

เอกสารประกอบคำรับรองการปฏิบัติงาน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
(องค์การมหาชน)

แผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง (ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน))

- ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อำนาจหน้าที่

- ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาด
- ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

วิสัยทัศน์

- เป็นหน่วยงานหลักในการสืบสานความเป็นไทยสู่สากล ผ่านงานศิลปหัตถกรรมเพื่ออนุรักษ์คุณค่าแห่งศิลปาชีพ และต่อยอดมูลค่าเชิงพาณิชย์

ยุทธศาสตร์ (ตามแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี)

- การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านศิลปหัตถกรรม
- การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
- การสร้างและขยายโอกาสทางการค้างานศิลปหัตถกรรม

ผลผลิต

- ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมทางด้านการตลาดสู่ระดับสากล

ผลลัพธ์

- ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ได้รับการสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรม และการใช้นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้สามารถทำการตลาดให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายในระดับสากล

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

- | | | |
|---------------------|---|-----------|
| 1. <u>มิติที่ 1</u> | มิติด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติงาน | ร้อยละ 60 |
| 2. <u>มิติที่ 2</u> | มิติด้านคุณภาพการให้บริการ | ร้อยละ 10 |
| 3. <u>มิติที่ 3</u> | มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน | ร้อยละ 11 |
| 4. <u>มิติที่ 4</u> | มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร | ร้อยละ 19 |

การประเมินสำหรับ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) คำนวณจากผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติ 4 ด้าน ดังนี้

ผลคะแนน	น้ำหนัก (%)	เป้าหมาย/เกณฑ์การให้คะแนน				
		1	2	3	4	5
1. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติงาน	60	1	2	3	4	5
2. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านคุณภาพการให้บริการ	10	1	2	3	4	5
3. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน	11	1	2	3	4	5
4. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร	19	1	2	3	4	5
รวม	100	1	2	3	4	5

ตัวชี้วัดและเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงานปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
มิติที่ 1 มิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน (ร้อยละ 60)													
		1.1 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีวะและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน	10		-	-	-	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลผลิต
เกณฑ์การให้คะแนน ระดับ 1 กำหนดหลักเกณฑ์และคัดเลือกช่าง/กลุ่ม/ชุมชน รวมถึงประเภทผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมโครงการ (15 ช่าง/กลุ่ม/ชุมชน) ระดับ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกันระหว่างช่าง/กลุ่ม/ชุมชนกับนักออกแบบ (15 ช่าง/กลุ่ม/ชุมชน) ระดับ 3 กำหนดรูปแบบ/Story ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงเสน่ห์/คุณค่าแห่งงานศิลปาชีวะและศิลปหัตถกรรมที่ผ่านการสร้างสรรค์ใหม่ ไม่น้อยกว่า 45 รูปแบบ/Story โดยทุกชุมชนต้องมีอย่างน้อย 1 Story ระดับ 4 ช่าง/กลุ่ม/ชุมชนได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมทดสอบตลาด/การจัดแสดง (นำเสนอผลงาน/นำเสนอข้อมูลของช่าง/กลุ่ม/ชุมชนผู้สร้างสรรค์)/กิจกรรมเผยแพร่ (ผ่านนิทรรศการ/สื่อ) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ระดับ 5 ช่าง/กลุ่ม/ชุมชนได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมทดสอบตลาด/การจัดแสดง (นำเสนอผลงาน/นำเสนอข้อมูลของช่าง/กลุ่ม/ชุมชนผู้สร้างสรรค์)/กิจกรรมเผยแพร่ (ผ่านนิทรรศการ/สื่อ) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100 และมีสรุปผลการทดสอบตลาด/การจัดแสดง/ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา/ปรับปรุง/ต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์/นำไปถ่ายทอดต่อ													

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
		1.2 จำนวนผลงานศิลปหัตถกรรมที่ ได้รับหนังสือรับรองการแจ้ง ข้อมูลลิขสิทธิ์	15		-	-	-	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลผลิต
		1.2.1 ในนาม ศ.ศ.ป.	(7.5)		52	58	64	58	61	64	67	70	-
		1.2.2 ในนามสมาชิก ศ.ศ.ป.	(7.5)		29	34	39	33	36	39	42	45	-
		1.3 การพัฒนาทักษะเชิงช่าง และ การจัดการในเชิงธุรกิจ และ ส่งเสริมศักยภาพธุรกิจโอกาส ทางการตลาด	10										- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลผลิต
		1.3.1 ระดับความสำเร็จในการ พัฒนาช่างฝีมือให้มีทักษะเชิง ช่าง และการจัดการในเชิงธุรกิจ และส่งเสริมศักยภาพธุรกิจ โอกาสทางการตลาด	(5)		-	-	-	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลผลิต
		<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> ระดับ 1 ช่างฝีมือที่ได้รับการพัฒนาทักษะ จำนวน 1,100 ราย ระดับ 2 ช่างฝีมือที่ได้รับการพัฒนาทักษะ จำนวน 1,300 ราย ระดับ 3 ช่างฝีมือที่ได้รับการพัฒนาทักษะ จำนวน 1,500 ราย ระดับ 4 ช่างฝีมือที่ได้รับการพัฒนาทักษะ จำนวน 1,700 ราย และมีการจัดทำระบบฐานข้อมูลช่างฝีมือที่ได้รับการพัฒนา											- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลผลิต - (เก็บข้อมูล 3 เดือน ภายหลัง ปีงบประมาณ 2559)

