

แผนปฏิบัติการ ๔ ปี พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๕



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

## คำนำ

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) (ศ.ศ.ป.) จัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ตลอดระยะเวลาดำเนินงานที่ผ่านมา ศ.ศ.ป. ให้การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมาตรฐานและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้ตรงตามความต้องการของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมด้านงานศิลปหัตถกรรมให้กับสมาชิก ศ.ศ.ป. และเครือข่ายการค้า นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังได้ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตลาดและยกระดับผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล

เพื่อให้การกำหนดทิศทางการดำเนินงานของ ศ.ศ.ป. สอดคล้องตามแผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๕ ศ.ศ.ป. จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๕ ขึ้น เพื่อเป็นกลไกหนึ่งในการสนับสนุนและผลักดันประเด็นนโยบายเศรษฐกิจในการปรับโครงสร้างภาคการตลาด การค้า การลงทุน ในการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อรักษาตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ของรัฐบาล และเพื่อให้การดำเนินงานของ ศ.ศ.ป. บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเจตนารมณ์ในการจัดตั้งองค์กรต่อไป

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
สารบัญ	
วิสัยทัศน์	๔
ค่านิยมองค์กร	๔
อำนาจหน้าที่ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง ศ.ศ.ป. พ.ศ. ๒๕๔๖	๔
ประเด็นยุทธศาสตร์	๕
เป้าประสงค์	๕
ความเชื่อมโยงระหว่างแผนบริหารราชการแผ่นดิน ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ และประเด็นยุทธศาสตร์ ศ.ศ.ป.	๖
กลยุทธ์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายการดำเนินงาน	๗
แผนปฏิบัติราชการ ๔ ปี ก.พ.ร./ส.ง.ป.	๑๑

## วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์  
ศิลปาชีพไทย ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก

## ค่านิยมองค์กร

ภักดี สามัคคี มีคุณธรรม นำ ศ.ศ.ป. สู่ความเป็นเลิศ

## อำนาจหน้าที่

ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ  
ระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๕๖

**ศูนย์**ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่าง  
ประเทศ (องค์การมหาชน) เป็น  
องค์การมหาชนในสังกัดกระทรวง

พาณิชย์ มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์  
ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ  
และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมี  
อำนาจหน้าที่หลัก ดังนี้

๑. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรม  
พื้นบ้าน
๒. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริม  
ภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
๓. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศและ  
ต่างประเทศ
๔. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต  
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์  
เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
๕. พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและ  
การตลาด
๖. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ

## ประเด็นยุทธศาสตร์

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๕ ศูนย์ส่งเสริม

ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มุ่งส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในงานศิลปหัตถกรรม (ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/ช่าง/องค์ความรู้) และผลักดันให้มีต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตลาด เพื่อนำเสนอและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดโลก พร้อมสู่ความเป็นศูนย์กลางงานหัตถกรรม จึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

๑. พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
๒. ยกกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ
๓. เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม
๔. จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม

## เป้าประสงค์หลัก เชิงยุทธศาสตร์

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

กำหนดเป้าประสงค์หลักเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

๑. ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด
๒. ช่างฝีมือและครูช่างได้รับการส่งเสริมความรู้ ความชำนาญ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานเชิงอนุรักษ์และสะสม
๓. การค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
๔. เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลศิลปหัตถกรรม เพื่อช่างฝีมือ ผู้ประกอบการ นักศึกษา และผู้สนใจนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

ความเชื่อมโยงระหว่างแผนบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๔  
 ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์กระทรวงพาณิชย์ และประเด็นยุทธศาสตร์ และ  
 เป้าหมายการให้บริการ ศ.ศ.ป.

แผนบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๔

**นโยบายเศรษฐกิจ: การตลาด การค้า และการลงทุน**

เป้าหมาย: รักษาตลาดเดิม และขยายการส่งออกไปตลาดใหม่



<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓</b>	<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕</b>
การสร้างมูลค่าสินค้าและบริการ	การพัฒนาตลาดและยกระดับสู่สากล
<b>เป้าประสงค์</b>	<b>เป้าประสงค์</b>
สินค้าและบริการมีศักยภาพในการ รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	การค้าระหว่างประเทศ ขยายตัวอย่างมั่นคง



**ประเด็นยุทธศาสตร์ ศ.ศ.ป.**

๑. พัฒนาระบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
๒. ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ
๓. เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม
๔. จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม

**เป้าหมายการบริการ ศ.ศ.ป.**

ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่มที่ตรงตามความต้องการของตลาด  
 และได้รับการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

## กลยุทธ์ ตัวชี้วัดและเป้าหมายการดำเนินงาน

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑

#### พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม

##### เป้าประสงค์

ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด

##### กลยุทธ์หลัก

สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม โดยมุ่งเน้นมาตรฐาน คุณภาพ และคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาด ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย ได้แก่ ผ้าไหม – ผ้าฝ้าย เครื่องเงิน – ทอง เซรามิค และ จักสานไม้ไผ่ และผลักดันการพัฒนางานต้นแบบ (Prototype) ไปสู่กระบวนการผลิตในเชิงพาณิชย์ โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

๑. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์
๒. เสริมสร้างและพัฒนาศูนย์การเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อผลักดัน ศ.ศ.ป. ให้เป็นศูนย์กลางการออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
๓. สนับสนุนการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญาผลงานศิลปหัตถกรรม

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
	๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕
จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย ได้รับการเพิ่มมูลค่าด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์และจำหน่ายได้	๓๐ ชนิด	๓๖ ชนิด	๔๒ ชนิด	๔๒ ชนิด
จำนวนลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา	๑๒ ชิ้นงาน	๑๕ ชิ้นงาน	๑๘ ชิ้นงาน	๑๘ ชิ้นงาน

## ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒

### ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลป์อาชีพ

<b>เป้าประสงค์</b>	ช่างฝีมือและครูช่างได้รับการส่งเสริมความรู้ ความชำนาญ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานเชิงอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items)
--------------------	--

#### กลยุทธ์หลัก

พัฒนาช่างฝีมือระดับครูช่างให้มีทักษะเพียงพอต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ทั้งเพื่อผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดทั่วไป (Mass Market) และผลิตภัณฑ์เพื่อการสะสม (Collectable items) โดยมุ่งต่อยอดการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมที่ ศ.ศ.ป.ให้การส่งเสริมได้แก่ ช่างจักสานไม้ไผ่ ช่างทอผ้าทอมือ (ผ้าไหม – ผ้าฝ้าย) ช่างเครื่องเงิน – เครื่องทอง โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

๑. ยกระดับความรู้ ความชำนาญช่างฝีมือศิลปหัตถกรรม
๒. เสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ และทักษะ “เทคนิคการถ่ายภาพ” สำหรับครูช่าง
๓. สนับสนุนครูช่างในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมเพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
	๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕
จำนวนครูช่างที่ผ่านการรับรองในหลักสูตรการอบรมด้านการยกระดับฝีมือช่างศิลปหัตถกรรม	๓๐ ราย	๓๕ ราย	๔๐ ราย	๔๐ ราย
จำนวนผลงานของครูช่างที่ได้รับการยกระดับเป็นผลงานเพื่อการอนุรักษ์และเพื่อการสะสม (Collectable items)	๕ ผลงาน	๗ ผลงาน	๙ ผลงาน	๙ ผลงาน



ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓

เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม

เป้าประสงค์	การค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
-------------	--

กลยุทธ์หลัก

ศ.ศ.ป.มุ่งส่งเสริมและผลักดันในการนำผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมไปขยายผลในเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเจาะตลาดในประเทศและต่างประเทศ ผ่านกลุ่มธุรกิจองค์กร และมุ่งเน้นความร่วมมือกับภาครัฐในการขยายช่องทางการจำหน่ายตลาดต่างประเทศ โดยเสริมสร้างศักยภาพด้านการผลิตให้กับศูนย์ศิลปาชีพต่าง ๆ ให้เป็นหน่วยผลิตให้กับ ศ.ศ.ป. การเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันให้กับสมาชิก ศ.ศ.ป. และส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม โดยมีการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม เพื่อการนำเสนอและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดโลกและให้ได้รับการยอมรับทั่วโลก โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

๑. พัฒนาเครือข่ายการค้าในประเทศและต่างประเทศ
๒. ขยายจุดแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ
๓. เพิ่มความแข็งแกร่งของเครือข่ายสมาชิกสัมพันธ์ ด้วยการจัดกิจกรรมการตลาด การสื่อสารการตลาด และส่งเสริมและพัฒนาสมาชิก ศ.ศ.ป.
๔. การจัดการประกวดผลงานศิลปหัตถกรรม

