

หลักสูตรผู้ประกอบการสร้างสรรค์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองตำบลกุดหมากไฟ
ภายใต้โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มมะม่วงน้ำดอกไม้สีทองตำบลกุดหมากไฟ ด้วยทุนวัฒนธรรม
และเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่ Soft Power ชุมชน

1. ชื่อหลักสูตรระยะสั้น (ไทย/อังกฤษ)

ชื่อภาษาไทย: หลักสูตรผู้ประกอบการสร้างสรรค์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองตำบลกุดหมากไฟ

ชื่อภาษาอังกฤษ: Creative Mango Entrepreneur Program for Kudmakfai Community

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

3. ที่มาของการกำหนดแนวคิดและเหตุผล

ตำบลกุดหมากไฟ อำเภอนองวัวหอ จังหวัดอุดรธานี เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีศักยภาพด้านการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง ซึ่งเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับในด้านรสชาติ ความหอม และลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเป็นสินค้าเกษตรมูลค่าสูง อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ภายใต้โครงการ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบผลสดเป็นหลัก ทำให้เผชิญปัญหาราคาผลผลิตผันผวน รายได้ไม่แน่นอน และขาดอำนาจต่อรองทางการตลาด โดยเฉพาะในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันจำนวนมาก แม้ว่าพื้นที่จะมีศักยภาพด้านวัตถุดิบทางการเกษตร แต่ยังขาดการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการเพิ่มมูลค่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การตลาด และการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเรื่องราววิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการปลูกมะม่วง ยังไม่ได้รับการพัฒนาเป็น “ทุนทางเศรษฐกิจ” อย่างเต็มศักยภาพ

โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มมะม่วงน้ำดอกไม้สีทองตำบลกุดหมากไฟ ด้วยทุนวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่ Soft Power ชุมชน จึงมีเป้าหมายสำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากผ่านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยเน้นการผสมองค์ความรู้ทางธุรกิจ การออกแบบ การสื่อสาร และเทคโนโลยี เข้ากับทุนวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างเชิงอัตลักษณ์ การพัฒนาศักยภาพ “คน” จึงเป็นกลไกหลักของการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ขาดพื้นฐานด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ และการใช้สื่อดิจิทัล หลักสูตรผู้ประกอบการสร้างสรรค์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองจึงถูกออกแบบขึ้นในลักษณะหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree) ที่เน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Experiential Learning) และการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เข้าใจง่าย สอดคล้องกับบริบทผู้เรียน

แนวคิดของหลักสูตรตั้งอยู่บน 3 ฐานสำคัญ ได้แก่ 1) ฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มุ่งใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ชุมชนเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ 2) ฐานผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneurship) มุ่งพัฒนาความสามารถด้านการ

สร้างแบรนด์ และการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน และ 3) ฐาน Soft Power ชุมชน มุ่งพัฒนาเรื่องเล่า (Storytelling) และการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง ให้สามารถแข่งขันในตลาดที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและความยั่งยืน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง

หลักสูตรนี้ยังสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีในการเป็น “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” โดยใช้ศักยภาพของคณะวิทยาการจัดการด้านการตลาด การบริหารธุรกิจ และนิเทศศาสตร์ มาถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม และเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ตลอดจนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ด้านการศึกษาที่มีคุณภาพและการลดความเหลื่อมล้ำ

ดังนั้น หลักสูตรผู้ประกอบการสร้างสรรค์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองตำบลกุดหมากไฟ จึงมีได้เป็นเพียงกิจกรรมอบรมระยะสั้น แต่เป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน สร้างต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และวางรากฐานการพัฒนา Soft Power ชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาว

4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

4.1 เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการตลาดสำหรับมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง

4.2 เพื่อพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องและการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน

4.3 เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมสามารถสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และแนวทางการตลาดที่นำไปใช้ได้จริง

