



แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565)

ปรับปรุงตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหารประจำสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
ครั้งที่ 1/2565
ในวันที่ 21 มกราคม 2565

แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565)

ปณิธาน (Resolution)

ปณิธานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกในส่วนภูมิภาค จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐและเจตนารมณ์ของประชาชนในภาคเหนือ ให้เป็นศูนย์กลางทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง เพื่ออำนวยประโยชน์แก่ท้องถิ่นและประเทศชาติโดยรวม

มหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นแหล่งสะสม ค้นคว้า วิจัย และถ่ายทอดความรู้ตามหลักแห่งเสรีภาพทางวิชาการ โดยยึดมั่นในสัจธรรมและคุณธรรม เพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ การประยุกต์เผยแพร่ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

บัณฑิตแห่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่พึงฝึกฝนในการฝึกฝนตน เป็นผู้รู้จริง คิดเป็น ปฏิบัติได้ สามารถครองตน ครองคน ครองงาน ด้วยมโนธรรมและจิตสำนึกต่อสังคม

ปณิธานสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางที่มีชีวิตชีวาของกิจกรรมทางด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ในระดับท้องถิ่น ชาติ และนานาชาติ

วิสัยทัศน์ (Vision)

วิสัยทัศน์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยชั้นนำที่รับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิสัยทัศน์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา 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.

พันธกิจ (Missions)

พันธกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1. ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง
2. ทำการวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการและเกิดประโยชน์แก่สังคมเป็นส่วนรวม
3. บริการทางวิชาการแก่สังคม
4. ทำนุบำรุงและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พันธกิจสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม :

1. ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา
2. บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม
3. บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ค่านิยม (Values) และวัฒนธรรมองค์กร



วัฒนธรรมองค์กร : ประพฤติตนตามค่านิยม “CPAC”
วิเคราะห์องค์กร (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)	S-1 มีพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา สันทิพย์มรดกทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตสร้างบรรยากาศล้านนาสร้างสรรค์ในรั้ว มข. มีพื้นที่ที่มีอากาศปลอดโปร่ง ถ่ายเท (ยกเว้นในสถานการณ์มลภาวะอากาศ ค่า PM2.5)
	S-2 ผู้บริหารและบุคลากรมีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม บุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่องค์ความรู้ที่สอดคล้องกับภาวะโควิด-19
	S-3 มีเครือข่ายศิลปวัฒนธรรมร่วมกับหน่วยงาน องค์กรและชุมชนทั้งในระดับท้องถิ่น ชาติ และนานาชาติ มีความพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในสถานการณ์ฉุกเฉิน
	S-4 มีการดำเนินงานด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง
	S-5 สำนักฯ ไม่มีการเรียนการสอนและนักศึกษา รวมทั้งสถานที่ทำงานเหมาะสมกับจำนวนบุคลากร ทำให้สภาพแวดล้อมไม่แออัด สามารถควบคุมการเว้นระยะห่างทางสังคมได้ง่าย
จุดอ่อน (Weaknesses)	W-1 เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร จึงมีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย
	W-2 บุคลากรสำนักฯ ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศระดับสูง
	W-3 บุคลากรในฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานตามพันธกิจหลักของสำนักฯ มีจำนวนน้อยเทียบกับภารกิจของสำนักฯ
โอกาส (Opportunities)	O-1 สามารถจัดทำแผนยุทธศาสตร์สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษา มข. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2562 – 2565) ย.3 (เชิงรุก) : ล้านนาสร้างสรรค์
	O-2 สามารถขยายขอบข่ายงานด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมร่วมกับเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
	O-3 สามารถประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาการทำงานด้านศิลปวัฒนธรรมให้ขยายขอบเขตในวงกว้างมากยิ่งขึ้น
อุปสรรค (Threat)	T-1 ปัจจุบันการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้คนสนใจการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียนหรือสถานที่จริง
	T-2 การตัดงบประมาณแผ่นดิน หมดงบประมาณ ของภาครัฐบาล ทำให้สำนักฯ ได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเหมือนเดิม/เกือบเท่าเดิม
	T-3 การแพร่ระบาดของโควิด-19 และโรคระบาดร้ายแรงอื่นๆ เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการของสำนักฯ อาทิเช่น - จำนวนผู้รับบริการจากพิพิธภัณฑ์ลดน้อยลง ทั้งการเข้าเยี่ยมชม การศึกษาดูงาน และการเข้าสถานที่ - การจัดประชุม/อบรม/สัมมนา ตามปกติในห้องประชุมไม่สามารถทำได้ และจำเป็นต้องดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ - การปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงานตามปกติไม่สามารถทำได้ในช่วงระบาดของโควิด-19 - รายได้จากการให้บริการของส่วนงานลดลง เช่น ค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ค่าจำหน่ายสินค้า ค่าเช่าพื้นที่ และค่าลงทะเบียนประชุม/อบรม/สัมมนาทางวิชาการ
	T-4 โลกปัจจุบันมีภาวะภัยที่เกิดจากธรรมชาติบ่อยครั้ง เช่น ภัยแล้ง พายุรุนแรง และค่าฝุ่น PM2.5 ส่งผลกระทบต่อการให้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา
	T-5 บริษัทไม่รับประกันความเสียหายของเรือนไม้โบราณจากวินาศภัย (เช่น อัคคีภัย วาตภัย ฯลฯ) เนื่องจากประเมินค่าไม่ได้

วิเคราะห์บริบทเชิงกลยุทธ์ (Strategic Contexts)

ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Challenge)	SC-1	มีหลายส่วนงานที่ดำเนินงานด้านศิลปวัฒนธรรม และนำเสนอโครงการเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณทำให้สัดส่วนในการได้รับการจัดสรรงบประมาณมีแนวโน้มลดลง ผลักดันให้เกิดการสร้างงานเชิงบูรณาการ
ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Advantages)	SA-1	มีพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาอายุกว่า 100 ปี สันททรัพย์อันทรงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมล้านนา ในบริเวณพื้นที่ประมาณ 9 ไร่
	SA-2	ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของ มช.
โอกาสเชิงกลยุทธ์ (Strategic Opportunity)	SOp-1	ย.3 ล้านนาสร้างสรรค์ ของ มช. ทำให้เสนองบประมาณดำเนินงานด้านล้านนาสร้างสรรค์ได้ตรงเป้าประสงค์

