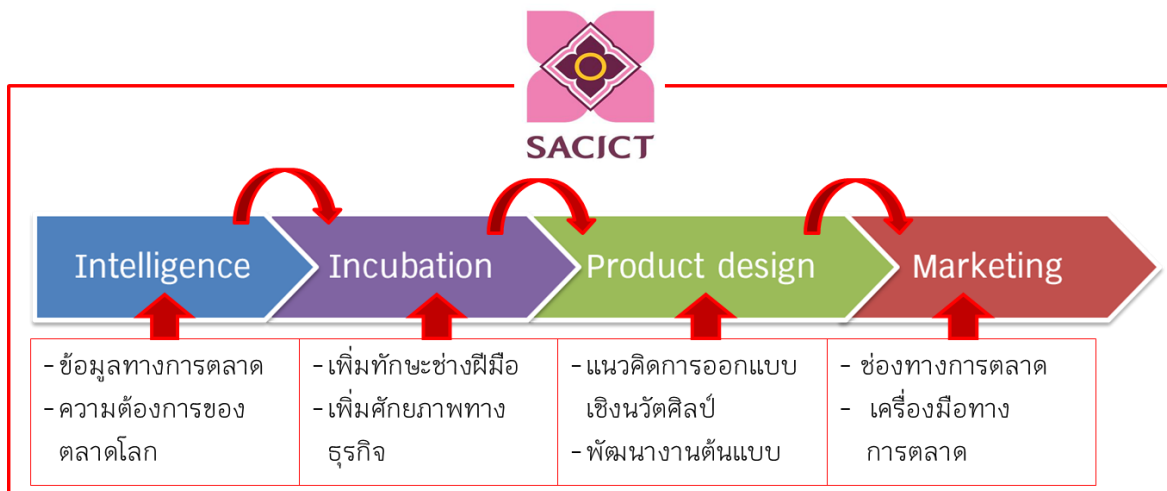


รายงานผลการดำเนินงานด้านภารกิจหลัก
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ภาพรวมการดำเนินงาน

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มีเป้าหมายหลักในการส่งเสริม สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านได้รับการสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทางศิลปวัฒนธรรมและการใช้นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้สามารถทำการตลาดให้เป็นที่ รู้จักและแพร่หลายในระดับสากล ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมด้านงาน ศิลปหัตถกรรมให้กับครูช่าง /ช่างฝีมือ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการงานหัตถกรรม รวมถึงเชื่อมโยง เครือข่ายงานศิลปหัตถกรรมทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้

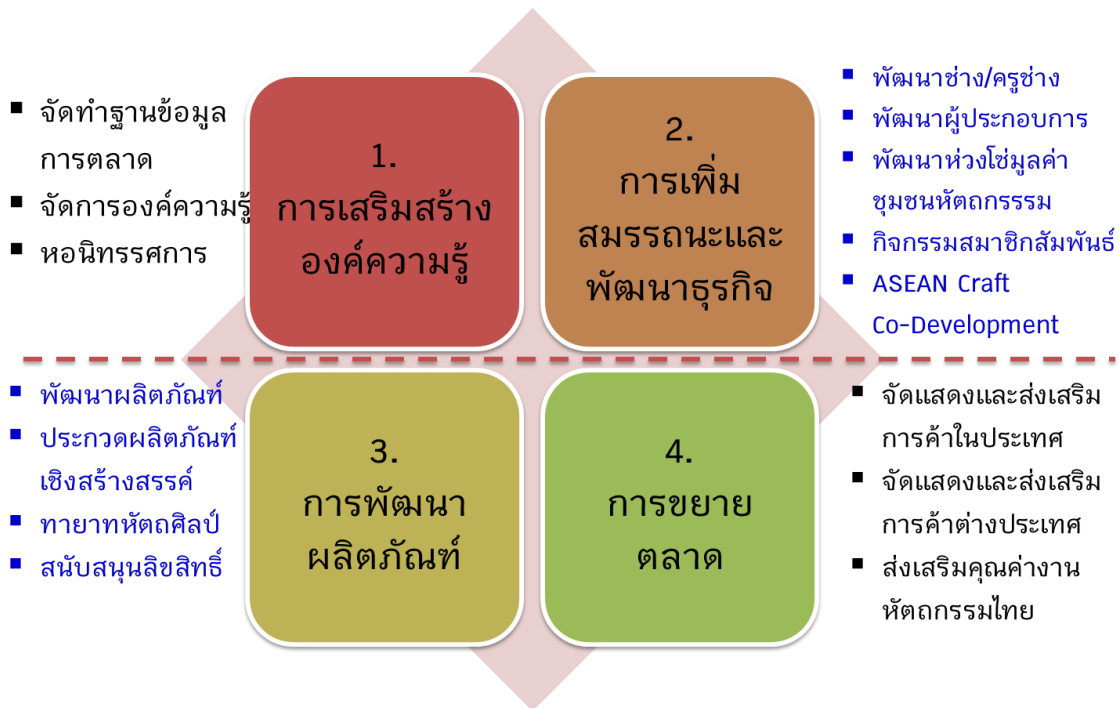
โดยในปีงบประมาณ พ.ศ.2556 คณะกรรมการบริหาร ศ.ศ.ป. ได้อนุมัติแผนปฏิบัติงาน ประจำปีที่สอดคล้องกับแผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2555 - 2558 นโยบายสนับสนุน ภารกิจของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในการผลิตงานศิลปหัตถกรรมอันทรงคุณค่า และรวมถึงการ ดำเนินงานที่มุ่งเชื่อมโยงและยกระดับองค์ประกอบในด้านต่างๆ ของห่วงโซ่มูลค่างานศิลปหัตถกรรม (Craft Value Chain) อย่างครบวงจร



โดยได้ดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมผ่านประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขยายตลาดงานศิลปหัตถกรรม

โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ จำแนกตามประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้



ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม

การดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. จัดทำฐานข้อมูลการตลาดงานศิลปหัตถกรรม ตลาดอินเดียและอินโดนีเซีย

รวบรวมข้อมูลและจัดทำรายงานเชิงวิเคราะห์ทั้งในรูปแบบเอกสาร หนังสือ และนำเสนอผลการศึกษาให้แก่สมาชิกในการสัมมนาเส้นทางหัตถกรรมสู่สากล ณ ราชบุรี อุตรธานี สุโขทัย จันทบุรี และนครศรีธรรมราช ซึ่งมีสมาชิกเข้าร่วมรับฟัง 332 กลุ่ม

2. หนังสือ ครูศิลป์ของแผ่นดิน

รวบรวมและนำเสนอชีวประวัติช่างศิลปาชีพ ผลงาน แนวทางการสืบสานงานช่างศิลปาชีพ จำนวน 12 ราย เพื่อเผยแพร่แก่สาธารณชนผ่านหนังสือ เว็บไซต์ และนิตยสาร SACICT Living Thai เพื่อร่วมเชิดชูเกียรติ เผยแพร่คุณค่าฝีมือช่างศิลปาชีพ และร่วมอนุรักษ์สืบสานงานช่างศิลปาชีพ

