**โครงการหลักมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**

| **โครงการ** | **ตัวชี้วัด** | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **output** | **outcome** | **impact** |
| **1. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก** | 1. จำนวนแผนงาน/โครงการ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากระดับตำบล จำนวน 190 ตำบล (5 ตำบล : มหาวิทยาลัย)  2. ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการสามารถสร้างนวัตกรรมสังคม (Paradigm shift) ที่มีการยกระดับคุณภาพชีวิต จำนวน 190 นวัตกรรม (5 นวัตกรรม : มหาวิทยาลัย)  3. รายงานผลการประเมินความสุขมวลรวม (GVH) ของครัวเรือน จำนวน 38 รายงาน  4. รายงานการประเมินผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) จำนวน 38 รายงาน | 1. ร้อยละรายได้ของครัวเรือนกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10  2. ร้อยละความสุขมวลรวม (GVH) ของครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการมากกว่าร้อยละ 41 | SROI อย่างน้อย 2.0 |
| **2. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์** | **เชิงปริมาณ**  1. ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากนวัตกรรมองค์ความรู้ และภูมิปัญญาไทย ที่ยกระดับเศรษฐกิจ  ชุมชนฐานราก และขยายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์/จังหวัด  2. อัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์ และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์/จังหวัด  (อัตลักษณ์ของพืชและสัตว์เศรษฐกิจตัวรอง และด้านวัฒนธรรม)  3. คลัสเตอร์พืชหรือสัตว์เศรษฐกิจ ในพื้นที่ให้บริการเพื่อสร้างมูลค่า เพิ่มแบบครบวงจร 1  คลัสเตอร์ ต่อจังหวัด  4. ฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น E-Market place และ RJ 38 ราชภัฎ  5. พัฒนาผลงานวิจัยตีพิมพ์ TCI 2 จำนวน 1 ชิ้น ต่อจังหวัด  **เชิงคุณภาพ**  1. ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการใหม่  2. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถที่ เพิ่มขึ้น  3. ศูนย์การเรียนรู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน  4. มีช่องทางการตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อ Social media  5. ฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น E-Market place และ RJ 38 ราชภัฎ | 1. มหาวิทยาลัยนำองค์ความรู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นสู่มาตรฐาน  2. สร้างภาคีเครือข่ายการดำเนินงานมหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมพลังราชภัฏจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน RJ 38 ราชภัฏ  3. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการพัฒนาศักยภาพของให้มีขีดความสามารถ  ในการแข่งขัน  4. เกิดการรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นคลัสเตอร์พืชหรือสัตว์เศรษฐกิจในพื้นที่ให้  บริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม  5. เกิดความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ให้บริการ  6. ขยายช่องทางการจัดจำ หน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านสื่อออนไลน์ Social media สู่การต่อยอดการบริหารจัดการในชุมชนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศต่างประเทศ | SROI อย่างน้อย 3.0 |
| **3. ศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน** | 1. การบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน จำนวน 38 องค์ความรู้นวัตกรรม  2. ประชาชนในชุมชนที่เข้าร่วมถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรมการพัฒนา จำนวน 3,800 คน | 1. ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมีการตระหนักรู้ด้านการจัดการทรัพยากรในชุมชน ร้อยละ 30  2. นำองค์ความรู้หรือนวัตกรรมไปขยายผลหรือนำไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ 5  3. ศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน จำนวน 38 ศูนย์ | SROI อย่างน้อย 3.0 |
| **4. โครงการยกระดับนวัตกรรมชุมชนด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม** | 1. จำนวนชุมชนในพื้นที่ บริการของมหาวิทยาลัย ที่ได้รับการค้นพบทุนชุมชน หรือโมเดลธุรกิจเพื่อนำ ไปสู่การต่อยอดการพัฒนา ไม่น้อยกว่า 10 พื้นที่ต่อมหาวิทยาลัย  2. จำนวนนวัตกรรมชุมชนที่สามารถนำ ไปใช้ประโยชน์หรือสร้างผลกระทบที่ชัดเจนต่อสังคม/ชุมชน/ท้องถิ่น/องค์กร ไม่น้อยกว่า 190 ชิ้นงาน  (มรภ. ละ 5 ชิ้นงาน) | 1. ร้อยละ 8 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมกระบวนการพัฒนานักศึกษาที่มีทักษะวิศวกรสังคม 4 ประการ ได้แก่ นักคิด นักสื่อสาร นักการประสานงานนวัตกร  2. นักศึกษาวิศวกรสังคม อย่างน้อย 3 กลุ่ม ได้รับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ โดยการบ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) มีรายได้ระหว่างเรียน  3. ชุมชน/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น อย่างน้อยร้อยละ 5 |  |
| **5. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อยกระดับชุมชนสู่สากล** | 1. วิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประชาชนในชุมชนที่เข้ารับการอบรม จำนวน 11,400 คน  2. ประชาชนในชุมชนที่เข้ารับการอบรม นำความรู้ทางภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ 80 | 1. วิสาหกิจและเศรษฐกิจสร้างสรรค์และประชาชนในชุมชนที่ได้รับการยกระดับสู่สากล  2. ประชาชนใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ตลอดชีวิตและประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน  3. ระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของประชาชนในประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ดีขึ้น | SROI อย่างน้อย 5.73 |
