



คำรับรองการปฏิบัติงาน
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
(องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550

1. คำรับรองระหว่าง

นายเกริกไกร จีระแพทย์	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์	ผู้รับคำรับรอง
และ		
นายสมพล เกียรติไพบูลย์	ประธานกรรมการบริหาร ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ	ผู้ทำคำรับรอง

- คำรับรองนี้เป็นคำรับรองฝ่ายเดียว มิใช่สัญญาและใช้สำหรับระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2549 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2550
- รายละเอียดของคำรับรอง ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่นๆ ตามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้
- ข้าพเจ้า นายเกริกไกร จีระแพทย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ในฐานะรัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้พิจารณาและเห็นชอบกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่นๆ ตามที่กำหนดในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้ และข้าพเจ้ายินดีจะให้คำแนะนำ กำกับ และตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของนายสมพล เกียรติไพบูลย์ ประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ให้เป็นไปตามคำรับรองที่จัดทำขึ้นนี้

5. ข้าพเจ้า นายสมพล เกียรติไพบูลย์ ประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ได้ทำความเข้าใจคำรับรองตาม 3 แล้ว ขอให้คำรับรองกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ว่าจะมุ่งมั่นปฏิบัติงานให้เกิดผลงานที่ดี ตามเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวในระดับสูงสุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน ตามที่ให้คำรับรองไว้
6. ผู้รับคำรับรองและผู้ทำคำรับรอง ได้เข้าใจคำรับรองการปฏิบัติงาน และเห็นพ้องกันแล้วจึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ



(นายเกริกไกร จิระแพทย์)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
วันที่ 27 มีนาคม 2549



(นายสมพล เกียรติไพบูลย์)
ประธานกรรมการบริหาร
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
วันที่ 4 มีนาคม 2549



คำรับรองการปฏิบัติงาน
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
(องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550

1. คำรับรองระหว่าง


นายสมพล เกียรติไพบูลย์	ประธานกรรมการบริหาร ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ	ผู้รับคำรับรอง
และ		
นายเชมทัต สุคนธสิงห์	ผู้อำนวยการ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ	ผู้ทำคำรับรอง

- คำรับรองนี้เป็นคำรับรองฝ่ายเดียว มิใช่สัญญาและใช้สำหรับระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2549 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2550
- รายละเอียดของคำรับรอง ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน นวัตกรรม ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่นๆ ตามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้
- ข้าพเจ้า นายสมพล เกียรติไพบูลย์ ในฐานะประธานกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้พิจารณาและเห็นชอบกับแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กรอบการประเมินผลการปฏิบัติงาน นวัตกรรม ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เป้าหมาย เกณฑ์การให้คะแนน และรายละเอียดอื่นๆ ตามที่กำหนดในเอกสารประกอบท้ายคำรับรองนี้ และข้าพเจ้ายินดีจะให้คำแนะนำ กำกับ และตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของนายเชมทัต สุคนธสิงห์ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ให้เป็นไปตามคำรับรองที่จัดทำขึ้นนี้

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



(นายสมพล เกียรติไพบูลย์)
ประธานกรรมการบริหาร
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
วันที่ ๔ ธันวาคม 2549



(นายเขมทัต สุคนธสิงห์)
ผู้อำนวยการ
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
วันที่ 7 ธันวาคม 2549

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
รวม	100	1	2	3	4	5

ตัวชี้วัดและเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

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

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมายปี 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"> - ประเทศเป้าหมายหลัก คือ ประเทศญี่ปุ่น เยอรมันและสหรัฐอเมริกา โดยมีเป้าหมายจะดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน 2550 นี้
2. เป็นศูนย์กลางข้อมูลวิชาการและเป็นศูนย์การเรียนรู้ข้อมูลด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและกลุ่มอาเซียน	1. มีระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและให้บริการด้านข้อมูล	4. จำนวนระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยง/แลกเปลี่ยนองค์ความรู้/ให้บริการข้อมูลด้านศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม (ระบบ)	6	3	-	-	-	1	-	2	-	3	<ul style="list-style-type: none"> - เป้าหมาย 3 ระบบ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1) ศูนย์ข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ 2) ศูนย์ข้อมูลวิชาการด้านศิลปหัตถกรรม 3) เครือข่ายช่างด้านศิลปหัตถกรรม