3. การจัดการองค์ความรู้เรื่องผ้า

แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการบริหารจัดการผ้าโบราณ ณ ประเทศจีน ร่วมกับพิพิธภัณฑสถานผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (หอรัษฎากรพิพัฒน์) เพื่อนำแนวทางการบริหารจัดการ การเก็บรักษา ดูแลและการจัดแสดงมาปรับใช้กับการบริหารจัดการองค์ความรู้ของ ศ.ศ.ป. และได้จัดแสดงผ้าโบราณ “ศตวรรษ ผ้าโบราณไทย” ซึ่งรวบรวมผ้าโบราณอายุกว่า 200 ปีมาจัดแสดง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ และตระหนักถึงคุณค่าเพื่อร่วมอนุรักษ์และสืบทอดงานผ้าต่อไป



4. พัฒนา E-library และการให้บริการห้องสมุด

จัดหาหนังสือ เพื่อให้บริการองค์ความรู้ห้องสมุด ศ.ศ.ป และจัดมุมเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลศิลปหัตถกรรม "การย้อมสีครามธรรมชาติ" เพื่อแสดงโทนสี ตามเทรนด์สี ปี 2013 พร้อมพัฒนาการให้บริการผ่าน e-library เพื่อให้ประชาชนผู้สนใจเข้าศึกษา เรียนรู้ ค้นคว้าข้อมูลงานหัตถกรรม ซึ่งมียอดเข้าชมกว่า 330,000 ครั้ง (วิว)

5. จัดนิทรรศการในประเทศและต่างประเทศ

จัดแสดงนิทรรศการงานศิลปหัตถกรรม ณ อาคารพระมิ่งมงคล เช่น หอศิลปาชีพ หอหัตถศิลป์ระหว่างประเทศ หอ "สุพรรณ-พัสดร์" จัดแสดงงานเครื่องทองและงานผ้า และจัดแสดงผลงานนวัตกรรม (Innovative Craft Showcase) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้ร่วมจัดแสดงนิทรรศการผลงานในการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ ครั้งที่ 3 (GIT 2012) ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ร่วมงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยปี 2556 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี และร่วมงาน Thai festival ครั้งที่ 14 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 8-13 พ.ค.56 ทั้งนี้ ในปี 2556 มีผู้เข้าเยี่ยมชม จำนวน 66,731 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 จากปี 56 (ปี 56 มียอดผู้เข้าชมจำนวน 47,765 คน)



ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม การดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. พัฒนาทักษะฝีมือช่างและครูช่างศิลปหัตถกรรม

พัฒนา ยกระดับฝีมือ และเพิ่มศักยภาพในการผลิต/สร้างสรรค์งานหัตถศิลป์แก่ช่าง ครูช่างศิลปหัตถกรรมให้สามารถต่อยอดทักษะฝีมือเพื่อการค้า และเพื่อการอนุรักษ์สืบทอด เช่น อบรมการแต้มหมี่สีธรรมชาติ อ.ชนบท จ.ขอนแก่น อบรมการย้อมสีเส้นกก อ.นาหว้า จ.นครพนม อบรมการทำเส้นกระจูดย้อมสีและการจับคู่สี อ.พนพิณ จ.สุราษฎร์ธานี นอกจากนี้ ยังได้นำครูช่าง/ช่างทอผ้าฝ้ายและผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ จาก อ.หนองบัวแดง จ.ชัยภูมิ ไปดูงาน ณ กลุ่มผ้าปักมือกของหลวง อ.เมือง จ.เชียงราย เพื่อหารือแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาและแนวทางการส่งเสริมงานฝีมือระหว่างกัน เป็นต้น โดยสามารถยกระดับทักษะฝีมือแก่ครูช่าง/ช่างฝีมือได้จำนวน 235 คน



2. พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ

อบรมพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ จำนวน 16 และอบรมบ่มเพาะธุรกิจเชิงลึก 1 รุ่น โดยผู้ประกอบการ 752 คน ได้รับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ ให้สามารถปรับตัวและแข่งขันได้ในตลาด และเพิ่มโอกาสช่องทางทางการค้า ทั้งในและต่างประเทศสมาชิกเกิดการสร้างเครือข่าย ทั้งด้านวัตถุดิบ การตลาด และการบริหารจัดการ



3. พัฒนาห่วงโซ่มูลค่าชุมชนหัตถกรรม (Craft Value Chain Development)

โดยคัดเลือกพื้นที่ดำเนินงาน 2 แห่ง คือ (1) **กลุ่มวิสาหกิจ** ผู้ผลิตเครื่องเงิน/อลูมิเนียม จ.เชียงใหม่ (2) **กลุ่มจักสานไม้ไผ่ ชุมชนบ้านดอนกอก จ.หนองคาย** ผู้ผลิตอุปกรณ์นั่งข้าวเหนียว เพื่อพัฒนาเป็นชุมชนหัตถกรรมที่สามารถเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าได้ ตั้งแต่วัตถุดิบ การพัฒนารูปแบบ สินค้า การตลาด การสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญา และส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านศิลปหัตถกรรม โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชน (Model) ที่เหมาะสม สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน พร้อมทั้งให้การส่งเสริมอย่างครบวงจรตามต้นแบบการพัฒนาที่กำหนด เช่น การเป็นชุมชนหัตถกรรมตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง (บ้านดอนกอก จ.หนองคาย) ชุมชนหัตถกรรมเพื่อการเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์และการเชื่อมโยงเพื่อการค้าสมัยใหม่ (หมู่บ้านอรัญญิก จ.พระนครศรีอยุธยา) เป็นต้น

4. ส่งเสริมกิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์

จัดสัมมนาเส้นทางหัตถกรรมสู่สากล จำนวน 5 ครั้ง ในพื้นที่ภาคกลาง (จ.ราชบุรี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จ.อุดรธานี) ภาคเหนือ (จ.สุโขทัย) ภาคตะวันออก (จ.จันทบุรี) และภาคใต้ (จ.นครศรีธรรมราช) โดยมีสมาชิกเข้าร่วมทั้งสิ้น 332 กลุ่มได้รับทราบบทบาท หน้าที่ของ ศ.ศ.ป. และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิก

จัดอบรม sacictmember จำนวน 4 ครั้ง ณ จ.นนทบุรี อุบลราชบุรี เชียงใหม่ และ จ.นครศรีธรรมราช โดยมีสมาชิกจำนวน 130 กลุ่มที่สามารถใช้งาน www.sacict.net และสามารถติดตามข่าวสารข้อมูลกิจกรรม และความรู้จากเว็บไซต์หลักของ ศ.ศ.ป. ได้ รวมทั้งได้เรียนรู้การเปิดห้องแสดงสินค้าเสมือนบน www.sacictmember.net และสามารถลงมือปฏิบัติในการใช้งานได้



5. การพัฒนาทักษะด้านการตลาดและความคิดสร้างสรรค์ช่างฝีมือ

จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบ และการตลาด ให้กับนักเรียนและช่างฝีมือของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ด้านสาขาช่างวาด ช่างเขียน จำนวน 30 คน ในหัวข้อต่างๆ เช่น ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์กับกระบวนการออกแบบวัสดุตกแต่ง 2-3 มิติ แนวคิดในการสร้างแรงบันดาลใจจากสิ่งต่างๆรอบตัว การตลาดและการเริ่มต้นธุรกิจ และได้ประยุกต์ความรู้ที่ได้จากการอบรมมาจัดนิทรรศการแสดงผลงาน “คน ศูนย์ ศิลป์” เพื่อแสดงความสามารถและสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้เข้าอบรม ณ อาคารศาลาพระมิ่งมงคล ศ.ศ.ป.