ประเด็นยุทธศาสตร์สำนักฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก)	ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ)	บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม
ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน)	บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างแผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)
กับแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2562 - 2565)

01	01	02	02	03	03
CMU	The Center for Promotion of Arts and Culture	CMU	The Center for Promotion of Arts and Culture	CMU	The Center for Promotion of Arts and Culture
ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ตามแผนพัฒนา การศึกษา มข. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2562 - 2565)	ยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565)	ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ตามแผนพัฒนา การศึกษา มข. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2562 - 2565)	ยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565)	ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ตามแผนพัฒนา การศึกษา มข. ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2562 - 2565)	ยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565)
ยุทธศาสตร์ที่ 3 (เชิงรุก) : ล้าหน้าสร้างสรรค์ เป็นผู้นำในการพัฒนาองค์ ความรู้ล้ำนาและการสร้าง นวัตกรรมเพื่อสร้างจิต วิญญาณประจำถิ่น	ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือน โบราณล้านนากลางแจ้ง เป็น แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคม ที่สร้างสรรค์และยั่งยืน	ยุทธศาสตร์ที่ 6 (พันธกิจ) : บริการวิชาการที่เกิด ประโยชน์แก่สังคม พันธกิจที่ 4 ทำนุบำรุงและส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม และ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธ กิจ) : บริการวิชาการด้าน ศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชน และสังคม เพื่อสร้าง ประโยชน์แก่ส่วนรวม	ยุทธศาสตร์ที่ 7 : แสวงหา รายได้เพื่อการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 8 : บริหาร จัดการเชิงบูรณาการ	ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการ ที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความ ยั่งยืน และอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

เป้าประสงค์ที่ 1.1

ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	เป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
1.1.1	จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	คน	9,000	10,000	12,000	13,000	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ชุติมา ฐานันท์
1.1.2	จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์	คน	-	-	-	50,000	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ปริญญ์ลักษณ์
1.1.3	ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่กลุ่มศึกษาดูงานและผู้เข้าชมได้รับความรู้ด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	ร้อยละ	80	80	80	90	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ชุติมา ฐานันท์
1.1.4	ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน/เครือข่ายศิลปวัฒนธรรม	ร้อยละ	80	80	80	90	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ฐานันท์ ชุติมา ปริญญ์ลักษณ์ วาสนา
1.1.5	จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ	บาท	-	3,000,000	3,500,000	4,000,000	งานบริหารฯ	ชนาภา

กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

เป้าประสงค์ 1.1 ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
พัฒนาพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิตด้านวัฒนธรรมล้านนาให้คงอัตลักษณ์อย่างมีคุณค่าและโดดเด่น	แผนพัฒนาพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิตด้านวัฒนธรรมล้านนา	1.1.1 โครงการพิพิธภัณฑ์มีชีวิต วิถีชีวิตล้านนา "แอ่วเฮือนเยือนผญา" 1.1.2 โครงการจัดงานเสวนา "รู้ลึมหิมรส" อาหารแอฟริกัน อเมริกันและล้านนา 1.1.3 โครงการ Water Festival 2019 เทศกาลวิถีน้ำ วิถีไทย ครั้งที่ 5 1.1.4 การจัดฝึกปฏิบัติ (Workshop) งานหัตถกรรมล้านนาตามความต้องการของสถาบันการศึกษา/หน่วยงาน/ชุมชน/เครือข่ายชาวต่างชาติ 1.1.5 กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมให้กับนักศึกษาจาก The National University of Malaysia ประเทศมาเลเซีย	1.1.1 โครงการพิพิธภัณฑ์มีชีวิต การเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา (แอ่วเฮือน เยือนผญา) 1.1.2 โครงการ Conservation of Traditional Lanna Architecture in Chiang Mai (AFCP) ระยะที่ 1 ▪ กิจกรรมการศึกษาเยี่ยมชม การซ่อมแซมเรือน ▪ กิจกรรมการบรรยาย “สล่าทอล์ก” 1.1.3 การจัดฝึกปฏิบัติ (Workshop) งานหัตถกรรมล้านนาตามความต้องการของสถาบันการศึกษา/หน่วยงาน/ชุมชน/เครือข่าย/ชาวต่างชาติ (ปริญญาลักษณ์)	1.1.1 โครงการ Conservation of Traditional Lanna Architecture in Chiang Mai (AFCP) ระยะที่ 2 ▪ กิจกรรมการศึกษาเยี่ยมชม การซ่อมแซมเรือน ▪ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ “งานเชิงช่าง สลาล้านนา” 1.1.2 โครงการปรับปรุงนิทรรศการเครื่องมือเครื่องใช้บนเรือนไทลื้อ (สุขธรรม) 1.1.3 การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) งานหัตถกรรมล้านนาตามความต้องการของสถาบันการศึกษา/หน่วยงาน/ชุมชน/เครือข่ายชาวต่างชาติ (ปริญญาลักษณ์)	1.1.1 โครงการพิพิธภัณฑ์มีชีวิต การเรียนรู้วิถีชีวิตล้านนา "ผ้าและเทศกาลชาติพันธุ์" ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 2564 (ชุติมา) 1.1.2 กิจกรรมเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาผ่าน สื่อออนไลน์ (ปริญญาลักษณ์)

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
		1.1.6 การจัดบรรยายให้ความรู้แก่นักศึกษา Nanyang University	1.1.4 จัดกิจกรรมอบรมการขึ้นดินทำโคลม วาดภาพบนพัด และทำขนมล้านนาสำหรับนักศึกษาชาวญี่ปุ่น (Momoyama Gakuin University) 1.1.5 โครงการเปิดเรือนผ้าไหม (ฐานปิ่น) ▪ พิธีทำบุญเรือนผ้าไหม ▪ จัดแสดงนิทรรศการผลงานภาพถ่ายทลายทเรือนผ้าไหม ▪ เสวนาเล่าขานตำนานเรือนผ้าไหม	1.1.4 โครงการเปิดบ้านป่าคิ้ว (ฐานปิ่น) ▪ พิธีเปิดนิทรรศการสื่อนวัตกรรมฯ ▪ กิจกรรมเสวนากับทายาทเรือน	
	แผนพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ระบบดิจิทัล		1.1.6 จัดทำฐานข้อมูลการซ่อมแซมเรือนโบราณล้านนา ในโครงการ Conservation of Traditional Lanna Architecture in Chiang Mai (AFCP) ระยะที่ 1 1.1.7 การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อ	1.1.5 จัดทำฐานข้อมูลการซ่อมแซมเรือนโบราณล้านนา ในโครงการ Conservation of Traditional Lanna Architecture in Chiang Mai (AFCP) ระยะที่ 2 1.1.6 โครงการ Lanna Virtual Museum 360 (นันทกานต์)	1.1.3 โครงการ Lanna Virtual Museum 360 พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง ภายในตัวเรือน (นันทกานต์) 1.1.4 การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ (YouTube) (ต่อพงษ์)

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
			ออนไลน์ (องค์ประกอบและความเชื่อเกี่ยวกับของเรื่อนล้านนา) (สนั่น, ต่อพงษ์) 1.1.8 การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมล้านนา ผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook page, Website) (ปริยาลักษณ์)	1.1.7 การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ (YouTube) (ต่อพงษ์) 1.1.8 การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมล้านนาผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook page, Website) (ปริยาลักษณ์) 1.1.9 โครงการจัดทำสารานุกรมองค์ประกอบของเรื่อนพื้นถิ่นล้านนาแบบออนไลน์ (ฐานข้อมูลบนเว็บไซต์ พิพิธภัณฑ์ฯ) (ฐานปณีย์, ชุตินา)	1.1.5 การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมล้านนาผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook page, เว็บไซต์สำนักฯ) (ปริยาลักษณ์) 1.1.6 โครงการ Virtual Reality ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 2564 ร่วมกับ ITSC (ฐานปณีย์)
	แผนสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์และเครือข่ายศิลปวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่น ชาติและนานาชาติ			1.1.10 โครงการสร้างฐานเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ (แม่ข่าย สมส.)	1.1.7 ส่งเสริมแนวทางด้านการอนุรักษ์และบริหารจัดการเรื่อนโบราณร่วมกับชุมชนในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ (ฐานปณีย์)

เป้าประสงค์ที่ 1.2

สร้างการรับรู้ Visibility ต่อพิพิธภัณฑสถานเรือนโบราณล้านนา มช.

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	เป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
1.2.1	ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน	ร้อยละ	80	80	85	90	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการ	ปริญลักษณ์ วาสนา
1.2.2	ร้อยละของประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑสถานเรือนโบราณล้านนา มช.	ร้อยละ	-	85	85	90	งานบริการฯ	วาสนา

กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

เป้าประสงค์ 1.2 สร้างการรับรู้ Visibility ต่อพหิพธิภณัฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบ 2562	ปีงบ 2563	ปีงบ 2564	ปีงบ 2565
ประชาสัมพันธ์ พหิพธิภณัฑ์เชียงรุ๊ก	แผนประชาสัมพันธ์ พหิพธิภณัฑ์เชียงรุ๊ก	1.2.1 จัดทำป้ายทางหลวง พหิพธิภณัฑ์เรือนโบราณล้านนา (วาสนา) 1.2.2 จัดทำป้ายโครงเหล็ก พหิพธิภณัฑ์เรือนโบราณล้านนา (วาสนา) 1.2.3 ประชาสัมพันธ์พหิพธิภณัฑ์ เรือนโบราณล้านนาผ่าน ขส. มช. (วาสนา)	1.2.1 เสนอชื่อรับรางวัล Museum Thailand Awards 2020 (วาสนา) 1.2.2 กิจกรรมสร้างการรับรู้ผ่าน การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ชาวไทยและต่างชาติ <u>คลิปสั้น</u> (วาสนา) 1.2.3 กิจกรรมขยายฐานการรับรู้ โดยแลกเปลี่ยนลิงค์เว็บไซต์ พหิพธิภณัฑ์ฯ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ (วาสนา)	1.2.1 เสนอชื่อเข้ารับรางวัล Museum Thailand Awards 2021 (วาสนา) 1.2.2 การเสนอชื่อเข้ารับรางวัล Thailand Tourism Awards 2021 (วาสนา) 1.2.3 กิจกรรมสร้างการรับรู้ผ่าน การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ชาวไทยและต่างชาติ <u>คลิปสั้น</u> (วาสนา)	1.2.1 เสนอชื่อเข้ารับรางวัล Museum Thailand Awards 2022 (วาสนา) 1.2.2 เสนอชื่อเข้ารับรางวัล Thailand Tourism Awards 2022 (วาสนา) 1.2.3 เสนอชื่อเข้ารับรางวัลอนุรักษ์ ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี 2565 (ฐานันันย์, ชุติมา)
	การสร้าง Branding	-	1.2.4 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์พหิพธิภณัฑ์เป็น แหล่งเรียนรู้ด้าน ศิลปวัฒนธรรมล้านนา 1.2.5 การประชาสัมพันธ์หลักสูตร แบบเจาะกลุ่มลูกค้า (สถาบันการศึกษา/	1.2.4 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์พหิพธิภณัฑ์เป็น แหล่งเรียนรู้ด้าน ศิลปวัฒนธรรมล้านนา (วาสนา) 1.2.5 การประชาสัมพันธ์หลักสูตร แบบเจาะกลุ่มลูกค้า:	1.2.4 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์พหิพธิภณัฑ์เป็น แหล่งเรียนรู้ด้าน ศิลปวัฒนธรรมล้านนา (วาสนา) 1.2.5 การประชาสัมพันธ์หลักสูตร แบบเจาะกลุ่มลูกค้า:

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
			ชาวต่างชาติ/หน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน) 1.2.6 ประชาสัมพันธ์การจัด กิจกรรมแหล่งเรียนรู้เพื่อ บรรจุในโปรแกรมการอบรม เครือข่าย 1.2.7 กิจกรรมนักศึกษาและ อาคันตุกะแลกเปลี่ยนของแต่ละ คณะภายใน มช.	สถาบันการศึกษา ชาวต่างชาติ หน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน (ปรียาลักษณ์, วาสนา) 1.2.6 ประชาสัมพันธ์การจัด กิจกรรมแหล่งเรียนรู้เพื่อ บรรจุในโปรแกรมการอบรม เครือข่าย	สถาบันการศึกษา ชาวต่างชาติ หน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน (ปรียาลักษณ์, วาสนา)
พัฒนาการสื่อสาร ภาพลักษณ์ของสำนักฯ และพิพิธภัณฑ์เรือน โบราณล้านนา มช.	แผนการสำรวจด้านการ รับรู้ภาพลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณ ล้านนา มช.	-	1.2.8 การรวบรวมข้อมูลเพื่อ วิเคราะห์พฤติกรรมและความ ต้องการของลูกค้าจากการ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ (ปรียาลักษณ์)	1.2.7 การรวบรวมข้อมูลเพื่อ วิเคราะห์พฤติกรรมและความ ต้องการของลูกค้าจากการ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ (ปรียาลักษณ์)	1.2.6 การรวบรวมข้อมูลเพื่อ วิเคราะห์พฤติกรรมและความ ต้องการของลูกค้าจากการ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ (ปรียาลักษณ์)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 (พันธกิจ) : บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

เป้าประสงค์ที่ 2.1

บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมให้แกชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	เป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
2.1.1	จำนวนหลักสูตรอบรมระยะสั้น/Course online/Webinar/กระบวนวิชาเรียนร่วม	หลักสูตร	6	9	15	20	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์ ปรียาลักษณ์
2.1.2	จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน	ชิ้นงาน	-	1	2	3	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐาปนีย์
2.1.3	จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้นตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่	คน	-	1	2	3	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐาปนีย์
2.1.4	ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้	ร้อยละ	80	80	85	85	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์ ฐาปนีย์

กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

ตามเป้าประสงค์ 2.1 บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมให้แก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
ให้บริการวิชาการด้าน อบรมหลักสูตรระยะสั้น ด้านภูมิปัญญาศิลปะ และวัฒนธรรมให้แก่ ชุมชนและสังคม	แผนการจัดอบรม หลักสูตรระยะสั้นด้าน ภูมิปัญญาล้านนา วิถี ชีวิตและวัฒนธรรม	2.1.1 โครงการอนุรักษ์และสืบสาน ประเพณีล้านนา (3 ครั้ง) ดังนี้ ▪ การอบรมเกี่ยวกับ วัฒนธรรมการกิน (อาหาร ล้านนา) ในฤดูหนาว ▪ การอบรมเกี่ยวกับ วัฒนธรรมการกิน (อาหาร ล้านนา) ในฤดูร้อน ▪ การอบรมเกี่ยวกับ วัฒนธรรมการกิน (อาหาร ล้านนา) ในฤดูฝน	2.1.1 โครงการฝึกอบรมระยะสั้น ด้านหัตถศิลป์และวัฒนธรรม ล้านนาสร้างสรรค์ (9 หลักสูตร) ดังนี้ ▪ เจิมมือเปล่า ▪ อาหารล้านนา (แกง) ▪ อาหารล้านนา (ปิ้ง-แอ็บ- หลาม) ▪ อาหารล้านนา (ตำ-ยำ-ส้ม) ▪ การจักสานใบตาล ▪ การวาดภาพสีน้ำภูมิทัศน์ และเรือนโบราณล้านนา ▪ ทำของที่ระลึกจากการเย็บ ผ้าด้วยมือ ▪ การสานสาน ▪ การทำเทียนในพิธีกรรม	2.1.1 โครงการอบรมระยะสั้น วัฒนธรรมอาหารล้านนาสู่ สากล: งบ ย.3 ล้านนา สร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 64-65 (ต่อ พงษ์, ปริยาลักษณ์) จำนวน 6 หลักสูตร ดังนี้ ▪ อาหารตามฤดูกาล ▪ อาหารตามประเพณี ▪ อาหารเนื่องในโอกาสสำคัญ ▪ อาหารเป็นยา ▪ อาหารแปรรูป ▪ อาหารว่างพื้นถิ่นล้านนา 2.1.2 โครงการพิพิธภัณฑ์มีชีวิต การเรียนรู้วิถีชีวิตล้านนา "ผ้า และเทศกาลชาติพันธุ์" (การ จัดทำคลิปวีดิทัศน์การอบรม เชิงปฏิบัติการ) : งบ ย.3	

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
			2.1.2 โครงการอบรมหลักสูตรระยะสั้น “อักษรธรรมล้านนาเบื้องต้น”	ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 64-65 (ชุดใหม่) จำนวน 6 เรื่อง ▪ การปกคลุมลายบนหน้าหมอนของชาวไทเขิน ▪ การเย็บถุงย่ามและตกแต่งลวดลาย โดยการปักของชาวไทลื้อ ▪ ผ้าห่อคัมภีร์ชาวไทยอง ▪ ตุ้มขี้เหล็กชาวไทยวน ▪ การทำพู่ประดับของชาวไทใหญ่ ▪ การย้อมผ้าสีธรรมชาติของชาวลัวะ 2.1.3 โครงการสอนอักษรธรรมล้านนาผ่านสื่อออนไลน์: งบประมาณ 3 ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 64-65 (ชุดใหม่)	
ให้บริการวิชาการตามความต้องการของชุมชน/สังคม	แผนงานด้านองค์ความรู้ตามความต้องการของชุมชน(สื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร การจัดบรรยายของสำนัก)	2.1.2 โครงการเสวนาวิชาการ เรื่อง "เจ้าแผ่นดินน่าน : งานศพเจ้าไท เจ้าแผ่นดินองค์สุดท้ายของสิบสองปันนา" (ร่วมกับคณะสังคมศาสตร์ มช.)	2.1.3 โครงการจัดทำประวัติวัดแช่ช้าง ตำบลแช่ช้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 2.1.4 โครงการจัดพิมพ์วารสารร่วมพยอม ปีที่ 22 (ฉบับนี้)	2.1.3 โครงการจัดพิมพ์วารสารร่วมพยอม ปีที่ 23 (ฉบับนี้) 2.1.4 โครงการจัดทำหนังสือพิพิธภัณฑสถานโบราณล้านนา	2.1.1 โครงการจัดพิมพ์วารสารร่วมพยอมปีที่ 24 (ฉบับนี้) 2.1.2 โครงการบริการวิชาการแก่ชุมชน (ฉบับนี้)