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
		ทักษะเชิงช่าง และการจัดการในเชิงธุรกิจ และส่งเสริมศักยภาพธุรกิจโอกาสทางการตลาด ระดับ 5 ช่างฝีมือที่ได้รับการพัฒนาทักษะ จำนวน 1,900 ราย มีการติดตามผลการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และมีรายได้ หรือยอดการจำหน่ายเพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (1,330 ราย)											
		1.3.2 ระดับความสำเร็จในการ ส่งเสริมช่างหัตถกรรมที่ได้รับ การยกย่องเชิดชูเกียรติจาก ศ.ศ.ป.	(5)		-	-	-	1	2	3	4	5	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลผลิต - ในกรณีที่ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้เป็น ผู้สูงวัย ให้ถ่ายทอดวิธีอื่นๆ ที่เหมาะสมได้ เช่น การบันทึกวิดีโอ/ การรวบรวมข้อมูลเป็นเอกสารหรือ หนังสือ เป็นต้น
		<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> ระดับ 1 จำนวนช่างหัตถกรรมได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในปี 2559 ไม่น้อยกว่า 30 ราย ระดับ 2 จำนวนช่างหัตถกรรมที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในปี 2559 ที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ประสบการณ์/ วิทยากรฝึกทักษะ/ร่วมแลกเปลี่ยนทักษะ หรือได้รับการต่อยอดผ่านกิจกรรมการตลาดของ ศ.ศ.ป./ได้รับการ เชิดชูเกียรติจากหน่วยงานอื่น (ได้รับรางวัล/นำผลงานไปจัดแสดง) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 (15 ราย) ระดับ 3 จำนวนช่างหัตถกรรมที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในปี 2559 ที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ประสบการณ์/ วิทยากรฝึกทักษะ/ร่วมแลกเปลี่ยนทักษะ หรือได้รับการต่อยอดผ่านกิจกรรมการตลาดของ ศ.ศ.ป./ได้รับการ เชิดชูเกียรติจากหน่วยงานอื่น (ได้รับรางวัล/นำผลงานไปจัดแสดง) <u>ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 (27 ราย)</u> ระดับ 4 จำนวนช่างหัตถกรรมที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในปี 2558 ที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ประสบการณ์/ วิทยากรฝึกทักษะ/ร่วมแลกเปลี่ยนทักษะ หรือได้รับการต่อยอดผ่านกิจกรรมการตลาดของ ศ.ศ.ป./ได้รับการ เชิดชูเกียรติจากหน่วยงานอื่น (ได้รับรางวัล/นำผลงานไปจัดแสดง) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 (20 ราย) ระดับ 5 จำนวนช่างหัตถกรรมที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในปี 2558 ที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้/ประสบการณ์/											

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
		วิทยาการฝึกทักษะ/ร่วมแลกเปลี่ยนทักษะ หรือได้รับการต่อยอดผ่านกิจกรรมการตลาดของ ศ.ศ.ป./ได้รับการ เชิดชูเกียรติจากหน่วยงานอื่น (ได้รับรางวัล/นำผลงานไปจัดแสดง) <u>ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 (36 ราย)</u>											
		1.4 ระดับความสำเร็จในการส่งเสริม ศักยภาพทางธุรกิจและโอกาส ทางการตลาดให้กับ ผู้ประกอบการ	25										- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลลัพธ์
		1.4.1 จำนวนผู้ประกอบการที่ สามารถ ขยายหรือเพิ่มธุรกิจ กับคู่ค้าในตลาดใหม่/คู่ค้าใหม่ ในตลาดเดิม	(15)									- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลลัพธ์	
		1.4.1.1 คู่ค้าในตลาดใหม่	(7.5)			28	43	35	39	43	51	59	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลลัพธ์
		1.4.1.2 คู่ค้าใหม่ในตลาดเดิม	(7.5)		8	12	18	12	15	18	21	24	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลลัพธ์
		1.4.2 ยอดจำหน่ายสินค้าศิลปา ชีพ และศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน (หน่วยนับ : ล้านบาท)	(10)		60.71	66	73.26	66	69.5	73	76.5	80	- ตัวชี้วัดเดิมที่วัดต่อเนื่อง - ตัวชี้วัดผลลัพธ์

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ (ร้อยละ 10)													
		2.1 ระดับความสำเร็จของการสำรวจ ความพึงพอใจและพัฒนาการ ให้บริการ	10					1	2	3	4	5	ตัวชี้วัดบังคับ
มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (ร้อยละ 11)													
		3.1 ร้อยละของการเบิกจ่ายตาม แผนการใช้จ่ายเงิน	3					80	85	90	95	100	ตัวชี้วัดบังคับ รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ตามหนังสือเวียนที่ 1200/ว14 ลงวันที่ 20 สิงหาคม 2558
		3.2 ระดับความสำเร็จของการ ดำเนินการตามมาตรการ ประหยัดพลังงานของ องค์การมหาชน	2					1	2	3	4	5	ตัวชี้วัดบังคับ รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ตามหนังสือเวียนที่ 1200/ว14 ลงวันที่ 20 สิงหาคม 2558
		3.3 การประหยัดน้ำ	2					1	2	3	4	5	ตัวชี้วัดบังคับ รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ตามหนังสือเวียนที่ 1200/ว14 ลงวันที่ 20 สิงหาคม 2558