6. การพัฒนาหัตถกรรมอาเซียน (ASEAN Craft Co-Development)

จัดสัมมนาหัตถกรรมระหว่างประเทศ (ASEAN Craft Co-development) จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 ไทย-ลาว-เกาหลี ณ จ.หนองคาย เมื่อวันที่ 1 พ.ค.56 และศึกษาดูงาน ณ หมู่บ้านหัตถกรรมไม้ไผ่ เมืองเวียงจันทน์ ส.ป.บ. ลาว ครั้งที่ 2 ไทย-พม่า-อังกฤษ ระหว่างเมื่อวันที่ 16-19 ก.ค.56 ณ จ.เชียงใหม่ และสัมมนาเรื่องการเข้าสู่ตลาดประเทศอังกฤษและยุโรป สำหรับหัตถกรรมไทย-พม่า และครั้งที่ 3 ไทย-สิงคโปร์-มาเลเซีย ระหว่างวันที่ 3-4 ต.ค.56 ณ จ.นครศรีธรรมราช โดยสามารถสร้างเครือข่ายงานหัตถกรรมระหว่างประเทศ ทั้งเรื่องการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคนิคเชิงช่าง วัตถุดิบ เป็นต้น รวมถึงสามารถเชื่อมโยงการผลิตเพื่อตอบสนองต่อตลาดเป้าหมายเฉพาะในต่างประเทศ เช่น ตลาดเกาหลีใต้ ตลาดยุโรป เป็นต้น



ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ไทยนวัตศิลป์ (Thai Navatasilp) ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ศิลปปาซิฟ ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างนักออกแบบกับ ศูนย์ศิลปปาซิฟบ้านกุดนาขาม จ.สกลนคร กลุ่ม Gifts & Decorative Items จำนวน 14 ชิ้นงาน โดยจัดแสดงผลงานในงาน “นวัตศิลป์ไทย เทิดไท้องค์ราชินี” ระหว่างวันที่ 8 - 12 ส.ค. 56 ณ ศ.ศ.ป.

- ผลิตภัณฑ์สำหรับงาน Maison et Objet ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างนักออกแบบมืออาชีพกับสมาชิก 8 ชุมชนในกลุ่ม Interior Items สำหรับลูกค้ากลุ่ม 3R ได้แก่ Resort Residence Restaurant ภายใต้แนวคิด “Very Thai” จำนวน 53 ชิ้นงาน จัดแสดงผลงานในงาน Maison & Objet ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ 6-10 ก.ย. 56

- ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมร่วมสมัยจากวิถีชนเผ่า (Global Ethnic) ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างกลุ่มนักออกแบบมืออาชีพกับสมาชิก 8 ชุมชน/ชนเผ่าในกลุ่ม Home Decorative Items & Gifts & Souvenirs จำนวน 66 ชิ้นงาน โดยจัดแสดงผลงานในงาน “นวัตศิลป์ไทย เทิดไท้องค์ราชินี” ระหว่างวันที่ 8 - 12 ส.ค. 56 ณ ศ.ศ.ป.

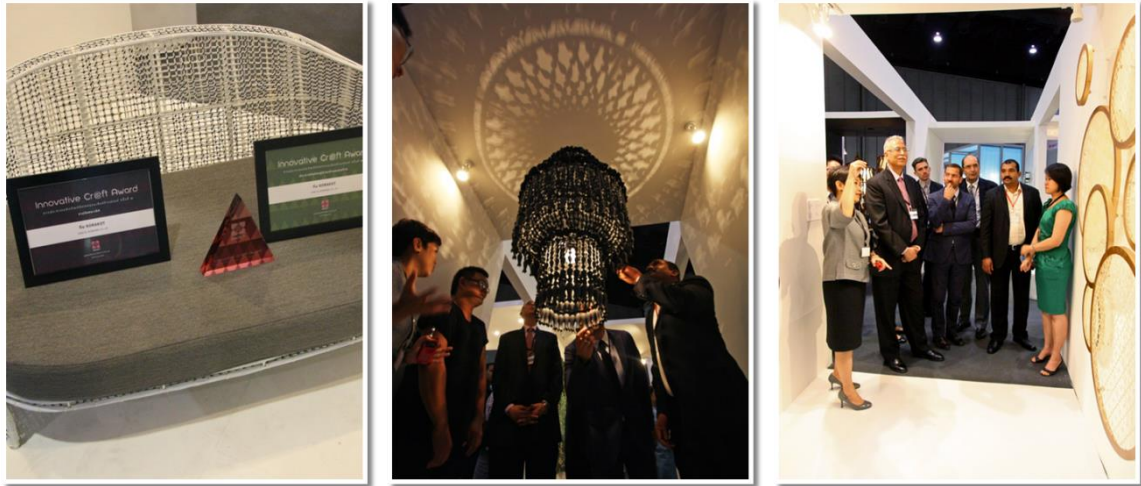
- ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Craft) ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างนักออกแบบชาวญี่ปุ่น Mr.Yoshiyuki Yamane ร่วมกับ 8 ชุมชน ในกลุ่ม Gifts & Decorative Items ภายใต้แนวคิด “Thai Eco Style” จำนวน 64 ชิ้นงาน นำไปจัดแสดงและจำหน่ายในงาน Interior Lifestyle Tokyo ระหว่างวันที่ 5 - 7 มิ.ย. 56 ณ ประเทศญี่ปุ่น



2. การประกวดหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Innovative Craft Award) ครั้งที่ 2

จัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสำหรับตกแต่งภายในโรงแรม ร้านอาหาร และที่พักอาศัย ภายใต้หัวข้อ “Heritage Inspired” มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมประกวด จำนวน 71 ทีม โดยตัดสินผู้ผ่านเข้ารอบสุดท้าย 10 ผลงาน และจัดแสดงนิทรรศการ พร้อมประกาศผลในงาน IICF