4.4 เพื่อยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power

5. รายละเอียดผลการเรียนรู้

Learning Outcome: LOs	หัวข้อ	สมรรถนะ		
		ด้านความรู้ (Knowledge)	ด้านทักษะ (Skill)	ด้านทัศนคติ (Attitude)
LO: ผู้เรียนสามารถอธิบายหลักการสร้างแบรนด์ และอัตลักษณ์สินค้าเกษตรชุมชน การตลาดออนไลน์ เบื้องต้น การเล่าเรื่องมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง	1. การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์สินค้าเกษตรชุมชน 2. การตลาดออนไลน์	1. เข้าใจความหมายและความสำคัญของแบรนด์ต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน 2. อธิบายองค์ประกอบของ	1. สามารถกำหนดชื่อแบรนด์และออกแบบแนวคิดโลโก้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสินค้ามะม่วงชุมชนได้	1. ตระหนักถึงคุณค่าของทุนวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชนในฐานทรัพยากรสำคัญของการพัฒนาสินค้า

และการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างถูกต้องสามารถออกแบบชื่อแบรนด์และแนวคิดโลโก้ จัดทำบทเล่าเรื่องสินค้า (Story Script) สร้างตัวอย่างโพสต์ขายสินค้า และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างง่ายได้ โดยตระหนักถึงคุณค่าทุนวัฒนธรรมของชุมชนและความเหมาะสมในการสื่อสารกับผู้บริโภค ผลผลิต: ผู้เรียนสามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่ง ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ชุมชน (Creative Community Entrepreneur) โดยมีความรู้พื้นฐานด้านการสร้างแบรนด์ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การเล่าเรื่องสินค้า และการผลิตสื่อดิจิทัล สามารถพัฒนาภาพลักษณ์สินค้า สื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์	เบื้องต้นสำหรับสินค้าชุมชน 3. กลยุทธ์การเล่าเรื่องสินค้าเพื่อสร้าง Soft Power 4. การผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์สินค้าได้แก่ ชื่อแบรนด์ โลโก้ ภาพลักษณ์ และเรื่องราวของสินค้าได้ 3. เข้าใจหลักการพื้นฐานของการตลาดออนไลน์และช่องทางการสื่อสารสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 4. อธิบายหลักการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ชุมชนได้ 5. เข้าใจหลักการพื้นฐานของการผลิตสื่อดิจิทัล เช่น การออกแบบสารการถ่ายภาพ การถ่ายวิดีโอ และการเผยแพร่สื่อ 6. เข้าใจข้อควรระวังด้านจริยธรรม ความเหมาะสม และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในการสื่อสารสินค้าชุมชนผ่านสื่อออนไลน์	2. สามารถวิเคราะห์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์และนำไปใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์สินค้าได้ 3. สามารถจัดทำตัวอย่างโพสต์ขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 4. สามารถค้นหา คัดเลือก และเรียบเรียงเรื่องราวของมะม่วงน้ำดอกไม้สีทองให้อยู่ในรูปแบบ Story Script ได้ 5. สามารถถ่ายภาพหรือวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์สินค้าได้ 6. สามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลอย่างง่าย เช่น ภาพนิ่งพร้อมข้อความ หรือคลิปสั้นสำหรับเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ได้ 7. แสดงทักษะการสื่อสาร การ	2. มีความมั่นใจในการสื่อสารเรื่องราวและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง 3. เปิดกว้างต่อการเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ในการสื่อสารการตลาดและการใช้สื่อดิจิทัล 4. มีความรับผิดชอบต่อข้อมูลและข้อความที่ใช้ในการเผยแพร่สินค้า 5. มีจิตสำนึกด้านจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์และการสื่อสารกับผู้บริโภค 6. มีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาตนเองและการทำงานร่วมกันเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน
---	--	--	--	--

ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้ในระดับเบื้องต้น			แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการทำงาน ร่วมกับผู้อื่นใน กิจกรรมเชิง ปฏิบัติการได้	
---	--	--	---	--

