แผนยุทธศาสตร์

คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

FINE ARTS
Faculty of Fine Arts Chiang Mai University

คำนำ

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และแนวทางการบริหารและพัฒนาคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) สิ่งท้าทายที่สุดของการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ คือ ความหลากหลายของพันธกิจ เช่น การเรียนการสอน การวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ บริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม การแสวงหารายได้ รวมทั้งการบริหารองค์กรเพื่อความเป็นเลิศ คณะวิจิตรศิลป์มีหน่วยงานในกำกับ ประกอบด้วย สำนักงานคณะวิจิตรศิลป์ ภาควิชาทัศนศิลป์ ภาควิชาศิลปะไทย ภาควิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ สำนักวิชาการบัณฑิต และหอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การบริหารจัดการภายในองค์กร มุ่งเน้นแก้ปัญหาความขัดแย้ง ปัญหาด้านงบประมาณ สร้างความเชื่อมั่นด้วยการบริหารตามหลักธรรมมาภิบาล แสวงหารายได้ สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหาร บุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุน นักศึกษา และศิษย์เก่า สร้างองค์กรแห่งความสุข ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจแก่บุคลากรและนักศึกษา รวมถึงการเคารพให้เกียรติต่อความเห็นต่างทางวิชาการ สร้างเครือข่ายระหว่างสถาบันทางศิลปะทั้งภาครัฐ และเอกชน กลุ่มศิลปินทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ สร้างพื้นที่กลางแห่งความยืดหยุ่น การสร้างบรรยากาศความสามัคคี

ดังนั้น เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงกำหนดแนวทางการบริหาร เพื่อการบริหารงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยกำหนดแผนการดำเนินงาน เป็น 4 ช่วง 1) ช่วงปี พ.ศ. 2566 มุ่งเน้นการสร้างความสุข ความผูกพัน ความสามัคคีในองค์กร การบริการวิชาการ และเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติ 2) ช่วงปี พ.ศ. 2567 มุ่งเน้นวิชาการสู่ความเป็นเลิศ ผ่านการบูรณาการ รวมถึงส่งเสริมและสร้างหลักสูตรสู่สหวิทยาการ 3) ช่วงปี พ.ศ. 2568 – 2569 มุ่งเน้นการบ่มเพาะทางวิชาการสู่สัมมาชีพ และ 4) ช่วงปี พ.ศ. 2569 – 2570 มุ่งเน้นศิลปวัฒนธรรมล้านนาและศิลปะร่วมสมัยสู่การบริการวิชาการเต็มรูปแบบ โดยตลอดแผนงานดังกล่าวจะดำเนินงานควบคู่การพัฒนาและส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transform) และการส่งเสริม อนุรักษ์ และสร้างแบรนด์ดิ้ง (Branding) ด้านล้านนาสร้างสรรค์ และศิลปะร่วมสมัย ทั้งนี้ คณะวิจิตรศิลป์ ขอขอบคุณบุคลากรของคณะฯ ทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจ และร่วมระดมความคิดในการวางแผนพัฒนาคณะวิจิตรศิลป์ คณะฯ จะใช้ประโยชน์จากแผนยุทธศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับนี้เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานไปสู่การบรรลุเป้าหมายสูงสุดต่อไป

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุกรี เกษรเกศรา)
คณบดีคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สารบัญ

หน้า

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพคณะวิจิตรศิลป์ **1**

การวิเคราะห์สถานการณ์และประเด็นที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กร 1

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพองค์กร (SWOT) 11

แนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) **28**

วิสัยทัศน์ (Vision) 29

พันธกิจ (Mission) 29

ค่านิยมหลัก (Core Value) 29

วัฒนธรรมองค์กร 29

แนวทางการบริหารตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) 29

แผนงานที่สำคัญ (Key Action Plan) **31**

แผนงานที่สำคัญตามพันธกิจหลัก คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ **31**

เป้าหมายผลลัพธ์สำคัญ (Goal & KPI) 32

ยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ (Strategies) 33

ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 35

แผนงานที่สำคัญตามพันธกิจอื่น ๆ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ **46**

ความเป็นนานาชาติ (Internationalization) 46

แนวทางการแสวงหารายได้ 47

แนวทางการปรับปรุงระบบการบริหารของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ **48**

ความชัดเจนในการบริหารงานแบบมีธรรมาภิบาล 48

โครงสร้างส่วนงานที่สอดคล้องวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร 49

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ 50

การกำหนดเป้าหมายในการใช้จ่ายเงิน ทั้งเงินรายได้และงบประมาณเงินแผ่นดิน 50

การดูแลสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และนโยบายประหยัดพลังงาน 50

นโยบายการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม 50

ภาคผนวก **52**

ข้อมูลพื้นฐานองค์กร 53

โครงการสร้างองค์กร 59

ประวัติและผลงานผู้นำเสนอ 62

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ลำดับมหาวิทยาลัยด้าน Art, Performing Arts & Design ตามเกณฑ์ Times Higher Education University Impact Ranking 2022 4

ตารางที่ 2 น้ำหนักคะแนนของประเด็นจุดแข็ง 18

ตารางที่ 3 น้ำหนักคะแนนของประเด็นจุดอ่อน 19

ตารางที่ 4 น้ำหนักคะแนนของประเด็นโอกาส 20

ตารางที่ 5 น้ำหนักคะแนนของประเด็นอุปสรรค 21

ตารางที่ 6 ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC) 22

ตารางที่ 7 สมรรถนะหลักเชิงยุทธศาสตร์ 24

ตารางที่ 8 แนวทางการบริหารตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) 30

ตารางที่ 9 ค่าเป้าหมายผลลัพธ์สำคัญตามยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 32

ตารางที่ 10 ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 36

ตารางที่ 11 แผนยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) และการคาดการณ์ผลการดำเนินการปี พ.ศ. 2566 39

ตารางที่ 12 ข้อมูลบุคลากรสายวิชาการ 59

ตารางที่ 13 ข้อมูลบุคลากรสายสนับสนุน 59

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) 1

ภาพที่ 2 แนวคิดธัชชา 2

ภาพที่ 3 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 6

ภาพที่ 4 สัดส่วนแรงงานรายสาขาปี พ.ศ. 2563 7

ภาพที่ 5 จำนวนแรงงานบัณฑิตจบใหม่สาขา Arts & Humanities 7

ภาพที่ 6 การคาดการณ์อัตราการเติบโตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 8

ภาพที่ 7 ย่านสร้างสรรค์ของประเทศไทย 8

ภาพที่ 8 แผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) 9

ภาพที่ 9 แผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) (ต่อ) 10

ภาพที่ 10 ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 24

ภาพที่ 11 ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์หลังจากการท้าทายของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 26

ภาพที่ 12 แผนงานตามแนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) 28

ภาพที่ 13 โครงการสร้างองค์กร คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 61

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพคณะวิจิตรศิลป์

แผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์ที่มาของการกำหนดวิสัยทัศน์ในการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ โดยแบ่งปัจจัยเป็น 2 ด้าน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เป็นมุมมองจากภายนอกสู่ภายใน (Outside In) ซึ่งเป็นการทบทวนแผนแบบ 4.0 ด้วยนวัตกรรมที่อาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์และช่วยสังเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ให้ได้องค์ประกอบเชิงยุทธศาสตร์และ (2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งเป็นมุมมองจากภายในสู่ภายนอก (Inside Out) ผ่านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT) คณะวิจิตรศิลป์

การวิเคราะห์สถานการณ์และประเด็นที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กร

1.1) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)

ภาพที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)
ที่มา: สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การดำเนินการด้านแผนยุทธศาสตร์และนโยบายคณะวิจิตรศิลป์ ได้ดำเนินการตามหลักของแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) โดยคณะวิจิตรศิลป์เป็นคณะที่มีความเป็นอัตลักษณ์ ประเพณี วิถีชีวิตทั้งด้านล้านนาสร้างสรรค์ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงมีส่วนผลักดันยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 6 ด้าน เช่น **2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** ในส่วนของความเชี่ยวชาญของ

คณะวิจิตรศิลป์ โดยมุ่งเน้นพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ (1) ต่อยอดอดีต ในการส่งเสริม อนุรักษ์อัตลักษณ์ประเพณี วิถีชีวิตด้านล้านนา (2) ปรับปัจจุบัน ให้มีการนำเทคโนโลยี ปรับการรับรู้ การเข้าถึง รวมถึงปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาและผลักดันบัณฑิตเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และ (3) สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต ในการสร้างศักยภาพนักศึกษาปัจจุบันและบัณฑิตจบใหม่ให้ตอบสนองต่อความต้องการตลาดแรงงาน **3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์** ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ ทักษะเฉพาะด้านศิลปะ และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ที่ตอบสนองต่อการทำงานในปัจจุบัน และต่อยอดสู่การเป็นแรงงานที่มีทักษะสูงต่อไปในอนาคต **4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม** ที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐและภาคเอกชน ผ่านโครงการ/กิจกรรมบริการวิชาการ และโครงการวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ที่นักศึกษา บุคลากรและคณาจารย์มีส่วนร่วมในการดำเนินการ เป็นต้น เพื่อการเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำที่รับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยนวัตกรรม

1.2) วิทยสถานด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์แห่งประเทศไทย “ธัชชา”

ภาพที่ 2 แนวคิดธัชชา

แนวคิด “ธัชชา”

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ตั้ง “วิทยสถานด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์แห่งประเทศไทย หรือ “ธัชชา”” (Thailand Acardemi of Social Sciences, Humanities and Arts –TASSHA)” แนวรุกใหม่กระทรวง อว. ธัชชา จะเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการวิจัยพัฒนาสาขาสังคมศาสตร์มนุษยศาสตร์ และการบูรณาการองค์ความรู้แบบสหวิทยาการ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบการวิจัย และ นวัตกรรมของประเทศ ซึ่งจะนำมาสู่การแก้ปัญหา แบบองค์รวม การสร้างเทคนิค องค์ความ รู้ การพัฒนางานวิจัยใหม่ๆ ที่เชื่อมโยง สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน และอนาคต โดยจะขับเคลื่อนการวิจัยและพัฒนาบุคลากรด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ของประเทศ ไปสู่การสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ของชาติ เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการเชื่อมโยงประเทศไทยเข้ากับภูมิภาคและโลก

จาก **“ธัชชา”** ดังกล่าวนำไปสู่วิสัยทัศน์ของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ผลักดันให้ความสำคัญกับด้านต่าง ๆ เช่น ส่งเสริมศิลปิน/สล่า/ปราชญ์ชาวบ้านล้านนา ด้านการอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมสังคมและชุมชนล้านนา และด้านการอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมภาคเหนือ โครงการด้านศิลปะแก่สังคมและชุมชน (ทุกแขนง) เป็นต้น

1.3) สถานการณ์สถาบันศิลปะ

แนวโน้มทางประชากรศาสตร์ อัตราการเกิดที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในการศึกษาระดับอุดมศึกษาลดลง โดยรวมในการให้สัมภาษณ์กับ Inside Higher Ed Nathan Grawe ผู้วิจัยข้อมูลประชากรและความต้องการการศึกษาระดับอุดมศึกษา (2018) แสดงให้เห็นว่าประชากรวัยมหาวิทยาลัยลดลงประมาณร้อยละ 5 ในช่วงกลางปี ค.ศ. 2020 ตามด้วยอัตราการเกิดที่ลดลงและพบว่าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เริ่มต้นประมาณปี ค.ศ. 2008 ทำให้หลายคนชะลอการมีครอบครัว ผลกระทบที่เริ่มต้นประมาณ ปี ค.ศ. 2026 อาจหมายถึงการสูญเสียร้อยละ 15 ของประชากรทั่วไปในมหาวิทยาลัย

เงินทุน ในสถานการณ์ปัจจุบันมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐต่างเผชิญกับเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐที่ลดลงเนื่องด้วยสถานการณ์เศรษฐกิจจากผลกระทบวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า (Covid-19) ส่งผลให้สถาบันศิลปะของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐต่างมีค่าธรรมเนียมการศึกษาที่ขึ้นอยู่กับการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษา เป็นเหตุที่ทำให้สถาบันศิลปะต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายที่ต้องการพัฒนา หากต้องการให้หลักสูตรยังสามารถดำเนินต่อ สถาบันศิลปะต้องสามารถพึงพาตนเองจากค่าธรรมเนียมและควรต้องแสวงหาทางเลือกเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาเครือข่ายทางวิชาการ วิจัย รวมถึงความสามารถในการดำรงอยู่ของสถาบันศิลปะที่สามารถพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ เช่น ความร่วมมือด้านการวิจัย การวิจัยและพัฒนาที่ได้รับทุนบริจาค ผู้สนับสนุนทุน และการกุศลอื่น ๆ

ในอดีตแผนกลยุทธ์สถาบันด้านทัศนศิลป์และการออกแบบยังคงมุ่งเน้นหลักในการรักษาความเป็นเลิศทางวิชาการ และศิลปะ การสอนยังคงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ

ของคณาจารย์ให้กับนักศึกษาเฉพาะในห้องเรียน ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันเมื่อความคาดหวังของผู้เรียนมุ่งเน้นภาวะการมีงานทำหลังจบการศึกษา ผลการสัมภาษณ์ผู้เรียนก่อนเข้าเรียน แสดงให้เห็นว่านักศึกษาไม่ได้สมัครเข้าเรียนในหลักสูตรเพียงเพื่อเรียนรู้การฝึกฝนอย่างสร้างสรรค์เท่านั้น หากแต่แรงจูงใจของการได้รับเข้าทำงานและอาชีพที่ดียังเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าสมัครเรียน จากผลการสำรวจตลาดแรงงานยังพบว่าผู้สำเร็จการศึกษาด้านศิลปะได้รับค่าตอบแทนอยู่ที่ 14,385.34 บาท (รายงานการวิจัยภาวะการมีงานทำของบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2564) ซึ่งน้อยกว่าสาขาวิชาอื่น ๆ ในตลาดแรงงานปัจจุบัน

แผนกลยุทธ์ของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในส่วนของการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของนักศึกษาต้องพร้อมพัฒนาและเตรียมความพร้อมในก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยทักษะเฉพาะทางและทักษะที่จำเป็นในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นทักษะการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจในฐานะศิลปิน ทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร ซึ่งแผนกลยุทธ์ฉบับนี้จึงเป็นการสร้างและพัฒนา แรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าเรียน หลักสูตรและกิจกรรมระหว่างการศึกษา รวมถึงการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่ตลาดแรงงานในอนาคต

การแข่งขันและความอิ่มตัวของตลาด การเผชิญกับความท้าทายอีกประการหนึ่งในการสมัครเข้าเรียน คือการที่นักเรียนมีทางเลือกการเข้าศึกษามากขึ้น ความแตกต่างของหลักสูตรมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าเรียน หากหลักสูตรไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการผลิตบัณฑิตที่สามารถสร้างอาชีพที่มีประสิทธิผลทางด้านศิลปะ หรือเพียงแต่เปิดเฉพาะวิชาเอกเดียวกันที่สอนในลักษณะเดียวกับสถาบันอื่น อาจทำให้ความสามารถในการแข่งขันของคณะวิจิตรศิลป์ลดน้อยลง

1.4) สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน

ลำดับในการแข่งขัน

ตารางที่ 1 ลำดับมหาวิทยาลัยด้าน Art, Performing Arts & Design ตามเกณฑ์ Times Higher Education University Impact Ranking 2022

เกณฑ์การวัด	CU	CMU	KKU	BU	NU	SU
Times Higher Education University Impact Ranking 2022	16/1	70/2	101-200/4	801-1000/13	801-1000/15	1001+/24

จำนวนและประเภทของคู่แข่งขันสถาบันการศึกษาด้านศิลปะในประเทศ ตามลำดับการวัด Times Higher Education University Index Ranking 2022 ดังนี้ 1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 4) มหาวิทยาลัยขอนแก่น 5) มหาวิทยาลัยมหิดล 6) มหาวิทยาธรรมศาสตร์ 7) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 8) มหาวิทยาลัยพะเยา 9) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 10) มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ 11) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 12) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 13) มหาวิทยาลัยบูรพา 14) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 15) มหาวิทยาลัยนเรศวร 16) มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 17) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 18) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 19) มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 20) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

21) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชศรีมา 22) มหาวิทยาลัยราชภัฏเพรชบุรี 23) มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร 24) มหาวิทยาลัยศิลปากร 25) มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ในตารางที่ 1 ข้อมูลการจัดลำดับมหาวิทยาลัยของ Times Higher Education Impact Rankings (THE UIR) แสดงอันดับมหาวิทยาลัยของไทยในสาขาด้านศิลปะ การแสดงและการออกแบบจากการวิเคราะห์เกณฑ์ประเมินตัวชี้วัด SDGs มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อยู่ที่อันดับ 2 ของประเทศและอันดับดับที่ 70 ของโลก ซึ่งรายละเอียดตัวชี้วัดดังกล่าวของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้แก่เป้าหมายที่ 1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่ (No Poverty) เป้าหมายที่ 5 **บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน (Gender Equality) เป้าหมายที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Responsible Consumption and Production) และเป้าหมายที่ 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Partnership for the Goals)**

การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยหลักหรือจุดแข็งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะวิจิตรศิลป์เป็นคณะทางศิลปะที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางด้านศิลปวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขง มีความครบถ้วนทางวิชาการด้านศิลปกรรม ศิลปะประเพณีท้องถิ่น และประยุกต์ศิลป์ หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บุคลากรทางด้านวิชาการที่มีชื่อเสียงในระดับชาติและระดับนานาชาติที่ทุ่มเทให้กับงานทางวิชาการและการพัฒนาองค์กร และมีธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการองค์กร

โอกาสในการสร้างนวัตกรรมและความร่วมมือ ได้แก่ ความร่วมมือในทางวิชาการกับสถาบันในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนเป็นหลักสูตรร่วม มหาวิทยาลัยและองค์กรผลักดันให้มีการทำวิจัยร่วมหรือบูรณาการเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่และการให้ความร่วมมือกับจังหวัดชุมชน ท้องถิ่นในการวิจัยเพื่อนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาวิจัยต่อยอดเพื่อสืบสานภูมิปัญญาและสร้างนวัตกรรมให้ทันต่อสภาวการณ์ปัจจุบัน

แหล่งข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเชิงแข่งขันที่สำคัญ

แหล่งข้อมูลภายใน ได้แก่ ผลการตรวจสอบและประเมินระบบประกันคุณภาพการศึกษาของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน) และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา การเผยแพร่ผลงานบทความวิจัย การประชุมวิชาการ และวารสาร คะแนนการสอบเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาและตำแหน่งทางวิชาการของคณาจารย์

แหล่งข้อมูลภายนอก ได้แก่ การที่นักศึกษาและบุคลากรได้รับรางวัลจากการประกวดศิลปกรรมระดับชาติและนานาชาติ และการเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์ในนิทรรศการระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

ข้อจำกัดในการหาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบและเชิงแข่งขัน ได้แก่ การขาดระบบฐานข้อมูลที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อให้ทราบสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน

1.5) ทิศทางที่เกี่ยวข้องกับตลาดแรงงานสายศิลปะ (อุตสาหกรรมสร้างสรรค์)

ภาพที่ 3 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นตลาดแรงงานสำคัญของสถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตด้านศิลปะ กล่าวคือ อุตสาหกรรมใดก็ตามที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นแรงขับเคลื่อนธุรกิจ โดยอาศัยองค์ความรู้ดั้งเดิมเป็นรากฐานสำคัญ ก่อนเติมความรู้โลกใหม่ เทคโนโลยี และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ธุรกิจไปได้ไกลขึ้น ขายได้มากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนมากขึ้น หรือทำให้คุณภาพชีวิตของเราดีขึ้น (THE STANDARD, 2564) โดยบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันศิลปะจะให้คำนิยามว่า “แรงงานสร้างสรรค์” คือ คนทำงานที่ใช้มันสมองในการคิดและสร้างสรรค์งานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คน องค์กร และสังคม (SECURITY SYSTEMS magazine, 2564) ประกอบด้วยสาขาสายศิลปะทั้งสิ้น 15 สาขาภายใต้ 5 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ

1) กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย สาขางานฝีมือและหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

2) กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ ประกอบด้วย สาขาภาพยนตร์และวีดีทัศน์ การแพร่ภาพและกระจายเสียง การพิมพ์ และซอฟต์แวร์

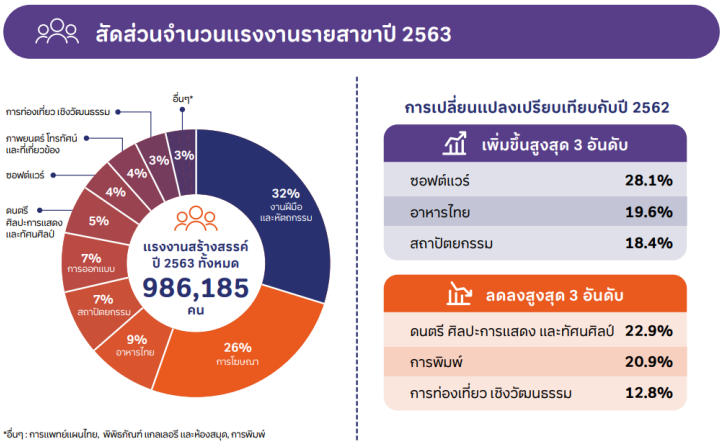
3) กลุ่มบริการสร้างสรรค์ ประกอบด้วย สาขาการโฆษณา การออกแบบ และสถาปัตยกรรม

4) กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ ได้แก่ สาขาแฟชั่น

5) กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย สาขาอาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

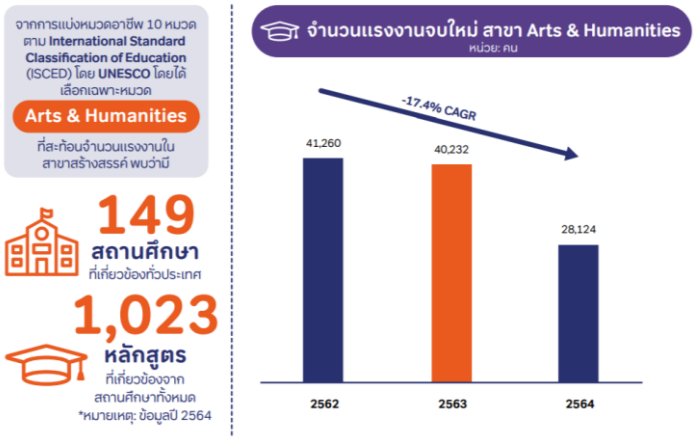
ดังนั้น คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปัจจุบันเป็นคณะที่รวมศิลปะหลายแขนง ระดับปริญญาตรี 9 สาขาวิชา ระดับปริญญาโท 4 สาขาวิชา และระดับปริญญาเอก 2 สาขาวิชา

เป้าหมายของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาโดยส่วนใหญ่จะถูกนำเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่รองรับบัณฑิตจากคณะสายศิลปะ



