



แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ ๔ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๕)
(ปรับปรุง ๑๒ ม.ค. ๖๔)





พันธกิจ

ระยะ 4 ปี

(พ.ศ.2562—2565)

พันธกิจ



1

ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา
ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา



2

บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม
แก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้าง
ประโยชน์แก่ส่วนรวม



3

บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล
ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
เพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



วัฒนธรรมองค์กร

“คงคุณค่าความสง่างามแห่งมรดกวัฒนธรรมล้านนา”

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



การวิเคราะห์องค์กร

SWOT Analysis

วิเคราะห์องค์กร SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)

มีพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณ
ล้านนา สันทרพย์มรดกทาง
วัฒนธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้
และท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต
สร้างบรรยากาศล้านนา
สร้างสรรค์ในรั้ว มข. มีพื้นที่ที่
มีอากาศปลอดโปร่ง ถ่ายเท
(ยกเว้นในสถานการณ์
มลภาวะอากาศ ค่า PM2.5)

S1

ผู้บริหารและบุคลากรมี
ความรู้และความ
เชี่ยวชาญด้าน
ศิลปวัฒนธรรม บุคลากรที่
เกี่ยวข้องสามารถใช้
เทคโนโลยีในการเผยแพร่
องค์ความรู้ที่สอดคล้องกับ
ภาวะโควิด-19

S2

มีเครือข่ายศิลปวัฒนธรรม
ร่วมกับหน่วยงาน องค์กร
และชุมชนทั้งในระดับ
ท้องถิ่น ชาติ และ
นานาชาติ มีความพร้อมที่
จะให้ความร่วมมือใน
สถานการณ์ฉุกเฉิน

S3

มีการดำเนินงานด้าน
ทำนุบำรุง
ศิลปวัฒนธรรม และการ
บริการวิชาการแก่สังคม
และชุมชนอย่างต่อเนื่อง

S4

มีการดำเนินงานด้าน
ทำนุบำรุง
ศิลปวัฒนธรรม และการ
บริการวิชาการแก่สังคม
และชุมชนอย่างต่อเนื่อง

S4

วิเคราะห์องค์กร SWOT Analysis

จุดอ่อน (Weaknesses)

เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหา
ผลกำไร จึงมีรายได้ไม่
เพียงพอกับค่าใช้จ่าย

W1

บุคลากรสำนักฯ ส่วน
ใหญ่ยังขาดทักษะการใช้
ภาษาต่างประเทศ
ระดับสูง

W2

บุคลากรในฝ่ายส่งเสริม
ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็น
หน่วยงานที่ดำเนินงาน
ตามพันธกิจหลักของ
สำนักฯ มีจำนวนน้อย
เทียบกับภารกิจของ
สำนักฯ

