



ACCL-CMU

2566-2570

แผนพัฒนาการดำเนินงาน

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและล้านนาสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

236 HUAYKAEW RD.
Muang, Chiang Mai
<http://art-culture.cmu.ac.th>

**แผนพัฒนาการดำเนินงานสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและล้านนาสร้างสรรค์
ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)**

ปณิธาน

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางที่มีชีวิตชีวาของกิจกรรมทางการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ในระดับท้องถิ่น ชาติ และนานาชาติ

วิสัยทัศน์

เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมล้านนาร่วมสมัย เพื่อสังคมที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

พันธกิจ

1. ทำนุบำรุง ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสร้างอัตลักษณ์ล้านนาร่วมสมัยสากล
2. สร้างองค์ความรู้ พัฒนางานวิจัย และบริการวิชาการบนฐานวัฒนธรรมล้านนาและการสร้างสรรค์แก่สังคมและชุมชน
3. ส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางและการยอมรับย่านล้านนาสร้างสรรค์ ด้วยการออกแบบและต้นทุนทางวัฒนธรรม
4. สร้างคุณค่า มูลค่าเพิ่มให้กับอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อความยั่งยืน

ค่านิยม

สำนักฯ ได้กำหนดนิยามองค์กร ซึ่งเป็นกรอบความคิดและความเชื่อที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์องค์กร และเป็นบรรทัดฐานในการกำหนดรากฐานหรือพฤติกรรมของบุคลากรสำนักฯ โดยใช้ตัวอักษรย่อ คือ “CPAC-ECMU” ซึ่งมีความหมายดังนี้

C: Creativity - คิดอย่างสร้างสรรค์

การปฏิบัติงานด้วยความคิดสร้างสรรค์ ในมุมมองแห่งความสร้างสรรค์สุนทรีย์แห่งศิลปวัฒนธรรมทั้งของท้องถิ่นและชาติ

P: Passion - รักในงานอย่างลึกซึ้ง

มีความสุขและรักในงานอย่างลึกซึ้ง รับผิดชอบตอบสนองในการบริการผู้อื่นและผู้ร่วมงาน

A: Affection - อยู่อย่างชื่นชอบ

ปฏิบัติงานในองค์กรของตนเองด้วยความยินดี ชื่นชอบ สมานสามัคคี ปกป้องและรักองค์กร

C: Classic - ดำรงตนเป็นแบบฉบับ

ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมและจริยธรรมอันดีงาม ให้เป็นต้นแบบที่ดีของการดำรงตน โดยเฉพาะในเรื่องศิลปวัฒนธรรม

E: Excellence - มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ : เน้นคุณภาพแห่งความเป็นเลิศ ประสิทธิภาพงาน
ความคล่องตัว และองค์กรแห่งการเรียนรู้

C: Community Engagement - เชิดชูรับใช้สังคม

สร้างความรักความผูกพันกับองค์กร มุ่งเน้นท้องถิ่น และรับผิดชอบต่อสังคม

M: Morality - นิยมในหลักธรรม

ยึดหลักธรรมาภิบาล เชิดชูคุณธรรม พัฒนาจิตอาสา/จิตสาธารณะ/จิตบริการ

U: Unity - รวมพลังเป็นหนึ่งเดียว

ให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน และทำงานร่วมกันเป็นทีม

แผนพัฒนาการดำเนินงานสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

Key Projects	Key Results	Sub-Key Results	เป้าหมายภายในปี 2570	2566	2567	2568	2569	2570	Total
Flagship 1 : ย่านสร้างสรรค์ (Creative District)									
KP1 : Center for Art Culture and Creative Lanna Promotion (ACCL)	KR1 : ศูนย์มีการดำเนินการด้านการบริหารจัดการและกายภาพสร้างสรรค์ (Launch in 2566 : On Ground)	1.1	“สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและล้านนาสร้างสรรค์ (ACCL)” เป็นศูนย์กลางย่านสร้างสรรค์ และขยายผลเกิดพื้นที่สร้างสรรค์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หรือเครือข่ายภายนอกมหาวิทยาลัย อย่างน้อย 7 แห่ง ที่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการพันธกิจสร้างสรรค์ เพื่อรองรับการขยายตัวของย่านสร้างสรรค์ต่อไป	Launch	25%	50%	75%	100%	100%
KP2 : CMU Digital Creative Space (CMU-DSC)	KR2 : ศูนย์มีการดำเนินการตามพันธกิจด้านการบริหารจัดการ และระบบสารสนเทศสร้างสรรค์ (Launch in 2566 : On Cloud)	2.1	เกิด Creative Lanna Digital Creative Framework ที่มีศักยภาพและความพร้อมในทุกมิติของการบริการด้านล้านนาสร้างสรรค์ อีกทั้งส่งเสริมความเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล อาทิ CMU Metaverse เป็นต้น	Launch	25%	50%	75%	100%	100%
KP3 : CMU Physical/Digital Creative Lanna District	KR3 : จำนวนบุคลากรหรือนักศึกษาที่เป็นพันธมิตร (Number of engage staffs and students > 1,000 in 2570)	3.1	จำนวนบุคลากรหรือนักศึกษามีส่วนร่วม ไม่น้อยกว่า 3,000 คน	Academy	200	500	1,000	2,000	2,000
	KR4 : จำนวนเครือข่ายชุมชนสร้างสรรค์ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีส่วนร่วมและพันธมิตร (Number of engage communities > 100 in 2570)	3.2	จำนวนเครือข่ายชุมชนสร้างสรรค์ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีส่วนร่วมกับโครงการ ไม่น้อยกว่า 200 ชุมชน	Academy and recruit	20	50	80	100	100
	KR5 : จำนวนผู้เข้าถึงบริการด้านล้านนาสร้างสรรค์ (Number of users > 1,000 in 2570)	3.3	จำนวนผู้เข้าถึงบริการด้านล้านนาสร้างสรรค์ (พื้นที่/กิจกรรม/ข้อมูล) ไม่น้อยกว่า 5,000 คน		500	1,000	2,000	3,000	4,000

