



SACICT

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
รายงานประจำปี 2549





“ข้าพเจ้านั้นภูมิใจเสมอว่า

คนไทยมีสายเลือดของช่างฝีมืออยู่ทุกคน

ไม่ว่าจะเป็นชาวไร่ ชาวนา หรือมีอาชีพใด อยู่สารทิศใด

คนไทยมีความละเอียดอ่อนและนับไวต่อการรับศิลปะทุกชนิด

ขอเพียงแต่ให้เขาได้มีโอกาสได้เรียนรู้และได้ฝึกฝน

เขาก็จะแสดงความสามารถออกมาให้เห็นได้”

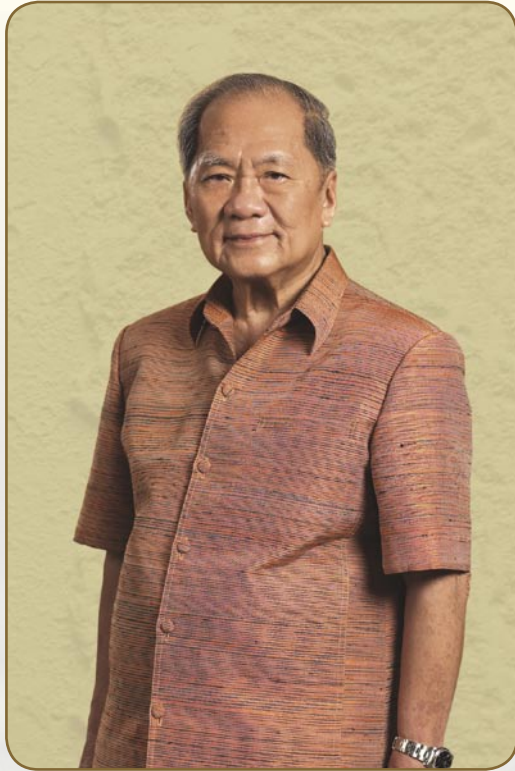


พระราชดำรัสในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

11 สิงหาคม 2532



รายงานจากประธานคณะที่ปรึกษาพิเศษ



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) จัดตั้งขึ้นโดยความตั้งใจที่จะให้เกิดความร่วมมือสามฝ่ายคือศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ภาครัฐบาล (โดยกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรม) และ ภาคเอกชน (โดยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย) ทำงานพัฒนาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐานรวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุภัณฑ์ เพื่อก่อให้เกิดศักยภาพทางการตลาด สามารถขยายตลาด ทั้งในและต่างประเทศดำเนินการให้เกิดการเชื่อมโยง ระหว่างการผลิตการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม พื้นบ้านตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยี ที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในรอบการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2549 ทาง ศ.ศ.ป. ได้มีการปรับปรุงสถานที่แสดงผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมให้มีความน่าสนใจ รวมถึงริเริ่มการจัดงานแสดงสินค้าศิลปหัตถกรรมในช่วงเวลาที่ชาวไทยร่วมฉลองวันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

องค์ประธานมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพที่เป็นต้นกำเนิดการส่งเสริม การพัฒนางานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย ตลอดจนการจัดรวบรวมความรู้ด้านการผลิต การเริ่ม กำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ

การดำเนินงานของ ศ.ศ.ป. จะก้าวหน้าไปได้ดีจะต้องมีความร่วมมือประสานการทำงานจากสามฝ่าย อย่างจริงจัง อันก่อให้เกิดความสำเร็จขององค์กรตามที่ได้ตั้งเป้าประสงค์ไว้

ฯพณฯ องคมนตรีธำนิพนธ์ กรัยวิเชียร
รองประธานกรรมการมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ
ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
ประธานคณะที่ปรึกษาพิเศษ



รายงานจากประธานกรรมการบริหาร

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เปิดดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2547 และได้เริ่มปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 ในระยะเวลาการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2549 ศ.ศ.ป. ได้มีการเผยแพร่กิจกรรมด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถสร้างเครือข่ายในการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูง งานของ ศ.ศ.ป. เป็นงานเฉพาะที่มีความสำคัญในการสร้างและอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษ ซึ่งไม่สามารถจะทำภายในองค์กรได้ทั้งหมดและจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานอื่นทั้งของภาครัฐและเอกชนในการดำเนินงานร่วมกันที่จะพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และช่างฝีมือที่ทำงานเกี่ยวข้องกับงานศิลปาชีพให้มีมาตรฐาน สามารถนำออกสู่ตลาดได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ศ.ศ.ป. ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ เป็นอย่างดีในการทำกิจกรรมร่วมกันทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมในระยะเริ่มแรกได้อย่างรวดเร็ว คณะกรรมการบริหารขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ ทั้งในส่วนกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน และ กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น



นายสมพล เกียรติไพบูลย์
ประธานกรรมการ



รายนามคณะที่ปรึกษาพิเศษของคณะกรรมการบริหาร



ฯพณฯ องคมนตรีนายธำนิรินทร์ กรัยวิเชียร
รองประธานกรรมการมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ
ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
ประธานคณะที่ปรึกษาพิเศษ



นายจिरายู อิศรางกูร ณ อยุธยา
(ผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพบางไทร)
กรรมการ



นายเสริมศักดิ์ เทพาคำ
(ผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพบางไทร)
กรรมการ



นายธนิรินทร์ เจียรวนนท์
(ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด
การบริหารและศิลปกรรม)
กรรมการ



นายเจริญ สิริวัฒนภักดี
(ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด
การบริหารและศิลปกรรม)
กรรมการ



นายอาชว์ เตาลานนท์
(ผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย)
กรรมการ



นายประพัฒน์ โปธิวรคุณ
(ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย)
กรรมการ



รายนามคณะกรรมการบริหารศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ



นายสมพล เกียรติไพบูลย์
ประธานกรรมการ



นายการุณ กิตติสถาพร
ปลัดกระทรวงพาณิชย์
กรรมการ



นางพิมพ์พาพรรณ ชาญศิลป์
ผู้แทนอธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก
กรรมการ



นางสาวอรจิต สิงคาลวณิช
อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
กรรมการ



นายปราโมทย์ วิทยาสุข
อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กรรมการ



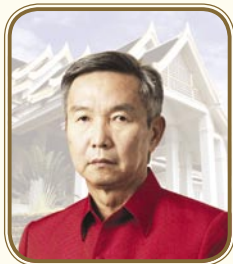
พลโทธีรศักดิ์ พะลายานนท์
ผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ
กรรมการ



นายชัชวาล ลางดี
ผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ
กรรมการ



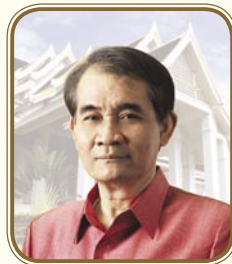
นางสุดาสมร สุวรรณลาภเจริญ
ผู้แทนศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ
กรรมการ



นายฉัตรชัย บุญรัตน์
ผู้แทนสภาหอการค้า
แห่งประเทศไทย
กรรมการ



นายแสงชัย เอกพัฒนาภิษฐ์
ผู้แทนสภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย
กรรมการ



นายเชมทัต สุนทรสิงห์
ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริม
ศิลปาชีพระหว่างประเทศ
เลขานุการ



สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	8
รายงาน ส่วนที่ 1 ข้อมูลภาพรวมของหน่วยงาน	12
ส่วนที่ 2 ผลการปฏิบัติราชการ	24
2.1 สายงานพัฒนาธุรกิจและการพาณิชย์	25
2.2 สายงานมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์	28
• ส่วนงานมาตรฐานและพัฒนาช่างศิลป์	34
2.3 สายงานพัฒนาด้านการตลาด	38
2.4 สายงานสารสนเทศและวิเทศสัมพันธ์	53
2.5 สายงานอำนวยความสะดวก	60





รายงานประจำปี 2549
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)





บทสรุปผู้บริหาร
EXECUTIVE SUMMARY





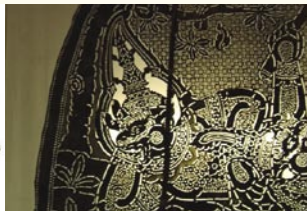
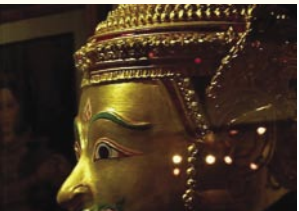
วัตถุประสงค์การรายงาน

รายงานประจำปีของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ ศ.ศ.ป. จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติราชการประจำปี ให้สาธารณชนได้รับทราบในรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาท ภารกิจ และการดำเนินงานของ ศ.ศ.ป. เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรม ให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาประเทศหรือการนำไปใช้ประโยชน์ของส่วนรวม

ข้อมูลภาพรวมของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

- แผนยุทธศาสตร์ หรือ แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี (พ.ศ. 2548 - 2551) แล้วเสร็จ โดยเป้าหมายผลผลิตของหน่วยงานคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพให้ได้มาตรฐานและส่งเสริมทางด้านการตลาดสู่ระดับสากล ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในการปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยว การค้าและบริการตามยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้



• ข้อมูลพื้นฐาน

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน ปี พ.ศ. 2542 ด้วยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2546 มีผู้อำนวยการเป็นผู้บริหารภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหาร ซึ่งมีคณะที่ปรึกษาพิเศษของคณะกรรมการเป็นผู้ให้แนวนโยบาย นายเชมทัต สุคนธ์สิงห์ ได้รับการคัดเลือกให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์คนแรก ระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2548 โดยได้แบ่งส่วนงานออกเป็น 5 สายงาน ได้แก่ สายงานพัฒนาด้านการตลาด สายงานพัฒนาธุรกิจและการพาณิชย์ สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศและวิเทศสัมพันธ์ สายงานมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สายงานอำนวยการ โดยกำหนดอัตรากำลังไว้ 39 อัตรา ในปี พ.ศ. 2549 และได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีจากรัฐบาล จำนวนทั้งสิ้น 250,360,000 บาท



ผลการปฏิบัติงานของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

ภายใต้วิสัยทัศน์ “ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ ศ.ศ.ป. เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก” ศ.ศ.ป. ได้ดำเนินกิจกรรมจนบรรลุผลดังนี้

1. การบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ได้แก่

การจัดงานและนิทรรศการวันเด็กแห่งชาติ งานหัตถศิลป์แผ่นดินสยาม งานมหกรรมเครื่องเงินอาเซียน งานอยุธยาโบราณหัตถศิลป์ถิ่นการละเล่นไทย งานสืบสานศิลปหัตถกรรมสยามเถลิงศก งานประกวดภาพถ่ายงานศิลปหัตถกรรม งานเรารักผ้าฝ้าย นิทรรศการอสังการผ้าไทย 12 เดือน และ





โครงการตกแต่งหอศิลป์ป้าชีพ หัตถกรรมอาเซียน หอแสดงผลผลิตภัณฑ์ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร หอหัตถศิลป์ผ้าไทย หอแสดงผลผลิตภัณฑ์มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ หอแสดงผลผลิตภัณฑ์ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนกาญจนาภิเษก (วิทยาลัยในวัง) ห้องสมุดและห้องเกียรติยศ

2. การพัฒนาศิลปหัตถกรรมพื้นฐานทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรม ส่งเสริมพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์จากไหมสายพันธุ์ใหม่ และการย้อมสีธรรมชาติ อบรมพัฒนาฝีมือช่างทอง ช่างเงิน การเป่าแก้ว เครื่องเคลือบดินเผา และวาดภาพสีน้ำมัน

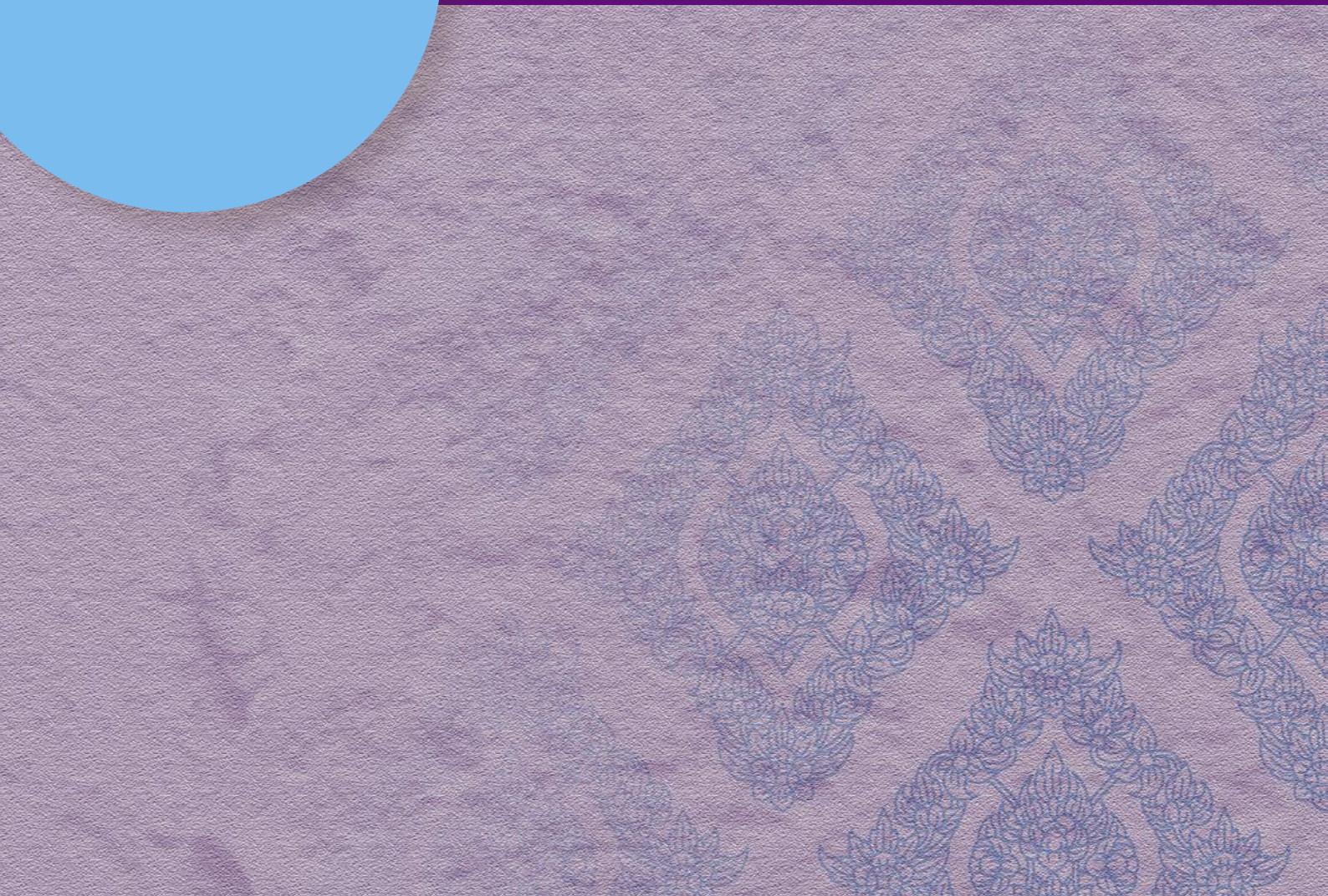
3. การส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการตลาด อาทิเช่น Frankfurt Ambiente, 2006 Tokyo Ambiente, 2006 Tendance Lifestyle, Bangkok International Gift Fair, I Spa 2006 Thailand, Thailand Grand Sales.

4. การส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและการสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต และการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ศิลปกรรมพื้นฐาน ได้แก่ โครงการความร่วมมือกับจิปาณะภัณฑสถานบ้านคูบัว โครงการส่งเสริม สมาชิกสัมพันธ์ โครงการสรรหาผู้มีทักษะฝีมือโดดเด่น การส่งเสริมการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมผ่านเว็บไซต์ E-member





รายงาน ส่วนที่ 1
ข้อมูลภาพรวมของหน่วยงาน





ข้อมูลภาพรวมของหน่วยงาน

แผนยุทธศาสตร์ หรือ แผนปฏิบัติการ 4 ปี

วิสัยทัศน์

ในขณะที่เริ่มต้นเปิดการดำเนินงานนั้น ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ ที่จะให้ ศ.ศ.ป. เป็นองค์กรส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในด้านการจัดการการผลิตและการตลาด และเป็นองค์กรหลักในการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการผลิตและการตลาดในระดับชาติและระดับสากล เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยเป็นที่นิยมกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ ต่อมาได้มีการปรับวิสัยทัศน์ให้สั้นลง โดยตั้งจุดหมายขององค์กรไว้ คือ

“ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) (ศ.ศ.ป.) เป็นศูนย์กลางส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก”

ข้อมูลพื้นฐาน

ประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

ในการเสด็จพระราชดำเนินตามพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเยี่ยมราษฎรทั่วทุกภาคของประเทศไทย สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงเห็นสภาพความเป็นอยู่ที่แท้จริงและความยากจนของราษฎร จึงทรงมีพระราชประสงค์จะจัดหาอาชีพให้ราษฎรทำเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้เพียงพอแก่การยังชีพ และโดยที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงสนพระทัยในงานศิลปกรรมพื้นบ้าน จึงส่งเสริมให้มีครูออกไปฝึกสอนราษฎร และเมื่อราษฎรมีความเชี่ยวชาญแล้ว ก็ทรงรับซื้อผลงานที่ผลิตออกมาด้วยพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ ซึ่งได้ขยายงานออกเป็นมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2519

กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ และภาคเอกชน ได้ร่วมกันก่อตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงลงพระปรมาภิไธยในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 เมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2546 และสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 120 ตอนที่ 108ก วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ซึ่งตามมาตรา 7 ของพระราชกฤษฎีกา กำหนดให้ศูนย์มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสนับสนุน ให้มีการประกอบอาชีพผสมผสานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ



พันธกิจ

ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดพันธกิจของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ไว้ ดังนี้

- ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุภัณฑ์
- ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดและการขยายตลาด ทั้งในและต่างประเทศ
- ส่งเสริมความเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- พัฒนาฝึกอบรมการบริหารจัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงินและการตลาด
- ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์

ในการของบประมาณปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ และยุทธศาสตร์ของประเทศ คือ “การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ” ศ.ศ.ป. ได้กำหนดเป้าหมายในเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเพิ่มสินค้าศิลปาชีพ ที่เป็นสินค้าเป้าหมายให้มีศักยภาพในตลาดโลก

เป้าประสงค์

ตามประเด็นยุทธศาสตร์ข้างต้น ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดเป้าประสงค์ไว้ดังนี้

ผลผลิต

ผลผลิตของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มีการกำหนดผลผลิตขององค์กรให้เกิดรูปธรรมมากที่สุดไว้ดังนี้

“ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพได้รับการพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมทางการตลาดสู่ระดับสากล”

กลยุทธ์

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้วางกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและผลผลิตที่กำหนดไว้มีดังนี้

- 1) ดำเนินการให้มีพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและงานศิลปหัตถกรรม
- 2) ดำเนินการจัดการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- 3) การบริหารจัดการที่ดี



การดำเนินการตามกลยุทธ์ดังกล่าว ศ.ศ.ป. ได้จัดทำแผนปฏิบัติการ 4 ปี (พ.ศ. 2548 – 2551) โดยมีสาระสำคัญดังนี้