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) 5.1 ในประเทศ 5.2 ต่างประเทศ	3 3	6 2	- -	- -	- -	3 1	4 -	5 2	6 -	7 3	<ul style="list-style-type: none"> - เครือข่ายในที่นี้ เป็นเครือข่ายเพื่อการผลิต การจัดจำหน่าย และการพัฒนาท้องถิ่น โดยต้องเป็นเครือข่ายที่ทำงานได้จริง ทำงานอย่างต่อเนื่อง สามารถแลกเปลี่ยนสมาชิกและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้
3. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นมาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1. ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาให้ขายได้มากขึ้น (มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด)	6. จำนวนประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่มีศักยภาพ (Product Champion) (ประเภท)	6	2	-	-	-	-	-	1	2	3	<ul style="list-style-type: none"> - <u>กระบวนการ</u> <ol style="list-style-type: none"> 1) การค้นคว้ารูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาการออกแบบ 3) การพัฒนากระบวนการผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ประเภท earthenware, stoneware 4) การจัดการประกวดผลิตภัณฑ์ : ประวดทุก 6 เดือน/ภูมิภาค ซึ่งเป็นการจัดประกวดเพื่อหา (Product Champion) - เป้าหมายปี 50 คือ ผ้าฝ้าย เครื่องปั้นดินเผา

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
	2. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้	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)	เป้าหมายปี 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 อาจนำมาจากรรณชาติของคนตัวนั้นออก เป็น story ที่สะท้อนความเป็นตัวนั้นออก เป็นต้น ทั้งนี้ขอให้ผู้นำประเด็นนี้ไปกำหนดเป็นตัวชี้วัดในปี 51 ด้วย (จำนวนเรื่อง/background ของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้น)
		9. มาตรฐานช่างฝีมือ											
		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. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและมาตรฐานเข้าสู่ตลาดโลกได้												1) โครงการเครื่องประดับเงิน-ทอง 50 คน 2) โครงการช่างเขียนลายกระเบื้องเคลือบ 20 คน 3) โครงการช่างจักสาน 20 คน 4) โครงการเขียนภาพสีน้ำมัน 50 คน
		10. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ราย)	6	25	-	-	N/A	15	20	25	30	35	- ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ผลิตและผู้ขายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม - มาตรฐานของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้ ส่วนที่ 1 : คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 : การจัดการและความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ
มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 10 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้													
		11. ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	10		-	81.33	N/A	65	70	75	80	85	- ศ.ศ.ป. แจ่งกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการในปีฯ 50 โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มช่างฝีมือ 2) กลุ่มผู้ผลิต (นิติบุคคล) 3) กลุ่มผู้สนับสนุน 4) กลุ่มลูกค้า 5) กลุ่มผู้ประกอบการ/ผู้จำหน่าย

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2550	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline data)			เกณฑ์การให้คะแนน					หมายเหตุ
					2547	2548	2549	1	2	3	4	5	
มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 15 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้													
1. เป็นศูนย์กลางการส่งเสริมเผยแพร่และประกอบธุรกรรมของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4. ใช้ทรัพยากรสินและทรัพยากรให้ตรงตามวัตถุประสงค์และพันธกิจของศ.ศ.ป.	12. อัตราเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในการสร้างองค์ความรู้และการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น	5	10	-	-	-	6	8	10	12	14	● - กระบวนการ หมายถึง การผลิต การปรับมาตรฐานให้ดีขึ้นและการพัฒนาด้านการตลาด (ไม่นับรวมการออกแบบผลิตภัณฑ์)
		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	
มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร น้ำหนักในการคำนวณผลคะแนนร้อยละ 15 โดยมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน น้ำหนัก เป้าหมาย และเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้													
		15. ระดับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการ	10	5	-	5	N/A	1	2	3	4	5	● - เป็นตัวชี้วัดร่วมตามกรอบการประเมินผลปี 50 ขององค์การมหาชน ซึ่งกำหนดน้ำหนักและเกณฑ์การให้คะแนนเหมือนกันทุกองค์การมหาชน
		16. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการในการพัฒนาระบบบริหารความรู้ภายในองค์กร	5	90	-	-	N/A	80	85	90	95	100	
		น้ำหนักรวม	100										