ระหว่าง 2-5 พ.ค. 56 โดยผลงานที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายได้รับการสนับสนุนด้านการตลาด ผ่านกิจกรรม Business Matching และได้รับการสนับสนุนให้ส่งเข้าร่วมประกวดในระดับนานาชาติต่อไป



3. การพัฒนาเชิงอนุรักษ์งานศิลปหัตถกรรมดั้งเดิมสู่ความร่วมมือ

คัดเลือกทายาทหัตถศิลป์ จำนวน 10 รายและจัดแสดงนิทรรศการในงาน IICF ระหว่างวันที่ 2-5 พ.ค. 56 พร้อมทั้งเผยแพร่คุณค่าและเชิดชูเกียรติผ่านสื่อสารสาขาต่างๆ และได้รับโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของ ศ.ศ.ป. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ



4. สนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

จัดบรรยายให้ความรู้เรื่องทรัพย์สินทางปัญญาแก่สมาชิกในการสัมมนาเส้นทางหัตถกรรมสู่สากล 5 ครั้ง ณ จ.ราชบุรี อุตรธานี สุโขทัย จันทบุรี และ นครศรีธรรมราช โดยมีสมาชิกเข้ารับให้คำปรึกษา (craft clinic) เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 79 รายการ นอกจากนี้ ศ.ศ.ป. ได้เสนอเรื่องขอจดแจ้งลิขสิทธิ์ในผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ ศ.ศ.ป. และสมาชิก รวมทั้งสิ้น 79 ชิ้นงาน และทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ เช่น เครื่องหมายบริการ "ไทยนวัตศิลป์" (Thai Navatasilp) เครื่องหมายการค้า Sparkling Arunyik และอนุสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าของสมาชิก ได้แก่ คุณนิลดา ภูแล่นกี กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย ได้แก่ จดอนุสิทธิบัตร "กรรมวิธีการสร้างลวดลายด้วยการแต้มหมี่สีธรรมชาติ" จดเครื่องหมายการค้า "ภูแล่นไหมแต้มหมี่"



5. ส่งเสริมและพัฒนาการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (พืชทดแทนอินทรีย์)

ปลูกพืชทดแทน 4 กลุ่มเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แปลงเกษตรตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย

- กลุ่มพืชตามกระบวนการอินทรีย์ เช่น พืชตระกูลถั่วเพื่อทำปุ๋ยพืชสด
- กลุ่มวัตถุดิบทดแทนอินทรีย์ เช่น ฝ้าย ไม้ หม่อน
- กลุ่มสีย้อมธรรมชาติ เช่น คราม
- กลุ่มเพิ่มรายได้ในแปลง เช่น ผักสวนครัว ข้าว (นาโยน)

เผยแพร่ผลแนวความคิดการทำงานทดแทนอินทรีย์ไปยังสมาชิกกลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมจังหวัดมหาสารคามและกลุ่มหนองบัวแดง จ.ชัยภูมิ จำนวน 3 ครั้งๆ ละ 79 ราย, 65 ราย และ 16 ราย (หัวหน้ากลุ่มดูงานเกษตรอินทรีย์) ตามลำดับ และขณะนี้อยู่ระหว่างเตรียมการขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ : มกท.



ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขยายตลาดงานศิลปหัตถกรรม

การดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. การแสดงสินค้าและส่งเสริมการค้าร่วมกับหน่วยงานอื่น

- งานอัตลักษณ์แห่งสยาม ซึ่งจัดติดต่อกันเป็นครั้งที่ 4 ระหว่างวันที่ 19 – 23 เม.ย. 56 ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพและสมาชิก ศ.ศ.ป. การแสดงผลงานครูช่าง และการสาธิตงานหัตถกรรมพื้นบ้าน และการจับคู่ธุรกิจระหว่างครูช่าง/ช่างฝีมือ ผู้ผลิตงานหัตถกรรม



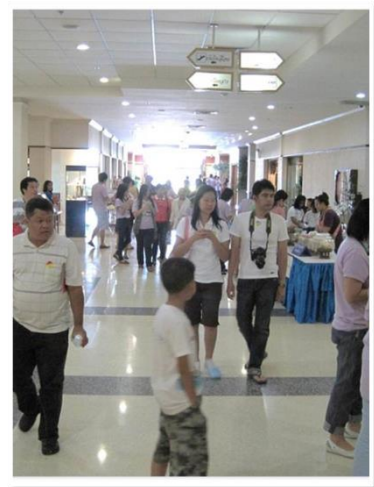
- งานผ้ายทอใจ ซึ่งจัดติดต่อกันเป็นครั้งที่ 6 ระหว่างวันที่ 27 -30 มิ.ย. 56 ณ ศ.ศ.ป. กิจกรรมภายในงาน ได้แก่ การจัดนิทรรศการ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายพื้นและผ้าแปรรูป 102 คูหา กิจกรรมการแสดง สาธิตงานที่เกี่ยวข้องกับผ้าฝ้ายจากครูช่างและสมาชิก ศ.ศ.ป.



▪ งานนวัตกรรมศิลป์ไทย เทิดไถ้องค์ราชินี ระหว่างวันที่ 8-12 ส.ค.56 ณ ศ.ศ.ป. เพื่อร่วมเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษาครบรอบ 81 พรรษา โดยมีกิจกรรมหลัก (1) นิทรรศการเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ (2) นิทรรศการ “นิรมิตงานครุช่างศิลป์” โดยจัดแสดงผลงานชิ้นพิเศษของครุช่างศิลป์ จำนวน 8 ท่าน 8 ผลงาน (3) นิทรรศการ “พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมร่วมสมัยจากวิถีชนเผ่า” (4) นิทรรศการ “เชิดชูครุช่าง 2556” จำนวน 40 ราย (5) การออกร้านที่สุดของงานหัตถศิลป์ 400 ร้านค้า (6) ไฮไลท์ กิจกรรมพิเศษของการจัดงาน คือ การแสดงแสง สี เสียง ในชุด “ร้อยเรื่องเล่าพระราชินี ที่สุดแห่งแผ่นดิน” ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงมีต่อชาวไทยนับตั้งแต่ได้รับพระราชทานเป็น “ราชินี” ของแผ่นดิน



- การบริหารจุดจำหน่าย ณ ศ.ศ.ป. สนามบินสุวรรณภูมิ ศูนย์การค้าอัมรินทร์พลาซ่า



ผลจากการดำเนินงานโครงการพบว่า สามารถสนับสนุนและส่งเสริมให้สมาชิกผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมได้มีโอกาสและช่องทางการตลาดกว่า 500 ราย รวมถึงโอกาสในการพบปะกับนักธุรกิจเพื่อขยายโอกาสทางการค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นส่วนสำคัญในการเผยแพร่คุณค่างานหัตถศิลป์ ผ่านการจัดแสดงผลงานของครูช่าง และมีโอกาสเรียนรู้ ฝึกทำงานฝีมือผ่านกิจกรรมสาธิต ซึ่งสามารถสร้างจิตสำนึกรักคุณค่างานหัตถศิลป์พื้นบ้านได้เป็นอย่างดี

2. การแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ

- งานเทศกาลนวัตกรรมศิลปานานาชาติ ครั้งที่ 2 (International Innovative Craft Fair 2013) ระหว่างวันที่ 2-5 พ.ค.56 ณ ศูนย์การประชุมไบเทค โดยมีผู้ประกอบการไทย 170 คูหา และต่างประเทศ 40 คูหา (20 ประเทศ) มีผู้เข้าชม 11,089 ราย มีกิจกรรมสำคัญ เช่น นิทรรศการ International Creative Exhibition จากฝรั่งเศส จัดแสดงผลงานประกวดหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ จัดแสดงผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม นิทรรศการทายาทหัตถศิลป์ นิทรรศการเพิ่มมูลค่าผ้าทอมือด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสัมมนาพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ จัดแสดง SACICT's Prototype Product Design Gallery การจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม การสาธิตงาน Work shop & DIY 8 กิจกรรม



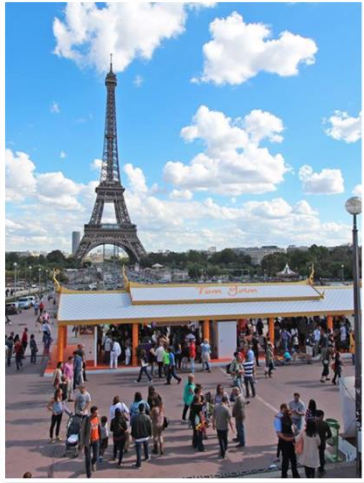


■ ร่วมงานแสดงสินค้า BIG & BIH 2013 ระหว่างวันที่ 19-23 เม.ย. 56 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา



3. เปิดตลาดการค้าในต่างประเทศ

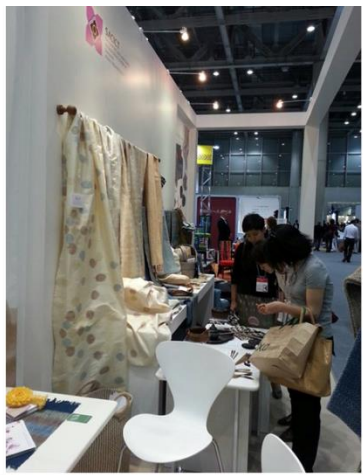
■ Thailand Festival et Trocadero ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ 5 - 8 กันยายน 2556 โดยมีกิจกรรม เช่น การเผยแพร่พระราชกรณียกิจของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ด้านการส่งเสริมงานหัตถศิลป์ของชาติในการฟื้นฟูการแสดงโขน นิทรรศการพระบรมฉายาลักษณ์สมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ เมื่อครั้งเสด็จพระราชดำเนินเยือนกรุงปารีส และพระราชกรณียกิจที่เกี่ยวกับการทรงงานด้านศิลปาชีพ การสาธิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์บทบาทและหน้าที่ของ ศ.ศ.ป. โดยภาพรวมของการจัดงานฯ ถือว่าประสบความสำเร็จมากมีชาวฝรั่งเศสและนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว จึงนับว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทย ตลอดจนเป็นการส่งเสริมมิตรภาพระหว่างไทย-ฝรั่งเศสในมิติด้านศิลปหัตถกรรม วัฒนธรรม การค้า และการท่องเที่ยวของไทยอีกด้วย



▪ **Maison et Objet, France** โดยนำผลงานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ได้รับการสร้างสรรค์ใหม่ไปนำเสนอภายใต้แนวคิด “Very Thai” เพื่อทดสอบตลาด และเจรจาการค้ากับลูกค้ากลุ่ม 3R ระหว่างวันที่ 6-10 กันยายน 2556 มีผู้ให้ความสนใจเชิงพาณิชย์ 72 ราย และกลุ่มที่ให้ความสนใจมากที่สุดได้แก่ กลุ่ม Home decorative item



▪ **Interior Lifestyle Tokyo, Japan** โดยนำผลงานประเภทของตกแต่งบ้าน เคหะสิ่งทอภายใต้แนวคิด Thai Eco Style ซึ่งเป็นการพัฒนาร่วมกันระหว่างนักออกแบบชาวญี่ปุ่น Mr.Yoshiyuki Yamane กับสมาชิก 8 ชุมชน ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 5 – 7 มิถุนายน 2556



▪ **Craft Trend Fair, Seoul South Korea** ณ ศูนย์แสดงสินค้า COEX กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ระหว่างวันที่ 21 - 24 ธ.ค.55 โดยหน่วยงาน Korea Craft & Design Foundation (KCDF) ศ.ศ.ป. ได้นำผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก ศ.ศ.ป. จำนวน 4 ราย

▪ **Thailand Exhibition** ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยเข้าร่วมงาน Thailand Sourcing & Business Matching 2013, Jakarta ประเทศอินโดนีเซีย ระหว่างวันที่ 5-9 มิ.ย.56 และงานแสดงและจำหน่ายสินค้างาน Thailand Sourcing and Business Matching 2013 ฮานอย ประเทศเวียดนาม ระหว่างวันที่ 15-18 ส.ค.56

ทั้งนี้ ในภาพรวมจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ พบว่า ศ.ศ.ป. สามารถนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดในต่างประเทศในกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ภายใต้การนำเสนอแนวคิดการพัฒนาที่แตกต่างกันได้ โดยเฉพาะในตลาดหลักอย่าง ญี่ปุ่น และฝรั่งเศสซึ่งจะสามารถขยายหรือเชื่อมโยงไปยังประเทศอื่นๆ ของยุโรปต่อไป ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างชื่นชอบในแนวคิด การนำเสนอและอรรถประโยชน์ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีสนใจในผลิตภัณฑ์ ทั้งเพื่อการค้าจำนวน.. ราย และให้ความสนใจเชิญชวนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอื่นๆ ด้วย

4. ส่งเสริมการรับรู้และเสริมสร้างคุณค่างานหัตถกรรมไทย

โดยส่งเสริมความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์และนิตยสาร) สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อเพื่อการเผยแพร่ จัดทำนิตยสาร SACICT Living Thai, จดหมายข่าว (SACICT Newsletter) สิ่งพิมพ์และอุปกรณ์สนับสนุนงานกิจกรรม สื่อโฆษณาสนับสนุนสื่อพันธมิตร วิทยุทัศน์ สารคดีเผยแพร่องค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทยและบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมงานภูมิปัญญาไทย “หัตถศิลป์ภูมิใจ จากใจ SACICT” ออกอากาศทาง ททบ. 5 และสื่ออื่นๆ



บทวิเคราะห์ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย

สรุปผลการดำเนินงานโครงการตามประเด็นยุทธศาสตร์และผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงาน ประจำปี พ.ศ. 2556 พบว่า ศ.ศ.ป. มีผลการดำเนินงานโครงการเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการปฏิบัติงานประจำปี อีกทั้ง ยังมีผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานสูงกว่าค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยสรุปสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อการทำงานตามภารกิจหลัก ดังนี้

1. **การดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์** โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศ.ศ.ป. มีโครงการเชิงยุทธศาสตร์ทั้งสิ้น 19 โครงการ งบประมาณ 104.40 ล้านบาท โดยสามารถดำเนินงานและมีการใช้จ่ายงบประมาณรวม 102.39 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 98 และหากพิจารณาการใช้จ่ายงบประมาณในภาพรวมจำนวน 335.68 ล้านบาท พบว่ามีการใช้จ่ายงบประมาณรวม 329.54 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 98 (รวมงบประมาณสนับสนุนมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ และศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ รวม 140.00 ล้านบาท)
2. **การดำเนินการตามคำรับรองการปฏิบัติงาน** ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 มีผลคะแนนที่ได้ 4.9305 (เบื้องต้น) ซึ่งสูงกว่าผลการดำเนินงานในปี 2555 ซึ่งมีคะแนน 4.4753 โดยมีสาเหตุที่สำคัญ คือ การดำเนินการในมิติที่ 4 ด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร หัวข้อ ระดับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการ และการพัฒนาองค์กร ซึ่งคณะกรรมการบริหาร ศ.ศ.ป. สามารถกำกับการดำเนินงานได้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์การประเมินผลที่กำหนด

อนึ่ง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ศ.ศ.ป. ได้ปรับปรุง พัฒนาและจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านงานศิลปหัตถกรรม ณ ศ.ศ.ป. เพื่อดึงดูดให้ผู้สนใจมาเยี่ยมชม ศ.ศ.ป. เพิ่มขึ้น เช่น การจัดนิทรรศการผ้าโบราณ 100 ปี “ศตวรรษผ้าโบราณไทย” ซึ่งภายในนิทรรศการแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก เป็นนิทรรศการพระราชกรณียกิจ สมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ ด้านงานผ้า ส่วนที่สอง เป็นนิทรรศการองค์ความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการการแต่งกายในยุคต้นสมัยรัตนโกสินทร์ และชุดไทยพระราชนิยมทั้ง 8 ชุด ส่วนที่สาม เป็นการจัดแสดงผ้าโบราณในอดีตอายุกว่า 100 ปีขึ้นไป โดยผ้าที่นำมาจัดแสดงครั้งนี้มีจำนวนกว่า 150 ชิ้น อาทิ กลุ่มผ้าราชสำนัก ผ้าตามกลุ่มวัฒนธรรมเผ่าพันธุ์ต่าง และผ้าโบราณจากต่างประเทศ เป็นต้น และนอกจากนี้ ยังได้พัฒนาแหล่งเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรม ผ่านการให้บริการหอศิลปนิทรรศการ โดยจัดกิจกรรมภายในหอหัตถกรรมระหว่างประเทศ หัวข้อ “จักสานลุ่มน้ำโขง” การปรับปรุงหอเครื่องทองไทย และหอหัตถศิลป์ผ้าไทย “หอสุพรรณ-พัสดร์” ซึ่งเป็นการผสมผสานการจัดแสดงผลงานเครื่องทอง และงานผ้าโบราณอันทรงคุณค่า ซึ่งจากการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้สนใจเข้าเยี่ยมชม ศ.ศ.ป. จำนวน 66,731 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 จากปี 2555 มียอดผู้เข้าชมจำนวน 47,765 คน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

แม้จะปรากฏว่า ศ.ศ.ป.สามารถดำเนินงานประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ แต่ ศ.ศ.ป. ก็ยังพบปัญหาและอุปสรรคบางประการที่ทำให้เราไม่อาจดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จอย่างสูงสุดได้ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเหล่านั้น ได้แก่

1. หน่วยงานต่างๆ ส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนว่า ศ.ศ.ป. เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์ศิลปาชีพบางไทรฯ ส่งผลให้ ศ.ศ.ป. ยังไม่ได้รับความร่วมมืออย่างเต็มที่จากหน่วยงานต่างๆ มากนัก ซึ่งแท้จริงแล้ว ศ.ศ.ป. มีใช้ส่วนหนึ่งของศูนย์ศิลปาชีพบางไทรฯ หรือของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ หากแต่เป็นองค์การมหาชน เป็นหน่วยงานที่มาเสริมพระบารมีและเสริมโครงการตามพระราชดำริในเรื่องของศิลปาชีพ โดยความร่วมมือของ 3 ฝ่าย ฝ่ายที่หนึ่งคือ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทรฯ ฝ่ายที่สองคือ รัฐบาล ซึ่งมีกระทรวงพาณิชย์ และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และฝ่ายที่สามคือ ภาคเอกชน ซึ่งมีสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานหลัก โดย ศ.ศ.ป. จะทำหน้าที่ประสานงานทั้งสามภาคส่วนข้างต้น เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพของเราสามารถออกไปแข่งขันกับนานาชาติได้อย่างมีศักยภาพ เป็นการรวมเพื่อผนึกกำลังเป็นอันเดียวกันให้ได้กำลังมหาศาลแข่งขันกับผู้ค้าในตลาดโลกนั่นเอง

2. เหตุผลสำคัญอีกประการที่อาจทำให้หน่วยงานต่างๆ ยังลังเลใจในการให้ความร่วมมือกับ ศ.ศ.ป. ก็คือ ในความเป็นจริงก็ได้มีหน่วยงานต่างๆ ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าแต่ละประเภทอยู่แล้ว เพียงแต่ว่าเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าเฉพาะอย่างที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนเท่านั้น จึงทำให้เกิดความสงสัยในภารกิจของ ศ.ศ.ป. ที่ดูเหมือนว่าจะซ้ำซ้อนกับงานของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเขาดูแลรับผิดชอบกันมาอยู่แล้วประการหนึ่ง

อีกประการหนึ่งคือ วัฒนธรรมขององค์กรต่างๆ ของทางราชการ ไม่ว่าหน่วยงานใดก็มักจะกำหนดภารกิจของเขาไว้โดยเฉพาะ และอาจจะมีการแข่งขันกันอยู่ในที่ ปกติจะไม่ร่วมกับหน่วยงานอื่น เรื่องนี้คงจะเป็นที่ยอมรับว่าเป็นความจริงอยู่มีไม่น้อย แต่ถ้าพวกเรา จะพิจารณาการร่วมกันแบบ Joint venture น่าจะเพิ่มพูนผลให้แก่แต่ละองค์กรได้เป็นหลายเท่าทวีคูณ ถ้าเราเปิดใจกว้าง ร่วมงานกันอย่างจริงจัง โดยถือว่าเป็นวัฒนธรรมใหม่ขององค์กร ผลงานร่วมกันย่อมเป็นเลิศอย่างแท้จริง

