

เอกสารประกอบคำรับรองการปฏิบัติงาน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

(องค์การมหาชน)

ก.พ.ร.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา



ค.ศ.บ.
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
100 ถนนวิภาวดีรังสิต
จตุจักร กรุงเทพฯ 10710

แผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)**วัตถุประสงค์การจัดตั้ง (ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การมหาชน)**

- ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่บ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ต่างทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อำนาจหน้าที่

- ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมที่บ้าน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่บ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่บ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับ ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- พัฒนาศักยภาพการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาด
- ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

วิสัยทัศน์

- เป็นหน่วยงานหลักในการสืบสานความเป็นไทยสู่สากล ผ่านงานศิลปหัตถกรรมเพื่ออนุรักษ์คุณค่าแห่งศิลปาชีพ และต่อยอดมูลค่าเชิงพาณิชย์

พันธกิจ / ประเด็นยุทธศาสตร์

1. ศูนย์นวัตกรรม (Craft Center)

1.1 การพัฒนาคลังความรู้ด้านงานหัตถกรรม (Craft and Cultural)

- ศึกษา วิจัย วิเคราะห์สินค้า/การตลาด
- บริหารจัดการองค์ความรู้
- พัฒนาแหล่งเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรมผ่านบริการหอনিทรรศการ (Arts & Crafts Gallery)
- ศึกษาภูมิปัญญางานหัตถกรรมไทยและอาเซียน
- พัฒนาศูนย์ปฏิบัติการและการจัดการองค์กร

1.2 การบ่มเพาะช่างฝีมือและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม (Incubation and Business Development)

- ยกระดับทักษะช่างฝีมือ
- พัฒนาศูนย์กิจเพื่อเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการ และพัฒนาธุรกิจหมู่บ้านศิลปหัตถกรรม
- พัฒนากิจการรวมสมาชิกสัมพันธ์ฯ
- ยกระดับวิทยะฐานะช่างศิลปหัตถกรรมไทย (Craft Academy)
- จัดประชุมนวัตกรรมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (The International Innovative Crafts Symposium)

2. การส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมบนฐานของค้ำความรู้ทางวัฒนธรรม

- พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์
- ประกวดผลงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Crafts Award)
- สนับสนุนการยื่นจดแจ้งลิขสิทธิ์ / สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา
- พัฒนางานหัตถกรรมที่เน้นด้วยเกษตรอินทรีย์ (Green Craft)

3. การส่งเสริมด้านการตลาดและการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม
 - 3.1 การขยายตลาดในประเทศ (Local Market Expansion)
 - กิจกรรมส่งเสริมการตลาด
 - กิจกรรมส่งเสริมการค้า
 - จัดแสดงผลภัณฑ์สร้างสรรค์ (Innovative Crafts Showcase)
 - กิจกรรมส่งเสริมการรับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่างานศิลปหัตถกรรม
 - 3.2 การขยายตลาดต่างประเทศ (Global Market Expansion)
 - งานเทศกาลนวัตกรรมศิลปนานาชาติ
 - กิจกรรมส่งเสริมการค้า และสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ
 - Integrated Project
 - 3.3 การพัฒนาตราสินค้าและภาพลักษณ์องค์กร (Branding)
 - กิจกรรมเผยแพร่ภาพลักษณ์ ศ.ศ.ป./สินค้า (Corporate Image / Identity) และ Corporate Social Responsibility (CSR)

การประเมินสำหรับศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย มิติ 4 ด้าน นำหนักรวมร้อยละ 100 ดังนี้

1. มิติที่ 1 มิติด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติงาน ร้อยละ 60
2. มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 10
3. มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ร้อยละ 15
4. มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร ร้อยละ 15

การประเมินสำหรับศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) คำนวณจากผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติ 4 ด้าน ดังนี้

ผลคะแนน	น้ำหนัก (%)	เป้าหมาย/เกณฑ์การให้คะแนน			
		1	2	3	4
1. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติงาน	60	1	2	3	4
2. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านคุณภาพการให้บริการ	10	1	2	3	4
3. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน	15	1	2	3	4
4. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร	15	1	2	3	4
รวม	100	1	2	3	4

ร่างตัวชี้วัดและเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

นโยบายรัฐบาล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
				2553	2554	2555	1	2	3	4		5
มิติที่ 1 มิติด้านประสิทธิภาพของการทำงาน (ร้อยละ 60)												
ตัวชี้วัดนโยบายรัฐบาล (ร้อยละ 20)												
แผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2555 - 2558 นโยบายที่ 1.13 สนับสนุนการพัฒนาทางศิลปวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชน	1.1 ยอดจำหน่ายสินค้าศิลปาชีพระหว่างประเทศ ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน	10	55.72 ล้านบาท	33.84	45.92	55.72	51.72	53.72	55.72	57.72	59.72	- ตัวชี้วัดตามนโยบายรัฐบาล - ตัวชี้วัดผลผลิต - ได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีที่กำกับดูแลเมื่อวันที่ 19 ก.ย.55 ตามบันทึกสั่งการจากรัฐมนตรีที่กำกับดูแล เลขที่ ศคป.0101/640/2555 ลงวันที่ 4 กันยายน 2555 - พิจารณาจากยอดจำหน่ายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพระหว่างประเทศผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าต่างๆ ของ ศ.ศ.ป. เช่น Road Show, Outgoing Mission, Business Matching หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนสินค้าจำหน่าย ณ จุดแสดงสินค้าของ ศ.ศ.ป.
แผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2555 - 2558 นโยบายที่ 3.3.4 สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพภาคการตลาด การค้า และการ	1.2 จำนวนช่างฝีมือ/สมาชิกผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านได้รับการพัฒนาศักยภาพเพิ่มขึ้น	10	536 ราย	-	-	536	516	526	536	546	556	- ตัวชี้วัดตามนโยบายรัฐบาล - ตัวชี้วัดผลผลิต - ได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีที่กำกับดูแลเมื่อวันที่

คำรับรองการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

เอกสารประกอบ 2

นโยบายรัฐบาล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
				2553	2554	1	2	3	4	5		
ลงทุน												19 ก.ย. 55 ตามบันทึกสั่งการจากรัฐมนตรีที่กำกับดูแล เลขที่ ศศป.0101/640/2555 ลงวันที่ 4 กันยายน 2555 พิจารณาจากช่างฝีมือ/สมาชิกผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่บ้านที่ได้รับเพิ่มสมรรถนะด้านการบริหารจัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงิน และการตลาด โดยมีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (ช่างฝีมือ) การสัมมนาในหลักสูตรต่างๆ ตลอดจนการเข้าร่วมกิจกรรม Roadshow Business Matching งานแสดงสินค้า ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดแสดงสินค้า การเจรจาการค้า และกระบวนการด้านพิธีการต่างๆทางการค้า เป็นต้น

สรุป

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)					หมายเหตุ			
					2553	2554	2555	1	2		3	4	5
ตัวชี้วัดตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง (ร้อยละ 40)													
1. ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม พื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริม สนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่าย ศิลปกรรมพื้นบ้าน 3. ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ	1.3 จำนวนผู้ประกอบการที่สามารถขยายหรือเพิ่ม ธุรกิจกับคู่ค้าในตลาดใหม่/คู่ค้าใหม่ในตลาดเดิม	10	28 ราย	-	24	28	24	26	28	30	32	- ตัวชี้วัดผลลัพธ์ - มุ่งสนับสนุนและผลักดันให้ผู้ประกอบการสมาชิก ศ.ศ.ป. สามารถขยายหรือเพิ่มธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม พื้นบ้านกับคู่ค้าทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ ผ่านกิจกรรม Road Show, Outgoing Mission, Business Matching หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ - พิจารณาจากการเพิ่มหรือขยายจำนวนคู่ค้าในตลาดใหม่ของผู้ประกอบการหรือการเพิ่มจำนวนคู่ค้ารายใหม่ในตลาดการค้าเดิม ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

Handwritten mark

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
					2553	2554	2555	1	2	3	4		5
วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปกรรม พื้นบ้าน ทั้งในด้าน คุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริม ภาพลักษณ์ การพัฒนาในรูปแบบ และการบรรจุ ผลิตภัณฑ์ 4. ส่งเสริมให้เกิดการ เชื่อมโยงและ สนับสนุนระหว่าง อุตสาหกรรม อุตสาหกรรม ผลิต การจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ศิลป หัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสาน หรือประยุกต์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย กับภูมิปัญญาท้องถิ่น	1.4 จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการเพิ่มมูลค่า เพื่อการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์	10	59	60	56	60	55	57	59	61	63	- ตัวชี้วัดผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากผลิตภัณฑ์ ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา กระบวนการผลิต หรือรูปแบบ หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการ จำหน่าย โดยผลงานดังกล่าว ต้องผ่านการทดสอบตลาด หรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้ง ภายในและนอกประเทศ และ มีคำสั่งซื้อหรือคำวิจารณ์ต่อ ผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปพัฒนา และนำเข้าสู่ตลาดต่อไป - ผลิตภัณฑ์เป้าหมายได้แก่ - ผลิตภัณฑ์จากผ้า เครื่องปั้น ดินเผา เครื่องโลหะ(เงิน ทอง ทองเหลือง) จักสาน และ ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม พื้นบ้านอื่น ๆ
					16	24	20	16	18	20	22	24	
		1.5 จำนวนผลงานครูช่างที่ได้รับการยกระดับเป็น ผลงานเพื่อการสะสม (Collectable Items) และ อนุรักษ์	5	20 ผลงาน	16	24	20	16	18	20	22	24	