ภาพที่ 4 สัดส่วนแรงงานรายสาขาปี พ.ศ. 2563

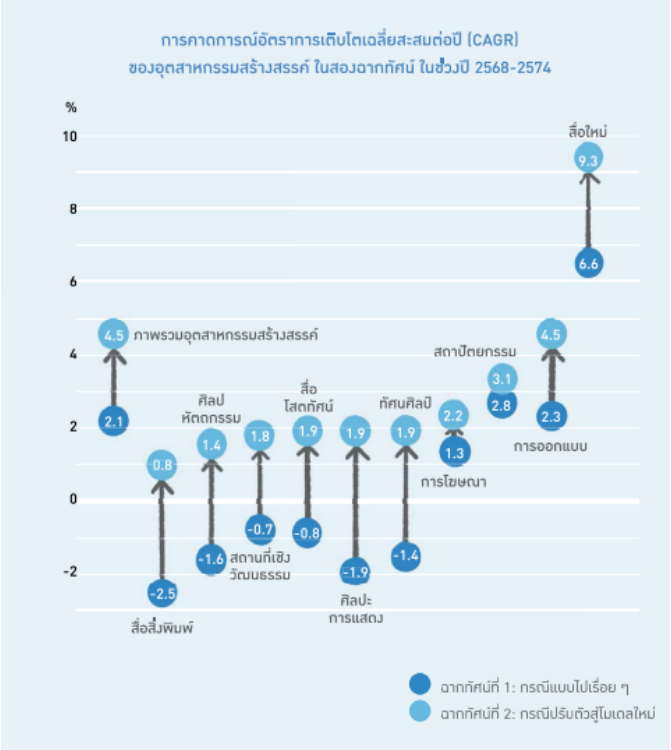
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564



ภาพที่ 5 จำนวนแรงงานจบใหม่สาขา Arts & Humanities

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564

จากข้อมูลสัดส่วนจำนวนแรงงานสร้างสรรค์รายสาขาปี พ.ศ. 2563 และจำนวนแรงงานสร้างสรรค์จบใหม่ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2562 – 2564 ในสาขาด้าน Arts & Humanities แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มสัดส่วนแรงงานในตลาดและจำนวนแรงงานจบใหม่จากสถาบันการศึกษาด้านศิลปะลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยสาขาที่มีสัดส่วนแรงงานในตลาดลดลงสูงสุด คือ ด้านดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ซึ่งเป็นขอบเขตสาขาวิชาหลักของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และคณะสายศิลปะ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 6 การคาดการณ์อัตราการเติบโตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
ที่มา: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), 2564

ภาพที่ 7 ย่านสร้างสรรค์ของประเทศไทย
ที่มา: สำนักเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564

ประเทศไทยเริ่มการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจที่ส่งเสริมการเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และยังส่งเสริมการขยายสัดส่วนความต้องการแรงงานสร้างสรรค์ของตลาดแรงงานผ่านการกระตุ้นการเร่งพัฒนาทักษะแรงงานสร้างสรรค์จากการพัฒนาคุณภาพสถาบันการศึกษา

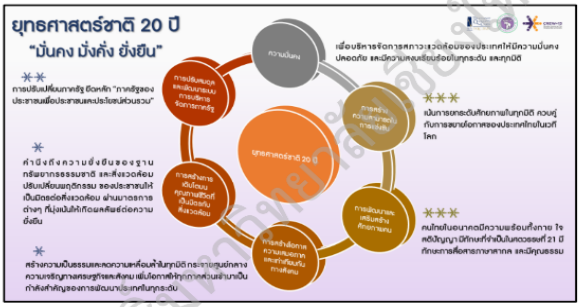
ดังนั้น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตั้งอยู่ในย่านสร้างสรรค์ที่มีทั้งเครือข่ายย่านสร้างสรรค์ เครื่องหมายการค้าด้านย่านสร้างสรรค์ รวมถึงเทศกาลทางศิลปะของภาคเหนือ จึงเป็นจุดเด่นที่สามารถเป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษา ประกอบการพัฒนาประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการชี้แนะแนวทางการทำงาน จะสามารถ

ส่งผลให้สามารถเพิ่มโอกาสให้นักศึกษาเข้าสู่ตลาดหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้มากขึ้น ตามการคาดการณ์อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ช่วงปี พ.ศ. 2564 – 2574

จากแนวทางการบริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ประกอบกับแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 ข้อมูลสถานการณ์สถาบันศิลปะ สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันและสถานการณ์คณะวิจิตรศิลป์ นำสู่แนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

1.6) แผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570)

ภาพที่ 3 Global Megatrends



หมายเหตุ *,**,*** คือยุทธศาสตร์ชาติที่มีความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

ภาพที่ 8 แนวทางแผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)

จากการดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารส่วนงานซึ่งประกอบด้วย คณบดี ผู้อำนวยการ รองคณบดี รองผู้อำนวยการ ผู้ช่วยคณบดี ผู้ช่วยผู้อำนวยการ จากทุกส่วนงานในมหาวิทยาลัย ถึงแนวทางการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยตามแผนพัฒนาการศึกษาฯ ระยะที่ 13 พบว่าผู้บริหารส่วนงานอยากให้มหาวิทยาลัยพัฒนาในด้าน Digital มากขึ้นเพื่อรองรับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การใช้การวิเคราะห์ข้อมูลหรือวิทยาการข้อมูล (Data Sciences) ประกอบการบริหารจัดการมหาวิทยาลัย การพัฒนาการเรียนการสอนในรูปแบบใหม่สำหรับผู้เรียนในปัจจุบันและอนาคตรวมถึงผู้เรียนทุกช่วงวัย การพัฒนาการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร การพัฒนากระบวนการทำงานทั้งกระบวนการหลักและสนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้จ่ายงบประมาณ โดยส่วนงานพร้อมที่จะสนับสนุนและมุ่งไปในทิศทางเดียวกับมหาวิทยาลัยในทุกด้าน รวมถึงการแสวงหารายได้เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของมหาวิทยาลัยผ่านการดำเนินการตามแนวทาง SDGs เพื่อผลักดันการสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัยหรือองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยโดยส่วนงานต้องการการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างสมดุลระหว่างการมุ่งอนาคต และการสนับสนุนการนำผลงานไปใช้ประโยชน์จริงในภาคสังคม

ภาพที่ 9 แนวทางแผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) (ต่อ)

แนวทางการบริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามแผนการพัฒนาการศึกษาฯ ระยะที่ 13

แนวทางการบริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามแผนการพัฒนาการศึกษาฯ ระยะที่ 13 กล่าวถึงการปรับปรุงรูปแบบการทำงาน เพื่อการบรรลุกลไกการขับเคลื่อนทางยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการปรับแก้ไขรูปแบบการทำงาน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารงานบุคคล 2) ด้านระบบ/กระบวนการทำงาน และ 3) ด้านงบประมาณ

ด้านการบริหารงานบุคคล มีแนวทางการทบทวนและปรับบทบาทหน้าที่ของส่วนงานภายในมหาวิทยาลัย (CMU Internal Re-profile) กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้ตรงกับความเชี่ยวชาญและส่งเสริมศักยภาพในการทำงานในส่วนอื่น ๆ โดยมีขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ 1) การทบทวนบทบาทหน้าที่ของส่วนงาน (Internal Re-profile) 2) กำหนดเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับทิศทางการบริหารมหาวิทยาลัย 3) การพัฒนาทักษะเดิม (Upskill) เพิ่มเติมทักษะใหม่ (Reskill) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร

ด้านระบบ/กระบวนทำงาน สำหรับการทำงานในโลกยุคลาภิวัฒน์ แนวทางการบริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มุ่งเน้นการยกระดับสู่มหาวิทยาลัยอัจฉริยะ (Intelligence University) ที่นำการใช้ทักษะด้านดิจิทัลประยุกต์กับการทำงาน เพื่อลดต้นทุนของการทำงานที่นอกเหนือจากทรัพยากรทางการเงินยังรวมถึงความสูญเสียของการทำงาน หากนำเครื่องมือเพื่อสร้างความเป็นของกระบวนการทำงาน

ด้านงบประมาณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มุ่งเน้นการหารายได้และการจัดการงบประมาณ (Financial and Budget Management) เพื่อการดำเนินการในด้านการพัฒนาศักยภาพการบริหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยแนวทางการดำเนินการ 3 ส่วน ได้แก่ 1) การหารายได้เพิ่มจากแหล่งเงินภายนอก 2) การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การสร้างโอกาสเพื่อเพิ่มรายได้ในอนาคต เพื่อเตรียมความพร้อมกับสถานการณ์วิกฤตทางการเงินที่สถาบันการศึกษาอาจได้รับผลกระทบใน

อนาคตจากกรณีศึกษาการรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรน่า (COVID-19) ที่ผ่านมาทำให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และส่วนงานที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบทางการเงินเป็นอย่างมาก ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการลดค่าธรรมเนียมการศึกษาเยียวยาสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าว

สำหรับแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) มีจำนวนกลยุทธ์ (Strategies) และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives : SO) ดังนี้

ยุทธศาสตร์

S1 พัฒนากลไก ผลักดันการวิจัยชั้นแนวหน้า และเทคโนโลยีเชิงลึก

S2 สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการบูรณาการองค์ความรู้ ในการจัดการศึกษา วิจัย และนวัตกรรมผ่านการสร้างรูปแบบการทำงานที่เหมาะสม

S3 ส่งเสริมการนำผลงานสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่มีผลกระทบสูง ไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

S4 พัฒนากลไกในการผลักดันการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการศึกษาเพื่อรองรับทักษะแห่งอนาคต

S5 พัฒนากลไกในการสร้างโอกาสและความเท่าเทียมทางการศึกษาให้คนทุกกลุ่มและทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ระดับมหาวิทยาลัยได้

S6 สร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO1 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านนวัตกรรมเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Biopolis Platform)

SO2 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านนวัตกรรมการแพทย์ สุขภาพ และการดูแลผู้สูงอายุ (Medicopolis Platform)

SO3 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านล้านนาสร้างสรรค์ (Creative Lanna Platform)

SO4 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการจัดการศึกษา (Education Platform)

SO5 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการวิจัยและนวัตกรรม (Research and Innovation Platform)

SO6 บริหารจัดการองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ (CMU Excellence Management Platform

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพองค์กร (SWOT)

การวิเคราะห์สถานการณ์ทั้งสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก จะได้ผลสี่ด้าน แบ่งออกเป็นสภาพแวดล้อมภายในสองด้าน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) สภาพแวดล้อมภายนอกสองด้าน ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) หรือเรียกว่า SWOT ซึ่งสามารถนำมากำหนดประเด็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของคณะวิจิตรศิลป์ โดยประมวลผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ เมื่อวันที่ 21-22 กุมภาพันธ์ 2565 สรุปประเด็นปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ในแต่ละด้าน ดังนี้

ประเด็นจุดแข็ง (Strengths : S) จำนวน 24 ประเด็น ดังนี้

1) คณะวิจิตรศิลป์ มีความโดดเด่นด้านศิลปะ วัฒนธรรม การออกแบบ และ ทำนุบำรุงประเพณีล้านนา
2) คณะวิจิตรศิลป์มีการจัดสรรพื้นที่การเรียนการสอนอย่างถูกต้อง (แม้ว่าอาจจะไม่ถูกใจ) ให้เกิดความคุ้มค่าในการบริหารจัดการพื้นที่
3) คณะวิจิตรศิลป์มีการใช้วัสดุครุภัณฑ์ ที่ได้รับการจัดสรรอย่างมีประสิทธิภาพ คุ้มค่าคุ้มทุนจากที่ได้รับจัดสรรด้วยงบประมาณเงินแผ่นดินและเงินรายได้
4) คณะวิจิตรศิลป์มีหลักสูตรที่หลากหลายและครอบคลุม ประกอบกับการมีรากวัฒนธรรมที่เด่นชัด ครอบคลุมทุกสาขาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เช่น ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศาสตร์ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (การอยู่ร่วมกันของ conservative และ progressive) หลักสูตรดนตรีใหม่ – ปริญญาโท /ปริญญาเอก(ดนตรีตะวันตก) เป็นต้น
5) คณะวิจิตรศิลป์มีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเหนือที่มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่มีเป็นอัตลักษณ์ประจำถิ่น มีคณาจารย์ที่มีการสร้างสรรค์เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์เป็นของตน
6) คณาจารย์ของคณะวิจิตรศิลป์ มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้มีประสบการณ์ของผู้สอน
7) คณะวิจิตรศิลป์เป็นคณะศิลปะทางตอนบนของภาคเหนือที่ผลิตศิลปินในระดับชาติและระดับนานาชาติที่มีคุณภาพ ดูแลด้านศิลปวัฒนธรรม บูรณาการระหว่างชุมชนภาคเหนือได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีคณาจารย์ที่มีคุณภาพที่เป็นศิลปินศิลปะจำนวนมาก
8) คณะวิจิตรศิลป์มีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมมากขึ้นนอกเหนือจากงานวิชาการที่มีต่อนักศึกษาอยู่แล้ว เป็นการต่อยอดให้เกิดการเติบโตทั้งเศรษฐกิจโดยรวมโดยการใช้ศิลปะเป็นสื่อกลางในการดำเนินการ
9) คณะวิจิตรศิลป์มีการสนับสนุนการสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัยและการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของล้านนา
10) คณะวิจิตรศิลป์เชียงใหม่เป็นสถาบันที่ส่งเสริมด้านศิลปะของภาคเหนือและมีชื่อเสียงระดับประเทศสามารถผลักดันความก้าวหน้าทางด้านงานสร้างสรรค์และวิชาการ
11) คณาจารย์ของคณะวิจิตรศิลป์มีความเชี่ยวชาญ เป็นที่ยอมรับ ในการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะในระดับชาติ นานาชาติ และถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
12) การมีพื้นที่ในการสร้างสรรค์ศิลปะที่ค่อนข้างใหญ่ มีหอศิลปวัฒนธรรมที่สามารถใช้แสดงงานศิลปะร่วมสมัย และมีวารสารวิจิตรศิลป์ ในภาพรวมสามารถจัดการเรียนการสอนศิลปะได้แบบครบวงจร 1) ให้ความรู้ 2) พัฒนา และสร้างองค์ความรู้ 3) จัดแสดงเผยแพร่องค์ความรู้
13) คณะวิจิตรศิลป์ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีงานศิลปะท้องถิ่นและวัฒนธรรมประเพณีที่เด่นชัด และมีวัตถุดิบที่หลากหลาย ราคาถูก สำหรับนำมาใช้สร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะด้านต่าง ๆ ตามพันธกิจของคณะ
14) คณะวิจิตรศิลป์มีบุคคลที่มีองค์ความรู้ด้านศิลปะให้การสนับสนุนด้านการเรียนการสอน ทั้งอาจารย์ที่เกษียณไปแล้วหรือจากสถาบันอื่นมาให้ความรู้แก่นักศึกษา

15) คณะวิจิตรศิลป์อยู่ในพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์ ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับองค์กรต่าง ๆ ในการสนับสนุน บูรณาการ การเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น TCDC ชุมชนสล่าล้านนา ต่าง ๆ รวมไปถึง การเข้าถึงขององค์กรทางด้านศิลปะของรัฐ
16) คณะวิจิตรศิลป์มีผลงานได้รับการยอมรับในระดับชาติ ทำให้เป็นสถาบันทางศิลปะที่มีชื่อเสียง
17) คณะวิจิตรศิลป์มีหอศิลปวัฒนธรรม ที่สามารถรองรับการจัดหลักสูตรที่เหมาะสมกับกิจกรรมทางด้านศิลปะอย่างครบวงจร ทั้งการอบรมและการจัดแสดงนำเสนอผลงาน
18) คณาจารย์ บุคลากรรุ่นใหม่ ของคณะวิจิตรศิลป์มีทักษะ ความชำนาญในด้านการใช้สื่อ และเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจ
19) คณะวิจิตรศิลป์ มช. มีคณาจารย์ชาวต่างประเทศที่หลากหลาย ช่วยเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21
20) คณะวิจิตรศิลป์มีนักศึกษาชาวต่างชาติ เข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา
21) คณะวิจิตรศิลป์มีอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และสตูดิโอ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนที่ทันสมัยพร้อมรองรับหลักสูตรที่หลากหลาย
22) คณะวิจิตรศิลป์มีวารสารอยู่ในฐานข้อมูล TCI ฐาน 1
23) คณะวิจิตรศิลป์มีการเผยแพร่ผลงานของอาจารย์ มีการแลกเปลี่ยนของนักศึกษาและอาจารย์ กับสถาบันทั้งในและต่างประเทศ
24) คณะวิจิตรศิลป์มีความร่วมมือของหลายภาคส่วน ในการจัดงานประเพณีลอยกระทงชนะเลิศ ความโดดเด่นของศิลปะไทย ที่หน้าบัน ผนังอุโบสถวัดเก่าในเชียงใหม่

ประเด็นจุดอ่อน (Weakness : W) จำนวน 20 ประเด็น ดังนี้

1) คณะวิจิตรศิลป์ต้องปรับปรุงด้านการสื่อสารภายในองค์กร สื่อสารพูดคุยเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีในการทำงานร่วมกัน จะเสริมสร้างความสามัคคี และเห็นประโยชน์ภาพรวมของคณะเป็นหลัก
2) งบประมาณของคณะวิจิตรศิลป์ในการนำมาพัฒนาด้านกายภาพ ด้านอุปกรณ์ในการเรียนการสอนยังน้อย ต้องได้รับเพิ่ม
3) การสื่อสารกับบุคคล องค์กร สถาบันภายนอก ฯลฯ ของคณะวิจิตรศิลป์ที่อาจจะได้รับข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ถูกต้อง ทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนต่อคณะวิจิตรศิลป์
4) ความเข้าใจของผู้บริหารบางส่วนยังไม่เข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับ “วิจัยสร้างสรรค์”/ความเข้าใจศิลปะในเชิงวิชาการ / การปรับยุทธศาสตร์การเรียนการสอนให้ทันต่อสภาพแวดล้อมภายนอก
5) คณะวิจิตรศิลป์ควรมีการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยที่ออกสู่ภายนอกในระดับนานาชาติ ในแถบอาเซียน ยุโรป และอเมริกา ซึ่งสามารถให้คณาจารย์ที่มีเครือข่ายกับต่างประเทศเข้ามาช่วยพัฒนาการสร้างเครือข่ายให้คณะเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติได้ รวมถึงการพัฒนาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับศิลปินต่างชาติในรูปแบบระบบออนไลน์เพื่อเป็นการเพิ่มวิสัยทัศน์ให้

นักศึกษาสำหรับการพัฒนางานศิลปะของตนเอง ให้เกิดระบบการเรียนรู้ที่เป็นสากลและขยายวงกว้างทั่วโลกมากขึ้น

6) คณะวิจิตรศิลป์ ควรดำเนินตามแผนงานของคณะวิจิตรศิลป์อย่างต่อเนื่องตามเป้าหมายที่คณะได้กำหนดไว้
7) คณะวิจิตรศิลป์ต้องการสร้างสรรค์และวิจัยในระดับสูง การขาดแหล่งทุนจากภายนอกทำให้คณะต้องบริหารการเงินจากรายได้ทางต่าง ๆ มากเกินไป ไม่สามารถโฟกัสที่บทบาทของตนเองได้
8) คณะวิจิตรศิลป์ มีความขัดแย้งในคณะ ทั้งนักศึกษา อาจารย์ และศิษย์เก่า เป็นปัญหาใหญ่ที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร็วที่สุด ต้องได้รับการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีให้เข้มแข็ง
9) คณะวิจิตรศิลป์มีบทบาทกับชุมชนศิลปะภายนอกที่คณะ มีส่วนร่วมน้อยมาก ซึ่งเล็งเห็นว่าคณะสามารถมีบทบาทอย่างมากที่จะสามารถช่วยหรือร่วมงาน ก็จะส่งผลในการแสดงตัวตัน และนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของคณะได้เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม
10) การที่คณะวิจิตรศิลป์ “ปรับหลักสูตร” วิชา วิธีการเรียนการสอน กิจกรรมต่าง ๆ ตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว “ไม่ทัน” จะส่งผลให้คณะไม่สามารถสร้างบัณฑิตที่เป็นประโยชน์กับสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และคณะจะไม่น่าสนใจกับสังคมยุคหน้า
11) การเป็นสถาบันที่ส่งเสริมด้านศิลปะของภาคเหนือและมีชื่อเสียงระดับประเทศ แต่ยังคงต้องการเสนอแนะการพัฒนาการส่งเสริมการแสดงความเห็นความเห็นที่หลากหลายจากทั้งนักศึกษา บุคลากร คณาจารย์ และบุคคลภายนอกเพื่อพัฒนาองค์กรให้มีความทันสมัยและสามารถพัฒนาต่อยอดองค์กรในระดับที่สูงยิ่งขึ้น
12) คณะวิจิตรศิลป์ยังต้องพัฒนาทางวิชาการ ทั้งทางด้านหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของตลาดแต่ยังคงศาสตร์ศิลปะไว้ และต้องมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษามากขึ้น และให้คณาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการ อาทิ รองศาสตราจารย์ หรือ ศาสตราจารย์ (หากมีในอนาคต) ต้องมีภาระสอนในระดับบัณฑิตศึกษาเพื่อส่งเสริมวิชาการคณะ พร้อมกับจะเป็นการพัฒนาผู้สอน เนื่องจากได้สอนในระดับที่สูงขึ้น และมุ่งเน้นการส่งเสริมให้คณาจารย์ได้สร้างสรรค์ผลงานและแสดงงานในระดับนานาชาติ
13) คนของคณะวิจิตรศิลป์ ต้องปรับตัวให้สามารถปฏิบัติงานในรูปแบบออนไลน์
14) คณะวิจิตรศิลป์มีความหลากหลายในเชิงความคิดของบุคลากรภายในคณะที่ต้องทำความเข้าใจและปรับทัศนคติไปในทางเดียวกันเพื่อช่วยพัฒนาคณะของทุกคน
15) ควรปรับรูปแบบกิจกรรมของนักศึกษาในเชิงภาพลักษณ์ และการให้โอกาสใช้พื้นที่การแสดงผลงานศิลปะของนักศึกษา
16) คณะวิจิตรศิลป์มีสาขาที่หลากหลายมากเกินไป แต่สุดท้ายสาขาส่วนใหญ่ก็มีการเรียนการสอนที่นักศึกษาทำผลงานในลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือ การสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัย
17) คณะวิจิตรศิลป์ควรมีการบริหารจัดการขององค์กรอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และแผนของมหาวิทยาลัย

18) คณาจารย์ของคณะวิจิตรศิลป์ยังขาดชื่อเสียงที่จะสร้างจุดเด่นให้ผู้สนใจเข้าศึกษาคณะ
19) งานวิจัยของคณาจารย์ในลักษณะการบูรณาการมีจำนวนน้อย ทำให้ขาดโอกาสในการได้รับงบสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก
20) คณะวิจิตรศิลป์มีห้องปฏิบัติการไม่เพียงพอต่อการรองรับหลักสูตรใหม่