| **6. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ 21** | 1.จำนวนเครือข่ายบูรณาการแบบจตุรภาคี (รัฐ เอกชน ชุมชน มหาวิทยาลัย) จำนวน 38 ภาคีเครือข่าย  2.ประชาชนในพื้นที่สามารถนำ ทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น ร้อยละ 20  3. ประชาชนทุกช่วงวัยในชุมชนเป้าหมายได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ร้อยละ 80  4. จำนวนชุมชนที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการศึกษา จำนวน 38 ชุมชน  5. จำนวนผลงาน/องค์ความรู้ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำ ไปประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาเชิงพื้นที่ 38 ผลงาน | 1.จำนวนชุมชนต้นแบบด้านดิจิทัล (Digital Community) 38 ชุมชน  2.ประชาชนในพื้นที่เข้าถึงบริการริภาครัฐได้อย่างเท่าเทียมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20 | SROI อย่างน้อย 2.0 |
| **7. โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็กฯ** | 1.โรงเรียนขนาดเล็ก โรงเรียนในสังกัด  สพฐ. โรงเรียนตชด. และโรงเรียนกอง  ทุนการศึกษาในเขตพื้นที่บริการที่ได้รับ  การยกระดับคุณภาพการศึกษา  2.ครูประจำการทั่วไป บุคลากรทางการ ศึกษาที่เกี่ยวข้อง และศิษย์เก่า ได้รับ การพัฒนาให้มีสมรรถนะการจัดการ เรียนเชิงรุก (active learning) ตาม หลักสูตรฐานสมรรถนะ  3.ครูประจำการทั่วไป บุคลากรทางการ  ศึกษาที่เกี่ยวข้อง และศิษย์เก่า สามารถ  นำความรู้ ความเข้าใจ  ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง และ  พัฒนาผู้เรียน ได้ดียิ่งขึ้น  4.ความพึงพอใจของบุคลากรใน  โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ 3 ด้าน  (ด้านความรู้ ความเข้าใจ และการ  นำไปใช้)  5.คะแนนทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการ ศึกษาของโรงเรียนที่มีคะแนนทดสอบ น้อยที่สุด ร้อยละ 20 ในพื้นที่บริการ ของ มรภ.มีระดับคะแนนทดสอบเพิ่มขึ้น (คะแนน NT) | 1.จำนวนโรงเรียนขนาดเล็ก รร.ในสังกัด สพฐ.รร.ตชด และ รร.กองทุนการศึกษา ในเขตพื้นที่บริการที่เข้าร่วมการยกระดับ คุณภาพการศึกษา จำนวน 10 โรงเรียน  2. ครูประจำการทั่วไป บุคลากรทางการ ศึกษาที่เกี่ยวข้อง และศิษย์เก่า ได้รับการ พัฒนาให้มีสมรรถนะการจัดการเรียน เชิงรุก (active learning) ตามหลักสูตร ฐานสมรรถนะ ร้อยละ 10  3. ครูประจำการทั่วไป บุคลากรทางการ ศึกษาที่เกี่ยวข้อง และศิษย์เก่า สามารถ นำความรู้ ความเข้าใจ ไปใช้ประโยชน์ใน การพัฒนาตนเอง และพัฒนาผู้เรียน ร้อยละ 80  4.ความพึงพอใจของบุคลากรในโรงเรียน ที่เข้าร่วมโครงการ 3 ด้าน (ด้านความรู้ ความเข้าใจ และการ นำไปใช้) ทุกด้าน ไม่ต่ำกว่าระดับ 4.0  5. คะแนนทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของโรงเรียนที่มีคะแนนทดสอบ น้อยที่สุด ร้อยละ 20 ในพื้นที่บริการของ มรภ. มีระดับคะแนนทดสอบ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3 (คะแนน NT) |  |
| **8.โครงการพัฒนาวัตกรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน** | 1.โรงเรียนในเครือข่ายฝึกประสบการณ์  วิชาชีพครู ที่เข้าร่วมพัฒนาการเป็นวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model  2.ผู้บริหาร ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและศิษย์เก่าที่อยู่ในโรงเรียน เครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ได้รับการ re-skill up-skill and new skill ให้เป็นวัตกรทางการศึกษา ตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Mode  3. ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยง และ นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู มีคุณลักษณะของ Strong Teachers | 1.โรงเรียนในเครือข่ายฝึกประสบการณ์  วิชาชีพครู ที่เข้าร่วมพัฒนาการเป็น  นวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐาน  สมรรถนะ PTRU Model ร้อยละ 1002. ผู้บริหาร ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและศิษย์เก่าที่อยู่ในโรงเรียน เครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ได้รับการ re-skill up-skill and new skill ให้เป็น นวัตกรทางการศึกษา ตามสมรรถนะ PTRU Model ร้อยละ 80  3. ครูประจำการและครูพี่เลี้ยง มีคุณลักษณะของ Strong Teachers ร้อยละ 60 |  |
| **9. โครงการ การเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐาน อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น** | **เชิงปริมาณ**  1. จำนวนชุมชน/พื้นที่อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 38 ชุมชน/พื้นที่  2. จำนวนองค์ความรู้อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 38 องค์ความรู้  3.จำนวนผลิตภัณฑ์ Soft Power ที่นำอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้า 380 ผลิตภัณฑ์  4. จำนวนสื่อการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 38 เรื่อง | **เชิงคุณภาพ**  1. ยกระดับชุนชน/พื้นที่พื้นที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือการเรียนรู้ Soft Power ที่มีอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 38 ชุมชน/พื้นที่  2. ร้อยละผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา Soft Power โดยการนำอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าจำหน่ายได้ ร้อยละ 60  3. ช่องทางการใช้สื่อสร้างสรรค์ Soft Power ที่สร้างสรรค์จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เกิดการรับรู้ 2 ช่องทาง | 1.เกิดชุมชนพื้นที่ที่เป็น Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น  2.เพิ่มศักยภาพให้แก่กลุ่มชุมชนในการนำองค์ความรู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการด้วยอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น  3. สร้างความภาคภูมิใจของในชุมชนจากการนำเสนอสื่อการรับรู้ soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น |