1. แผนงานการแบ่งกลุ่มงานศิลปาชีพที่มีศักยภาพที่ต่างกัน

เพื่อให้เข้าใจถึงกลุ่มสินค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงได้จัดการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 3 ประเภท ได้แก่ Master Piece, สินค้า Premium และสินค้ามาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อสะดวกต่อการเลือกสินค้าเป้าหมายและระดับคุณภาพที่จะต้องพัฒนา และเพื่อสร้างคุณค่าที่แตกต่างกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป ได้มีการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่ ศ.ศ.ป. จะพิจารณาส่งเสริมพัฒนา คือ

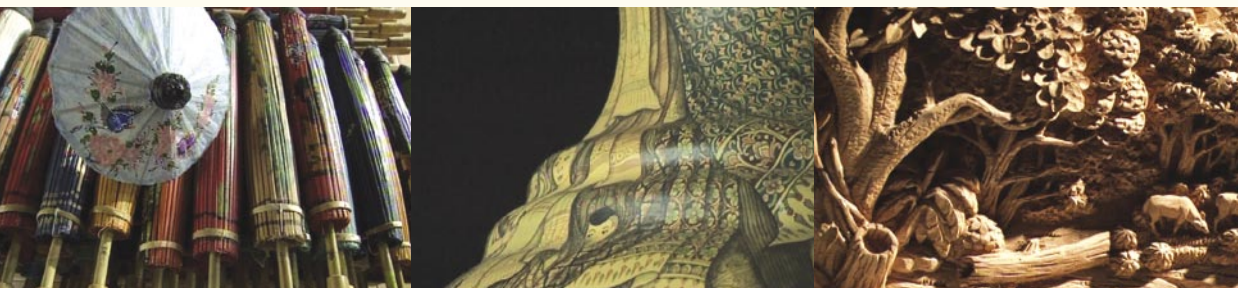
- วัตถุดิบที่นำมาผลิตจะต้องใช้วัสดุหลักที่ได้มาจากธรรมชาติ เป็นวัตถุดิบที่ไม่มีพิษ
- กระบวนการผลิตจะต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในทุกๆ กระบวนการ
- ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผลิตโดยช่างฝีมือที่ได้รับการฝึกฝนจนมีความชำนาญสามารถผลิตได้ถูกวิธี
- ผลิตภัณฑ์ต้องมีความเป็นมาหรือเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และควรมีการนำเสนอความเป็นไทยในรูปแบบที่สากลต้องการ

2. แผนงานด้านเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และคุณค่าของงานศิลปาชีพ

ศ.ศ.ป. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมทั้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลช่างฝีมือ ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนงานวิจัยพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรม เพื่อให้สามารถเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย ผลงานศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมไทยเป็นผลงานที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีการถ่ายทอดสืบสานงานฝีมือจากรุ่นสู่รุ่นในอดีตจวบจนถึงปัจจุบัน ก่อเกิดเป็นผลงานอันมีคุณค่าเหมาะสมที่จะประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ทั่วโลกรู้จัก และ ชื่นชมในผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและ ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย

3. แผนงานพัฒนาด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพที่ต้องการขยายการตลาด

กำหนดและดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพให้ได้มาตรฐานและส่งเสริมทางด้านการตลาดสู่ตลาดเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในการปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยว การค้า และการบริการ ตามยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้



4. แผนการพัฒนาพื้นที่ ศ.ศ.ป. ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ศ.ศ.ป. มีอาคารสถานที่สำหรับจัดงานนิทรรศการและงานแสดงสินค้ารวมถึงอาคารตลาดมีพื้นที่มากกว่า 40,000 ตารางเมตร จึงจำเป็นต้องใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการกำหนดแผนงานต้องมีการปรับปรุงให้มีจุดดึงดูดความสนใจของประชาชนและผู้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมและสามารถชักจูงผู้ประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์เด่นและมีชื่อเสียงมาเปิดร้านขายภายในบริเวณอาคารสถานที่ของ ศ.ศ.ป.

5. แผนงานการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมีมากมายทั้งในส่วนที่เป็นสมาชิกศูนย์ศิลปาชีพ และสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ศ.ศ.ป. ได้จัดให้ผู้ประกอบการเหล่านี้สมัครเข้าเป็นสมาชิกในโครงการเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับผู้เกี่ยวข้องที่สามารถให้ความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน ได้แก่ สถาบันการศึกษาและบุคลากรตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านงานศิลปหัตถกรรมของประเทศ

6. แนวทางการพัฒนาชาวบ้านให้สามารถผลิตงานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้คุณภาพ

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ชาวบ้านได้ทำขึ้นมา นั้น ชาวบ้านได้อาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมจากบรรพบุรุษ ภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญเมื่อได้รับการวิเคราะห์และสนับสนุนจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสมให้มีความสามารถและทำงานได้อย่างมีคุณภาพสูงสุด เพื่อลดเวลาการผลิต ลดความสูญเสีย และเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ จำเป็นต้องอนุรักษ์ความเป็นไทยให้คงไว้

7. สร้างความยอมรับและความมั่นใจให้แก่สังคมไทยว่าศิลปาชีพไทยมีคุณค่าในระดับโลก

คนไทยส่วนใหญ่ยังมีอุปนิสัยที่เอื้อต่อการดำรงรักษาศิลปะ วัฒนธรรม ดังนั้นนโยบายหลักเบื้องต้นจึงจำเป็นต้องสร้างความภาคภูมิใจและทำให้เกิดการยอมรับในศิลปะของไทยเพื่อที่จะช่วยกันอนุรักษ์และเผยแพร่ไปสู่ต่างชาติ

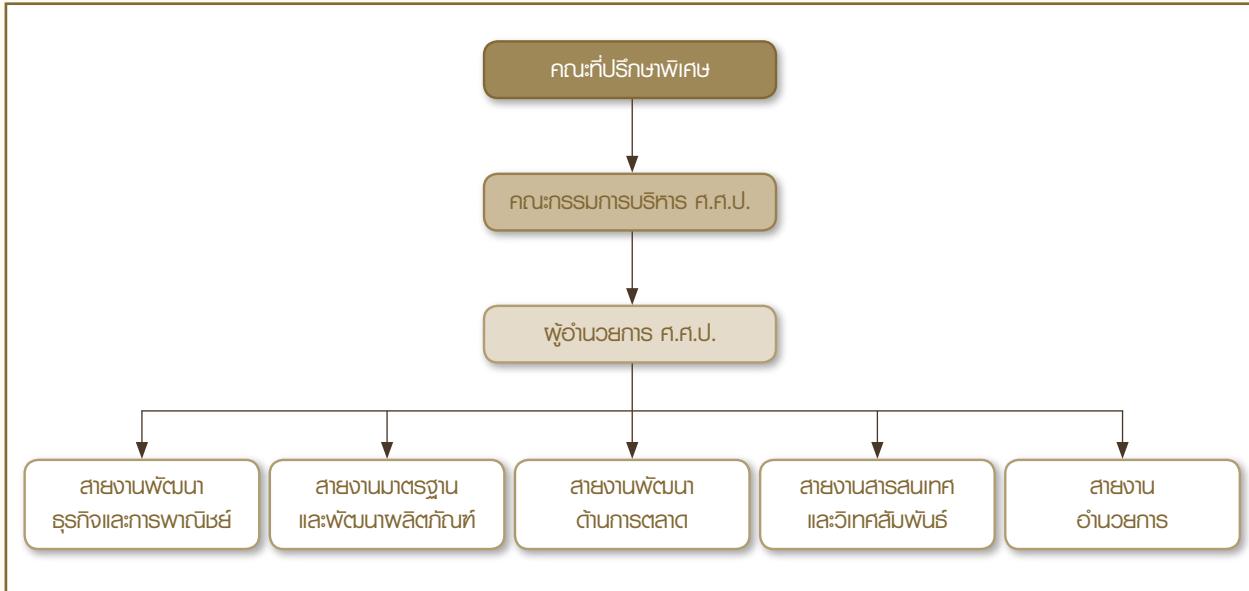
8. พัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านไทยให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด

พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านไทยให้เหมาะสมกับความต้องการทั้งภายในและภายนอก โดยที่ยังคงคุณภาพของฝีมือที่ประณีตของไทย อีกทั้งศิลปะของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดโลก



โครงสร้างศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มีรูปแบบการจัดองค์กรให้เป็นไปตามพระราชกฤษฎีกา และพันธกิจขององค์กร ดังนี้



การบริหารงานของ ศ.ศ.ป. แบ่งออกเป็น 5 สายงาน เพื่อให้สามารถทำงานได้ตามพันธกิจที่ได้กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 ดังนี้

1. **สายงานพัฒนาธุรกิจและการพาณิชย์** มีหน้าที่ด้านการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและผลิตภัณฑ์หัตถกรรม การเพิ่มช่องทางการตลาดให้เป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับ และสามารถจำหน่ายได้ในตลาดเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. **สายงานมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์** มีหน้าที่ดำเนินการให้มีมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปหัตถกรรม ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ ช่าง และผู้ประกอบการ รวมถึงการดำเนินการให้มีการรับรองมาตรฐานแก่ผลิตภัณฑ์ บุคคล คณะบุคคล และนิติบุคคล ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรม
3. **สายงานพัฒนาด้านการตลาด** มีหน้าที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามพันธกิจเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
4. **สายงานสารสนเทศและวิเทศสัมพันธ์** มีหน้าที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ รวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ศ.ศ.ป. และข้อมูลงานศิลปกรรมให้ผู้ที่มีความสนใจและผู้ที่เกี่ยวข้อง
5. **สายงานอำนวยการ** มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลงานบัญชี การเงิน งบประมาณ รวมถึงการดูแลการจัดหา การบำรุงรักษาทรัพย์สิน พัสดุ งานการประชุม งานธุรการ งานทรัพยากรบุคคล งานบริหารระบบคุณภาพและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้อำนวยการ ศ.ศ.ป.