ประเด็นโอกาส (Opportunities : O) จำนวน 19 ประเด็น ดังนี้

1) คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แวดล้อมด้วยศิลปะ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ ที่สวยงาม
2) ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม หัตถกรรมในท้องถิ่น ช่างฝีมือ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นต้นทุนทางวิชาการที่ดีและมีคุณค่าในการสนับสนุนการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในแขนงต่าง ๆ ตามความถนัด ความสนใจของบุคลากรในคณะให้มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ได้เป็นอย่างดี ถือได้ว่าเป็นสภาพการณ์ภายนอกที่เป็นอิทธิพลเกื้อหนุน
3) เป็นพื้นที่มีมรดกทางวัฒนธรรมของภาคเหนือ มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีศิลปินที่มีชื่อเสียงหลายท่านทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ศิษย์เก่าที่จบการศึกษาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และมีพื้นที่เพื่อแสดงผลงานศิลปะจำนวนมาก และเล็งเห็นให้เน้นการเปิดรับศิลปินต่างชาติที่เข้ามาแลกเปลี่ยนทางศิลปะกับทางคณะมากขึ้น
4) คุณภาพของนักศึกษามีคุณภาพ ได้รับการยอมรับด้านสร้างสรรค์งานศิลปะร่วมสมัย
5) โลกโซเชียลมีเดียที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบที่เปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ส่งผลให้แนวคิดหรือภาพลักษณ์ที่มีต่อหน่วยงานถูกมองในด้านเดียวเท่าที่เขารับข้อมูลมา
6) ความสนใจในศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยและลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นเชียงใหม่ที่ได้รับความสนใจจากคนภายนอก
7) วิกฤติโควิดเป็นโอกาสในการสร้างงาน สร้างบัณฑิต
8) วัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดเชียงใหม่ และกิจกรรมภายนอกด้านประเพณีล้านนาเป็นโอกาสให้คณะได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภายนอก
9) ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคม มีผลดีกับวงการศิลปะ ไม่ว่าลักษณะวิธีการแลกเปลี่ยนความคิด การแสดงออกหรือแสดงงานผ่านระบบ Online รวมทั้งการแสดงงานผ่าน Platforms ใหม่ รวมทั้งมีการซื้อขายระบบ NFT Art คณะต้องปรับตัว ปรับวิธี เปลี่ยนแปลง เพื่อใช้ประโยชน์กับความเปลี่ยนแปลงมี่เกิดขึ้นตลอดเวลาให้ได้
10) ในอนาคตศิลปวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่มีค่ามากขึ้นทั้งในแง่เศรษฐกิจสร้างสรรค์องค์ความรู้ของคณะสามารถนำมาสร้างให้เกิดมูลค่าได้ ทั้งจากการสอน การออกไปช่วยชุมชน
11) การหันมาให้ความสนใจด้านศิลปะของคนรุ่นใหม่
12) นโยบายของชาติในการผลักดันเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับศิลปะของคนในปัจจุบันที่เอื้อต่อการเรียน การสอนการวิจัย หรือการบริหารของคณะ

13) สภาพความเป็นสังคมล้านนา มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ที่หอศิลป์สำหรับรองรับงานแสดงของนักศึกษาจำนวนมาก มีพื้นที่บริการวิชาการทางวัฒนธรรมจำนวนมาก
14) การที่กระแสสังคมปัจจุบันไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำงานแบบลูกจ้างที่มีสัญญาผูกพันเวลางาน ทำให้เกิดอาชีพแบบใหม่ที่ต้องการทำงานได้หลากหลาย และทักษะที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ความรู้ความเข้าใจทางสุนทรียะ และความสามารถในการออกแบบ หรือสร้างสรรค์วัตถุที่มีคุณค่าทางความงาม ทำให้บัณฑิตสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพที่หลากหลาย
15) ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เน้นด้านล้านนาสร้างสรรค์ เอื้อต่อพันธกิจของคณะในการขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย
16) นโยบายการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Education) ของมหาวิทยาลัย เอื้อต่อการจัดหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ตลอดช่วงชีวิต
17) เครือข่ายสภาคณบดีศิลปะและการออกแบบแห่งประเทศไทย ที่เป็นการรวมตัวของกลุ่มสถาบันทางศิลปะเพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีผลกระทบสูงเอื้อประโยชน์ต่อคณะ
18) การจัดตั้งธัชชา (TASHA) ของกระทรวงกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ที่ตรงกับพันธกิจของคณะ
19) ความเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็ว ที่ทุกสถาบันจะต้องประสบ แต่ด้วยศักยภาพของบุคลากรของคณะ คาดว่าจะรับมือกับสถานการณ์นี้ได้ อีกทั้งศาสตร์ทางด้านศิลปะการออกแบบ เป็นทักษะที่ไม่อาจจะลอกเลียนแบบหรือมีอย่างอื่นอย่างใดมาทดแทนได้ร้อยละ 100 จึงเป็นของได้เปรียบ

ประเด็นอุปสรรค (Threats : T) จำนวน 18 ประเด็น ดังนี้

1) คณะวิจิตรศิลป์จะถูกเชื่อมโยงเข้ากับประเด็นทางการเมือง การปกครอง หรือประเด็นที่มีความอ่อนไหว เปราะบาง อยู่เสมอ ๆ
2) เทคโนโลยีก้าวกระโดด คณะวิจิตรศิลป์ตามไม่ทัน
3) งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐบาลมีแนวโน้มลดลง
4) รูปแบบการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ การไม่เลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา
5) นักศึกษาเข้าศึกษาจำนวนน้อยลง จึงทำให้ต้องเปิดกว้างรับนักศึกษาจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ได้นักศึกษาที่มีคุณภาพในเชิงฝีมือช่างและคุณภาพของผลงานศิลปะลดลงซึ่งเป็นปัญหาของสถาบันการศึกษาศิลปะทั่วประเทศ
6) ปัญหาจำนวนนักศึกษาน้อย นักศึกษาที่มีคุณภาพด้อยลง รวมถึงงบประมาณที่ลดลง ทำให้จะต้องปรับกระบวนการ เช่น การจัดโครงการบริการวิชาการจัดพื้นที่เปิดให้ศิลปินจากภายนอก หรือศิษย์เก่าสามารถเข้าใช้สตูดิโอของคณะ และลูกมือในการทำงานเป็นนักศึกษาปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้งานกับศิลปิน มีพื้นที่ให้ศิลปินแสดงงาน พร้อมเก็บค่าบริการเพื่อนำรายได้มาบริหารภายในคณะส่วนหนึ่ง
7) ความขัดแย้งทางการเมืองที่มีผลอ่อนไหวต่อคนรุ่นใหม่ อาจมีผลต่อภาพลักษณ์ของคณะ

8) สภาพเศรษฐกิจและทิศทางของการพัฒนาประเทศที่ไม่เห็นความสำคัญของการสร้างสรรค์ รวมถึงระบบการบริหารงานแบบราชการที่เต็มไปด้วยระเบียบซับซ้อน
9) ความเปลี่ยนแปลงของสังคมทุกด้าน รสนิยมทางศิลปะของคนรุ่นใหม่ ลำดับความจำเป็นของศิลปะในชีวิตยุคปัจจุบัน ความแตกต่างทางความคิดที่ส่งผลถึงคนในคณะ การสื่อสารของคณะที่น้อยเกินไปกับสังคมวงกว้าง
10) ปัญหาเศรษฐกิจของสังคมและสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านประสิทธิภาพการศึกษาของนักศึกษาที่ส่วนใหญ่เป็นการเรียนการสอนภาคปฏิบัติด้านประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุนที่อาจก่อให้เกิดความล่าช้าและส่งผลกระทบต่อเนื่อง
11) จำนวนเด็กมัธยมลดลง มหาวิทยาลัยในประเทศเปิดสอนด้านศิลปะมากขึ้น
12) สถาบันการศึกษาด้านศิลปะมีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางการศึกษา
13) ลักษณะของเด็กปัจจุบันที่มีสมาธิสั้น ทำให้ไม่มีการฝึกฝนทักษะทางศิลปะที่มากพอสำหรับการแข่งขัน ตลอดจนขาดอุปกรณ์สร้างสรรค์งานที่ดีทั้งปริมาณ และคุณภาพ
14) ทัศนคติของการเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านสื่อออนไลน์ที่มีนักศึกษารุ่นใหม่คิดว่าสำคัญกว่าใบปริญญา
15) การรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะในปัจจุบันที่สังคมภายนอกมองเห็นที่เป็นเชิงลบ ส่งผลถึงการตัดสินใจการเข้าศึกษาต่อของคนรุ่นใหม่
16) Disruption ทางด้าน Technology ที่มาพร้อมกับการการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด - 19 ทำให้คนการพึ่งพาการเรียนในชั้นเรียนน้อยลง เนื่องจากมี online class และ Content จาก Influencers ที่นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าถึงง่าย
17) สถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดข้อจำกัดในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ/แลกเปลี่ยนทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาทางด้านศิลปะต่างประเทศ
18) ระบบรับเข้านักศึกษาของส่วนกลาง ยังไม่เอื้อต่อการคัดเลือกนักศึกษาของคณะ เช่น TCAS รอบ2 (โควตา) เน้นด้านวิชาการมากกว่าฝีมือ

2.1) ผลการวิเคราะห์ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินของคณะวิจิตรศิลป์ ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ในทุก ๆ ประเด็น นำมาให้น้ำหนักความสำคัญว่าประเด็นใดความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ โดยให้ผู้บริหาร บุคลากร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับคณะวิจิตรศิลป์ จำนวน 31 ท่าน เป็นผู้ประเมิน ซึ่งผลการประเมินได้ ดังนี้

น้ำหนักคะแนนของประเด็นจุดแข็ง เรียงตามลำดับคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 2 น้ำหนักคะแนนของประเด็นจุดแข็ง

ลำดับ	ประเด็นจุดแข็ง
1	01คณะวิจิตรศิลป์ มีความโดดเด่นด้านศิลปะ วัฒนธรรม การออกแบบ และ ทำนุบำรุงประเพณีล้านนา
2	15คณะวิจิตรศิลป์อยู่ในพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์ ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับองค์กรต่าง ๆ ในการสนับสนุน บูรณาการณ์ การเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น TCDC ชุมชนสล่าล้านนา ต่าง ๆ รวมไปถึง การเข้าถึงขององค์กรทางด้านศิลปะของรัฐ
3	04คณะวิจิตรศิลป์มีหลักสูตรที่หลากหลายและครอบคลุม ประกอบกับการมีรากวัฒนธรรมที่เด่นชัด ครอบคลุมทุกสาขาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เช่น ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศาสตร์ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (การอยู่ร่วมกันของ conservative และ progressive) หลักสูตรดนตรีใหม่ – ปริญญาโท /ปริญญาเอก (ดนตรีตะวันตก) เป็นต้น
4	07คณะวิจิตรศิลป์เป็นคณะศิลปะทางตอนบนของภาคเหนือที่ผลิตศิลปินในระดับชาติและระดับนานาชาติที่มีคุณภาพ ดูแลด้านศิลปวัฒนธรรม บูรณาการระหว่างชุมชนภาคเหนือได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีคณาจารย์ที่มีคุณภาพที่เป็นศิลปินศิลปะจำนวนมาก
5	11คณาจารย์ของคณะวิจิตรศิลป์มีความเชี่ยวชาญ เป็นที่ยอมรับ ในการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะ ในระดับชาตินานาชาติ และถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน
6	08คณะวิจิตรศิลป์มีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมมากขึ้นนอกเหนือจากงานวิชาการที่มีต่อนักศึกษาอยู่แล้ว เป็นการต่อยอดให้เกิดการเติบโตทั้งเศรษฐกิจโดยรวมโดยการใช้ศิลปะเป็นสื่อกลางในการดำเนินการ
7	22คณะวิจิตรศิลป์มีวารสารอยู่ในฐานข้อมูล TCI ฐาน 1
8	12การมีพื้นที่ในการสร้างสรรค์ศิลปะที่ค่อนข้างใหญ่ มีหอศิลปวัฒนธรรมที่สามารถใช้แสดงงานศิลปะร่วมสมัยและมีวารสารวิจิตรศิลป์ในภาพรวมสามารถจัดการเรียนการสอนศิลปะได้แบบครบวงจร 1) ให้ความรู้ 2) พัฒนาและสร้างองค์ความรู้ 3) จัดแสดงเผยแพร่องค์ความรู้
9	13คณะวิจิตรศิลป์ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีงานศิลปะท้องถิ่นและวัฒนธรรมประเพณีที่เด่นชัด และมีวัตถุดิบที่หลากหลายราคาถูก สำหรับนำมาใช้สร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะด้านต่าง ๆ ตามพันธกิจของคณะ
10	05คณะวิจิตรศิลป์มีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเหนือที่มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่มีเป็นอัตลักษณ์ประจำถิ่น มีคณาจารย์ที่มีการสร้างสรรค์เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์เป็นของตน

น้ำหนักคะแนนของประเด็นจุดอ่อน เรียงตามลำดับคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 3 น้ำหนักคะแนนของประเด็นจุดอ่อน

ลำดับ	ประเด็นจุดอ่อน
1	32คณะวิจิตรศิลป์ มีความขัดแย้งในคณะ ทั้งนักศึกษา อาจารย์ และศิษย์เก่า เป็นปัญหาใหญ่ที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร็วที่สุด ต้องได้รับการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีให้เข้มแข็ง
2	25คณะวิจิตรศิลป์ต้องปรับปรุงด้านการสื่อสารภายในองค์กร สื่อสารพูดคุยเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะเสริมสร้างความสามัคคี และเห็นประโยชน์ภาพรวมของคณะเป็นหลัก
3	37คณะวิจิตรศิลป์ยังต้องพัฒนาทางวิชาการ ทั้งทางด้านหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของตลาด แต่ยังคงศาสตร์ศิลปะไว้ และต้องมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษามากขึ้น และให้คณาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการ อาทิ รองศาสตราจารย์ หรือ ศาสตราจารย์ (หากมีในอนาคต) ต้องมีภาระสอนในระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อส่งเสริมวิชาการคณะ พร้อมกับจะเป็นการพัฒนาผู้สอน เนื่องจากได้สอนในระดับที่สูงขึ้น และมุ่งเน้นการส่งเสริมให้คณาจารย์ได้สร้างสรรค์ผลงาน และแสดงงานในระดับโลก
4	29คณะวิจิตรศิลป์ควรมีการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยที่ออกสู่ภายนอกในระดับนานาชาติ ในแถบอาเซียน ยุโรป และอเมริกา ซึ่งสามารถให้คณาจารย์ที่มีเครือข่ายกับต่างประเทศเข้ามาช่วยพัฒนาการสร้างเครือข่ายให้คณะเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติได้ รวมถึงการพัฒนาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับศิลปินต่างชาติในรูปแบบระบบออนไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มวิสัยทัศน์ให้นักศึกษาสำหรับการพัฒนางานศิลปะของตนเอง ให้เกิดระบบการเรียนรู้ที่เป็นสากลและขยายวงกว้างทั่วโลกมากขึ้น
5	34การที่คณะวิจิตรศิลป์ “ปรับหลักสูตร” วิชา วิธีการเรียนการสอน กิจกรรมต่าง ๆ ตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว “ไม่ทัน” จะส่งผลให้คณะไม่สามารถสร้างบัณฑิตที่เป็นประโยชน์กับสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และคณะจะไม่น่าสนใจกับสังคมยุคหน้า
6	26งบประมาณของคณะวิจิตรศิลป์ในการนำมาพัฒนาด้านกายภาพ ด้านอุปกรณ์ในการเรียนการสอนยังน้อย ต้องได้รับเพิ่ม
7	41คณะวิจิตรศิลป์มีสาขาที่หลากหลายมากเกินไป แต่สุดท้ายสาขาส่วนใหญ่ก็มีการเรียนการสอนที่นักศึกษาทำผลงานในลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือ การสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัย
8	45คณะวิจิตรศิลป์มีห้องปฏิบัติการไม่เพียงพอต่อการรองรับหลักสูตรใหม่
9	28ความเข้าใจของผู้บริหารบางส่วนยังไม่เข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับ “วิจัยสร้างสรรค์”/ความเข้าใจศิลปะในเชิงวิชาการ/การปรับยุทธศาสตร์การเรียนการสอนให้ทันต่อสภาพแวดล้อมภายนอก
10	39คณะวิจิตรศิลป์มีความหลากหลายในเชิงความคิดของบุคลากรภายในคณะที่ต้องทำความเข้าใจ และปรับทัศนคติไปในทางเดียวกันเพื่อช่วยพัฒนาคณะของทุกคน

น้ำหนักคะแนนของประเด็นโอกาส เรียงตามลำดับคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 4 น้ำหนักคะแนนของประเด็นโอกาส

ลำดับ	ประเด็นโอกาส
1	54ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคม มีผลดีกับวงการศิลปะ ไม่ว่าลักษณะวิธีการแลกเปลี่ยนความคิด การแสดงออกหรือแสดงงานผ่านระบบ online รวมทั้งการแสดงงานผ่าน Platforms ใหม่ รวมทั้งมีการซื้อขายระบบ NFT Art คณะต้องปรับตัว ปรับวิธี เปลี่ยนแปลง เพื่อใช้ประโยชน์กับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาให้ได้
2	61นโยบายการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Education) ของมหาวิทยาลัย เอื้อต่อการจัดหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ตลอดช่วงชีวิต
3	60ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เน้นด้านล้านนาสร้างสรรค์ เอื้อต่อพันธกิจของคณะในการขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย
4	55ในอนาคต ศิลปวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่มีค่ามากขึ้นทั้งในแง่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์ความรู้ของคณะสามารถนำมาสร้างให้เกิดมูลค่าได้ ทั้งจากการสอน การออกไปช่วยชุมชน
5	47ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม หัตถกรรมในท้องถิ่น ช่างฝีมือ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นต้นทุนทางวิชาการที่ดีและมีคุณค่าในการสนับสนุนการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในแขนงต่าง ๆ ตามความถนัดความสนใจของบุคลากรในคณะให้มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ได้เป็นอย่างดี ถือได้ว่าเป็นสภาพการณ์ภายนอกที่เป็นอิทธิพลเกื้อหนุน
6	48เป็นพื้นที่มีมรดกทางวัฒนธรรมของภาคเหนือ มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีศิลปินที่มีชื่อเสียงหลายท่านทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ศิษย์เก่าที่จบการศึกษาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และมีพื้นที่เพื่อแสดงผลงานศิลปะจำนวนมาก และเล็งเห็นให้เน้นการเปิดรับศิลปินต่างชาติที่เข้ามาแลกเปลี่ยนทางศิลปะกับทางคณะมากขึ้น
7	56การหันมาให้ความสนใจด้านศิลปะของคนรุ่นใหม่
8	46คณะวิจิตรศิลป์ฯ แวดล้อมด้วยศิลปะ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ ที่สวยงาม
9	65ความเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็ว ที่ทุกสถาบันจะต้องประสบ แต่ด้วยศักยภาพของบุคลากรของคณะคาดว่าจะรับมือกับสถานการณ์นี้ได้ อีกทั้งศาสตร์ทางด้านศิลปะการออกแบบ เป็นทักษะที่ไม่อาจจะลอกเลียนแบบหรือมีอย่างอื่นอย่างใดมาทดแทนได้ 100 % จึงเป็นของได้เปรียบ
10	58สภาพความเป็นสังคมล้านนา มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ที่หอศิลปวัฒนธรรมสำหรับรองรับงานแสดงของนักศึกษาจำนวนมาก มีพื้นที่บริการวิชาการทางวัฒนธรรมจำนวนมาก

น้ำหนักคะแนนของประเด็นอุปสรรค เรียงตามลำดับคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 5 น้ำหนักคะแนนของประเด็นอุปสรรค

ลำดับ	ประเด็นอุปสรรค
1	78ทัศนคติของการเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านสื่อออนไลน์ที่มีนักศึกษารุ่นใหม่คิดว่าสำคัญกว่าใบปริญญา
2	80Disruption ทางด้าน Technology ที่มาพร้อมกับการการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด -19 ทำให้คนการพึ่งพาการเรียนในชั้นเรียนน้อยลง เนื่องจากมี online class และ Content จาก Influencers ที่นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าถึงง่าย
3	70ปัญหาจำนวนนักศึกษาน้อย นักศึกษาที่มีคุณภาพด้อยลง รวมถึงงบประมาณที่ลดลง ทำให้จะต้องปรับกระบวนการ เช่น การจัดโครงการบริการวิชาการจัดพื้นที่เปิดให้ศิลปินจากภายนอก หรือศิษย์เก่าสามารถเข้าใช้สตูดิโอของคณะ และลูกมือในการทำงานเป็นนักศึกษาปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้งานกับศิลปิน มีพื้นที่ให้ศิลปินแสดงงาน พร้อมเก็บค่าบริการเพื่อนำรายได้มาบริหารภายในคณะส่วนหนึ่ง
4	75จำนวนเด็กมัธยมลดลง มหาวิทยาลัยในประเทศเปิดสอนด้านศิลปะมากขึ้น
5	66เทคโนโลยีก้าวกระโดด คณะวิจิตรศิลป์ตามไม่ทัน
6	69นักศึกษาเข้าศึกษาจำนวนน้อยลง จึงทำให้ต้องเปิดกว้างรับนักศึกษาจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ได้นักศึกษาที่มีคุณภาพในเชิงฝีมือช่างและคุณภาพของผลงานศิลปะลดลง ซึ่งเป็นปัญหาของสถาบันการศึกษาศิลปะทั่วประเทศ
7	73ความเปลี่ยนแปลงของสังคมทุกด้าน รสนิยมทางศิลปะของคนรุ่นใหม่ ลำดับความจำเป็นของศิลปะในชีวิตยุคปัจจุบัน ความแตกต่างทางความคิดที่ส่งผลถึงคนในคณะ การสื่อสารของคณะที่น้อยเกินไปกับสังคมวงกว้าง
8	67งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐบาลมีแนวโน้มลดลง
9	74ปัญหาเศรษฐกิจของสังคมและสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านประสิทธิภาพการศึกษาของนักศึกษาที่ส่วนใหญ่เป็นการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ ด้านประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุนที่อาจก่อให้เกิดความล่าช้าและส่งผลกระทบต่อเนื่อง
10	72สภาพเศรษฐกิจและทิศทางของการพัฒนาประเทศที่ไม่เห็นความสำคัญของการสร้างสรรค์ รวมถึงระบบการบริหารงานแบบราชการที่เต็มไปด้วยระเบียบซับซ้อน

2.2) ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC)

ผลการวิเคราะห์ SWOT ข้างต้น พบว่าคณะวิจิตรศิลป์ มีประเด็นความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC – Strategic Challenges) ที่มีลำดับความสำคัญสูง รวม 4 ด้าน ดังนี้

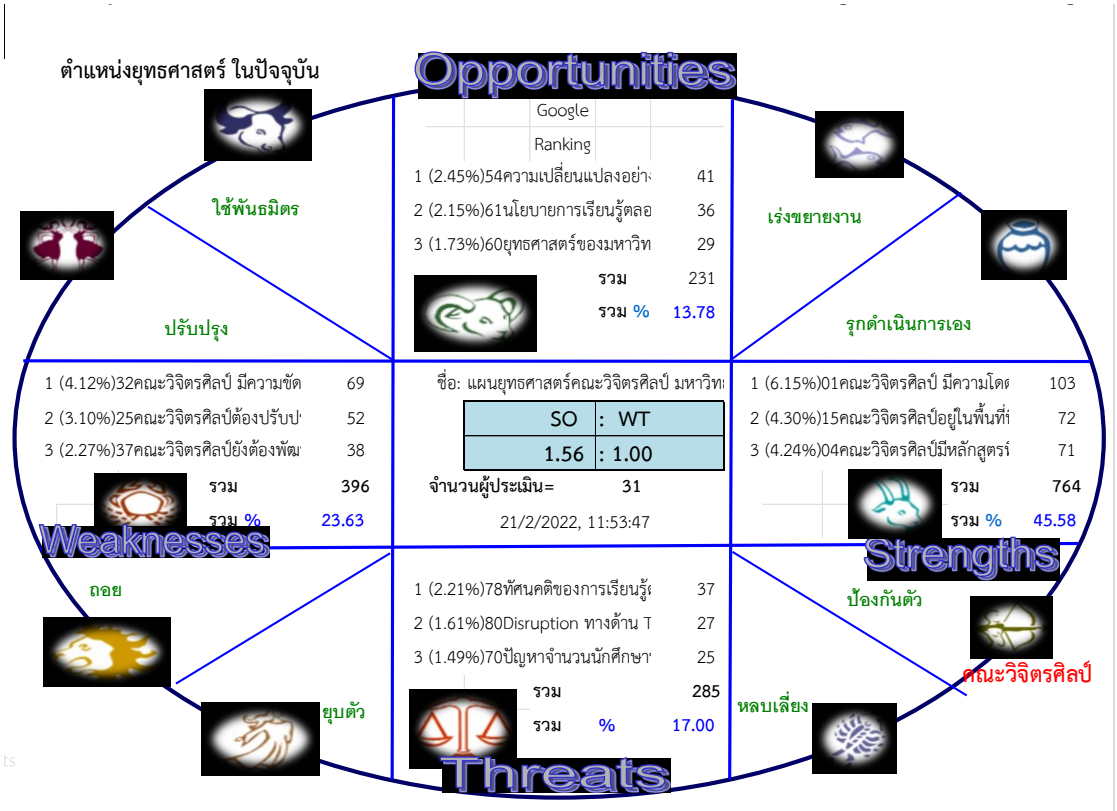
ตารางที่ 6 ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC)

ลำดับ	ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC)
ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC) ด้านจุดแข็ง	
1	คณะวิจิตรศิลป์ มีความโดดเด่นด้านศิลปะ วัฒนธรรม การออกแบบ และ ทำนุบำรุงประเพณีล้านนา
2	คณะวิจิตรศิลป์อยู่ในพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์ ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับองค์กรต่าง ๆ ในการสนับสนุน บูรณาการณ์ การเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น TCDC ชุมชนสล่าล้านนา ต่าง ๆ รวมไปถึง การเข้าถึงขององค์กรทางด้านศิลปะของรัฐ
3	คณะวิจิตรศิลป์มีหลักสูตรที่หลากหลายและครอบคลุม ประกอบกับการมีรากวัฒนธรรมที่เด่นชัด ครอบคลุมทุกสาขาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เช่น ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศาสตร์ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (การอยู่ร่วมกันของ conservative และ progressive) หลักสูตรดนตรีใหม่ – ปริญญาโท /ปริญญาเอก (ดนตรีตะวันตก) เป็นต้น
ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC) ด้านจุดอ่อน	
4	32คณะวิจิตรศิลป์ มีความขัดแย้งในคณะ ทั้งนักศึกษา อาจารย์ และศิษย์เก่าเป็นปัญหาใหญ่ที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร็วที่สุด ต้องได้รับการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีให้เข้มแข็ง
5	25คณะวิจิตรศิลป์ต้องปรับปรุงด้านการสื่อสารภายในองค์กร สื่อสารพูดคุยเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะเสริมสร้างความสามัคคี และเห็นประโยชน์ภาพรวมของคณะเป็นหลัก
6	37คณะวิจิตรศิลป์ยังต้องพัฒนาทางวิชาการ ทั้งทางด้านหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของตลาด แต่ยังคงศาสตร์ศิลปะไว้ และต้องมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษามากขึ้น และให้คณาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการ อาทิ รองศาสตราจารย์ หรือ ศาสตราจารย์ (หากมีในอนาคต) ต้องมีภาระสอนในระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อส่งเสริมวิชาการคณะ พร้อมกับจะเป็นการพัฒนาผู้สอน เนื่องจากได้สอนในระดับที่สูงขึ้น และมุ่งเน้นการส่งเสริมให้คณาจารย์ได้สร้างสรรค์ผลงาน และแสดงงานในระดับโลก
ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC) ด้านโอกาส	
7	54ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคม มีผลดีกับวงการศิลปะ ไม่ว่าลักษณะวิธีการแลกเปลี่ยนความคิด การแสดงออกหรือแสดงงานผ่านระบบ online รวมทั้งการแสดงงานผ่าน Platforms ใหม่ รวมทั้งมีการซื้อขายระบบ NFT Art คณะต้องปรับตัว ปรับวิธี เปลี่ยนแปลง เพื่อใช้ประโยชน์กับความเปลี่ยนแปลงมี่เกิดขึ้นตลอดเวลาให้ได้
8	61นโยบายการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Education) ของมหาวิทยาลัย เอื้อต่อการจัดหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ตลอดช่วงชีวิต

ลำดับ	ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC)
9	60ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เน้นด้านล้านนาสร้างสรรค์ เอื้อต่อพันธกิจของคณะในการขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย
ความท้าทายทางยุทธศาสตร์ (SC) ด้านคุกคาม	
10	78ทัศนคติของการเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านสื่อออนไลน์ที่มี นศ. รุ่นใหม่คิดว่าสำคัญกว่าใบปริญญา
11	80Disruption ทางด้าน Technology ที่มาพร้อมกับการการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด - 19 ทำให้คนการพึงพาการเรียนในชั้นเรียนน้อยลง เนื่องจากมี online class และ Content จาก Influencers ที่นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าถึงง่าย
12	70ปัญหาจำนวนนักศึกษาน้อย นักศึกษาที่มีคุณภาพด้อยลง รวมถึงงบประมาณที่ลดลง ทำให้จะต้องปรับกระบวนการ เช่น การจัดโครงการบริการวิชาการจัดพื้นที่เปิดให้ศิลปินจากภายนอก หรือศิษย์เก่าสามารถเข้าใช้สตูดิโอของคณะ และลูกมือในการทำงานเป็นนักศึกษาปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้งานกับศิลปิน มีพื้นที่ให้ศิลปินแสดงงาน พร้อมเก็บค่าบริการเพื่อนำรายได้มาบริหารภายในคณะส่วนหนึ่ง

2.3) ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (SA)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจแบบกลุ่มเชิงลึก (Focus group) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มผู้บริหารบุคลากร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับคณะวิจิตรศิลป์ จำนวน 31 ท่าน ได้นำผลการสำรวจทั้งสองประการไปใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (SA – Strategic advantage) โดยการวิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ในปัจจุบันของคณะวิจิตรศิลป์ ตกอยู่ในตำแหน่ง “ป้องกันตัว” โดยมีสัดส่วน SO:WT = 1.56: 1.00 ดังแสดงได้ในรูปภาพที่ 10 ดังนั้นคณะจึงต้องหาแนวทางเพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้วยการ “กำจัดจุดอ่อน” และการ “พลิกอุปสรรคเป็นโอกาส” หรือ “พลิกวิกฤต” เพื่อสามารถสร้างยุทธศาสตร์เชิงรุก และสร้างความได้เปรียบต่อไป



ภาพที่ 10 ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่มา: การประชุมเชิงปฏิบัติการ

2.4) กระบวนการวิเคราะห์สมรรถนะหลักเชิงยุทธศาสตร์

ที่ประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มผู้บริหาร บุคลากร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับคณะวิจิตรศิลป์ จำนวน 31 ท่าน ได้นำผลการสำรวจทั้งสองประการไปใช้ในการระดมสมอง และพิจารณานำสมรรถนะหลัก หรือ CC (Core Competency) ของคณะวิจิตรศิลป์ โดยอาศัยตัวแบบจัดทำยุทธศาสตร์ VRIO (Value – Rareness – Imitation – Organization) ในการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญของคณะวิจิตรศิลป์ ดังนี้

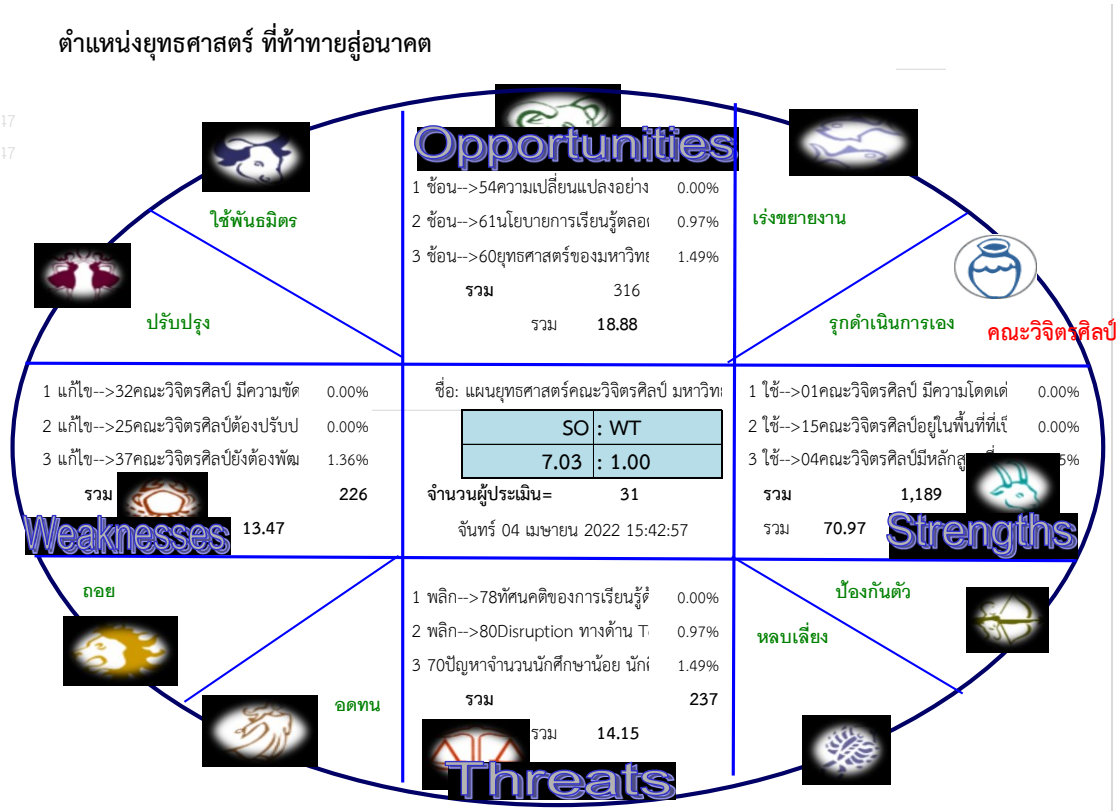
ตารางที่ 7 สมรรถนะหลักเชิงยุทธศาสตร์

ประเด็น/ทรัพยากร	Value	Rareness	Imitation	Organization	Core Competency
คณะวิจิตรศิลป์ มีความโดดเด่นด้านศิลปะ วัฒนธรรม การออกแบบ และทำนุบำรุงประเพณีล้านนา	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	สมรรถนะหลัก
คณะวิจิตรศิลป์อยู่ในพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์ ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับองค์กรต่าง ๆ ในการสนับสนุนบูรณาการณ์ การเรียนการสอนได้	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	สมรรถนะหลัก

ประเด็น/ทรัพยากร	Value	Rareness	Imitation	Organization	Core Competency
อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น TCDC ชุมชนสล่าล้านนา ต่าง ๆ รวมไปถึงการเข้าถึงขององค์กรทางด้านศิลปะของรัฐ					
คณะวิจิตรศิลป์มีหลักสูตรที่หลากหลายและครอบคลุม ประกอบกับการมีรากวัฒนธรรมที่เด่นชัด ครอบคลุมทุกสาขาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เช่น ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ศาสตร์ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (การอยู่ร่วมกันของ conservative และ progressive) หลักสูตรดนตรีใหม่ – ปริญญาโท /ปริญญาเอก(ดนตรีตะวันตก) เป็นต้น	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	สมรรถนะหลัก

กระบวนการปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และสร้างความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์

กระบวนการปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ใช้เครื่องมือ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือ POSE (Philosophy Of Sufficient Economy) และ “ยุทธศาสตร์น่านน้ำสีคราม” หรือ BOSS (Blue Ocean Strategy Scheme) ดำเนินการสร้างกลยุทธ์ (Tactics) และความริเริ่ม (Initiatives) ต่าง ๆ เพื่อมุ่งจัดการความท้าทายต่าง ๆ รวมทั้งปัญหา หรือ pain points ต่าง ๆ รวมทั้งการเสนอนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างยกระดับ ดังแสดงได้ในรูปภาพที่ 4 และพลิกโฉมองค์กร ซึ่งสามารถปรับสัดส่วน SO:WT = 1.56 : 1.00 ดังแสดงได้ในรูปภาพที่ 2 ไปเป็น SO : WT = 7.03 : 1.00



ภาพที่ 11 ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์หลังจากการท้าทายของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่มา: การประชุมเชิงปฏิบัติการ

กลยุทธ์ (Tactic)

ผลของการระดมความคิดเห็นในการกำหนดกำหนดกลยุทธ์จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน จำนวน 25 กลยุทธ์ ดังนี้

ด้านการเสริม (Raise) จำนวน 21 กลยุทธ์ ดังนี้

1. **กลยุทธ์ 1.1** พัฒนาความเป็นเลิศทางองค์ความรู้และการสร้างสรรค์ศิลปะบนความต้องการของสังคม
2. **กลยุทธ์ 1.2** บูรณาการหลักสูตรศิลปะทุกแขนงภายในคณะบนพื้นฐานศิลปะและวัฒนธรรม
3. **กลยุทธ์ 1.4** ส่งเสริม สนับสนุนการรับทุนวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร
4. **กลยุทธ์ 1.5** วิจัยนวัตกรรม ศิลปกรรมสู่กระบวนการทรัพย์สินทางปัญญา
5. **กลยุทธ์ 1.6** สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งในและต่างประเทศ
6. **กลยุทธ์ 2.1** บูรณาการการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน องค์กรภาครัฐและเอกชน
7. **กลยุทธ์ 2.2** เตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาสำหรับการบรรลุวิชาชีพด้านศิลปะและการออกแบบ
8. **กลยุทธ์ 2.3** พัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายพันธมิตรผู้ประกอบการทั้งในท้องถิ่นและภายในประเทศ
9. **กลยุทธ์ 3.1** ส่งเสริมหอศิลป์ มีความเป็นมาตรฐาน ร่วมมือกับองค์กรภายนอก พัฒนาเครือข่ายด้านศิลปะที่เอื้อต่อการบริการวิชาการแก่สังคม

10. **กลยุทธ์ 3.2** ส่งเสริมและสร้างแบรนด์ดิ้งความเป็นเลิศด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย (Lanna Excellent Center)
11. **กลยุทธ์ 3.3** ส่งเสริมความเครือข่ายความร่วมกับผู้ประกอบการด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วม
12. **กลยุทธ์ 4.1** สร้างภาพลักษณ์คณะในฐานะศูนย์กลางความเป็นเลิศสำหรับชุมชนท้องถิ่นระดับภูมิภาค ระดับชาติ นานาชาติ
13. **กลยุทธ์ 4.3** มุ่งเน้นการรักษาอัตราคงอยู่และอัตราการสำเร็จการศึกษา เพื่อสนับสนุนความสำเร็จของนักศึกษา
14. **กลยุทธ์ 4.4** ส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีศักยภาพด้วยการเพิ่มจำนวนทุนการศึกษา
15. **กลยุทธ์ 4.5** ผลักดันการบริหารองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
16. **กลยุทธ์ 5.2** สร้างความคุ้มค่าคุ้มทุนทางรายได้ (ค่าธรรมเนียมการศึกษา) ต่อค่าใช้จ่ายการเรียนการสอน
17. **กลยุทธ์ 5.3** พัฒนาความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างคณะ ศิษย์เก่า ผู้สนับสนุนทุนภายนอก เพื่อระดมทุนสำหรับการศึกษา
18. **กลยุทธ์ 5.4** ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากพื้นที่และสิ่งสนับสนุนภายในคณะวิจิตรศิลป์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
19. **กลยุทธ์ 6.1** พัฒนาการสื่อสารองค์กรสร้างความสามัคคี
20. **กลยุทธ์ 6.2** พัฒนาและส่งเสริมทักษะศักยภาพคณาจารย์และบุคลากรเพื่อตอบโจทย์การทำงานยุคดิจิทัล
21. **กลยุทธ์ 6.4** ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน

ด้านลด (Reduce) จำนวน 1 กลยุทธ์ ดังนี้

22. **กลยุทธ์ 5.1** การบริหารทรัพยากรเพื่อลดต้นทุน

ด้านการสร้าง (Create) จำนวน 3 กลยุทธ์ ดังนี้

23. **กลยุทธ์ 1.3** บูรณาการการเรียนการสอนกับหลักสูตรภายนอก แบบสหวิทยาการ
24. **กลยุทธ์ 4.2** แสวงหาและวิเคราะห์ฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้และมีประสิทธิภาพ
25. **กลยุทธ์ 6.3** สร้างองค์กรแห่งความสุข ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจแก่คณาจารย์และบุคลากร

แนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

ภาพที่ 12 แผนงานตามแนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

แนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ ได้กำหนดแผนงานเพื่อการบริหารงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ช่วงที่ 1 ปี พ.ศ. 2566 แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ (1) ช่วงต้นปี พ.ศ. 2566 มุ่งเน้นการสร้างความสุข ความผูกพัน และความสามัคคีในองค์กร เพื่อปรับกระบวนการทำงานและกระบวนการสื่อสารองค์กรให้ทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลง การเสริมสร้างภาพลักษณ์อันดี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์กรภายใต้การทำงานที่มีค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน (2) ช่วงปลายปี พ.ศ. 2566 มุ่งเน้นการบริการวิชาการและเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งในรูปแบบการแสวงหารายได้และไม่แสวงหารายได้ เพื่อตอบสนองการแนวทางการพัฒนาตามพันธกิจอื่นที่สำคัญของคณะวิจิตรศิลป์ 2) ช่วงที่ 2 ปี พ.ศ. 2567 มุ่งเน้นวิชาการสู่ความเป็นเลิศผ่านการบูรณาการ ส่งเสริม และสร้างเครือข่ายความร่วมระดับชาติและนานาชาติ สร้างโครงการ/กิจกรรมหลักสูตรการเรียนรู้ตลอดชีวิต และโครงการ/กิจกรรมข้ามศาสตร์ เพื่อความเป็นสหวิทยาการ การรองรับความร่วมมือทางวิชาการในระดับชาติและนานาชาติ 3) ช่วงที่ 3 ปี พ.ศ. 2568 – 2569 มุ่งเน้นการบ่มเพาะทางวิชาการสู่สัมมาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพทั้งนักศึกษาปัจจุบัน การเตรียมบัณฑิตตอบสนองต่อภาวะการมีงานทำตามเป้าหมายยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ และ 4) ช่วงที่ 4 ปี พ.ศ. 2569 – 2570 มุ่งเน้นศิลปวัฒนธรรมล้านนาและศิลปะร่วมสมัยสู่การบริการวิชาการเต็มรูปแบบ เพื่อการพัฒนาและต่อยอดอัตลักษณ์ของคณะวิจิตรศิลป์อย่างยั่งยืน โดยตลอดแผนงานตามแนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) คณะวิจิตรศิลป์จะดำเนินงานควบคู่การพัฒนาและส่งเสริมการเปลี่ยนแปลง

กระบวนการทำงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transform) และการส่งเสริม อนุรักษ์ และสร้างแบรนด์ดิ้งด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัยไปพร้อมแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว

ทั้งนี้ แผนงานตามแนวทางการบริหารคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

คณะวิจิตรศิลป์เป็นสถาบันการศึกษาศิลปะอันดับ 1 ของไทย องค์กรแห่งความสุข รับผิดชอบต่อสังคม ด้วยนวัตกรรม

พันธกิจ (Mission)

1. ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพด้านศิลปะ และวัฒนธรรม
2. ผลิตผลงานสร้างสรรค์ งานวิจัยและนวัตกรรมทางศิลปะ การออกแบบและวัฒนธรรม เพื่อเกิดประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม
3. บริการทางวิชาการแก่สังคม
4. ทำนุบำรุงและส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ค่านิยมหลัก (Core Value)

ART^{2}S

A = Arts	สร้างสรรค์ศิลปะ
R = Research	วิจัย
T = Transparency	ความโปร่งใส
T = Technology	เทคโนโลยี
S = Social Collaboration	ความร่วมมือกับชุมชน

วัฒนธรรมองค์กร

“Together we RISE”

คณะวิจิตรศิลป์ดำเนินงานบริหารงานโดยการนำเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศปรับใช้ เพื่อก่อให้เกิดองค์กรที่มีผลการดำเนินการที่ดีที่มุ่งเน้นการบริหารองค์กรอย่างครอบคลุม ดังนี้

การนำเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) เป็นแนวทางการบริหารองค์กร

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาต่างต้องแข่งขัน และยกระดับคุณภาพการศึกษาให้มีคุณภาพอย่างก้าวกระโดด เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล มุ่งการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ดังนั้น ผู้บริหารจึง

ได้นำเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) มาเป็นแนวทางในการบริหารองค์กร โดยนำค่านิยมและแนวคิดหลักของเกณฑ์ EdPEx ทั้ง 11 ข้อ มาพัฒนาระบบการดำเนินงานของคณะให้ครอบคลุม ดังนี้

ตารางที่ 8 การนำเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) เป็นแนวทางการบริหาร