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
		2.1.3 โครงการฝึกอบรมการวิจัย มานุษยวิทยาพัฒนาและ ล้านนาศึกษา 2.1.4 โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง "แต่งหย่องผ้างามตาม จาริต" 2.1.5 โครงการอบรมความรู้ สถาปัตยกรรมเรือนพื้นถิ่น ล้านนา	2.1.5 โครงการวิจัยการสำรวจและ รวบรวมองค์ความรู้จากสกล่า ล้านนาในการบูรณะเรือน โบราณล้านนา เพื่อการจัดทำ ฐานข้อมูลแหล่งศึกษาการ อนุรักษ์เรือนฯ ของพิพิธภัณฑ์ เรือนโบราณล้านนา สำนัก ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มช. (ฐานปณีย์)	มช. (เรือนโบราณลุ่มแม่น้ำ ปิง) (ฐานปณีย์) 2.1.5 โครงการส่งเสริมอาชีพการปัก ผ้าริบบิ้น ต.หลวงเหนือ อ.ดอย สะเกต จ.เชียงใหม่ (ฐานปณีย์)	2.1.3 โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 2565 (3 ผลิตภัณฑ์ และ 3 ผู้ประกอบการ) (ฐานปณีย์) 2.1.4 โครงการร่วมจัดการ วัฒนธรรมชุมชน เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้เศรษฐกิจชุมชน (ฐานปณีย์)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ที่ 3.1

บริหารงานและจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยยึดหลักธรรมาภิบาลและแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ตัวชี้วัด		หน่วยนับ	เป้าหมาย				หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
			2562	2563	2564	2565		
3.1.1	ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (CMU-EdPEX)	Band	2	2	3	3	งานบริหารฯ	สันต์ทัศน์
3.1.2	ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน	ร้อยละ	-	-	-	100	งานบริหารฯ	ปัทมา
3.1.3	การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)	ร้อยละ	80	85	90	90	งานบริหารฯ	ปัทมา
3.1.4	ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการเข้าร่วมโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข	ร้อยละ	80	85	90	95	งานบริหารฯ	ชนาภา วนิดา
3.1.5	ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร	ร้อยละ	-	-	-	90	งานบริหารฯ	ชนาภา วนิดา
3.1.6	จำนวนเงินรายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ เงินสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และรายได้แหล่งอื่นๆ	บาท	1,100,000	1,250,000	1,400,000	1,550,000	งานบริหารฯ	ชนาภา
3.1.7	ร้อยละของการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าเทียบกับปีที่ผ่านมา	ร้อยละ	-5	-5	-5	-5	งานบริหารฯ	กิตติพันธ์
3.1.8	ร้อยละของปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงเทียบกับปีที่ผ่านมา	ร้อยละ	-	-	-3	-5	งานบริหารฯ	กิตติพันธ์

กลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม

เป้าประสงค์ 3.1 บริหารงานและจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยยึดหลักธรรมาภิบาลและแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
พัฒนาส่วนงานตามเกณฑ์ CMU-EdPEX 2562-2565 (ยุทธวิธีการบริหารและพัฒนางาน)	แผนประกันคุณภาพตามเกณฑ์ CMU-EdPEX	3.1.1 การศึกษาดูงาน EdPEX คณะอุตสาหกรรมเกษตร	3.1.1 โครงการศึกษาดูงานด้าน CMU-EdPEX ของหน่วยงาน ที่มี Best Practice ปีงบประมาณ 2563	3.1.1 โครงการศึกษาดูงานด้าน CMU-EdPEX ของหน่วยงาน ที่มี Best Practice ปีงบประมาณ 2564	3.1.1 โครงการศึกษาดูงานด้าน CMU-EdPEX ของหน่วยงาน ที่มี Best Practice ปีงบประมาณ 2565
	แผนบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน	3.1.2 โครงการปรับปรุงซ่อมแซมเรือนโบราณล้านนา (ชุดิมา) 3.1.3 กิจกรรมบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในสำนักงาน (ปีพมา)	3.1.2 โครงการปรับปรุงซ่อมแซมเรือนโบราณล้านนา (ชุดิมา) 3.1.3 กิจกรรมบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในสำนักงาน (ปีพมา)	3.1.2 โครงการปรับปรุงซ่อมแซมเรือนโบราณล้านนา (สุขธรรม) 3.1.3 โครงการซ่อมแผนฉุกเฉินประจำปี 2564 (ปีพมา)	3.1.2 โครงการบำรุงรักษาพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา (สุขธรรม) 3.1.3 โครงการซ่อมแผนฉุกเฉินประจำปี 2565 (ปีพมา)
	แผนจัดการความรู้ (KM)	3.1.4 กิจกรรมการจัดการความรู้ (KM) ปีงบประมาณ 2562 (ปีพมา)	3.1.4 กิจกรรมการจัดการความรู้ (KM) ปีงบประมาณ 2563 (ปีพมา)	3.1.4 โครงการการจัดการความรู้ (KM) ปีงบประมาณ 2564 (ปีพมา)	3.1.4 โครงการการจัดการความรู้ (KM) ปีงบประมาณ 2565 (ปีพมา)
	แผนพัฒนาบุคลากรและการสร้างองค์กรแห่งความสุข	3.1.5 โครงการพัฒนาบุคลากร ปีงบประมาณ 2562 (วนิดา) 3.1.6 โครงการ Happy CPAC: องค์กรแห่งความสุข ปีงบประมาณ 2562 (ชนาภา) 3.1.7 โครงการมอบรางวัลบุคลากรดีเด่น ประจำปี 2561 (วนิดา)	3.1.5 โครงการพัฒนาบุคลากร ปีงบประมาณ 2563 (วนิดา) 3.1.6 โครงการ Happy CPAC: องค์กรแห่งความสุข ปีงบประมาณ 2563 (ชนาภา) 3.1.7 โครงการมอบรางวัลบุคลากรดีเด่น ประจำปี 2562 (วนิดา)	3.1.5 โครงการพัฒนาบุคลากรสำนักงาน ปีงบประมาณ 2564 (วนิดา) ▪ กิจกรรมพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2564 (พัฒนาทักษะและการมีส่วนร่วม)	3.1.5 โครงการสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรสำนักงาน ประจำปี 2565 (วนิดา) 3.1.6 โครงการ Happy CPAC: องค์กรแห่งความสุข ปีงบประมาณ 2565 (ชนาภา)

