

# แผนปฏิบัติการ 4 ปี

พ.ศ. 2551 – 2554



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization)

## คำนำ

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) (ศ.ศ.ป.) จัดขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2546 โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ตลอดระยะเวลาดำเนินงานที่ผ่านมา ศ.ศ.ป. ให้การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมาตรฐานและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกด้านการทำธุรกรรมด้านงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้กับสมาชิกเครือข่ายและผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ยังได้ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตลาดและยกระดับผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล

เพื่อให้การกำหนดทิศทางการดำเนินงานของ ศ.ศ.ป. สอดคล้องตามแผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2551 – 2554 ศ.ศ.ป. จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการ 4 ปี (พ.ศ.2551 – 2554) ขึ้น เพื่อเป็นกลไกหนึ่งในการสนับสนุนและผลักดันประเด็นนโยบายเศรษฐกิจในการปรับโครงสร้างภาคการตลาด การค้า การลงทุน ในการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อรักษาตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ของรัฐบาล และเพื่อให้การดำเนินงานของ ศ.ศ.ป. บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเจตนารมณ์ในการจัดตั้งองค์กรต่อไป

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| วิสัยทัศน์  | 4    |
| พันธกิจ / ภารกิจหลัก  | 4    |
| ประเด็นยุทธศาสตร์   | 5    |
| เป้าประสงค์   | 5    |
| ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ | 6    |
| ตัวชี้วัดและเป้าหมายการดำเนินงาน                                | 7    |
| แบบฟอร์มการจัดทำแผนปฏิบัติการ 4 ปี                              | 11   |

## วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นศูนย์ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้เป็น  
ที่แพร่หลายในตลาดโลก

## พันธกิจ/ภารกิจหลักตามพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ ระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2546

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เป็นองค์การมหาชนในสังกัด  
กระทรวงพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม สนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพผสมผสาน  
เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้า  
สิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งใน  
ประเทศและต่างประเทศ โดยมีอำนาจหน้าที่หลัก ดังนี้

1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่าย  
ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้ง  
ส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
3. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศและ  
ต่างประเทศ
4. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การ  
จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์  
เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและ  
การตลาด
6. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา  
อื่นๆ

## ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue)

ศ.ศ.ป. ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 4 ประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม และการพัฒนาช่างฝีมือ
3. การพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม
4. การพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

## เป้าประสงค์หลักเชิงยุทธศาสตร์ (Goal)

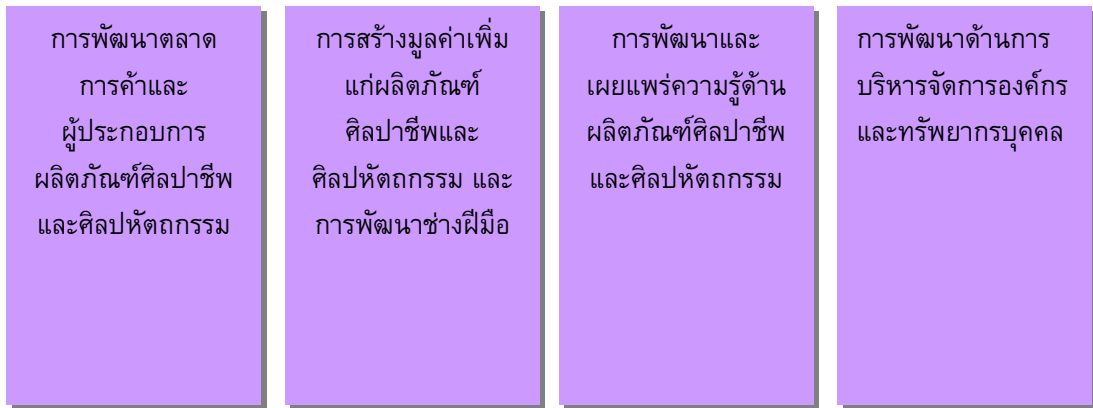
1. ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมและผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมด้านตลาดการค้าให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก
2. ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด และช่างฝีมือได้รับการพัฒนาทักษะอย่างเพียงพอต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพื่อการเรียนรู้สำหรับผู้สนใจ
4. ทรัพยากรบุคคลได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์หลัก เชิงยุทธศาสตร์