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
					2553	2554	2555	1	2	3	4		5
													ผลิตภัณฑ์ผสมผสานระหว่างภูมิปัญญากับนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อให้เป็นผลงานที่ควรรักษา การอนุรักษ์สืบทอดตลอดจน สามารถเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อ การเรียนรู้ และสืบสานต่อไป
	5. พัฒนาศูนย์บริการ การ บริหาร จัดการ การ ผลิต การบริหารงาน บุคคล การเงิน และ การตลาด	1.6 จำนวนครูช่างที่ได้รับการเพิ่มสมรรถนะ (ราย)	5	28 ราย	-	28	24	26	28	30	32		- ตัวชี้วัดผลผลิต - มุ่งสนับสนุนให้ครูช่าง ศิลปหัตถกรรมรายใหม่ที่ไม่เคย เข้ารับการเพิ่มสมรรถนะกับทาง ศ.ศ.ป. มาก่อน ได้มีโอกาสเข้า ร่วมกิจกรรม/หลักสูตรต่างๆ เพื่อเพิ่มและพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และศักยภาพในการ สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรม พื้นบ้าน ทั้งเพื่อเป็นอาชีพเสริม และเพื่ออนุรักษ์รักษาสืบทอดงาน ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นภูมิ ปัญญาของท้องถิ่น รวมไปถึงการทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ ด้านงานช่างสืบต่อไป
	6. ดำเนินการสนับสนุน ด้านลิขสิทธิ์ และ สิทธิบัตร ในทรัพย์สิน ทางปัญญา	1.7 จำนวนผลงานศิลปหัตถกรรม ที่ได้รับจดแจ้ง ลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาในนาม ศ.ศ.ป.	5	46 ชิ้นงาน	20	42	42	44	46	48	50		- ตัวชี้วัดผลผลิต - พิจารณาจากจำนวนชิ้นงาน ที่ ศ.ศ.ป. เสนอเรื่องขอจด ลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา และกรมทรัพย์สินทางปัญญา รับจดแจ้งเรื่องที่เสนอดังกล่าว

พ.พ.ร.

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (ร้อยละ) ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ		
				2553	2554	2555	1	2	3	4		5	
		1.8 จำนวนผลงานศิลปหัตถกรรมที่ได้รับจัดแจ้ง ลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาในนามสมาชิก ศ.ศ.ป.	5	25 ชิ้นงาน	-	21	25	21	23	25	27	29	- ศ.ศ.ป.เสนอยื่นเรื่องขอจัดแจ้ง ในนาม ศ.ศ.ป. - ตัวชี้วัดผลลัพธ์ - พิจารณาจากจำนวนชิ้นงาน ที่ ศ.ศ.ป.เสนอเรื่องขอจัด ลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา และกรมทรัพย์สินทางปัญญา รับจัดแจ้งเรื่องที่เสนอดังกล่าว - ศ.ศ.ป.เสนอยื่นเรื่องขอจัดแจ้ง ในนามสมาชิก ศ.ศ.ป.

มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ (ร้อยละ 10)

2.1 ระดับความสำเร็จของการใช้ผลการสำรวจความ พึงพอใจเพื่อพัฒนาการให้บริการ	5	ระดับ 5	-	-	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัดรวม - การสำรวจความพึงพอใจใน การให้บริการเป็นวิธีการ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการ ตอบสนองความคาดหวังและ ความต้องการโดยตรง เป็น ประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ขององค์การมหาชนในการ เรียนรู้และเข้าใจผู้รับบริการ เพื่อปรับปรุงให้บริการให้มี คุณภาพตรงตามความต้องการ ของผู้รับบริการ แสดงให้เห็น ว่าการปฏิบัติงานขององค์กร มหาชนมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ ทรัพยากรที่ได้รับ
<p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>ระดับ 1 วิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการในปี 2555</p> <p>ระดับ 2 กำหนดแนวทางการปรับปรุงงานตามผลการสำรวจ</p> <p>ระดับ 3 คณะกรรมการ ศ.ศ.ป. เห็นชอบแนวทางการปรับปรุงงานตามผลการสำรวจ</p> <p>ระดับ 4 ดำเนินการปรับปรุงงานตามผลการสำรวจ</p> <p>ระดับ 5 รายงานผลการปรับปรุงงานตามผลการสำรวจต่อคณะกรรมการ ศ.ศ.ป.</p>										

น.พ.อ.

คำรับรองการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

เอกสารประกอบ 2

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน	หมายเหตุ					
					2553	2554	2555							
								1	2	3	4	5		ได้แก่ ได้แก่ (1) งานเทศกาล นวัตกรรม นานาชาติ (International Innovative Crafts Fair) (2) การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ (3) งานฝ่ายทอใจ เป็นกิจกรรมดำเนินการตาม วิธีการวัดผลดังนี้
		2.2 ร้อยละของระดับความพึงพอใจในการให้บริการ	5	ร้อยละ 80	84.90	79.65	92.84	70	75	80	85	90		- ดำเนินการประเมินเพื่อ สะท้อนความสำเร็จในการ ตอบสนองต่อความคาดหวัง และความต้องการของผู้มีส่วน ได้เสียหลัก ได้แก่ รัฐบาล ผู้มี ส่วนได้เสียทางตรง ได้แก่ ผู้ใช้บริการหลัก ผู้ได้รับ ผลกระทบทางตรงจากกา ปฏิบัติการขององค์กรมหาชน - งานบริการ กลุ่มเป้าหมาย วิธีการสำรวจ/แบบสอบถาม ที่จะสามารถตรวจสอบ จะต้องได้รับความเห็นชอบ จากคณะกรรมการบริหาร - การประเมินผล ดำเนินการ โดยหน่วยงานผู้ประเมิน อิสระจากภายนอก - งานบริการที่ดำเนินการ สำรวจ ได้แก่ 1) งานพัฒนา ฝีมือช่าง/ครูช่าง และ 2)

June 2015

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2553	2554	2555	1	2	3	4	5	
มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการทำงาน (ร้อยละ 15)													งานเสริมสร้างศักยภาพ ผู้ประกอบการผ่านกิจกรรม ของ ศ.ศ.ป.
			5	ร้อยละ 90	90.52	95.69	98.80	80	85	90	95	100	

ก.พ.ร.

คำรับรองการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

เอกสารประกอบ 2

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
				2553	2554	2555	1	2	3	4		5
วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2556	2553	2554	2555	1	2	3	4	5	มหาชนไปใช้ปฏิบัติงานตาม ภารกิจหลักให้บรรลุ วัตถุประสงค์การจัดตั้ง องค์การ และลดการพึ่งพา งบประมาณในอนาคต - ตัวชี้วัดผลผลิต - ปี 2555 ได้จัดทำต้นทุนต่อ หน่วยผลผลิต 2 โครงการ ได้แก่ 1) การเข้าร่วมงานแสดง สินค้านานาชาติในประเทศ 2) การเข้าร่วมงานแสดง สินค้าในต่างประเทศ ปี 2556 โครงการ ที่ดำเนินการจัดทำต้นทุนต่อ หน่วยผลผลิต จำนวน 2 โครงการ ได้แก่ 1) การพัฒนาฝีมือช่าง/ครู ช่าง 2) การเสริมสร้างศักยภาพ ผู้ประกอบการผ่าน กิจกรรมพัฒนา/ส่งเสริม งานศิลปหัตถกรรม
				4.70	4.13	5	1	2	3	4	5	
3.2. ระดับความสำเร็จของการจัดทำต้นทุนต่อหน่วย ผลผลิตระดับโครงการ			10 ระดับ 5									เกณฑ์การให้คะแนน ระดับ 1 มีการดำเนินการตามแผนการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตของ 2 โครงการ ที่ได้ จัดทำในปี 2555 ระดับ 2 มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการตามแผนการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตของ 2 โครงการ ที่ได้จัดทำในปี 2555 เสนอต่อคณะกรรมการ ศ.ศ.ป. ระดับ 3 ดำเนินการจัดทำต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตระดับโครงการ ในปี 2556 (อย่างน้อย 2 โครงการ) โดยมีการแยกกิจกรรม/ขั้นตอนย่อยในกระบวนการจัดทำโครงการเพื่อ สามารถจัดทำอัตราส่วนต้นทุนของแต่ละขั้นตอนและนำมาเปรียบเทียบกันได้ และทำ การเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยของแต่ละขั้นตอนโดยใช้ข้อมูลในอดีตในแบบมีวิเคราะห์ ที่แตกต่างกันไม่ต่ำกว่า 2 ปี ตลอดจนนำข้อมูลที่ได้รับจากการเปรียบเทียบมาวิเคราะห์ สาเหตุความแตกต่างของอัตราส่วนต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตแต่ละปี แต่ละโครงการ เพื่อ หาสาเหตุที่เหมาะสม วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพแต่ละขั้นตอน ค่าต้นทุนต่อหน่วยที่ ได้จากกรเพิ่มประสิทธิภาพแล้ว ระดับ 4 นำอัตราส่วนต้นทุนต่อหน่วยที่มีมาตรฐานและปรับปรุงประสิทธิภาพแล้วมา กำหนดและใช้ในการจัดทำแผนงาน/โครงการในปีต่อไป ระดับ 5 จัดทำแผนการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต โดยระบุการดำเนินงานและเป้าหมาย ของอัตราส่วนต้นทุนต่อหน่วยที่ปรับปรุงขึ้นจากการดำเนินงานตามแผนงานในปีต่อไป