EXECUTIVE SUMMARY

During the fiscal year 2006, The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization), or SACICT for short, has pioneered and achieved many projects successfully, which would become the milestones for preserving, standardizing, and marketing Thai folk arts and handicrafts, as set in the objectives of the organization by the Royal Decree on the Establishment of The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization) issued on 31 October 2003. Under the leadership of Mr. Khemadhat Sukondhasingha, SACICT's first Chief Executive Officer, and the supervision of the Board of Directors and the Special Advisory Board, many projects were proposed and carried out in accordance to its four (4)-year strategic plan (2005-2008).

Under the vision, "The role of The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand, or SACICT, is to promote, support, and develop Thai handicrafts to be well known and acceptable worldwide." In 2006, the Centre has achieved the following:-



1. Managing and organizing exhibitions, contests, and distributions of Thai handicrafts. Some highlights include the Handicraft Contest among 76 Provinces of Thailand, the 1st Folk Arts and Crafts Photo Contest, debut participations in various international trade fairs both locally and abroad, and the construction of various exhibition galleries within the Phra Ming Mongkol Pavilion, SACICT's main building located in Bangsai District, Ayutthaya. These galleries exhibited as well as sell folk arts and crafts that were supplied from all over the country. In accordance to the four (4) strategic products as stated in the four (4)-year strategic plan (2005-2008), the exhibition galleries were divided into:-

- The Thai Handicrafts Gallery
- The Thai Goldsmith Gallery
- The Thai Handicrafts and Textiles Gallery
- The Gallery of The SUPPORT Foundation of H.M. Queen Sirikit of Thailand

And



- The ASEAN Arts and Crafts Gallery, which were added later after SACICT has achieved a collaboration with UNESCO and the ASEAN Handicrafts Promotion and Development Association, or AHPADA, to jointly organized the UNESCO Seal of Excellence Programme in 2006.

2. Improving Thai handicrafts in terms of product quality, standardization, designs, and packaging. All of which will provide for and overall better image for Thai handicrafts, and promoting their images in both the domestic and international markets. In 2006, the standards for 5 handicrafts have been established, and 3 types of craftsmanship were trained to craftsmen in many parts of Thailand.

3. Promoting the marketing of Thai handicrafts by organizing marketing activities both locally and internationally, such as participating in international trade fairs within Thailand, like the Bangkok International Gift Fair 2006, I Spa 2006, and in trade fairs abroad, such as at Ambiente Frankfurt 2006 and Tendence Lifestyle 2006 in Germany, as well as Ambiente Tokyo 2006 in Japan.

4. Encouraging the linkage between productivity and distribution, such as the collaboration between SACICT and the Baan Khu Bua Museum, where various textile-related crafts are constantly being developed, and the creation of the e-member program to adapt the use of modern technology to local artists and craftsmen countrywide.

It seems that the fiscal year 2006 has been a very active and busy year for SACICT, which has only been fully operated for about 1 year. The results of these activities were successful and SACICT will continue to carry on these projects to promote and support Thai folk arts and handicrafts toward a promising future in both the Thai and international markets.



OVERALL INFORMATION OF THE SUPPORT ARTS AND CRAFTS INTERNATIONAL CENTRE OF THAILAND THE FOUR (4)-YEAR STRATEGIC PLAN

The Vision

At the beginning of its operation, The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization), or SACICT, has initiated a vision for the organization to achieve excellence in management, production and marketing of Thai handicrafts, as well as to be the center to develop the network of production and marketing collaborations among various related organizations, both locally and internationally, in order to promote Thai folk arts and crafts to become well known and widely accepted both in Thai and international markets. Later, this vision has been summarized and shortened into :-

“The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization), or SACICT, is the center to promote, assist, and develop Thai folk arts and crafts to become widely known and accepted throughout the world.”



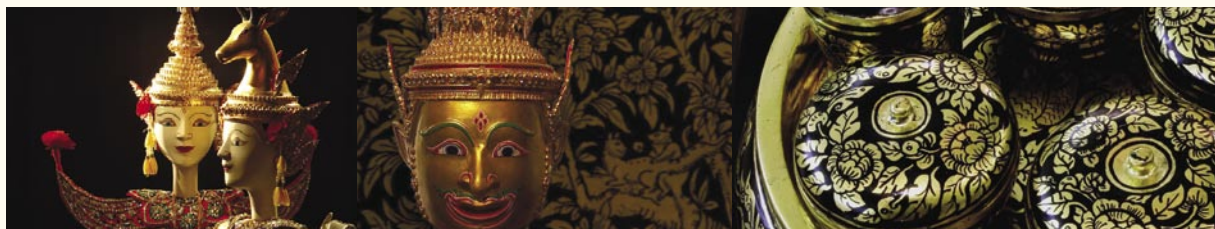


Basic Information

The Background: The Founding of The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand

In 1976, The SUPPORT Foundation under the Patronage of Her Majesty Queen Sirikit of Thailand was found to preserve and teach inhabitants in Thailand's rural areas how to make folk arts and crafts to sell and generate extra income for their poor households. This project became successful and spread far and wide under the 16 Arts and Crafts Centre throughout the country.

The Ministry of Commerce, in collaboration with the SUPPORT Foundation and the private sector, established the SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization), which was signed by His Majesty the King in the Royal Decree to Establish the SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization), B.E. 2546 (2003) on 20 September 2003, which the Secretariat of the Cabinet announced in the the Royal Thai Government Gazette, Volume 120, Part 108A, published on 31 October 2003. This Decree established the Centre's objective to promote and support a combination of the people's main profession with the making of folk arts and crafts to earn extra income and preserve local know-how in accordance with the SUPPORT Foundation under the Patronage of H.M. the Queen. Furthermore, the Centre is to promote and assist marketing activities for Thai handicrafts both in the local and international markets.



The Mission

According to the Royal Decree to Establish the SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization), B.E. 2546 (2003), the missions of the Centre are to manage and organize exhibitions, contests, and sale of local folk arts and handicrafts; to develop and promote local arts and crafts products in terms of quality standards as well as the images and designs of such products and their packaging; to promote and support their marketing activities and the expansion of their local and international markets; to build up the network of support among different industries in terms of production and sale of local arts and crafts products, and to apply modern technology in originated techniques by local wisdoms or the combination of their benefits ; to develop training plans in terms of production, personnel and marketing management; and to provide support to and encourage the observance of the intellectual property rights of all types.

Strategic Plan

For the fiscal year 2006, the SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization) has determined its strategies to be in line with those of the Ministry of Commerce and the national strategy, namely, "to build competitive capability and to



re-organize the economic structure in order to increase the national competitive competency.” SACICT has decided for a strategic plan that will increase the competency of selected handicraft product categories towards the world market.

The Objective

According to the abovementioned strategy, The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand has determined its objectives as follow :-

The Output

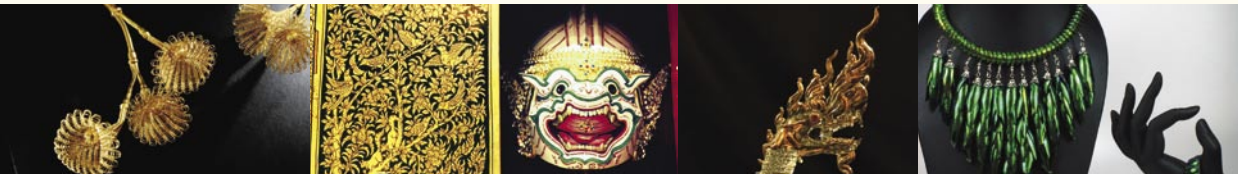
In order to have a concrete organizational output, The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand has committed that

“The Thai folk art and craft will be developed, standardized, and promoted in the international market.”

The Strategies

SACICT has stated its operating strategies in order to ensure the achievement of the objective and output as set above, consisting of :-

- 1) Developing Thai folk arts and crafts and other handicrafts
- 2) Managing and organizing exhibitions, contests, and fairs for handicrafts
- 3) Upholding good governance of the organization



IN ORDER TO OPERATE UNDER SAID STRATEGIES, SACICT HAS SET UP A FOUR (4)-YEAR PLAN (2005-2008) WHICH ESSENTIALLY CONSISTS OF THE FOLLOWING :-

1. Classification of folk arts and crafts with different competence levels

The strategic products targeted in this four (4)-year plan is divided into 3 classes, which are the Masterpiece, Premium, and Standard products. By doing this, the product will be classified and appropriately selected for the target market. In addition, the products will be differentiated through its enhanced value under effective benchmarking. Thus, SACICT has established a set of specific guidelines for handicrafts that the organization will take into consideration on various projects, namely :-

- Encourage the use of natural materials
- Using environmentally-friendly processes of production
- Products are produced by trained and skilled artisans
- Products contain inspirational expression and/or innovative designs that combine traditional with international images

2. To publicize the values and merits of handicrafts production

SACICT also collects information relating to handicrafts, such as information on the products, the artisans, the experts on such field, and researches done on subject matters relating to handicrafts. All these information will make SACICT the center of knowledge on Thai handicrafts, folk arts, and local wisdoms relating to craftsmanship and culture.





3. To develop marketing plan in order to expand Thai handicraft markets

Strategic products that have been approved by SACICT's standard on product quality will be promoted through various marketing activities to the target market. This goes in line with the government's strategy to re-organize the structure of the tourism, service, and commercial sectors in order to adjust the economic structure to be balanced and to increase national competitiveness.

4. To optimize SACICT's land and property for maximum benefit to the public

SACICT presently has 40,000 square meters available for multiple purposes. In order to do so, the Phra Ming Mongkol Pavilion as well as the outdoor market area will need to be redesigned and remodeled to attract the public and the arts and crafts enthusiasts, as well as handicraft entrepreneurs and craftsmakers with quality products to sell their products at SACICT.

