คำอธิบายตัวชี้วัด

โครงการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ปีงบประมาณ พ.ศ.2570

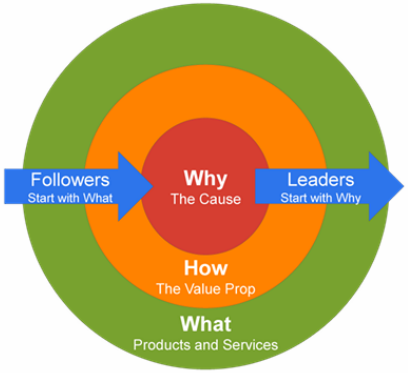
P1. : ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากบนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	**(ด้านเศรษฐกิจ)**
P1.1 : BCG model : การใช้ BCG model ในการยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น	
1. โครงการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสร้างชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วย BCG model	**(ยุทธศาสตร์ที่ 3)**
ผู้กำกับโปรแกรมหลัก : รองอธิการบดี (ศ.ดร.ทศวรรษ สีตะวัน) **ผู้กำกับโปรแกรมย่อย :** ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา **หน่วยงานที่กำกับโปรแกรมหลัก :** สถาบันวิจัยและพัฒนา **ผู้ดำเนินการ :** ทุกคณะ / สถาบัน	**ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล :** (1 ตุลาคม 2569 - 30 กันยายน 2570)

ตัวชี้วัด : ผลผลิต (Output)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
1	จำนวนเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่น (ขาวคาดแดง)***	10	เครือข่าย	**เครือข่าย (Network) คือ** การเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทากิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1. มีการรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (common perception) 2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision) 3. มีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits) 4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholders participation) 5. มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship) 6. มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน (interdependent) 7. มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (interaction)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				** กลุ่มเป้าหมาย ≠ เครือข่ายร่วมพัฒนา ** วิทยากร ได้รับค่าตอบแทน ≠ เครือข่ายร่วมพัฒนา
2	จำนวนประชากรในท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา (ขาวคาดแดง)	200/.....	คน/ครัวเรือน	**"จำนวนประชากรในท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา"** หมายถึง จำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท้องถิ่น (เช่น หมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอ) ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมหรือกระบวนการที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ ทักษะ หรือคุณภาพชีวิต เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ การศึกษา หรืออาชีพ ซึ่งการ "ได้รับการพัฒนา" อาจเกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือองค์กรภาคประชาสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การอบรมหรือฝึกอาชีพ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ
3	จำนวนหมู่บ้าน/ชุมชน ที่ได้รับการพัฒนา (ขาวคาดแดง)	15/5	หมู่บ้าน/ชุมชน	**“หมู่บ้าน” คือ** หน่วยพื้นฐานการปกครองระดับล่างสุดของสังคมไทย เป็นหน่วยการปกครองทางกายภาพ มีขอบเขต และอาณาบริเวณที่แน่นอน **“ชุมชน” คือ** หน่วยทางสังคมของกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสาร มีการรวมกลุ่ม มีความรัก และมีการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อการปฏิบัติการบางอย่าง เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มป่าชุมชน กลุ่มเหล่านี้อาจจะเป็นสมาชิกร่วมกันได้ทั้งหมู่บ้าน หรือเฉพาะบางคนในหมู่บ้านหรือต่างหมู่บ้านกันก็ได้ ใช้หน่วยนับทางกายภาพ ดังนั้น - พื้นที่ด้านเนินการในเขตเมือง ใช้หน่วยนับเป็น **“ชุมชน”** - พื้นที่ด้านเนินการนอกเขตเมือง ใช้หน่วยนับเป็น **“หมู่บ้าน”** - โรงเรียน แปลงหน่วยนับเป็น **“หมู่บ้าน” หรือ ชุมชน** ได้
4	จำนวนนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม (ขาวคาดแดง)	5	นวัตกรรม	**"จำนวนนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม"** หมายถึง จำนวนแนวทาง วิธีการ กระบวนการ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการ ส่งเสริมและยกระดับการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีการออกแบบหรือปรับให้ สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ ทั้งในด้าน ภูมิประเทศ ทรัพยากร วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสังคม (หรือที่เรียกว่า "ภูมิสังคม")

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือสิ่งที่พัฒนาต่อยอดจากของเดิม มี 6 ประเภท 1) ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าให้กับชุมชน 2) รูปแบบของการบริการ 3) กระบวนการทำงาน 4) การบริหารจัดการ 5) ระบบ 6) รูปแบบธุรกิจ บริบทเชิงพื้นที่ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ที่ตั้ง ภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิสังคม หมายถึง วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ และความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่นั้น
5	จำนวนชุมชนต้นแบบ/ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบการพัฒนาตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม (ขาวคาดแดง)	5/.....	ชุมชน/ศูนย์	**“จำนวนชุมชนต้นแบบ/ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบการพัฒนาตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม”** หมายถึง จำนวนของชุมชนหรือศูนย์เรียนรู้ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นต้นแบบในการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีแนวทางสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของพื้นที่ จนสามารถขยายผลหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ให้พื้นที่อื่นได้ เช่น ศูนย์เรียนรู้ด้านการทอผ้าพื้นเมืองที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์, ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่พัฒนาโดยใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ชุมชนต้นแบบ คือ ชุมชนที่มีการดำเนินงานด้านการพัฒนา (เช่น อาชีพ เศรษฐกิจพอเพียง ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม ฯลฯ) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนภายใต้บริบทของตนเอง ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ คือ พื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้หรือประสบการณ์จากชุมชนต้นแบบ สู่บุคคลหรือชุมชนอื่น ๆ การเป็น "ต้นแบบ" ต้องมีคุณลักษณะ เช่น มีผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน สามารถถอดบทเรียนหรือถ่ายทอดได้ มีการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ สอดคล้องกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และทรัพยากรของท้องถิ่นนั้น ๆ

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				ชุมชนต้นแบบ/ศูนย์การเรียนรู้ ? • ชุมชนต้นแบบ ต้นแบบเรื่องอะไร วัดและประเมินอย่างไรว่าเป็นต้นแบบ ? • ศูนย์การเรียนรู้ เรียนรู้เรื่องอะไร กลุ่มเป้าหมายที่จะมาเรียนรู้คือกลุ่มใด ?  สร้าง (ทำใหม่) – เสริม (ยกระดับ) – เพิ่มประสิทธิภาพ (ปรับปรุง)
6	จำนวนวิสาหกิจชุมชน/ครัวเรือนที่ได้รับการยกระดับ (ขาวคาดแดง)	5/25/.....	กลุ่ม/ครัวเรือน/คน	**"จำนวนวิสาหกิจชุมชน/ครัวเรือนที่ได้รับการยกระดับ"** หมายถึง จำนวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือครัวเรือน ที่ได้รับการส่งเสริม พัฒนา หรือสนับสนุนให้เกิด การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านการผลิต การจัดการ การตลาด หรือรายได้ ตามเกณฑ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ จนสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น เช่น วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลไม้ที่ได้รับการพัฒนาเครื่องมือผลิต และมีแบรนด์เป็นของตนเอง, วิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ OTOP Premium และสามารถขยายตลาดได้, ครัวเรือนที่สามารถพัฒนาอาชีพเสริมจนมีรายได้พอเพียงต่อการยังชีพ "ได้รับการยกระดับ" หมายถึง การพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ หรือเทคโนโลยี, การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตหรือลดต้นทุน, การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ, การเข้าถึงตลาดใหม่ เช่น ช่องทางออนไลน์หรือตลาดส่งออก, การได้รับมาตรฐานรับรอง เช่น อย. มผช. GI ฯลฯ, รายได้เพิ่มขึ้นหรือมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากขึ้น, มีระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
7	จำนวนผู้ประกอบการใหม่/วิสาหกิจชุมชนใหม่/อาชีพหรืองานใหม่ที่เกิดขึ้น (ขาวคาดแดง)	200/5/.....	ราย/กลุ่ม/อาชีพหรืองาน	**"จำนวนผู้ประกอบการใหม่/วิสาหกิจชุมชนใหม่/อาชีพหรืองานใหม่ที่เกิดขึ้น"** หมายถึง จำนวนของบุคคล กลุ่ม หรือกิจการ ที่ได้เริ่มต้นดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นครั้งแรกหรือในรูปแบบใหม่ โดยเกิดขึ้นจากกระบวนการสนับสนุน ส่งเสริม หรือพัฒนาในระดับพื้นที่ เช่น การส่งเสริมอาชีพ การพัฒนาทักษะ หรือการสร้างโอกาสทางธุรกิจและการจ้างงาน โดยต้องเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ระบุ (เช่น ปีงบประมาณนั้น) ต้องไม่ซ้ำซ้อนกับกิจการเดิม และมีหลักฐานรองรับ เช่น การจดทะเบียน การรายงานผล การมีรายได้ หรือการจ้างงานจริง ตัวอย่าง เช่น เกิดผู้ประกอบการขายสินค้าทาง TikTok ในชุมชน, จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่เพื่อทำสบู่สมุนไพร, สร้างอาชีพใหม่ เช่น “มัคคุเทศก์ท้องถิ่น” หรือ “ช่างเทคนิคโดรน” ในพื้นที่ชนบท, เกิดงานใหม่จากโครงการพัฒนาตลาดชุมชน เช่น พนักงานจัดการหน้าร้านออนไลน์ <u>ผู้ประกอบการใหม่</u> หมายถึง บุคคลที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจของตนเองเป็นครั้งแรก เช่น เปิดร้านค้า ขายของออนไลน์ ผลิตสินค้าท้องถิ่น ฯลฯ <u>วิสาหกิจชุมชนใหม่</u> หมายถึง กลุ่มบุคคลในชุมชนที่รวมตัวกันจดทะเบียนจัดตั้งวิสาหกิจใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในพื้นที่ <u>อาชีพหรืองานใหม่ที่เกิดขึ้น</u> หมายถึง อาชีพใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในชุมชน การสร้างตำแหน่งงานใหม่จากโครงการหรือการลงทุนใหม่ เช่น งานบริการท่องเที่ยว งานแปรรูปผลผลิต งานด้านดิจิทัล
8	จำนวนผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ (ขาวคาดแดง)	15	ผลิตภัณฑ์	**"จำนวนผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้"** หมายถึง จำนวนของสินค้าหรือบริการจากชุมชน ซึ่งได้ผ่านกระบวนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ มาตรฐาน การตลาด หรือนวัตกรรม เพื่อให้สามารถ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ สร้างรายได้ให้กับชุมชนหรือผู้ผลิต ได้มากกว่ารูปแบบเดิม <u>ตัวอย่าง</u> เช่น ข้าวอินทรีย์ที่พัฒนาเป็นข้าวพร้อมชงสำหรับผู้รักสุขภาพ, ผ้าทอพื้นเมืองที่พัฒนาเป็นแฟชั่นร่วมสมัยหรือของใช้ในบ้าน, น้ำพริกท้องถิ่นที่พัฒนาแพ็กเกจจิ้งให้ทันสมัย พร้อม QR code, บริการนวดแผนไทยจากกลุ่มแม่บ้านที่พัฒนาเป็นคอร์สบำบัดสำหรับนักท่องเที่ยว