ตารางแสดงความเชื่อมโยงผลการเรียนรู้ สมรรถนะ และบทบาทที่คาดหวังของผู้ผ่านการอบรม

Learning Outcome	Competency Focus	Position
สามารถสร้างแบรนด์และกำหนดอัตลักษณ์ สินค้าได้	Branding & Identity	ผู้พัฒนาแบรนด์ชุมชน
สามารถสื่อสารสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้ อย่างเหมาะสม	Online Marketing Communication	ผู้ประกอบการชุมชน ด้านการตลาด ออนไลน์
สามารถออกแบบและเขียนเรื่องเล่าสินค้าที่ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้	Storytelling for Community Product	นักสื่อสารอัตลักษณ์ ชุมชน
สามารถผลิตสื่อดิจิทัลเบื้องต้นเพื่อ ประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนได้	Digital Content Production	ผู้ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ชุมชน

6. หัวข้อวิชา

รหัส	หัวข้อวิชา	วิธีการสอน	จำนวนชั่วโมง		การวัดผลงาน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ	
CE101	การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ สินค้าเกษตรชุมชน	บรรยาย/ Workshop	2	2	ชื่อแบรนด์และแนวคิด โลโก้
CE102	การตลาดออนไลน์เบื้องต้น	บรรยาย/ Workshop	1	3	ตัวอย่างโพสต์ขาย สินค้า
CE201	กลยุทธ์การเล่าเรื่องมะม่วง	บรรยาย/ Workshop	2	2	Story Script
CE202	การผลิตสื่อดิจิทัล	บรรยาย/ Workshop	1	3	คลิปหรือภาพ ประชาสัมพันธ์

7. เนื้อหาวิชา

CE101	การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์สินค้าเกษตรชุมชน	บรรยาย 2 ชม. ปฏิบัติ 2 ชม.
วัตถุประสงค์รายวิชา 1. เพื่อให้เข้าใจความสำคัญของแบรนด์ต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน 2. เพื่อให้สามารถกำหนดจุดเด่นและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มะม่วงได้ 3. เพื่อให้สามารถออกแบบชื่อแบรนด์และแนวคิดภาพลักษณ์สินค้าได้		
คำอธิบายรายวิชา ศึกษาหลักการสร้างแบรนด์สำหรับสินค้าชุมชน วิเคราะห์จุดเด่นของมะม่วงน้ำดอกไม้สีทองและทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์สินค้า ฝึกปฏิบัติตั้งชื่อแบรนด์ ออกแบบแนวคิดภาพลักษณ์ และกำหนดตำแหน่งสินค้าในตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างและความน่าเชื่อถือ		
CE102	การตลาดออนไลน์เบื้องต้นสำหรับสินค้าชุมชน	บรรยาย 1 ชม. ปฏิบัติ 3 ชม.
วัตถุประสงค์รายวิชา 1. เพื่อให้เข้าใจหลักการพื้นฐานของการขายสินค้าออนไลน์ 2. เพื่อให้สามารถสร้างเนื้อหาและสื่อสารสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ 3. เพื่อให้ตระหนักถึงความปลอดภัย กฎหมาย และจริยธรรมในการขายออนไลน์		
คำอธิบายรายวิชา ศึกษาการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการชุมชน เรียนรู้การถ่ายภาพสินค้า การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างง่าย ฝึกปฏิบัติสร้างตัวอย่างโพสต์ขายสินค้า พร้อมเรียนรู้ข้อควรระวังด้านกฎหมายและความปลอดภัย เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจอย่างยั่งยืน		
CE201	กลยุทธ์การเล่าเรื่องมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง	บรรยาย 2 ชม. ปฏิบัติ 2 ชม.
วัตถุประสงค์รายวิชา 1. เพื่อให้เข้าใจหลักการและองค์ประกอบของการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน 2. เพื่อให้สามารถค้นหา วิเคราะห์ และคัดเลือกเรื่องราวจากทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และประสบการณ์การปลูกมะม่วงได้ 3. เพื่อให้สามารถออกแบบโครงเรื่อง (Story Structure) และกำหนดสารสำคัญ (Core Message) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้ 4. เพื่อให้สามารถจัดทำบทเล่าเรื่องสินค้า (Story Script) ที่พร้อมนำไปใช้ในการสื่อสารการตลาดได้		

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาหลักการและกลยุทธ์การเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนและผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง วิเคราะห์องค์ประกอบของเรื่องเล่าที่ดี เช่น บุคคล สถานที่ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง ฝึกปฏิบัติค้นหาเรื่องราวจากประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการ ออกแบบโครงเรื่อง และจัดทำบทเล่าเรื่องสินค้าเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้าง Soft Power และเพิ่มมูลค่าเชิงวัฒนธรรมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน

CE202 การผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์มะม่วงชุมชน

บรรยาย 1 ชม. ปฏิบัติ 3 ชม.