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
	๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย (จักสาน เครื่องเงิน – ทอง ผ้าไหม – ผ้าฝ้าย และเซรามิก)	ร้อยละ ๑๐	ร้อยละ ๑๐	ร้อยละ ๑๐	ร้อยละ ๑๐

## ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔

### การจัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม

#### เป้าประสงค์

เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลศิลปหัตถกรรม เพื่อช่างฝีมือ ผู้ประกอบการ นักศึกษา และผู้สนใจนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

#### กลยุทธ์หลัก

เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการจัดการองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมเพื่อการอนุรักษ์และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นฐานการเรียนรู้ของผู้สนใจ โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

๑. การเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านข้อมูลศิลปหัตถกรรม ด้วยการให้บริการผ่านระบบ E-Library การบริการห้องสมุด การจัดเก็บประวัติครูช่างในสาขาต่างๆ เพื่อการอนุรักษ์และสืบสานงานศิลปหัตถกรรม และการจัดทำรายงานสถานการณ์การพัฒนาและการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
๒. การให้บริการหอนิทรรศการศิลปหัตถกรรม

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
	๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕
จำนวนข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมที่เผยแพร่ใน E-Library	๕๐ เรื่อง	๘๐ เรื่อง	๑๑๐ เรื่อง	๑๑๐ เรื่อง
จำนวนสมาชิก ศ.ศ.ป.ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการสืบสานงานศิลปหัตถกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น	๕๐ ราย	๗๕ ราย	๑๐๐ ราย	๑๐๐ ราย

แผนปฏิบัติการ ๔ ปี ก.พ.ร./ส.ง.ป.

**แผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2552 – 2555**  
**ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กระทรวงพาณิชย์**

**วิสัยทัศน์** เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก

**พันธกิจตามกฎหมาย/ภารกิจหลักของหน่วยงาน**

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

**ค่านิยมองค์กร: รักดี สามัคคี มีคุณธรรม นำ ศ.ศ.ป. สู่ความเป็นเลิศ**

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4
พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม	ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ	เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม
<b>เป้าประสงค์</b>	<b>เป้าประสงค์</b>	<b>เป้าประสงค์</b>	<b>เป้าประสงค์</b>
ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด	ช่างฝีมือและครูช่างได้รับการส่งเสริมความรู้ ความชำนาญ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานเชิงอนุรักษ์และเพื่อการสะสม	การค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลศิลปหัตถกรรม เพื่อช่างฝีมือผู้ประกอบการ นักศึกษา และผู้สนใจนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์
<b>ตัวชี้วัดและเป้าหมาย</b>	<b>ตัวชี้วัดและเป้าหมาย</b>	<b>ตัวชี้วัดและเป้าหมาย</b>	<b>ตัวชี้วัดและเป้าหมาย</b>
1. จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายได้รับการเพิ่มมูลค่าด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ และจำหน่ายได้ (ชนิด) (30/36/42/42)	1. จำนวนครูช่างที่ผ่านการรับรองในหลักสูตรการอบรมด้านการยกระดับฝีมือช่างศิลปหัตถกรรม (ราย) (30/35/40/40)	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าศิลปาชีพในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย ร้อยละ 10	1. จำนวนข้อมูลงานศิลป์ฯ ที่เผยแพร่ใน E-library (เรื่อง) (50/80/110/110)
2. จำนวนลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน (ชิ้นงาน) (12/15/18/18)	2. จำนวนผลงานของครูช่างที่ได้รับยกระดับเป็นผลงานเพื่อการสะสม (Collectable items) และอนุรักษ์ (ผลงาน) (5/7/9/9)		2. จำนวนสมาชิกศิลปาชีพที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการสืบสานงานศิลปหัตถกรรมที่ ศ.ศ.ป.จัดขึ้น (ราย) (50/75/100/100)
<b>กลยุทธ์</b>	<b>กลยุทธ์</b>	<b>กลยุทธ์</b>	<b>กลยุทธ์</b>
1. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	1. พัฒนาความรู้ ความชำนาญและฝีมือช่าง	1. พัฒนาเครือข่ายการค้าในประเทศและต่างประเทศ	1. เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านข้อมูลศิลปหัตถกรรม
2. เสริมสร้างและพัฒนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	2. เสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ และทักษะ "เทคนิคการถ่ายทอด" สำหรับครูช่าง	2. ขยายจุดแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ	2. ให้บริการหอเกียรติยศศิลปหัตถกรรม
3. จัดแจ้งลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญา	3. สนับสนุนครูช่างในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมเพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items)	3. เพิ่มความแข็งแกร่งของเครือข่ายสมาชิกสัมพันธ์ ด้วยกิจกรรมการตลาด การสื่อสารการตลาด และพัฒนาสมาชิก ศ.ศ.ป.	
		4. การจัดการประกวดผลงานศิลปหัตถกรรม	
<b>โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม</b>	<b>โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม</b>	<b>โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม</b>	<b>โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม</b>
1. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม	1. ขยายเครือข่ายการค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายตลาดในและต่างประเทศ	1. พัฒนาเครือข่ายการค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายตลาดในและต่างประเทศ	1. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการให้บริการข้อมูลศิลปหัตถกรรม
2. พัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาด และส่งเสริมกิจกรรมสมาชิกศิลปหัตถกรรม	2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาด และส่งเสริมกิจกรรมสมาชิกศิลปหัตถกรรม	2. ให้บริการหอเกียรติยศศิลปหัตถกรรม
3. สนับสนุนการจดทะเบียนลิขสิทธิ์งานศิลปหัตถกรรม	3. จัดประกวดผลงานศิลปหัตถกรรม	3. จัดประกวดผลงานศิลปหัตถกรรม	3. จัดทำรายงานสถานการณ์การพัฒนาและการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม

แผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2552-2555

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

วิสัยทัศน์ : เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก

พันธกิจตามกฎหมาย/ภารกิจหลักของหน่วยงาน : 1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
3. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาด
6. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย					กลยุทธ์	โครงการ ผลผลิต/กิจกรรม	วงเงินงบประมาณ ปี (ล้านบาท)					เข้าภาพ
			52	53	54	55	52-55			52	53	54	55	52-55	
1. พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม	ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด	1.จำนวนผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายได้รับการเพิ่มมูลค่าด้านการออกแบบและจำหน่ายได้ (ชนิด) 2.ผลงานศิลปาชีพที่ได้รับการจัดแจ้งสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (ชิ้นงาน)	30	36	42	42	150	1. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม 2. เสริมสร้างและพัฒนาการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 3. จัดแจ้งลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญา	1. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม 2. พัฒนากิจกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 3. สนับสนุนการจัดแจ้งสิทธิงานศิลปหัตถกรรม	20.30	26.00	33.80	43.94	124.04	ศ.ศ.ป.
2. ยกกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ	ช่างฝีมือและครูช่างได้รับการส่งเสริมความรู้ ความชำนาญเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเชิงอนุรักษ์และสะสม	1.จำนวนครูช่างที่ผ่านการรับรองในหลักสูตรการอบรมด้านการยกระดับฝีมือช่างศิลปหัตถกรรม (ราย) 2. จำนวนผลงานของครูช่างที่ได้รับการยกระดับเป็นผลงาน เพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items) (ผลงาน)	30	35	40	40	145	1. พัฒนาความรู้ ความชำนาญและฝีมือช่าง 2. เสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ และทักษะ "เทคนิคการถ่ายทอด" สำหรับครูช่าง 3. สนับสนุนครูช่างในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมเพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items)	ยกระดับความรู้ ความชำนาญช่างศิลปหัตถกรรม	7.50	8.50	11.05	14.37	41.42	ศ.ศ.ป.
3. เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	การค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย	10	10	10	10	10	1. พัฒนาเครือข่ายการค้าในประเทศและต่างประเทศ 2. ขยายจุดแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ 3. เพิ่มความแข็งแกร่งของเครือข่ายสมาชิกสัมพันธ์ ด้วยการจัดกิจกรรมการตลาด สื่อสารการตลาด และพัฒนาสมาชิก ศ.ศ.ป. 4. การจัดการประกวดผลงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	1. พัฒนาเครือข่ายการค้า และขยายช่องทางการจำหน่ายตลาดในและต่างประเทศ 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาด และกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์ 3. จัดประกวดผลงานศิลปหัตถกรรม	40.95	45.40	59.02	76.73	222.10	