W3

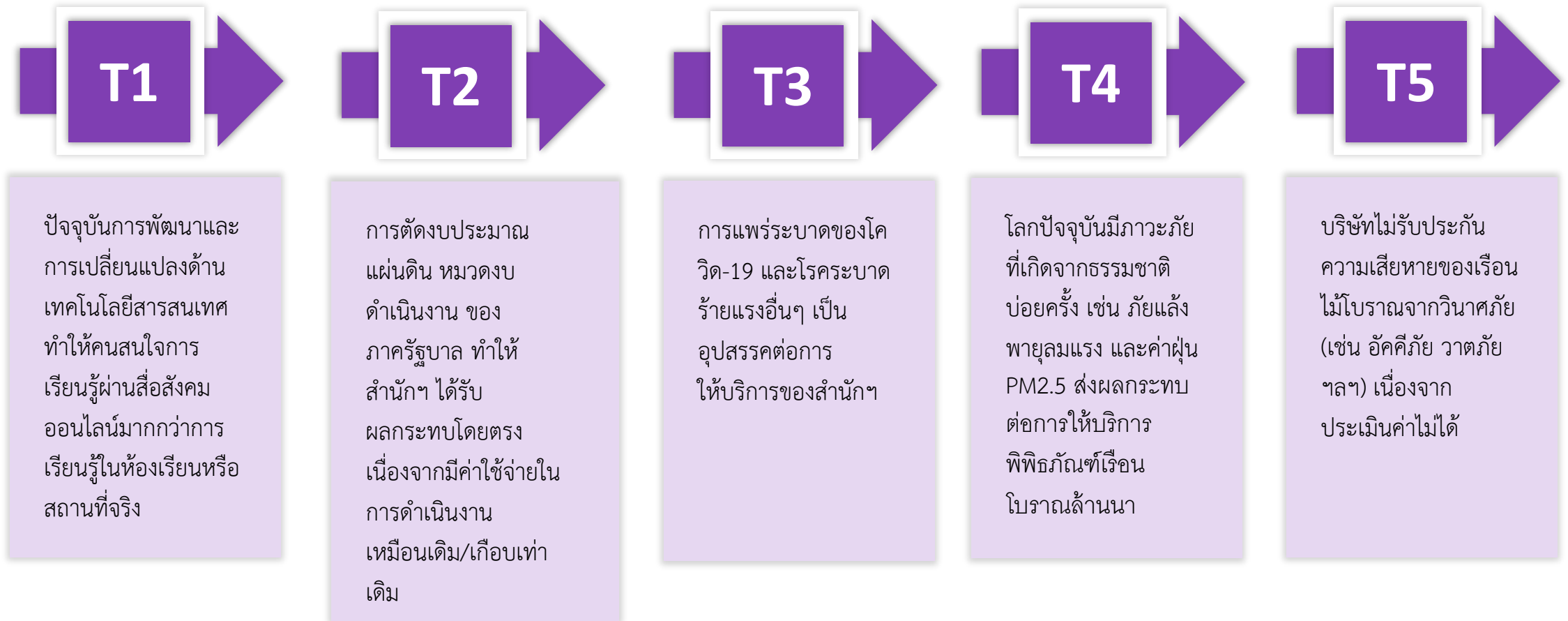
วิเคราะห์องค์กร SWOT Analysis

โอกาส (Opportunities)



วิเคราะห์องค์กร SWOT Analysis

อุปสรรค (Threat)



ความท้าทายเชิงกลยุทธ์
ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์
และโอกาสเชิงกลยุทธ์



Strategic Challenge SC1

Strategic Advantages SA1

Strategic Opportunity SO1

ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ และโอกาสเชิงกลยุทธ์

ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Challenge)

มีหลายส่วนงานที่ดำเนินงานด้านศิลปวัฒนธรรม และนำเสนอ
โครงการเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณทำให้ สัดส่วนในการ
ได้รับการจัดสรรงบประมาณมีแนวโน้มลดลง ผลักดันให้เกิดการสร้างงาน
เชิงบูรณาการ

ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Advantages)

มีพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาอายุกว่า 100 ปี สันทิพย์อัน
ทรงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมล้านนา ในบริเวณพื้นที่ ประมาณ 9 ไร่

โอกาสเชิงกลยุทธ์ (Strategic Opportunity)

ยุทธศาสตร์เชิงรุกที่ 3 ล้านนาสร้างสรรค์ ของ มช. ทำให้เสนอ
งบประมาณดำเนินงานด้านล้านนาสร้างสรรค์ได้ตรงเป้าประสงค์

ความสอดคล้องระหว่าง

แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

กับ

ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการศึกษา
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560 -
2564)



ความสอดคล้อง

แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565) กับ แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

01	01	02	02
Chiang Mai University	The Center for Promotion of Arts and Culture	Chiang Mai University	The Center for Promotion of Arts and Culture
ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามแผนพัฒนาการศึกษา มข. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)	ยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม	ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามแผนพัฒนาการศึกษา มข. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)	ยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 3 (เชิงรุก) : ล้าंनाสร้างสรรค์ เป็นผู้นำในการพัฒนาองค์ความรู้ ล้าंनाและการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างจิตวิญญาณประจำถิ่น	ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณ์ท์เรือนโบราณล้าंनाกลางแจ้งเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้าंना เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และอย่างยั่งยืน	ยุทธศาสตร์ที่ 6 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการที่เกิดประโยชน์แก่สังคม พันธกิจที่ 4 ทำนุบำรุงและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