หมวด	ค่านิยมและแนวคิดหลักเกณฑ์ EdPEx	แนวทางการดำเนินงาน
หมวด 1 การนำองค์กร	1) มุมมองเชิงระบบ (Systems Perspective) 2) การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ (Visionary Leadership) 3) จริยธรรมและความโปร่งใส (Ethics and transparency)	1) ผู้บริหารจะนำองค์กรอย่างเป็นระบบ 2) ผู้บริหารจะบริหารงานด้วยจริยธรรมและความโปร่งใส เพื่อเป็นตัวอย่างให้บุคลากร นักศึกษา
หมวด 2 กลยุทธ์	4) การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Focus on success) 5) การสร้างประโยชน์ให้สังคม (Societal contributions)	3) เน้นการสื่อสาร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม เป้าหมายของคณะอย่างทั่วถึง โดยชี้แจงให้บุคลากรของคณะเข้าใจทิศทางเดียวกัน เป้าหมายเดียวกัน 4) มีระบบการทำจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ แผนงบประมาณ แผนพัฒนาบุคลากร แผนบริหารความเสี่ยงฯ
หมวด 3 ลูกค้า	4) ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and customer-centered Excellence)	5) มุ่งเน้นความสำคัญของผู้เรียน และลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ 6) พัฒนากระบวนการรับฟัง สื่อสารและสร้างความผูกพันกับลูกค้า 7) ปรับระบบจัดการข้อร้องเรียนเพื่อแก้ไขอย่างทันท่วงที 8) สร้างความเชื่อมั่น สร้างความพึงพอใจ/ความผูกพัน
หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ การจัดการ ความรู้	7) การจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง (Management by fact)	9) ความพร้อมของข้อมูลสารสนเทศ ที่ทันสมัย ถูกต้อง 10) พัฒนาระบบสารสนเทศของคณะตามความต้องการและความจำเป็น 11) การจัดการความรู้ (KM) เช่น แลกเปลี่ยนเรียนรู้สายวิชาการ /อบรมเรื่องการจัดการความรู้สายสนับสนุน
หมวด 5 บุคลากร	8) การให้ความสำคัญกับคน (Valuing people)	12) สร้างความสามัคคีของบุคลากรภายในคณะ 13) มีกระบวนการจัดทำระบบ สมรรถนะ ความก้าวหน้าของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน

หมวด	ค่านิยมและแนวคิดหลักเกณฑ์ EdPEx	แนวทางการดำเนินงาน
หมวด 6 ระบบปฏิบัติการ	9) การจัดการเพื่อนวัตกรรม (Managing for innovation) 10) การเรียนรู้ระดับองค์กรและความคล่องตัว (Organizational learning and Agility)	14) พัฒนากระบวนการทำงาน เช่น กระบวนการเปิดหลักสูตร กระวนการรับนักศึกษา 15) ความปลอดภัยของระบบเครือข่าย /ระบบสำรองข้อมูล
หมวด 7 ผลลัพธ์	11) การส่งมอบคุณค่าและผลลัพธ์ (Delivering value and results)	16) สร้างภาพลักษณ์ 17) รักษาความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่าย ทั้งกลุ่มที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

แผนงานที่สำคัญ (Key Action plan)

แผนงานที่สำคัญตามพันธกิจหลักยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้กำหนดแนวทางและค่าเป้าหมายผลลัพธ์สำคัญเพื่อพัฒนาการดำเนินงานที่ยั่งยืน ภายใต้พันธกิจหลักและพันธกิจอื่น ๆ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยได้มีการกำหนดมาตรการและแนวทางการปฏิบัติ โครงการ/กิจกรรม เป็นแนวทางดำเนินงานและพัฒนาเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์สู่เป้าหมาย ดังนี้

แผนงานที่สำคัญตามพันธกิจหลัก คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะวิจิตรศิลป์กำหนดแนวทางและค่าเป้าหมายผลลัพธ์สำคัญเพื่อพัฒนาการดำเนินงาน ภายใต้พันธกิจหลักของคณะวิจิตรศิลป์ทั้งสิ้น 4 ด้าน ดังตารางที่ 8 เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ที่ระบุความหมายและเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตารางที่ 9 ค่าเป้าหมายผลลัพธ์สำคัญตามยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

พันธกิจ	ผลลัพธ์สำคัญ	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย				
			2566	2567	2568	2569	2570
พันธกิจหลัก 4 ด้าน							
1) ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพด้านศิลปะ และวัฒนธรรม	1) จำนวนหลักสูตรสหวิทยาการสู่นวัตกรรมศิลปะ	หลักสูตร	1	2	3	4	5
	2) บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากคณะวิจิตรศิลป์ มีงานทำและประกอบอาชีพอิสระ	ร้อยละ	80	85	90	95	100
2) ผลิตผลงานสร้างสรรค์งานวิจัยและนวัตกรรมทางศิลปะ การออกแบบและวัฒนธรรม เพื่อเกิดประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม	3) เครือข่ายความร่วมมือในระดับนานาชาติ	องค์กร	15	16	17	18	19
	4) คุณภาพผลงานวิจัย และวารสารวิจิตรศิลป์ เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ	ระดับฐานข้อมูล	Tier 1	Tier 1	ACI	ACI	ACI
3) บริการทางวิชาการแก่สังคม	5) รับผิดชอบต่อสังคมด้วยล้านนาสร้างสรรค์ และศิลปะร่วมสมัย เพื่อขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)	ชุมชน	10	15	20	25	30
4) ทำนุบำรุงและส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม							
พันธกิจอื่น ๆ							
การบริหารจัดการองค์กร	6) องค์กรแห่งความสุข	ร้อยละ	75	80	85	90	100

ยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาการและศิลปะ ความเข้มแข็งด้านการวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ พัฒนาขีดความสามารถด้านวิชาการ การวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ ผลักดันการพัฒนาประเทศด้านศิลปะ

ผู้รับผิดชอบ 1. รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎา โปราณานนท์ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ
2. อาจารย์ ดร.สราวุธ รูปิน ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

กลยุทธ์

1. พัฒนาความเป็นเลิศทางองค์ความรู้และการสร้างสรรค์ศิลปะบนความต้องการของสังคม
2. ส่งเสริม สนับสนุนการรับทุนวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร
3. ส่งเสริมวิจัยนวัตกรรมทางด้านศิลปะสู่ผลงานทรัพย์สินทางปัญญา
4. สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ความเป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิตสู่สัมมาชีพ รับผิดชอบสังคม

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ บัณฑิตวิจิตรศิลป์มีคุณภาพทั้งด้านการศึกษาและทักษะการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการและเพิ่มโอกาสในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สังคม และวัฒนธรรม

ผู้รับผิดชอบ 1. รองศาสตราจารย์มาณพ มานะแซม รองคณบดีฝ่ายพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎา โปราณานนท์ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

กลยุทธ์

1. บูรณาการการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน องค์กรภาครัฐและเอกชน
2. เตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาสำหรับการบรรลุวิชาชีพด้านศิลปะและการออกแบบ
3. พัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายพันธมิตรผู้ประกอบการทั้งในท้องถิ่นและภายในประเทศ
4. ส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีศักยภาพด้วยการเพิ่มจำนวนทุนการศึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์ศูนย์รวมความเป็นเลิศด้านล้านนาสร้างสรรค์พร้อมทำนุบำรุงและพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ล้านนาสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมสู่สังคม

ผู้รับผิดชอบ 1. รองศาสตราจารย์อุดม ฉิมภักดี ผู้ช่วยคณบดี ผู้ช่วยหอศิลปวัฒนธรรมเชียงใหม่
2. อาจารย์ ดร.สราวุธ รูปิน ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

กลยุทธ์

1. ส่งเสริมหอศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ให้มีความเป็นมาตรฐาน ร่วมกับองค์กรภายนอกเพื่อพัฒนาเครือข่ายด้านศิลปะที่เอื้อต่อการบริการวิชาการแก่สังคม

2. ส่งเสริมและสร้างแบรนด์ดิ้งความเป็นเลิศด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย (Lanna Excellent Center)
3. ส่งเสริมความเครือข่ายความร่วมกับผู้ประกอบการด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการเติบโตของคณะฯ อย่างยั่งยืนและการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ พัฒนาและขับเคลื่อนคณะวิจิตรศิลป์ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน

ผู้รับผิดชอบ 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์ จันทร์หอม รองคณบดีฝ่ายยุทธศาสตร์ นโยบายและแผน
2. อาจารย์ ดร.สราวุธ รูปิน ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

กลยุทธ์

1. เสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะในฐานะศูนย์กลางความเป็นเลิศสำหรับชุมชนท้องถิ่นระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ
2. แสวงหาและวิเคราะห์ฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้และมีประสิทธิภาพ
3. ผลักดันการบริหารองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
4. บูรณาการศิลปะทุกแขนงภายในและภายนอกบนพื้นฐานศิลปะและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนแบบสหวิทยาการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความมั่นคงทางการคลัง ความยั่งยืน และความพอเพียง

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์มีเสถียรภาพทางการเงินอย่างยั่งยืน ยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างมั่นคง

ผู้รับผิดชอบ 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สืบศักดิ์ แสนยาเกียรติคุณ รองคณบดีฝ่ายบริหาร

กลยุทธ์

1. การบริหารทรัพยากรเพื่อลดต้นทุน
2. สร้างความคุ้มค่าคุ้มทุนทางรายได้ต่อค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอน
3. พัฒนาความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างคณะ ศิษย์เก่า ผู้สนับสนุนทุนภายนอก เพื่อการศึกษา
4. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากพื้นที่และสิ่งสนับสนุนภายในคณะวิจิตรศิลป์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ พัฒนาศักยภาพองค์กรภายในสู่การดำเนินงานที่เป็นเลิศ

ผู้รับผิดชอบ 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์ จันทร์หอม รองคณบดีฝ่ายยุทธศาสตร์ นโยบายและแผน
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สืบศักดิ์ แสนยาเกียรติคุณ รองคณบดีฝ่ายบริหาร

กลยุทธ์

1. พัฒนาการสื่อสารองค์กรสร้างความสามัคคี
2. พัฒนาและส่งเสริมทักษะศักยภาพคณาจารย์และบุคลากรเพื่อตอบโจทย์การทำงานยุคดิจิทัล
3. สร้างองค์กรแห่งความสุข ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจ แก่บุคลากรและนักศึกษา
4. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน

ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) กำหนดกลยุทธ์ (Strategics) ทั้งสิ้น 6 ด้าน ได้แก่

S1 พัฒนากลไก ผลักดันการวิจัยชั้นแนวหน้าและเทคโนโลยีเชิงลึก

S2 สร้างระบบนิเทศที่เอื้อต่อการบูรณาการองค์ความรู้ในการจัดการศึกษา วิจัย และนวัตกรรม

S3 ส่งเสริมการนำผลงานสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่มีผลกระทบสูงไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

S4 พัฒนากลไกในการผลักดันการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการศึกษาเพื่อรองรับทักษะแห่งอนาคต

S5 พัฒนากลไกในการสร้างโอกาสและความเท่าเทียมทางการศึกษาให้คนทุกกลุ่มและทุกช่วงวัย สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ระดับมหาวิทยาลัยได้

S6 สร้างรูปแบบการบริหารจีดการที่เป็นเลิศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategics Objective) ทั้งสิ้น 6 ด้าน ได้แก่

SO1 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านนวัตกรรมเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Biopolis Platform)

SO2 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านนวัตกรรมการแพทย์ สุขภาพ และการดูแลผู้สูงอายุ (Medicopolis Platform)

SO3 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านล้านนาสร้างสรรค์ (Creative Lanna Platform)

SO4 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการจัดการศึกษา (Educational Platform)

SO5 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการวิจัยและนวัตกรรม (Research and Innovation Platform)

SO6 บริหารจัดการองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ (CMU Excellence Management Platform)

ทั้งนี้ คณะวิจิตรศิลป์ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการบริหารคณะในแผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ภายใต้ความสอดคล้องการบริหารของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามแผนพัฒนาการศึกษาฯ ยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ทั้งสิ้น 6 ด้าน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รายละเอียดตารางที่ 9 ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย สำหรับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ว่าด้วยการพัฒนาด้านนวัตกรรมเศรษฐกิจฐานชีวภาพ และด้านนวัตกรรมการแพทย์ สุขภาพ และการดูแลผู้สูงอายุ คณะวิจิตรศิลป์ ได้เล็งเห็นถึงการบูรณาการร่วมข้ามศาสตร์ผ่านโครงการ/กิจกรรมที่มีส่วนผลักดันวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ดังกล่าวในด้านศาสตร์ศิลปะในอนาคต ภายใต้ยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ทั้ง 6 ด้าน ในยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

ตารางที่ 10 ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO)	เรือธง (Flagship)	จุดสำคัญ (Key Point: KP)	ผลลัพธ์หลัก (Key Result: KR)
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาการและศิลปะ ความเข้มแข็งด้านการวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม			
SO4: สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการจัดการศึกษา (Education Platform)	**Flagship 3:** Inclusive Education	**KP6:** Strengthen and Promote Lifelong Learning and Education for all People	**KR6.1:** Existing of 500 new courses and 50% of public course are accessible from anywhere/times
			KR6.2: Existing of 2-3 High impact projects on health, aging group, social enterprise
			KR6.3: Existing of 5-10 published papers
	Flagship 4: Data & Demand Driven	**KP7:** Launch Customized Brain Power Marketplace (CBPM) Initiatives within CMU	**KR7:** Existing of 2-5 Faculties participate with the project
SO5: สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการวิจัยและนวัตกรรม (Research and Innovation Platform)	**Flagship1:** Frontier Research	**KP1:** Research Group	**KR03:** International Publication
			KR05: Publication with Inter. Collaboration
		KP2: Targeted Research	**KR07:** Social Innovation
			KR11: External Sources (both Domestic & International) of Research Funding
	Flagship3: High Impact Research	**KP1:** Research Group	**KR07:** Social Innovation
		KP2: Targeted Research	**KR11:** External Sources (both Domestic & International) of Research Funding
	Flagship7: Research and IP Utilization	**KP3:** Local/Global Partnership	**KR06:** Intellectual Properties
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ความเป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิตสู่สัมมาชีพ รับผิดชอบสังคม			
SO4: สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการจัดการศึกษา (Education Platform)	**Flagship 1:** Multidisciplinary Program (MDP) for Future Development	**KP1:** Develop CMU Student DNA Blueprint	**KR1:** Existing of CMU Smart students + entrepreneurial blueprint, Courses for MDP
			KR2: Existing of T-shaped skills, Numbers of WIL, Entrepreneurship curricula

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO)	เรือธง (Flagship)	จุดสำคัญ (Key Point: KP)	ผลลัพธ์หลัก (Key Result: KR)
		KP2: Start Curriculum Development for T-shape Skills	**KR2:** Existing of T-shaped skills, Numbers of WIL, Entrepreneurship curricula
	Flagship 2: Innovative Learning	**KP5:** Launch Innovative Learning Platform: 1. Learning Platform Targeting Future Skill Sets / 2. Digital Learning Platform / 3. Entrepreneurship Education	**KR5.2:** Existing of Competency-driven Instructor professorship, future skill sets programs
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย			
SO3 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านล้านนาสร้างสรรค์ (Creative Lanna Platform)	**Flagship1:** Creative District ย่านสร้างสรรค์	**KP1.** CMU Creative Lanna Center (CMU-CLC)	**KR2.1** Launch in 2566 (On Cloud)
		KP3. CMU – Physical/ Digital Creative District (CMU - DCD)	**KR3.1** Number of engaged staffs and students
			KR3.2 Number of engaged communities
			KR3.3 Number of users
			KR 3.4: Times Higher Education (THE) - University Impact Ranking (UIR) on SDG11 in Q3 (2567) and Q4 (2570)
	Flagship2: Creative Entrepreneurship ผู้ประกอบการสร้างสรรค์	**KP4.** CMU - Creative Design Lab (CMU-CDL) *	**KP4.** CMU - Creative Design Lab (CMU-CDL) *
		KP5. CMU - Creative Startup Incubation (CMU-CSI)	**KR5.2** Number of Creative Startups and spin-offs
		KP6. CMU - Creative Innovation Platform (CMU-CIP)	**KR6.1** Number of Prototypes (Products & Services)
			KR6.2 Number of creative Knowledge (and wisdom) Transfer and Exchange
	Flagship3: Creative Branding & Enterprise แบรนด์สร้างสรรค์	**KP8.** CMU - Creative Brand Strengthening (CMU-CBS)	**KR8.1** Number of Awards and Recognitions > 10 (2568)
		KP10. Creative Lanna Branding Global Extension	**KR10.2** Market Value of CMU-CL Brand > THB 1,000 M (2570)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO)	เรือธง (Flagship)	จุดสำคัญ (Key Point: KP)	ผลลัพธ์หลัก (Key Result: KR)
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการเติบโตของคณะฯ อย่างยั่งยืนและการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาอย่างต่อเนื่อง			
SO6 บริหารจัดการองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ (CMU Excellence Management Platform)	**Flagship 1:** Agile & Resilient Organization	**KP1:** ยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน ระบบเครือข่าย ส่วนประมวลผล และส่วนจัดเก็บข้อมูล ให้มีความพร้อมและมั่นคง (Digital Infrastructure)	**KR1.1** ร้อยละความพร้อมใช้โครงสร้างพื้นฐาน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความมั่นคงทางการคลัง ความยั่งยืน และความพอเพียง			
ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ			
SO6 บริหารจัดการองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ (CMU Excellence Management Platform)	**Flagship 1:** Agile & Resilient Organization	**KP1:** ยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน ระบบเครือข่าย ส่วนประมวลผล และส่วนจัดเก็บข้อมูล ให้มีความพร้อมและมั่นคง (Digital Infrastructure)	**KR1.1** ร้อยละความพร้อมใช้โครงสร้างพื้นฐาน
			KR1.2 ร้อยละความพึงพอใจต่อประสิทธิผลของโครงสร้างพื้นฐานฯ (Digital Infrastructure)
		KP2: พัฒนากระบวนการทำงาน สนับสนุนภารกิจและยุทธศาสตร์ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Digital Enabled-Processes and data management)	**KR2.1** ร้อยละประสิทธิผลที่เพิ่มขึ้นของกระบวนการที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้
		KP5: พัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับยกระดับการทำงานของตน บูรณาการการทำงานร่วมกัน สร้างวัฒนธรรม ในองค์กร พัฒนาการทำงาน (Digital Mindset and Culture)	**KR5.1** ร้อยละผลเฉลี่ยทักษะทางด้านดิจิทัลของบุคลากร

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพองค์กรทั้งภายใน ภายนอกองค์กร และประเด็นที่เกี่ยวข้อง กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์ ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงได้มาซึ่งแผนยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ประกอบด้วยค่าเป้าหมายรายปีและค่าปัจจุบันในปี พ.ศ. 2565 เพื่อการคาดการณ์ในการกำหนดค่าเป้าหมาย ตามตารางที่ 11 ยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปี (พ.ศ.

2566 - 2570) และการคาดการณ์ผลการดำเนินการปี พ.ศ. 2566 ทั้งนี้ การทบทวนแผนยุทธศาสตร์จะดำเนินการทบทวนและปรับค่าเป้าหมายรายปีต่อไป

ตารางที่ 11 ยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) และการคาดการณ์ผลการดำเนินการปี พ.ศ. 2566

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
ยุทธศาสตร์ที่ 1-พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาการและศิลปะความเข้มแข็งด้านการวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม							
เป้าหมาย - พัฒนาขีดความสามารถด้านวิชาการ การวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ ผลักดันการพัฒนาประเทศด้านศิลปะ							
กลยุทธ์ 1.1 พัฒนาความเป็นเลิศทางองค์ความรู้และการสร้างสรรค์ศิลปะบนความต้องการของสังคม							
ตัวชี้วัด 1.1.1 จำนวนหลักสูตรผ่านการประเมินการบริหารจัดการหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	KPI	100	100	100	100	100	100%
ตัวชี้วัด 1.1.2 ร้อยละการรับเข้าของนักศึกษา	KPI	80	85	90	95	100	59
ตัวชี้วัด 1.1.3 ร้อยละการคงอยู่ของนักศึกษา ปี 1	KPI	96	97	97	97	97	96.44
ตัวชี้วัด 1.1.4 ร้อยละสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด	KPI	80	85	90	95	95	0
ตัวชี้วัด 1.1.5 ร้อยละการรับเข้านักศึกษาจากโครงการ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตรของโรงเรียนสายสามัญ โรงเรียนนานาชาติและ/หรือสายอาชีวะ	OKRs	10	15	20	25	30	0
ตัวชี้วัด 1.1.6 ร้อยละการรับเข้านักเรียนที่มีศักยภาพด้านศิลปะ (T CAS1)	OKRs	75	80	85	90	95	65.2
ตัวชี้วัด 1.1.7 จำนวนโครงการที่ตรงต่อความต้องการของสังคมภายใต้หลักสูตรที่มีผลลัพธ์ตอบสนองยุทธศาสตร์	KPI	9	10	11	12	13	8
ตัวชี้วัด 1.1.8 ร้อยละของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีผลการสอบวัดความรู้และทักษะภาษาอังกฤษก่อนสำเร็จการศึกษา ตามมาตรฐาน Common European Framework of Reference for Language อยู่ในระดับ B1 ขึ้นไป	OKRs	**13**	15	17	19	21	13
ตัวชี้วัด 1.1.9 จำนวนกระบวนวิชาพื้นฐานของคณะที่เปิดสอนเป็นวิชาโท	OKRs	**0**	3	5	7	9	0
ตัวชี้วัด 1.1.10 จำนวนหลักสูตรการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Education)	OKRs	6	8	10	12	14	2

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
กลยุทธ์ 1.2 ส่งเสริม สนับสนุนการรับทุนวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร							
ตัวชี้วัด 1.2.1 จำนวนเงินทุนสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมจากแหล่งทุนภายนอก	KPI	5,000,000	5,200,000	5,400,000	5,800,000	6,000,000	4,981,620
ตัวชี้วัด 1.2.2 จำนวน**โครงการ**/โครงการวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ และนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ SDGs ของคณาจารย์และ/หรือนักศึกษาที่มีส่วนร่วมกับองค์กรภายนอกทั้งในและต่างประเทศ	KPI	10	15	20	25	30	1
ตัวชี้วัด 1.2.3 ร้อยละของคณาจารย์และบุคลากรที่ได้รับทุนภายในและภายนอกองค์กร	KPI	15	16	17	18	20	15.03
ตัวชี้วัด 1.2.4 ร้อยละผลงานวิจัย งานวิจัยสร้างสรรค์ หรืองานนวัตกรรม ได้รับการนำไปใช้ประโยชน์ต่อผลงานวิจัยหรืองานวิจัยสร้างสรรค์ทั้งหมด	KPI	50	60	70	80	90	N/A
กลยุทธ์ 1.3 วิจัยนวัตกรรม ศิลปกรรมสู่กระบวนการทรัพย์สินทางปัญญา							
ตัวชี้วัด 1.3.1 ผลการประเมินคุณภาพวารสารวิจิตรศิลป์ในระดับนานาชาติ**	OKRs	Tier1	Tier1	Tier1	Tier1	ACI	Tier1
ตัวชี้วัด 1.3.2 จำนวนผลงานวิชาการ งานวิจัย หรืองานวิจัยสร้างสรรค์ที่ตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในฐานข้อมูลระดับชาติและนานาชาติ ที่อยู่ใน TRL 1-3	KPI	17	18	19	20	21	17
ตัวชี้วัด 1.3.3 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า / คุณค่าเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐานที่อยู่ใน TRL 1-3	KPI	165	175	185	195	200	163
ตัวชี้วัด 1.3.4 จำนวนนวัตกรรม / จำนวนผลงานที่อยู่ใน TRL 4-7	OKRs	15	20	25	30	35	0
ตัวชี้วัด 1.3.5 จำนวนนวัตกรรม / จำนวนผลงานที่อยู่ใน TRL 8-9	OKRs	5	10	15	20	25	1
ตัวชี้วัด 1.3.6 จำนวนสิทธิบัตรออกแบบที่มีการนำไปใช้ประโยชน์จริง	OKRs	2	3	4	5	6	2
กลยุทธ์ 1.4 สร้างความร่วมมือด้านวิชาการหรือเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งในและต่างประเทศ							
ตัวชี้วัด 1.4.1 จำนวนเครือข่ายความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสถาบัน ระดับชาติและนานาชาติ	OKRs	13	14	15	16	17	13