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย					กลยุทธ์	โครงการ ผลผลิต/กิจกรรม	วงเงินงบประมาณ ปี (ล้านบาท)					เจ้าภาพ
			52	53	54	55	52-55			52	53	54	55	52-55	
4. จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม	เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลศิลปะหัตถกรรม เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาหรือธุรกิจ	1.จำนวนข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมที่เผยแพร่ใน e-library 2.จำนวนสมาชิกศิลปอาชีพที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการสืบสานงานศิลปหัตถกรรมที่ ศ.ศ.ป.จัดขึ้น	50	80	110	110	350	1. เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านข้อมูลศิลปหัตถกรรม 2. ให้บริการหอสมุดศิลปหัตถกรรม	1. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการให้บริการข้อมูลศิลปหัตถกรรม 2. ให้บริการหอสมุดศิลปหัตถกรรม 3. จัดทำรายงานสถานการณ์การพัฒนาและการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม	13.00	17.00	22.10	28.73	80.83	ศ.ศ.ป.
5. การพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล	ทรัพยากรบุคคลได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น	พนักงานผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ • ระดับปฏิบัติการ • ระดับบริหารไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมง	15	15	15	15	15	เพิ่มขีดความสามารถและภาวะผู้นำสำหรับพนักงานปฏิบัติการ	การพัฒนาความรู้ในการปฏิบัติงาน	2.98	2.50	3.25	4.23	12.95	ศ.ศ.ป.
									พัฒนาผลิตภัณฑ์และช่างฝีมือศิลปอาชีพมูลนิธิส่งเสริมศิลปอาชีพฯ	45.00	80.00	104.00	135.20	364.20	ศ.ศ.ป.
									รายจ่ายขั้นต่ำ	72.63	74.00	96.20	125.06	367.89	ศ.ศ.ป.
<b>รวมทั้งสิ้น</b>										<b>202.35</b>	<b>253.40</b>	<b>329.42</b>	<b>428.25</b>	<b>1,213.42</b>	

## แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. 2552

### ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

วิสัยทัศน์ : เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก

พันธกิจตามกฎหมาย/ภารกิจหลักของหน่วยงาน : 1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
3. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาศูนย์บริการบริหารจัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาด
6. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ ผลผลิต/กิจกรรม	งบ ประมาณ	เข้าภาพ
1. พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม	ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด	1. จำนวนผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายได้รับการเพิ่มมูลค่าด้านการออกแบบและจำหน่ายได้ (ชนิด)  2. ผลงานศิลปาชีพที่ได้รับการจัดแจ้งสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (ชิ้นงาน)  3. จำนวนผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่ได้มาตรฐาน (ผลิตภัณฑ์)	30  12  40	1. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม  2. เสริมสร้างและพัฒนาการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  3. จัดแจ้งลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญา	<b>พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม</b> 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม (ผ้าไหม - ผ้าข, เครื่องเงิน - ทอง, เซรามิก) 2. สร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ 3. พัฒนากิจกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 4. สนับสนุนการจัดแจ้งลิขสิทธิ์งานศิลปหัตถกรรม	20.30	ศ.ศ.ป.
2. ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ	ช่างฝีมือและครูช่างได้รับการส่งเสริมความรู้ ความชำนาญ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานเชิงอนุรักษ์และสะสม	1. จำนวนครูช่างที่ผ่านการรับรองในหลักสูตรการอบรมด้านการยกระดับฝีมือช่างศิลปหัตถกรรม (ราย)  2. จำนวนผลงานของครูช่างที่ได้รับยกระดับเป็นผลงานเพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items) (ผลงาน)	30  5	1. พัฒนาความรู้ ความชำนาญและฝีมือช่าง  2. เสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ และทักษะ "เทคนิคการถ่ายทอด" สำหรับครูช่าง  3. สนับสนุนครูช่างในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมเพื่อการอนุรักษ์ และเพื่อการสะสม (Collectable items)	<b>ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ</b> 1. ยกระดับความรู้ ความชำนาญช่างศิลปหัตถกรรมระดับครูช่าง (จักสาน ไม้ไผ่, ฝ้ายทอมือ (ผ้าไหม - ผ้าฝ้าย), เครื่องเงิน - ทอง และช่างศิลปาชีพ (ช่างทั่วไป)	7.50	ศ.ศ.ป.
3. เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	การค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย  2. จำนวนจุดแสดงและจำหน่ายสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมในต่างประเทศ (แห่ง)	10  3	1. พัฒนาเครือข่ายการค้าในประเทศและต่างประเทศ  2. ขยายจุดแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ  3. เพิ่มความแข็งแกร่งของเครือข่ายสมาชิกสัมพันธ์  4. พัฒนาศูนย์จัดการกิจกรรมการตลาด สื่อสารการตลาด และพัฒนาสมาชิก ศ.ศ.ป.  5. การจัดการประกวดผลงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	<b>เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม</b> 1. พัฒนาเครือข่ายการค้า และขยายช่องทางการจำหน่ายตลาดในและต่างประเทศ 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาด และส่งเสริมกิจกรรมสมาชิกศิลปหัตถกรรม 3. จัดประกวดผลงานศิลปหัตถกรรม	40.95	

