



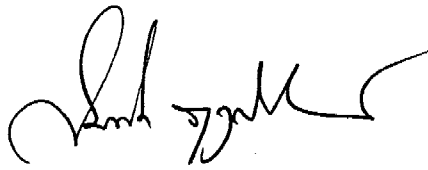
คำรับรองการปฏิบัติงาน
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
(องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549

1. คำรับรองระหว่าง

นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์	ผู้รับคำรับรอง
และ		
นายสมพล เกียรติไพบูลย์	ประธานกรรมการบริหาร ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ	ผู้ทำคำรับรอง

- คำรับรองนี้เป็นคำรับรองฝ่ายเดียว มิใช่สัญญาและใช้สำหรับระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2548 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2549
- รายละเอียดของคำรับรอง ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน น้ำหนักตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้
- ข้าพเจ้า นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ในฐานะรัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้พิจารณาและเห็นชอบกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน น้ำหนักตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่กำหนดในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้ และข้าพเจ้ายินดีจะให้คำแนะนำ กำกับ และตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของนายสมพล เกียรติไพบูลย์ ประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ให้เป็นไปตามคำรับรองที่จัดทำขึ้นนี้

5. ข้าพเจ้า นายสมพล เกียรติไพบูลย์ ประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ได้ทำความเข้าใจคำรับรองตาม 3 แล้ว ขอให้คำรับรองกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ว่าจะมุ่งมั่นปฏิบัติงานให้เกิดผลงานที่ดี ตามเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวในระดับสูงสุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน ตามที่ให้คำรับรองไว้
6. ผู้รับคำรับรองและผู้ทำคำรับรอง ได้เข้าใจคำรับรองการปฏิบัติงานและเห็นพ้องกันแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ



(นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
วันที่ ..23 พฤษภาคม 2549....



(นายสมพล เกียรติไพบูลย์)
ประธานกรรมการบริหาร
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
วันที่18 พฤษภาคม 2549....

แผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)**วิสัยทัศน์**

- เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก

พันธกิจ

- ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวดหรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุภัณฑ์
- ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงิน และการตลาด
- ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์

- การพัฒนาการตลาดสู่ระดับนานาชาติ
- การส่งเสริมผลิตภัณฑ์
- การตั้งเครือข่าย

การประเมินสำหรับ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย มิติ 4 ด้าน น้ำหนักรวมร้อยละ 100 ดังนี้

- | | | |
|---------------------|---|-----------|
| 1. <u>มิติที่ 1</u> | มิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน | ร้อยละ 55 |
| 2. <u>มิติที่ 2</u> | มิติด้านคุณภาพการให้บริการ | ร้อยละ 10 |
| 3. <u>มิติที่ 3</u> | มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน | ร้อยละ 15 |
| 4. <u>มิติที่ 4</u> | มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร | ร้อยละ 20 |

การประเมินสำหรับ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) คำนวณจากผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติ 4 ด้าน ดังนี้

ผลคะแนน	น้ำหนัก (%)	เป้าหมาย/เกณฑ์การให้คะแนน				
		1	2	3	4	5
1. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน	55	1	2	3	4	5
2. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านคุณภาพการให้บริการ	10	1	2	3	4	5
3. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน	15	1	2	3	4	5
4. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร	20	1	2	3	4	5
รวม	100	1	2	3	4	5

ตัวชี้วัดและเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงานปีงบประมาณ พ.ศ. 2549
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
มิติที่ 1 มิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน													
น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 55 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้													
1. การพัฒนาการ ตลาดสู่ระดับนานาชาติ	1.1 คนไทยเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของ ศ.ศ.ป. เพิ่มขึ้น 1.2 ต่างชาติเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของ ศ.ศ.ป. เพิ่มขึ้น	1. จำนวนผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของ ศ.ศ.ป. และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 (คน)	6	5,000	-	-	-	3,000	3,500	4,000	4,500	5,000	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาจากจำนวนผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของศ.ศ.ป. และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น ในกรณีที่ ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิก 1 คน มีส่วนร่วมในกิจกรรมฯ หลายครั้ง จะนับผลงานเท่ากับ 1 (ไม่นับซ้ำ) - ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 ศ.ศ.ป. จะจัดกิจกรรมทั้งหมด 12 ครั้ง (เดือนละ 1 ครั้ง) - ในการจัดเก็บข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงาน ขอให้รายงานข้อมูลผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของศ.ศ.ป. และมีส่วนร่วมในกิจกรรมฯ โดยแบ่งเป็นคนไทยและชาวต่างชาติ