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
ตัวชี้วัด 1.4.2 จำนวนองค์กร/ชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วม**ด้านวิจัย** วิจัยสร้างสรรค์ และนวัตกรรมกับคณะวิจิตรศิลป์	KPI	12	13	14	15	16	12
ตัวชี้วัด 1.4.3 จำนวนโครงการ/กิจกรรมประชุมวิชาการวิชาการระหว่างสถาบัน องค์กรภายในองค์กรภายนอกระดับชาติหรือนานาชาติ เพื่อผลักดันคณะวิจิตรศิลป์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	KPI	1	1	1	2	2	0
ตัวชี้วัด 1.4.4 จำนวนผลงาน/รางวัลของนักศึกษา คณาจารย์ **หรือศิษย์เก่า**ที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ	OKRs	10	12	14	16	20	N/A
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ความเป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิตสู่สัมมาชีพ รับผิดชอบสังคม							
เป้าหมาย-บัณฑิตมีคุณภาพ ทักษะการทำงานตอบสนองความต้องการ เพิ่มโอกาสในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สังคม วัฒนธรรม							
กลยุทธ์ 2.1 บูรณาการการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน องค์กรภาครัฐและเอกชน							
ตัวชี้วัด 2.1.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมการมีส่วนร่วมของนักศึกษา เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของคณะวิจิตรศิลป์**	OKRs	5	5	6	7	8	4
กลยุทธ์ 2.2 เตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาสำหรับการบรรลุวิชาชีพด้านศิลปะและการออกแบบ							
ตัวชี้วัด 2.2.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริมการบ่มเพาะสัมมาชีพ**	OKRs	-	7	9	13	15	N/A
ตัวชี้วัด 2.2.2 ร้อยละของบัณฑิตที่มีงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปีหลังสำเร็จการศึกษา**	OKRs	80	80	95	95	100	62.83
ตัวชี้วัด 2.2.3 ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตภาพรวม ตามคุณลักษณะบัณฑิต	KPI	4.5	4.6	4.8	4.9	5	4.43
ตัวชี้วัด 2.2.4 ร้อยละของนักศึกษาที่ได้เรียนรู้ทักษะด้านการทำงานสู่สัมมาชีพ	KPI	80	85	90	95	100	N/A
กลยุทธ์ 2.3 พัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายพันธมิตรผู้ประกอบการทั้งในท้องถิ่นและภายในประเทศ							
ตัวชี้วัด 2.3.1 จำนวนนักศึกษาที่ได้รับการต่อยอดจากการบ่มเพาะสู่สัมมาชีพร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร	OKRs	2	3	4	5	6	0

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
กลยุทธ์ 2.4 ส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีศักยภาพด้วยการเพิ่มจำนวนทุนการศึกษา							
ตัวชี้วัด 2.4.1 จำนวนทุนการศึกษาแรกเข้าสำหรับนักเรียนด้อยโอกาสที่มีศักยภาพด้านศิลปะและวัฒนธรรม**	OKRs	-	2	3	4	5	0
ยุทธศาสตร์ที่ 3 - ล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย							
เป้าหมาย –ศูนย์รวมความเป็นเลิศด้านล้านนาสร้างสรรค์ ศิลปะร่วมสมัย ทำนุบำรุงต่อยอดองค์ความรู้ด้วยนวัตกรรมสู่สังคม							
กลยุทธ์ 3.1 ส่งเสริมหอศิลปะฯให้มีความเป็นมาตรฐาน ร่วมมือกับองค์กรภายนอกพัฒนาเครือข่ายด้านศิลปะที่เอื้อต่อการบริการวิชาการแก่สังคม							
ตัวชี้วัด 3.1.1 จำนวนเครือข่ายความร่วมมือ (MOU) เพื่อยกระดับมาตรฐานหอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	OKRs	1	2	3	4	5	0
ตัวชี้วัด 3.1.2 จำนวนโครงการ บริการวิชาการ นิทรรศการ หรือกิจกรรมด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัยระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติใน**พื้นที่หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**	KPI	10	15	20	25	30	7
ตัวชี้วัด 3.1.3 จำนวนเงินรายได้จากโครงการบริการวิชาการ โครงการวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ และค่าเช่าสถานที่ที่เกิดขึ้นภายใน**พื้นที่หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**	KPI	250,000	300,000	350,000	400,000	450,000	195,971.50
กลยุทธ์ 3.2 ส่งเสริมและสร้างแบรนด์ดิ้งความเป็นเลิศด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย (Lanna Excellent Center)							
ตัวชี้วัด 3.2.1 จำนวนโครงการ บริการวิชาการ นิทรรศการ หรือกิจกรรมด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัยระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติใน**พื้นที่คณะวิจิตรศิลป์**	KPI	5	10	15	20	25	11
ตัวชี้วัด 3.2.2 จำนวนผลงานวิจัย วิจัยสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัยที่ได้รับการตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในระดับชาติและระดับนานาชาติ	KPI	5	10	15	20	25	55
ตัวชี้วัด 3.2.3 จำนวนโครงการบริการวิชาการสหวิทยาการที่สร้างผลกระทบสูงในวงกว้างต่อชุมชน องค์กร	OKRs	5	10	15	20	25	3

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
กลยุทธ์ 3.3 ส่งเสริมความเครือข่ายความร่วมกับผู้ประกอบการด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย							
ตัวชี้วัด 3.3.1 จำนวนองค์กร/ชุมชนที่คณะให้**การบริการวิชาการ**เกี่ยวกับล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัยสู่ผู้ประกอบการใหม่	KPI	2	3	4	5	6	5
ตัวชี้วัด 3.3.2 จำนวนธุรกิจเปิดใหม่ด้านล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย	KPI	2	3	4	5	6	N/A
ยุทธศาสตร์ที่ 4 – พัฒนาการเติบโตของคณะฯอย่างยั่งยืนและการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาอย่างต่อเนื่อง							
เป้าหมาย - พัฒนาและขับเคลื่อนคณะวิจิตรศิลป์ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน							
กลยุทธ์ 4.1 เสริมสร้างภาพลักษณ์ของคณะในฐานะศูนย์กลางความเป็นเลิศสำหรับชุมชนท้องถิ่นระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ							
ตัวชี้วัด 4.1.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์คณะวิจิตรศิลป์	OKRs	2	3	4	5	6	3
ตัวชี้วัด 4.1.2 ร้อยละความสำเร็จของการเสริมสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารองค์กร	OKRs	80	85	90	95	100	N/A
กลยุทธ์ 4.2 แสวงหาและวิเคราะห์ฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้และมีประสิทธิภาพ							
ตัวชี้วัด 4.2.1 จำนวนฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนและรองรับการจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องต่อการขับเคลื่อนองค์กร	KPI	15	18	21	24	27	10
กลยุทธ์ 4.3 ผลักดันการบริหารองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล							
ตัวชี้วัด 4.3.1 ร้อยละของการบรรลุผลสำเร็จตามยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13	KPI	85	90	95	100	100	N/A
ตัวชี้วัด 4.3.2 ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (CMU-ITA)	KPI	85	90	95	100	100	82.73
ตัวชี้วัด 4.3.3 ผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพการศึกษาเพื่อดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx)	OKRs	-	200	250	250	300	-
ตัวชี้วัด 4.3.4 ร้อยละความสำเร็จของการจัดการข้อร้องเรียน	KPI	80	85	90	95	100	N/A
กลยุทธ์ 4.4 บูรณาการศิลปะทุกแขนงภายในและภายนอกบนพื้นฐานศิลปะและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน แบบสหวิทยาการ							
ตัวชี้วัด 4.4.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมส่งเสริมการศึกษาบูรณาการหลักสูตรของคณาจารย์และนักศึกษาภายในคณะ	OKRs	7	8	9	10	11	-

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
ตัวชี้วัด 4.4.2 จำนวนหลักสูตร**บูรณาการ**ศาสตร์ตอบสนองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร**	OKRs	5	10	15	20	25	0
ยุทธศาสตร์ที่ 5 - สร้างความมั่นคงทางการคลัง ความยั่งยืน และความพอเพียง							
เป้าหมาย - คณะมีเสถียรภาพทางการเงินอย่างยั่งยืน ยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างมั่นคง							
กลยุทธ์ 5.1 การบริหารทรัพยากรเพื่อลดต้นทุน							
ตัวชี้วัด 5.1.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมสนับสนุน Green office	KPI	1	2	3	4	5	
ตัวชี้วัด 5.1.2 จำนวนกระบวนการที่ลดความสูญเสียทางการทำงาน	KPI	2	3	4	5	6	1
กลยุทธ์ 5.2 สร้างความคุ้มค่าคุ้มทุนทางรายได้ต่อค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอน							
ตัวชี้วัด 5.2.1 รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย (เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา)	KPI	8,280,152.10	8,694,159.70	9,128,867.69	9,585,311.07	10,064,576.60	7,885,859.14
ตัวชี้วัด 5.2.2 จำนวนเงินรายได้จากโครงการบริการวิชาการ	KPI	1,000,000	1,050,000	1,102,500	1,157,625	1,215,506.25	1,993,500
ตัวชี้วัด 5.2.3 จำนวนเงินรายได้จากหลักสูตรระยะสั้น การเรียนรู้ตลอดชีวิต หลักสูตรศิลปะผู้ประกอบการใหม่	OKRs	-	250,000	300,000	350,000	400,000	-
กลยุทธ์ 5.3. พัฒนาความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างคณะ ศิษย์เก่า ผู้สนับสนุนทุนภายนอก เพื่อการศึกษา							
ตัวชี้วัด 5.3.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมทางวิชาการร่วมกับศิษย์เก่าและศิลปินภายนอกองค์กร (Blue Thunder Project)	OKRs	2	3	4	5	6	1
ตัวชี้วัด 5.3.2 ร้อยละความพึงพอใจของศิษย์เก่าต่อชื่อเสียงของคณะวิจิตรศิลป์	OKRs	3.5	4	4.5	5	5	N/A
ตัวชี้วัด 5.3.3 จำนวนเงินรายได้จากการบริจาคจากโครงการ/กิจกรรมร่วมกับศิษย์เก่า หรือองค์กรภายนอก	OKRs	50,000	100,000	150,000	200,000	250,000	0
กลยุทธ์ 5.4 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากพื้นที่และสิ่งสนับสนุนภายในคณะวิจิตรศิลป์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด							
ตัวชี้วัด 5.4.1 ระดับมาตรฐานความปลอดภัยของห้องปฏิบัติการและพื้นที่คณะวิจิตรศิลป์ที่เป็นมาตรฐานสากล	KPI	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	N/A

แผนยุทธศาสตร์	ประเภทตัวชี้วัด	เป้าหมาย					ผลลัพธ์ปัจจุบัน
		66	67	68	69	70	27/3/2023
ตัวชี้วัด 5.4.2 จำนวนโครงการปรับภูมิทัศน์คณะวิจิตรศิลป์	KPI	2	3	4	5	6	2
ตัวชี้วัด 5.4.3 ร้อยละความพึงพอใจสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	KPI	3.5	4	4.5	5	5	N/A
ตัวชี้วัด 5.4.4 ร้อยละความพึงพอใจสภาพแวดล้อมในการทำงาน	KPI	3.5	4	4.5	5	5	N/A
ยุทธศาสตร์ที่ 6 - การบริหารจัดการเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ							
เป้าหมาย - พัฒนาศักยภาพองค์กรภายในสู่การดำเนินงานที่เป็นเลิศ							
กลยุทธ์ 6.1 พัฒนาการสื่อสารองค์กรสร้างความสามัคคี							
ตัวชี้วัด 6.1.1 จำนวนโครงการ/กิจกรรมพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและคณาจารย์/บุคลากร เพื่อส่งเสริมการทำงานและสร้างความสามัคคี	KPI	5	6	7	8	9	4
ตัวชี้วัด 6.1.2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริหารงานของผู้บริหาร**สูงสุด**	KPI	4	4.5	4.5	5	5	3.5
กลยุทธ์ 6.2 พัฒนาและส่งเสริมทักษะศักยภาพคณาจารย์และบุคลากรเพื่อตอบโจทย์การทำงานยุคดิจิทัล							
ตัวชี้วัด 6.2.1 ร้อยละคณาจารย์/บุคลากรได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะที่ใช้กับการทำงานและทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน (Reskills/Upskills)**	OKRs	80	85	90	95	100	5
กลยุทธ์ 6.3 สร้างองค์กรแห่งความสุข ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจแก่คณาจารย์และบุคลากร							
ตัวชี้วัด 6.3.1 ร้อยละความสุขของคณาจารย์/บุคลากรที่มีต่อคณะตามเกณฑ์ (Happinometer)	OKRs	75	80	85	90	100	62.9
ตัวชี้วัด 6.3.2 ค่าเฉลี่ยความผูกพันองค์กรของคณาจารย์และบุคลากร	KPI	3.5	4	4.5	5	5	3.63
กลยุทธ์ 6.4 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน							
ตัวชี้วัด 6.4.1 จำนวนระบบการจัดการสารสนเทศ	OKRs	10	12	14	16	18	8
ตัวชี้วัด 6.4.2 จำนวนเงินที่ประหยัดจากการใช้งานระบบ E-DOCUMENT	KPI	16,759.50	18,275.04	18,471.71	18,700.35	18,969.37	16,432.50

แผนงานที่สำคัญตามพันธกิจอื่น ๆ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แผนงานที่สำคัญตามพันธกิจอื่นของคณะวิจิตรศิลป์ได้วางเป้าหมายเพื่อผลักดันยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และการปรับตัวต่อสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ความเป็นนานาชาติเพื่อการรองรับความเป็นสากล และ 2) แนวทางการแสวงหารายได้ เพื่อการพัฒนาองค์กรที่มั่นคง ดังนี้

ความเป็นนานาชาติ (Internationalization)

คณะวิจิตรศิลป์ ตระหนักถึงความเป็นนานาชาติของวงการศิลปะร่วมสมัยในยุคปัจจุบัน ควาวมร่วมมือและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางด้านศิลปะระหว่างศิลปิน นักวิชาการสาขาศิลปะ องค์กรทางด้านศิลปะทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ในส่วนดังกล่าวคือกุญแจสำคัญในการพัฒนาศิลปะรวมถึงการเรียนการสอนด้านศิลปะเกิดความก้ามหน้าอย่างรวดเร็ว คณะวิจิตรศิลป์จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเชื่อมโยงนักศึกษา บุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนให้เข้าถึงกระแสความเคลื่อนไหวของศิลปะและการศึกษาด้านศิลปะร่วมกับสถาบันศิลปะภายนอกทั้งในระดับชาติและนานาชาติ โดยรูปแบบความเป็นนานาชาติในแผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถดำเนินการได้ในหลากหลายด้าน เช่น

1) การปรับและสร้างหลักสูตรให้สามารถรองรับทั้งนักศึกษาและมาตรฐานความเป็นสากล
2) โครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษา คณาจารย์ และบุคลากรสายสนับสนุน การให้ความร่วมมือทางด้านวิชาการ เช่น การแลกเปลี่ยนด้านการเรียนการสอน ทุนการศึกษา การดูงาน และการฝึกอบรม ทางด้านการวิจัยภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) ระหว่างคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และสถาบันระดับชาติและระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต
3) โครงการศิลปินในพำนัก
4) โครงการศิลปินและอาจารย์ชาวต่างชาติรับเชิญ
5) นิทรรศการศิลปกรรม ลักษณะความร่วมมือแลกเปลี่ยนระหว่างสถาบันระดับชาติและนานาชาติ
6) การประชุม สัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ และโครงการกิจกรรมทางวิชาการร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง
7) โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับความเป็นนานาชาติ

สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีเป้าหมายสำคัญมุ่งเน้นประโยชน์สูงสุดกับนักศึกษาและบุคลากร เพื่อการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศการเรียนรู้ระดับสากล การสร้างประสบการณ์จริงจริง ทักษะเฉพาะทางด้านศิลปะ และทักษะที่จำเป็นของการทำงานด้านศิลปะร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง ยังมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ด้านศิลปะภายในคณะวิจิตรศิลป์ ให้มีความทันสมัย เท่าทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในระดับชาติและนานาชาติ อันจะนำไปสู่การตระหนักรู้ถึงอัตลักษณ์เฉพาะตนที่สามารถพัฒนาต่อยอดศักยภาพให้เกิดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เพื่อก้าวสู่ความทัดเทียมของโลกศิลปะได้อย่างมั่งคงและยั่งยืน

แนวทางการแสวงหารายได้

คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีแนวทางนำแผนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติตามแนวทางการจัดทำคำรับรองการปฏิบัติงานของส่วนงาน (CMU-PA) โดยมุ่งเน้นการจัดโครงการ/กิจกรรม ที่สามารถผลักดันและตอบสนองกลยุทธ์ ซึ่งสามารถแบ่งแบ่งประเภทกิจกรรมเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. กิจกรรมบริการวิชาการที่เกิดประโยชน์แก่สังคม
    1) กิจกรรมวัฒนธรรม ตลาดนัดศิลปะ
    2) ลูกทุ่งวิจิตรศิลป์
    3) สร้างเครือข่ายทางศิลปวัฒนธรรมร่วมกับท้องถิ่น
    4) จัดกิจกรรมเชิดชูเกียรติศิลปินล้านนา สล่า /ปราชญ์ชาวบ้านล้านนา
    5) ส่งเสริม พัฒนา อนุรักษ์ สืบสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นล้านนา
2. กิจกรรม แสวงหารายได้ เพื่อการสื่อสารองค์กรและการสร้างภาพลักษณ์ของคณะวิจิตรศิลป์
    1) โครงการประสานดึงความร่วมมือกับศักยภาพศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงระดับชาติและระดับนานาชาติ (Blue Thunder Project)
    2) สร้างหลักสูตรระยะสั้นการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Education) แบบทั่วไปและผู้สูงอายุ
    3) โครงการอบรมศิลปะสำหรับผู้สูงอายุ **“เกษียณสุนทรีย์”**
    4) สร้างหลักสูตรศิลปะระยะสั้น.. โครงการ **“ฉันจะเป็นศิลปิน”**
    5) โครงการอบรมสร้างสรรค์ศิลปะแนวนามธรรมสำหรับผู้สูงอายุ
    6) ประมูลงานศิลปะจากศิษย์ปัจจุบันและศิษย์เก่า
    7) โครงการศิลปะในโรงพยาบาล
    8) โครงการ ART & CRAFT FESTIVAL
    9) โครงการ Chiang Mai Art Festival
    10) โครงการเทศกาลประกวดศิลปะเชียงใหม่
    11) โครงการกล้าใหม่ ใฝ่รู้ ปีที่ 17 (SCB)
    12) โครงการประมูลผลงานศิลปะ
    13) กิจกรรมการจัดดนตรี คอนเสิร์ต การแสดง
    14) โครงการเชียงใหม่มาร์ชชิ่งแบรนด์

ทั้งนี้ โครงการ/กิจกรรมดังกล่าวได้นำเข้าสู่แผนปฏิบัติการเพื่อการดำเนินการเพื่อการบริการวิชาการและการแสวงหารายได้ตามยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ต่อไป

แนวทางการปรับปรุงระบบการบริหารของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภายใต้การบริหารงานโดยแผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) มีแนวทางการปรับปรุงระบบการบริหารเพื่อการผลักดันการตอบสนองต่อผลลัพธ์ทางยุทธศาสตร์ของคณะและเป้าหมายของแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยการระบุความชัดเจนในการบริหารงานแบบมีธรรมาภิบาล โครงสร้างส่วนงานที่สอดคล้องวิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมายพันธกิจขององค์กร การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดเป้าหมายในการใช้จ่ายเงิน ทั้งเงินรายได้และงบประมาณเงินแผ่นดิน การดูแลสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และนโยบายประหยัดพลังงาน และนโยบายการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ความชัดเจนในการบริหารงานแบบมีธรรมาภิบาล

คณะวิจิตรศิลป์ ได้กำหนดแนวทางการบริหารงานแบบมีธรรมาภิบาลตามหลักการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์และการประเมินตามหลักการดังกล่าว

คณะวิจิตรศิลป์ได้ยึดหลักการบริหารงานผ่านการประกาศเจตจำนงสุจริตในการบริหารงานของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดย **รองศาสตราจารย์ ดร.สุกรี เกษรเกศรา** คณบดีคณะวิจิตรศิลป์ เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2565 เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนัก พร้อมส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรและนักศึกษายึดถือเป็นมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติร่วมกัน เล็งเห็นความสำคัญในการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และจิตสำนึกในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ ควบคู่กับการบริหารจัดการงานที่มีประสิทธิภาพอันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร โดยมุ่งมั่นการนำหน่วยงานให้ดำเนินงานตามภารกิจด้วยความโปร่งใส บริหารงาน ซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม ปราศจากการทุจริต โดยได้กำหนดแนวทางการบริหารงานตามเจตนารมณ์ดังกล่าวทั้งสิ้น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความโปร่งใส โดยผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงข้อมูลของคณะได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งสามารถตรวจสอบที่มาของข้อมูลได้อย่างไม่บิดเบือนข้อมูลหรือมีข้อมูลอันเป็นเท็จ 2) ด้านความพร้อมรับผิดชอบ มุ่งปลูกฝังคณาจารย์และบุคลากรให้มีความมุ่งมั่นตั้งใจและรับผิดชอบในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 3) ด้านความปลอดภัยจากการทุจริตในการปฏิบัติงาน สนับสนุนและส่งเสริมคณาจารย์และบุคลากรในการปฏิบัติงานตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ว่าด้วย ประมวลจริยธรรมผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และจรรยาบรรณผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 4) ด้านวัฒนธรรมคุณธรรม ส่งเสริมและสร้างการเรียนรู้วัฒนธรรมการทำงานอย่างมีคุณธรรมตามหลักธรรมาภิบาล การทำงานในแนวปฏิบัติและการรับรู้ภายใต้ค่านิยมองค์กรร่วม 5) ด้านคุณธรรมการทำงาน สนับสนุนและส่งเสริมคณาจารย์และบุคลากรในส่วนของกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือตามคู่มือปฏิบัติงาน รวมถึงการทำงานด้วยความเท่าเทียมและเป็นธรรม และ 6) ด้านการสื่อสารภายใน สนับสนุนและส่งเสริมคณาจารย์และบุคลากรในการเผยแพร่บทบาทการทำงาน การสื่อสาร

ให้มีทิศทาง การรับรู้ และความเข้าใจในทางเดียวกัน ภายใต้การมุ่งสู่วิสัยทัศน์และค่านิยมหลักขององค์กรด้วยวัฒนธรรมองค์กรร่วม “Together we RISE”

โครงสร้างส่วนงานที่สอดคล้องวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