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กลยุทธ์	โครงการ ผลผลิต/กิจกรรม	งบ ประมาณ	เจ้าภาพ
		3. จำนวนผู้ประกอบการผลิตและการค้าที่มาใช้ช่องทางการส่งเสริมการตลาดของ ศ.ศ.ป. (ราช)	140				
4. จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม	เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลศิลปะ หัตถกรรม เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาหรือธุรกิจ	1. จำนวนข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมที่เผยแพร่ใน e-library 2. จำนวนสมาชิกศิลปอาชีพที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการศึกษา งานศิลปหัตถกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น	50 50	1. เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านข้อมูลศิลปหัตถกรรม 2. ให้บริการหอניתรรศการศิลปหัตถกรรม	<b>จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม</b> 1. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการให้บริการข้อมูลศิลปหัตถกรรม 2. ให้บริการหอניתรรศการศิลปหัตถกรรม 3. จัดทำรายงานสถานการณ์การพัฒนาและการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม	13.00	ศ.ศ.ป.
5. การพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล	ทรัพยากรบุคคลได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น	พนักงานผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ • ระดับปฏิบัติการ • ระดับบริหาร ไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมง	15 12	เพิ่มขีดความสามารถและภาวะผู้นำสำหรับพนักงานปฏิบัติการ	การพัฒนาความรู้ในการปฏิบัติงาน	2.98	ศ.ศ.ป.
					พัฒนาผลิตภัณฑ์และช่างฝีมือศิลปอาชีพ มูลนิธิส่งเสริมศิลปอาชีพฯ	45.00	ศ.ศ.ป.
					รายจ่ายขั้นต่ำ	72.63	ศ.ศ.ป.
<b>รวมทั้งสิ้น</b>						<b>202.35</b>	



## แบบการจัดทำแผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2552-2554

### กระทรวงพาณิชย์

#### ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

วิสัยทัศน์ เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทย  
ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก

#### พันธกิจ

1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรม  
พื้นบ้าน
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริม  
ภาพลักษณ์  
การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
3. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศและ  
ต่างประเทศ
4. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่าย  
ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่  
ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและ  
การตลาด
6. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

นโยบาย	กลยุทธ์/วิธีดำเนินการ (ที่กำหนดในแผนการ บริหารราชการแผ่นดิน)	เป้าหมายการให้บริการ กระทรวง/หน่วยงาน
นโยบายที่ 4 นโยบายปรับ โครงสร้างเศรษฐกิจ ประเด็นนโยบาย (ย่อย) ที่ 4.2.4 นโยบายการตลาด การค้าและการลงทุน เป้าหมายเชิงนโยบาย ▪ รักษาตลาดเดิมและขยาย การส่งออกในตลาดใหม่	▪ <u>กลยุทธ์:</u> - ดำเนินมาตรการ เชิงรุกเพื่อรักษาตลาด เดิมและสร้างตลาด ใหม่	▪ <u>เป้าหมายการให้บริการ</u> <u>กระทรวง:</u> การส่งออก ตลาดใหม่ขยายตัวต่อเนื่อง และรักษาตลาดเดิม

นโยบาย	กลยุทธ์/วิธีดำเนินการ (ที่กำหนดในแผนการ บริหารราชการแผ่นดิน)	เป้าหมายการให้บริการ กระทรวง/หน่วยงาน
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>ตัวชี้วัด</b></li> <li>- มูลค่าการส่งออกไปตลาดใหม่เพิ่มขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ๆ มุ่งสู่สากล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>เป้าหมายการให้บริการ</b> <u>ศ.ศ.ป.</u>: ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่มที่ตรงตามความต้องการของตลาด และได้รับการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก</li> <li>■ <b>ตัวชี้วัด:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมเพิ่มขึ้น</li> <li>- จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายได้รับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์</li> <li>- จำนวนข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมที่เผยแพร่ ใน e-library</li> <li>- จำนวนลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา</li> </ul> </li> </ul>