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				<u>ผลิตภัณฑ์ :</u> - สินค้าเกษตรแปรรูป (เช่น กล้วยอบน้ำผึ้ง น้ำสมุนไพร) - งานหัตถกรรมหรือศิลปะพื้นบ้าน (เช่น ผ้าทอ เครื่องจักสาน) - ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม/ภูมิปัญญา (เช่น ยาดมสมุนไพร ตำรับชาวบ้าน) - บริการชุมชนที่กลายเป็นรายได้ (เช่น ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บริการโฮมสเตย์) <u>การได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า</u> - การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (Design / Packaging) - การยกระดับมาตรฐาน (เช่น มผช., อย., GI) - การสร้างแบรนด์หรือปรับกลยุทธ์การตลาด - การต่อยอดจากสินค้าดั้งเดิมให้มีความทันสมัยหรือเหมาะกับตลาดเป้าหมาย

ตัวชี้วัด : ผลผลิต (Outcome)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
1	รายได้ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นจากเดิม อย่างน้อย (ขาวคาดแดง)***	5,000/50	บาท/ครัวเรือน/ปี	**“รายได้ครัวเรือน” หมายถึง** รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน ได้แก่ 1. ค่าแรงและเงินเดือน เงินรางวัลบริกร เงินโบนัส เป็นต้น 2. กำไรสุทธิจากการประกอบธุรกิจการเกษตรและธุรกิจอื่นๆ 3. รายได้จากทรัพย์สิน เช่น ค่าเช่าที่ดิน ค่าลิขสิทธิ์ ดอกเบี้ย และเงินปันผล 4. เงินได้รับเป็นการช่วยเหลือ บำเหน็จ บำนาญ เงินทุนการศึกษา 5. รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ มูลค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับเป็นส่วนหนึ่งของค่าแรง เงินเดือน มูลค่าของสินค้าหรืออาหารที่ครัวเรือนผลิตและบริโภคเอง (รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ครัวเรือนเป็น เจ้าของและอยู่เอง) หรือได้รับมาโดยไม่ต้องซื้อ 6. รายรับที่เป็นตัวเงินอื่นๆ เช่น เงินได้รับจากการประกันภัย หรือประกันชีวิต เงินรางวัล สลากกินแบ่ง และรายรับอื่นๆ ในประเภทเดียวกัน <u>รายได้ประจำ</u> ได้แก่ รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน ซึ่งไม่รวมรายรับที่เป็นตัวเงินอื่น ๆ ในข้อ (6)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				"รายได้ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นจากเดิม" หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในทางบวกของรายได้รวมของแต่ละครัวเรือน ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาหรือสนับสนุน (เช่น อาชีพ ทักษะ หรือแหล่งทุน) เมื่อเปรียบเทียบ รายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ กับ รายได้หลังเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินโครงการ รายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนหรือรายปีของครัวเรือนก่อนเริ่มโครงการ รายได้หลังเข้าร่วมโครงการ : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนหรือรายปีของครัวเรือนหลังจากดำเนินโครงการไประยะหนึ่ง (เช่น 6 เดือน หรือ 1 ปี) หน่วยที่ใช้ : บาทต่อเดือน / บาทต่อปี (แล้วแต่กรณี) สูตรการคำนวณ 1. การคำนวณรายได้ที่เพิ่มขึ้น (บาท)/ ครัวเรือน รายได้ที่เพิ่มขึ้น = รายได้หลังเข้าร่วมโครงการ – รายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ 2. คำนวณเปอร์เซ็นต์รายได้ที่เพิ่มขึ้น (%) เปอร์เซ็นต์รายได้เพิ่มขึ้น = [(รายได้หลัง – รายได้ก่อน) ÷ รายได้ก่อน] × 100 3. การหารายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นของครัวเรือนทั้งหมด รายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย = (ผลรวมรายได้หลัง – ผลรวมรายได้ก่อน) ÷ จำนวนครัวเรือน

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>เช่น
<table><tr><th>ครัวเรือน</th><th>รายได้ก่อน (บาท/ปี)</th><th>รายได้หลัง (บาท/ปี)</th></tr><tr><td>A</td><td>8,000</td><td>12,000</td></tr><tr><td>B</td><td>10,000</td><td>13,000</td></tr><tr><td>C</td><td>7,000</td><td>9,000</td></tr></table>การคำนวณ : ครัวเรือน A เพิ่มขึ้น 4,000 บาท ⟶ (4,000 ÷ 8,000) × 100 = 50%
ครัวเรือน B เพิ่มขึ้น 3,000 บาท ⟶ (3,000 ÷ 10,000) × 100 = 30%
ครัวเรือน C เพิ่มขึ้น 2,000 บาท ⟶ (2,000 ÷ 7,000) × 100 ≈ 28.57%

รายได้เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นต่อครัวเรือน : (4,000 + 3,000 + 2,000) ÷ 3 = 3,000 บาท/ปี</td></tr>
<tr><td>2</td><td>ความสุขมวลรวม GVH เพิ่มขึ้นจากเดิม</td><td>50</td><td>ร้อยละ</td><td>"ความสุขมวลรวม GVH เพิ่มขึ้นจากเดิม" หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกของระดับความสุขโดยรวมของชุมชนหรือหมู่บ้าน ซึ่งวัดจากหลายมิติที่สะท้อนคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สุขภาพ จิตใจ และวัฒนธรรม เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ก่อน และ หลังการดำเนินโครงการ/แผนพัฒนา
<u>วิธีการวัดและคำนวณ GVH:</u>
✅ ขั้นตอน 1: สำรวจระดับความสุขในแต่ละมิติ
- ใช้แบบสอบถามที่ให้คะแนนแต่ละมิติ เช่น 1–5
- ให้ประชาชนในชุมชนประเมินตนเองในแต่ละมิติ
✅ ขั้นตอน 2: คำนวณคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ เช่น ในระดับคะแนน 1–5:
<table><tr><th>มิติ</th><th>คะแนนเฉลี่ยก่อน</th><th>คะแนนเฉลี่ยหลัง</th></tr><tr><td>รายได้</td><td>2.5</td><td>3.8</td></tr><tr><td>สุขภาพ</td><td>3.0</td><td>4.2</td></tr></table></td></tr>
</table>

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย

ความสัมพันธ์ 3.5 4.0

... ...

✅ ขั้นตอน 3: คำนวณคะแนน GVH รวม (เฉลี่ยทุกมิติ)

GVH รวม = ผลรวมคะแนนเฉลี่ยทุกมิติ ÷ จำนวนมิติ

✅ ขั้นตอน 4: คำนวณการเปลี่ยนแปลงของ GVH

GVH เพิ่มขึ้น = GVH หลัง − GVH ก่อน

เปอร์เซ็นต์ GVH เพิ่มขึ้น = [(GVH หลัง − GVH ก่อน) ÷ GVH ก่อน] × 100

ตัวอย่างการคำนวณ:

มิติ	ก่อน	หลัง
รายได้	2.8	3.5
สุขภาพ	3.0	3.7
ความสัมพันธ์	3.5	4.2
สิ่งแวดล้อม	3.2	4.0
การมีส่วนร่วม	2.9	3.9

GVH ก่อน = (2.8+3.0+3.5+3.2+2.9) ÷ 5 = 3.08

GVH หลัง = (3.5+3.7+4.2+4.0+3.9) ÷ 5 = 3.86

GVH เพิ่มขึ้น = 3.86 − 3.08 = 0.78

เปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้น = (0.78 ÷ 3.08) × 100 ≈ 25.32%

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
3	ร้อยละนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคมนำใช้ประโยชน์ในชุมชน	80	ร้อยละ	**“ร้อยละนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคมนำใช้ประโยชน์ในชุมชน”** หมายถึง ร้อยละของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นโดยอิงบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต แก้ปัญหา หรือเสริมสร้างศักยภาพท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม นวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่น : เป็นกระบวนการ วิธีการ ผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบการจัดการที่คิดค้นขึ้นใหม่ หรือพัฒนาจากภูมิปัญญาเดิม ตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม : ต้องสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เช่น ภูมิอากาศ ทรัพยากร หรือวัฒนธรรมชุมชน การนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชน : มีการใช้งานจริง โดยชุมชนรับรู้ ยอมรับ และเกิดผลลัพธ์อย่างชัดเจน เช่น ลดต้นทุน เพิ่มรายได้ หรือแก้ปัญหาได้ สูตรการคำนวณ : $\text{ร้อยละการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์} = \left(\frac{\text{จำนวน "นวัตกรรมที่ถูกนำไปใช้จริงในชุมชน"}}{\text{จำนวน "นวัตกรรมที่พัฒนาทั้งหมด"}}\right) \times 100$
4	จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปเผยแพร่	.....	คน	**“ผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปเผยแพร่” หมายถึง** บุคคลที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา หรือพัฒนาศักยภาพตามโครงการ และได้นำองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ หรือนวัตกรรมที่ได้รับจากการอบรมไปถ่ายทอด เผยแพร่ หรือขยายผลแก่บุคคล กลุ่ม องค์กร หรือชุมชนอื่น ผ่านกิจกรรมหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ และการขยายผลในวงกว้าง โดยสามารถแสดงหลักฐานการดำเนินการได้ เกณฑ์การนับ นับเป็น 1 คน เมื่อผู้เข้าอบรมมีการดำเนินการอย่างน้อย 1 รูปแบบ ดังนี้ 1. เป็นวิทยากรหรือผู้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลหรือกลุ่มเป้าหมาย 2. จัดกิจกรรมอบรม ประชุม หรือเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				3. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสาธารณะ เช่น Facebook, YouTube, Line, เว็บไซต์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ 4. ถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในหน่วยงาน ชุมชน โรงเรียน หรือองค์กร 5. ให้คำปรึกษาหรือสาธิตการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้แก่ผู้อื่น
5	จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้	.....	คน	**“ผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้” หมายถึง** บุคคลที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา หรือพัฒนาศักยภาพตามโครงการ และได้นำองค์ความรู้ ทักษะ เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือแนวปฏิบัติที่ได้รับจากการอบรมไปปรับใช้ในการดำเนินงาน การประกอบอาชีพ การบริหารจัดการ การเรียนการสอน การดำเนินชีวิต หรือการพัฒนาชุมชน จนเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือผลลัพธ์ที่สามารถตรวจสอบหรือแสดงหลักฐานได้ <u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็น 1 คน เมื่อผู้เข้าอบรมมีการนำความรู้จากการอบรมไปใช้จริงอย่างน้อย 1 ด้าน ดังนี้ 1. ประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพหรือสร้างรายได้ 2. ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานหรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน 3. ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการผลิต 4. ประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร กลุ่ม หรือชุมชน 5. ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนหรือการเรียนรู้ 6. ประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว หรือชุมชน <u>หลักฐานประกอบการนับ</u> 1. แบบติดตามผลหลังการอบรม (Follow-up Survey) 2. แบบประเมินการนำความรู้ไปใช้ 3. รายงานผลการประยุกต์ใช้ 4. ภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอการดำเนินงาน 5. ผลงาน ผลิตภัณฑ์ หรือผลงานเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น 6.หนังสือรับรองจากหน่วยงาน ชุมชน หรือกลุ่มเป้าหมาย (ถ้ามี)