ความสอดคล้อง

แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561 – 2565) กับ

แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)

03

03

Chiang Mai University

The Center for
Promotion of Arts and
Culture

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามแผนพัฒนาการศึกษา มช. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)	ยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 7 : แสวงหา รายได้เพื่อการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 8 : บริหาร จัดการเชิงบูรณาการ	ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลัก ธรรมาภิบาล ตามแนวทาง ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม





วิทยาลัยสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม



พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง
เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

CMU Lanna Traditional House Open-Air Museum
aims to be a learning resource of Lanna's cultural way of life
for a sustainable and creative society.

พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง
เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา
เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน



ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก)

ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา
กลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม
ล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน



ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ)

บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและ
สังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม



ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน)

บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลัก
ธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
เพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม





เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์
Strategic Goals



เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์

Strategic Goals

แผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก)

ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน



เป้าประสงค์ 1.1

ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

เป้าประสงค์ 1.2

สร้างการรับรู้ Visibility ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์

Strategic Goals

แผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ)

บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและ
สังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม



เป้าประสงค์ 2.1

บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมให้แก่ชุมชนและสังคม
เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์

Strategic Goals

แผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน)

บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตาม
แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความ
ยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์
3
สนับสนุน

เป้าประสงค์ 3.1

บริหารงานและจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มี
ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยยึดหลักธรรมาภิบาลและ
แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก)

ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

เป้าประสงค์ 1.1 ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน





กลยุทธ์ Strategy

พัฒนาพิพิธภัณฑ์ฯ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิตด้านวัฒนธรรมล้านนาให้คง
อัตลักษณ์อย่างมีคุณค่าและโดดเด่น



แผนงาน Work plan

แผนพัฒนาพิพิธภัณฑ์ฯ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิตด้านวัฒนธรรมล้านนา

แผนพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาระบบดิจิทัล



โครงการ/กิจกรรม

Projects/Activities (2562-2565)

- โครงการการเรียนรู้หมู่บ้านล้านนาสร้างสรรค์ “พิพิธภัณฑ์มีชีวิต วิถีชีวิตล้านนา” - แอ่วเฮือน เยือนผญา
- โครงการ “ลานทัศนศิลป์ถิ่นล้านนา”
- โครงการเรือนทรงอาณานิคม พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา แหล่งการเรียนรู้ผ่านนวัตกรรมสร้างสรรค์ (โครงการบูรณาการปีงบประมาณ 63-64)
- จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณ และวิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนาผ่านสื่อดิจิทัล
- โครงการ The Ambassadors Fund for Cultural Preservation (AFCP) 2019 การอนุรักษ์เรือนโบราณล้านนา (US Embassy 2019-2020)

