



คำรับรองการปฏิบัติงาน  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ  
(องค์การมหาชน)  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550

1. คำรับรองระหว่าง

|                        |   |                |
|------------------------|---|----------------|
| นายเกริกไกร จีระแพทย์  | รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์                              | ผู้รับคำรับรอง |
| และ                    |   |                |
| นายสมพล เกียรติไพบูลย์ | ประธานกรรมการบริหาร<br>ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ | ผู้ทำคำรับรอง  |

- คำรับรองนี้เป็นคำรับรองฝ่ายเดียว มิใช่สัญญาและใช้สำหรับระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2549 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2550
- รายละเอียดของคำรับรอง ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน นำหนักตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้
- ข้าพเจ้า นายเกริกไกร จีระแพทย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ในฐานะรัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้พิจารณาและเห็นชอบกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน นำหนักตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน 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

.....

(นายเกริกไกร จิระแพทย์)  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์  
วันที่ .....

.....

(นายสมพล เกียรติไพบูลย์)  
ประธานกรรมการบริหาร  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ  
วันที่ .....



คำรับรองการปฏิบัติงาน  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ  
(องค์การมหาชน)  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550

1. คำรับรองระหว่าง

นายสมพล เกียรติไพบูลย์                      ประธานกรรมการบริหาร                      ผู้รับคำรับรอง  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

และ

นายเชมทัต สุนทรสิงห์                      ผู้อำนวยการ                      ผู้ทำคำรับรอง  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

2. คำรับรองนี้เป็นคำรับรองฝ่ายเดียว มีใช้สัญญาและใช้สำหรับระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2549 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2550
3. รายละเอียดของคำรับรอง ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน นำหนักตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้
4. ข้าพเจ้า นายสมพล เกียรติไพบูลย์ ในฐานะประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้พิจารณาและเห็นชอบกับแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน นำหนักตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่กำหนดในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้ และข้าพเจ้ายินดีจะให้คำแนะนำ กำกับ และตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของนายเชมทัต สุนทรสิงห์ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ให้เป็นไปตามคำรับรองที่จัดทำขึ้นนี้

5. ข้าพเจ้า นายเขมทัต สุคนธสิงห์ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ได้ทำความเข้าใจ คำรับรองตาม 3 แล้ว ขอให้คำรับรองกับประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศว่าจะมุ่งมั่นปฏิบัติงานให้เกิดผลงานที่ดี ตามเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวในระดับสูงสุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน ตามที่ให้คำรับรองไว้
6. ผู้รับคำรับรองและผู้ทำคำรับรอง ได้เข้าใจคำรับรองการปฏิบัติงานและเห็นพ้องกันแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ

.....

(นายสมพล เกียรติไพบูลย์)  
ประธานกรรมการบริหาร  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ  
วันที่ .....

.....

(นายเขมทัต สุคนธสิงห์)  
ผู้อำนวยการ  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ  
วันที่ .....

## แผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 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

- เป็นศูนย์กลางการส่งเสริม เผยแพร่และประกอบธุรกรรมของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- เป็นศูนย์กลางข้อมูลวิชาการ และเป็นศูนย์การเรียนรู้ข้อมูลด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและกลุ่มอาเซียน
- การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐาน คุณภาพ และคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

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 15 |
| 4. <u>มิติที่ 4</u> | มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร | ร้อยละ 15 |

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         | 15          | 1                         | 2        | 3        | 4        | 5        |
| 4. ผลคะแนนถ่วงน้ำหนักของมิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร | 15          | 1                         | 2        | 3        | 4        | 5        |
| <b>รวม</b>  | <b>100</b>  | <b>1</b>                  | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |

## ตัวชี้วัดและเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

| ประเด็นยุทธศาสตร์   | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด  | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมาย ปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |      |   | เกณฑ์การให้คะแนน |       |        |        |        | หมายเหตุ  |
|---|--|--|------------------|------------------|-------------------------------|------|---|------------------|-------|--------|--------|--------|---|
|   |  |  |                  |                  | 2547                          | 2548 | 2549  | 1                | 2     | 3      | 4      | 5      |   |
| <b>มิติที่ 1</b> มิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน <b>น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 60</b> โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้ |  |  |                  |                  |                               |      |   |                  |       |        |        |        |   |
| 1. เป็นศูนย์กลางการส่งเสริมเผยแพร่และประกอบธุรกรรมของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ  | 1. ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ      | 1. จำนวนผู้ที่เป็นสมาชิกของ ศ.ศ.ป. และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 (คน) | 5                | 10,000           | -                             | -    | N/A<br>(รอบ 6 เดือน<br>ตอบรับ<br>เป็น<br>สมาชิก<br>1,554<br>คน) | 8,000            | 9,000 | 10,000 | 11,000 | 12,000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- พิจารณาจากจำนวนผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของศ.ศ.ป. และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น ในกรณีที่ ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิก 1 คน มีส่วนร่วมในกิจกรรมฯ หลายครั้ง จะนับผลงานเท่ากับ 1 (ไม่นับซ้ำ)</li> <li>- ในการจัดเก็บข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงาน ขอให้รายงานข้อมูลผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของ ศ.ศ.ป. และมีส่วนร่วมในกิจกรรมฯ โดยแบ่งเป็นคนไทยและชาวต่างชาติ</li> </ul> |
|   | 2. ศ.ศ.ป. ช่วยให้เกิดธุรกรรมด้านงานศิลปหัตถกรรมเพิ่มขึ้น | 2. จำนวนผู้ประกอบการผลิตและการค้าที่มาใช้ช่องทางการส่งเสริมการตลาดของ ศ.ศ.ป. (ราย)                     | 5                | 50               | -                             | -    | -   | 40               | 45    | 50     | 55     | 60     |   |

| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด   | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมาย ปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |      |      | เกณฑ์การให้คะแนน |   |   |   |   | หมายเหตุ   |
|--|--|---|------------------|------------------|-------------------------------|------|------|------------------|---|---|---|---|--|
|  |  |   |                  |                  | 2547                          | 2548 | 2549 | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 1. เป็นศูนย์กลางการส่งเสริมเผยแพร่และประกอบธุรกรรมของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ   | 3. สินค้ามีช่องทางการขายเพิ่มขึ้น                            | 3. จำนวนเครือข่ายในต่างประเทศที่มีการติดต่อการค้า (ประเทศ)  | 5                | 3                | -                             | -    | -    | -                | - | 1 | 2 | 3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเทศเป้าหมายหลัก คือ ประเทศญี่ปุ่น เยอรมันและสหรัฐอเมริกา โดยมีเป้าหมายจะดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน 2550 นี้</li> </ul>  |
| 2. เป็นศูนย์กลางข้อมูลวิชาการและเป็นศูนย์การเรียนรู้ข้อมูลด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและกลุ่มอาเซียน | 1. มีระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและให้บริการด้านข้อมูล | 4. จำนวนระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยง/แลกเปลี่ยนองค์ความรู้/ให้บริการข้อมูลด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม (ระบบ) | 6                | 3                | -                             | -    | -    | 1                | - | 2 | - | 3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป้าหมาย 3 ระบบ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ศูนย์ข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>2) ศูนย์ข้อมูลวิชาการด้านศิลปหัตถกรรม</li> <li>3) เครือข่ายช่างด้านศิลปหัตถกรรม</li> </ol> </li> </ul> |



| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด  | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมาย ปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |        |        | เกณฑ์การให้คะแนน |        |        |        |        | หมายเหตุ   |
|--|--|--|------------------|------------------|-------------------------------|--------|--------|------------------|--------|--------|--------|--------|--|
|  |  |  |                  |                  | 2547                          | 2548   | 2549   | 1                | 2      | 3      | 4      | 5      |  |
| 2. เป็นศูนย์กลางข้อมูลวิชาการ และเป็นศูนย์กลางเรียนรู้ข้อมูลด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและกลุ่มอาเซียน         | 1. มีระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและให้บริการด้านข้อมูล                                 | 5. จำนวนหน่วยงานเครือข่ายที่สามารถสร้างฐานการเชื่อมโยงระบบข้อมูล (เครือข่าย)<br>5.1 ในประเทศ<br>5.2 ต่างประเทศ | 3<br>3           | 6<br>2           | -<br>-                        | -<br>- | -<br>- | 3<br>1           | 4<br>- | 5<br>2 | 6<br>- | 7<br>3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครือข่ายในที่นี้ เป็นเครือข่ายเพื่อการผลิต การจัดจำหน่าย และการพัฒนาท้องถิ่น โดยต้องเป็นเครือข่ายที่ทำงานได้จริง ทำงานอย่างต่อเนื่อง สามารถแลกเปลี่ยนสมาชิกและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้</li> </ul>  |
| 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 1. ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น (มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด) | 6. จำนวนประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่มีศักยภาพ (Product Champion) (ประเภท)        | 6                | 2                | -                             | -      | -      | -                | -      | 1      | 2      | 3      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระบวนการ               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) การค้นคว้ารูปแบบผลิตภัณฑ์</li> <li>2) การพัฒนาการออกแบบ</li> <li>3) การพัฒนากระบวนการผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ประเภท earthenware, stoneware</li> <li>4) การจัดการประกวดผลิตภัณฑ์ : ประกวดทุก 6 เดือน/ภูมิภาค ซึ่งเป็นการจัดประกวดเพื่อหา (Product Champion)</li> </ol> </li> <li>- เป้าหมายปี 50 คือ ผ้าฝ้าย เครื่องปั้นดินเผา</li> </ul> |

| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด  | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมาย ปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |      |                                     | เกณฑ์การให้คะแนน |    |    |    |    | หมายเหตุ   |   |
|--|--|--|------------------|------------------|-------------------------------|------|-------------------------------------|------------------|----|----|----|----|--|---|
|  |  |  |                  |                  | 2547                          | 2548 | 2549                                | 1                | 2  | 3  | 4  | 5  |  |   |
| 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 1. ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น (มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด) |  |                  |                  |                               |      |                                     |                  |    |    |    |    |  | - ในปี 50 นี้ ศ.ศ.ป. จะจัดเก็บข้อมูลรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป้าหมาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับประเมินผลตัวชี้วัด "ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป้าหมาย" ที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดในปี 51 ซึ่งสามารถสะท้อนต่อเป้าประสงค์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพให้ขายได้มากขึ้นได้อย่างชัดเจน |
|  |  | 7. จำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดในการประกวดระดับนานาชาติ (ผลิตภัณฑ์) | 5                | 5                | -                             | -    | N/A                                 | 3                | 4  | 5  | 6  | 7  |  |   |
|  | 8. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ  |  |                  |                  |                               |      |                                     |                  |    |    |    |    |  |   |
|  |  | 8.1 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์แล้วเสร็จ (ชนิดผลิตภัณฑ์)           | 3                | 5                | -                             | 5    | N/A (รอบ 6 เดือน = 5 ชนิดผลิตภัณฑ์) | 3                | 4  | 5  | 6  | 7  | ● - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของ ศ.ศ.ป. จะใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เป็นฐานและเพิ่มเติมอีก 4 ข้อ ดังนี้ |   |
|  |  | 8.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่ได้มาตรฐาน (ผลิตภัณฑ์)                              | 5                | 15               | -                             | -    | N/A                                 | 9                | 12 | 15 | 18 | 21 | 1) ต้องใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ หรือ วัสดุสังเคราะห์น้อยที่สุด และต้องเป็นไม่เป็นพิษ (Non-toxic)                                       |   |

| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมายปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |      |      | เกณฑ์การให้คะแนน |   |   |   |   | หมายเหตุ  |
|--|--|-----------|------------------|-----------------|-------------------------------|------|------|------------------|---|---|---|---|---|
|  |  |           |                  |                 | 2547                          | 2548 | 2549 | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 |   |
| 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 2. ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้ |           |                  |                 |                               |      |      |                  |   |   |   |   | <p>2) กระบวนการผลิตไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม (Non-pollution)</p> <p>3) ผลิตโดยช่างฝีมือที่มีทักษะ</p> <p>4) สามารถบ่งบอกถึง Inspiration และ Originality</p> <p>- ในการรับรองมาตรฐาน จะดำเนินการโดยคณะทำงานที่แต่งตั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้แทน สมอ. กรมส่งเสริมการส่งออก ศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ ฯลฯ</p> <p>- สำหรับการสร้าง Branding ศ.ศ.ป. ขอรับข้อสังเกตจากคณะกรรมการฯ เพื่อกำหนดเป็นแผนงานในปี 51 ต่อไป</p> <p>- คณะกรรมการฯ มีข้อสังเกตเพิ่มเติม ดังนี้</p> <p>1) การ positioning กลุ่มเป้าหมาย ขอให้ ศ.ศ.ป. positioning ให้ชัดเจน โดยอาจ promote งานจากตัวศิลปินเป็นหลัก</p> |

| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด   | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมาย ปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |      |                                  | เกณฑ์การให้คะแนน |     |     |   |   | หมายเหตุ  |
|--|--|---|------------------|------------------|-------------------------------|------|----------------------------------|------------------|-----|-----|---|---|---|
|  |  |   |                  |                  | 2547                          | 2548 | 2549                             | 1                | 2   | 3   | 4 | 5 |   |
| 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 2. ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้ |   |                  |                  |                               |      |                                  |                  |     |     |   |   | 2) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยการสร้าง Story เพื่อแสดงถึงเหตุผลที่มา คุณค่าของงานนั้นๆ ซึ่ง Story ที่สร้างขึ้นไม่จำเป็นต้องมาจากรรณคดีเพียงอย่างเดียว อาจนำมาจากรรณชาติของคน ตะวันออก เป็น story ที่สะท้อนความเป็นตะวันออก เป็นต้น ทั้งนี้ขอให้ผู้นำประเด็นนี้ไปกำหนดเป็นตัวชี้วัดในปี 51 ด้วย (จำนวนเรื่อง/background ของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้น)                  |
|  |  | 9. มาตรฐานช่างฝีมือ   |                  |                  |                               |      |                                  |                  |     |     |   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มาตรฐานช่างฝีมือ จะใช้มาตรฐานของ ศ.ศ.ป. ในข้อที่ 3 เป็นตัวตั้งคือ ผลิตโดยช่างฝีมือที่มีทักษะรวมทั้งสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้จริง</li> <li>- ช่างฝีมือศิลปหัตถกรรมที่ผ่านการรับรอง หมายถึง ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดและได้รับหนังสือรับรอง โดย ศ.ศ.ป. กำหนดเป้าหมายจำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งหมด 140 คน ดังนี้</li> </ul> |
|  |  | 9.1 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จัดทำมาตรฐานช่างฝีมือแล้วเสร็จ (ประเภทช่าง) | 3                | 5                | -                             | 3    | N/A (รอบ 6 เดือน = 3 ประเภทช่าง) | 3                | 4   | 5   | 6 | 7 |   |
| 9.2 จำนวนช่างฝีมือศิลปหัตถกรรมที่ผ่านการรับรอง (คน)  | 5  | 120   | -                | -                | N/A                           | 100  | 110                              | 120              | 130 | 140 |   |   |   |

| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด  | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมาย ปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |       |      | เกณฑ์การให้คะแนน |    |    |    |    | หมายเหตุ  |
|--|--|--|------------------|------------------|-------------------------------|-------|------|------------------|----|----|----|----|---|
|  |  |  |                  |                  | 2547                          | 2548  | 2549 | 1                | 2  | 3  | 4  | 5  |   |
| 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ                                   | 2. ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้ |  |                  |                  |                               |       |      |                  |    |    |    |    | 1) โครงการเครื่องประดับเงิน-ทอง 50 คน<br>2) โครงการช่างเขียนลายกระเบื้องเคลือบ 20 คน<br>3) โครงการช่างจักสาน 20 คน<br>4) โครงการเขียนภาพสีน้ำมัน 50 คน  |
|  |  | 10. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ราย) | 6                | 25               | -                             | -     | N/A  | 15               | 20 | 25 | 30 | 35 | - ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ผลิตและผู้ขายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม<br>- มาตรฐานของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้<br>ส่วนที่ 1 : คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ประกอบการ<br>ส่วนที่ 2 : การจัดการและความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการ |
| <b>มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 10 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้</b> |  |  |                  |                  |                               |       |      |                  |    |    |    |    |   |
|  |  | 11. ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ         | 10               |                  | -                             | 81.33 | N/A  | 65               | 70 | 75 | 80 | 85 | - ศ.ศ.ป. แจ่งกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการในปี 50 โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้<br>1) กลุ่มช่างฝีมือ<br>2) กลุ่มผู้ผลิต (นิติบุคคล)<br>3) กลุ่มผู้สนับสนุน<br>4) กลุ่มลูกค้า<br>5) กลุ่มผู้ประกอบการ/ผู้จำหน่าย                      |

| ประเด็นยุทธศาสตร์   | เป้าประสงค์  | ตัวชี้วัด   | น้ำหนัก (ร้อยละ) | เป้าหมายปี 2550 | ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data) |       |                                     | เกณฑ์การให้คะแนน |    |    |    |     | หมายเหตุ  |
|---|--|---|------------------|-----------------|-------------------------------|-------|-------------------------------------|------------------|----|----|----|-----|---|
|   |  |   |                  |                 | 2547                          | 2548  | 2549                                | 1                | 2  | 3  | 4  | 5   |   |
| <b>มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน</b> น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 15 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้         |  |   |                  |                 |                               |       |                                     |                  |    |    |    |     |   |
| 1. เป็นศูนย์กลางการส่งเสริมเผยแพร่และประกอบธุรกรรมของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ  | 4. ใช้ทรัพยากรสินและทรัพยากรให้ตรงตามวัตถุประสงค์และพันธกิจของศ.ศ.ป. | 12. อัตราเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในการสร้างองค์ความรู้และการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น | 5                | 10              | -                             | -     | -                                   | 6                | 8  | 10 | 12 | 14  |   |
|   |  | 13. ร้อยละของงบประมาณที่สามารถประหยัดได้  | 5                | 5               | -                             | 32.13 | N/A                                 | 1                | 2  | 3  | 4  | 5   |   |
|   | 1. ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น               | 14. จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาครบกระบวนการ (ชนิดผลิตภัณฑ์)                           | 5                | 5               | -                             | -     | N/A (รอบ 6 เดือน = 3 ชนิดผลิตภัณฑ์) | 3                | 4  | 5  | 6  | 7   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระบวนการ หมายถึง การผลิต การปรับมาตรฐานให้ดีขึ้นและการพัฒนาด้านการตลาด (ไม่นับรวมการออกแบบผลิตภัณฑ์)</li> </ul>                 |
| <b>มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร</b> น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 15 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้ |  |   |                  |                 |                               |       |                                     |                  |    |    |    |     |   |
|   |  | 15. ระดับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการ   | 10               | 5               | -                             | 5     | N/A                                 | 1                | 2  | 3  | 4  | 5   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นตัวชี้วัดร่วมตามกรอบการประเมินผลปี 50 ขององค์การมหาชน ซึ่งกำหนดน้ำหนักและเกณฑ์การให้คะแนนเหมือนกันทุกองค์การมหาชน</li> </ul> |
|   |  | 16. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการในการพัฒนาระบบบริหารความรู้ภายในองค์กร     | 5                | 90              | -                             | -     | N/A                                 | 80               | 85 | 90 | 95 | 100 |   |
|   |  | <b>น้ำหนักรวม</b>   | <b>100</b>       |                 |                               |       |                                     |                  |    |    |    |     |   |