**แผนปฏิบัติการราชการประจำปี พ.ศ. 2552 (แบบ ผปร.03)**

หน่วยงาน: ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กระทรวงพาณิชย์  
 นโยบายที่ 4 นโยบายเศรษฐกิจ  
 ประเด็นนโยบาย(ย่อย) ที่ 4.2.4 นโยบายการตลาด การค้าและการลงทุน

เป้าหมายเชิงนโยบาย	เป้าหมายการให้บริการกระทรวง/หน่วยงาน	ค่าเป้าหมายของตัวชี้วัด			ผลผลิต/โครงการ	บึงประมาณ/ แหล่งเงิน(ล้านบาท)					
		หน่วยนับ	2552	2553		2552			2553		
						งบป.	นอกงบป.	รวม	งบป.	นอกงบป.	รวม
<b>รวมทั้งสิ้น</b>					<b>202.3515</b>	<b>0.0000</b>	<b>202.3515</b>	<b>253.4000</b>	<b>0</b>	<b>253.400</b>	
<b>รักษาตลาดเดิมและขยายการส่งออกไปตลาดใหม่</b> <input type="checkbox"/> ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อรักษาตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ <input type="checkbox"/> ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ฯ มุ่งสู่สากล  <b>1. เป้าหมายการให้บริการ : การค้าระหว่างประเทศขยายตัวอย่างมั่นคง</b> กระทรวงพาณิชย์ - ตัวชี้วัด มูลค่าการส่งออกไปตลาดใหม่เพิ่มขึ้น  <b>1.1 เป้าหมายการให้บริการ : ผลิตภัณ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่มที่ตรงตามความต้องการของตลาดและได้รับการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นที่ยอมรับหลายในตลาดโลก</b>  หน่วยงาน ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) - จำนวนชนิดผลิตภัณ์ในกลุ่มผลิตภัณ์ที่เป้าหมายได้รับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณ์หรือบรรจุภัณ์และจำหน่ายได้ - จำนวนลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา - จำนวนครูช่างที่ผ่านการรับรองในหลักสูตรการอบรมด้านการยกระดับฝีมือช่างศิลปหัตถกรรม - จำนวนผลงานของครูช่างที่ได้รับการยกระดับเป็นผลงานเพื่อการอนุรักษ์และเพื่อการสะสม (Collectable items) - ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม - จำนวนข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมที่เผยแพร่ใน E-Library - จำนวนสมาชิก ศ.ศ.ป. ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการสืบสานงานศิลปหัตถกรรมที่ ศ.ศ.ป. จัดขึ้น											
		ชนิด	30	36	1.1.1 ผลผลิต: ผลิตภัณ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับหลายในตลาดโลก						
		ชิ้นงาน	12	15	โครงการ: - พัฒนาต้นแบบผลิตภัณ์และบรรจุภัณ์ศิลปหัตถกรรม	20.3000		20.3000	26.0000		26.0000
		รายงาน	30	35	- ยกระดับความรู้และความชำนาญของช่างศิลปาชีพ	7.5000		7.5000	8.5000		8.5000
		ผลงาน	5	7	- เพิ่มช่องทางการค้าผลิตภัณ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม	40.9500		40.9500	45.4000		45.4000
		ร้อยละ	10	10	- จัดทำองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม	13.0000		13.0000	17.0000		17.0000
		เรื่อง	50	80	- พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	2.9758		2.9758	2.5000		2.5000
		ราย	50	75	- พัฒนาผลิตภัณ์และช่างฝีมือศิลปาชีพ มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ	45.0000		45.0000	80.0000		80.0000
				- ระบายชิ้นต่ำ	72.6257		72.6257	74.0000		74.0000	

หมายเหตุ : 1. เงินนอกงบประมาณให้ระบุแหล่งที่มาของเงิน เช่น เงินกู้ภายใน-นอกประเทศ เงินช่วยเหลือ เงินรายได้ นวัตกรรมทางการเงิน เป็นต้น

สำนักงบประมาณ  
 กุมภาพันธ์ 2552