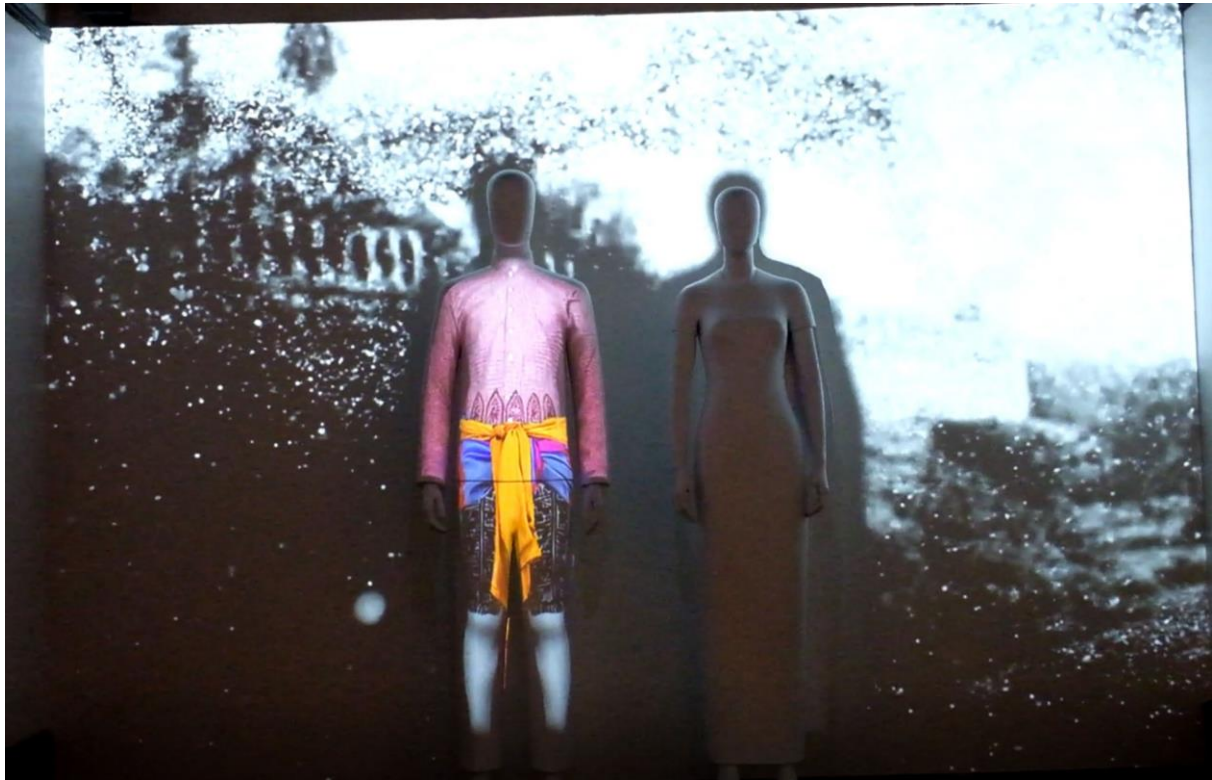


ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก)