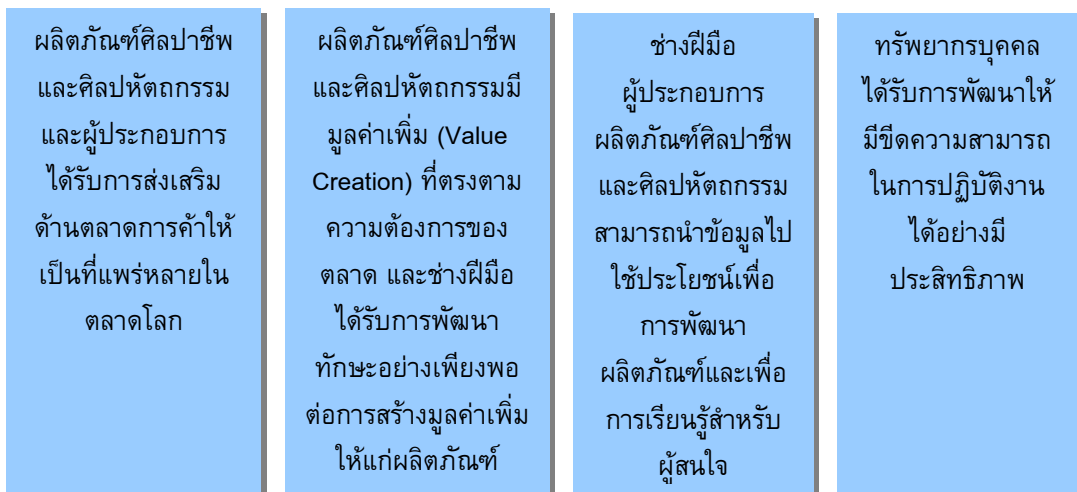
### วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม  
ให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

### ประเด็นยุทธศาสตร์



### เป้าประสงค์หลักเชิงยุทธศาสตร์



## ตัวชี้วัดและเป้าหมายการดำเนินงาน (Key Performance Indicator & Target)

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

#### การพัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม

##### เป้าประสงค์

ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมและผู้ประกอบการ  
ได้รับการส่งเสริมด้านตลาดการค้าให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

| ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย   | ค่าเป้าหมาย 51 - 54 |
|---|---------------------|
| ▪ มูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมเพิ่มขึ้น                   | ร้อยละ 10 ต่อปี     |
| ▪ จำนวนผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น                                      | ร้อยละ 20 – 30      |
| ▪ จำนวนเครือข่ายและช่องทางการขายในต่างประเทศ                              | 3 – 5 แห่งต่อปี     |
| ▪ จำนวนผู้ประกอบการผลิตและการค้าที่ใช้ช่องทางการส่งเสริมการตลาดของ ศ.ศ.ป. | 400 ราย             |

#### กลยุทธ์หลัก

พัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

- ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมการตลาดผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมในระดับนานาชาติ
- สนับสนุนให้มีการจัดโครงสร้างสินค้า ปรับส่วนแบ่งตลาดและการวางตำแหน่งทางการตลาดผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพให้มีความเหมาะสม
- ส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การผลิต การเงิน การตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อใช้ในพัฒนาตลาดการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมอย่างต่อเนื่อง
- ผลักดันให้มีการจัดตั้งเครือข่ายในต่างประเทศผ่านหน่วยงานภาครัฐและจุดจำหน่ายภาคเอกชน

## ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมและการพัฒนาช่างฝีมือ

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>เป้าประสงค์</b> | ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ที่ตรงตามความต้องการของตลาด และช่างฝีมือได้รับการพัฒนาทักษะอย่างเพียงพอต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ |
|--------------------|---|

| ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย   | ค่าเป้าหมาย 51 – 54 |
|---|---------------------|
| ▪ จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน                                 | 20 ชนิดต่อปี        |
| ▪ จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ  | 10 ชนิดต่อปี        |
| ▪ จำนวนลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา                                    | 5 ชิ้นงาน           |
| ▪ จำนวนช่างฝีมือศิลปหัตถกรรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน                                     | 140 รายต่อปี        |
| ▪ จำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับนานาชาติ                                    | 10 ชิ้นต่อปี        |
| ▪ จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่ได้รับการพัฒนาครบกระบวนการ (ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ) | 6 - 14 ชนิดต่อปี    |

### กลยุทธ์หลัก

สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมโดยมุ่งเน้นมาตรฐาน คุณภาพ และคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด และการพัฒนาช่างฝีมือให้มีทักษะอย่างเพียงพอต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

- สร้าง Unique Selling Proposition ให้กับผลิตภัณฑ์ จำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ และช่างฝีมือ และจัดลำดับความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา
- ส่งเสริมให้มีการเปิดรับนวัตกรรมแบบใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างมูลค่า (Value Creation Opportunity) และนำไปสู่วงจรทางธุรกิจ
- ส่งเสริมให้มีการพัฒนางานต้นแบบ (Prototype) และพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็น “งานตัวอย่าง” (Pilot Project) นำไปสู่กระบวนการผลิตจริง ผลักดันให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
- พัฒนาช่างฝีมือให้มีทักษะเพียงพอต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์



### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

#### การพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>เป้าประสงค์</b> | ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพื่อการเรียนรู้สำหรับผู้สนใจ |
|--------------------|---|

| ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย                   | ค่าเป้าหมาย 51 - 54         |
|---|-----------------------------|
| ▪ จำนวนเรื่องใน blog                      | ไม่ต่ำกว่า 300 เรื่อง/ต่อปี |
| ▪ ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องสมุด       | ร้อยละ 75                   |
| ▪ จำนวนผู้เข้าชม E-Library มากกว่า 1 Page | ร้อยละ 80                   |

#### กลยุทธ์หลัก

เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการจัดการองค์ความรู้ด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมเพื่อการอนุรักษ์และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นฐานการเรียนรู้ของผู้สนใจ

- พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)
- ส่งเสริมกิจกรรมสมาชิกศิลปหัตถกรรม (Customer Relationship Management: CRM)
- พัฒนาสื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

## ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

### การพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

#### เป้าประสงค์

ทรัพยากรบุคคลได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถ  
ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

| ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย  | ค่าเป้าหมาย 51 – 54 |
|--|---------------------|
| ▪ ร้อยละของจำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน | ร้อยละ 95 - 100     |
| ▪ ร้อยละของความพึงพอใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติงาน                     | ร้อยละ 80           |

#### กลยุทธ์หลัก

เพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้เวลาและงบประมาณที่กำหนด

- สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้เกิดทักษะ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน และสามารถพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- สนับสนุนการพัฒนาและจัดหาเครื่องมือในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
- จัดให้มีการบริหารจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร (Knowledge Management) และเสริมสร้างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
- ส่งเสริมให้บุคลากรมีโอกาสได้รับการศึกษา ฝึกอบรมขั้นสูงเพิ่มเติม/แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ

# การจัดทำแผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2551-2554 ระดับกระทรวง และกรม

**วิสัยทัศน์:** เป็นศูนย์ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

## 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

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนาตลาดการค้าและ  
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและ  
ศิลปหัตถกรรม

- เป้าประสงค์: ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมและผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมด้านตลาดการค้าให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก
- ตัวชี้วัดและเป้าหมาย: มูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมเพิ่มขึ้น

**กลยุทธ์:** พัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการ การผลิตผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

#### โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม

- จัดกิจกรรมการตลาดในระดับนานาชาติ
- จัดโครงสร้างสินค้า ปรับส่วนแบ่งตลาดและการวางตำแหน่งทางการตลาดให้ผลิตภัณฑ์
- พัฒนาผู้ประกอบการ
- จัดตั้งเครือข่ายในต่างประเทศ

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ  
และศิลปหัตถกรรมและการพัฒนา  
ช่างฝีมือ

- เป้าประสงค์: ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่มที่ตรงตามความต้องการของตลาด และช่างฝีมือได้รับการพัฒนาทักษะ
- ตัวชี้วัดและเป้าหมาย: ผลิตภัณฑ์และช่างฝีมือได้รับการรับรองมาตรฐาน

**กลยุทธ์:** สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและพัฒนาช่างฝีมือ

#### โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม

- สร้าง Unique Selling Proposition ให้กับผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมให้มีการเปิดรับนวัตกรรมแบบใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมให้มีการพัฒนางานต้นแบบ งานตัวอย่าง และการผลิตจริงในเชิงพาณิชย์
- พัฒนาช่างฝีมือ

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

การพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ด้าน  
ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและ  
ศิลปหัตถกรรม

- เป้าประสงค์: ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพื่อการเรียนรู้สำหรับผู้สนใจ
- ตัวชี้วัดและเป้าหมาย: ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการข้อมูล

**กลยุทธ์:** เสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดการองค์ความรู้ด้านศิลปาชีพและศิลปาชีพเพื่อการอนุรักษ์และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเรียนรู้

#### โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม

- พัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)
- ส่งเสริมกรรมสมาชิกศิลปหัตถกรรม (CRM)
- พัฒนาสื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ  
องค์กรและทรัพยากรบุคคล

- เป้าประสงค์: ทรัพยากรบุคคลได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ตัวชี้วัดและเป้าหมาย: ร้อยละของจำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน

**กลยุทธ์:** เพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้เวลาและงบประมาณที่กำหนด

#### โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรม

- สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร
- พัฒนาและจัดหาเครื่องมือในการปฏิบัติงาน
- จัดให้มีการบริหารจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร (Knowledge Management)
- ส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการศึกษา ฝึกอบรมขั้นสูง/ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

# การจัดทำแผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2551-2554

## ระดับกระทรวง และกรม

**วิสัยทัศน์:** เป็นศูนย์ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก

**พันธกิจตามกฎหมาย / การกิจหลักของหน่วยงาน:** ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวดหรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมการบริหารจัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

| ประเด็นยุทธศาสตร์  | เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์  | ตัวชี้วัด  | เป้าหมาย  |           |             |           |            | กลยุทธ์   | โครงการ<br>ผลผลิต/กิจกรรม  | วงเงินงบประมาณปี |       |       |        |        | เจ้าภาพ<br>(ระดับกรม / สำนัก / กอง) |
|--|--|--|-----------|-----------|-------------|-----------|------------|---|--|------------------|-------|-------|--------|--------|-------------------------------------|
|  |  |  | 51        | 52        | 53          | 54        | 51-54      |   |  | 51               | 52    | 53    | 54     | 51-54  |                                     |
| 1.การพัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม        | ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมและผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมด้านการตลาดการค้าให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก       | มูลค่าการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพเพิ่มขึ้น            | 10%       | 10%       | 10%         | 10%       | 10%        | พัฒนาตลาดการค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดกิจกรรมการตลาดในระดับนานาชาติ</li> <li>จัดโครงสร้างสินค้า ปรับส่วนแบ่งตลาดและวางตำแหน่งทางการตลาดให้ผลิตภัณฑ์</li> <li>พัฒนาผู้ประกอบการ</li> <li>จัดตั้งเครือข่ายในต่างประเทศ</li> </ul>                                      | 39.74            | 78.25 | 93.89 | 103.28 | 315.16 | ศ.ศ.ป.<br>(สค.,สธ.)                 |
| 2.การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม การพัฒนาช่างฝีมือ | ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมมีมูลค่าเพิ่มที่ตรงตามความต้องการของตลาด และช่างฝีมือได้รับการพัฒนาทักษะ           | ผลิตภัณฑ์และช่างฝีมือได้รับการรับรองมาตรฐาน                | 20<br>140 | 20<br>140 | 2014<br>140 | 20<br>140 | 80<br>560  | สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมให้ตรงตามความต้องการของตลาดและการพัฒนาช่างฝีมือ | <ul style="list-style-type: none"> <li>สร้าง Unique Selling Proposition ให้กับผลิตภัณฑ์</li> <li>ส่งเสริมให้มีการเปิดรับนวัตกรรมแบบใหม่ในสร้างมูลค่าเพิ่ม</li> <li>ส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้านแบบ งานตัวอย่าง และการผลิตจริงเชิงพาณิชย์</li> <li>พัฒนาช่างฝีมือ</li> </ul> | 36.92            | 57.90 | 69.48 | 76.44  | 240.74 | ศ.ศ.ป.<br>(สส.)                     |
| 3.การพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม            | ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเรียนรู้ | ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการข้อมูล              | 80%       | 80%       | 80%         | 80%       | 80%        | พัฒนาการจัดการฐานข้อมูลเชิงวิชาการงานศิลปาชีพ   | <ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Mgt.)</li> <li>ส่งเสริมกิจกรรมสมาชิกศิลปหัตถกรรม (CRM)</li> <li>พัฒนาสื่อการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย</li> </ul>  | 28.52            | 15.65 | 18.78 | 20.67  | 83.62  | ศ.ศ.ป.<br>(ศษ.)                     |
| 4.การพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล                        | ทรัพยากรบุคคลได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ                                  | ร้อยละของพนักงานที่ได้รับพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน | 95%       | 95%       | 95%         | 100%      | 95% - 100% | เพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายในงบประมาณและเวลาที่กำหนด                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร</li> <li>พัฒนาและจัดหาเครื่องมือในการปฏิบัติงาน</li> <li>จัดให้มีการบริหารจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร</li> </ul>   | 2.10             | 4.69  | 5.63  | 6.20   | 18.62  | ศ.ศ.ป.<br>(สอ.)                     |

\* ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1-3 มีความเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาลที่ 3 เป้าหมายเชิงนโยบายเรื่องปรับโครงสร้างภาคการค้า การค้าและการลงทุน และสอดคล้องกับนโยบายเรื่อง ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อรักษาตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ กลยุทธ์วิธีการ พัฒนาตลาดการค้า และยกระดับสู่สากล และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด