



รายงานผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์  
ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565)  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (ไตรมาส 4)

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## คำนำ

แผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565) จัดทำขึ้นเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดวิสัยทัศน์ คือ **“พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน”** โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ 3 ด้าน ได้แก่ **ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) :** ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน **ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ) :** บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม และ**ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) :** บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาลตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ได้มุ่งมั่นปฏิบัติงานให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีและบรรลุค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์สำนักฯ ในระดับสูงสุด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านการส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม และการพัฒนาองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลภายใต้แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนการสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้บรรลุผลสำเร็จตามแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ทั้งนี้ ได้จัดทำเป็นรายงานผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (ไตรมาส 4) ตามที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย มหาเอก)

รองอธิการบดี รักษาการแทน

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
สรุปผลตัวชี้วัดแผนยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของสำนักฯ	1
สรุปผลตัวชี้วัดแผนยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2565 ของสำนักฯ	4
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน</b>	<b>7</b>
1.1.1 จำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	7
1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์	8
1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่กลุ่มศึกษาดูงานและผู้เข้าชมได้รับความรู้ด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	9
1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน/เครือข่าย ศิลปวัฒนธรรม	10
1.1.5 จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุน ภายในประเทศและต่างประเทศ	11
1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อ สังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน	12
1.2.2 ร้อยละประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	13
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม</b>	<b>14</b>
2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้น/หลักสูตรอบรม/หลักสูตรออนไลน์ จากการรวบรวมองค์ความรู้ ภายในมหาวิทยาลัย เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม ชุมชนและผู้ที่ต้องการแสวงหาความรู้ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของตนเอง	14
2.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน	16
2.1.3 จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้นตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่	17
2.1.4 ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้	18
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</b>	<b>19</b>
3.1.1 ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (CMU-EdPEX)	19
3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (ตัวชี้วัดใหม่ ปีงบประมาณ 2565)	20
3.1.3 การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)	21

3.1.4	ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการเข้าร่วมโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข	22
3.1.5	ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร	23
3.1.6	จำนวนเงินรายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ เงินสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และรายได้แหล่ง อื่นๆ	24
3.1.7	ร้อยละของการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าเทียบกับปีที่ผ่านมา	25
3.1.8	ร้อยละที่ลดลงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	26

## บทสรุปผู้บริหาร

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ได้ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565) และได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนปฏิบัติการ กลยุทธ์ และตัวชี้วัด จำนวน 18 ตัวชี้วัด โดยผลการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัดแผนยุทธศาสตร์ มีตัวชี้วัดที่บรรลุเป้าหมาย จำนวน 13 ตัวชี้วัด และตัวชี้วัดที่ไม่บรรลุเป้าหมาย จำนวน 5 ตัวชี้วัด โดยมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 85.27 ของแผนทั้งหมด สรุปได้ดังนี้

### ตัวชี้วัดที่บรรลุเป้าหมาย (จำนวน 13 ตัวชี้วัด)

- ตัวชี้วัด 1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์
- ตัวชี้วัด 1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่ผู้รับบริการได้รับด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์ฯ
- ตัวชี้วัด 1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการจัดการความร่วมมือกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมกับเครือข่ายในระดับท้องถิ่น ชาติ และนานาชาติ
- ตัวชี้วัด 1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน
- ตัวชี้วัด 1.2.2 ร้อยละประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.
- ตัวชี้วัด 2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้น/หลักสูตรอบรม/หลักสูตรออนไลน์ จากการรวบรวมองค์ความรู้ภายในมหาวิทยาลัย เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม ชุมชนและผู้ที่ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพของตนเอง
- ตัวชี้วัด 2.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน
- ตัวชี้วัด 2.1.3 จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้นตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่
- ตัวชี้วัด 2.1.4 ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้
- ตัวชี้วัด 3.1.3 การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)
- ตัวชี้วัด 3.1.6 รายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ เงินสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และรายได้อื่นๆ
- ตัวชี้วัด 3.1.7 ร้อยละของการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าเทียบกับปีที่ผ่านมา
- ตัวชี้วัด 3.1.8 ร้อยละที่ลดลงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

**ตัวชี้วัดที่ไม่บรรลุเป้าหมาย (จำนวน 5 ตัวชี้วัด)**

ตัวชี้วัด 1.1.1 จำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

ตัวชี้วัด 1.1.5 จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ

ตัวชี้วัด 3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน

ตัวชี้วัด 3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการเข้าโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข

ตัวชี้วัดที่ 3.1.5 ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร

สำหรับตัวชี้วัดที่ 3.1.1 ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (CMU-EdPEX) เนื่องจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้แจ้งยกเว้นการตรวจประเมินการประกันคุณภาพการศึกษาตามแนวทางของเกณฑ์ CMU-EdPEX ของสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประจำปี 2565 เนื่องจากมีการเปลี่ยนทีมผู้บริหาร จึงจำเป็นต้องทบทวนปรับปรุงโครงสร้างองค์กร (Organization Profile: OP) เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการบริหารของทีมผู้บริหารชุดใหม่ และแผนพัฒนาการศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะเวลาที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ต่อไป

## สรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (ไตรมาส 4)

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย 2565	ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2565				รวม	ร้อยละ ความสำเร็จ	เทียบเป้าหมาย		หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			บรรลุ	ไม่บรรลุ		
<b>ย.1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน</b>							<b>79.11%</b>	<b>5</b>	<b>2</b>		
1.1.1 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. (คน)	13,000	854	1,319	1,466	2,228	5,867	45.13%		1	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ปริญญ์ลักษณ์
1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์ (คน)	40,000	7,800	22,537	17,826	22,302	70,465	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ	ปริญญ์ลักษณ์
1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่ผู้รับบริการได้รับด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์ฯ (ร้อยละ)	90	87.63	95.58	93.72	96.03	93.24	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ	ชุตินา ฐานันันย์
1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน/เครือข่ายศิลปวัฒนธรรม (ร้อยละ)	90				100.00	100.00	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ฐานันันย์ ชุตินา
1.1.5 จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ (บาท)	4,000,000	121,154	18,790	33,300	171,318	344,562	8.61%		1	งานบริหารฯ	ชนาภา
1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน (ร้อยละ)	90	91.67	97.07			94.37	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ปริญญ์ลักษณ์ วาสนา
1.2.2 ร้อยละประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. (ร้อยละ)	90	91.67	92.89	90.03	96.19	92.28	100%	1		งานบริการฯ	วาสนา