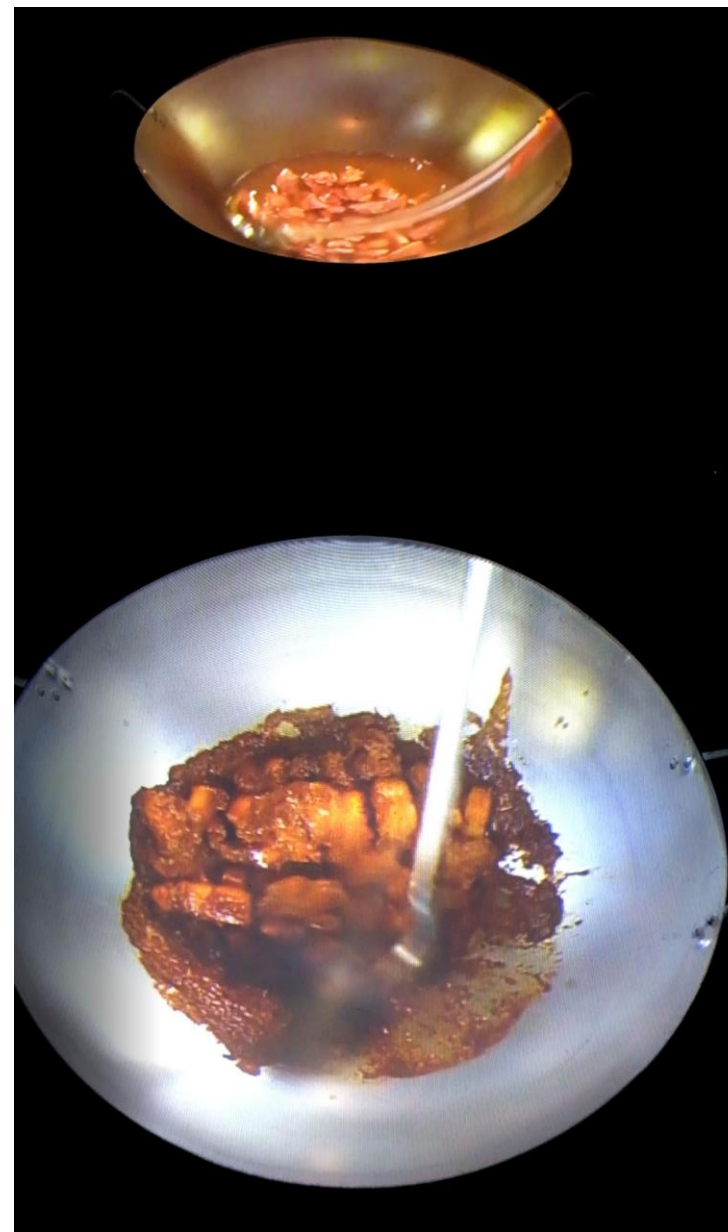
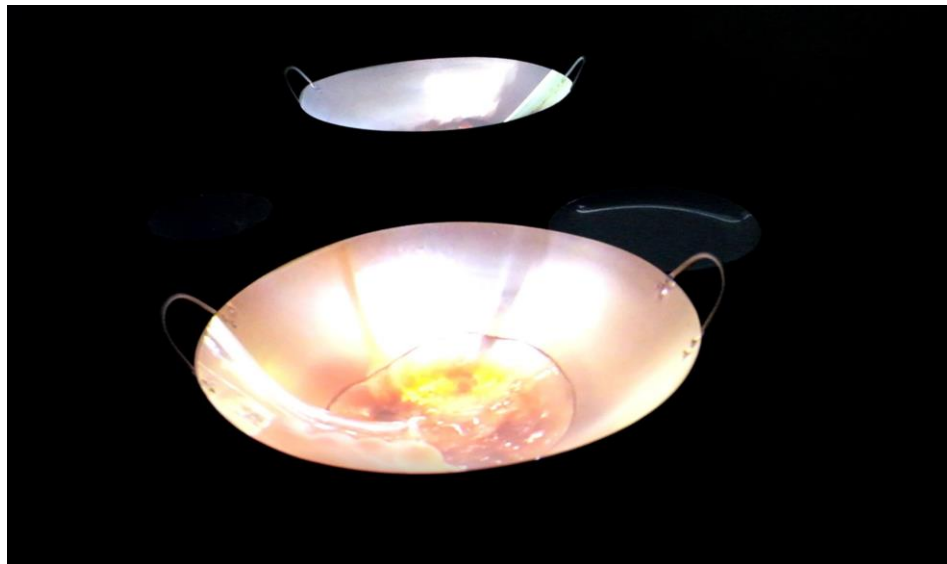
โครงการเรือนทรงอาณานิคม พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา แหล่งการเรียนรู้ผ่านนวัตกรรมสร้างสรรค์
(โครงการบูรณาการปีงบประมาณ 63-64)

เป้าประสงค์ที่ 1.1 ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน

โครงการเรือนทรงอาณานิคม พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา แหล่งการเรียนรู้ผ่านนวัตกรรมสร้างสรรค์
(โครงการบูรณาการ ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 63-64)



โครงการเรือนทรงอาณานิคม พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา แหล่งการเรียนรู้ผ่านนวัตกรรมสร้างสรรค์
(โครงการบูรณาการ ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 63-64)





กลยุทธ์

Strategy

พัฒนาพิพิธภัณฑ์ฯ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มี
ชีวิตด้านวัฒนธรรมล้านนาให้คงอัตลักษณ์
อย่างมีคุณค่าและโดดเด่น

.

แผนงาน

Work plan

แผนสร้างความร่วมมือกับเครือข่าย
พิพิธภัณฑ์ และเครือข่าย
ศิลปวัฒนธรรม ทั้งในระดับท้องถิ่น
ชาติ และนานาชาติ

โครงการ/กิจกรรม

Projects/ Activities 2562-2565

โครงการบูรณาการความร่วมมือร่วมกับเครือข่ายด้านศิลปวัฒนธรรม และ
เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ต่างๆในประเทศ

โครงการจัดประชุมสัมมนาด้านล้านนาศึกษา กับเครือข่ายสำนักศิลปวัฒนธรรม



ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก)

ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา
เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

เป้าประสงค์ที่ 1.2 สร้างการรับรู้ (VISIBILITY) ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.