สรุป

วัตถุประสงค์ การจัดตั้ง	อำนาจหน้าที่	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2556	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)		เกณฑ์การชี้คะแนน					หมายเหตุ	
					2553	2554	2555	1	2	3	4		5
มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร (ร้อยละ 15)													
		4.1 ระดับการพัฒนาองค์กรกำกับดูแลกิจการ	10	ระดับ 5	3.9694	3.9200	4.5000	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัดรวม เพื่อประเมินบทบาทและการปฏิบัติหน้าที่ และการพัฒนาตนเองของคณะกรรมการ
		4.2 ระดับความสำเร็จในการปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่	5	ระดับ 5	-	-	-	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัด Hybrid - เป็นตัวชี้วัดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กร เพื่อประเมินการบริหารจัดการองค์กรที่สำคัญ
เกณฑ์การให้คะแนน ระดับ 1 กำหนดเครื่องมือและวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหาร และจัดประชุมชี้แจงต่อเจ้าหน้าที่ ระดับ 2 กำหนดเป้าหมายหน่วยงาน (Functional Goal) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร ระดับ 3 กำหนดเป้าหมายระดับบุคคล ประกอบด้วย ความสามารถ (Competency) และผลการปฏิบัติงาน (Performance) โดยให้ครอบคลุมประเภทงาน ได้แก่ (1) งานตามกลยุทธ์ (Strategy-based Jobs) (2) งานประจำ (Routine Jobs) และ (3) งานที่ได้รับมอบหมาย (Special Assignment Jobs) ระดับ 4 ดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย Competency และ Key Performance Indicators แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด ระดับ 5 มีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงาน บุคคล เช่น การพัฒนาบุคลากร การเลื่อนตำแหน่ง และการขึ้นเงินเดือน เป็นต้น													
							น้ำหนักรวม		100				

เอกสารแนบคำรับรองการปฏิบัติงานขององค์การมหาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2546

ผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) สามารถบรรลุวัตถุประสงค์การจัดตั้ง โดยมีผลสัมฤทธิ์ที่แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าเทียบกับงบประมาณที่ได้รับ สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

งบประมาณที่ได้รับตั้งแต่ปี^{๒๕๔๗}ที่ได้รับการจัดตั้ง

อัตราทั้งสิ้น 59 คน (ปัจจุบัน)

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547	15.000 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2548	150.110 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549	250.360 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550	204.788 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2551	185.005 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2552	202.352 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553	199.839 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554	215.086 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2555	270.169 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	335.679 ล้านบาท

ผู้บริหาร	3
เจ้าหน้าที่	56
ลูกจ้าง	-

<p>วัตถุประสงค์การจัดตั้ง</p> <p>ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่พื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>อำนาจหน้าที่</p> <p>1) ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมที่พื้นบ้าน</p> <p>2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่พื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์</p> <p>3) ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>4) ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและ</p>	<p>วัตถุประสงค์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง - พ.ศ.2555</p> <p>ตั้งแต่ปี 2547 - 2555</p> <p>1. การพัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม</p> <p>1.1 การส่งเสริมการตลาดในประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น งานฝ่ายพอใจ งานอัตลักษณ์แห่งสยาม งานศิลปาชีพสัญจร เพื่อเปิดโอกาสให้ศูนย์ศิลปาชีพ สมาชิก ศิลปหัตถกรรมของ ศ.ศ.ป เข้าร่วมแสดงและจำหน่ายสินค้า เพื่อเป็นช่องทางในการเจรจาการค้า/จับคู่ธุรกิจ และการจำหน่ายสินค้า ▪ ขยายช่องทางจำหน่ายผ่านเครือข่ายในประเทศ เช่น ศูนย์การค้ารายภาค ร้านเป็นสุข ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อิมรินทร์พลาซ่า เป็นต้น เพื่อเป็นช่องทางการค้าของสมาชิก ศ.ศ.ป.ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ▪ การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ ผ่านกิจกรรมการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจ เช่น การตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างความรู้เรื่อง Social Media ในการทำการตลาด และแนวทางการใช้เครื่องมือการค้าออนไลน์ใหม่ๆ เป็นต้น และสร้างความเข้มแข็งทางการค้าให้แก่สมาชิก ศ.ศ.ป. ▪ พัฒนาศูนย์จำหน่ายบ้านหัตถกรรม (Capital of Arts & Crafts) โดยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจหมู่บ้านมีตอร์ญูญิก อ.นครหลวง จ. พระนครศรีอยุธยา ทั้งด้านการผลิต การค้า และสร้างเครือข่ายกับหมู่บ้านมีตอร์ญูญู (เมืองเซกิ) เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์และเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ได้สร้างเครือข่ายธุรกิจกับหน่วยงานต่างๆ อาทิ Kyoto Connection และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อสร้างความร่วมมือในอุตสาหกรรมมีตอร์ญูญูในอนาคต การเรียนรู้แนวคิดสร้างสรรค์ของบริษัท Kyoho & Fujita Sen-en รวมถึงการเรียนรู้วิธีการพัฒนาเสน่ห์วัฒนธรรมมีตอร์ญูญูในพิพิธภัณฑ์ ▪ การเผยแพร่ภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์งานศิลปหัตถกรรม เช่น นิทรรศการ "SACICT Living Thai" จัดทำสารคดีชุดและวีดิทัศน์เพื่อ การประชาสัมพันธ์ ศ.ศ.ป. และงานศิลปหัตถกรรมที่พื้นบ้านผ่านสื่อมวลชนสาขาต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ เข้าใจและตระหนักถึงคุณค่า งานศิลปหัตถกรรมที่พื้นบ้านของไทย <p>1.2 การส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ นำผลิตภัณฑ์/ผลงานที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาขึ้นใหม่โดย ศ.ศ.ป. ไป Road show หรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่สำคัญ เช่น กิจกรรม Road show ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม ณ ประเทศอังกฤษ จัดแสดงผลงานเชิงสร้างสรรค์ Innovative Craft Showcase ณ กรุงปารีส สาธารณรัฐเชก เป็นต้น และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Maison et Objet ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยต่อสายตาชาวโลกที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีผู้สนใจผลิตภัณฑ์ และประสงค์ที่
--	--