วัตถุประสงค์รายวิชา

1. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจหลักการพื้นฐานของการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบสาร (Message Design) ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้
3. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถถ่ายภาพหรือวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อเล่าเรื่องสินค้าได้
4. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเบื้องต้นและเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมและมีจริยธรรม

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาหลักการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนผ่านสื่อดิจิทัลในบริบทของผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง เรียนรู้การออกแบบสาร การจัดองค์ประกอบภาพ การถ่ายภาพและวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ การจัดลำดับภาพเพื่อเล่าเรื่อง และการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ฝึกปฏิบัติผลิตสื่อดิจิทัลสั้น ๆ ที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและจุดเด่นของสินค้า โดยคำนึงถึงจริยธรรมและความเหมาะสมต่อชุมชน

8. กลุ่มเป้าหมายของหลักสูตร

- 8.1 เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงน้ำดอกไม้สีทองตำบลลูกุดหมากไฟ
- 8.2 วิสาหกิจชุมชน/กลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตร
- 8.3 ผู้นำชุมชนและผู้สนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

9. จำนวนผู้เข้าอบรม

ไม่เกิน 50 คน ต่อรุ่น

10. สถานที่จัดกิจกรรม

ตำบลลูกุดหมากไฟ อำเภอนองวัวขอ จังหวัดอุดรธานี หรือสถานที่ที่เหมาะสมในพื้นที่โดยความร่วมมือของผู้นำชุมชน

11. เงื่อนไขคุณสมบัติของผู้สมัคร

- 11.1 เป็นเกษตรกร สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือผู้สนใจในพื้นที่
- 11.2 มีความสนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงหรือการตลาดชุมชน
- 11.3 สามารถเข้าร่วมกิจกรรมครบตามระยะเวลาหลักสูตร

12. การสำเร็จหลักสูตร

ผู้เข้าอบรมต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

- 12.1 เข้าร่วมอบรมไม่น้อยกว่า 80% ของระยะเวลาทั้งหมด
- 12.2 ส่งผลงานครบตามที่กำหนด

เมื่อผ่านเกณฑ์ผู้เข้าอบรมจะได้รับเกียรติบัตรของหลักสูตร รับรองโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

13. ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- | | |
|--|---------------------|
| 13.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนา ดุลยพัชร | ประธานกรรมการ |
| 13.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกฤต ปิติพัฒน์ | รองประธานกรรมการ |
| 13.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย | กรรมการ |
| 13.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพระนันท์ คำบอนพิทักษ์ | กรรมการ |
| 13.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชุนา มูลศรี | กรรมการ |
| 13.6 ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท | กรรมการ |
| 13.7 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธำปณี เพ็งสุข | กรรมการ |
| 13.8 อาจารย์กมลทิพย์ ชูประทีป | กรรมการ |
| 13.9 อาจารย์สุวัฒนา ตีวงศ์ | กรรมการ |
| 13.10 อาจารย์สุชีรา สนิททรัพย์ | กรรมการ |
| 13.11 อาจารย์คมกริช สนิทชน | กรรมการ |
| 13.12 อาจารย์อนุศักดิ์ รัตนกนกกาญจน์ | กรรมการ |
| 13.13 อาจารย์เสาวนีย์ สิทธิโชติ | กรรมการ |
| 13.14 อาจารย์ชาย วรวงศ์เทพ | กรรมการ |
| 13.15 อาจารย์บุญยณัฐ สุทธิอาจ | กรรมการ |
| 13.16 ดร.ศักรินทร์ วังคะฮาด | กรรมการและเลขานุการ |