การปรับโครงสร้างส่วนงานให้สอดคล้องกับการบริหารงานมุ่งสู่วิสัยทัศน์ “คณะวิจิตรศิลป์เป็นสถาบันการศึกษาศิลปะอันดับ 1 ของไทย องค์กรแห่งความสุข รับผิดชอบต่อสังคม ด้วยนวัตกรรม” เป็นการผลักดันหน่วยงานภายใต้โครงสร้างเดิมให้สอดคล้องต่อเป้าหมายทางยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ ดังนี้

1) ปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมโครงสร้างด้านวิชาการของคณะให้คล้องกับพันธกิจ เช่น หน่วยวิเทศสัมพันธ์ ฝ่ายงานบริหารงานวิจัย บริการวิชาการ และวิเทศสัมพันธ์ เพื่อรองรับความเป็นนานาชาติ มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติ เป็นต้น
2) ปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมโครงการฝ่ายศิลปวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย อันเป็นอัตลักษณ์ขององค์กรที่สอดคล้องต่อแผนพัฒนาการศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)
3) ปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมโครงสร้างด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร เช่น (1) เพิ่มเติมโครงสร้างการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์กรของคณะวิจิตรศิลป์ เพื่อการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยเทคโนโลยีทางการศึกษาและสารสนเทศ ในการวิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ของคณะให้บรรลุเป้าหมายวิสัยทัศน์องค์กร (2) เพิ่มเติมจุดมุ่งหมายการทำงานของหน่วยเทคโนโลยีทางการศึกษาและสารสนเทศ เพื่อการผลักดันยุทธศาสตร์องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี มุ่งสู่กระบวนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน (Digital Transformation)
4) เพิ่มเติมโครงสร้างการพัฒนาความร่วมมือกับศิษย์เก่าคณะวิจิตรศิลป์ ผ่านโครงการ/กิจกรรมความร่วมมือกับศิษย์เก่าและผู้สนับสนุนภายนอก เพื่อต่อยอดการพัฒนาความสัมพันธ์ความร่วมมือ และเพื่อการแสวงหารายได้จากแนวทางการแสวงหารายได้ตามยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

ในส่วนของพันธกิจของคณะวิจิตรศิลป์ ประกอบด้วยพันธกิจ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพด้านศิลปะ และวัฒนธรรม (2) ผลิตผลงานสร้างสรรค์ งานวิจัยและนวัตกรรมทางศิลปะ การออกแบบและวัฒนธรรม เพื่อเกิดประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม (3) บริการทางวิชาการแก่สังคม และ (4) ทำนุบำรุงและส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ นอกจากการมุ่งเน้นพันธกิจเพื่อการเรียนการสอน ยังให้ความสำคัญของพันธกิจด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ของคณะที่สามารถต่อยอดและพัฒนา โดยการเพิ่มภารกิจการสืบสานต่อยอดศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา ผ่านโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์หลักของคณะวิจิตรศิลป์ “ล้านนาสร้างสรรค์และศิลปะร่วมสมัย”

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

แผนยุทธศาสตร์คณะวิจิตรศิลป์ ระยะ 4 ปี ถือเป็นยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมการพัฒนาและส่งเสริมทั้งด้านการเรียนการสอน ด้านวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ ด้านการบริหารองค์กร และด้านการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องต่อแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและการทำงานที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Agile) ที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานด้วยเทคโนโลยี (Digital Transform) โดยคณะวิจิตรศิลป์ มีแนวทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

1) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนการดำเนินการเทคโนโลยีสารสนเทศของคณะวิจิตรศิลป์
2) บูรณาการเครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัยกับการใช้งานของคณะอย่างมีประสิทธิภาพ
3) การมุ่งเน้นพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นภายในคณะเพื่อการบริหารจัดการที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิของการบริหารงานเพื่อลดต้นทุน
4) การพัฒนาแนวทางและแนวปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการสื่อสารองค์กร

การกำหนดเป้าหมายในการใช้จ่ายเงิน ทั้งเงินรายได้และงบประมาณเงินแผ่นดิน

คณะวิจิตรศิลป์ กำหนดการเป้าหมายการใช้เงินโดยการกำหนดยุทธศาสตร์คณะที่มุ่งประเด็น “สร้างความมั่นคงทางการคลัง ความยั่งยืน และความพอเพียง” โดยมีเป้าหมายคณะมีเสถียรภาพทางการเงินอย่างยั่งยืน ยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างมั่นคง จากการเพิ่มรายได้ ลดต้นทุนและแสวงหาโอกาส ตามกลยุทธ์ในตารางที่ 11 ซึ่งได้ให้แนวทางการบริหารงาน ดังนี้ (1) ดำเนินการจัดทำข้อมูลการต้นทุนค่าใช้จ่ายเงินทุกประเภท และ (2) จัดทำแผนการใช้จ่ายเงินรายได้และงบประมาณเงินแผ่นดิน

การดูแลสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และนโยบายประหยัดพลังงาน

คณะวิจิตรศิลป์ มีแนวทางในการดูแลสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและนโยบายประหยัดพลังงานของคณะภายใต้ยุทธศาสตร์ “สร้างความมั่นคงทางการคลัง ความยั่งยืน และความพอเพียง” ที่ระบุการใช้ประโยชน์สูงสุดจากพื้นที่รวมถึงการคำนวนรายได้ที่ประหยัดจากการใช้เทคโนโลยี ผ่านโครงการ/กิจกรรมของคณะ ดังนี้

1) โครงการปรับภูมิทัศน์รายปี
2) โครงการร่วมพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กิจกรรม 5 ส.
3) โครงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน เช่น การติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ของระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารเรียน จำนวน 2 อาคาร ได้แก่ 1) อาคารเรียนและปฏิบัติการออกแบบ คณะวิจิตรศิลป์ 2) อาคารเรียนและปฏิบัติการ คณะวิจิตรศิลป์
4) โครงการศิลปะรีไซเคิล

นโยบายการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

การบริหารงานทรัพยากรบุคคลของคณะวิจิตรศิลป์อยู่ภายใต้งานบริหารทั่วไป มีแนวทางการบริหารงานดังกล่าวภายใต้ยุทธศาสตร์ “การบริหารจัดการเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ” ที่มุ่งเน้นการพัฒนา

ศักยภาพบุคลากร ผ่านโครงการ/กิจกรรมการ Reskills/Upskills ของบุคลากร นโยบายองค์กรแห่งความสุข เชื่อมความสัมพันธ์และความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการการบริหาร ดังนี้ (1) กระบวนการจัดทำระบบ สมรรถนะ ความก้าวหน้าของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน และ (2) กระบวนการส่งเสริมบุคลากรก้าวเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการด้านสายศิลปะ ในหลากหลายแนวทางรวมถึงการขอตำแหน่งทางวิชาการผ่านการใช้ผลงานวิชาการรับใช้สังคม ทั้งนี้ คณะวิจิตรศิลป์ยังได้นำระเบียบข้อบังคับ และกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นแนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีความชัดเจนภายใต้การทำงานของการมีคุณธรรมความโปร่งใสขององค์กร (CMU-ITA)

ภาคผนวก

ข้อมูลพื้นฐานองค์กร

คณะวิจิตรศิลป์ จัดตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีจุดมุ่งหมายเป็นแหล่งการศึกษาของทุกสาขาวิชาชีพ ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สังคมศาสตร์ และศิลปศาสตร์

วันที่ 28 มกราคม 2525 สภามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้อนุมัติให้จัดตั้งคณะวิจิตรศิลป์ขึ้น เพื่อให้เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตทางด้านศิลปะ และเป็นศูนย์กลางการศึกษา ค้นคว้า วิจัย อนุรักษ์ สร้างสรรค์ พัฒนาและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่นภาคเหนือ และในประเทศไทย รวมทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน

วันที่ 24 มีนาคม 2525 ได้รับการอนุมัติหลักสูตรจากทบวงมหาวิทยาลัยให้เป็นคณะที่ 12 ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วันที่ 17 มิถุนายน 2526 เปิดทำการสอนครั้งแรก จำนวน 2 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาศิลปะไทย และสาขาวิชาจิตรกรรม

ตราสัญลักษณ์คณะวิจิตรศิลป์

คณะวิจิตรศิลป์ใช้ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยได้เพิ่มในส่วนชื่อของคณะวิจิตรศิลป์ ความหมายตราสัญลักษณ์ สภามหาวิทยาลัยได้กำหนดตราประจำมหาวิทยาลัยเป็นรูปช้างชูคบเพลิง มีสุภาษิตเป็นภาษาบาลีว่า **“อตฺตานำ ทมยนฺติ ปณฺฑิตา”** มีความหมายว่า “บัณฑิตทั้งหลายย่อมฝึกฝนตนเอง” อยู่ในวงล้อมรอบรูปช้าง ช้างมีท่าทางเหมือนธรรมชาติ งวงจับคบเพลิงชูขึ้นเหนือหัวเปรียบเสมือนแสงสว่างที่จะส่องทางให้นักศึกษาไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง

สีประจำคณะวิจิตรศิลป์ คือ สีแดงชาด

รหัสสี #e41e26

ด้านการเรียนการสอน คณะวิจิตรศิลป์ ประจำปีการศึกษา 2564 เปิดสอนในระดับปริญญาตรี 9 สาขาวิชา ปริญญาโท 4 สาขาวิชา และระดับดุษฎีบัณฑิต 2 สาขาวิชา มีนักศึกษาทั้งหมด จำนวน 1,418 คน บุคลากรทั้งหมด จำนวน 156 คน แบ่งเป็นบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 84 คน และสายสนับสนุน จำนวน 72 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2565) โดยประมาณรายจ่ายทั้งเงินแผ่นดินและเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ 2566 อยู่ที่ 128,841,590 บาท

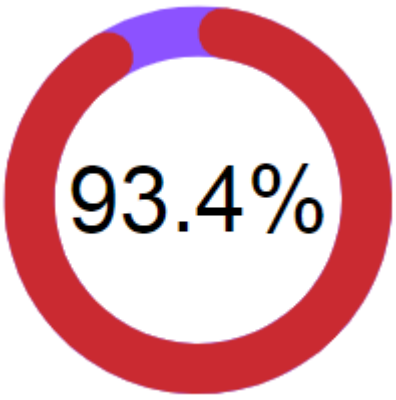
จากสถิติผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจ ความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น อัตราการรับเข้านักศึกษา อัตราการคงอยู่ และอัตราการสำเร็จการศึกษา ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2561 – 2564 แสดงให้เห็นถึงร้อยละของผลลัพธ์ด้านการเรียนการสอนของคณะวิจิตรศิลป์ที่มีแนวโน้มลดลงและชี้เป้าหมายการพัฒนาหลักสูตร นักศึกษา และบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2562 ข้อมูลผลลัพธ์มีการลดลงอย่างชัดเจน จากผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อโวรัสโคโรน่า (Covid - 19) สามารถแจงรายละเอียดดังนี้

ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการ พบว่า ด้านความพึงพอใจของบัณฑิตใหม่ที่มีต่อกำรจัดการเรียนการสอน และด้านบัณฑิตได้งานตรงสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจ ความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น พบว่า ด้านหลักสูตรมีความทันสมัยทันต่อสภาวะการณ์ในปัจจุบัน ด้านรายวิชามีความเหมาะสม และเพียงพอต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ ด้านห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความเหมาะสม และปริมาณที่เพียงพอ และด้านอาจารย์มีเทคนิคการถ่ายทอดความรู้ และนำสื่อเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการเรียนการสอน มีผลลัพธ์ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลสำคัญทางการศึกษาปีการศึกษา 2559 – 2564

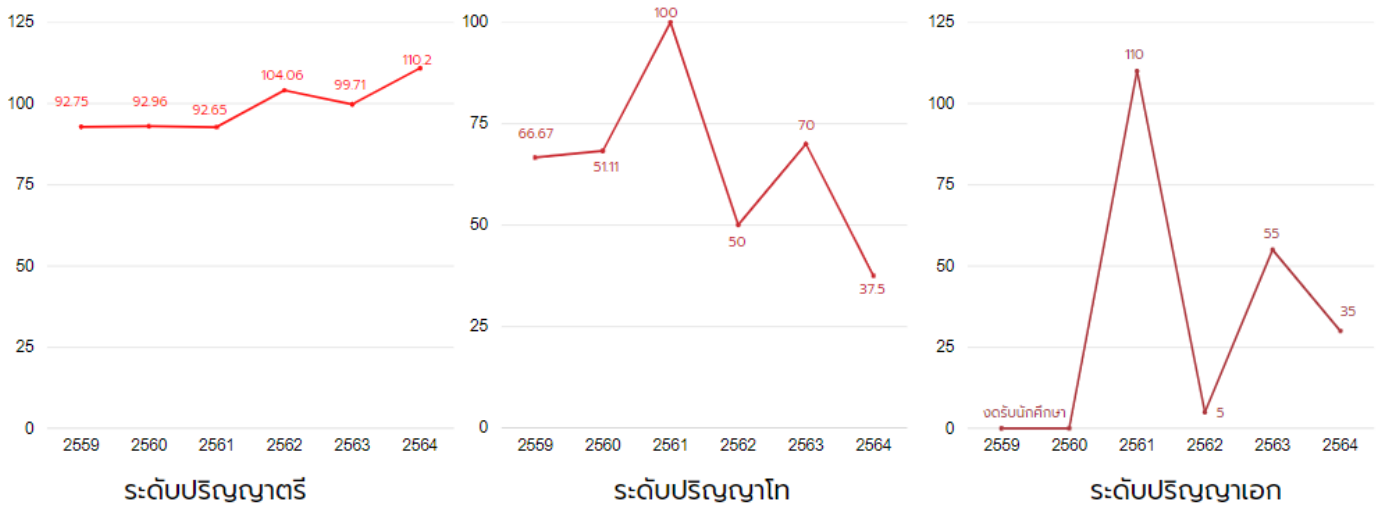
1. ร้อยละการรับเข้านักศึกษา



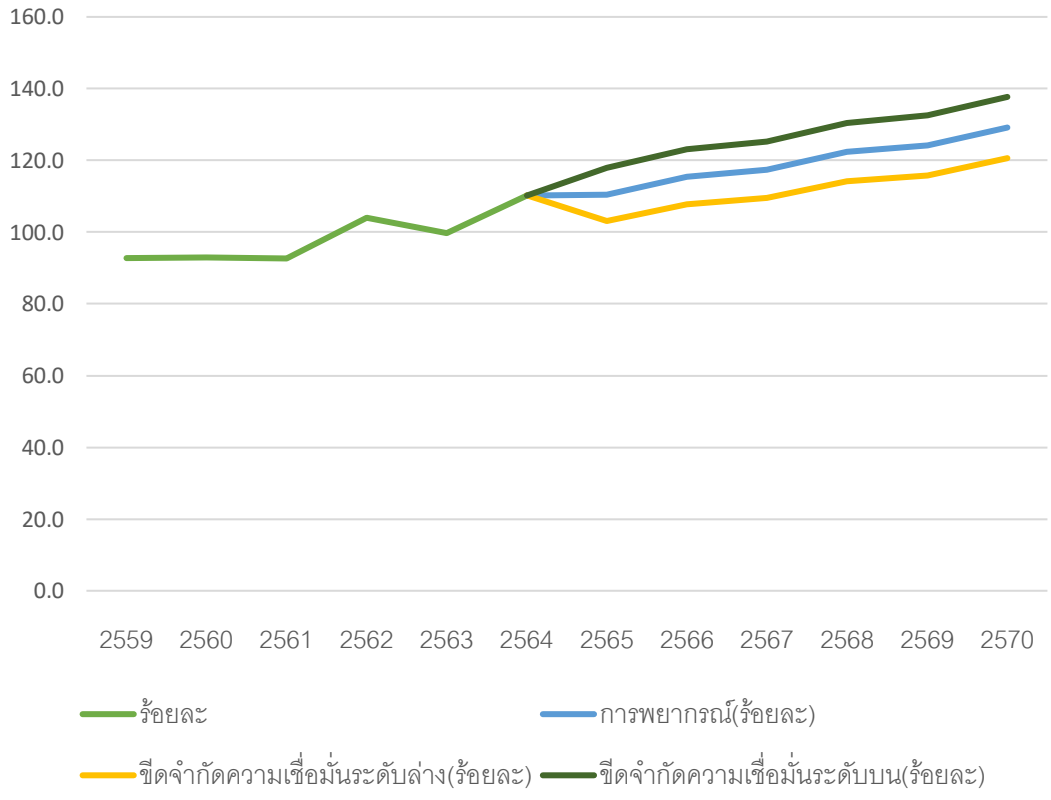
ข้อมูลร้อยละการรับเข้านักศึกษาตั้งแต่ ปีการศึกษา 2559 – 2564 พบว่า ภาพรวมการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และปริญญาเอก คณะวิจิตรศิลป์ เป็นไปตามเป้าหมายถึง ร้อยละ 93.4 โดยสามารถแบ่งตามระดับการศึกษา ดังนี้

1) ระดับปริญญาตรี ภาพรวมร้อยละ 99.5
2) ระดับปริญญาโท ภาพรวมร้อยละ 68.5
3) ระดับปริญญาเอก ภาพรวมร้อยละ 50

ร้อยละการรับเข้านักศึกษาตามเป้าหมายและการคาดการณ์ ปีการศึกษา 2559 - 2570

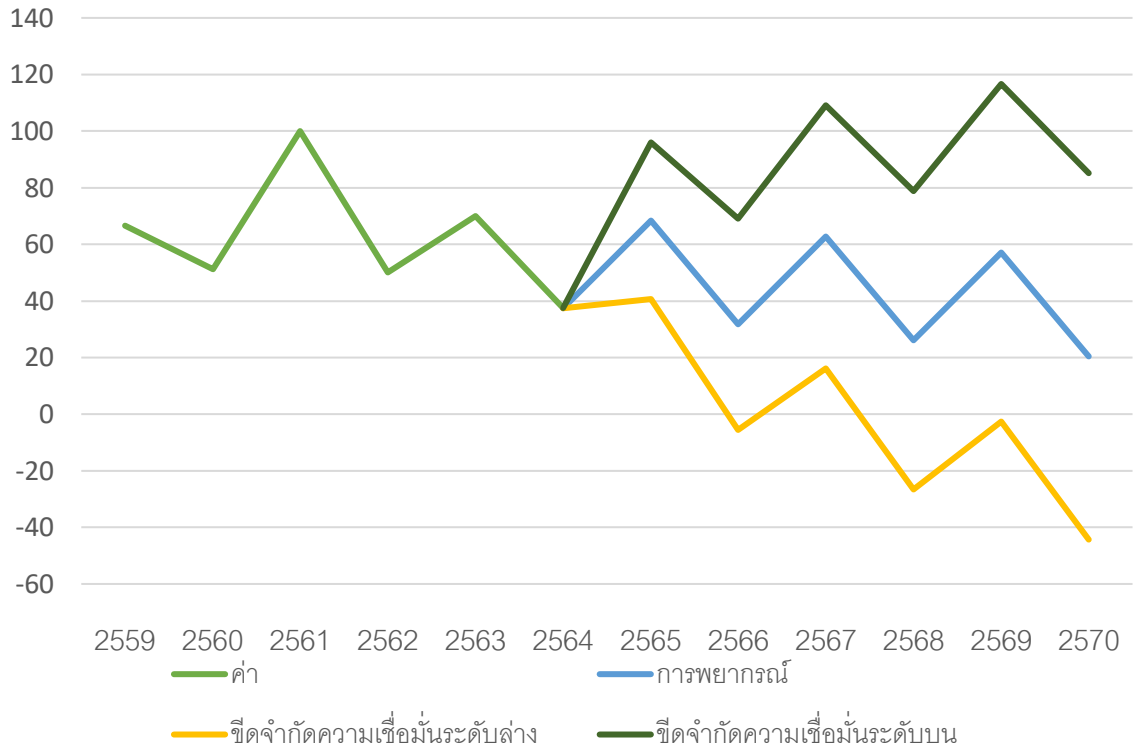


จากร้อยละการรับเข้านักศึกษาตามเป้าหมายและการคาดการณ์ ปีการศึกษา 2559 – 2570 โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับการศึกษา ได้แก่ ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ดังนี้

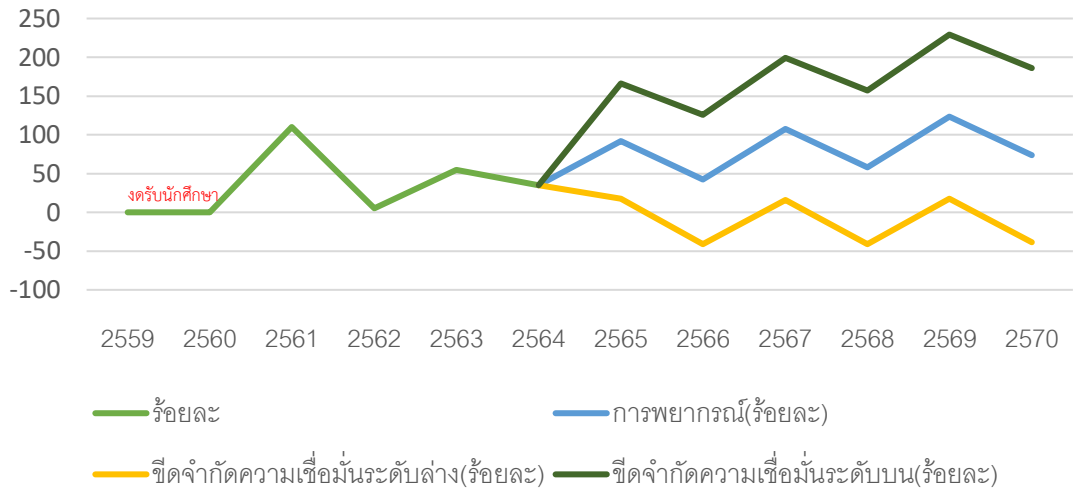


ระดับปริญญาตรี ผลร้อยละการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาตรีตามเป้าหมาย มีการรับเข้าตรงตามเป้าหมายและมีแนวโน้มการเกินค่าเป้าหมาย โดยดำเนินการคาดการณ์ร้อยละจำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ตั้งแต่ ปีการศึกษา 2565 – 2570 พบว่าในปีการศึกษา 2570 มีร้อยละการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาตรีในช่วงระหว่างร้อยละ 120.6 ถึง 137.7 ในระดับนัยสำคัญ 0.95 ถือว่าเป็นข้อมูลแนวโน้มที่สามารถ

เชื่อมโยงถึงการเพิ่มโอกาสของการเข้าถึงการศึกษาของนักเรียน นักศึกษาโดยทั่วไป อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสของปลูกฝังเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของคณะวิจิตรศิลป์ที่สามารถต่อยอดสู่การเป็นแรงงานสร้างสรรค์หรือผู้ประกอบอาชีพอิสระในอนาคตต่อไป