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
		3.4 ระดับความสำเร็จของการจัดทำ ต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตระดับ โครงการ	4	ระดับ 3	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	1	2	3	4	5	ตัวชี้วัดเลือก
<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> ระดับ 1 ดำเนินการจัดทำต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตระดับโครงการ ในปี 2559 (2 งาน) โดยมีการแยกกิจกรรม/ขั้นตอนย่อย ในกระบวนการจัดทำโครงการเพื่อสามารถจัดทำอัตราส่วนต้นทุนของแต่ละขั้นตอนและนำมาเปรียบเทียบกัน ได้ และทำการเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยของแต่ละขั้นตอนโดยใช้ข้อมูลในอดีตในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ไม่ต่ำกว่า 2 ปี ตลอดจนนำข้อมูลที่ได้รับจากการเปรียบเทียบมาวิเคราะห์สาเหตุความแตกต่างของอัตราส่วน ต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตแต่ละปี แต่ละโครงการเพื่อหาค่ามาตรฐานที่เหมาะสม วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพแต่ละ ขั้นตอน ค่าต้นทุนต่อหน่วยที่ได้จากการเพิ่มประสิทธิภาพแล้ว ระดับ 2 นำอัตราส่วนต้นทุนต่อหน่วยที่มีมาตรฐานและปรับปรุงประสิทธิภาพแล้วมากำหนดและใช้ในการจัดทำแผนงาน/ โครงการในปีถัดไป ระดับ 3 จัดทำแผนการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต โดยระบุการดำเนินงานและเป้าหมายของอัตราส่วนต้นทุนต่อหน่วยที่ ปรับปรุงขึ้นจากการดำเนินงานตามแผนงานในปีต่อไป ระดับ 4 อัตราส่วนต้นทุนที่ลดลงได้คิดเป็นร้อยละ 5 ระดับ 5 อัตราส่วนต้นทุนที่ลดลงได้คิดเป็นร้อยละ 10													

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5	
มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร (ร้อยละ 19)													
		4.1 ระดับความสำเร็จของการพัฒนา ด้านการกำกับดูแลกิจการ	10					1	2	3	4	5	ตัวชี้วัดบังคับ รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ตามหนังสือเวียนที่ 1200/ว14 ลงวันที่ 20 สิงหาคม 2558
		4.2 ระดับคุณธรรมและความโปร่งใส การดำเนินงานของหน่วยงาน	5					1	2	3	4	5	ตัวชี้วัดบังคับ รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ตามหนังสือเวียนที่ 1200/ว14 ลงวันที่ 20 สิงหาคม 2558
		4.3 ระดับความสำเร็จของการพัฒนา ถังข้อมูลองค์ความรู้ (Knowledge Tank) เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้งาน ศิลปหัตถกรรม	4										ตัวชี้วัดเลือก
		<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> ระดับ 1 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้งานหัตถกรรมจากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอก ศ.ศ.ป. โดยสังเคราะห์ วิเคราะห์ข้อมูลและนำเข้าสู่ถังข้อมูล (Knowledge Tank) ไม่น้อยกว่า 20 เรื่อง/องค์ความรู้											

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2559	ข้อมูลพื้นฐาน			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ	
					2556	2557	2558	1	2	3	4	5		
		ระดับ 2 - พัฒนาระบบการเชื่อมโยงถึงข้อมูลกลาง (Internal) เข้าสู่ระบบให้บริการภายนอก อาทิ website, SACICT e-library - สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้ง่ายต่อการเข้าถึงและดึงดูด เช่น ระบบการค้นหา, มีระบบเตือน/แบนเนอร์ องค์ความรู้ที่เป็นไฮไลท์/องค์ความรู้ที่นำเข้าสู่ล่าสุด รวมถึงสร้างช่องทางในการสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ดูแลระบบ เช่น webboard, กระดานถาม-ตอบ เป็นต้น - เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ เช่น website, นิตยสาร SACICT Living Thai, SACICT Application, Social Media เป็นต้น และมีกิจกรรมส่งเสริม ระดับ 3 ประชาชน/ผู้สนใจเข้าถึงข้อมูล ไม่น้อยกว่า 1,000 Viewers (คลิกเข้าชมมากกว่า 1 pages) ระดับ 4 มีผลสำรวจการรับรู้ และความพึงพอใจต่อช่องทางการรับรู้ ร้อยละ 85 ระดับ 5 มีการจัดทำองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมในรูปแบบภาษาอังกฤษและภาษาจีน												
น้ำหนักรวม			100											

เอกสารแนบคำรับรองการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

เงินงบประมาณ และรายได้ขององค์การมหาชน

	เงินงบประมาณที่ได้รับ (บาท)	รายได้ (บาท)
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	335.68 ล้านบาท	12.38 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557	351.91 ล้านบาท	17.02 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558	425.29 ล้านบาท	11.93 ล้านบาท
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559	451.53 ล้านบาท	19.00 ล้านบาท

เงินทุนสะสม ณ 15 กันยายน 2558

145.34 ล้านบาท

จำแนกรายการตามแผนการใช้จ่ายเงิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

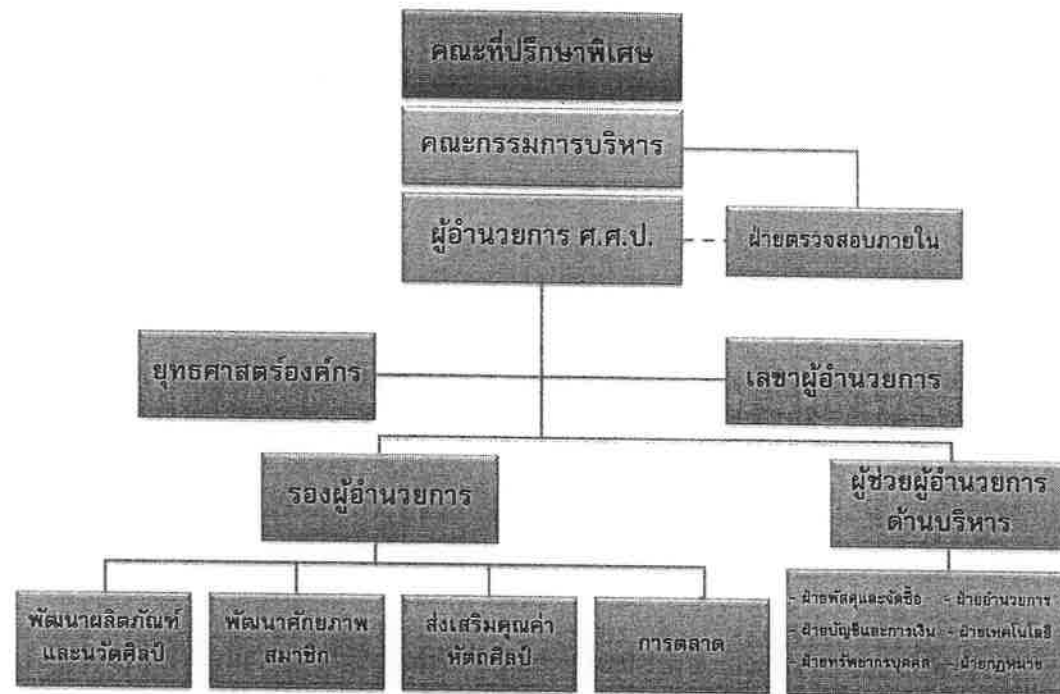
เงินงบประมาณที่ได้รับ (เงินอุดหนุน) ระบุจำนวนค่าครุภัณฑ์ ที่ดิน สิ่งก่อสร้าง (ถ้ามี)		11.08 ล้านบาท
เงินทุน (เฉพาะที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการบริหารเพื่อการใช้จ่ายเงิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559)		10.00 ล้านบาท
เงินรายได้ (ประมาณการ)		
รายได้จากการดำเนินงาน	▪ ค่าเช่าและดอกเบี้ยเงินฝาก	17.00 ล้านบาท
รายได้อื่น ๆ	▪ อื่นๆ (ระบุ)	2.00 ล้านบาท

คณะกรรมการองค์การมหาชน

กรรมการองค์การมหาชน	วันที่ได้รับการแต่งตั้ง	วันที่หมดวาระ	สถานะ
1. นายการุณ กิตติสถาพร	24 ก.ค. 2555	24 ก.ค. 2559	■ อยู่ในวาระ
2. นางสาวชุติมา บุญยประภัศร ปลัดกระทรวงพาณิชย์			■ อยู่ในวาระ (ตามตำแหน่ง)
3. นางมาลี โชคล้ำเลิศ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ			■ อยู่ในวาระ (ตามตำแหน่ง)
4. นางสาวผ่องพรรณ เจียรวิริยะพันธ์ อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า			■ อยู่ในวาระ (ตามตำแหน่ง)
5. นายสมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม			■ อยู่ในวาระ (ตามตำแหน่ง)
6. นายวิชัย อัครัสกร กรรมการผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	24 ก.ค. 2555	24 ก.ค. 2559	■ อยู่ในวาระ
7. นายกิตติ ตั้งจิตภณคึกคัก กรรมการผู้แทนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	30 ธ.ค. 2557	24 ก.ค. 2559	■ อยู่ในวาระ
8. พลโท เทพพงศ์ ทิพยจันทร์ กรรมการผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ	24 ก.ค. 2555	24 ก.ค. 2559	■ อยู่ในวาระ
9. นายสมาน คลังจิตรัส กรรมการผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ	24 ก.ค. 2555	24 ก.ค. 2559	■ อยู่ในวาระ
10. นางสาวพจนา สิ้นมิตร กรรมการผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ	24 ก.ค. 2555	24 ก.ค. 2559	■ อยู่ในวาระ
11. นางอัมพวัน พิชาลัย กรรมการและเลขานุการ (โดยตำแหน่งผู้อำนวยการ ศ.ศ.ป.)			■ อยู่ในวาระ

- หากกรรมการโดยตำแหน่งมอบหมายผู้แทน โปรดระบุชื่อ – นามสกุล และตำแหน่งของผู้แทน

โครงสร้างองค์กร



อัตรากำลัง 79 ราย (ณ วันที่ 30 กันยายน 2558)

ผู้อำนวยการ	1
รองผู้อำนวยการ	1
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	1
ผู้อำนวยการสำนัก	2
ผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษา	-
เจ้าหน้าที่	66
ลูกจ้าง	-
รวม	71