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>ระดับการประยุกต์ใช้ (สำหรับการประเมินผลลัพธ์)
เพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีความชัดเจน สามารถแบ่งระดับการประยุกต์ใช้ได้ 3 ระดับ ได้แก่
<table><tr><th>ระดับ</th><th>คำอธิบาย</th></tr><tr><td>ระดับ 1 นำไปใช้</td><td>นำความรู้ไปทดลองใช้หรือปรับใช้ในการทำงานหรือการดำเนินชีวิต</td></tr><tr><td>ระดับ 2 เกิดผลลัพธ์</td><td>การนำไปใช้ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัด เช่น ลดต้นทุน เพิ่มรายได้เพิ่มประสิทธิภาพ หรือแก้ไข ปัญหาได้</td></tr><tr><td>ระดับ 3 ขยายผลนอกจากนำไปใช้แล้ว</td><td>สามารถถ่ายทอดหรือขยายผลให้บุคคล กลุ่ม หรือชุมชนอื่นนำไปใช้ต่อได้</td></tr></table>
สูตรการคำนวณ :
$$\text{ร้อยละของผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้} = \left(\frac{\text{จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้}}{\text{จำนวนผู้เข้าอบรมทั้งหมด}}\right) \times 100$$</td></tr>
<tr><td>6</td><td>มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น</td><td>.....</td><td>บาท/ปี</td><td>“มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น” หมายถึง มูลค่าเป็นตัวเงินของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่เกิดจากการดำเนินโครงการ และสามารถจำหน่ายได้จริงภายในปีงบประมาณที่ดำเนินโครงการ โดยคำนวณจากยอดขายที่เกิดขึ้นจริงในช่วงปีงบประมาณนั้น ไม่รวมยอดสั่งซื้อที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ยอดขายที่ถูกยกเลิก หรือยอดขายที่เกิดขึ้นนอกช่วปีงบประมาณ
เกณฑ์การนับ ให้นับเฉพาะยอดขายที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้
1. เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากโครงการ
2. มีการซื้อขายและได้รับรายได้จริงภายในปีงบประมาณ
3. มีหลักฐานยืนยันการซื้อขาย เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี บันทึกการขาย สมุดบัญชีรายรับ หรือหลักฐานการโอนเงิน
4. สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้</td></tr>
</table>

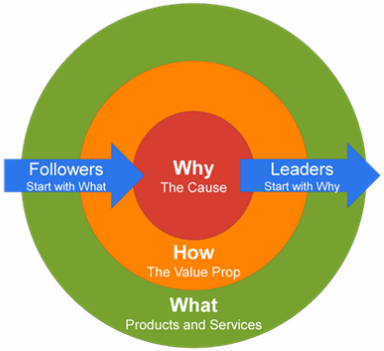
ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				<u>สูตรการคำนวณ</u> : มูลค่ายอดขาย = จำนวนหน่วยที่จำหน่ายได้ × ราคาขายต่อหน่วย
7	จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น	...../.....	ผลิตภัณฑ์/ชิ้น	**“จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น” หมายถึง** จำนวนหน่วยของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินโครงการ และสามารถจำหน่ายได้จริงภายในปีงบประมาณที่ดำเนินโครงการ โดยนับจากจำนวนที่มีการส่งมอบสินค้าและได้รับการซื้อขายจริง ไม่รวมสินค้าที่ยังไม่ได้จำหน่าย สินค้าคืน หรือรายการที่ถูกยกเลิก <u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็นจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ เมื่อมีคุณสมบัติครบ ดังนี้ 1. เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อยู่ภายใต้การดำเนินโครงการ 2. มีการซื้อขายและส่งมอบสินค้า หรือให้บริการแล้วภายในปีงบประมาณ 3. มีหลักฐานยืนยันการจำหน่าย เช่น ใบเสร็จรับเงิน บันทึกการขาย หรือหลักฐานการรับชำระเงิน 4. ไม่นับรายการที่ถูกยกเลิกหรือคืนสินค้า <u>สูตรการคำนวณ</u> จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น = ผลรวมของจำนวนหน่วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่ายได้จริงภายในปีงบประมาณ <u>ตัวอย่าง</u> ผ้าครามขายได้ 120 ผืน กาแฟแปรรูปขายได้ 350 ถุง ชาสมุนไพรขายได้ 500 กล่อง ดังนั้น จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น = 3 ผลิตภัณฑ์/ 970 ชิ้น

P1.2 : Creative Economy : การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นซึ่งหมายรวมถึงการนำประเด็น Soft power มาปรับใช้ด้วย	
2. โครงการยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยภูมิปัญญากลุ่มสนุก	**(ยุทธศาสตร์ที่ 3)**
ผู้กำกับโปรแกรมหลัก : รองอธิการบดี (ศ.ดร.ทศวรรษ สีตะวัน) **ผู้กำกับโปรแกรมย่อย :** ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา **หน่วยงานที่กำกับโปรแกรมหลัก :** สถาบันวิจัยและพัฒนา **ผู้ดำเนินการ :** ทุกคณะ / สถาบัน	**ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล :** (1 ตุลาคม 2569 - 30 กันยายน 2570)

ตัวชี้วัด : ผลผลิต (Output)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
1	จำนวนเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่น (ขาวคาดแดง)***	5	เครือข่าย	**“เครือข่าย” (Network) คือ** การเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทากิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน องค์ประกอบสำคัญ (อย่างน้อย 7 ข้อ) ได้แก่ 1. มีการรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (common perception) 2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision) 3. มีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits) 4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholders participation) 5. มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship) 6. มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน (interdependent) 7. มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (interaction) ** กลุ่มเป้าหมาย ≠ เครือข่าย ** วิทยากร ได้รับค่าตอบแทน ≠ เครือข่าย

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
2	จำนวนประชากรในท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา (ขาวคาดแดง)	200/....	คน/ครัวเรือน	**"จำนวนประชากรในท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา"** หมายถึง จำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท้องถิ่น (เช่น หมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอ) ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมหรือกระบวนการที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ ทักษะ หรือคุณภาพชีวิต เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ การศึกษา หรืออาชีพ ซึ่งการ "ได้รับการพัฒนา" อาจเกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือองค์กรภาคประชาสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การอบรมหรือฝึกอาชีพ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ
3	จำนวนหมู่บ้าน/ชุมชน ที่ได้รับการพัฒนา (ขาวคาดแดง)	15/5	หมู่บ้าน/ชุมชน	**“หมู่บ้าน” คือ** หน่วยพื้นฐานการปกครองระดับล่างสุดของสังคมไทย เป็นหน่วยการปกครองทางกายภาพ มีขอบเขต และอาณาบริเวณที่แน่นอน **“ชุมชน” คือ** หน่วยทางสังคมของกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสาร มีการรวมกลุ่ม มีความรัก และมีการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อการปฏิบัติการบางอย่าง เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มป่าชุมชน กลุ่มเหล่านี้อาจจะเป็นสมาชิกร่วมกันได้ทั้งหมู่บ้าน หรือเฉพาะบางคนในหมู่บ้านหรือต่างหมู่บ้านกันก็ได้ ใช้หน่วยนับทางกายภาพ ดังนั้น - พื้นที่ด้านเนินการในเขตเมือง ใช้หน่วยนับเป็น **“ชุมชน”** - พื้นที่ด้านเนินการนอกเขตเมือง ใช้หน่วยนับเป็น **“หมู่บ้าน”** - โรงเรียน แปลงหน่วยนับเป็น **“หมู่บ้าน” หรือ ชุมชน** ได้
4	จำนวนนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม (ขาวคาดแดง)	5	นวัตกรรม	**"จำนวนนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม"** หมายถึง จำนวนแนวทาง วิธีการ กระบวนการ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการ ส่งเสริมและยกระดับการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีการออกแบบหรือปรับให้ สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ ทั้งในด้าน ภูมิประเทศ ทรัพยากร วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสังคม (หรือที่เรียกว่า "ภูมิสังคม") นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือสิ่งที่พัฒนาต่อยอดจากของเดิม มี 6 ประเภท 1) ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าให้กับชุมชน 2) รูปแบบของการบริการ 3) กระบวนการทำงาน 4) การบริหารจัดการ 5) ระบบ 6) รูปแบบธุรกิจ

