 083-3908438

E-mail: jutamas_sup@natru.ac.th

ผู้ร่วมโครงการ

ผศ.ดร.จตุพร อัครโสวรรณ คณะครุศาสตร์

ผศ.ดร.กิตติศักดิ์ ใจอ่อน คณะครุศาสตร์

ผศ.รัชณี สิทธิศักดิ์ คณะครุศาสตร์

อ.ดร.กตัญญูตา บางโท คณะครุศาสตร์

อ.กิตติรัตน์ เกษตรสุนทร คณะครุศาสตร์

13. ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

นำองค์ความรู้สู่การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นสู่มาตรฐาน และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า Value chain ในการพัฒนาแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งมีการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้อื่นในท้องถิ่นโดยการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ในการรวบรวมและหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแปรรูป เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน โดยรอบในพื้นที่ให้บริการเพื่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในท้องถิ่น ซึ่งมีการจัดกิจกรรม มรภ.ทั้ง 38 แห่ง มหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมพลังราชภัฏจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ตลาดสินค้าเพื่อการส่งออก โดยส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างช่องทางการตลาด การค้าและการส่งออก ได้แก่ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ สู่ระบบเศรษฐกิจฐานรากแบบยั่งยืนตามโมเดล BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม และนำอัตลักษณ์ของพืชและสัตว์เศรษฐกิจตัวรอง รวมทั้งงานด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น Bio + Culture = สร้างมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจเชิงพาณิชย์ ทำให้ประชาชนในพื้นที่สามารถพึ่งตนเอง เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ภายใต้การน้อมนำพระบรมราโชบายด้านการศึกษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ร.10 คุณลักษณะคนไทยที่ดี 4 ประการ เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

14. ผู้เสนอโครงการ ผู้ให้ความเห็นชอบโครงการ และผู้อนุมัติโครงการ

(14.1) ผู้เสนอโครงการ

ลงชื่อ



ตำแหน่ง หัวหน้าโครงการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ สุภพันธ์)

วันเดือนปี..... ๒๗ ต.ค. ๒๕๖๕

(14.2) ผู้พิจารณา/กลั่นกรอง/เห็นชอบโครงการระดับคณะ

ลงชื่อ



ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายวางแผนและวิจัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยารัตน์ คงนาลีก)

วันเดือนปี..... ๒๗ ต.ค. ๒๕๖๕

ลงชื่อ



ตำแหน่ง คณบดีคณะครุศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ ชัยเรือง)

วันเดือนปี.....

(14.3) ผู้พิจารณา/กลั่นกรอง/เห็นชอบโครงการระดับศูนย์สืบสานฯ

ลงชื่อ

ตำแหน่ง รองอธิการบดี / ผอ.ศพท.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดำรงพันธ์ ใจห้าวีระพงศ์)

วันเดือนปี.....

(14.4) ผู้อนุมัติโครงการ

ลงชื่อ

ตำแหน่ง รักษาราชการแทนอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

(ดร.สมปอง รักษาธรรม)

วันเดือนปี.....