Handwritten signature

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง – พ.ศ.2558
วัตถุประสงค์ ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ อำนาจหน้าที่ 1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลป หัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์ 3. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งใน	ศ.ศ.ป. ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับงานหัตถศิลป์ไทย ให้สามารถเข้าสู่ตลาดได้ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ในกลุ่มเป้าหมายที่มีไลฟ์สไตล์โดดเด่น โดยเฉพาะกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร และที่พักอาศัย ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างการรับรู้ เรียนรู้ และเข้าใจงานหัตถศิลป์ไทยในทุกกลุ่ม และเข้าถึงในหลากหลายช่องทางสมัยใหม่ โดยผลการดำเนินงานเชิงสัมฤทธิ์ที่สำคัญ ดังนี้ 1) การเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม ศ.ศ.ป. ได้ดำเนินการจัดทำองค์ความรู้งานหัตถกรรมของไทย และเชื่อมโยงงานหัตถกรรมกับอาเซียน ให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ เข้าใจงานหัตถกรรมที่มีรากทางวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาในลักษณะเดียวกัน โดยนำเสนอผ่านนิทรรศการ เอกสาร/สื่อการเรียนรู้ต่างๆ การสัมมนา ทั้งในและร่วมกับชาติสมาชิกอาเซียน เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่สังเคราะห์และรวบรวม อาทิ องค์ความรู้ผ้า หัตถกรรมในวัฒนธรรมข้าว งานหัตถกรรมในวัฒนธรรมมุสลิม การจัดประชุมงานหัตถกรรมอาเซียน (Symposium) โดยมีผู้แทนจากชาติสมาชิกอาเซียนเข้าร่วมประชุม และร่วมนำเสนอผลงานเชิงวิชาการ และเพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างกันต่อไป นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังให้บริการนิทรรศการหัตถศิลป์ เพื่อผลักดันให้ ศ.ศ.ป. เป็นแหล่งเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรมที่สำคัญของประเทศและในระดับนานาชาติ โดยนำเสนอนิทรรศการที่สำคัญ อาทิ หอศิลปาชีพ หอสุพรรณ – พัสตร์ หอหัตถศิลป์ระหว่างประเทศ หอเกียรติยศเชิดชูเกียรติครูศิลป์ ครูช่าง และทายาทช่าง และนิทรรศการหัตถศิลป์ร่วมสมัย รวมถึงการให้บริการห้องสมุด และ e-library และส่งเสริมการรับรู้ เรียนรู้ องค์ความรู้ผ่านนิตยสาร SACICT Living Thai และสื่อสมัยใหม่ เช่น SACICT Application, Social Media, Website, Roadshow และสื่อสารมวลชน เพื่อร่วมส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ อย่างเข้าถึง เข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่าแห่งภูมิปัญญา ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ หรือต่อยอดให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน 2) การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม ศ.ศ.ป. มุ่งเพิ่มศักยภาพครูช่าง/ช่างศิลปหัตถกรรม เพื่อยกระดับทักษะเชิงช่างในสาขาต่างๆ องค์ความรู้เชิงเทคนิคอันเกิดจากการ