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				บริบทเชิงพื้นที่ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ที่ตั้ง ภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิสังคม หมายถึง วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ และความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่นั้น
5	จำนวนชุมชนต้นแบบ/ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบการพัฒนาตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม (ขาวคาดแดง)	5/.....	ชุมชน/ศูนย์	**“จำนวนชุมชนต้นแบบ/ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบการพัฒนาตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม”** หมายถึง จำนวนของชุมชนหรือศูนย์เรียนรู้ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นต้นแบบในการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีแนวทางสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของพื้นที่ จนสามารถขยายผลหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ให้พื้นที่อื่นได้ เช่น ศูนย์เรียนรู้ด้านการทอผ้าพื้นเมืองที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์, ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่พัฒนาโดยใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ชุมชนต้นแบบ คือ ชุมชนที่มีการดำเนินงานด้านการพัฒนา (เช่น อาชีพ เศรษฐกิจพอเพียง ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม ฯลฯ) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนภายใต้บริบทของตนเอง ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ คือ พื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้หรือประสบการณ์จากชุมชนต้นแบบ สู่บุคคลหรือชุมชนอื่น ๆ การเป็น "ต้นแบบ" ต้องมีคุณลักษณะ เช่น มีผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน สามารถถอดบทเรียนหรือถ่ายทอดได้ มีการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ สอดคล้องกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และทรัพยากรของท้องถิ่นนั้น ๆ **ชุมชนต้นแบบ/ศูนย์การเรียนรู้ ?** • ชุมชนต้นแบบ ต้นแบบเรื่องอะไร วัดและประเมินอย่างไรว่าเป็นต้นแบบ ? • ศูนย์การเรียนรู้ เรียนรู้เรื่องอะไร กลุ่มเป้าหมายที่จะมาเรียนรู้คือกลุ่มใด ?  สร้าง (ทำใหม่) – เสริม (ยกระดับ) – เพิ่มประสิทธิภาพ (ปรับปรุง)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
6	จำนวนวิสาหกิจชุมชน/ครัวเรือนที่ได้รับการยกระดับ (ขาวคาดแดง)	5/25/.....	กลุ่ม/ครัวเรือน/คน	**"จำนวนวิสาหกิจชุมชน/ครัวเรือนที่ได้รับการยกระดับ"** หมายถึง จำนวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือครัวเรือน ที่ได้รับการส่งเสริม พัฒนา หรือสนับสนุนให้เกิด การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านการผลิต การจัดการ การตลาด หรือรายได้ ตามเกณฑ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ จนสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น เช่น วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลไม้ที่ได้รับการพัฒนาเครื่องมือผลิต และมีแบรนด์เป็นของตนเอง, วิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ OTOP Premium และสามารถขยายตลาดได้, ครัวเรือนที่สามารถพัฒนาอาชีพเสริมจนมีรายได้พอเพียงต่อการยังชีพ "ได้รับการยกระดับ" หมายถึง การพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ หรือเทคโนโลยี, การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตหรือลดต้นทุน, การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ, การเข้าถึงตลาดใหม่ เช่น ช่องทางออนไลน์หรือตลาดส่งออก, การได้รับมาตรฐานรับรอง เช่น อย. มผช. GI ฯลฯ, รายได้เพิ่มขึ้นหรือมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากขึ้น, มีระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น
7	จำนวนผู้ประกอบการใหม่/วิสาหกิจชุมชนใหม่/อาชีพหรืองานใหม่ที่เกิดขึ้น (ขาวคาดแดง)	100/5/....	ราย/กลุ่ม/อาชีพหรืองาน	**"จำนวนผู้ประกอบการใหม่/วิสาหกิจชุมชนใหม่/อาชีพหรืองานใหม่ที่เกิดขึ้น"** หมายถึง จำนวนของบุคคล กลุ่ม หรือกิจการ ที่ได้เริ่มต้นดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นครั้งแรกหรือในรูปแบบใหม่ โดยเกิดขึ้นจากกระบวนการสนับสนุน ส่งเสริม หรือพัฒนาในระดับพื้นที่ เช่น การส่งเสริมอาชีพ การพัฒนาทักษะ หรือการสร้างโอกาสทางธุรกิจและการจ้างงาน โดยต้องเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ระบุ (เช่น ปีงบประมาณนั้น) ต้องไม่ซ้ำซ้อนกับกิจการเดิม และมีหลักฐานรองรับ เช่น การจดทะเบียน การรายงานผล การมีรายได้ หรือการจ้างงานจริง ตัวอย่าง เช่น เกิดผู้ประกอบการขายสินค้าทาง TikTok ในชุมชน, จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่เพื่อทำสบู่สมุนไพร, สร้างอาชีพใหม่ เช่น “มัคคุเทศก์ท้องถิ่น” หรือ “ช่างเทคนิคโดรน” ในพื้นที่ชนบท, เกิดงานใหม่จากโครงการพัฒนาตลาดชุมชน เช่น พนักงานจัดการหน้าร้านออนไลน์ ผู้ประกอบการใหม่ หมายถึง บุคคลที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจของตนเองเป็นครั้งแรก เช่น เปิดร้านค้า ขายของออนไลน์ ผลิตสินค้าท้องถิ่น ฯลฯ

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				<u>วิสาหกิจชุมชนใหม่</u> หมายถึง กลุ่มบุคคลในชุมชนที่รวมตัวกันจดทะเบียนจัดตั้งวิสาหกิจใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในพื้นที่ <u>อาชีพหรืองานใหม่ที่เกิดขึ้น</u> หมายถึง อาชีพใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในชุมชน การสร้างตำแหน่งงานใหม่จากโครงการหรือการลงทุนใหม่ เช่น งานบริการท่องเที่ยว งานแปรรูปผลผลิต งานด้านดิจิทัล
8	จำนวนผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ (ขาวคาดแดง)	15	ผลิตภัณฑ์	**"จำนวนผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้"** หมายถึง จำนวนของสินค้าหรือบริการจากชุมชน ซึ่งได้ผ่านกระบวนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ มาตรฐาน การตลาด หรือนวัตกรรม เพื่อให้สามารถ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ สร้างรายได้ให้กับชุมชนหรือผู้ผลิต ได้มากกว่ารูปแบบเดิม <u>ตัวอย่าง</u> เช่น ข้าวอินทรีย์ที่พัฒนาเป็นข้าวพร้อมชงสำหรับผู้รักสุขภาพ, ผ้าทอพื้นเมืองที่พัฒนาเป็นแฟชั่นร่วมสมัยหรือของใช้ในบ้าน, น้ำพริกท้องถิ่นที่พัฒนาแพ็กเกจจิ้งให้ทันสมัยพร้อม QR code, บริการนวดแผนไทยจากกลุ่มแม่บ้านที่พัฒนาเป็นคอร์สบำบัดสำหรับนักท่องเที่ยว <u>ผลิตภัณฑ์ :</u> - สินค้าเกษตรแปรรูป (เช่น กล้วยอบน้ำผึ้ง น้ำสมุนไพร) - งานหัตถกรรมหรือศิลปะพื้นบ้าน (เช่น ผ้าทอ เครื่องจักสาน) - ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม/ภูมิปัญญา (เช่น ยาดมสมุนไพร ตำรับชาวบ้าน) - บริการชุมชนที่กลายเป็นรายได้ (เช่น ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บริการโฮมสเตย์) <u>การได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า</u> - การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (Design / Packaging) - การยกระดับมาตรฐาน (เช่น มผช., อย., GI) - การสร้างแบรนด์หรือปรับกลยุทธ์การตลาด - การต่อยอดจากสินค้าดั้งเดิมให้มีความทันสมัยหรือเหมาะกับตลาดเป้าหมาย

ตัวชี้วัด : ผลผลิต (Outcome)				
ลำดับ	**ตัวชี้วัด**	**จำนวน**	**หน่วยวัด**	**คำอธิบาย**
1	รายได้ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นจาก อย่างน้อย (ขาวคาดแดง)***	5,000/50	บาท/ครัวเรือน/ปี	**รายได้ครัวเรือน หมายถึง** รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน ได้แก่ 1. ค่าแรงและเงินเดือน เงินรางวัลบริกร เงินโบนัส เป็นต้น 2. กำไรสุทธิจากการประกอบธุรกิจการเกษตรและธุรกิจอื่นๆ 3. รายได้จากทรัพย์สิน เช่น ค่าเช่าที่ดิน ค่าลิขสิทธิ์ ดอกเบี้ย และเงินปันผล 4. เงินได้รับเป็นการช่วยเหลือ บำเหน็จ บำนาญ เงินทุนการศึกษา 5. รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ มูลค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับเป็นส่วนหนึ่งของค่าแรง เงินเดือน มูลค่าของสินค้าหรืออาหารที่ครัวเรือนผลิตและบริโภคเอง (รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ครัวเรือนเป็น เจ้าของและอยู่เอง) หรือได้รับมาโดยไม่ต้องซื้อ 6. รายรับที่เป็นตัวเงินอื่นๆ เช่น เงินได้รับจากการประกันภัย หรือประกันชีวิต เงินรางวัล สลากกินแบ่ง และรายรับอื่นๆ ในประเภทเดียวกัน <u>รายได้ประจำ</u> ได้แก่ รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน ซึ่งไม่รวมรายรับที่เป็นตัวเงินอื่น ๆ ในข้อ (6) **"รายได้ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นจากเดิม"** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในทางบวกของรายได้รวมของแต่ละครัวเรือน ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาหรือสนับสนุน (เช่น อาชีพ ทักษะ หรือแหล่งทุน) เมื่อเปรียบเทียบ <u>รายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ</u> กับ <u>รายได้หลังเข้าร่วมโครงการ</u> ซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินโครงการ <u>รายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ</u> : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนหรือรายปีของครัวเรือนก่อนเริ่มโครงการ <u>รายได้หลังเข้าร่วมโครงการ</u> : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนหรือรายปีของครัวเรือนหลังจากดำเนินโครงการไประยะหนึ่ง (เช่น 6 เดือน หรือ 1 ปี) <u>หน่วยที่ใช้</u> : บาทต่อเดือน / บาทต่อปี (แล้วแต่กรณี) <u>สูตรการคำนวณ</u> 1. การคำนวณรายได้ที่เพิ่มขึ้น (บาท)/ ครัวเรือน