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย 2565	ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2565				รวม	ร้อยละ ความสำเร็จ	เทียบเป้าหมาย		หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			บรรลุ	ไม่บรรลุ		
<b>ย.2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม</b>							<b>100%</b>	<b>4</b>			
2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้น/หลักสูตรอบรม/หลักสูตรออนไลน์ จากการรวบรวมองค์ความรู้ภายในมหาวิทยาลัย เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม ชุมชนและผู้ที่ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพของตนเอง (หลักสูตร)	20	1	4	5	14	24	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์ ปรียาลักษณ์
2.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน (ชิ้นงาน)	3				3	3	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐานิณี
2.1.3 จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้น ตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่ (ผู้ประกอบการ)	3				3	3	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐานิณี
2.1.4 ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้ (ร้อยละ)	85	80	97.45	79.34	94.48	87.82	100%	1		ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์ ฐานิณี
<b>ย.3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</b>							<b>76.71%</b>	<b>4</b>	<b>3</b>		
3.1.1 ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษา เพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (CMU-EdPEX) (แบนด์)	3				ยกเว้น	ยกเว้น				งานบริการฯ	สันต์ทัศน์
3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (ร้อยละ)	100				7.69	7.69	7.69%		1	งานบริหารฯ	ปัทมา
3.1.3 การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA) (ร้อยละ)	90				92.44	92.44	100%	1		งานบริหารฯ	สันต์ทัศน์



ตัวชี้วัด	เป้าหมาย 2565	ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2565				รวม	ร้อยละ ความสำเร็จ	เทียบเป้าหมาย		หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ	
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4			บรรลุ	ไม่บรรลุ			
3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการ เข้าโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข (ร้อยละ)	95				88.38	88.38	100%		1	งานบริหารฯ	ชนาภา วนิดา	
3.1.5 ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร (ร้อยละ)	90				74.60	74.60	82.89%		1	งานบริหารฯ	รพีพรรณ	
3.1.6 รายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ เงินสนับสนุนจากแหล่งทุน ภายนอก และรายได้อื่นๆ (บาท)	1,550,000	179,435.35	87,016.35	167,901	284,399	718,751.78	46.37%	1		งานบริหารฯ	ชนาภา	
3.1.7 ร้อยละของค่าไฟฟ้าที่ลดลงเทียบกับปีที่ผ่านมา (ร้อยละ)	(5.00)	7,327.56	7,324.11	(9.47)	(7.83)	(13.01)	100%	1		งานบริหารฯ	กิตติพันธ์	
3.1.8 ร้อยละของปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงเทียบกับ ปีที่ผ่านมา (ร้อยละ)	(5.00)	5,465.56	(2,010.64)	(18.52)	(9.84)	(18.64)	100%	1		งานบริการฯ	วาสนา	
<b>รวม</b>							<b>85.27%</b>	<b>13</b>	<b>5</b>			

## สรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565)

## ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2565 (ไตรมาส 4)

ตัวชี้วัด	แผน/ ผล	ปีงบประมาณ				รวม 2562-2565	เทียบเป้าหมาย 2562-2565	หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
		2562	2563	2564	2565				
ย.1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน						90.19			
1.1.1 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. (คน)	แผน	9,000	12,000	12,000	13,000	46,000	79.70	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ปรียาลักษณ์
	ผล	12,885	13,711	4,201	5,867	36,664			
1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์ (คน)	แผน				40,000	40,000	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ปรียาลักษณ์
	ผล				70,465	70,465			
1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่ผู้รับบริการได้รับด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์ฯ (ร้อยละ)	แผน	80	80	80	90	82.50	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ชุตินา ฐานันท์
	ผล	75.44	90.98	91.5	96.03	88.49			
1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน/เครือข่าย	แผน	80	80	80	90	82.50	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ฐานันท์ ชุตินา
	ผล	92.31	100	96	100	97.08			
1.1.5 จำนวนเงินสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุน	แผน		3,500,000	3,500,000	4,000,000	11,000,000	51.63	งานบริหารฯ	ชนาภา
	ผล		3,788,800	1,545,665	344,562	5,679,027			
1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคม	แผน	80	85	90	90	86.25	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ งานบริการฯ	ปรียาลักษณ์ วาสนา
	ผล	77.89	92.00	93.77	94.37	89.51			
1.2.2 ร้อยละประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. (ร้อยละ)	แผน		85	90	90	88.33	100	งานบริการฯ	วาสนา
	ผล		85.67	90.09	92.70	89.49			

ตัวชี้วัด	แผน/ ผล	ปีงบประมาณ				รวม 2562-2565	เทียบเป้าหมาย 2562-2565	หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
		2562	2563	2564	2565				
<b>ย.2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม</b>							<b>95.83</b>		
2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้น/หลักสูตรอบรม/หลักสูตรออนไลน์ จากการรวบรวมองค์ความรู้ภายในมหาวิทยาลัย	แผน	6	9	15	20	50	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์ ปรียาลักษณ์
	ผล	7	24	15	24	70			
2.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน (ชิ้นงาน)	แผน		1	2	3	6	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐานีย์
	ผล		1	2	3	6			
2.1.3 จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้น ตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่ (ผู้ประกอบการ)	แผน		1	2	3	6	83.33	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ฐานีย์
	ผล		1	1	3	5			
2.1.4 ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้ (ร้อยละ)	แผน	80	80	85	85	82.50	100	ฝ่ายส่งเสริมฯ	ต่อพงษ์ ฐานีย์
	ผล	91.71	96.57	97.39	88	93.37			
<b>ย.3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</b>							<b>74.93</b>		
3.1.1 ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (CMU-EdPEX) (แบนด์)	แผน	2	3	3	3	3	66.67	งานบริการฯ	สันต์ทัศน์
	ผล	2	ยกเว้น	2	ยกเว้น	2			
3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (ร้อยละ)	แผน				100	100	7.69	งานบริหารฯ	ปัทมา
	ผล				7.69	7.69			
3.1.3 การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA) (ร้อยละ)	แผน	80	90	90	90	88	100	งานบริหารฯ	สันต์ทัศน์
	ผล	100	100	95	86.70	95.43			
3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการเข้าโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข	แผน	80	90	90	95	89	100	งานบริหารฯ	ชนาภา วนิดา
	ผล	85.89	90.57	92.92	88.38	89.44			

ตัวชี้วัด	แผน/ ผล	ปีงบประมาณ				รวม 2562-2565	เทียบเป้าหมาย 2562-2565	หน่วยงาน	ผู้รับผิดชอบ
		2562	2563	2564	2565				
3.1.5 ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร (ร้อยละ)	แผน			90	90	90	92.69	งานบริหารฯ	รพีพรรณ
	ผล			92.25	74.60	83.43			
3.1.6 รายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ เงินสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และรายได้อื่นๆ (บาท)	แผน	1,100,000	1,400,000	1,400,000	1,550,000	5,450,000	100	งานบริหารฯ	ชนาภา
	ผล	1,501,968	4,357,345	1,745,662	718,752	8,323,727			
3.1.7 ร้อยละของค่าไฟฟ้าที่ลดลงเทียบกับปีที่ผ่านมา (ร้อยละ)	แผน	(5.00)	(5.00)	(5.00)	(5.00)	(5.00)	32.37	งานบริหารฯ	กิตติพันธ์
	ผล	6.40	10.62	(10.48)	(13.01)	(1.62)			
3.1.8 ร้อยละของปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงเทียบกับปี	แผน			(3.00)	(5.00)	(4.00)	100	งานบริการฯ	วาสนา
	ผล			(3.85)	(18.64)	(11.24)			
<b>รวม</b>							<b>86.98</b>		