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
				ร่วมกับชุมชนเพื่อความยั่งยืน) ▪ กิจกรรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร ▪ กิจกรรมฝึกอบรมการใช้โปรแกรม CANVA ▪ การฝึกอบรม Digital Content 3.1.6 โครงการ Happy CPAC: องค์การแห่งความสุข ปีงบประมาณ 2564 (ชนาภา) 3.1.7 โครงการมอบรางวัลบุคลากรดีเด่น ประจำปี 2563 (วนิดา) 3.1.8 โครงการศึกษาดูงานวิถีชีวิตวัฒนธรรมและเรือนโบราณ อ.บ้านธิ จ.ลำพูน (ฐาปณีย์)	3.1.7 โครงการมอบรางวัลบุคลากรดีเด่น ประจำปี 2564 (วนิดา)
สร้างรายได้จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด	แผนการสร้างรายได้ของสำนักฯ	3.1.8 จัดเก็บค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา 3.1.9 จัดเก็บค่าเช่าสถานที่พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาและห้องประชุม	3.1.8 จัดเก็บค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา 3.1.9 จัดเก็บค่าเช่าสถานที่พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาและห้องประชุม	3.1.9 จัดเก็บค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา 3.1.10 จัดเก็บค่าเช่าสถานที่พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา และห้องประชุม	3.1.8 จัดเก็บค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา 3.1.9 จัดเก็บค่าเช่าสถานที่พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาและห้องประชุม

กลยุทธ์	แผนงาน	โครงการ/กิจกรรม (Key Initiatives)			
		ปีงบประมาณ 2562	ปีงบประมาณ 2563	ปีงบประมาณ 2564	ปีงบประมาณ 2565
		3.1.10 จำหน่ายหนังสือพิพิธภัณฑสถานเรือนโบราณล้านนา มช. และหนังสือศิลปวัฒนธรรม 3.1.11 โครงการสนับสนุนจากแหล่งทุนต่างๆ 3.1.12 การจัดเก็บค่าลงทะเบียนฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ 3.1.13 เงินบริจาค 3.1.14 จำหน่ายของที่ระลึก	3.1.10 จำหน่ายหนังสือพิพิธภัณฑสถานเรือนโบราณล้านนา มช. และหนังสือศิลปวัฒนธรรม 3.1.11 โครงการสนับสนุนจากแหล่งทุนต่างๆ 3.1.12 การจัดเก็บค่าลงทะเบียนฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ 3.1.13 เงินบริจาค 3.1.14 จำหน่ายของที่ระลึก 3.1.15 กิจกรรมแต่งห้องชุด ล้านนาเสริมคุณค่าการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถาน (ปริยาลักษณ์)	3.1.11 จำหน่ายหนังสือพิพิธภัณฑสถานเรือนโบราณล้านนา มช. และหนังสือศิลปวัฒนธรรม 3.1.12 โครงการสนับสนุนจากแหล่งทุนต่างๆ 3.1.13 การจัดเก็บค่าลงทะเบียนฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ 3.1.14 เงินบริจาค 3.1.15 จำหน่ายของที่ระลึก	3.1.10 จำหน่ายหนังสือพิพิธภัณฑสถานเรือนโบราณล้านนา มช. และหนังสือศิลปวัฒนธรรม 3.1.11 โครงการสนับสนุนจากแหล่งทุนต่างๆ 3.1.12 การจัดเก็บค่าลงทะเบียนฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ 3.1.13 เงินบริจาค 3.1.14 จำหน่ายของที่ระลึก
ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงานภายในสำนักฯ	แผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงานของสำนักฯ	3.1.15 โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ด้านพลังงานและขยะ (กิตติพันธ์) ▪ หลุมปุ๋ยหมัก ▪ กิจกรรมประหยัดพลังงาน 3.1.16 โครงการรณรงค์แยกขยะ (Zero Waste Activity Market)	3.1.16 โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ด้านพลังงานและขยะ (กิตติพันธ์) ▪ หลุมปุ๋ยหมัก ▪ กิจกรรมประหยัดพลังงาน 3.1.17 โครงการพัฒนาและบำรุงรักษาภูมิทัศน์ฯ (กิตติพันธ์) ▪ สวนข้างเขื่อนล้านนา ▪ สวนดอกไม้	3.1.16 โครงการส่งเสริมการมุ่งสู่สำนักงานสีเขียว (Green Office) ตามเกณฑ์ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (กิตติพันธ์) 3.1.17 โครงการพัฒนาและบำรุงรักษาภูมิทัศน์สำนักฯ ประจำปี 2564 (กิตติพันธ์) 3.1.18 กิจกรรม 5 ส.	3.1.15 โครงการส่งเสริมการมุ่งสู่สำนักงานสีเขียว (Green Office) ตามเกณฑ์ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม 3.1.16 โครงการพัฒนาและบำรุงรักษาภูมิทัศน์สำนักฯ ประจำปี 2565 (กิตติพันธ์) 3.1.17 กิจกรรม 5 ส.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