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				รายได้ที่เพิ่มขึ้น = รายได้หลังเข้าร่วมโครงการ – รายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ 2. คำนวณเปอร์เซ็นต์รายได้ที่เพิ่มขึ้น (%) เปอร์เซ็นต์รายได้เพิ่มขึ้น = [(รายได้หลัง – รายได้ก่อน) ÷ รายได้ก่อน] × 100 3. การหารายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นของครัวเรือนทั้งหมด รายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย = (ผลรวมรายได้หลัง – ผลรวมรายได้ก่อน) ÷ จำนวนครัวเรือน เช่น **ครัวเรือน** **รายได้ก่อน (บาท/ปี)** **รายได้หลัง (บาท/ปี)** A 8,000 12,000 B 10,000 13,000 C 7,000 9,000 การคำนวณ : ครัวเรือน A เพิ่มขึ้น 4,000 บาท ⟶ (4,000 ÷ 8,000) × 100 = 50% ครัวเรือน B เพิ่มขึ้น 3,000 บาท ⟶ (3,000 ÷ 10,000) × 100 = 30% ครัวเรือน C เพิ่มขึ้น 2,000 บาท ⟶ (2,000 ÷ 7,000) × 100 ≈ 28.57% รายได้เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นต่อครัวเรือน : (4,000 + 3,000 + 2,000) ÷ 3 = 3,000 บาท/ปี

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td>2</td><td>ความสุขมวลรวม GVH เพิ่มขึ้นจากเดิม</td><td>50</td><td>ร้อยละ</td><td>
"ความสุขมวลรวม GVH เพิ่มขึ้นจากเดิม" หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกของระดับความสุขโดยรวมของชุมชนหรือหมู่บ้าน ซึ่งวัดจากหลายมิติที่สะท้อนคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สุขภาพ จิตใจ และวัฒนธรรม เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ก่อน และ หลังการดำเนินโครงการ/แผนพัฒนา
<u>วิธีการวัดและคำนวณ GVH:</u>
✅ ขั้นตอน 1: สำรวจระดับความสุขในแต่ละมิติ
- ใช้แบบสอบถามที่ให้คะแนนแต่ละมิติ เช่น 1–5
- ให้ประชาชนในชุมชนประเมินตนเองในแต่ละมิติ
✅ ขั้นตอน 2: คำนวณคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ เช่น ในระดับคะแนน 1–5
<table>
<tr><th>มิติ</th><th>คะแนนเฉลี่ยก่อน</th><th>คะแนนเฉลี่ยหลัง</th></tr>
<tr><td>รายได้</td><td>2.5</td><td>3.8</td></tr>
<tr><td>สุขภาพ</td><td>3.0</td><td>4.2</td></tr>
<tr><td>ความสัมพันธ์</td><td>3.5</td><td>4.0</td></tr>
<tr><td>...</td><td>...</td><td>...</td></tr>
</table>
✅ ขั้นตอน 3: คำนวณคะแนน GVH รวม (เฉลี่ยทุกมิติ)
GVH รวม = ผลรวมคะแนนเฉลี่ยทุกมิติ ÷ จำนวนมิติ
✅ ขั้นตอน 4: คำนวณการเปลี่ยนแปลงของ GVH
GVH เพิ่มขึ้น = GVH หลัง – GVH ก่อน
เปอร์เซ็นต์ GVH เพิ่มขึ้น = [(GVH หลัง – GVH ก่อน) ÷ GVH ก่อน] × 100
</td></tr>
</table>

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				ตัวอย่างการคำนวณ **มิติ** **ก่อน** **หลัง** รายได้ 2.8 3.5 สุขภาพ 3.0 3.7 ความสัมพันธ์ 3.5 4.2 สิ่งแวดล้อม 3.2 4.0 การมีส่วนร่วม 2.9 3.9 GVH ก่อน = (2.8+3.0+3.5+3.2+2.9) ÷ 5 = 3.08 GVH หลัง = (3.5+3.7+4.2+4.0+3.9) ÷ 5 = 3.86 GVH เพิ่มขึ้น = 3.86 − 3.08 = 0.78 เปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้น = (0.78 ÷ 3.08) × 100 ≈ 25.32%
3	ร้อยละนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคมนำใช้ประโยชน์ในชุมชน	80	ร้อยละ	**“ร้อยละนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคมนำใช้ประโยชน์ในชุมชน”** หมายถึง ร้อยละของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นโดยอิงบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต แก้ปัญหา หรือเสริมสร้างศักยภาพท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม นวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่น : เป็นกระบวนการ วิธีการ ผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบการจัดการที่คิดค้นขึ้นใหม่ หรือพัฒนาจากภูมิปัญญาเดิม ตามบริบทเชิงพื้นที่และภูมิสังคม : ต้องสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เช่น ภูมิอากาศ ทรัพยากร หรือวัฒนธรรมชุมชน การนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชน : มีการใช้งานจริง โดยชุมชนรับรู้ ยอมรับ และเกิดผลลัพธ์อย่างชัดเจน เช่น ลดต้นทุน เพิ่มรายได้ หรือแก้ปัญหาได้

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				<u>สูตรการคำนวณ</u> $\text{ร้อยละการนำไปใช้ประโยชน์} = \left(\frac{\text{จำนวน "นวัตกรรมที่ถูกนำไปใช้จริงในชุมชน"}}{\text{จำนวน "นวัตกรรมที่พัฒนาทั้งหมด"}}\right) \times 100$
4	จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปเผยแพร่		คน	**“ผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปเผยแพร่” หมายถึง** บุคคลที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา หรือพัฒนาศักยภาพตามโครงการ และได้นำองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ หรือนวัตกรรมที่ได้รับจากการอบรมไปถ่ายทอด เผยแพร่ หรือขยายผลแก่บุคคล กลุ่ม องค์กร หรือชุมชนอื่น ผ่านกิจกรรมหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ และการขยายผลในวงกว้าง โดยสามารถแสดงหลักฐานการดำเนินการได้ <u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็น 1 คน เมื่อผู้เข้าอบรมมีการดำเนินการอย่างน้อย 1 รูปแบบ ดังนี้ 1. เป็นวิทยากรหรือผู้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลหรือกลุ่มเป้าหมาย 2. จัดกิจกรรมอบรม ประชุม หรือเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสาธารณะ เช่น Facebook, YouTube, Line, เว็บไซต์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ 4. ถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในหน่วยงาน ชุมชน โรงเรียน หรือองค์กร 5. ให้คำปรึกษาหรือสาธิตการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้แก่ผู้อื่น
5	จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้		คน	**“ผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้” หมายถึง** บุคคลที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา หรือพัฒนาศักยภาพตามโครงการ และได้นำองค์ความรู้ ทักษะ เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือแนวปฏิบัติที่ได้รับจากการอบรมไปปรับใช้ในการดำเนินงาน การประกอบอาชีพ การบริหารจัดการ การเรียนการสอน การดำเนินชีวิต หรือการพัฒนาชุมชน จนเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือผลลัพธ์ที่สามารถตรวจสอบหรือแสดงหลักฐานได้

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>
<u>เกณฑ์การนับ</u>
นับเป็น 1 คน เมื่อผู้เข้าอบรมมีการนำความรู้จากการอบรมไปใช้จริงอย่างน้อย 1 ด้าน ดังนี้
1. ประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพหรือสร้างรายได้
2. ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานหรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
3. ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการผลิต
4. ประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร กลุ่ม หรือชุมชน
5. ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนหรือการเรียนรู้
6. ประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว หรือชุมชน
<u>หลักฐานประกอบการนับ</u>
1. แบบติดตามผลหลังการอบรม (Follow-up Survey)
2. แบบประเมินการนำความรู้ไปใช้
3. รายงานผลการประยุกต์ใช้
4. ภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอการดำเนินงาน
5. ผลงาน ผลิตภัณฑ์ หรือผลงานเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น
6.หนังสือรับรองจากหน่วยงาน ชุมชน หรือกลุ่มเป้าหมาย (ถ้ามี)
<u>ระดับการประยุกต์ใช้ (สำหรับการประเมินผลลัพธ์)</u>
เพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีความชัดเจน สามารถแบ่งระดับการประยุกต์ใช้ได้ 3 ระดับ ได้แก่
<table>
<tr><th>ระดับ</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td>ระดับ 1 นำไปใช้</td><td>นำความรู้ไปทดลองใช้หรือปรับใช้ในการทำงานหรือการดำเนินชีวิต</td></tr>
<tr><td>ระดับ 2 เกิดผลลัพธ์</td><td>การนำไปใช้ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัด เช่น ลดต้นทุน เพิ่มรายได้เพิ่มประสิทธิภาพ หรือแก้ไข ปัญหาได้</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				ระดับ 3 ขยายผลนอกจากนำไปใช้แล้ว | สามารถถ่ายทอดหรือขยายผลให้บุคคล กลุ่ม หรือชุมชนอื่นนำไปใช้ต่อได้ สูตรการคำนวณ : ร้อยละของผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ $= \left(\frac{\text{จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้}}{\text{จำนวนผู้เข้าอบรมทั้งหมด}}\right) \times 100$
6	มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น		บาท/ปี	**“มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น” หมายถึง** มูลค่าเป็นตัวเงินของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่เกิดจากการดำเนินโครงการ และสามารถจำหน่ายได้จริงภายในปีงบประมาณที่ดำเนินโครงการ โดยคำนวณจากยอดขายที่เกิดขึ้นจริงในช่วงปีงบประมาณนั้น ไม่รวมยอดสั่งซื้อที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ยอดขายที่ถูกยกเลิก หรือยอดขายที่เกิดขึ้นนอกช่วปีงบประมาณ เกณฑ์การนับ ให้นับเฉพาะยอดขายที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้ 1. เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากโครงการ 2. มีการซื้อขายและได้รับรายได้จริงภายในปีงบประมาณ 3. มีหลักฐานยืนยันการซื้อขาย เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี บันทึกการขาย สมุดบัญชีรายรับ หรือหลักฐานการโอนเงิน 4. สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ สูตรการคำนวณ : มูลค่ายอดขาย = จำนวนหน่วยที่จำหน่ายได้ × ราคาขายต่อหน่วย
7	จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น		ผลิตภัณฑ์	**“จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น” หมายถึง** จำนวนหน่วยของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินโครงการ และสามารถจำหน่ายได้จริงภายในปีงบประมาณที่ดำเนินโครงการ โดยนับจากจำนวนที่มีการส่งมอบสินค้าและได้รับการซื้อขายจริง ไม่รวมสินค้าที่ยังไม่ได้จำหน่าย สินค้าคืน หรือรายการที่ถูกยกเลิก