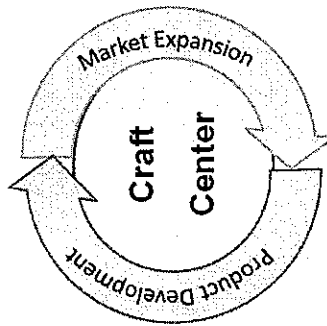
<p>วัตถุประสงค์การจัดตั้ง</p> <p>สนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น</p> <p>5) พัฒนาฝึกอบรมการบริหารจัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาด</p> <p>6) ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ</p>	<p>ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง – พ.ศ.2555</p> <p>จะเชิญ ศ.ศ.ป. เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อาทิ เชิญเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ได้แก่ งานแสดงสินค้า MACEF ในส่วน creation section ซึ่งจะจัดได้รับการคัดเลือกเท่านั้น งานแสดงสินค้าที่ใหญ่ โดยได้รับการเชิญจากผู้จัดงานของ Inspire Exhibition และงานแสดงสินค้า 100% design ที่จีน เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสนำผลิตภัณฑ์เข้าร่วมทดสอบตลาดและการเจรจาการค้า ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งาน Thailand Trade and Exhibition ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้า เป็นต้น ▪ สร้างเครือข่ายการค้าและความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ความร่วมมือกันในการส่งเสริมการค้า เช่น ประสานความร่วมมือกับสถานทูตออสเตรเลีย (Dr. Johannes Peterlik เอกอัครราชทูตออสเตรเลีย ประจำประเทศไทย) ในการส่งเสริมและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และโอกาสฉลองครบรอบ 100 ปี ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับออสเตรเลีย เพื่อขยายตลาดการค้างานศิลปาชีพและศิลปะหัตถกรรมในประเทศไทยออสเตรเลียและกลุ่มประเทศยุโรป <p>1.3 การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ จัดงานเทศกาลนวัตกรรมชาติ (International Innovative Craft Fair 2012: IICF) ภายใต้แนวคิด “Dignity of Nations” เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนางานนวัตกรรม (Crafts Innovation) ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยได้รวบรวมองค์ความรู้ ผลงานโดดเด่น และแนวทางการพัฒนางานนวัตกรรมจากประเทศต่างๆ เช่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย เป็นต้น และการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านกิจกรรมสัมมนา โดยวิทยากรจากประเทศเกาหลี ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และจากประเทศไทย เพื่อผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์การออกแบบ การจำหน่าย และเปิดโอกาสให้ช่างฝีมือของไทยได้เรียนรู้แนวคิดการพัฒนางานหัตถกรรมจากต่างประเทศ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางด้านนวัตกรรมสร้างสรรค์ระหว่างประเทศ และยังได้เชื่อมโยงการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมเข้ากับงานแฟร์นิเจอร์ โดยมีสมาชิก ศ.ศ.ป. 152 ราย และผู้แทนจากต่างประเทศ 20 ประเทศ ร่วมจัดแสดงผลงานและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ▪ เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติจัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair (BIF&BILH), งาน BKK Gems and Jewelry Fair และงาน BIFF&BIL โดย ศ.ศ.ป. นำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ และคัดเลือกลักษณะศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีดีไซน์ร่วมสมัย สวยงามแปลกตาและมีความโดดเด่นแตกต่างเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์เข้าร่วมงาน เพื่อสร้างโอกาสให้สมาชิก ศ.ศ.ป.ร่วมทดสอบตลาด เจริญการค้า และสร้างเครือข่ายการค้าต่อไป
--	--

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง - พ.ศ.2555
วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	<p>2. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม และการพัฒนาช่างฝีมือ</p> <p>2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นฐาน ผ่านการส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สมาชิกและผู้สนใจนำไปพัฒนาต่อยอดผลงานเพื่อการจำหน่ายต่อไป โดยครอบคลุมผลิตภัณฑ์เป้าหมายของ ศ.ศ.ป.ได้แก่ ผ้าทอมือ (ผ้าไหม ผ้าฝ้าย) เครื่องประดับ เครื่องปั้นดินเผา จักสาน และศิลปประดิษฐ์ และสนับสนุนให้มีการจัดแจ้งลิขสิทธิ์งานศิลปหัตถกรรม พื้นบ้านจำนวน</p> <p>2.2 ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม ศ.ศ.ป.สามารถยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ ช่างศิลปหัตถกรรมพื้นฐานของไทย โดยมุ่งเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายของ ศ.ศ.ป.ได้แก่ ผ้าทอ จักสาน เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับและศิลปประดิษฐ์ ซึ่งทั้งหมดจะถูกพิจารณาคัดเลือก เพื่อส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาทักษะต่อยอดงานฝีมือช่างเชิงสร้างสรรค์ต่อไป ซึ่งจะดำเนินการทั้งในเชิงอนุรักษ์ และช่างเชิงพาณิชย์</p> <p>2.3 ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดแจ้งลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา โดยผลักดันให้สมาชิก ศ.ศ.ป. นำผลงานเข้าจดแจ้งลิขสิทธิ์/ ลิขสิทธิ์ ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงผลงานการพัฒนาของ ศ.ศ.ป. ด้วย\</p> <p>2.4 จัดกิจกรรมประกาศเชิดชูเกียรติครูช่างหัตถศิลป์ไทย เช่น ในปี 2555 ได้ประกาศเชิดชูเกียรติ “ช่างหัตถศิลป์ไทย” จำนวน 9 สาขา 9 ราย เช่น เครื่องไม้: คุณเพชร วิริยะ (เชียงใหม่) เครื่องจักสาน: คุณมณฑา กังวาลก้อง (นครศรีธรรมราช) เครื่องดิน (เครื่องปั้นดินเผา): คุณสมทรัพย์ ศรีสุวรรณ (เชียงใหม่) เครื่องทอ (เครื่องผ้า): คุณสงคราม งามยิ่ง (ขอนแก่น) พร้อมทั้งจัดทำทะเบียนช่างหัตถศิลป์ไทย 4 ภาค รวมทั้งสิ้น 770 ราย โดยจัดทำเป็นหนังสือทะเบียนช่างเพื่อเผยแพร่ และใช้ประโยชน์ด้านต่างๆ ต่อไป</p> <p>3. การบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม</p> <p>3.1 การจัดการองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม เช่น ในปี 2555 ศ.ศ.ป. จัดทำองค์ความรู้ประวัติครูช่าง “ครูช่างตามรอยเส้นทางแห่งศิลปาชีพ” จำนวน 12 ท่าน เพื่อร่วมเชิดชูเกียรติและสืบทอดเกียรติประวัติและผลงานอันทรงคุณค่าแห่งครูช่างศิลปาชีพ นอกจากนี้ ยังได้จัดทำองค์ความรู้ด้านการตลาดงานศิลปหัตถกรรมสำหรับตลาดสหรัฐอเมริกาเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการขยายตลาดสู่กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ตลอดจนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เรื่องการย้อมสีครามธรรมชาติระหว่งไทย - ญี่ปุ่น (เทคนิคการย้อมครามแบบชิโบริ) ทั้งนี้ องค์ความรู้ต่างๆ ผู้สนใจสามารถค้นคว้าได้ที่ www.sacict.net นอกจากนี้ ยังให้บริการห้องสมุดงานศิลปหัตถกรรม และสมุดวัตถุศิลปหัตถกรรม (Material Library) ซึ่งเปิดให้บริการเยี่ยมชมได้ทุกวัน</p> <p>3.2 จัดแสดงนิทรรศการงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม ได้แก่ จัดแสดงนิทรรศการศิลปหัตถกรรม เช่น หอศิลปาชีพ หอเครื่องทองไทย</p>