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง - พ.ศ.2558
ประเทศและต่างประเทศ 4. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม พื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 5. พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงิน และการตลาด 6. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ	แลกเปลี่ยนทักษะระหว่างครูช่าง/ช่างทั้งในประเทศ และช่างต่างประเทศ อาทิ งานเครื่องรัก เครื่องเงินระหว่างครูช่างเมียนมา เวียดนาม และไทย และได้ถ่ายทอดงานหัตถศิลป์สำหรับครูหัตถกรรมโรงเรียน “Training for Trainer” เพื่อผลักดันงานหัตถศิลป์สู่การเรียนรู้ของนักเรียน เพื่อร่วมฝึกทักษะ สืบสานและสร้างจิตสำนึกรักในงานหัตถกรรม เช่น หัตถกรรมแกะสลักกระจกและลงรักปิดทอง หัตถกรรมผ้า ดันมือ เป็นต้น ซึ่ง ศ.ศ.ป. ได้ติดตามการเรียนการสอนและการนำเสนอผลงานของนักเรียนเพื่อจัดแสดงต่อไป ซึ่งมีโรงเรียนเข้าร่วมกิจกรรมนี้ไม่น้อยกว่า 30 โรงเรียนต่อปี นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังได้เพิ่มสมรรถนะแก่ผู้ประกอบการหัตถศิลป์ ผ่านการอบรมในหลักสูตร/หัวข้อต่างๆ รวมถึงร่วมมือกับ British Council ในการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเข้าร่วมทดสอบตลาด ณ ประเทศอังกฤษ ซึ่งสามารถสร้างต้นแบบการพัฒนาตลอดห่วงโซ่งานหัตถกรรม ให้ผู้ประกอบการหัตถศิลป์มีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ และอีกหนึ่งบทบาทของ ศ.ศ.ป. คือการยกย่องเชิดชูครูช่างและทายาทช่างศิลปหัตถกรรม เพื่อร่วมนำเสนอและถ่ายทอดคุณค่า ครูช่างชั้นสูง “ครูศิลป์ของแผ่นดิน” และ “ครูช่างศิลปหัตถกรรม” ให้เป็นที่รู้จัก ยอมรับ และตระหนักถึง “ครู” ผู้เป็นบ่อเกิดแห่งศาสตร์ และศิลป์ของงานหัตถกรรม ตลอดจนให้การเชิดชู “ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม” ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีใจรักในการสืบสานงานหัตถศิลป์จากบรรพบุรุษควบคู่ไปกับการพัฒนาต่อยอดงานเชิงนวัตกรรมให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน อีกทั้งเพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่คนรุ่นใหม่ในการร่วมสืบสานงานหัตถกรรม โดย ศ.ศ.ป. ส่งเสริม สนับสนุน “ครูช่าง” และ “ทายาทช่างหัตถกรรม” ให้มีโอกาสในการสร้างเสริมประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนทักษะกับครูช่างในภูมิภาคอื่น และช่างในต่างประเทศ รวมถึงเปิดโอกาสช่องทางการตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังได้ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนางานหัตถกรรมชุมชน (Craft Communities) ผ่านการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกับชุมชน หน่วยงานส่วนท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน ในการต่อยอดคุณค่าและทักษะครูช่าง การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการองค์ประกอบของงานหัตถกรรมและการจัดการสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการเชื่อมโยงชุมชนกับการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดจัดการอย่างครบวงจรและยั่งยืน โดยได้ดำเนินการพัฒนาชุมชนหัตถกรรมต่อเนื่องใน 4 ชุมชน ได้แก่ หมู่บ้านอรัญญิก จ.พระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง - พ.ศ.2558
	หมู่บ้านจักสานไม้ไผ่ดอนกอก จ.หนองคาย ชุมชนวัวลาย จ.เชียงใหม่ (งานเครื่องรักเครื่องเงิน) และ ชุมชนหล่ายแก้ว ดอนเต่า จ.เชียงใหม่ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ศ.ศ.ป. ทำงานร่วมกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมภายใต้แนวคิดต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Sustainable Crafts) ผลิตภัณฑ์รักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Craft) ผลิตภัณฑ์ชนเผ่า Global Ethnics เป็นต้น เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ประมาณ 60 – 70 ต้นแบบ และนำไปทดสอบตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาตลอดห่วงโซ่คุณค่าหัตถกรรม โดยมีชุมชนเข้าร่วมโครงการประมาณ 10 – 20 ชุมชนต่อปี และดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมในวัฒนธรรมร่วม (Cross Cultural Crafts) ในงานเครื่องรัก เครื่องเงิน ร่วมกันระหว่างเมียนมา เวียดนาม และไทย เพื่อสร้างการเชื่อมโยงเครือข่ายงานศิลปหัตถกรรมในภูมิภาคอาเซียน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และต่อยอดผลิตภัณฑ์ และร่วมเสริมสร้างอัตลักษณ์อาเซียน นอกจากนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์อาเซียน (Building an ASEAN Identity) จึงจัดเสวนาแนวโน้มหัตถกรรมอาเซียนร่วมสมัย (Craft Trends in ASEAN Talk 2015) โดยนักสร้างสรรค์จาก 10 ชาติ ร่วมถ่ายทอดความเคลื่อนไหวงานหัตถกรรมในประเทศนั้นๆ และคาดการณ์แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผ่านการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมจากหลายสาขา (Creative Collaborations) ทำให้การมองงานหัตถกรรมเป็นมากกว่าแค่ผลิตภัณฑ์ แต่เป็นเรื่องของ “กระบวนการและแนวคิด” ซึ่งเป็นคุณค่าที่แท้จริงของงานหัตถกรรมสำหรับการคัดสรรสุดยอดอาเซียน (ASEAN Selections) ภายใต้หัวข้อ “Inspired by Wisdom มรดกแห่งภูมิปัญญา” ได้มอบรางวัลแก่นักสร้างสรรค์อาเซียน 10 ราย และเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายนักสร้างสรรค์อาเซียน ขณะเดียวกันเป็นการสร้างการยอมรับ ศ.ศ.ป. ในฐานะองค์กรที่เป็นศูนย์กลางด้านงานนวัตกรรมศิลป (Innovative Crafts) ในภูมิภาคอาเซียน การประกวดหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ Innovative Craft Award โดยได้พิจารณาคัดเลือกผลงานรอบสุดท้ายปีละ 10 ผลงาน เพื่อจัดแสดงผลงานและประกาศผลรางวัลผู้ชนะเลิศ ซึ่งผู้เข้ารอบสุดท้ายจะได้รับโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาด้านการออกแบบงานหัตถศิลป์กับ ศ.ศ.ป. รวมถึงโอกาสในการเข้าร่วม Craft Design Exchange Program ซึ่งเป็นเวทีในการฝึกฝน และแลกเปลี่ยนเชิง



วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง - พ.ศ.2558
	ปฏิบัติการกับนักสร้างสรรค์ต่างประเทศ รวมถึงร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะอื่นๆ กับ ศ.ศ.ป. และโอกาสในการเป็นผู้ถ่ายทอดทักษะ แรงบันดาลใจ แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานในเวทีต่างๆ ที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น และอีกหนึ่งภารกิจของ ศ.ศ.ป. ในการส่งเสริม สนับสนุนทางด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญางานศิลปหัตถกรรม โดยให้ความรู้ผ่านการอบรมและการให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญจากกรมทรัพยากรเส้นทางปัญญาแก่ครูช่าง/ช่างฝีมือ ผู้ผลิตงานหัตถกรรมทั่วประเทศปีละกว่า 300 ราย นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับกรมทรัพยากรเส้นทางปัญญาในการส่งเสริมงานหัตถศิลป์ที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย 4) การขยายตลาดงานศิลปหัตถกรรม ศ.ศ.ป. มุ่งดำเนินงานเพื่อสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดให้กับครูช่าง/ช่างฝีมือ และผู้ผลิตงานหัตถกรรมในระดับต่างๆ ผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายเพื่อผลักดันงานหัตถศิลป์ให้เข้าสู่ตลาด/กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ งานอัตลักษณ์แห่งสยาม ซึ่งจัดเป็นปีที่ 7 เพื่อร่วมสืบสานงานช่างผ่านการนำเสนอผลงานครูช่างหัตถศิลป์ชั้นสูง เพื่อเป็นช่องทางการตลาดสำหรับงานครูช่าง/ช่างให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะยิ่งขึ้น งานเทศกาลนวัตกรรมศิลปนานาชาติ (International Innovative Craft Fair : IICF) จัดเป็นปีที่ 4 ซึ่งนำเสนอการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนางานหัตถศิลป์ของ ศ.ศ.ป. ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประกวดผลิตภัณฑ์ นำเสนอ Craft Trend การเชิดชูทายาทช่างศิลปหัตถกรรม การเสวนา และการออกร้านแสดง จำหน่ายสินค้าหัตถศิลป์ทั้งไทยและต่างประเทศ งานฝ้ายทอใจ จัดเป็นปีที่ 8 โดยนำเสนอวัฒนธรรมการสร้างสรรค์งานผ้าฝ้ายทอมือ ในรูปแบบต่างๆ ทั้งเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ อุปกรณ์สำนักงาน ฯลฯ งานนวัตกรรมไทย เทิดไท้องค์ราชินี จัดเป็นปีที่ 3 โดยนำสมาชิกผู้ผลิตงานหัตถกรรมมาออกร้านจำหน่ายกว่า 400 คูหา รวมถึงจัดแสดงนำเสนอผลงานการพัฒนาภายใต้โครงการต่างๆ ของ ศ.ศ.ป. นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังเปิดร้านจำหน่ายสินค้าหัตถศิลป์ ณ สยามบรมิหาราชวัง ศูนย์การค้าอัมรินทร์ พลาซ่า และ ศ.ศ.ป. เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายยิ่งขึ้น สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ ศ.ศ.ป. ได้ดำเนินการตลาดเชิงรุก โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดต่างๆ ในตลาด/กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ อาทิ งานหัตถกรรมเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Craft) ในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งได้คัดเลือกชุมชน/ช่างเข้าร่วมกิจกรรมทดสอบตลาดดังกล่าวด้วย สำหรับตลาดยุโรปนั้น ศ.ศ.ป. ได้นำเสนองาน LUX by SACICT "Touch of Nature" ในประเทศ

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง	ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (ในภาพรวม) ตั้งแต่ปีที่ได้รับการจัดตั้ง - พ.ศ.2558
	ฝรั่งเศส และเดนมาร์ก เพื่อสร้างการรับรู้ ยอมรับ และกระตุ้นการบริโภคงานหัตถกรรมไทยยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรม ณ ประเทศเดนมาร์กนั้น เป็นการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตร "Central Group" ในการเจาะตลาด/กลุ่มเป้าหมายระดับบนผ่านห้างสรรพสินค้าในเครือเซนทรัล ซึ่งจะได้ขยายความร่วมมือไปยังประเทศอื่นๆ ต่อไป นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการหัตถศิลป์ได้มีโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ งาน Thailand Week ณ ประเทศอินเดียและอินโดนีเซีย เป็นต้น

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) จะปฏิบัติงานให้เกิดความคุ้มค่าเพื่อประโยชน์ต่อสังคม ดังนี้

วางแผนปฏิบัติงาน ศ.ศ.ป. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ศ.ศ.ป. ได้กำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ คือ การผลักดันให้ ศ.ศ.ป. เป็นคลังองค์ความรู้งานหัตถศิลป์ที่เข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง และใช้องค์ความรู้เป็นรากฐานการพัฒนางานหัตถศิลป์อย่างยั่งยืน โดยมียุทธศาสตร์ แผนงาน/โครงการที่สำคัญ อาทิ

1. การเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม มีเป้าหมายที่จะรวบรวม และนำเสนอองค์ความรู้งานหัตถศิลป์ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย และเชื่อมโยงกับเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมดำเนินงานสำคัญ อาทิ

- 1) การจัดการองค์ความรู้ อาทิ หัตถกรรมในวัฒนธรรมร่วม (มัดหมี่), หัตถกรรมในวัฒนธรรมมุสลิม, งานดุนโลหะ, การจัดทำถังข้อมูลองค์ความรู้ (SACICT Knowledge Tank), การจัด Mobile Unit, mini seminar/talk เป็นต้น
- 2) นิทรรศการหัตถศิลป์และห้องสมุด อาทิ นิทรรศการถาวร 5 หอนิทรรศการ กิจกรรมภายในหอ (หอเรียน) และกิจกรรมภายนอก เป็นต้น