5. To develop a mutual network among craftsmakers, educational institutions, and experts in handicrafts

Entrepreneurial craftsmen are spread out all over the country, making it difficult to reach and assist. By becoming SACICT's members, they will be able to improve their production and commercial capability through SACICT's network that will link them with others who will be able to provide suggestions on product improvement or to collaborate together in projects that will benefit all parties involved.

6. To provide assistance and supervision for rural inhabitants to produce quality handicrafts, using local wisdoms

Unique local wisdoms from different regions in Thailand has created unique and beautiful handicrafts. Utilizing these wisdoms and adapting modern technology are enhance the craft production processes, ensure consistent quality, improve economies of scale, and increase the products value-added benefits. These products, however, will need to preserve the unique Thai wisdoms and styles that have been accumulated and passed on from generations to generations.

7. To build acceptance and assurance to Thai consumers that Thai handicrafts are reputable and admired worldwide

Even though most Thai people still appreciate the preservation of Thai folk arts and crafts, they still lack the feeling of pride and acceptance in order to participate in the preservation and assert Thai handicrafts to the world.

8. To improve upon handicraft product quality and designs to become suitable to the market demand

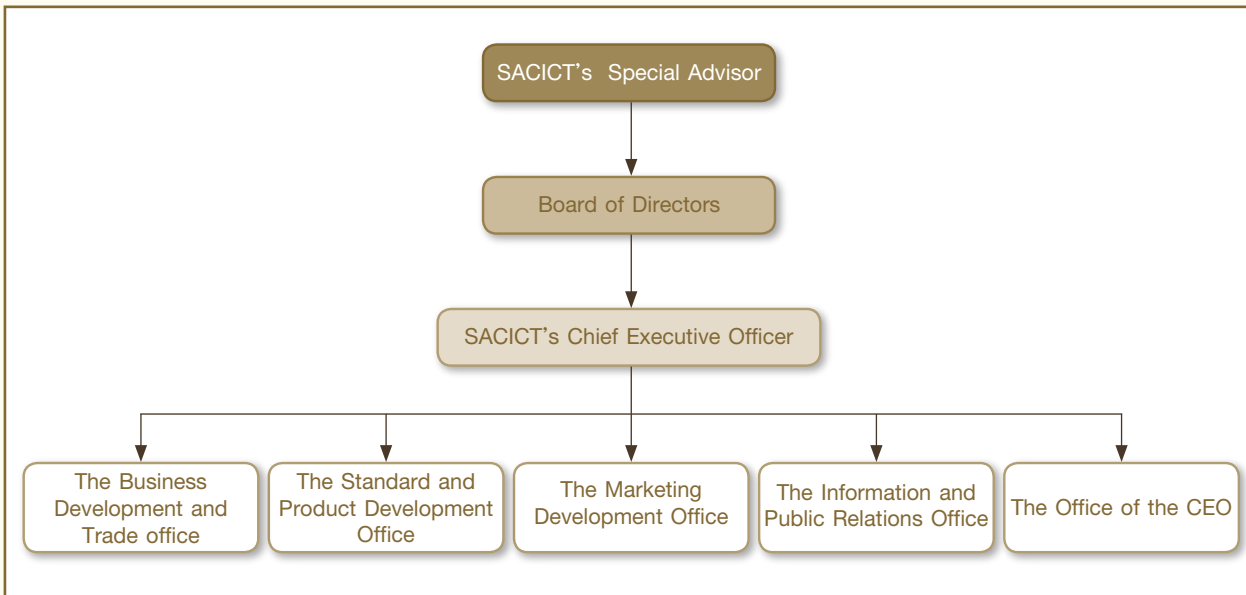
SACICT aims to assist in product and packaging design, as well as quality improvement and control so that Thai handicrafts will become suitable to today's consumer lifestyles both locally and internationally, while still maintaining the finely made and skillful craftsmanship that have been passed on through ancient wisdoms and have made Thai handicrafts uniquely admired.





THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE SUPPORT ARTS AND CRAFTS INTERNATIONAL CENTRE OF THAILAND (PUBLIC ORGANIZATION)

The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization) has set up its organizational structure in accordance to the Royal Decree and the organization’s missions. SACICT is set up as follows: -



SACICT’s management is divided into 5 offices in order to allow the organization to achieve its missions as stated in the Royal Decree. These offices consist of: -

1. **The Business Development and Trade office:** is responsible for expanding and increasing the channels of handicraft markets, as selling handicrafts in domestic and international market.
2. **The Standard and Product Development Office:** establishes standards and quality approval for existing handicraft categories in the areas of production, craftsmanship, and entrepreneurial capability.
3. **The Marketing Development Office:** organizes various marketing activities to encourage public interest towards the handicraft products.
4. **The Information and Public Relations Office:** organizes the collection and setup of the information system regarding the know-how of handicraft production, as well as publicizes SACICT to the public.
5. **The Office of the CEO:** is responsible for the finance, accounting, and budgeting management aspects of the organization, and the general administration of the organization.





รายงาน ส่วนที่ 2
ผลการปฏิบัติราชการ





ผลการปฏิบัติราชการ

ในปีงบประมาณ 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการและบรรลุผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ 5 สายงาน

2.1 สายงานพัฒนาธุรกิจและการพาณิชย์

สายงานพัฒนาธุรกิจและการพาณิชย์มีขอบเขตดำเนินงาน ด้านการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและผลิตภัณฑ์หัตถกรรม การเพิ่มช่องทางการตลาดให้เป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับ และสามารถจำหน่ายได้ในตลาดเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ที่จัดแสดงนั้น เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมระดับดีเยี่ยม สร้างสรรค์โดยช่างฝีมือระดับครูช่าง

โครงการร่วมแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ

1. โครงการร่วมแสดงสินค้า Frankfurt Ambiente ระหว่างวันที่ 11-14 กุมภาพันธ์ 2549

เป็นการแสดงสินค้าของประดับตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในบ้าน และของขวัญของชำร่วยที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้นำผลิตภัณฑ์จากศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดินเผาวิถีชีวิตไทย ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเคลือบ และผลิตภัณฑ์แก้วเป่ารูปสัตว์ในเขตเอเชียอาคเนย์ ฯลฯ ร่วมจัดแสดง การร่วมจัดแสดงสินค้าในครั้งนี้ ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชม ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจำนวน 14 บริษัท จากประเทศในภาคพื้นยุโรป เช่น ประเทศอังกฤษ ประเทศเยอรมัน ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน ประเทศออสเตรีย ฯลฯ



2. โครงการร่วมแสดงสินค้า 2006 Tokyo Ambiente ระหว่างวันที่ 14-16 มิถุนายน 2549

เป็นการแสดงสินค้าของประดับตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในบ้านระดับนานาชาติที่จัดแสดงในประเทศญี่ปุ่น มีผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าแบบ Lifestyle รวมถึงห้างสรรพสินค้า Takashimaya ให้ความสนใจเข้าเยี่ยมชม และต้องการให้ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เป็นคู่ค้า ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมระดับดีเยี่ยมในประเทศญี่ปุ่น



3. โครงการร่วมแสดงสินค้า 2006 Tendence Lifestyle ระหว่างวันที่ 14-16 มิถุนายน 2549

เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดแสดงในทวีปยุโรปที่ใหญ่รองมาจากงาน Frankfurt Ambiente และเป็นงานแสดงสินค้าประเภทเครื่องประดับ ตกแต่งบ้านที่มีลักษณะเฉพาะแบบกลุ่มย่อย (Niche Segmentation) ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) นำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเคลือบสีลาดลในรูปแบบ Modern classic ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเคลือบลวดลายเวียงกาหลง ในรูปแบบ Traditional และผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเคลือบเบญจรงค์รูปแบบ Modern/Temporary โดยมีผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมระดับดีเยี่ยมให้ความสนใจเข้าชมจำนวน 70 ราย

โครงการร่วมแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ

1. โครงการร่วมแสดงสินค้า Bangkok International Gift Fair ระหว่างวันที่ 18-23 เมษายน 2549

เป็นงานแสดงผลภัณฑ์เครื่องประดับตกแต่งบ้าน ของขวัญ ของที่ระลึกและงานหัตถกรรมในระดับนานาชาติ ที่จัดขึ้นในประเทศไทย ทุกปีๆ ละ 2 ครั้ง โดยมีผู้ประกอบการและผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จากทุกภูมิภาคเข้าร่วมงาน ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องประดับตกแต่งบ้านลงรักปิดทอง และผลิตภัณฑ์จิตรกรรมไทยโบราณ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า สว่างสรรค์ด้วยแนวคิด และกระบวนการผลิตตามแบบภูมิปัญญาไทยดั้งเดิม ทำให้มีชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ให้คำสั่งซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการศิลปาชีพฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการร่วมแสดงสินค้าครั้งนี้





2. โครงการร่วมแสดงสินค้า I Spa 2006 Thailand ระหว่างวันที่ 3-5 พฤษภาคม 2549

เป็นการประชุมและจัดแสดงสินค้าที่ใช้ในสถานประกอบการสปา ที่จัดหมุนเวียนในหมู่สมาชิกทั่วโลก ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้รับเชิญจากผู้จัดงานให้เข้าร่วมแสดงสินค้า โดยมีผลิตภัณฑ์ของระดับบ้าน และสถานประกอบการสปาในระดับดีเยี่ยมร่วมจัดแสดง และมี Mood and Tone ของสถานประกอบการสปาไทยในระดับดีเยี่ยม ทำให้ผู้ประกอบการสปาซื้อผลิตภัณฑ์ และส่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นจำนวนมาก



3. โครงการร่วมแสดงสินค้า Thailand Grand Sales ระหว่างวันที่ 1-4 มิถุนายน 2549

เป็นงานแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าที่ร่วมจัดโดยศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้นำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทองระดับดีเยี่ยม ทำด้วยมือทุกกระบวนการผลิต เข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถทำยอดขายได้เป็นที่น่าพอใจ



การสร้างกิจกรรมทางการตลาดในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เป็นโอกาสให้ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) สามารถประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ถึงการเป็นศูนย์กลางหัตถกรรมไทยในระดับดีเยี่ยมได้





2.2 สายงานมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์

งานการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานผู้จัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม

1. โครงการจัดทำและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ มีการดำเนินงานจัดทำเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านสำหรับเป็นแนวทางในการจัดทำผลิตภัณฑ์ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ

ของผู้บริโภค โดยในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านนั้น ส่วนหนึ่งจะอ้างอิงจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นพื้นฐานหลัก และเพิ่มเติมส่วนที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กำหนด 4 ข้อ ดังนี้

- 1) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบหลักจากธรรมชาติหรือวัสดุที่ไม่เป็นพิษหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- 2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกรรมวิธีจัดทำ หรือการผลิตที่ไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม
- 3) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำโดยผู้มีความสามารถในการจัดทำผลิตภัณฑ์ โดยมีประสิทธิภาพการทำงานตามระยะเวลาที่เหมาะสม
- 4) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งที่มาของจริง หรือสามารถอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ หรือถ้าในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากจินตนาการก็ต้องสามารถอธิบายถึงพื้นฐานของจินตนาการนั้นๆ ได้ (Inspiration และ Originality)



- ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยกำหนดไว้เป็นคู่มือมาตรฐาน 7 ประเภทผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผักตบชวา 2) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาววัง 3) ผลิตภัณฑ์จักสานหวาย 4) ผลิตภัณฑ์ภาพเขียนสีน้ำมัน 5) ผลิตภัณฑ์เซรามิก 6) ผลิตภัณฑ์ของจิว 7) ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก และดำเนินการรับรองผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดจำนวน 15 ชนิดผลิตภัณฑ์



2. โครงการจัดทำและรับรองมาตรฐานผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่ดี

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ มีการดำเนินงานจัดทำเกณฑ์มาตรฐานผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ทั้งผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้าให้เป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และมีจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ สร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับแก่ผู้บริโภค โดยเกณฑ์มาตรฐานผู้ประกอบการกำหนดเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 เกณฑ์มาตรฐานผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม

- 1) มีความพร้อมในการขายหรือให้บริการ
- 2) การควบคุมกระบวนการขายหรือให้บริการ
- 3) การแสดงถึงความรับผิดชอบต่อลูกค้า

2.2 เกณฑ์มาตรฐานผู้จัดทำผลิตภัณฑ์หรือผู้ผลิต

- 1) มีความใส่ใจในกระบวนการจัดทำผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์
- 2) การแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทราบอย่างถูกต้อง
- 3) มีกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่ดีตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ดำเนินการรับรองผู้ประกอบการค้าและผู้จัดทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดรวม 35 ราย

งานพัฒนาผลิตภัณฑ์

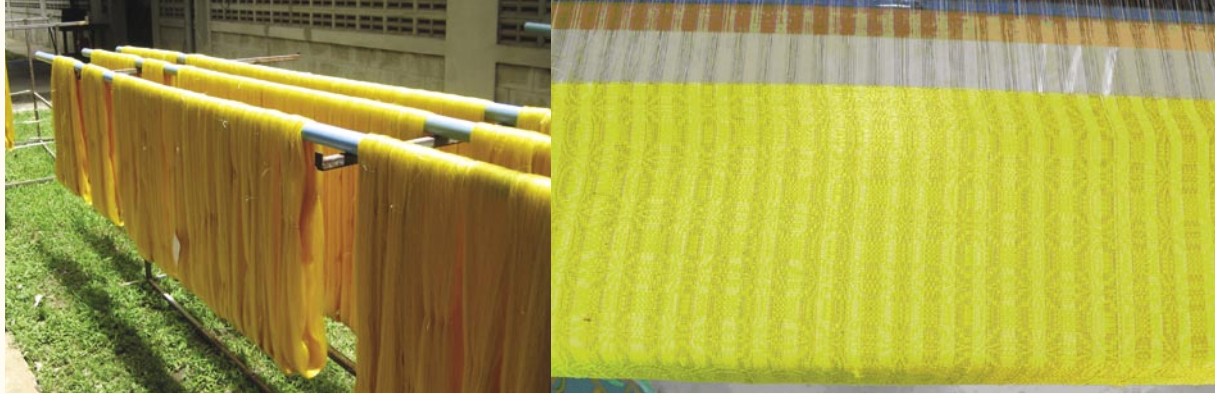
3. โครงการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากไหมสายพันธุ์ใหม่

• ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยจากไหมไทยสายพันธุ์ใหม่ (ไหมทอง) โดยสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่เป้าหมายดำเนินการพัฒนากระบวนการผลิตไหม ตั้งแต่ขั้นตอนการเลี้ยงไหม การสาวไหม จนถึงการพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่ใช้วัตถุดิบเส้นไหมจากไหมสายพันธุ์ใหม่ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาที่มีคุณภาพ ตั้งแต่วัตถุดิบ จนถึงผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมีการพัฒนาด้านคุณภาพมากขึ้น



• ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรใน 3 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม และร้อยเอ็ด ดำเนินการพัฒนาการผลิตไหมจากไหมไทยสายพันธุ์ใหม่ (ไหมทอง) ทั้งกระบวนการตั้งแต่การเลี้ยงไหม จนถึงการพัฒนาตลาดลายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ส่งผลให้เกษตรกรสามารถทำการผลิตไหมได้ผลผลิตเส้นใยที่ยาวขึ้น มีคุณภาพสูงขึ้นและจำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น ตลอดจนถึงสามารถพัฒนาประยุกต์ลวดลายผ้าลวดลายต่างๆ ได้ เช่น ลายตาสับประรด ลายสก็อต มัดหมี่ลายประยุกต์ มัดหมี่ลายตาสับประรด เป็นต้น





4. โครงการพัฒนาและสร้างงานหัตถกรรมเครื่องทองสุโขทัยและการรวบรวมภูมิปัญญาเชิงช่างสร้างองค์ความรู้

- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมการพัฒนาสร้างเครื่องประดับทองสุโขทัย ซึ่งเป็นงานที่แสดงถึงฝีมือของช่างทองที่สามารถสร้างชิ้นงานเครื่องทองได้อย่างประณีต และสวยงาม และแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของรูปแบบของงานทองในสมัยโบราณที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ และสืบสานเป็นมรดกของชาติสืบไป

- ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ร่วมกับกาญจนนาภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง ดำเนินงานพัฒนาสร้างเครื่องประดับทองสุโขทัยที่มีรูปแบบและลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสายสกุลช่างสุโขทัย อาทิ สร้อยพวงมาลัย กำไลนางพญา สร้อยถัก



ดอกป๊อบ สร้อยถักดอกลำโพง สร้อยถักตะขาบ เป็นต้น เพื่อเป็นต้นแบบในการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนถึงการรวบรวมภูมิปัญญาด้านวิธีการและเทคนิคเชิงช่างในการทำเครื่องประดับทองสุโขทัย เพื่อแสดงเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป อันเป็นการสร้างความตระหนักและเห็นคุณค่า มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และสืบสานงานศิลปหัตถกรรมของชาติ โดยจัดแสดงและจำหน่ายในหอเครื่องทองไทย ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ



5. โครงการพัฒนาความรู้และทักษะการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมพันธุ์พื้นเมือง และการสาวไหม

- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมการเลี้ยงไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านหรือพันธุ์พื้นเมืองซึ่งมีคุณสมบัติให้ผลผลิตเส้นใยมาก เส้นไหมมีความนุ่มเหลือบมัน ดัดสิ่งยาสีติดทนนาน เมื่อนำมาทอเป็นผืนผ้าทำให้ได้ผ้าที่มีคุณภาพดีเนื้อนุ่ม และมีความเหลือบมัน โดยสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ดำเนินการผลิตไหมพันธุ์พื้นเมืองอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีแก่กลุ่มเกษตรกรหันมาทำการเลี้ยงไหมพันธุ์พื้นเมืองเองมากขึ้นทดแทนการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศ หรือซื้อไหม



สำเร็จรูปมาใช้ และเพื่อให้ได้วัตถุดิบเส้นไหมที่มีคุณภาพนำไปใช้ในการทอผ้าไหมซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมีการพัฒนาด้านคุณภาพมากขึ้น และกลุ่มเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น



- ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ สุรินทร์ พัฒนากลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ดำเนินการในกระบวนการผลิตไหมพันธุ์พื้นเมือง (พันธุ์สำโรง) ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม ส่งผลให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตเส้นไหมให้กลุ่มทอผ้าไหมได้ในราคาที่สูงขึ้น ตลอดจนได้มีการรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับไหมพันธุ์พื้นเมือง (พันธุ์สำโรง) กระบวนการปลูกหม่อนและเลี้ยงไหม และการสาวเส้นไหมด้วยมือ จัดทำไว้เป็นเอกสารที่ชัดเจนเพื่อนำไปใช้ในการถ่ายทอดและขยายผลไปยังกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่อื่นๆ ได้อย่างเป็นระบบ



6. โครงการส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานการย้อมสีธรรมชาติ

- ความรู้การย้อมสีธรรมชาติ เป็นความรู้พื้นบ้านที่ได้รับการเรียนรู้ ถ่ายทอดสืบต่อกันจากรุ่นหนึ่งมาสู่อีกหนึ่งรุ่นหนึ่ง ควบคู่กับกรรมวิธีการทอผ้าพื้นบ้านมานาน สีธรรมชาติเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ยังคงต้องรักษาไว้เนื่องจากสีธรรมชาติไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เป็นอันตรายต่อผู้ย้อมและผู้สวมใส่ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) จึงดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานการย้อมสีธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรในกระบวนการย้อมสีธรรมชาติที่ถูกต้อง ตั้งแต่พันธุ์ไม้สีธรรมชาติ จนถึงวิธีการย้อมด้วยสีธรรมชาติที่ถูกต้อง ตลอดจนมีการรวบรวมความรู้เรื่องการย้อมสีธรรมชาติจัดทำเป็นเอกสารที่ชัดเจนเพื่อการสืบทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องแก่คนรุ่นหลังต่อไป และเพื่อให้กลุ่มเกษตรกรที่ทำการทอผ้าไหมหันมาให้ความสำคัญกับการใช้สีธรรมชาติแทนการใช้สีเคมีมากขึ้น

- ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ สุรินทร์ ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ดำเนินการในกระบวนการย้อมสีธรรมชาติอย่างเป็นระบบที่ถูกต้อง ส่งผลให้เกษตรกรสามารถทำการย้อมสีเส้นไหมที่มีคุณภาพนำเส้นไหมไปใช้ทอผ้าและจำหน่ายให้กลุ่มทอผ้าไหมได้ในราคาที่สูงขึ้น ตลอดจนได้มีการรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับการย้อมสีธรรมชาติไว้เป็นเอกสารที่ชัดเจนเพื่อนำไปใช้ในการถ่ายทอดและขยายผลไปยังกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่อื่นๆ ได้อย่างเป็นระบบ





7. โครงการรวบรวมผ้าไทยโบราณพื้นถิ่นเพื่อสนับสนุนจัดทำพิพิธภัณฑผ้าไทยในโครงการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ

• ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มีความตระหนักและเห็นถึงคุณค่าอันสูงส่งของมรดกทางวัฒนธรรมที่มีการสืบสานทางด้านสิ่งทอและเครื่องแต่งกายดั้งเดิมของเผ่าพันธุ์ที่มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ จึงดำเนินการจัดหาและรวบรวมผ้าไทยพื้นถิ่นที่มีคุณภาพดีเยี่ยมและมีอายุนับร้อยปีจากนักสะสมผ้าที่มีสะสมกันมาเป็นระยะเวลายาวนานจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีรายการผ้าในกลุ่มหลักประกอบด้วย กลุ่มชนไทครั้งหรือลาวครั้ง กลุ่มชนไทยวนในจังหวัดราชบุรี กลุ่มชนลาวโขงหรือลาวทรงดำ กลุ่มผ้าที่ใช้ในราชสำนักในสมัยโบราณ เพื่อสนับสนุนการจัดทำพิพิธภัณฑผ้าไทย ในโครงการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ

• คณะผู้บริหาร ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้เข้าเฝ้าฯ ทูลเกล้าฯ ถวายผ้าเหล่านี้สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ จำนวน 284 รายการ มีมูลค่ารวม 5,019,000 บาท ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งพิพิธภัณฑผ้าไทยในการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ศึกษาค้นคว้า และวิจัย เกี่ยวกับผ้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเพื่อเป็นการสนองต่อพระราชประสงค์ของพระองค์ท่านในการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยโดยเฉพาะผ้าไทยให้ดำรงอยู่คู่กับคนไทยและเป็นสมบัติของชาติไทยต่อไป



8. โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ผ้าไทยโบราณเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาของไทย

• ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ตระหนักถึงภูมิปัญญาบรรพบุรุษของไทยในสมัยโบราณซึ่งได้มีการสร้างงานสิ่งทอในรูปแบบของเสื้อผ้าอาภรณ์เพื่อการแต่งกายในแต่ละยุคสมัยและการสร้างรูปแบบลวดลายด้วยฝีมืออันวิจิตรบรรจงสืบทอดมาแต่อดีตนับเป็น 100 ปี และความประณีตและวิจิตรตระการของเสื้อผ้าอาภรณ์เหล่านั้นนับเป็นสมบัติอันมีค่ายิ่งที่ควรได้รับการรักษาไว้เป็นสมบัติของชาติสืบต่อไป



• ในการดำเนินงานปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการรวบรวมผ้าไทยโบราณที่มีอายุนับร้อยปี จำนวน 192 รายการ มูลค่ารวม 4,639,684.88 บาท เพื่อการเผยแพร่คุณค่าและประโยชน์การใช้งานของชิ้นงานผ้า และเพื่อการฟื้นฟูคุณค่าการผลิตงานผ้าไทยในสมัยโบราณทั้งในด้านรูปแบบ ลวดลาย เทคนิคการทอเพื่อนำไปเป็นแบบผลิตขึ้นมาใหม่จากผ้าต้นแบบของชนชาติไทยกลุ่มต่างๆ ที่ได้มีการรวบรวมเก็บสะสมไว้นั้น ตลอดจนจนถึงการศึกษาประวัติความเป็นมาของผ้าต้นแบบเหล่านี้จัดทำเป็นข้อมูลบันทึกไว้อย่างละเอียดเพื่อเป็นต้นฉบับและเป็นสมบัติของชาติเพื่อเผยแพร่แก่ชนรุ่นหลังๆ สืบต่อไป





ส่วนงานมาตรฐานและพัฒนาช่างศิลปอาชีพ

• โครงการจัดทำมาตรฐานและรับรองมาตรฐานช่างศิลปอาชีพ

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) มีการดำเนินการจัดทำมาตรฐานช่างจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม สำหรับเป็นแนวทางในการจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยการจัดทำมาตรฐานส่วนหนึ่งจะอ้างอิงจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นพื้นฐานหลัก ประกอบกับคู่มือเอกสารการฝึกทักษะ เพิ่มเติมส่วนที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กำหนด 4 ข้อ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์หลักที่นำมาจัดทำ เป็นวัตถุประสงค์จากธรรมชาติ หรือวัสดุที่ไม่เป็นพิษ หรือ เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
2. มีกรรมวิธีจัดทำ หรือการผลิตที่ไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม
3. เน้นกระบวนการการผลิตด้วยมือไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของกระบวนการทำงานขั้นตอนสุดท้าย
4. รูปแบบ ลวดลาย หรือองค์ประกอบอื่น มีแหล่งที่มาจากของจริง หรือสามารถอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ ในกรณีที่เกิดจากจินตนาการ หรือแรงบันดาลใจ ในการทำผลิตภัณฑ์ และมีความเป็นเอกลักษณ์ ต้องสามารถอธิบายถึงพื้นฐานของที่มา นั้น ได้

ซึ่งในปี 2549 ได้มีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานช่างจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับฝีมือช่างจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ให้สามารถจัดทำผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีคุณภาพยิ่งขึ้น และจำนวน 5 มาตรฐาน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เขียนลายกระเบื้องเคลือบ ผลิตภัณฑ์เป่าแก้ว ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์เครื่องทอง และผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่



• **โครงการพัฒนาความรู้ ทักษะช่างศิลปาชีพ**

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้มีการจัดทำโครงการพัฒนาความรู้ ทักษะช่างจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาเชิงช่าง กระบวนการ ขั้นตอน วิธีการ และเทคนิคเชิงช่าง ในการจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ เผยแพร่ โดยได้จัดทำไว้เป็นเอกสารที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นคู่มือมาตรฐานการฝึกทักษะให้กับช่างฝีมือ และเยาวชนรุ่นต่อไป ได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือให้สามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาในลำดับที่สูงขึ้น สำหรับการดำเนินงานในปี 2549 ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้จัดทำโครงการพัฒนาความรู้ ทักษะช่างศิลปาชีพ จำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1. **โครงการฝึกอบรมนักศึกษาให้เป็นช่างทอง เพื่อสืบสานงานศิลปาชีพไทย**

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ กาญจนานิเชกวิทยาลัยช่างทองหลวง ดำเนินการฝึกทักษะให้กับช่างฝีมือ และบุคคลทั่วไป ในการทำเครื่องทองสุโขทัย เครื่องทองเพชรบุรี และเครื่องเงินชาวเขา ระยะเวลาดำเนินการ 240 วัน (ตุลาคม 2548 – กันยายน 2549) พื้นที่ดำเนินการ ณ อาคารตลาด ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) และกาญจนานิเชกวิทยาลัยช่างทองหลวง มีผู้เข้ารับการฝึกมีผลการฝึกทักษะผ่านตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด 38 คน ซึ่งการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ได้รวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาเชิงช่างในกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการ และเทคนิคต่างๆ การทำเครื่องทองสุโขทัย เพชรบุรี และเครื่องเงินชาวเขา ในรูปแบบ ลวดลายดั้งเดิม ไว้เป็นเอกสาร เช่น แหวนดอกพิกุล แหวนจันมะพร้าว กำไลเก้าต่อง ต่างหูเก้าแฉะ เพื่อใช้เป็นคู่มือ ในการฝึกทักษะช่างและเยาวชนในรุ่นต่อไป





2. โครงการพัฒนาความรู้ ทักษะ ช่างเครื่องเงิน จังหวัดสุรินทร์

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ จังหวัดสุรินทร์ ดำเนินการการฝึกทักษะให้กับช่างฝีมือ และบุคคลทั่วไป ในการทำเครื่องเงินจังหวัดสุรินทร์ ระยะเวลาดำเนินการ 6 เดือน (กุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2549) พื้นที่ดำเนินการ ณ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านโชค หมู่บ้านเขวาสินรินทร์ กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ และ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดสุรินทร์ มีผู้เข้ารับการฝึกมีผล การฝึกทักษะผ่านตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด 23 คน ซึ่งการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ได้รวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาเชิงช่างในกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการ และเทคนิคต่างๆ การทำเครื่องเงินจังหวัดสุรินทร์ ในรูปแบบ ลวดลายดั้งเดิม ไว้เป็นเอกสาร อาทิ ประเก็อม แบบต่างๆ เช่น แมงดา กลิบบัว หมอน ตะโพน กรวย ถุงเงิน และต่างหูหลายดอกกรังหอก เพื่อใช้เป็นคู่มือในการฝึกทักษะช่าง และเยาวชนในรุ่นต่อไป