กลยุทธ์ Strategy

ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ฯเชิงรุก

พัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์ ของสำนักฯ
และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา

แผนงาน Work plan

แผนประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ฯเชิงรุก

การสร้างBranding

แผนการสำรวจด้านการรับรู้
ภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณ
ล้านนา

โครงการ/กิจกรรม Projects/Activities 2562-2565

กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

พัฒนาเว็บไซต์สำนักฯและพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณฯ

การสำรวจความต้องการของลูกค้า Open House (Museum)

โครงการสำรวจ “การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา สำนัก
ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ของบุคลากรและนักศึกษา มช.”





พิพิธภัณฑ์เรือน
โบราณล้านนา มช.
Lanna Traditional
House Museum
CMU

หน้าหลัก

โพสต์

รีวิว

วิดีโอ

รูปภาพ

เกี่ยวกับ

ชุมชน

ข้อมูลและโฆษณา

สร้างเพจ

28 กุมภาพันธ์ เวลา 09:42 น.



พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.
28 กุมภาพันธ์ เวลา 09:41 น.

เอื้องคำ เอื้องผึ้ง ดอกเอื้องงามปีใหม่เมือง

ในยามคืนเห็นตฤตุที่สภาพอากาศร้อนอบอ้าวยามนี้ กลับมีดอกเอื้องสีเหลืองทองผลิดอกออกช่อให้ได้ชมชมอย่างงดงามท....
ดูเพิ่มเติม