- 3) การสื่อสารสร้างและการรับรู้ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ Application, Social Media, website, Roadshow, Living Thai Mag., สื่อสารมวลชน และการจัดทำแคมเปญ “เปิดประตูสู่องค์ความรู้งานหัตถศิลป์ไทย (The Gateway to the Wisdom of Thai Craft) และการเพิ่มการอธิบายผลิตภัณฑ์ (Story Telling) เป็นต้น
2. การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม มีเป้าหมายที่จะยกระดับทักษะฝีมือช่าง/ครูช่างให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานให้เข้าสู่ตลาดได้ และเพิ่มสมรรถนะในการทำธุรกิจเพื่อการส่งออก รวมถึงส่งเสริมคุณค่าช่างหัตถศิลป์ โดยมีกิจกรรมดำเนินงานสำคัญ อาทิ
 - 1) การยกระดับทักษะฝีมือช่าง ครูช่าง โดยมุ่งยกระดับทักษะฝีมือเชิงช่าง แก่ครูช่าง ช่างฝีมือ/ช่างรุ่นใหม่ ทั้งในเชิง ดั้งเดิม และ ร่วมสมัย และถ่ายทอดภูมิปัญญา/ทักษะ และการแลกเปลี่ยนทักษะฝีมือเชิงช่าง เป็นต้น
 - 2) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และหมู่บ้านหัตถกรรม อาทิ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร่วมกับพันธมิตรเพื่อสร้างนักรบเศรษฐกิจใหม่ สาขางานหัตถกรรม, การถ่ายทอดประสบการณ์ตัวอย่างความสำเร็จ/ต้นแบบการพัฒนา, การเชื่อมโยงหมู่บ้านหัตถกรรมกับผู้ประกอบการด้านการตลาดและการท่องเที่ยว
 - 3) สมาชิกสัมพันธ์และหัตถกรรมอินทรีย์ อาทิ ประชุมสมาชิกในภูมิภาค ส่งเสริมกิจกรรมหัตถกรรมอินทรีย์
 - 4) เชิดชูครูช่าง อาทิ ครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม การส่งเสริม/ต่อยอดคุณค่าครูช่าง เพิ่มศักยภาพ/ช่องทางการตลาด
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม มีเป้าหมายที่จะยกระดับงานหัตถศิลป์เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการจัดการด้านลิขสิทธิ์ และจัดทำเทรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและผลักดันให้เกิดการใช้งานอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีกิจกรรมดำเนินงานสำคัญ อาทิ
 - 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาทิ Sustainable Craft, Cross Cultural Craft : ดุนโลหะ, ผลิตภัณฑ์งานวัดศิลป์สำหรับ SACICT Craft Trend และการจัดทำ Story Telling
 - 2) ประกวดผลิตภัณฑ์ อาทิ Innovative Craft Award: ICA (Art of Nature) และการต่อยอดนักสร้างสรรค์ อาทิ วิทยากรบรรยาย, ผู้สร้างแรงบันดาลใจ, ร่วมแลกเปลี่ยนพัฒนาทักษะ
 - 3) การบริหารจัดการต้นแบบและทรัพย์สินทางปัญญา อาทิ ส่งเสริม ให้ความรู้ และจัดแจ้งทรัพย์สินทางปัญญา ร่วมกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา และจัดทำ SACICT Prototype Book
 - 4) Craft Trend อาทิ SACICT Craft Trend: ส่งเสริมการใช้ Trend ในสถาบันการศึกษา สมาชิก ศ.ศ.ป. Craft Trend in ASEAN: ร่วมคิด เสวนา เผยแพร่

- 5) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยองค์ความรู้ด้านศิลป ประกอบด้วย กิจกรรมการคัดสรรศิลปหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์สุดยอดอาเซียน (ASEAN Selection) และกิจกรรมการแลกเปลี่ยนและพัฒนาทักษะร่วมกับนักสร้างสรรค์อาเซียน
- 6) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าจากศิลปาชีพและโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

4. การขยายตลาดงานศิลปหัตถกรรม มีเป้าหมายที่จะสนับสนุนให้สมาชิกมีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ผ่านเครือข่ายงานหัตถศิลป์ทั้งในและต่างประเทศ และส่งเสริมการตลาดงานหัตถศิลป์เฉพาะกลุ่ม โดยมีกิจกรรมดำเนินงานสำคัญ อาทิ

- 1) จัดงานและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศ อาทิ อัตลักษณ์แห่งสยาม, ฝ่ายทอใจ, นวัตกรรมไทย, IICF โดยมุ่งยกระดับงาน/ผลิตภัณฑ์สู่ระดับ Premium เน้นกลุ่มเป้าหมายชัดเจน และเข้าถึง ดึงการมีส่วนร่วมของพันธมิตร
- 2) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ อาทิ Interior Lifestyles Tokyo, Maison France, Italy โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและมีอัตลักษณ์ เน้นการทำ Business Matching
- 3) ส่งเสริมการค้าและจุดจำหน่าย อาทิ Roadshow อาคารสำนักงานขนาดใหญ่ เช่น ธนาคาร เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Project sale) : โรงแรม, เพิ่ม Outlet ผ่านเครือข่ายเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ และการค้าออนไลน์ เป็นต้น
- 4) เครือข่ายงานหัตถกรรม อาทิ การขยายความร่วมมือผ่านกิจกรรมร่วม การเพิ่มเครือข่ายในกลุ่มการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา และสร้างกิจกรรมในลักษณะ CSR

ลงชื่อ

(นางอัมพวัน พิชาลัย)

ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