3. อันที่จริงเราก็ได้ดำเนินการเพื่อแก้ความเข้าใจคลาดเคลื่อนทั้งสองประการข้างต้นดังกล่าวแล้ว ด้วยการจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือหรือ MOU (MOU-Memorandum of Understanding) กับหน่วยงานต่างๆ จำนวน 21 หน่วยงานด้วยกัน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและร่วมมือกันดำเนินโครงการเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ ศ.ศ.ป. โดยแต่ละหน่วยงานก็จะมีข้อตกลงที่แตกต่างกันไปตามสภาพของภารกิจเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ทั้งสองฝ่าย อย่างไรก็ตามการดำเนินงานที่ผ่านมาก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร อุปสรรคที่สำคัญก็คือ การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อยครั้งในแต่ละหน่วยงาน ทำให้การดำเนินการตามข้อตกลงต้องหยุดชะงักลง เนื่องจากผู้บริหารคนใหม่ไม่เข้าใจภารกิจของ ศ.ศ.ป. ซึ่งก็ต้องใช้เวลาเพื่อสร้างความเข้าใจกันใหม่ทุกครั้งไป

แนวทางและข้อเสนอแนะ

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ก็คงเห็นกันเป็นที่ประจักษ์แล้วว่า ศ.ศ.ป. มีภารกิจที่สำคัญเช่นไรและการเข้ามาร่วมมือกันกับ ศ.ศ.ป. จะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไร ในโอกาสนี้ ผมใคร่ขอเสนอแนวคิดสามประการ คือ

1. ศ.ศ.ป. จะจัดให้ทุกหน่วยงานที่ทำ “MOU” ไว้กับ ศ.ศ.ป. ได้ร่วมกันสัมมนาการร่วมงานของฝ่ายต่างๆ โดยมี ศ.ศ.ป. เป็นผู้ประสานงานเพื่องานนี้ เพื่อร่วมหาแนวทางการส่งเสริม สนับสนุน และการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

2. ศ.ศ.ป. จะจัดงานนิทรรศการใหญ่แสดงผลผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพทุกประเภทประจำปีขึ้น โดยขอเชิญให้ทุกหน่วยงานมาร่วมแสดงผลงานของตนด้วยอย่างเต็มที่ และมีการประเมินผลงานนิทรรศการใหญ่ประจำปีนั้นเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องและเสริมด้วยแนวคิดใหม่และประสบการณ์ใหม่สำหรับการแสดงนิทรรศการใหญ่ประจำปีครั้งต่อไปด้วย

3. ในส่วนของหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาร่วมมือกับ ศ.ศ.ป. ก็สมควรที่จะมีผู้รับผิดชอบที่จะทำหน้าที่ประสานผลประโยชน์ระหว่างกันอย่างเป็นทางการตรวจสอบเรื่องนี้โดยตรง โดยถือเป็นหน้าที่สำคัญของหน่วยงานประการหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อแก้ปัญหาการดำเนินงานร่วมกันที่ต้องหยุดชะงักลง เพราะมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารทำให้ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจกันใหม่อีกครั้งหนึ่งนั่นเอง

4. ส่วนแนวความคิดในเรื่อง Corporate Social Responsibility (CSR) หรือความรับผิดชอบต่อสังคม อันเป็นแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้ค้าชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ใช่เป็นการบำเพ็ญประโยชน์ การบริจาค หรือการอาสาทำความดีเพื่อการกุศลช่วยเหลือสังคมนั้น แม้เป็นเรื่องที่เหมาะสมอย่างยิ่งที่เราจะนำมาใช้กับองค์กร ศ.ศ.ป. ของเราไม่ว่าจะเป็นแนวคิด วิธีการ และตัวอย่าง แต่โดยที่แนวคิด CSR เป็นเรื่องขององค์กรแต่ละองค์กรที่จะคิดทำไปเองสังคมนั้น ขณะที่ปัญหาเฉพาะหน้าของเราในตอนนี้อยู่ที่ว่า ทำอย่างไรเราจึงจะรวบรวมหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่ใต้อาณาเขตของเรามาร่วมงานกันได้เป็นอันหนึ่งอันเดียว เมื่อเรารวมพลังกันได้แล้วก็เท่ากับเป็นองค์กรใหญ่อีกองค์กรหนึ่งเป็นเอกเทศ ดังนี้เมื่อถึงขั้นตอนนั้นแล้ว แนวความคิดเรื่อง CSR จึงจะเป็นประเด็นที่สำคัญประเด็นหนึ่งที่จะพิจารณากันต่อไป

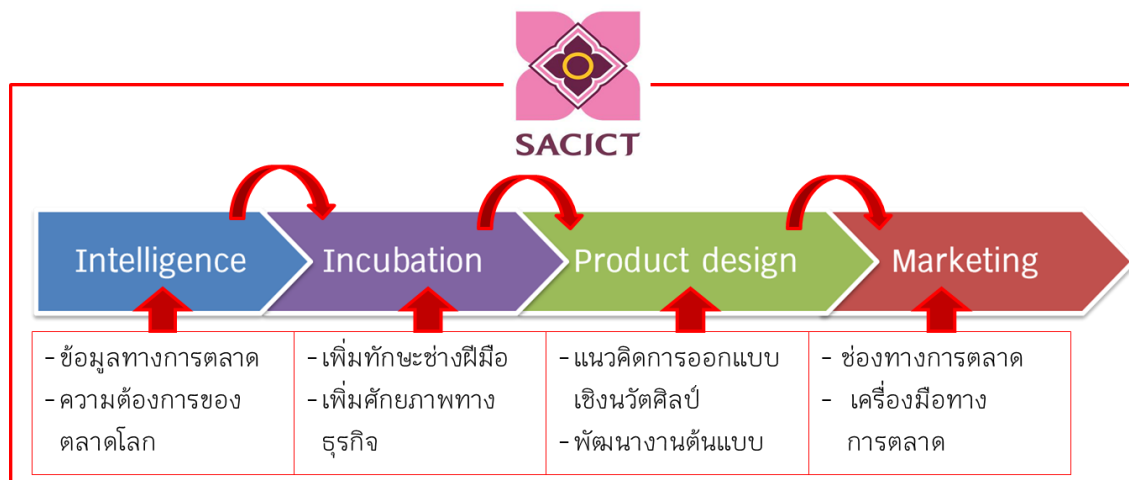
แผนการดำเนินงานสำคัญในงบประมาณ พ.ศ.2556 - 2559