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	<p>ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง – พ.ศ.2555</p> <p>หอศิลปिल्ผ้าไทย เป็นต้น และจัดนิทรรศการเผยแพร่พระราชกรณียกิจสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถที่มีต่องานศิลปาชีพ และศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย 2555 จัดโดย ททท. งาน 76th International Handicraft Fair ณ เมืองฟลอเรนซ์ ประเทศอิตาลี และงาน Taste of Thailand ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้จัดนิทรรศการหัวโขน และห้องตัวอย่างแสดงผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ Living Thai เพื่อนำเสนอการใช้ชีวิตแบบไทยร่วมสมัย (Contemporary Thai) ภายใต้งาน Green Concept ซึ่งเปิดให้บริการเยี่ยมชมได้ทุกวัน ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ</p> <p>3.3 จัดสัมมนาเพื่อส่งเสริมความรู้งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ในปี 2555 ได้จัดบรรยายพิเศษเรื่อง International Innovative Craft Trend สำหรับสินค้าหัตถศิลป์ ประเภทผ้า เครื่องปั้นดินเผา จักสาน และของใช้ในบ้าน โดยวิทยากรจากประเทศฝรั่งเศส ออสเตรเลีย และเกาหลีใต้ และเรื่อง “ทำอย่างไรผ้าไทยจะตรงใจลูกค้า” และ “ตลาดผ้าไหม ผ้าฝ้ายเชิงพาณิชย์” เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถ ด้านการออกแบบและการผลิตแก่ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกให้มีการพัฒนาและผลิตงานหัตถศิลป์สู่ระดับ เป็นต้น</p> <p>3.4 สร้างการเรียนรู้ รับรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม และบทบาท การกิจของ ศ.ศ.ป.ที่มีต่องานศิลปาชีพ และศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านต่อประชาชนทั้งในและต่างประเทศ ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ และนิตยสาร SACICT Living Thai นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังให้บริการด้านองค์ความรู้ด้านงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมผ่านการให้บริการห้องสมุดและ e-library รวมถึง Material Library หรือห้องสมุดวัสดุงานศิลปหัตถกรรม</p> <p>3.5 จัดประชุมมนวัตศิลปนานาชาติ (International Innovative Crafts Symposium 2012) เพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่าย แลกเปลี่ยน เรียนรู้ในงานนวัตกรรม ทั้งในด้านวิชาการ และด้านธุรกิจการค้า (Trade and Business Networks) ตลอดจนแนวคิด และบทบาทการ ส่งเสริมนวัตกรรมของหน่วยงานส่งเสริมหลักของประเทศไทย กับประเทศในกลุ่มสมาชิก ASEAN+3+1 (อาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี จีน และ อินเดีย) ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการให้ผู้ประกอบการศิลปาชีพไทย (Innovative Crafts Entrepreneurs) สามารถเกิดเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรทางการค้า และเตรียมความพร้อมรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC2015) อันเป็นการแสดงถึงศักยภาพของ ศ.ศ.ป. ในการเป็นศูนย์กลางความเป็นเลิศด้านองค์ความรู้ ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านการค้านวัตกรรมของประเทศไทย ตลอดจนเป็นการแสดงความพร้อมการเสนอเป็นเจ้าภาพจัดงานเวิลด์เอ็กซ์โป (World Expo 2020 Ayutthaya Thailand) นอกจากนี้ยังได้จัดนิทรรศการแสดงผลภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย ร่วมกับประเทศไทยกลุ่มสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ และสาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลี ญี่ปุ่นและอินเดีย (ASEAN Pavilion)</p>
------------------------	--

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) จะปฏิบัติงานให้เกิดความคุ้มค่าเพื่อประโยชน์ต่อสังคม ดังนี้

ศ.ศ.ป. ยังคงยึดมั่นเจตนารมณ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นฐานและส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันในประเทศและต่างประเทศตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง ศ.ศ.ป. และพระราชประสงค์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมุ่งสืบสานความเป็นไทยสู่สากล ผ่านงานศิลปหัตถกรรมเพื่ออนุรักษ์คุณค่าแห่งศิลปาชีพ และต่อยอดมูลค่าเชิงพาณิชย์



- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. Craft Center | <ul style="list-style-type: none"> - Collect data and research on craft cultural heritage - Incubation platform for entrepreneurs and producers - Business supportive and development for Craft Business |
| 2. Product Development | <ul style="list-style-type: none"> - Offer both standardized and customized products that meet the needs of consumers in target market |
| 3. Market Expansion | <ul style="list-style-type: none"> - Expand to potential markets around the world - Form collaborative partnership around the world |

Craft Center	Product Development	Market Expansion
Craft and Cultural Research - Market Intelligence and Craft Analysis - Craft Lab and Cultural Craft Space - Internal Capacity Building	Product Development - Product Quality Improvement - More product variety - Product Innovation Development - Product Customization for Corporate	Market Expansion Local Market Expansion - Create Consumers Awareness - Distribution Recapture Global Market Expansion - Foot in the Door - Global Partnership Network - Human Value Marketing

(นางพิมพ์พรรณ ชาญศิลป์)

ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

วันที่