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

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
1	วิสัยทัศน์	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา <u>ชั้นนำในระดับชาติ</u>	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา <u>ชั้นนำสู่นานาชาติ</u>	- ที่ประชุมคณะทำงานจัดทำ SAR-EdPEx ครั้งที่ 1/2562 ในวันที่ 10 ก.ค. 62 - ที่ประชุม คกก.บริหารฯ ครั้งที่ 7/2562 ในวันที่ 18 ก.ค. 62
	เป้าประสงค์	เป้าประสงค์ 1.1 พัฒนาพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนาอันดับ 1 ของชาติ และสร้างรากฐานล้านนาสร้างสรรค์อย่างมีอัตลักษณ์และเกิดความยั่งยืน	เป้าประสงค์ 1.1 พัฒนาพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนาสู่ความเป็นนานาชาติ และสร้างรากฐานล้านนาสร้างสรรค์อย่างมีอัตลักษณ์และเกิดความยั่งยืน	
2	ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านรากฐานวิถีชีวิตวัฒนธรรมสู่ล้านนาสร้างสรรค์ และส่งเสริมอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อสร้างบรรยากาศล้านนาในรั้ว มช.	ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ <u>ชั้นนำสู่ล้านนาสร้างสรรค์และมุ่งส่งเสริมอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศล้านนาร่วมสมัยในรั้ว มช.</u>	- ที่ประชุม คกก.อำนวยการสำนักฯ ครั้งที่ 3/2562 ในวันที่ 24 มิถุนายน 2562
3	ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด 1.7 อันดับความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. จาก Trip Advisor	ตัวชี้วัด 1.7 ผลสัมฤทธิ์ของการได้รับการสนับสนุนและการยอมรับจากนานาชาติ หน่วยนับ: คำอธิบาย/ชี้แจง ค่าเป้าหมาย: - หมายเหตุ: ผลการดำเนินงาน ใช้การอธิบาย/ชี้แจงผลการดำเนินงานที่แสดงผลสัมฤทธิ์ของการได้รับการสนับสนุนและการยอมรับจากนานาชาติ อาทิ รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมในระดับนานาชาติ การได้รับการยอมรับ/ยกย่อง/ชมเชย ในระดับ	- ที่ประชุม คกก.บริหารสำนักฯ ครั้งที่ 7/2562 ในวันที่ 18 กรกฎาคม 2562

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
			นานาชาติจากหน่วยงาน/องค์กรต่างๆ รวมทั้งการถูกเผยแพร่/ตีพิมพ์ข้อมูลในระดับนานาชาติ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	
4	ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด 1.6 จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มช. ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2562 เท่ากับ 1,500	ตัวชี้วัด 1.6 จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มช. ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2562 เท่ากับ 0	- ที่ประชุมคณะทำงานจัดทำ SAR-EdPEX ครั้งที่ 2/2562 ในวันที่ 29 ส.ค. 62
5	วัฒนธรรม	คงคุณค่าความสง่างามแห่งมรดกทางวัฒนธรรมล้านนา	ประเพณีและปฏิบัติตนตามค่านิยม “CPAC” คือ Creativity-คิดอย่างสร้างสรรค์ Passion-รักในงานอย่างลึกซึ้ง Affection-อยู่อย่างชื่นชอบ และ Classic ดำรงตนเป็นแบบฉบับ	- ที่ประชุม คกก.ประกันคุณภาพสำนักฯ ครั้งที่ 1/2563 ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563
6	ตัวชี้วัด	<u>ยกเลิก</u> ตัวชี้วัด 1.7 ผลสัมฤทธิ์ของการได้รับการสนับสนุนและการยอมรับจากนานาชาติ	เพิ่ม ตัวชี้วัด 1.4 จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ	- ที่ประชุม คกกบริหารสำนักฯ ครั้งที่ 2/2563 ในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563
			เพิ่ม ตัวชี้วัด 1.5 ร้อยละการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา	
	เป้าประสงค์	เป้าประสงค์ 2.2 ทำนุบำรุงศาสนา ส่งเสริมและสืบสานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม	ยกเลิก เป้าประสงค์ที่ 2.2 ทำนุบำรุงศาสนา ส่งเสริมและสืบสานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นภารกิจประจำ (Routine Work) ตามพันธกิจสำนักฯ อยู่แล้ว	
	กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2.2 <u>ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมล้านนา</u>	กลยุทธ์ 2.2 <u>บริการวิชาการตามความต้องการของชุมชน/สังคม</u>	
	แผนงาน	แผนงาน 2.3 แผนงานด้านศาสนา ส่งเสริม พัฒนา สนับสนุน ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะ และวัฒนธรรม	ยกเลิก แผนงาน 2.3 แผนงานด้านศาสนา ส่งเสริม พัฒนา สนับสนุน ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะ และวัฒนธรรม	
			เพิ่ม แผนงานบริการวิชาการตามความต้องการของชุมชน/สังคม	
	ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด 2.5 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม	ยกเลิก ตัวชี้วัด 2.5 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม	

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
			<u>เพิ่ม</u> ตัวชี้วัดที่ 2.5 ร้อยละการของการนำความรู้จากการบริการวิชาการของสำนักฯ ไปใช้ประโยชน์/สืบสาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน/สังคม <u>เพิ่ม</u> ตัวชี้วัด 3.6 จำนวนโครงการ/กิจกรรม การปรับปรุงพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมภายในสำนักฯ	
7	วิสัยทัศน์	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา <u>ขึ้นนำสู่นานาชาติ</u>	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา <u>สู่นานาชาติ</u>	- ที่ประชุม คกก.บริหารประจำสำนักฯ ครั้งที่ 8/2563 ในวันที่ 25 สิงหาคม 2563
8	วิสัยทัศน์	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา <u>ขึ้นนำสู่นานาชาติ</u>	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนา <u>เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน</u>	- ที่ประชุมทบทวนแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ในวันที่ 3 พฤศจิกายน 2563
	ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ <u>ขึ้นนำสู่ล้านนาสร้างสรรค์และมุ่งส่งเสริมอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศล้านนาร่วมสมัยในรั้ว มข.</u>	ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา <u>เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน</u>	
		ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการ <u>แก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม และทำนุบำรุงศาสนา ส่งเสริม สืบสานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม</u>	ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการ <u>ด้านศิลปวัฒนธรรม แก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม</u>	
8	วิสัยทัศน์	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนา <u>เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน</u>	พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนา <u>เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน</u>	- ที่ประชุม คกก.ขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ครั้งที่ 1/2564 เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2564 - ที่ประชุม คกก.บริหารสำนักฯ ครั้งที่ 1/2564 เมื่อวันที่ 25 ม.ค. 64)