Key Projects	Key Results	Sub-Key Results	เป้าหมายภายในปี 2570	2566	2567	2568	2569	2570	Total
	KR6 : Times Higher Education (THE) - University Impact Ranking (UIR) on SDG11 in Q3 (2567) and Q4 (2570)	3.4	ระดับ Times Higher Education (THE) – University Impact Ranking (UIR) on SDG11 "เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน" Q3 (2567) and Q4 (2569)	SDG11 in Q3			SDG11 in Q4		SDG1 1 in Q4
Flagship 2 : ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurship)									
KP4 : CMU Creative Design Lab (CMU-CDL)	KR7 : จำนวนของแนวคิดการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรมสร้างสรรค์ (Number of creative ideas > 5,000 in 2566)	4.1	จำนวนของแนวคิดการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในรูปแบบเอกสาร ภาพร่าง สิ่งประดิษฐ์ ข้อความ บทความ และสื่อประสม ฯลฯ โดยมีส่วนร่วม กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผ่านกระบวนการต่าง ๆ อาทิ ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน อาจารย์ นักวิจัย และบุคลากร ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมการสัมมนา กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือร่วมงานกับมหาวิทยาลัยในโครงการต่าง ๆ จำนวน 14,000 Ideas	5,000	8,000	10,000	12,000	14,000	14,000
KP5 : CMU - Creative Startup Incubation (CMU-CSI)	KR8 : จำนวนทีมด้านการพัฒนางานสร้างสรรค์ (Number of creative teams in the incubation programs > 1,000 in 2567)	5.1	กลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่มีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการสร้างคุณค่า-มูลค่าจากต้นทุนและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมล้านนา ผ่านแนวคิด สินค้า บริการ และกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยมีส่วนร่วม กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผ่านกระบวนการต่าง ๆ อาทิ ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน, อาจารย์ นักวิจัย และบุคลากร ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมการสัมมนา กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือร่วมงานกับมหาวิทยาลัยในโครงการต่าง ๆ มากกว่า 2,000 Creative Teams	200	500	1,000	2,000	4,000	4,000
	KR9 : จำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ (Number of creative startups and spin-offs > 50 in 2567)	5.2	กลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่มีผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Product Prototype) บริการ (Service Prototype) และกิจกรรมสร้างสรรค์ (Creative Activities) ที่มาจากแนวคิดการออกแบบจากต้นทุนและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมล้านนา โดยมีส่วนร่วม กับ	25	50	100	200	400	400