ยุทธศาสตร์	2556	2557 – 2558	2559
1. การเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาข้อมูลการตลาดและฐานข้อมูลศิลปหัตถกรรม - วิจัยงานศิลปหัตถกรรมในเชิงลึก 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาห้องสมุดองค์ความรู้ (และ e-library) และ <u>หอনিทรรศการ</u> 	<ul style="list-style-type: none"> - เชื่อมโยงองค์ความรู้งานหัตถกรรมระหว่างประเทศ
2. การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลป หัตถกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมการบริการและให้คำปรึกษาทางธุรกิจหัตถกรรม - พัฒนาธุรกิจในงานศิลปหัตถกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกอบรมเฉพาะทางให้กับผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรม - พัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Craft Business Model) 	
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาคุณภาพและการออกแบบผลิตภัณฑ์ - นำเสนอผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่หลากหลายและเข้ากับยุคสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> - ร่วมพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์กับนักออกแบบที่มีชื่อเสียง หรือแบรนด์ที่มีชื่อเสียง - พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลป หัตถกรรมในลักษณะคอลเล็กชั่นประจำปี หรือเทศกาล - นำเสนอผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับสินค้าหรือบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำหรับองค์กร หรือบริษัทได้

ยุทธศาสตร์	2556	2557 – 2558	2559
4. การขยายตลาด - ในประเทศ - ต่างประเทศ - ประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนางองค์ความรู้ความเข้าใจของงานหัตถ กรรมให้กับผู้บริโภคในประเทศ - พัฒนาและปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายสินค้า - เพิ่มกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ SACICT แบนด์ - การเปิดตลาดต่างประเทศ (Foot in the Door) - สร้างแบนด์สำหรับองค์กรของ ศ.ศ.ป. ให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับผ่านกิจกรรม PR - มีการประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบกรอบแนวคิดการนำเสนอสินค้าในรูปแบบใหม่ - ขยาย/เพิ่มจุดจำหน่าย - เน้นเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรือนิทรรศการในระดับนานาชาติ - จับมือกับแบนด์ หรือผู้ขายที่เป็นที่ยอมรับในตลาด - เน้นการประชาสัมพันธ์/กิจกรรม SACICT แบนด์ - ขยายกลุ่มและประเภทของผลิตภัณฑ์ให้มีแบนด์เป็นของตัวเอง ภายใต้ SACICT แบนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบกรอบแนวคิดการนำเสนอสินค้าในรูปแบบใหม่ - เปิดจุดจำหน่ายในต่างประเทศ

แผนงานสำคัญประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557

ศ.ศ.ป. ยังคงมุ่งดำเนินงานในการเชื่อมโยง และยกระดับองค์ประกอบในด้านต่างๆ ของห่วงโซ่มูลค่าของงานศิลปหัตถกรรม (Craft Value Chain)



ทั้งนี้ แผนงานของ ศ.ศ.ป. มีความเชื่อมโยงของนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

New Growth Model	แผนการบริหารราชการแผ่นดิน และนโยบายเร่งด่วน 16 ข้อ	ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์
ลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth)	13. สนับสนุนการพัฒนาศิลปหัตถกรรม 13.1 สนับสนุนภารกิจของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ	3. ยกระดับสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน (Production Shift)

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ โครงการ/กิจกรรมที่สำคัญ และเป้าหมายการดำเนินงาน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรมสำคัญ	เป้าหมายการดำเนินงาน
1. การเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม	ผลักดันเป็นศูนย์กลางงานศิลปหัตถกรรมอย่างครบวงจร เพื่อการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลงานศิลปหัตถกรรม การตลาด และการพัฒนา งานศิลป หัตถกรรม ตลอดจนเป็น แหล่งเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรมที่ สำคัญของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาศักยภาพงานศิลปหัตถกรรม บ้านของไทย - รวบรวมองค์ความรู้เอกลักษณ์ศิลปะ แห่งลวดลายงานผ้า - เผยแพร่และให้ บริการองค์ความรู้ ผ่านห้องสมุด และ e-library - จัดหอนิทรรศการหัตถศิลป์ - ส่งเสริมการรับรู้คุณค่างาน หัตถกรรมไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เข้าใช้บริการองค์ความรู้งาน ศิลปหัตถกรรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20
2. การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม	ครูช่าง ช่างศิลป หัตถกรรม และผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมได้รับการเพิ่มสมรรถนะอย่างครบวงจร ตลอดจนชุมชนหัตถกรรมได้รับ สนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจ เพื่อ สร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของ ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาทักษะช่าง/ครูช่าง และเชิดชู ช่างศิลปหัตถกรรม - เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แก่ผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรม - พัฒนาหมู่บ้านหัตถกรรมและ เครือข่าย: Craft Communities 	<ul style="list-style-type: none"> - ช่าง / ครูช่าง สมาชิกงาน ศิลปหัตถกรรมได้รับการเพิ่ม สมรรถนะ และศักยภาพ จำนวน 1,200 คน - ชุมชนได้รับการพัฒนาในลักษณะ เครือข่าย ไม่น้อยกว่า 3 ชุมชน

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าหมาย เชิงยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรมสำคัญ	เป้าหมาย การดำเนินงาน
		<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมสมาชิก และจัดทำฐานข้อมูลสมาชิกศิลปหัตถกรรม - จัดประชุม นวัตกรรมศิลป์นานาชาติ (Symposium) 	
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการเพิ่มมูลค่าเชิงนวัตกรรมและได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาผลิตภัณฑ์ (ไทย นวัตกรรมศิลป์) <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์รักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Craft) - ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากวิถีชนเผ่า (Global Ethnics) - ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม - ผลิตภัณฑ์ขึ้นเอก Luxe. by SACICT - ประกวดผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ - สนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ต้นแบบไม่น้อยกว่า 150 ต้นแบบได้รับการทดสอบตลาดจริง - ชุมชนเข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และโอกาสในการร่วมทดสอบตลาด 20 ชุมชน - เกิดความร่วมมือกับนักออกแบบไม่น้อยกว่า 10 นักออกแบบ - ผลงานไม่น้อยกว่า 80 ชิ้นได้รับการจดแจ้งลิขสิทธิ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรมสำคัญ	เป้าหมายการดำเนินงาน
4. การขยายตลาด - ในประเทศ - ต่างประเทศ - ประชาสัมพันธ์	ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้เข้าสู่ตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และผู้ประกอบการมีเครือข่ายการค้าที่ต่อเนื่อง พร้อมทั้ง ส่งเสริมการรับรู้และยอมรับคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมการตลาด (งานอัตลักษณ์แห่งสยาม งานฝ้ายทอใจ งานเทศกาลนวัตกรรมศิลปป่านานาชาติ เป็นต้น) - เข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับหน่วยงานพันธมิตร - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ - บริหารจัดการจุดจำหน่าย (ศ.ศ.ป. สุวรรณภูมิ, ศูนย์การค้า อัมรินทร์) - ร้านค้าเครือข่าย (Craft Shop Networking) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีคู่ค้าเกิดขึ้นไม่น้อยกว่า 100 ราย 2. ประชาชนรับรู้/เข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่างานหัตถกรรมเพิ่มขึ้น