ยุทธศาสตร์ที่ 1 (เชิงรุก) : ขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนากลางแจ้ง เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และ

ตัวชี้วัด 1.1.1 จำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

ค่าเป้าหมาย : 13,000

หน่วยนับ : คน

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ปรียาลักษณ์ ใจสัตย์

เดือน	เป้าหมาย	ผลงาน	หมายเหตุ
<b>ไตรมาสที่ 1</b>	<b>4,000</b>	<b>854</b>	
ตุลาคม	1,000	217	
พฤศจิกายน	1,500	189	
ธันวาคม	1,500	448	
<b>ไตรมาสที่ 2</b>	<b>3,500</b>	<b>1,319</b>	
มกราคม	1,500	452	
กุมภาพันธ์	1,000	564	
มีนาคม	1,000	303	
<b>ไตรมาสที่ 3</b>	<b>2,800</b>	<b>1,466</b>	
เมษายน	1,000	274	
พฤษภาคม	900	201	
มิถุนายน	900	991	
<b>ไตรมาสที่ 4</b>	<b>2,700</b>	<b>2,228</b>	
กรกฎาคม	900	294	
สิงหาคม	900	897	
กันยายน	900	1,037	
<b>รวม</b>	<b>13,000</b>	<b>5,867</b>	

#### สรุปผลการดำเนินงาน

ผู้เข้าชมและใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา จำนวน 5,867 คน เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 45.34

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

- 1) สถานการณ์ของโรคโควิด-19 และค่าฝุ่น PM 2.5 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง
- 2) ไม่สามารถจัดกิจกรรมแบบ Onsite ผ่านพิพิธภัณฑ์ได้ เนื่องจากสถานการณ์ของโรคโควิด-19

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

- 1) ปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ในส่วนของนิทรรศการให้น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 2) จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของพิพิธภัณฑ์ฯ
- 3) ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว ประชาชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงาน/องค์กรให้มาเข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ ให้มากยิ่งขึ้น
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภายนอก โดยใช้พื้นที่ในพิพิธภัณฑ์ฯ
- 5) ปรับอัตราค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์ให้สูงขึ้น

ตัวชี้วัด 1.1.2 จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์

ค่าเป้าหมาย : 40,000

หน่วยนับ : คน

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ปรียาลักษณ์ ใจสัตย์

เดือน	เป้าหมาย	ผลงาน	หมายเหตุ
<b>ไตรมาส 1</b>	<b>8,000</b>	<b>7,800</b>	
ตุลาคม			
พฤศจิกายน	4,000	6,100	
ธันวาคม	4,000	1,700	
<b>ไตรมาส 2</b>	<b>12,000</b>	<b>22,537</b>	
มกราคม	4,000	11,037	
กุมภาพันธ์	4,000	8,300	
มีนาคม	4,000	3,200	
<b>ไตรมาส 3</b>	<b>11,000</b>	<b>17,826</b>	
เมษายน	4,000	4,500	
พฤษภาคม	4,000	6,386	
มิถุนายน	3,000	6,940	
<b>ไตรมาส 4</b>	<b>9,000</b>	<b>22,302</b>	
กรกฎาคม 2564	3,000	8,741	
สิงหาคม 2564	3,000	4,159	
กันยายน 2564	3,000	9,402	
<b>รวม</b>	<b>40,000</b>	<b>70,465</b>	

สรุปผลการดำเนินงาน

จำนวนผู้เข้าชม/ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. แบบออนไลน์ จำนวน 70,465 คน/ครั้ง เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

แนวทางปรับปรุงและพัฒนา

-

ตัวชี้วัด 1.1.3 ร้อยละความรู้/ประโยชน์ที่กลุ่มศึกษาดูงานและผู้เข้าชมได้รับความรู้ด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

ค่าเป้าหมาย : 90

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ชุตินา พรหมาววัฒน์, ธุาปณีย์ เครือระยา

ลำดับ	รายการ	เป้าหมาย	ผลงาน				รวม
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
1	นักท่องเที่ยว/ผู้เข้าเยี่ยมชมทั่วไป	80	93.33	95.92	95.11	96.19	95.14
2	กลุ่มศึกษาดูงาน	80	81.93	95.24	92.32	95.86	91.34
<b>รวม</b>			<b>87.63</b>	<b>95.58</b>	<b>93.72</b>	<b>96.03</b>	<b>93.24</b>

#### สรุปผลการดำเนินงาน

ความรู้/ประโยชน์ ที่กลุ่มศึกษาดูงานและผู้เข้าชมได้รับด้านวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ร้อยละ 93.24 เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

ตัวชี้วัด 1.1.4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน/เครือข่ายศิลปวัฒนธรรม

ค่าเป้าหมาย : 90

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม, งานบริการและประกันคุณภาพ

ผู้รับผิดชอบ : สุภาพนีย์ เครือระยา, ชุตติมา พรหมาววัฒน์, วาสนา มawangค์

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	เครือข่าย	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลงาน
1	โครงการพิพิธภัณฑ์มีชีวิต การเรียนรู้วิถีชีวิตล้านนา "ผ้า และเทศกาลชาติพันธุ์"	1) ไทเขิน: กลุ่มเงิน บ้านต้นแห่น อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ไทลื้อ: บ้านหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 3) ไทยอง: เทศบาลประตูป่า จังหวัดลำพูน 4) ไทยวน: อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 5) ไทใหญ่: อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน 6) ลัวะ: บ้านขุนแปะ อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	ก.ย. 64 - ส.ค. 65	100
2	โครงการเรือนพื้นถิ่นล้านนา "เฮือนเก่า เฮือนเก่า"	ชุมชนสันป่าตอง	ต.ค. 64 - ก.ย. 65	100
3	โครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน 3D Virtual Reality (VR) เรือนกาแล (พญาวงศ์) ในพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช. (ร่วมกับ ITSC)	สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ มช.	ก.ย. 64 - ส.ค. 65	100
4	โครงการอบรมหลักสูตรระยะสั้นวัฒนธรรมอาหารล้านนาสู่สากล [โครงการขยายระยะเวลา SO3: ล้านนาสร้างสรรค์ ปีงบประมาณ 64-65 ซึ่งได้รับจัดสรรงบประมาณในเดือน ก.ย. 64]	1) โฮงเฮียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา 2) ศูนย์ธรรมชาติบำบัดบิลลี่ เชียงใหม่ 3) ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่	ก.ย. 64 - ส.ค. 65	100
5	โครงการจัดพิมพ์วารสารร่มพยอม ปีที่ 24 (ฉบับพิเศษ)	นักเขียน/นักวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม	ต.ค. 64 - ก.ย. 65	100
6	โครงการศิลปวัฒนธรรมศึกษาสำหรับมหาวิทยาลัย เกี่ยวโตเซกะ	มหาวิทยาลัยเกี่ยวโตเซกะ ประเทศญี่ปุ่น	28 ส.ค. - 9 ก.ย. 65	100
<b>รวม</b>				<b>100</b>

สรุปผลการดำเนินงาน

ผลสัมฤทธิ์ในการจัดการความร่วมมือกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมกับเครือข่าย ร้อยละ 100 เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-



ตัวชี้วัด 1.1.5 จำนวนเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ

ค่าเป้าหมาย : 4,000,000

หน่วยนับ : บาท

หน่วยงาน : งานบริหารทั่วไป

ผู้รับผิดชอบ : ชนาภา คำวงศ์

ลำดับ	รายงาน	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
1	แหล่งทุนภายในประเทศ	83,865	80	33,300	171,318	288,563
1.1	เงินบริจาคพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา	83,865	80	33,300	171,318	288,563
2	แหล่งทุนจากต่างประเทศ					-
						-
3	อื่นๆ	37,289	18,710	-	-	55,999
3.1	เงินบริจาคเพื่อสนับสนุนการจัดพิมพ์ปฏิทินศิลปวัฒนธรรม	36,000				36,000
3.2	เงินบริจาคเพื่อจัดทำของที่ระลึก	1,289	18,710			19,999
	รวม	121,154	18,790	33,300	171,318	344,562

#### สรุปผลการดำเนินงาน

เงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาจากแหล่งทุนภายในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 344,562 บาท เทียบกับค่าเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 8.61 (ต่ำกว่าเป้าหมาย)

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

- 1) รายได้จากการจัดเก็บค่าเข้าชมและเช่าสถานที่ในพิพิธภัณฑ์ฯ ลดลง
- 2) เงินทุนสนับสนุนการจัดกิจกรรมจากหน่วยงานภายนอกลดลง
- 3) รายได้จากบริการวิชาการลดลง เช่น การจัดเก็บค่าลงทะเบียนฝึกอบรม/สัมมนา และการจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์
- 4) รายได้จากจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึกลดลง

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

- 1) หารายได้จากทรัพยากรที่ส่วนงานมีอยู่ เช่น พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา การจำหน่ายหนังสือ การจัดประชุมวิชาการ ฯลฯ
- 2) หารายได้จากการสนับสนุน/บริจาคจากแหล่งทุนภายในและต่างประเทศ
- 3) เพิ่มช่องทางการตลาดแบบออนไลน์ (Online Marketing)

ตัวชี้วัด 1.2.1 ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน □

ค่าเป้าหมาย : 90

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม, งานบริการและประกันคุณภาพ

ผู้รับผิดชอบ : ปรียาลักษณ์ ใจสัตย์, วาสนา มาวงค์

ลำดับ	รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
1	ร้อยละการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน	91.67	97.07			94.37
	รวม	91.67	97.07			94.37

#### สรุปผลการดำเนินงาน

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมล้านนา เพื่อสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน ร้อยละ 94.37 เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็น ร้อยละ 100

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

ตัวชี้วัด 1.2.2 ร้อยละของประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.

ค่าเป้าหมาย : 90

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : งานบริการและประกันคุณภาพ

ผู้รับผิดชอบ : วาสนา มawangค์

ลำดับ	รายละเอียด	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
1	ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา มช.	91.67	92.89	90.03	96.19	92.70
	รวม	91.67	92.89	90.03	96.19	92.70

สรุปผลการดำเนินงาน

ผลประเมินประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ต่อพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ร้อยละ 92.48 เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

**ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ตามพันธกิจ) : บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม**

ตัวชี้วัด 2.1.1 จำนวนหลักสูตรระยะสั้น/หลักสูตรอบรม/หลักสูตรออนไลน์ จากการรวบรวมองค์ความรู้ภายในมหาวิทยาลัย เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม ชุมชนและผู้ที่ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพของตนเอง

ค่าเป้าหมาย : 20

หน่วยนับ : หลักสูตร

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ต่อพงษ์ เสมอใจ, ปรียาลักษณ์ ใจสัตย์

ลำดับ	หลักสูตร	ผลงาน
<b>ไตรมาสที่ 1</b>		<b>1</b>
1.1	กิจกรรม Lanna Crafts Online (Workshop) : โคมหุกระต่าย	1
<b>ไตรมาสที่ 2</b>		<b>4</b>
2.1	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : กระเป่าลูกเต๋อย (ชาติพันธุ์กะเหรี่ยง)	1
2.2	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : ว่าวอีลุ่ม	1
2.3	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : ดอกไม้ประดับต้นคิ้วตาน	1
2.4	กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม "การตัดตุ๊กล้านนา เพื่อเรียนรู้งานหัตถศิลป์ล้านนา" สำหรับคณาจารย์และนักศึกษาหลักสูตร สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล	1
<b>ไตรมาสที่ 3</b>		<b>5</b>
3.1	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : ตุ๊กเป็้ง	1
3.2	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : สานพัด	1
3.3	กิจกรรมอบรม (workshop) "การตัดตุ๊กใส่หมู" สำหรับโรงเรียน อบจ.เชียงใหม่	1
3.4	กิจกรรมอบรม (workshop) "การตัดตุ๊กใส่หมู" สำหรับสโมสรนักศึกษา มข. ปีการศึกษา 2565 (รับน้องท่องเมือง)	1
3.5	หลักสูตรเรือนล้านนากับวิถีชีวิต (Lanna House and Way of Life) ในระบบ MOOC CMU	1
<b>ไตรมาส 4</b>		<b>14</b>
4.1	โครงการพิพิธภัณฑ์มีชีวิต การเรียนรู้วิถีชีวิตล้านนา "ผ้าและเทศกาลชาติพันธุ์"	
4.2	โครงการอบรมหลักสูตรระยะสั้นวัฒนธรรมอาหารล้านนาสู่สากล	<b>6</b>
	(1) หลักสูตรอาหารแปรรูป	1
	(2) หลักสูตรอาหารว่างพื้นถิ่นล้านนา (ของกินเล่น)	1
	(3) หลักสูตรอาหารตามฤดูกาล	1
	(4) หลักสูตรอาหารตามประเพณี	1
	(5) หลักสูตรอาหารเนื่องในโอกาสสำคัญ	1
	(6) หลักสูตรอาหารเป็นยา	1
4.3	กิจกรรมศิลปวัฒนธรรม	<b>5</b>
	(1) กิจกรรมอบรม "ประดิษฐ์โคมกระบอก" สำหรับโรงเรียนเทศบาล 1 บ้านกลาง	1
	(2) กิจกรรมอบรม "ประดิษฐ์โคมกระบอก" สำหรับโรงเรียนป่าซาง	1
	(3) กิจกรรมอบรม "การทำหลามปลาช่อนและขนมสอดไส้" สำหรับโรงเรียนต้นแก้วดงพิทยาลัย	1
	(4) กิจกรรม "ประดิษฐ์โคมกระบอกและตัดตุ๊กใส่หมู" สำหรับมหาวิทยาลัยพายัพ	1
	(5) กิจกรรม "ประดิษฐ์ตุ๊กใส่หมูและโคมล้านนา" สำหรับบริษัท Concept Land 9	1
4.4	หลักสูตรเรือนล้านนากับวิถีชีวิต (Lanna House and Way of Life) (ร่วมกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มข.)	1
4.5	โครงการศิลปวัฒนธรรมศึกษาสำหรับมหาวิทยาลัยเกี่ยวโตเซกะ	1
4.6	หลักสูตรอักษรธรรมล้านนาแบบออนไลน์	1
<b>รวม</b>		<b>24</b>