Key Projects	Key Results	Sub-Key Results	เป้าหมายภายในปี 2570	2566	2567	2568	2569	2570	Total
			มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผ่านกระบวนการต่าง ๆ อาทิ คิซย์เก่าและคิซย์ปัจจุบัน, อาจารย์ นักวิจัย และบุคลากร ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมการสัมมนา กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือร่วมงานกับมหาวิทยาลัยในโครงการต่าง ๆ <u>มากกว่า 20 Creative Startups (2568) และมากกว่า 200 Creative Startups (2570)</u>						
KP6 : CMU Creative Product Innovation and Business Development Platform - Creative Entrepreneur - Creative Wisdom Transfer	KR10 : จำนวนสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (Number of prototypes (products and services) > 1,000 in 2570)	6.1	จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Product Prototype) บริการ (Service Prototype) และกิจกรรมสร้างสรรค์ (Creative Activities) ที่มาจากแนวคิดการออกแบบจากต้นทุนและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมล้านนา โดยมีส่วนร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผ่านกระบวนการต่าง ๆ อาทิ คิซย์เก่าและคิซย์ปัจจุบัน, อาจารย์ นักวิจัย และบุคลากร ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมการสัมมนา กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือร่วมงานกับมหาวิทยาลัยในโครงการต่าง ๆ <u>มากกว่า 1,000 ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์/บริการ)</u>	100	300	500	1,000	2,000	2,000
	KR11 : จำนวนองค์ความรู้ด้านล้านนาสร้างสรรค์ที่ได้รับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอด (Number of creative knowledge and wisdom transfer and exchange > 200 in 2570)	6.2	จำนวนองค์ความรู้ด้านล้านนาสร้างสรรค์ที่ได้รับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดสู่ชุมชน ที่จะนำไปสู่การต่อยอดใช้ประโยชน์ <u>มากกว่า 100 เรื่อง (2570)</u>	25	50	80	100	200	200
KP7 : CMU - Creative Marketplace and Business Connectivity	KR12 : จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ในเชิงพาณิชย์ (Number of commercialized creative projects > 100 in 2570)	7.1	จำนวนผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาจนสามารถสร้างรายได้ในเชิงพาณิชย์ โดยใช้องค์ความรู้ของมหาวิทยาลัย ผ่านโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ล้านนาสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาด้านศิลปและ	Prototype	25	50	100	200	200

Key Projects	Key Results	Sub-Key Results	เป้าหมายภายในปี 2570	2566	2567	2568	2569	2570	Total
			วัฒนธรรมล้านนาผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างโอกาสในการต่อยอด ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของชุมชนภาคเหนือของประเทศ จำนวน 100 Commercialized Creative Products/Projects						
Flagship 3 : แบรินด์สร้างสรรค์ (Creative Branding and Enterprise)									
KP8 : CMU - Creative Brand Strengthening (CMU-CBS)	KR13 : จำนวนรางวัลด้านการออกแบบ (Number of awards and recognitions > 10 in 2568)	8.1	จำนวนรางวัลด้านการออกแบบแนวคิด โครงการหรือผลงานสร้างสรรค์ ภายใต้แบรนด์ Creative Lanna ที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและสากล ไม่น้อยกว่า 10 รางวัล	Recruit	2	5	8	10	10
KP9 : CMU - Creative Enterprise and Venture Capital (CMU-CEVC)	KR14 : จำนวนบริษัทที่ได้รับการจดทะเบียนพาณิชย์ (CMU creative portfolio projects under AK Creative > 10 projects in 2568)	9.1	จำนวนบริษัทที่ได้รับการจดทะเบียนพาณิชย์ภายใต้การร่วมลงทุนสนับสนุนด้านการเงิน หรือให้คำปรึกษาทางด้านการบริหารกิจการให้แก่ธุรกิจบ่มเพาะด้านล้านนาสร้างสรรค์กับมหาวิทยาลัย ผ่าน AK Creative Co.,Ltd มากกว่า 10 โครงการ	Launch	5	10	15	20	20
	KR15 : จำนวนบริษัทที่ระดมทุนผ่าน AK Creative Co.,Ltd. (External funds (in-kind and in-cash) (THB) > 1,000 m (2570))	9.2	จำนวนบริษัทภายใต้ AK Creative Co.,Ltd. ที่ได้รับการร่วมลงทุนสนับสนุนด้านการเงิน หรือให้คำปรึกษาทางด้านการบริหารกิจการให้แก่ธุรกิจบ่มเพาะด้านล้านนาสร้างสรรค์ จากแหล่งทุนภายนอกมากกว่า 1,000 ล้านบาท	Launch	Recruit	100	500	1,000	1,000
KP10 : Crereative Lanna Branding Global Extention	KR16 : จำนวนการรับรู้และการขยายตัวสู่ตลาดสากล (Number of international market extensions > 10 countries)	10.1	จำนวนการรับรู้และการขยายตัวสู่ตลาดสากล ผ่านการส่งออกผลิตภัณฑ์ หรือการประกอบธุรกิจข้ามพรมแดนระหว่างประเทศที่สามารถสร้างรายได้และมูลค่าทางการตลาดให้แก่แบรนด์ Creative Lanna มากกว่า 10 ประเทศ	Recruit	Market test	3	5	10	10
	KR17 : มูลค่าทางการตลาดของแบรนด์สร้างสรรค์ (Market value of CMU-CL brand > THB 1,000 M in 2570)	10.2	มูลค่าทางการตลาดของโครงการ แนวคิด และผลงานสร้างสรรค์ ภายใต้แบรนด์ Creative Lanna ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มากกว่า 1,000 ล้านบาท	Analyse	Value prop	100	500	1,000	1,000