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
1. การพัฒนาการตลาดสู่ระดับนานาชาติ	1.3สินค้ามีช่องทางการขายเพิ่มขึ้น	2. จำนวนช่องทางการขายสินค้า (ช่องทาง)	5	5	-	-	2 (ศ.ศ.ป. และ e-Commerce)	1	2	3	4	5	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการขายสินค้า ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1) e-Commerce 2) ห้างสรรพสินค้าทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ 3) หน่วยงานราชการทั้งของไทยและต่างประเทศ เช่น สถานทูต 4) เครือข่ายของ ศ.ศ.ป. และ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร 5) Specialty Stores
2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์	2.1ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น	3. จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ 3.1 จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ผ่านช่องทางการจำหน่ายเดิม (ชนิดผลิตภัณฑ์) 3.2 จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ผ่านช่องทางการจำหน่ายใหม่ (ชนิดผลิตภัณฑ์)	4	6	-	-	-	4	5	6	7	8	<ul style="list-style-type: none"> - วัดจำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้ โดยจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม <ol style="list-style-type: none"> 1) จำหน่ายผ่านช่องทางเดิม 2) ช่องทาง คือ e-Commerce, เครือข่ายของ ศ.ศ.ป. และ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5		
2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์	2.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น													2) จำหน่ายผ่านช่องทางใหม่ 3 ช่องทาง คือ ห้างสรรพสินค้าทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ, หน่วยงานราชการทั้งของไทยและต่างประเทศ เช่น สถานทูต, และ Specialty Stores - จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ ศ.ศ.ป. มี 22 ชนิดผลิตภัณฑ์
	2.2 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้	4. จำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลระดับนานาชาติ (ผลิตภัณฑ์)	7	5	-	-	-	3	4	5	6	7	● - การได้รับรางวัลระดับนานาชาติ หมายถึง เกณฑ์การวัดมาตรฐานของงานศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	
	5. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ 5.1 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์แล้วเสร็จ (ชนิดผลิตภัณฑ์) 5.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่ได้มาตรฐาน (ผลิตภัณฑ์)	5	5	-	-	5	3	4	5	6	7	7	● - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของ ศ.ศ.ป. จะอ้างอิงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมของ ศ.ศ.ป. พื้นฐานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และเพิ่มเติมอีก 4 ข้อ ดังนี้ 1) ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ หรือวัสดุไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและ	

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
													บุคคลอื่น และต้องเป็นไม่เป็นพิษ (Non-toxic)
2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์	2.2.ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้												2) กระบวนการผลิต ไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม (Non-pollution) 3) ผลิตโดยช่างฝีมือที่มีทักษะ 4) สามารถบ่งบอกถึง Inspiration และ Originality - ในกระบวนการรับรองมาตรฐาน จะดำเนินการโดยคณะทำงานที่แต่งตั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้แทน สมอ. กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ ฯลฯ
		6. มาตรฐานช่างฝีมือ 6.1 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จัดทำมาตรฐานช่างฝีมือแล้วเสร็จ (ประเภทช่าง) 6.2 จำนวนช่างฝีมือศิลปหัตถกรรมที่ผ่านการรับรอง (คน)	5	5	-	-	3	1	2	3	4	5	● - มาตรฐานช่างฝีมือ จะใช้มาตรฐานของ ศ.ศ.ป. ในข้อที่ 3 เป็นตัวตั้งคือ ผลิตโดยช่างฝีมือที่มีทักษะรวมทั้งสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้จริง - การดำเนินการตามตัวชี้วัดที่ 6.2 ศ.ศ.ป. มีโครงการทั้งหมด 3 โครงการ กำหนดเป้าหมายจำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 135 คน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์	2.2 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้												1) โครงการแกะสลักไม้ 10 คน 2) โครงการเครื่องเงิน 75 คน (จ.สุรินทร์ 15 คน จ. แม่ฮ่องสอน 10 คน และที่ ศ.ศ.ป. 50 คน) 3) โครงการปลูกหมอนเลี้ยงไหม 50 คน
		7. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ราย)	6	25	-	-	-	15	20	25	30	35	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ผลิตและผู้ขายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม - มาตรฐานของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ส่วนที่ 1 : จรรยาบรรณของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 : ผู้ประกอบการต้องรู้จักผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ มีขีดความสามารถในการอธิบาย content ของผลิตภัณฑ์ได้

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
3. การตั้งเครือข่าย	3.1 สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของไทยให้เกิดประโยชน์สูงสุด	8. จำนวนเครือข่ายที่ใช้งานได้จริง (เครือข่าย)	5	3	-	-	-	2	-	3	-	4	<ul style="list-style-type: none"> ● - เครือข่ายในที่นี้ เป็นเครือข่ายเพื่อการผลิต การจัดจำหน่าย และเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยต้องเป็นเครือข่ายที่ทำงานได้จริง ทำงานอย่างต่อเนื่อง สามารถแลกเปลี่ยนสมาชิกและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้ - ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 ศ.ศ.ป. มีเป้าหมายที่จะสร้างเครือข่ายจำนวน 3 เครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายที่จังหวัดเชียงใหม่ สุรินทร์ และแม่ฮ่องสอน