สรุปผลการดำเนินงาน

หลักสูตรระยะสั้น จำนวน 24 หลักสูตร หากเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

ตัวชี้วัด 2.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน

ค่าเป้าหมาย : 3

หน่วยนับ : ชิ้นงาน

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ฐาปนีย์ เครือระยา

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์	ข้อมูลเอกสารรับรองผลงาน/ชิ้นงาน ตามมาตรฐานที่ระบุไว้ในคำนิยามข้างต้น	ผลงาน
1	การจัดนิทรรศการภายในเรือนจำลอง 4 ภาค ภายในอุทยานหลวงราชพฤกษ์	มีการปรับปรุงอาคารเรือนไทย 4 ภาค จากเดิมเป็นอาคารที่ไม่มีเครื่องใช้ และการจัดนิทรรศการให้ข้อมูลความรู้ภายในเรือน ปรับปรุงเป็นอาคารนิทรรศการที่แสดงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อ การกินการอยู่อาศัยของคนไทยจำนวน 4 หลัง โดยอุทยานหลวงราชพฤกษ์ จะได้ใช้เรือนเป็นอาคารจัดแสดงและจัดกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม เป็นการเสริมสร้างและส่งเสริมการเรียนรู้ให้ประชาชน และเยาวชนที่มาศึกษาในหน่วยงาน	1
2	ตุ๊กตาสองราศีของร้านโคมตุ๊กตาล้านนาสินค้าพื้นเมือง เชียงใหม่ บ้านเมืองสาทร อ.เมือง จ. เชียงใหม่	ผู้ประกอบการได้นำลายตัดกระดาษสีสองราศีไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตุ๊กต โดยทำตัวลายนักชัทรทั้ง 12 ตัวในตุ๊กตึงเดียว เพื่อใช้จำหน่าย โดยใช้วัสดุผ้าแทนกระดาษ เพื่อยืดอายุการใช้งาน และสร้างมูลค่า/คุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์	1
3	มีการนำลวดลายสีสองราศีไปออกแบบเป็นตุ๊กตาสองราศี โดยทำตัวลายนักชัทรทั้ง 12 ตัวในตุ๊กตึงเดียว เพื่อใช้จำหน่ายในร้าน มีการใช้วัสดุเป็นผ้าที่มีอายุการใช้งานมากกว่ากระดาษและสามารถสร้างมูลค่าได้มากขึ้น	ผู้ประกอบการได้นำลวดลายสีสองราศีไปออกแบบตุ๊กตึงปีเป้ง (นักชัทรประจำปีเกิด) โดยทำเป็นตุ๊กตึงประจำปีเกิดของแต่ละคน เพื่อใช้จำหน่ายในร้าน มีการใช้วัสดุเป็นผ้าแทนกระดาษ เพื่อยืดอายุการใช้งาน และสร้างมูลค่า/คุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์	1
<b>รวม</b>			<b>3</b>

สรุปผลการดำเนินงาน

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า/คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐาน จำนวน 3 ชิ้นงาน เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

## ตัวชี้วัด 2.1.3 จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้นตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่

คำเป้าหมาย : 3

หน่วยนับ : ผู้ประกอบการ

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ฐานันท์ เครือระยา

ลำดับ	ผู้ประกอบการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรม/หลักสูตรการอบรม ที่ได้ดำเนินการเพื่อเพิ่มทักษะให้กับผู้ประกอบการ/ธุรกิจ สร้างสรรค์	ผลงาน
1	อุทยานหลวงราชพฤกษ์ โดยได้ดำเนินการให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลสำหรับการจัดนิทรรศการภายในเรือนจำลอง 4 ภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้ ซึ่งได้จัดวางอุปกรณ์และเครื่องใช้บนเรือนทั้ง 4 หลัง รวมถึงป้ายนิทรรศการข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เปิดให้ผู้สนใจได้เข้าชม เรียนรู้วิถีชีวิตของคนไทยทั้ง 4 ภาค	สำนักฯ ได้ให้คำแนะนำแก่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ในการจัดภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมรอบตัวเรือนไทยทั้งสี่ภาค รวมถึงการให้คำแนะนำ และร่วมออกแบบนิทรรศการกับอุทยานหลวงราชพฤกษ์ และผู้รับเหมาในการจัดนิทรรศการ โดยในระหว่างการจัดนิทรรศการได้ติดตามผล การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง	1
2	นายบรรณารักษ์ กันติพงษ์ เจ้าของร้านโคมตุ้งล้านนาสินค้าพื้นเมือง เชียงใหม่ บ้านเมืองสาคร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นำลายตัดกระดาษสิบสองราศีไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตุ้ง	สำนักฯ ได้ออกแบบลาย 12 นักษัตร ให้กับทางเจ้าของกิจการ ซึ่งได้นำไปออกแบบตุ้งของตัวเอง ซึ่งในระหว่างการดำเนินการได้แนะนำรูปแบบตุ้ง และให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลายให้แก่ผู้ประกอบการได้นำไปสร้างสรรค์ผลงานต่อทางผู้ประกอบการได้เห็นถึงปัญหาของการตัดลายกระดาษด้วยกรรไกร ซึ่งใช้เวลามากและทำได้จำนวนน้อย ไม่สามารถทำได้ทันหากมีการสั่งสินค้าจำนวนมาก จึงแก้ไขปัญหาด้วยการนำลายสิบสองราศีไปทำเป็นลายปั๊ม เพื่อเข้าในเครื่องอัดกระดาษ สามารถผลิตได้ในจำนวนมากและมีคุณภาพเหมือนกัน	1
3	นางสาวเจษฎาภรณ์ จันทร์ดำ เจ้าของร้านตระการตาล้านนาโคม บ้านเมืองสาคร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นำลายตัดกระดาษสิบสองราศีไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตุ้ง	สำนักฯ ได้ออกแบบลาย 12 นักษัตร ให้กับทางเจ้าของกิจการ ซึ่งได้นำไปออกแบบตุ้งของตัวเอง ซึ่งในระหว่างการดำเนินการได้แนะนำรูปแบบตุ้ง และให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลายให้แก่ผู้ประกอบการได้นำไปสร้างสรรค์ผลงานต่อทางผู้ประกอบการได้เห็นถึงปัญหาของการตัดลายกระดาษด้วยกรรไกร ซึ่งใช้เวลามากและทำได้จำนวนน้อย ไม่สามารถทำได้ทันหากมีการสั่งสินค้าจำนวนมาก จึงแก้ไขปัญหาด้วยการนำลายสิบสองราศีไปทำเป็นลายปั๊ม เพื่อเข้าในเครื่องอัดกระดาษ สามารถผลิตได้ในจำนวนมากและมีคุณภาพเหมือนกัน	1
<b>รวม</b>			<b>3</b>

## สรุปผลการดำเนินงาน

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีทักษะเพิ่มขึ้นตอบสนองตลาดและวิถีชีวิตสมัยใหม่ จำนวน 3 ผู้ประกอบการ เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

## วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

## แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

ตัวชี้วัด 2.1.4 ร้อยละของผู้รับบริการวิชาการที่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้

ค่าเป้าหมาย : 85

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : ฝ่ายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ : ต่อพงษ์ เสมอใจ, ฐาปณีย์ เครือระยา

ลำดับ	หลักสูตร	ร้อยละ
<b>ไตรมาส 1</b>		<b>80.00</b>
1.1	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : การตกแต่งผ้าด้วยลูกเดือย	80.00
<b>ไตรมาส 2</b>		<b>97.45</b>
2.2	กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม "การตัดตุ๊กล้านนา เพื่อเรียนรู้งานหัตถศิลป์ล้านนา" สำหรับคณาจารย์และนักศึกษาหลักสูตร สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล	96.36
2.3	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : ว่าวอีลุ่ม	100.00
2.4	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : ดอกไม้ประดับต้นคว้าน	96.00
<b>ไตรมาส 3</b>		<b>79.34</b>
3.1	กิจกรรมการสอนทำตุ๊กเป็่งให้กับเยาวชนเจ้าบ้านสืบสานวัฒนธรรม ในเทศกาล Water Festival 2022 เทศกาลวิถีไทย วิถีน้ำ ครั้งที่ 7 ณ บ้านโบราณ เชียงใหม่ โดยบริษัททศภาค จำกัด	61.54
3.2	กิจกรรม Lanna Crafts Online (workshop) : ตุ๊กเป็่ง	97.14
<b>ไตรมาส 4</b>		<b>94.48</b>
4.1	กิจกรรมWorkshop สานล้อมดอกตอกล้านนา	96.55
4.2	โครงการศิลปวัฒนธรรมศึกษาสำหรับมหาวิทยาลัยเกียวโตเซกะ	92.41
<b>รวม</b>		<b>87.82</b>

สรุปผลการดำเนินงาน

ผู้รับบริการวิชาการสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้ คิดเป็นร้อยละ 87.82 เมื่อเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-



ยุทธศาสตร์ที่ 3 (สนับสนุน) : บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด 3.1.1 ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx200)

ค่าเป้าหมาย : 3

หน่วยนับ : แบนด์

หน่วยงาน : งานบริการและประกันคุณภาพ

ผู้รับผิดชอบ : สันต์ทัศน์ เพ็ญจันทร์

หมวด	ผลประเมิน	แบนด์
1. การนำองค์การ	1.1 การนำองค์การโดยผู้นำระดับสูง 1.2 การกำกับดูแลและความรับผิดชอบต่อสังคม	
2. กลยุทธ์	2.1 การจัดทำกลยุทธ์	
	2.2 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	
3. ลูกค้า	3.1 เสียงของลูกค้า	
	3.2 ความผูกพันของลูกค้า	
4. การวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้	4.1 การวัด วิเคราะห์ และปรับปรุงผลการดำเนินการขององค์การ	
	4.2 การจัดการความรู้ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ	
5. บุคลากร	5.1 สภาพแวดล้อมด้านบุคลากร	
	5.2 ความผูกพันของบุคลากร	
6. ระบบปฏิบัติการ	6.1 กระบวนการทำงาน	
	6.2 ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการ	
7. ผลลัพธ์	7.1 ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ของผู้เรียน และด้านกระบวนการ	
	7.2 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	
	7.3 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร	
	7.4 ผลลัพธ์ด้านการนำองค์การและการกำกับดูแล	
	7.5 ผลลัพธ์ด้านงบประมาณ การเงิน และตลาด	
<b>รวม</b>		

#### สรุปผลการดำเนินงาน

สำนักฯ ได้รับการยกเว้นการตรวจประเมิน EdPEx ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงคณะผู้บริหาร เพื่อให้ผู้บริหารได้มีเวลาในระยะเริ่มต้นในการทบทวนบริบทองค์กร และวางระบบการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทางของเกณฑ์ EdPEx ตลอดจนเป็นกลไกในการร่วมสนับสนุนและขับเคลื่อนนโยบายและทิศทางการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะเวลาที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

## ตัวชี้วัด 3.1.2 ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน

ค่าเป้าหมาย : 100

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : สำนักงานสำนัก

ผู้รับผิดชอบ : ปัทมา จักษุรัตน์

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	คู่มือปฏิบัติงาน	เป้าหมาย	ผลงาน
ไตรมาส 1				
ไตรมาส 2				
			1	1
1	นายสันต์ทัศน์ เพ็ญจันทร์	คู่มือดำเนินงานโครงการของสำนักฯ	1	1
ไตรมาส 3				
ไตรมาส 4				
รวม			1	1

## สรุปผลการดำเนินงาน

จำนวนบุคลากรสายปฏิบัติการที่มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน จำนวน 1 คน จากพนักงานมหาวิทยาลัยประจำทั้งหมด 13 คน หากเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 7.69

## วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

บุคลากรไม่สามารถจัดทำคู่มือปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนดได้

## แนวทางปรับปรุงพัฒนา

- 1) สนับสนุนบุคลากรเข้าร่วมอบรม เรื่อง การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน
- 2) ศึกษาตัวอย่างการจัดคู่มือปฏิบัติงานจากหน่วยงานต่างๆ และนำมาปรับใช้จัดทำคู่มือปฏิบัติงานของตนเอง

ตัวชี้วัด 3.1.3 การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)

ค่าเป้าหมาย : 90

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : สำนักงานสำนัก

ผู้รับผิดชอบ : สันต์ทัศน์ เพ็ญจันทร์

ลำดับ	รายการ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 4
1	ผลประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน (Internal Integrity and Transparency Assessment: IIT)	26.92	26.92
2	ผลประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External Integrity and Transparency Assessment: EIT)	27.47	27.47
3	ผลประเมินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (Open Data Integrity and Transparency Assessment: OIT)	32.31	38.05
<b>รวม</b>		<b>86.70</b>	<b>92.44</b>

สรุปผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA) คิดเป็นร้อยละ 86.70

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

- 1) ข้อมูลสาธารณะ (OIT) บนเว็บไซต์สำนักฯ มี Deadlink
- 2) การรายงานข้อมูลสาธารณะ (OIT) ไม่ตรงกับเกณฑ์ที่กำหนด

แนวทางปรับปรุงพัฒนา

- 1) ปรับปรุงแก้ไขข้อมูลสาธารณะ (OIT) บนเว็บไซต์สำนักฯ ไม่ให้มี Deadlink
- 2) ปรับปรุง/แก้ไขข้อมูลสาธารณะ (OIT) ตามเกณฑ์ CMU-ITA

ตัวชี้วัด 3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการเข้าร่วมโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข

ค่าเป้าหมาย : 95

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : งานบริหารทั่วไป

ผู้รับผิดชอบ : ชนาภา คำวงศ์, วนิดา เชื้อคำฟู

ลำดับ	หัวข้อประเมิน	ร้อยละ	ผลประเมิน
<b>ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการฯ</b>		<b>88.57</b>	<b>มากที่สุด</b>
1	เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผู้บริหารและบุคลากรของสำนักฯ ให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ มีสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ	88.57	มากที่สุด
2	เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผู้บริหารและบุคลากรของสำนักฯ ให้ทำงานด้วยใจรัก สามัคคี สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม และมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรร่วมกัน	91.43	มากที่สุด
3	เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผู้บริหารและบุคลากรของสำนักฯ ให้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการดูแลชุมชนและสังคม	85.71	มากที่สุด
<b>ด้านความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม</b>		<b>88.00</b>	<b>มากที่สุด</b>
4	กิจกรรม Happy Heart: อยุ่พรวันเกิดบุคลากร	88.57	มากที่สุด
5	กิจกรรม Happy Heart: แสดงความยินดีกับบุคลากรที่สำเร็จการศึกษา	85.71	มากที่สุด
6	กิจกรรม Happy Heart: พิธีมุทิตาจิตผู้บริหารที่หมดวาระและเกษียณอายุงาน	90.00	มากที่สุด
7	กิจกรรม Happy Society: ถวายปัจจัย และทำกิจกรรมสาธารณกุศล ณ วัดฝ่ายหิน	87.14	มากที่สุด
8	กิจกรรม Happy Body: ส่งเสริมการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ประจำปี	88.57	มากที่สุด
<b>อื่นๆ</b>		<b>88.57</b>	<b>มากที่สุด</b>
9	ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโครงการ	88.57	มากที่สุด
10	ความพึงพอใจของท่านในการเข้าร่วมโครงการฯ ในภาพรวม	88.57	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>88.38</b>	<b>มากที่สุด</b>

#### สรุปผลการดำเนินงาน

ผลประเมินความพึงพอใจและความสุขของบุคลากรต่อการเข้าร่วมโครงการ Happy CPAC : องค์กรแห่งความสุข คิดเป็นร้อยละ 88.38 หากเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 98.20

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ควรสำรวจข้อมูล/ค้นหาความต้องการปัจจัยสร้างความพึงพอใจและความสุขของบุคลากร และใช้เป็นข้อมูลนำเข้า (Input) ในการจัดทำแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม เพื่อการตอบสนองที่ตรงกับความต้องการของบุคลากรได้มากขึ้น

## ตัวชี้วัด 3.1.5 ร้อยละความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร

ค่าเป้าหมาย : 90

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : งานบริหารทั่วไป

ผู้รับผิดชอบ : รพีพรรณ ศรีทะ

ลำดับ	หัวข้อประเมิน	มิติ	ร้อยละ
1	ท่านจะแนะนำญาติ/เพื่อน/คนรู้จักมาทำงานที่องค์กรนี้	Say	75.00 (Very Happy)
2	หากท่านมีใครกล่าวถึงองค์กรในทางที่ไม่เหมาะสม ท่านจะปกป้ององค์กรของท่านหรือไม่		
3	ท่านภาคภูมิใจที่ได้เป็นพนักงาน/บุคลากรขององค์กร/ได้ทำงานในองค์กรนี้		
4	เมื่อมีโอกาสจะบอกผู้อื่นถึงสิ่งดีๆ เกี่ยวกับการทำงานที่องค์กรนี้ระดับใด		
5	ขณะที่ทำงานอยู่ในองค์กรนี้ หากท่านมีโอกาสได้ศึกษาต่อ และเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว ท่านจะทำงานต่อหรือว่าลาออก	Stay	70.60 (Happy)
6	ถ้าท่านมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวน/ติดต่อให้ทำงาน ท่านพร้อมที่จะไประดับใด		
7	ท่านรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมขององค์กรที่ท่านทำงานในปัจจุบัน		
8	เมื่อท่านทำงานในองค์กรนี้เป็นเวลานาน ท่านยังรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร		
9	ท่านทุ่มเททำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กรของท่าน	Strive	78.30 (Very Happy)
10	ท่านเป็นคนคิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อสร้างความก้าวหน้ากับองค์กรของท่าน		
11	ในแต่ละวันท่านทำงานอย่างมีเป้าหมาย		
12	องค์กรนี้สร้างแรงบันดาลใจให้ท่านทำงานได้ดีที่สุดในทุกๆ วัน		
13	องค์กรนี้สนับสนุนและให้แรงจูงใจกับท่านในการสร้างผลงานแก่องค์กรมากกว่าการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายปกติ		
<b>รวม</b>			<b>74.60</b>

หมายเหตุ: ผลการสำรวจความพึงพอใจ ความผูกพันองค์กร สมดุลแห่งชีวิต และความสุขของบุคลากร มช (Happinometer) ประจำปี 2564

## เหตุผล/คำชี้แจงประกอบ

ความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 74.60 หากเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 82.89

## วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

- 1) ไม่มีการสำรวจปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของบุคลากร
- 2) ไม่มีแผนสร้างความผูกพันของบุคลากร

## แนวทางปรับปรุงพัฒนา

- 1) สำรวจปัจจัยสร้างความผูกพันของบุคลากร
- 2) จัดทำแผนสร้างความผูกพันของบุคลากรสำนักฯ

ตัวชี้วัด 3.1.6 จำนวนเงินรายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ การสนับสนุนจากภายนอก และรายได้แหล่งอื่นๆ (หลังหักสมทบ มช. 10%)

ค่าเป้าหมาย : 1,550,000

หน่วยนับ : บาท

หน่วยงาน : งานบริหารทั่วไป

ผู้รับผิดชอบ : ชนาภา คำวงศ์

ลำดับ	รายการ	แหล่งเงิน	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
1	รายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์		53,731.35	60,175.80	49,715.10	73,682.55	237,304.80
1.1	ค่าธรรมเนียมเข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ		29,484.00	32,391.00	40,239.00	54,963.00	157,077.00
1.2	ค่าเช่าสถานที่		21,060.00	26,100.00	7,020.00	6,210.00	60,390.00
1.3	ค่าจำหน่ายหนังสือ		2,936.25	180.00	90.00	9,560.25	12,766.50
1.4	ค่ารับฝากจำหน่ายสินค้า		251.10	510.30	170.10	340.20	1,271.70
1.5	ค่าจำหน่ายของที่ระลึก			994.50	2,196.00	2,609.10	5,799.60
2	รายได้จากการสนับสนุนจากภายนอก		125,614.00	18,790.00	78,300.00	171,317.68	394,021.68
2.1	เงินบริจาคพิพิธภัณฑ์ฯ	ผู้บริจาค	83,325.00	80.00	33,300.00	171,317.68	288,022.68
2.2	เงินบริจาคเพื่อจัดทำของที่ระลึก		1,289.00	18,710.00			19,999.00
2.3	เงินสนับสนุนการจัดพิมพ์ปฏิทินศิลปวัฒนธรรม	บมจ.บุญรอดบริวเวอรี่	36,000.00				36,000.00
2.4	เงินสนับสนุนโครงการทำบุญปีใหม่สำนักฯ	ผู้อำนวยการ	5,000.00				5,000.00
2.5	เงินสนับสนุนโครงการทำบุญวันคล้ายวันสถาปนาสำนักฯ ประจำปี 2565	ผู้อำนวยการ			45,000.00		45,000.00
3	รายได้หรือผลประโยชน์อื่นๆ		90.00	8,050.55	39,886.00	39,398.75	87,425.30
3.1	ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร			2,310.55		1,515.98	3,826.53
3.2	รายได้เบ็ดเตล็ด (ค่าปรับ, จำหน่ายน้ำดื่ม)		90.00		3,546.00	1,881.00	5,517.00
3.3	รายได้จากการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรม			5,740.00	36,340.00	36,001.77	78,081.77
	รวม		179,435.35	87,016.35	167,901.10	284,398.98	718,751.78