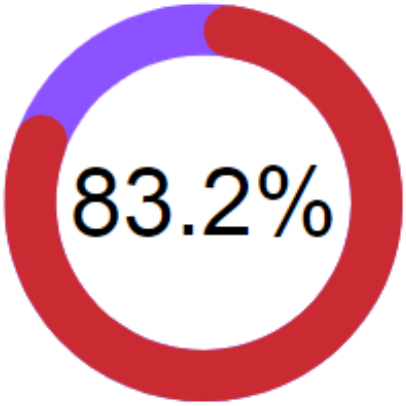


ระดับปริญญาโท ผลร้อยละการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาโทตามเป้าหมาย จากการคาดการณ์ร้อยละจำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ตั้งแต่ ปีการศึกษา 2565 – 2570 มีแนวโน้มและโอกาสต่ำกว่าค่าเป้าหมาย ในปีการศึกษา 2570 มีร้อยละการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาตรีในช่วงระหว่างร้อยละ -44.33 ถึง 85.13 ในระดับนัยสำคัญ 0.95 ซึ่งอาจกระทบต่อการจัดตั้งหลักสูตร ดังนั้น จึงเป็นข้อมูลการคาดการณ์และโอกาสการจัดตั้งหลักสูตรและแนวทางการป้องกันความเสี่ยงของการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาโท



ระดับปริญญาเอก คณะวิจิตรศิลป์ปิดรับนักศึกษาในระดับปริญญาเอกในปีการศึกษา 2559 และ 2560 จากการคาดการณ์พบผลร้อยละการรับเข้านักศึกษาระดับปริญญาเอกมีแนวโน้มต่ำกว่าค่าเป้าหมาย

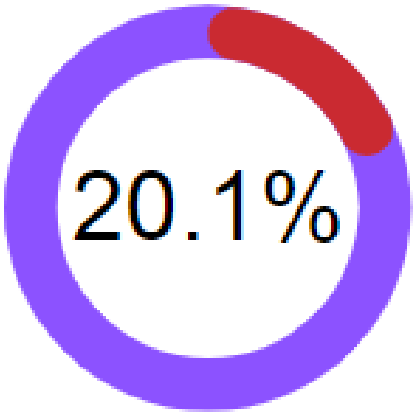
2. ร้อยละการคงอยู่ของนักศึกษาในแต่ละชั้นปี



ข้อมูลร้อยละการคงอยู่ของนักศึกษาตั้งแต่ ปีการศึกษา 2559 – 2564 พบว่า ภาพรวมการคงอยู่ของนักศึกษาคณะวิจิตรศิลป์ ร้อยละ 83.2 โดยสามารถแบ่งตามระดับการศึกษา ดังนี้

1) ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 84.19
2) ระดับปริญญาโท ร้อยละ 67.10
3) ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 87.50

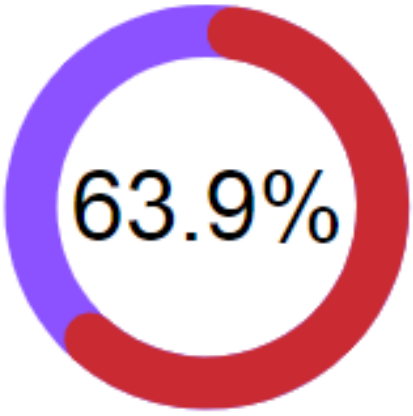
3. ร้อยละการสำเร็จการศึกษา



ข้อมูลร้อยละการสำเร็จการศึกษาตั้งแต่ ปีการศึกษา 2559 – 2564 พบว่า ภาพรวมการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาคณะวิจิตรศิลป์ ร้อยละ 20.07 โดยสามารถแบ่งตามระดับการศึกษา ดังนี้

1) ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 19.62
2) ระดับปริญญาโท ร้อยละ 46.67
3) ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 24.14

4. ร้อยละภาวะการมีงานทำ



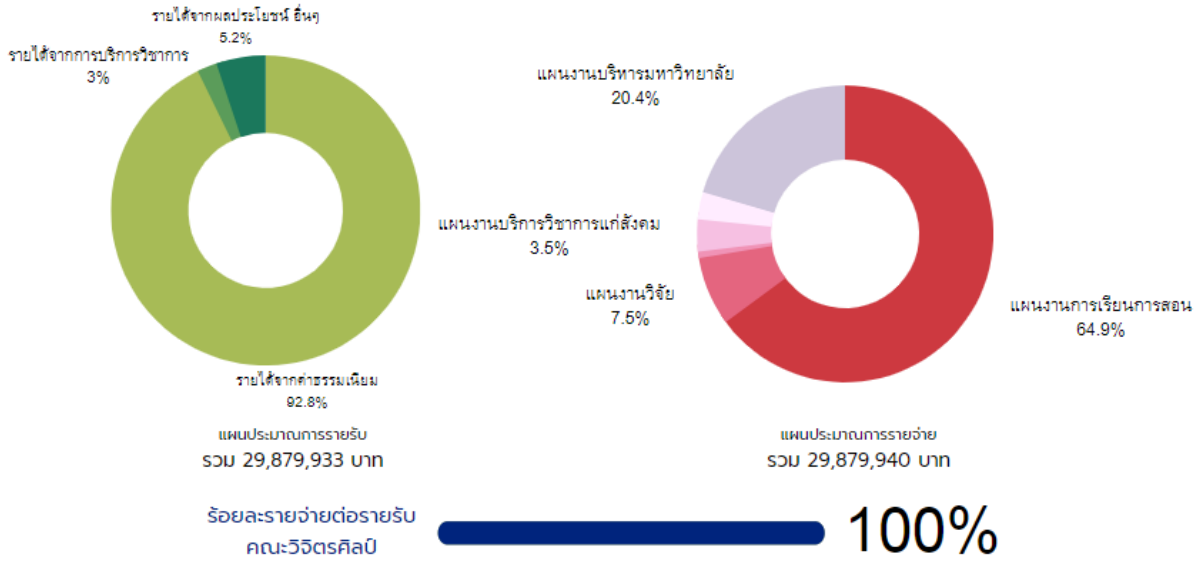
ข้อมูลร้อยละภาวะการมีงานทำ ตั้งแต่ ปีการศึกษา 2559 – 2564 พบว่า ภาพรวมภาวะการมีงานทำของนักศึกษาคณะวิจิตรศิลป์ ร้อยละ 63.9 โดยสามารถแบ่งตามระดับการศึกษา ดังนี้

1) ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 63.92

2) ระดับปริญญาโท ร้อยละ 63.22

3) ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 100

ประมาณการรายรับและรายจ่าย คณะวิจิตรศิลป์



จากภาพรวมแผนประมาณการรายรับและรายจ่าย ในปีงบประมาณ 2565 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนรายรับหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) รายได้จากค่าธรรมเนียม 2) รายได้จากการบริการวิชาการ และ 3) รายได้จากผลประโยชน์อื่น ๆ และในปีงบประมาณดังกล่าวมีสัดส่วนของรายรับดังนี้ รายได้จากค่าธรรมเนียม ร้อยละ 92.8 รายได้จากการบริการวิชาการ ร้อยละ 5.2 และรายได้จากผลประโยชน์อื่น ๆ ร้อยละ 3 ตามลำดับ (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2565)

โครงการสร้างองค์กร

ลักษณะโดยรวมของบุคลากร คณะมีบุคลากร 156 คน สายวิชาการ 84 คน และสายสนับสนุน 72 คน สายวิชาการมีข้อกำหนดด้านคุณวุฒิ/คุณสมบัติตามประกาศมหาวิทยาลัย คือ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก มีคุณวุฒิตรง/สัมพันธ์ตามที่หลักสูตรต้องการ โดยให้เป็นไปตามตามกฎ ระเบียบของสป.อว. และตองปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับตาม พ.ร.บ.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้แก่ การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการตามระยะเวลาที่กำหนด สายสนับสนุน มีสมรรถนะเฉพาะตำแหน่ง มีความสามารถในการใช เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มีการส่งเสริมพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรตามตำแหน่งเฉพาะ ตลอดจนจัดหาเครื่องมือที่จำเป็น นำระบบเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติการ เพื่อยกระดับศักยภาพการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดพื้นที่การทำงาน เพิ่มเครื่องกรองอากาศ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยโดยการติดตั้งกล้องวงจรปิดโดยรอบบริเวณคณะ การอยู่เวรยามในช่วงนอกเวลาราชการ ตลอดจนมีการดูแลอาคารสถานที่ให้สะอาด และส่งเสริมความผูกพันผ่านโครงการ/กิจกรรม ให้บุคลากรได้มีโอกาสพบปะ ทำกิจกรรมร่วมกันกันอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 12 ข้อมูลบุคลากรสายวิชาการ

บุคลากรสายวิชาการ	วุฒิการศึกษา			ตำแหน่งทางวิชาการ			
	ตรี	โท	เอก	อาจารย์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	รองศาสตราจารย์	ศาสตราจารย์
	1	46	37	39	27	17	1

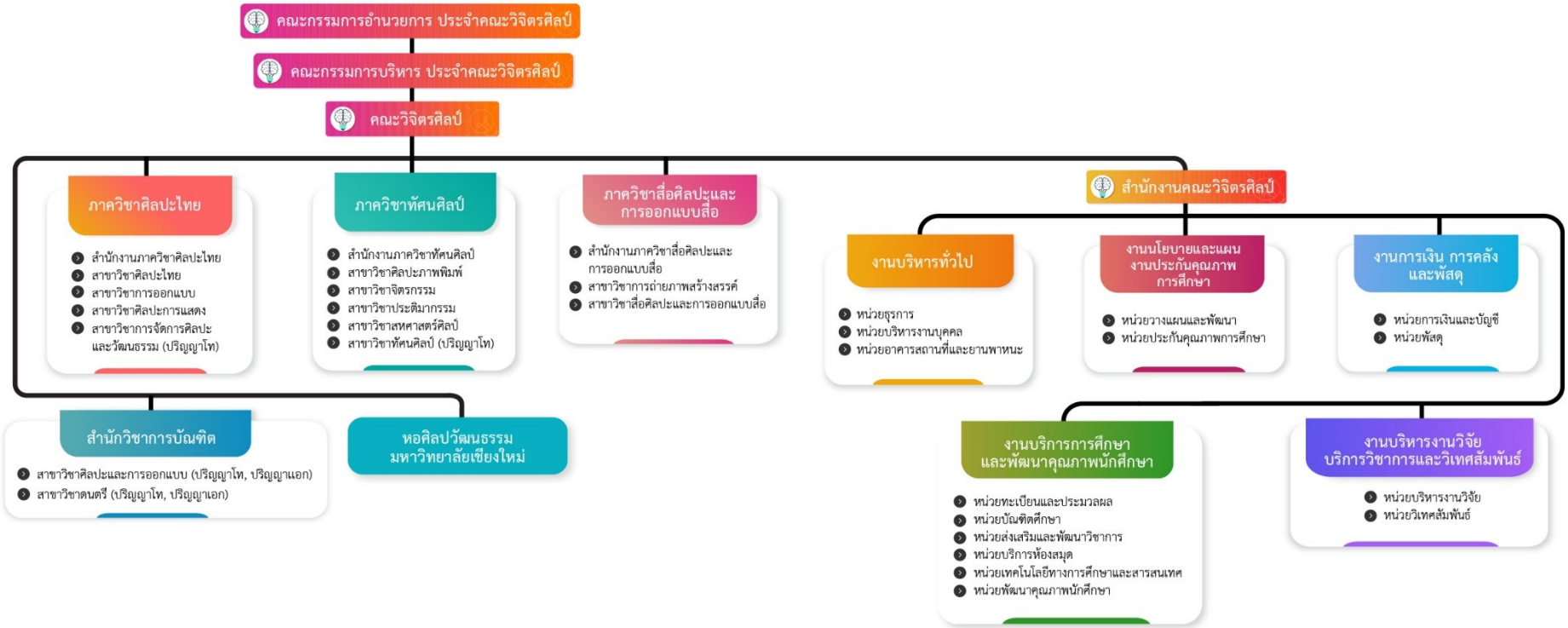
ตารางที่ 13 ข้อมูลบุคลากรสายสนับสนุน

บุคลากรสายสนับสนุน	วุฒิการศึกษา			สถานภาพ	
	> ตรี	ตรี	โท	พนักงานมหาวิทยาลัย	พนักงานชั่วคราว
	15	48	9	52	20

คณะมีอาคารหลักที่สนับสนุนการเรียนการสอน 5 หลัง มีทั้งห้องเรียนบรรยาย ห้องปฏิบัติการ ดังนี้ ห้องปฏิบัติการ/โรงประลอง ของแต่ละหลักสูตรมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นห้องปฏิบัติการเฉพาะทางสำหรับการเรียนการสอนในเทคนิคเฉพาะตัว ทำให้นักศึกษาในหลักสูตรมีการฝึกปฏิบัติงานจริงและมีมาตรฐานระดับสากล เช่น ห้องปฏิบัติการภาพพิมพ์หิน ห้องปฏิบัติการประติมากรรม (ปั้นดิน/โลหะ/แกะหิน/แกะไม้) ห้องปฏิบัติการทอผ้า ห้องปฏิบัติการจิตรกรรมไทย ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ห้องปฏิบัติการเอนิเมชั่น ห้องปฏิบัติการถ่ายภาพ (ห้องล้างฟิมล์/ห้องสตูดิโอถ่ายภาพนิ่ง) ห้องปฏิบัติงานการแสดง (Black Box) ห้องปฏิบัติการจิตรกรรม (หุ่นนิ่ง/ภาพคนเหมือน) รวมทั้งห้องสตูดิโอสำหรับนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในการปฏิบัติงานวิทยานิพนธ์ให้มีคุณภาพ เครื่องมือและอุปกรณ์ ในห้องปฏิบัติการ/โรงประลอง แต่ละสาขามีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความเฉพาะทาง มีความทันสมัยและพัฒนาทักษะของนักศึกษาให้มีความทัดเทียมสากล เพื่อส่งเสริมให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษามีความพร้อมปฏิบัติงานและแข่งขันในตลาดแรงงานได้จริง ถือเป็นความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของคณะ หอศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นพื้นที่สนับสนุนการ

เรียนการสอน จัดแสดงเผยแพร่นิทรรศการทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับศิลปิน นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปได้เข้ามาศึกษาและใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการ มีพื้นที่ของโรงละคร สนับสนุนการเรียนการสอน เผยแพร่ผลงานการแสดง ดนตรี ศิลปะและวัฒนธรรม มีพื้นที่ในการจัดอบรมให้ความรู้ด้านศิลปะให้แก่สังคม/ชุมชน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการเรียนด้านศิลปะ ตอบสนองต่อแนวคิดการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ห้องนิทรรศการคณะวิจิตรศิลป์ เป็นพื้นที่จัดสรรให้คณาจารย์ นักศึกษา มีโอกาสนำเสนอผลงานศิลปะสู่สาธารณะ (5) สภาวะแวดล้อมด้านกฎระเบียบข้อบังคับ คณะดำเนินการภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ด้านหลักสูตร ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรและประกาศกระทรวงศึกษาธิการ ระบบ CMU-QA Curriculum การปฏิบัติการที่เกี่ยวกับสารเคมีใช้กฎระเบียบในการกำจัด/ บำบัดสารเคมีที่เหลือใช้จากการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะเพื่อไม่ส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อม ด้านการวิจัย/วิจัยสร้างสรรค์ การบริการวิชาการ ปฏิบัติตามประกาศ หลักเกณฑ์การให้ทุนอุดหนุนการวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ และงานสร้างสรรค์เชิงวิชาการ คณะวิจิตรศิลป์ และประกาศข้อบังคับแหล่งทุนภายนอก

ทุนอุดหนุนการวิจัย วิจัยสร้างสรรค์ และงานสร้างสรรค์เชิงวิชาการ คณะวิจิตรศิลป์ และประกาศข้อบังคับแหล่งทุนภายนอก



ภาพที่ 13 โครงการสร้างองค์กร คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติและผลงานของผู้นำเสนอ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกรี เกษรเกศรา

Associate Professor Sugree Gasorngatsara, Ph.D.

คณบดีคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติทางการศึกษา

ปริญญาตรี คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สาขาวิชาประติมากรรม

ปริญญาโท คณะจิตรกรรม ประติมากรรม และภาพพิมพ์
มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิชาประติมากรรม

ปริญญาเอก คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ

ประสบการณ์การทำงาน

2544 - ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาประติมากรรม ภาควิชาภาพพิมพ์ ฯ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2539 - 2544	โรงเรียนเซนต์ดอมินิก มักกะสัน ราชเทวี กรุงเทพ ฯ
2538	บริษัท คาศเดย์คอมโปโลเคชั่น จำกัด อำเภอศาลายา จังหวัดนครปฐม
2537	บริษัท ไทยออนด้าอินเฟอร์เมชั่น จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประสบการณ์ด้านอื่น ๆ / ผลงาน

งานวิจัย

สุกรี เกษรเกศรา. 2563. แสง สี เสียง และเงาจากหนังตะลุงสู่การสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัย Color, Sound and shadow from the Nan Talung towards the creation of contemporary, มีนาคม 2563. แหล่งทุน คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุกรี เกษรเกศรา. (2560). สร้างสรรค์ผลงานศิลปะสื่อผสมจากวัสดุธรรมชาติและวัสดุเหลือใช้ ชุดนามรูป / Mixed Media Art from Natural Materials and Waste Materials (Figurative Series). ผลงานวิจัยสร้างสรรค์ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

การนำเสนอผลงานในที่ประชุมวิชาการระดับชาติ

สุกรี เกษรเกศรา, วรลัญจก์ บุณยสุรัตน์ และ สถาพร เก่งพานิช. 2559. การจัดการพื้นที่ภูเขาศักดิ์สิทธิ์วัดม่อนพระยาแช่ ให้เป็นสถานที่แสวงบุญและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. การประชุมวิชาการระดับชาติ “สถาปัตย์กระบวนทัศน์” วันที่ 19-20 ธันวาคม พ.ศ.2559 ณ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ตลิ่งชัน. หน้า 125 – 158.

ผลงานสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ

สุกรี เกษรเกศรา. (2562). ส่องแสงแลสีตะลุง. HAIKU - Sculpture in Japan OKINAWA International Exhibition. Okinawa Prefectural University of Arts.

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). แทรก. นิทรรศการศิลปะนานาชาติแลกเปลี่ยนระหว่าง 4 ประเทศ จัดโดยภาควิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. หอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). พีระมิด. นิทรรศการแสดงผลงานศิลปะความสัมพันธ์ไทย-ยุโรป.อิตาลี

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). Untitled. นิทรรศการ SETOUCH TRIENNALE 2016. our Satellte Megihouse ญี่ปุ่น

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). Natural. นิทรรศการแสดงผลงานศิลปะ ณ โตเกียวโซเค. มหาวิทยาลัยโตเกียงโซเค ประเทศญี่ปุ่น

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). รูปทรงแห่งการเคลื่อนไหว. ปฏิบัติการสร้างสรรค์ศิลปะนานาชาติ แกะสลักน้ำแข็ง. เมืองฮาร์ บิน ประเทศจีน

สุกรี เกษรเกศรา. (2558). Shadow of the past. นิทรรศการ International Exhibition for Art Universities in Asia 2015 HAIKU- Sculpture in Chiangmai. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผลงานสร้างสรรค์ระดับชาติ

สุกรี เกษรเกศรา. (2562). แสง สี เสียงแห่งการเล่นเงาท้องถิ่นสมัยใหม่ (หมายเลข 1). Elementary Conplexity: individual art practices in visual art exhibition นิทรรศการศิลปร่วมสมัย คณาจารย์ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2562). แสงสีแห่งการเล่นเงาท้องถิ่น. นิทรรศการแสดงผลงานทางวิชาการ และผลงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์ เนื่องในโอกาสครบรอบ 36 ปี คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป กรุงเทพฯ

สุกรี เกษรเกศรา. (2561). ส่องแสงแลเงา (Shining light – Seeing Shadows). นิทรรศการศิลปะแลกเปลี่ยนระหว่างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กับมหาวิทยาลัยโตเกียวโซเค CMU x TZU. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). Untitled. นิทรรศการเทิดพระเกียรติ 88 พรรษา 3/33 ณ หอศิลป์ร่วมสมัย ราชดำเนิน กทม.

ผลงานสร้างสรรค์ระดับสถาบัน

สุกรี เกษรเกศรา. (2561). มาฉะ (Striking Shadow). นิทรรศการ 30 Spro ครบรอบ 30 ปี สาขาวิชาประติมากรรม. หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2561). Nostalgia. การแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัยของคณาจารย์ ภาควิชาทัศนศิลป์. หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2561). Untitled. นิทรรศการศิษย์เก่าคณะวิจิตรศิลป์ มช. ผองเราเลือดแดงชาติ ณ หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2560). สรรพสำเนียงยามค่ำคืน การแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัยของคณาจารย์ภาควิชาทัศนศิลป์. หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2560

สุกรี เกษรเกศรา. (2560). บทเพลงแห่งโอชะรส. นิทรรศการประกอบไม้ประกอบใจ. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). กลับกลาย. นิทรรศการผลงานศิลปกรรมคณาจารย์ภาควิชาทัศนศิลป์ ประจำปี 2559 ณ หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2559). พ่อหลวง. นิทรรศการ รัชกาลที่ ๙ ธ สถิตในดวงใจไทยนิรันดร์. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2558). Untitled. นิทรรศการประติมากรรมขนาดเล็ก โดยคณาจารย์และนักศึกษา ประจำปี 2558. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2558). สี่เหลี่ยม. นิทรรศการผลงานศิลปะของคณาจารย์ภาควิชาทัศนศิลป์. หอศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกรี เกษรเกศรา. (2558). Untitled. นิทรรศการผลงานศิลปะของกมลและผองเพื่อน. หอศิลป์ราชดำเนิน กรุงเทพมหานครฯ

รางวัลและเกียรติประวัติ

2532 ทุนการศึกษาของธนาคารแหลมทอง จำกัด

2533 1) ประธานฝ่ายกีฬา สโมสรนักศึกษาคณะวิจิตรศิลป์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2) ทุนการศึกษาของสมาคมศิลปวัฒนธรรมปักษ์ใต้ กรุงเทพฯ

2534 ทุนการศึกษาของบริษัท บุญรอด บริเวอรี่ จำกัด

2536 รางวัลชมเชย การประกวดประติมากรรมเพื่อเยาวชนเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ครั้งที่ 2

2544 1) รางวัลพิเศษ การประกวดศิลปกรรมนำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต ของบริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด ครั้งที่ 13

2) รางวัลดีเด่น การประกวดศิลปกรรมของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) ครั้งที่ 16

2545 รางวัลพิเศษ การประกวดศิลปกรรมนำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต ของบริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด ครั้งที่ 14

2547 1) รางวัลที่ 2 ประกวดประติมากรรมติดตั้ง ณ ธนาคารกรุงไทย

2) รางวัลชนะเลิศ การประกวดประติมากรรมติดตั้ง ณ อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2548 รางวัลดีเด่น การประกวดศิลปกรรมนำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต ของบริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด ครั้งที่ 17

2549 Merit Award การประกวดศิลปะนานาชาติ “The 1st Chana – ASEAN Youth Artwork Creativity Contest” (CAYACC 2006) ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน

2550 1) รางวัลรองชนะเลิศ การประกวดแบบร่างผลงานประติมากรรม เนื่องในโอกาสครบรอบ 30 ปี นิตยสารดิฉัน

2) รางวัลประกาศนียบัตร การประกวดแบบร่างผลงานประติมากรรม เนื่องในโอกาสครบรอบ 30 ปี นิตยสารดิฉัน