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
					<p>มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 10 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้</p>								
		9. ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	10		-	-	81.33	65	70	75	80	85	<ul style="list-style-type: none"> ● - เป็นตัวชี้วัดร่วมสำหรับทุกองค์การมหาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 - พิจารณาจากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยสำนักงาน ก.พ.ร. จะเป็นผู้จัดจ้างหน่วยงานผู้ประเมินอิสระภายนอกมาดำเนินการสำรวจ - ศ.ศ.ป. แจกกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการในปีฯ 49 โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มช่างฝีมือ 2) กลุ่มผู้ผลิต (นิติบุคคล) 3) กลุ่มผู้สนับสนุน 4) กลุ่มลูกค้า 5) กลุ่มผู้ประกอบการ/ผู้จำหน่าย

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
มิตินี้ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 15 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้													
2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์	2.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น	10. จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาครบกระบวนการ (ชนิดผลิตภัณฑ์)	5	5	-	-	-	3	4	5	6	7	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการ หมายถึง การผลิต การปรับมาตรฐานให้ดีขึ้น และการพัฒนาด้านการตลาด (ไม่นับรวมการออกแบบผลิตภัณฑ์) - มุ่งเน้นการพัฒนาด้านการตลาด
		11. ร้อยละของงบประมาณที่สามารถประหยัดได้	5	5	-	-	32.13	1	2	3	4	5	

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5		
														- งบประมาณที่ได้รับจัดสรร หมายถึง งบประมาณ ทุกงบ ที่ได้รับจัดสรรในปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 ทั้งนี้ ไม่รวมงบบุคลากร และในกรณีที่มีการขอปรับ งบประมาณใหม่ ขอให้ใช้ งบประมาณที่ได้รับอนุมัติใหม่จาก กรรมการบริหาร
		12. อัตราการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของ ศูนย์ (ร้อยละ)												● - พื้นที่ทั้งหมดของศาลาพระมิ่งมงคล เท่ากับ 17,243 ตร.ม. โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 ใช้พื้นที่ไป 12,401 ตร.ม. ดังนี้ 1) พื้นที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ 6,934 ตร.ม. (ชั้น 1 = 4,502 ตร.ม. และชั้น 2 ไม่รวมทางเดิน = 2,432 ตร.ม.) 2) พื้นที่ใช้งานประจำ 5,467 ตร.ม. (ชั้น 1 = 4,031 ตร.ม. และชั้น 2 = 1,436 ตร.ม.)
		12.1 ศาลาพระมิ่งมงคล	3	85	-	-	72 (12,401/ 17,243)	59.0	65.5	72.0	78.5	85.0		
		12.2 อาคารตลาด	2	75	-	-	50	0	25	50	75	100		

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5		
														- สำหรับพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้งานประจำ ในปี 48 = 4,842 ตร.ม. ดังนี้ 1) พื้นที่ใช้งานเมื่อมีการจัดงาน 2,348 ตร.ม. (ชั้น 1 ร้านอาหาร และครัว = 428 ตร.ม. และชั้น 2 = 1,920 ตร.ม.) 2) พื้นที่ไม่ได้ใช้งาน 2,494 ตร.ม. (ชั้น 1 เป็นพื้นที่ที่ไม่มีผู้เช่า 528 ตร.ม. และชั้น 2 แนวทางเดิน ทิศตะวันตกด้านเหนือ = 1,966 ตร.ม.) - พื้นที่อาคารตลาดทั้งหมดเท่ากับ 4,408 ตร.ม. ประกอบด้วย 1) ร้านค้าด้านทิศเหนือ 2,204 ตร.ม. 2) ร้านค้าด้านทิศใต้ 2,204 ตร.ม.

ยุทธศาสตร์ / พันธกิจ	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2549	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2546	2547	2548	1	2	3	4	5	
มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร													
น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 20 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้													
		13. ระดับคุณภาพการกำกับดูแลกิจการ	10		-	-	N/A	1	2	3	4	5	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นตัวชี้วัดร่วมสำหรับทุกองค์การมหาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549
4. การจัดทำฐานข้อมูล	4.1 เกิดฐานความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการสร้างคนรุ่นใหม่ 4.2 ใช้ประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนทรัพยากร	14. จำนวนผู้มาใช้ฐานข้อมูล (คน)	5	10,000	-	-	-	9,000	9,500	10,000	10,500	11,000	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาจากจำนวนผู้มาใช้ฐานข้อมูล (ศูนย์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ศูนย์ข้อมูลศิลปิน ช่างงานศิลปหัตถกรรม) ทั้งที่ใช้ข้อมูลผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์ของ ศ.ศ.ป.) และที่มาติดต่อใช้ข้อมูลที่ ศ.ศ.ป.
		15. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการในการพัฒนาระบบบริหารความรู้ภายในองค์กร	5	90	-	-	-	80	85	90	95	100	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาจากความสำเร็จของการดำเนินงานจริงเปรียบเทียบกับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาระบบบริหารความรู้ภายในองค์กร ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 โดยแผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าวเป็นแผนที่ ศ.ศ.ป. จัดทำแล้วเสร็จในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548
น้ำหนักรวม			100										