เกี่ยวกับ

ดูทั้งหมด



ถนน ปรานี ซอย 1
เทศบาลนครเชียงใหม่ 50200
ขอทราบเส้นทาง

053 943 624

ส่งข้อความ

art-culture.cmu.ac.th/gallery.php?gal_ty

บริการชุมชน

เวลาทำการ: 08:30 - 16:30

เปิดอยู่ในขณะนี้

แนะนำการแก้ไข

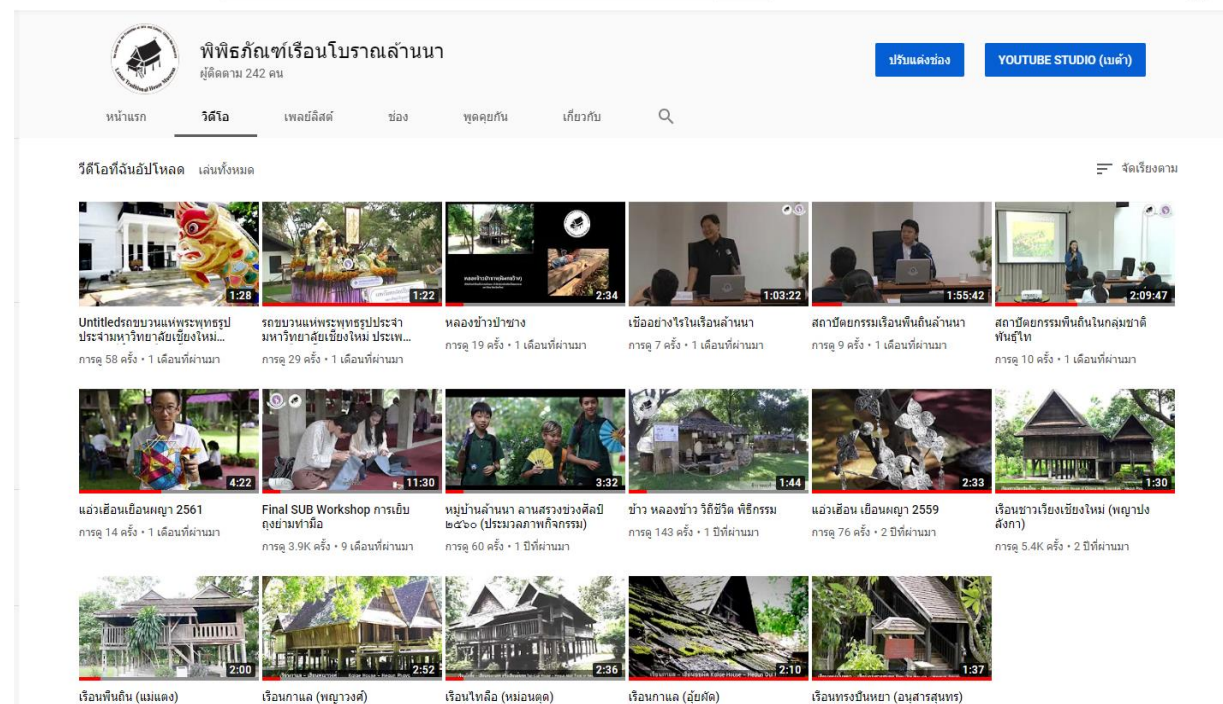
เพจที่เกี่ยวข้อง

พิพิธภัณฑ์เรือนล้านนา...
Sai Lon Sein ถูกใจสิ่งนี้
หน่วยงานราชการ

ถูกใจ

โรงเรียนสอนศิลปะ...
Wanida Chueakumfu...
การศึกษา

ถูกใจ



ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) เป้าประสงค์ 1.2 Visibility

พัฒนาเว็บไซต์สำนักฯ และจัดทำเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์

สื่อออนไลน์ความรู้ด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม และเรือนล้านนาลุ่มแม่น้ำปิง

เป้าประสงค์ที่ 1.2 สร้างการรับรู้ (VISIBILITY) ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

ตัวชี้วัดของเป้าประสงค์ที่ 1.1 – 1.2 (จำนวน 7 ตัวชี้วัด)

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
1.1.1	จำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	คน	9,000	10,000	12,000	13,000	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ชุติมา
1.1.2	ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่กลุ่มศึกษาดูงานและผู้เข้าชมได้รับความรู้ด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	ร้อยละ	80	80	80	80	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ชุติมา-ฐานันท์
1.1.3	ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการจัดการความร่วมมือกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมกับเครือข่ายด้านศิลปวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นชาติ และนานาชาติ	ร้อยละ	80	80	80	80	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ฐานันท์-ชุติมา ปริญญ์-วาสนา
1.1.4	จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. จากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ	บาท	-	3,000,000	3,500,000	4,000,000	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ฐานันท์-ชุติมา ปริญญ์-วาสนา
1.2.1	ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน	ร้อยละ	-	80	85	85	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการ	ปริญญ์-วาสนา
1.2.2	ร้อยละของประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	ร้อยละ	80	85	90	90	งานบริการฯ	วาสนา
1.2.3	จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	คน	1,000	5,000	6,000	7,000	งานบริการฯ งานบริหารฯ ฝ่ายส่งเสริมฯ	วาสนา- นนทกานต์- ปริญญ์



ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ)

บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้าง
ประโยชน์แก่ส่วนรวม

เป้าประสงค์ที่ 2.1 บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมให้แก่ชุมชนและสังคม
เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม



กลยุทธ์ Strategy

ให้บริการวิชาการ
ด้านอบรมหลักสูตรระยะสั้นด้าน
ภูมิปัญญาศิลปะ และวัฒนธรรมให้แก่
ชุมชนและสังคม



แผนงาน Work Plan

แผนการจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้น
ด้านภูมิปัญญาล้านนา วิถีชีวิตและ
วัฒนธรรม

การเป็นวิทยากร/ที่ปรึกษา ให้
หน่วยงานภายนอก



โครงการ/กิจกรรม Projects/Activities 2562-2565

- หลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นด้านภูมิปัญญาล้านนา วิถีชีวิตและวัฒนธรรม
- การอบรมหัตถศิลป์พื้นถิ่นล้านนา ภายใต้โครงการลานหัตถศิลป์ถิ่นล้านนา ของสำนักส่งเสริมฯ
- โครงการ Chiang Mai City of Crafts 2019 บูรณาการกับสถาบันวิจัยสังคม มช.
- โครงการอบรมผู้ประกอบการพิธีกรรมแบบล้านนา
- โครงการกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมสำหรับหน่วยงาน/องค์กร/ นักศึกษานานาชาติ