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				<u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็นจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ เมื่อมีคุณสมบัติครบ ดังนี้ 1. เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อยู่ภายใต้การดำเนินโครงการ 2. มีการซื้อขายและส่งมอบสินค้า หรือให้บริการแล้วภายในปีงบประมาณ 3. มีหลักฐานยืนยันการจำหน่าย เช่น ใบเสร็จรับเงิน บันทึกการขาย หรือหลักฐานการรับชำระเงิน 4. ไม่นับรายการที่ถูกยกเลิกหรือคืนสินค้า <u>สูตรการคำนวณ</u> จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น = ผลรวมของจำนวนหน่วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่ายได้จริงภายในปีงบประมาณ <u>ตัวอย่าง</u> ผ้าครามขายได้ 120 ผืน กาแฟแปรรูปขายได้ 350 ถุง ชาสมุนไพรขายได้ 500 กล่อง ดังนั้น จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ ปีงบประมาณนั้น = 3 ผลิตภัณฑ์/ 970 ชิ้น

P1.2 : Creative Economy : การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นซึ่งหมายรวมถึงการนำประเด็น Soft power มาปรับใช้ด้วย	
3. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอพื้นถิ่นอีสานสู่มาตรฐานสากล (โครงการร่วมมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) (ยุทธศาสตร์ที่ 3)	
ผู้กำกับโปรแกรมหลัก : รองอธิการบดี (ศ.ดร.ทศวรรษ สีตะวัน) **ผู้กำกับโปรแกรมย่อย :** ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา **หน่วยงานที่กำกับโปรแกรมหลัก :** สถาบันวิจัยและพัฒนา **ผู้ดำเนินการ :** ทุกคณะ / สถาบัน	**ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล :** (1 ตุลาคม 2569 - 30 กันยายน 2570)

ตัวชี้วัด : ผลผลิต (Output)

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
1	จำนวนเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่น (ขาวคาดแดง)***	5	เครือข่าย	**“เครือข่าย” (Network) คือ** การเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทากิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน องค์ประกอบสำคัญ (อย่างน้อย 7 ข้อ) ได้แก่ 1. มีการรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (common perception) 2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision) 3. มีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits) 4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholders participation) 5. มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship) 6. มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน (interdependent) 7. มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (interaction) ** กลุ่มเป้าหมาย ≠ เครือข่าย ** วิทยากร ได้รับค่าตอบแทน ≠ เครือข่าย

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
2	จำนวนชุมชนที่ได้รับการพัฒนาให้นำประเด็น Soft Power ท้องถิ่นสู่การยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ขาวคาดแดง)	4	ชุมชน	**“จำนวนชุมชนที่ได้รับการพัฒนาให้นำประเด็น Soft Power ท้องถิ่นสู่การยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์”** หมายถึง จำนวนของชุมชน (เช่น หมู่บ้าน ตำบล หรือกลุ่มชุมชนเฉพาะ) ที่ได้รับการส่งเสริม สนับสนุน หรือพัฒนา ศักยภาพในการนำ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา หรือทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น (ซึ่งถือเป็น Soft Power) มาใช้เป็น เครื่องมือในการยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การสร้างสินค้าเชิงวัฒนธรรม หรือการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้, การส่งเสริมให้ชุมชนจัดเวิร์กช็อปหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อขายนักท่องเที่ยว, การสนับสนุนให้ชุมชนผลิตสื่อสร้างสรรค์จากตำนานท้องถิ่น, การพัฒนาเทศกาลท้องถิ่นให้กลายเป็นแหล่งรายได้ใหม่, การอบรมเยาวชนในพื้นที่ให้ใช้ศิลปวัฒนธรรมเพื่อสร้างแบรนด์สินค้า Soft Power ท้องถิ่น หมายถึง องค์ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี หรือศิลปะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ที่สามารถดึงดูดผู้คนและสร้างมูลค่าโดยไม่ใช้กำลังหรือบังคับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และทรัพย์สินทางปัญญา โดยเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเทคโนโลยี
3	จำนวนวิสาหกิจผ้าทอได้รับการพัฒนา (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	12	กลุ่ม/หมู่บ้าน	**“จำนวนวิสาหกิจผ้าทอได้รับการพัฒนา”** หมายถึง จำนวนของกลุ่มหรือหน่วยธุรกิจที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับผ้าทอ (เช่น กลุ่มทอผ้าชุมชน วิสาหกิจชุมชน โรงงานขนาดเล็ก หรือผู้ประกอบการรายย่อย) ที่ได้รับการส่งเสริม สนับสนุน หรือปรับปรุงให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นในด้านต่างๆ
4	จำนวนวิสาหกิจผ้าทอรายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20	10	กลุ่ม/หมู่บ้าน	**“จำนวนวิสาหกิจผ้าทอรายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20” หมายถึง** จำนวนวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอ กลุ่มทอผ้า หรือผู้ประกอบการด้านผ้าทอที่เข้าร่วมโครงการ และมีรายได้จากการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอในปีงบประมาณหลังเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นจากค่าฐาน (Baseline) ก่อนเข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 โดยสามารถแสดงหลักฐานทางการเงินหรือเอกสารประกอบที่ตรวจสอบได้

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				<u>สูตรการคำนวณการเพิ่มขึ้นของรายได้</u> ร้อยละการเพิ่มขึ้นของรายได้ = [(รายได้หลัง – รายได้ก่อน) ÷ รายได้ก่อน] × 100
5	จำนวนฐานข้อมูลเอกลักษณ์ผ้าทอ อีสาน (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	1	เรื่อง	**"จำนวนฐานข้อมูลเอกลักษณ์ผ้าทออีสาน"** หมายถึง จำนวนชุดข้อมูลหรือระบบที่รวบรวม จัดเก็บ และจัดระเบียบข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของผ้าทอในภูมิภาคอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา อนุรักษ์ พัฒนา หรือส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
6	จำนวนหลักสูตรระยะสั้นพัฒนาผ้าและสิ่งทอ (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	2	หลักสูตร	**"จำนวนหลักสูตรระยะสั้นพัฒนาผ้าและสิ่งทอ"** หมายถึง จำนวนหลักสูตรฝึกอบรมหรือการเรียนการสอนที่มีระยะเวลาสั้น ซึ่งจัดขึ้นเพื่อถ่ายทอดความรู้ ทักษะ หรือเทคนิค ในด้านการพัฒนา ผ้าและสิ่งทอ ครอบคลุมทั้งในด้านการออกแบบ ผลิต การเพิ่มมูลค่า และการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ ชุมชน หรือผู้สนใจทั่วไป เช่น การออกแบบลายผ้าทอร่วมสมัย, การย้อมสีธรรมชาติ, เทคนิคการมัดหมี่/จก/ขิด, การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอเชิงสร้างสรรค์, การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้า, การสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์สำหรับผ้าและสิ่งทอ <u>ลักษณะของ "หลักสูตรระยะสั้น"</u> - มีระยะเวลาเรียนรู้ไม่เกิน 30–90 ชั่วโมง หรือไม่เกิน 3 เดือน - เป็นหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) - มีโครงสร้างเนื้อหาชัดเจน เช่น หัวข้อการเรียนรู้ วัตถุประสงค์ ระยะเวลา และผลลัพธ์ที่คาดหวัง - อาจออกใบรับรอง (Certificate) เมื่อจบหลักสูตร - จัดโดยหน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัย องค์กรพัฒนาเอกชน หรือเอกชน
7	หลักสูตรที่ได้รับมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ (สคช.) (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	1	หลักสูตร	**“หลักสูตรที่ได้รับมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ (สคช.)” หมายถึง** หลักสูตรฝึกอบรม หลักสูตรระยะสั้น หรือหลักสูตรพัฒนาสมรรถนะ ที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง หรือรับรองให้สอดคล้องกับ มาตรฐานอาชีพและมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ ตามหลักเกณฑ์ของ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				(องค์การมหาชน) (สคช.) และได้รับการรับรองหรือขึ้นทะเบียนตามกระบวนการที่ สคช. กำหนด เพื่อใช้ในการพัฒนาสมรรถนะและเตรียมความพร้อมของกำลังคนให้ตรงตามความต้องการของภาคการผลิตและบริการ **<u>เกณฑ์การนับ</u>** นับเป็น 1 หลักสูตร เมื่อมีคุณสมบัติครบ ดังนี้ 1. เป็นหลักสูตรที่พัฒนา ปรับปรุง หรือดำเนินการตามมาตรฐานอาชีพและมาตรฐาน 2. คุณวุฒิวิชาชีพของ สคช. 3. ผ่านการพิจารณาและได้รับการรับรอง หรือขึ้นทะเบียนจาก สคช. ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด 4. มีเอกสารหรือหนังสือรับรองจาก สคช. เป็นหลักฐาน 5. อยู่ในสถานะการรับรองที่มีผลบังคับใช้ ณ วันที่รายงานผล
8	จำนวนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าและสิ่งทอ (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	30	ผลิตภัณฑ์	**"จำนวนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าและสิ่งทอ"** หมายถึง จำนวนของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาหรือออกแบบโดยใช้ผ้าและสิ่งทอเป็นวัสดุหลัก ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นด้าน ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความทันสมัย หรือการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใหม่ เช่น เสื้อผ้าที่ออกแบบจากผ้ามัดหมี่พื้นถิ่นผสมดีไซน์โมเดิร์น, กระเป๋าผ้าทอที่ใช้ลายเฉพาะของแต่ละจังหวัด, โคมไฟ ผ้าม่าน หมอน หรือของตกแต่งบ้านจากผ้าไทย
9	ศูนย์พัฒนาผ้าและสิ่งทอต้นแบบ (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	3	ศูนย์	**"ศูนย์พัฒนาผ้าและสิ่งทอต้นแบบ"** หมายถึง สถานที่หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางในการพัฒนา ออกแบบ และวิจัยนวัตกรรมเกี่ยวกับผ้าและสิ่งทอ โดยเฉพาะในด้าน การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ การถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มคุณค่าและความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอในระดับชุมชน ภูมิภาค หรือประเทศ <u>ลักษณะสำคัญของ “ศูนย์พัฒนาฯ ต้นแบบ” ได้แก่</u> - มี บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ เช่น นักออกแบบ นักวิจัย ช่างฝีมือ - มี เครื่องมือ/อุปกรณ์/เทคโนโลยี สำหรับทดลองหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอ

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				- มีการ ออกแบบต้นแบบ (Prototype) ของผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอ เช่น เสื้อผ้า ของใช้ ของตกแต่ง ฯลฯ - ทำหน้าที่ ถ่ายทอดความรู้หรือฝึกอบรม แก่ชุมชน กลุ่มทอผ้า หรือผู้ประกอบการ เป็นศูนย์ สนับสนุนด้านการพัฒนา มาตรฐาน การตลาด และงานวิจัย <u>ตัวอย่างกิจกรรมของศูนย์ฯ</u> - พัฒนาแบบลายผ้าทอใหม่ - ทดลองวัสดุธรรมชาติหรือย้อมสีธรรมชาติ - พัฒนาเสื้อผ้าหรือของใช้จากผ้าทอ - ถ่ายทอดเทคนิคการทอผ้าหรือการแปรรูปสิ่งทอ - จัดนิทรรศการหรือแสดงผลงานต้นแบบ
10	จำนวนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอ (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	5	นวัตกรรม	**"จำนวนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอ"** หมายถึง จำนวนของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับผ้าและสิ่งทอซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่โดยมีการนำแนวคิด นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้เกิดความ แปลกใหม่ มีคุณค่าเพิ่มขึ้น และตอบโจทย์ผู้ใช้หรือสังคมในมิติใหม่ ทั้งในด้าน การออกแบบ วัสดุ การใช้งาน หรือกระบวนการผลิต <u>ลักษณะของ “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอ” ประกอบด้วย</u> - นวัตกรรมเชิงวัสดุ เช่น สิ่งทอจากเส้นใยธรรมชาติผสมเทคโนโลยีใหม่ (ใยไผ่ เส้นใยข้าว ฯลฯ) - นวัตกรรมเชิงกระบวนการ เช่น การย้อมสีธรรมชาติด้วยเทคนิคสมัยใหม่ที่ประหยัดพลังงาน - นวัตกรรมเชิงออกแบบ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าให้ใช้งานได้หลายฟังก์ชัน (multi-function design) - นวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี เช่น ผ้าอัจฉริยะ (smart textile) ผ้าที่กันน้ำ กันไฟ หรือปรับอุณหภูมิได้ - นวัตกรรมเชิงสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เช่น ผ้ารีไซเคิล ผ้าที่ผลิตโดยกลุ่มเปราะบางในสังคม <u>ตัวอย่างนวัตกรรม</u>

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				- ผ้าย้อมสีจากดอกไม้ที่ติดทนและปลอดสาร - เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยข้าวโพดผสมไหม - หน้ากากผ้าแอนตี้ไวรัสจากเส้นใยธรรมชาติ - กระเป๋าผ้าทอที่สามารถพับเก็บเป็นของตกแต่งได้ - ผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ (upcycling) ที่มีดีไซน์เฉพาะตัว
11	จำนวนเครือข่ายผ้าและสิ่งทออีสาน (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	5	เครือข่าย	**"จำนวนเครือข่ายผ้าและสิ่งทออีสาน"** หมายถึง จำนวนของกลุ่มหรือองค์กรที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายความร่วมมือในด้านผ้าและสิ่งทอในภูมิภาคอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการพัฒนา ยกระดับ ถ่ายทอดองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนทรัพยากร เทคโนโลยี หรือร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บนพื้นฐานของอัตลักษณ์ท้องถิ่น <u>ลักษณะของ "เครือข่ายผ้าและสิ่งทออีสาน" ประกอบด้วย</u> - กลุ่มผู้ทอผ้า วิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มอาชีพในท้องถิ่น - หน่วยงานวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย - หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน ที่ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน หรือร่วมพัฒนา - ดีไซเนอร์ นักออกแบบ นักพัฒนาแบรนด์ ที่เชื่อมโยงกับชุมชนผู้ผลิต - กลุ่มผู้ประกอบการตลาด/ออนไลน์/ส่งออก ที่มีความเกี่ยวข้องกับผ้าและสิ่งทอ - องค์กรกลาง/เครือข่ายระดับจังหวัด/ระดับภูมิภาค ที่ทำหน้าที่ประสานงานหรือกำหนดทิศทางการพัฒนา
12	การยื่นขอคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา/มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (GI / มผช.) (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	5	ผลงาน	**"การยื่นขอคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา/มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (GI / มผช.)"** หมายถึง กระบวนการที่บุคคล กลุ่มวิสาหกิจ หรือองค์กร ยื่นคำขออย่างเป็นทางการต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้รับการ รับรองหรือคุ้มครองผลิตภัณฑ์ผ้าทอในรูปแบบทรัพย์สินทางปัญญาหรือมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในรูปแบบ 1. GI (Geographical Indication): สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				เป็นการคุ้มครองชื่อหรือเอกลักษณ์ของผ้าทอที่มีต้นกำเนิดจากท้องถิ่นเฉพาะถิ่น แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะพิเศษของผ้าทอเกิดจากปัจจัยท้องถิ่น เช่น ภูมิอากาศ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์, ผ้ามัดหมี่ลายแคนแก่นคูณขอนแก่น 2. มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) เป็นการรับรองว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชน มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ครอบคลุมด้านคุณภาพของเส้นใย การทอ ความคงทน สี และความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
13	ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (GI/ มผช./CPOT/นกยุงพระราชทาน/Circular,Green Design)	5	ผลิตภัณฑ์	**“ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (GI/มผช./CPOT/นกยูงพระราชทาน/Circular, Green Design)”** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน การขึ้นทะเบียน หรือการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่มีอำนาจ หรือผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนดในด้านแหล่งกำเนิดคุณภาพ กระบวนการผลิต อัตลักษณ์ การออกแบบ หรือความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้รับการรับรอง (GI/มผช./CPOT/นกยูงพระราชทาน/Circular, Green Design) อย่างน้อย 1 มาตรฐานภายในปีงบประมาณที่รายงานผล <u>ประเภทมาตรฐานที่นับ</u> ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ได้รับมาตรฐานอย่างน้อยหนึ่งประเภท ดังนี้ 1. <u>สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)</u> ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมาย 2. <u>มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)</u> ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ 3. <u>CPOT (Cultural Product of Thailand)</u> ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองหรือคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4. <u>ตรานกยูงพระราชทาน</u> ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับการรับรองและอนุญาตให้ใช้ตรานกยูงพระราชทานตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานที่รับผิดชอบ 5. <u>Circular Design / Green Design</u> ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองหรือผ่านการประเมินด้านการออกแบบที่คำนึงถึงเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานหรือองค์กรที่กำหนด <u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็น 1 ผลิตภัณฑ์ เมื่อมีคุณสมบัติครบ ดังนี้ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่พัฒนาหรือได้รับการส่งเสริมภายใต้โครงการ 2. ได้รับการรับรอง ขึ้นทะเบียน หรือผ่านการประเมินมาตรฐานอย่างน้อย 1 ประเภท 3. มีหลักฐานการรับรองที่สามารถตรวจสอบได้ 4. การรับรองยังมีผลบังคับใช้ ณ วันที่รายงานผล <u>หมายเหตุ</u> : หากผลิตภัณฑ์เดียวได้รับหลายมาตรฐาน (เช่น ได้ทั้ง GI และ มผช.) ให้นับเป็น 1 ผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันการนับซ้ำ
14	คนในชุมชนได้รับการพัฒนาทักษะสมรรถนะด้านผ้าทอ	100	คน	**“คนในชุมชนได้รับการพัฒนาทักษะ สมรรถนะด้านผ้าทอ” หมายถึง** บุคคลในชุมชนเป้าหมายของโครงการ และได้เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับงานผ้าทอ จนมีความรู้ ทักษะ หรือสมรรถนะเพิ่มขึ้นในด้านการผลิต การออกแบบ การย้อมสี การแปรรูป การบริหารจัดการ การตลาด หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่โครงการกำหนด หรือมีหลักฐานแสดงการพัฒนาสมรรถนะที่สามารถตรวจสอบได้ <u>ขอบเขตของทักษะและสมรรถนะด้านผ้าทอ</u> ครอบคลุมการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น - การทอผ้าและเทคนิคการทอ - การออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การย้อมสีธรรมชาติและการเตรียมเส้นใย - การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ - การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - การสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด - การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และดิจิทัล - การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านผ้าทอ

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) <u>หลักฐานประกอบการประเมิน</u> เช่น - รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม - แบบลงทะเบียนและใบลงลายมือชื่อ - แบบทดสอบก่อน–หลังการอบรม (Pre-test / Post-test) - แบบประเมินสมรรถนะหรือทักษะ - หนังสือรับรองหรือวุฒิบัตร - ภาพถ่ายกิจกรรม - ผลงานหรือชิ้นงานที่ผู้เข้าร่วมพัฒนาขึ้น
15	สารสนเทศภูมิปัญญาผ้าทออีสาน	1	เรื่อง	**สารสนเทศภูมิปัญญาผ้าทออีสาน หมายถึง** ชุดข้อมูลหรือฐานข้อมูลที่ผ่านการรวบรวม จัดระบบ วิเคราะห์ และจัดเก็บองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาผ้าทออีสานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถสืบค้น อ้างอิง ถ่ายทอด และนำไปใช้ประโยชน์ในการอนุรักษ์ พัฒนา ต่อยอด และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอยู่ในรูปแบบเอกสาร สิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล ฐานข้อมูลออนไลน์ หรือระบบสารสนเทศที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ <u>องค์ประกอบของสารสนเทศ</u> สารสนเทศภูมิปัญญาผ้าทออีสานอาจประกอบด้วยข้อมูล เช่น - ประวัติและอัตลักษณ์ของผ้าทอในแต่ละพื้นที่ - ลวดลายผ้าทอ ความหมาย และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้อง - เทคนิคการทอ การย้อมสีธรรมชาติ และการเตรียมเส้นใย - วัสดุ อุปกรณ์ และกระบวนการผลิต - ช่างทอผ้า ปราชญ์ชาวบ้าน และแหล่งเรียนรู้ - กลุ่มทอผ้า วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายผู้ผลิต - ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานที่ได้รับ - ข้อมูลด้านการตลาด ช่องทางจำหน่าย และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
				- ภาพถ่าย วิดีโอ แผนที่ หรือสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้อง เกณฑ์การนับ นับเป็น 1 ชุดสารสนเทศ เมื่อมีคุณสมบัติครบ ดังนี้ - มีการรวบรวมและจัดทำข้อมูลอย่างเป็นระบบ - มีการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล - สามารถสืบค้นหรือเข้าถึงข้อมูลได้ในรูปแบบที่กำหนด - สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา วิจัย การเรียนการสอน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการพัฒนาชุมชน
16	การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์และสินค้าผ้าทออีสาน	5	ครั้ง	**“การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์และสินค้าผ้าทออีสาน” หมายถึง** กระบวนการนำผลิตภัณฑ์และสินค้าผ้าทออีสานที่ได้รับการพัฒนาไปทดลองจำหน่ายหรือทดลองนำเสนอแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อประเมินการตอบรับของตลาด ความต้องการของผู้บริโภค ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ราคา บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และโอกาสในการแข่งขัน ก่อนการผลิตหรือจำหน่ายเชิงพาณิชย์ในวงกว้าง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบการทดสอบตลาด การทดสอบตลาดอาจดำเนินการในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายรูปแบบ เช่น - ทดลองจำหน่ายในงานแสดงสินค้า หรืองานมหกรรม - ทดลองจำหน่ายผ่านร้านค้าต้นแบบ - ทดลองจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Marketplace หรือ Social Commerce) - การจัดกิจกรรม Pop-up Store - การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) - การนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มผู้ซื้อ ผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมิน

<table>
<tr><th colspan="5">ตัวชี้วัด : ผลผลิต (Outcome)</th></tr>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td>1</td><td>รายได้กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างน้อย ร้อยละ 10 และต่อเนื่องอย่างน้อย 1 ไตรมาสหลังจบโครงการ (มรภ. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)</td><td>10</td><td>ร้อยละ</td><td>"รายได้กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างน้อยร้อยละ 10" หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของรายได้รวมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/กลุ่มทอผ้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายผ้าทอ ซึ่งมีมูลค่ารวม เพิ่มขึ้นจากฐานรายได้เดิม (ก่อนการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมส่งเสริม) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ภายในระยะเวลาที่กำหนด
<u>วิธีการคำนวณ</u>
$$\text{อัตราการเพิ่มขึ้น } (\%) = \left(\frac{\text{รายได้ใหม่} - \text{รายได้เดิม}}{\text{รายได้เดิม}}\right) \times 100$$
รายได้ใหม่ คือ รายได้หลังจากได้รับการพัฒนา/เข้าร่วมโครงการ
รายได้เดิม คือ รายได้ก่อนการเข้าร่วมโครงการหรือการพัฒนา</td></tr>
<tr><td>2</td><td>ความสุขมวลรวม GVH เพิ่มขึ้นจากเดิม</td><td>50</td><td>ร้อยละ</td><td>"ความสุขมวลรวม GVH เพิ่มขึ้นจากเดิม" หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกของระดับความสุขโดยรวมของชุมชนหรือหมู่บ้าน ซึ่งวัดจากหลายมิติที่สะท้อนคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สุขภาพ จิตใจ และวัฒนธรรม เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ก่อน และ หลังการดำเนินโครงการ/แผนพัฒนา
<u>วิธีการวัดและคำนวณ GVH:</u>
✅ ขั้นตอน 1: สำรวจระดับความสุขในแต่ละมิติ
- ใช้แบบสอบถามที่ให้คะแนนแต่ละมิติ เช่น 1–5
- ให้ประชาชนในชุมชนประเมินตนเองในแต่ละมิติ
✅ ขั้นตอน 2: คำนวณคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ เช่น ในระดับคะแนน 1–5
<table><tr><th>มิติ</th><th>คะแนนเฉลี่ยก่อน</th><th>คะแนนเฉลี่ยหลัง</th></tr><tr><td>รายได้</td><td>2.5</td><td>3.8</td></tr><tr><td>สุขภาพ</td><td>3.0</td><td>4.2</td></tr><tr><td>ความสัมพันธ์</td><td>3.5</td><td>4.0</td></tr><tr><td>...</td><td>...</td><td>...</td></tr></table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>
✅ ขั้นตอน 3: คำนวณคะแนน GVH รวม (เฉลี่ยทุกมิติ)

GVH รวม = ผลรวมคะแนนเฉลี่ยทุกมิติ ÷ จำนวนมิติ

✅ ขั้นตอน 4: คำนวณการเปลี่ยนแปลงของ GVH

GVH เพิ่มขึ้น = GVH หลัง − GVH ก่อน

เปอร์เซ็นต์ GVH เพิ่มขึ้น = [(GVH หลัง − GVH ก่อน) ÷ GVH ก่อน] × 100

ตัวอย่างการคำนวณ:
<table>
<tr><th>มิติ</th><th>ก่อน</th><th>หลัง</th></tr>
<tr><td>รายได้</td><td>2.8</td><td>3.5</td></tr>
<tr><td>สุขภาพ</td><td>3.0</td><td>3.7</td></tr>
<tr><td>ความสัมพันธ์</td><td>3.5</td><td>4.2</td></tr>
<tr><td>สิ่งแวดล้อม</td><td>3.2</td><td>4.0</td></tr>
<tr><td>การมีส่วนร่วม</td><td>2.9</td><td>3.9</td></tr>
</table>

GVH ก่อน = (2.8+3.0+3.5+3.2+2.9) ÷ 5 = 3.08
GVH หลัง = (3.5+3.7+4.2+4.0+3.9) ÷ 5 = 3.86

GVH เพิ่มขึ้น = 3.86 − 3.08 = 0.78
เปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้น = (0.78 ÷ 3.08) × 100 ≈ 25.32%
</td></tr>
</table>

ลำดับ	ตัวชี้วัด	จำนวน	หน่วยวัด	คำอธิบาย
3	จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปเผยแพร่		คน	**“ผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปเผยแพร่” หมายถึง** บุคคลที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา หรือพัฒนาศักยภาพตามโครงการ และได้นำองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ หรือนวัตกรรมที่ได้รับจากการอบรมไปถ่ายทอด เผยแพร่ หรือขยายผลแก่บุคคล กลุ่ม องค์กร หรือชุมชนอื่น ผ่านกิจกรรมหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ และการขยายผลในวงกว้าง โดยสามารถแสดงหลักฐานการดำเนินการได้ <u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็น 1 คน เมื่อผู้เข้าอบรมมีการดำเนินการอย่างน้อย 1 รูปแบบ ดังนี้ 1. เป็นวิทยากรหรือผู้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลหรือกลุ่มเป้าหมาย 2. จัดกิจกรรมอบรม ประชุม หรือเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสาธารณะ เช่น Facebook, YouTube, Line, เว็บไซต์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ 4. ถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในหน่วยงาน ชุมชน โรงเรียน หรือองค์กร 5. ให้คำปรึกษาหรือสาธิตการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้แก่ผู้อื่น
4	จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้		คน	**“ผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้” หมายถึง** บุคคลที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม สัมมนา หรือพัฒนาศักยภาพตามโครงการ และได้นำองค์ความรู้ ทักษะ เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือแนวปฏิบัติที่ได้รับจากการอบรมไปปรับใช้ในการดำเนินงาน การประกอบอาชีพ การบริหารจัดการ การเรียนการสอน การดำเนินชีวิต หรือการพัฒนาชุมชน จนเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือผลลัพธ์ที่สามารถตรวจสอบหรือแสดงหลักฐานได้ <u>เกณฑ์การนับ</u> นับเป็น 1 คน เมื่อผู้เข้าอบรมมีการนำความรู้จากการอบรมไปใช้จริงอย่างน้อย 1 ด้าน ดังนี้ 1. ประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพหรือสร้างรายได้ 2. ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานหรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน 3. ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการผลิต 4. ประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร กลุ่ม หรือชุมชน

<table>
<tr><th>ลำดับ</th><th>ตัวชี้วัด</th><th>จำนวน</th><th>หน่วยวัด</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>
5. ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนหรือการเรียนรู้
6. ประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว หรือชุมชน
<u>หลักฐานประกอบการนับ</u>
1. แบบติดตามผลหลังการอบรม (Follow-up Survey)
2. แบบประเมินการนำความรู้ไปใช้
3. รายงานผลการประยุกต์ใช้
4. ภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอการดำเนินงาน
5. ผลงาน ผลิตภัณฑ์ หรือผลงานเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น
6.หนังสือรับรองจากหน่วยงาน ชุมชน หรือกลุ่มเป้าหมาย (ถ้ามี)
<u>ระดับการประยุกต์ใช้ (สำหรับการประเมินผลลัพธ์)</u>
เพื่อให้การติดตามและประเมินผลมีความชัดเจน สามารถแบ่งระดับการประยุกต์ใช้ได้ 3 ระดับ ได้แก่
<table>
<tr><th>ระดับ</th><th>คำอธิบาย</th></tr>
<tr><td>ระดับ 1 นำไปใช้</td><td>นำความรู้ไปทดลองใช้หรือปรับใช้ในการทำงานหรือการดำเนินชีวิต</td></tr>
<tr><td>ระดับ 2 เกิดผลลัพธ์</td><td>การนำไปใช้ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัด เช่น ลดต้นทุน เพิ่มรายได้เพิ่มประสิทธิภาพ หรือแก้ไข ปัญหาได้</td></tr>
<tr><td>ระดับ 3 ขยายผลนอกจากนำไปใช้แล้ว</td><td>สามารถถ่ายทอดหรือขยายผลให้บุคคล กลุ่ม หรือชุมชนอื่นนำไปใช้ต่อได้</td></tr>
</table>
<u>สูตรการคำนวณ</u> :
$$\text{ร้อยละของผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้} = \left(\frac{\text{จำนวนผู้เข้าอบรมที่นำความรู้ไปประยุกต์ใช้}}{\text{จำนวนผู้เข้าอบรมทั้งหมด}}\right) \times 100$$
</td></tr>
</table>

*****คำนิยามของตัวชี้วัด Output และตัวชี้วัด Outcome สอดคล้องกับแนวทางการประเมินของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**