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
9	ตัวชี้วัด		เพิ่ม ตัวชี้วัด 1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์ (ตัวชี้วัดใหม่ ปีงบประมาณ 2565) ค่าเป้าหมาย: - ปีงบประมาณ 2564 เท่ากับ 10,000 คน - ปีงบประมาณ 2565 เท่ากับ 12,000 คน	- ที่ประชุมทบทวนปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ในวันที่ 3 สิงหาคม 2564 - ที่ประชุม คกก.บริหารสำนักฯ ครั้งที่ 8/2564 ในวันที่ 20 สิงหาคม 2564
		ตัวชี้วัด 1.2.2 ร้อยละของประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ค่าเป้าหมายเดิม: - ปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 90 - ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	ตัวชี้วัด 1.2.2 ร้อยละของประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ค่าเป้าหมายใหม่: - ปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 85 - ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 85	
		ตัวชี้วัด 2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม ค่าเป้าหมายเดิม: - ปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 12 - ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 15	ตัวชี้วัด 2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม ค่าเป้าหมายใหม่: - ปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 15 - ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 20	
		ตัวชี้วัดที่ 2.1.2 จำนวนครั้งที่จัดหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	ยกเลิก ตัวชี้วัดที่ 2.1.2 จำนวนครั้งที่จัดหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	
			เพิ่ม ตัวชี้วัดที่ 2.1.2 มูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน (ตัวชี้วัดคำรับรอง ปีงบประมาณ 2563 - 2565) ค่าเป้าหมาย: - ปีงบประมาณ 2563 จำนวน 1 ชิ้นงาน - ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 2 ชิ้นงาน - ปีงบประมาณ 2565 จำนวน 3 ชิ้นงาน	

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
		ตัวชี้วัดที่ 2.1.3 จำนวนผู้รับบริการเข้าอบรมหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	ยกเลิก ตัวชี้วัดที่ 2.1.3 จำนวนผู้รับบริการเข้าอบรมหลักสูตรระยะสั้นด้านศิลปวัฒนธรรม	
			เพิ่ม ตัวชี้วัดที่ 2.1.3 จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้นตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่ (ตัวชี้วัดคำรับรอง ปีงบประมาณ 2563 - 2565) ค่าเป้าหมาย: - ปีงบประมาณ 2563 จำนวน 1 ผู้ประกอบการ - ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 1 ผู้ประกอบการ - ปีงบประมาณ 2565 จำนวน 1 ผู้ประกอบการ	
		ตัวชี้วัด 2.1.5 ร้อยละของการนำความรู้จากการบริการวิชาการของสำนักฯ ไปใช้ประโยชน์/สืบสาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน/สังคม	ยกเลิก ตัวชี้วัด 2.1.5 ร้อยละของการนำความรู้จากการบริการวิชาการของสำนักฯ ไปใช้ประโยชน์/สืบสาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน/สังคม	
			เพิ่ม ตัวชี้วัด 3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (ตัวชี้วัดใหม่ ปีงบประมาณ 2565) ค่าเป้าหมาย: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 80	
			เพิ่ม ตัวชี้วัด 3.1.5 ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร (ตัวชี้วัดใหม่ ปีงบประมาณ 2565) ค่าเป้าหมาย: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	
		ตัวชี้วัดที่ 3.1.6 ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมปรับปรุงหรือพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมภายในส่วนงาน	ยกเลิก ตัวชี้วัดที่ 3.1.6 ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมปรับปรุงหรือพัฒนาภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมภายในส่วนงาน	
			เพิ่ม ตัวชี้วัด 3.1.8 ร้อยละที่ลดลงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตัวชี้วัดใหม่ ปีงบประมาณ 2564 - 2565)	

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
			ค่าเป้าหมาย: - ปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 3 - ปีงบประมาณ 2564 ร้อยละ 5	
10	ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดที่ 2.1.2 มูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน (ตัวชี้วัดคำรับรอง ปีงบประมาณ 2563 - 2565) ค่าเป้าหมายเดิม: - ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 1 ผู้ประกอบการ - ปีงบประมาณ 2565 จำนวน 1 ผู้ประกอบการ	ตัวชี้วัดที่ 2.1.2 มูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน (ตัวชี้วัดคำรับรอง ปีงบประมาณ 2563 - 2565) ค่าเป้าหมายใหม่: - ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 2 ผู้ประกอบการ - ปีงบประมาณ 2565 จำนวน 3 ผู้ประกอบการ	- ที่ประชุม คกก.บริหารฯ ครั้งที่ 10/2564 ในวันที่ 19 ต.ค. 64
11	ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด 1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์ ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2565 จำนวน 12,000 คน	ตัวชี้วัด 1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์ ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2565 จำนวน 50,000 คน	- ที่ประชุม คกก.บริหารฯ ครั้งที่ 1/2565 ในวันที่ 21 ม.ค. 65
		ตัวชี้วัด 1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่ผู้รับบริการได้รับด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 80	ตัวชี้วัด 1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่ผู้รับบริการได้รับด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	
		เดิม: ตัวชี้วัด 1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการจัดการความร่วมมือศิลปวัฒนธรรมกับเครือข่ายศิลปวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่น ชาติ และนานาชาติ	ใหม่: ตัวชี้วัด 1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน/เครือข่ายศิลปวัฒนธรรม ค่าเป้าหมาย: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	
		ตัวชี้วัด 1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 85	ตัวชี้วัด 1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	
		ตัวชี้วัด 1.2.2 ร้อยละประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 85	ตัวชี้วัด 1.2.2 ร้อยละประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	

ลำดับ	ประเด็น	เดิม	ปรับปรุง/ทบทวน	หมายเหตุ
		ตัวชี้วัด 1.2.3 จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณ ล้านนา มช.	<u>ยกเลิก</u> ตัวชี้วัด 1.2.3 จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เรือน โบราณล้านนา มช. ในปีงบประมาณ 2565	
		ตัวชี้วัด 3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำ คู่มือการปฏิบัติงาน ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 80	ตัวชี้วัด 3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือ การปฏิบัติงาน ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 100	
		ตัวชี้วัด 3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อ การเข้าโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข ค่าเป้าหมายเดิม: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 90	ตัวชี้วัด 3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อ การเข้าโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข ค่าเป้าหมายใหม่: ปีงบประมาณ 2565 ร้อยละ 95	