ตัวชี้วัดของเป้าประสงค์ที่ 2.1
(จำนวน 5 ตัวชี้วัด)

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
2.1.1	จำนวนหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	หลักสูตร	6	9	12	15	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์- ปรียาลักษณ์
2.1.2	จำนวนครั้งที่จัดหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	ครั้ง	6	9	12	15	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์- ปรียาลักษณ์
2.1.3	จำนวนผู้รับบริการเข้าอบรมหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	คน	150	200	250	300	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์- ปรียาลักษณ์
2.1.4	ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ต่อได้	ร้อยละ	80	80	85	85	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์- ฐานิย์
2.1.5	ร้อยละของการนำความรู้จากการบริการวิชาการของสำนักฯ ไปใช้ ประโยชน์/สืบสาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน/สังคม	ร้อยละ	80	80	80	80	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐานิย์- สุพรรณ



ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ที่ 3.1 บริหารงานและจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่าง

จำกัดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยยึดหลักธรรมาภิบาลและแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

01

กลยุทธ์ Strategy

พัฒนาส่วนงานตามเกณฑ์
CMU-EdPEx 2562-2565
(ยุทธวิธีการบริหารและพัฒนา
งาน)

.

02

แผนงาน Work Plan

แผนประกันคุณภาพตามเกณฑ์ CMU-
EdPEx
แผนบริหารความเสี่ยง และควบคุม
ภายใน
แผนจัดการความรู้ (KM)
แผนพัฒนาบุคลากรและ
การสร้างองค์กรแห่งความสุข

03

โครงการ/กิจกรรม Projects/Activities 2562-2565

- โครงการพัฒนาองค์กรโดยใช้ระบบการประกันคุณภาพตาม
เกณฑ์แนวทาง CMU-EdPEx
- กิจกรรมบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในสำนักฯ
- กิจกรรมการจัดการความรู้ (KM) สำนักฯ
- โครงการมอบรางวัลบุคลากรดีเด่น
- โครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข (Heart/ Soul/
Body/ Money)
- โครงการพัฒนาบุคลากรประจำปี

กลยุทธ์ Strategy

สร้างรายได้จากทรัพยากรที่มี
อยู่อย่างจำกัดให้เกิด
ประสิทธิภาพและประสิทธิผล
สูงสุด

ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
และพลังงานภายในสำนักฯ

แผนงาน Work Plan

แผนการสร้างรายได้ของสำนักฯ

แผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน
ของสำนักฯ

โครงการ/กิจกรรม Projects/Activities 2562-2565

- จัดเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ
- จัดเก็บค่าบำรุงสถานที่
- รายได้จากการจัดพิมพ์หนังสือพิพิธภัณฑ์และองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรม
- โครงการสนับสนุนจากแหล่งทุนต่างๆ
- โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน
- โครงการจัดกิจกรรม 5 ส.



ตัวชี้วัดของเป้าประสงค์ที่ 3.1
(จำนวน 6 ตัวชี้วัด)

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
3.1.1	ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx200)	แบนด์	2	2	3	3	งานบริการฯ	สันต์ทัศน์
3.1.2	การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)	ระดับคะแนน	80	85	90	90	งานบริหารฯ	ปัทมา
3.1.3	ร้อยละของบุคลากรสำนักฯ ที่มีความพึงพอใจและความสุขในโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข	ร้อยละ	80	85	90	90	งานบริหารฯ	ชนาภา-วนิดา
3.1.4	จำนวนเงินรายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ เงินสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และรายได้แหล่งอื่นๆ	บาท	1,100,000	1,250,000	1,400,000	1,550,000	งานบริหารฯ	ชนาภา
3.1.5	ร้อยละของการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าเทียบกับปีที่ผ่านมา	ร้อยละ	5	5	5	5	งานบริหารฯ	กิตติพันธ์
3.1.6	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมปรับปรุงหรือพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมภายในส่วนงาน	ร้อยละ	-	80	85	90	งานบริหารฯ	กิตติพันธ์



จบการนำเสนอ

Thank you