#### สรุปผลการดำเนินงาน

รายได้ที่เกิดจากสินทรัพย์ การสนับสนุนจากภายนอก และรายได้แหล่งอื่นๆ (หลังหักสมทบ มช. 10%) จำนวน 718,751.78 บาท เทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 46.37

#### วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้รายได้จากการให้บริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา (ค่าเข้าชม ค่าเช่าสถานที่ ฯลฯ) และรายได้จากการให้บริการวิชาการต่างๆ ลดลง

#### แนวทางปรับปรุงพัฒนา

- 1) หารายได้จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ รายได้จากการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และรายได้/ผลประโยชน์อื่นๆ ให้เพิ่มขึ้น
- 2) ลดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้รายได้หลังหักค่าใช้จ่ายของส่วนงานเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด 3.1.7 ร้อยละของการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าเทียบกับปีที่ผ่านมา

ค่าเป้าหมาย : -5

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : งานบริหารทั่วไป

ผู้รับผิดชอบ : กิตติพันธ์ ไชยยาศิต

เดือน	ปีงบ 2564 (หน่วย)	ปีงบ 2565 (หน่วย)	เทียบกับปีที่ผ่านมา	
			บาท	ร้อยละ
<b>ไตรมาสที่ 1</b>	<b>8,696.61</b>	<b>7,327.56</b>	<b>(1,369.05)</b>	<b>(6.77)</b>
ตุลาคม	2,959.92	2,822.43	(137.49)	(4.65)
พฤศจิกายน	2,834.78	2,582.61	(252.17)	(8.90)
ธันวาคม	2,901.91	1,922.52	(979.39)	(33.75)
<b>ไตรมาสที่ 2</b>	<b>9,096.56</b>	<b>7,324.11</b>	<b>(1,772.45)</b>	<b>(19.48)</b>
มกราคม	2,179.98	1,903.91	(276.07)	(12.66)
กุมภาพันธ์	2,716.78	2,146.98	(569.80)	(20.97)
มีนาคม	4,199.80	3,273.22	(926.58)	(22.06)
<b>ไตรมาสที่ 3</b>	<b>9,991.28</b>	<b>9,045.19</b>	<b>(946.09)</b>	<b>(9.47)</b>
เมษายน	2,789.15	3,256.24	467.09	16.75
พฤษภาคม	3,688.29	2,870.47	(817.82)	(22.17)
มิถุนายน	3,513.84	2,918.48	(595.36)	(16.94)
<b>ไตรมาสที่ 4</b>	<b>9,110.81</b>	<b>8,397.21</b>	<b>(713.60)</b>	<b>(7.83)</b>
กรกฎาคม	3,056.04	2,759.62	(296.42)	(9.70)
สิงหาคม	2,927.48	2,745.29	(182.19)	(6.22)
กันยายน	3,127.29	2,892.30	(234.99)	(7.51)
<b>รวม</b>	<b>36,895.26</b>	<b>32,094.07</b>	<b>(4,801.19)</b>	<b>(13.01)</b>

สรุปผลการดำเนินงาน

ค่าไฟฟ้าลดลงจากปีที่ผ่านมา จำนวน 4,801.19 หน่วย หรือร้อยละ 13.01 หากเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

-

แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-

## ตัวชี้วัด 3.1.8 ร้อยละของปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงเทียบกับปีที่ผ่านมา

ค่าเป้าหมาย : -5

หน่วยนับ : ร้อยละ

หน่วยงาน : งานบริหารทั่วไป

ผู้รับผิดชอบ : วาสนา มาวงศ์

เดือน	ก๊าซเรือนกระจก ปี 2564 (kgCO <sub>2</sub> e)	ก๊าซเรือนกระจก ปี 2565 (kgCO <sub>2</sub> e)	เพิ่มขึ้น/ลดลง จากปีที่ผ่านมา (kgCO <sub>2</sub> e)	คิดเป็นร้อยละ
<b>ไตรมาส 1</b>	<b>6,727.30</b>	<b>5,465.56</b>	<b>(1,261.74)</b>	<b>(18.76)</b>
ตุลาคม	2,024.47	1,988.48	(35.99)	(1.78)
พฤศจิกายน	2,184.24	1,846.46	(337.78)	(15.46)
ธันวาคม	2,518.59	1,630.62	(887.97)	(35.26)
<b>ไตรมาส 2</b>	<b>7,831.68</b>	<b>5,821.04</b>	<b>(2,010.64)</b>	<b>(25.67)</b>
มกราคม	1,997.33	1,598.69	(398.64)	(19.96)
กุมภาพันธ์	2,423.82	1,756.04	(667.78)	(27.55)
มีนาคม	3,410.53	2,466.31	(944.22)	(27.69)
<b>ไตรมาส 3</b>	<b>7,765.07</b>	<b>6,327.29</b>	<b>(1,437.78)</b>	<b>(18.52)</b>
เมษายน	2,469.77	2,260.98	(208.79)	(8.45)
พฤษภาคม	2,779.55	1,997.06	(782.49)	(28.15)
มิถุนายน	2,515.75	2,069.25	(446.50)	(17.75)
<b>ไตรมาส 4</b>	<b>6,245.91</b>	<b>5,631.38</b>	<b>(614.53)</b>	<b>(9.84)</b>
กรกฎาคม	2,024.11	1,880.46	(143.65)	(7.10)
สิงหาคม	2,041.92	1,832.48	(209.44)	(10.26)
กันยายน	2,179.88	1,918.44	(261.44)	(11.99)
<b>รวม</b>	<b>28,569.96</b>	<b>23,245.27</b>	<b>(5,324.69)</b>	<b>(18.64)</b>

## สรุปผลการดำเนินงาน

ปริมาณก๊าซเรือนกระจก ลดลงจากปีที่ผ่านมา จำนวน 5,324.69 kgCO<sub>2</sub>e หรือร้อยละ 18.64 หากเทียบกับเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100

## วิเคราะห์ช่องว่าง/จุดบอด (Gap Analysis)

-

## แนวทางปรับปรุงพัฒนา

-