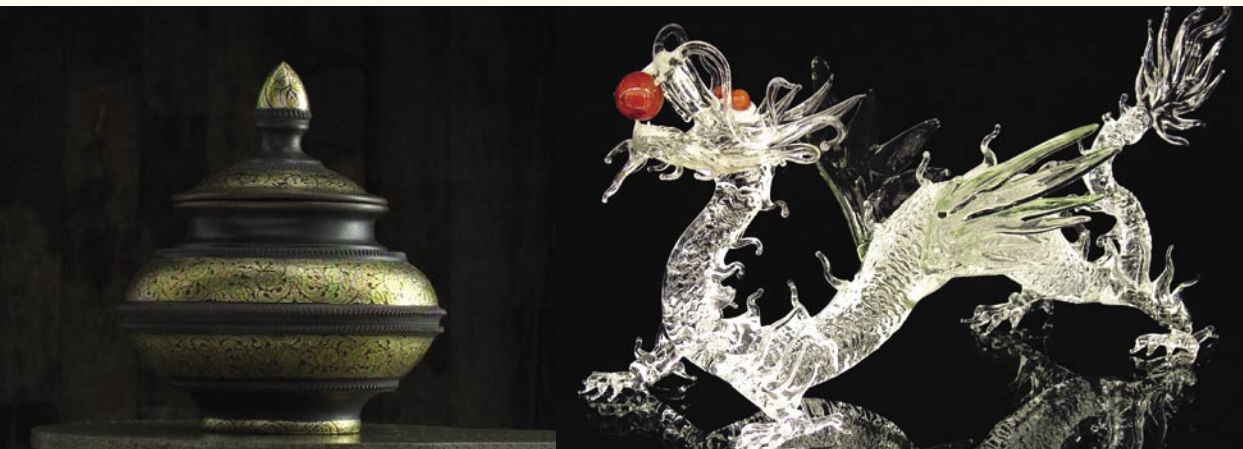
3. โครงการพัฒนาความรู้ ทักษะ ช่างจัดทำผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไทย ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ ดำเนินการ ฝึกทักษะให้กับช่างฝีมือ และบุคคลทั่วไป ในการเป่าแก้ว, เครื่องเคลือบดินเผา และวาดภาพสีน้ำมัน ระยะเวลา ดำเนินการ 6 เดือน (เมษายน – กันยายน 2549) พื้นที่ดำเนินการ ณ ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ มีผู้เข้ารับ การฝึกมีผลกรฝึกทักษะผ่านตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด รวม 61 คน ซึ่งการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ได้มีการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาเชิงช่างในกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการ และเทคนิคต่างๆ การเป่าแก้ว อาทิ



นก ปลา โลมา ไม้ ดอกไม้ การทำเครื่องเคลือบดินเผา อาทิ โคมไฟ โคมไฟโบราณ เครื่องประดับสตรี และการวาดภาพสีน้ำมัน อาทิ ภาพเหมือนคน ทิวทัศน์ ในรูปแบบ รูปทรง และลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ไว้เป็นเอกสาร เพื่อใช้เป็นคู่มือในการฝึกทักษะช่าง และเยาวชนในรุ่นต่อไป

หลังเสร็จสิ้นการฝึกอบรม ทั้ง 3 โครงการ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้จัดพิธีมอบประกาศเกียรติบัตรแก่ครูภูมิปัญญาไทย และผู้เข้ารับการฝึก ที่มีผลการฝึกผ่านตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด รวม 122 คน



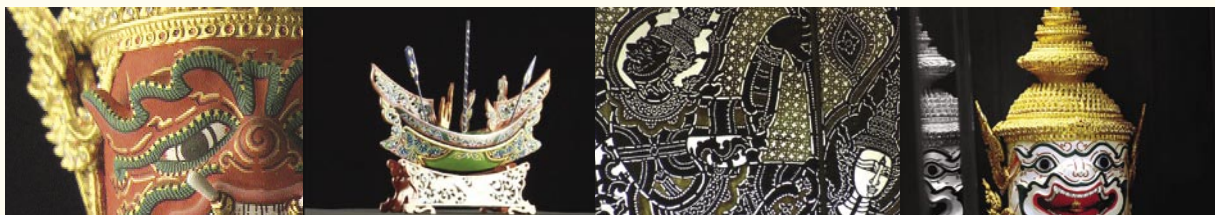


2.3 สายงานพัฒนาด้านการตลาด

ศ.ศ.ป. มีพันธกิจในการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ดังนั้นจึงได้มีการจัดกิจกรรมด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบโดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการจัดกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายของ ศ.ศ.ป. มีความสนใจ มีความรัก และมีความต้องการที่จะนำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยไปใช้ในชีวิตประจำวัน
2. เพื่อให้ ศ.ศ.ป. เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับเป็นศูนย์กลางทางด้านองค์ความรู้ การจัดแสดง และจำหน่าย และการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมทั้งในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ
3. เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างครูช่าง ช่างศิลป์ ผู้ประกอบการผลิต/จำหน่ายงานหัตถกรรม ผู้ส่งออก นักสะสม และผู้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมอื่นๆ ในการพัฒนาให้งานศิลปหัตถกรรมของไทยได้รับการยอมรับ และเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ และในระดับนานาชาติ
4. เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายทางด้านศิลปอาชีพ และศิลปหัตถกรรมของไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ

ในปีงบประมาณ 2549 ได้มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ดังนี้





3 - 11 ธันวาคม 2548

“พอกับงานศิลปหัตถกรรม”

เป็นการจัดงานเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสวันราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว โดยใช้งานหัตถกรรมเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว อันเนื่องมาจากวันพ่อแห่งชาติ

ภายในงานมีกิจกรรมสาธิตการประดิษฐ์งานหัตถกรรม การออกร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกจากหัตถกรรม และการร่วมจุดเทียนชัยถวายพระพร กิจกรรมดังกล่าวได้รับความสนใจจากผู้เยี่ยมชมที่เป็นกลุ่มครอบครัวเป็นจำนวนมาก



13 - 15 มกราคม 2549

วันเด็กแห่งชาติ

เป็นการจัดงานเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรักและความสนใจในงานศิลปหัตถกรรม และมีความรู้สึกรื่นชอบในการผลิตชิ้นงานหัตถกรรมด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยปลูกฝังความรู้เกี่ยวกับงานหัตถกรรมให้กับเยาวชนไทย



กิจกรรมภายในงานประกอบด้วย การจัดสาธิต การละเล่นของไทยสมัยโบราณ การประกวดวาดภาพระบายสี และการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทยโดยเยาวชนจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ซึ่งมีเยาวชนจากโรงเรียนต่างๆ และประชาชนทั่วไปมากกว่า 2,500 คนเข้าร่วมกิจกรรม



28 - 30 มกราคม 2549

หัตถศิลป์ แผ่นดินสยาม

เป็นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมของไทยในช่วงเทศกาลตรุษจีน ซึ่งจะมีผู้นิยมซื้อสินค้าให้เป็นของขวัญ ของที่ระลึกในช่วงดังกล่าวเป็นจำนวนมาก



ภายในงานมีกิจกรรมออกร้านจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมจากเครือข่ายสมาชิก ศ.ศ.ป. และผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมชมงานจำนวน 3,800 คน





10 – 13 กุมภาพันธ์ 2549

มหกรรมเครื่องเงินอาเซียน

ในการขยายเครือข่ายของ ศ.ศ.ป. ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติ ศ.ศ.ป. ได้เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคมส่งเสริมและพัฒนาหัตถกรรมอาเซียน (AHPADA) ซึ่งเป็นหน่วยงานความร่วมมือระหว่างผู้นำด้านหัตถกรรมในกลุ่มประเทศอาเซียน และร่วมอยู่ในสภาหัตถกรรมโลก (WCC) โดยได้มีการจัดสร้างหอหัตถกรรมอาเซียนเพื่อจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่โดดเด่นของกลุ่มประเทศอาเซียน และหัตถกรรมที่ได้รับการคัดสรรเป็น UNESCO Seal of Excellence



เนื่องในวาระครบรอบ 25 ปี ของสมาคมส่งเสริมและพัฒนาหัตถกรรมอาเซียน ศ.ศ.ป. ได้ร่วมมือกับ AHPADA ในการจัดมหกรรมเครื่องเงินอาเซียน เพื่อเป็นการเฉลิมฉลอง 25 ปี AHPADA (Silver Anniversary)

กิจกรรมภายในงานประกอบด้วย

- นิทรรศการเครื่องเงินจากประเทศต่างๆ ในอาเซียน
- การแสดงศิลปวัฒนธรรมจากกลุ่มประเทศอาเซียน
- การเดินแฟชั่นโชว์ เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับจากเงิน และเครื่องแต่งกายประจำชาติของกลุ่มประเทศอาเซียน
- การสาธิต การประดิษฐ์เครื่องเงิน
- การจัดแสดงและจำหน่ายเครื่องเงินจากกลุ่มประเทศอาเซียน



24 – 26 มีนาคม 2549

อยุธยา โบราณหัตถศิลป์ ถิ่นการละเล่นไทย

เป็นการจัดกิจกรรมให้เยาวชนไทยมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมในช่วงปิดภาคการศึกษา โดยให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการผลิตงานศิลปหัตถกรรมผ่านกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ



กิจกรรมภายในงานประกอบด้วยการสอนทำชิ้นงานหัตถกรรม
ต่างๆ การแข่งขันการละเล่นเด็กไทย การออกร้านจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ซึ่งมีเยาวชน ประชาชนทั่วไป และ
ชาวต่างชาติ เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 3,200 คน



13 - 14 เมษายน 2549

สืบสานศิลปหัตถกรรม สยามเฉลิมศก

เป็นการจัดกิจกรรมเพื่อให้ประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจงานศิลปหัตถกรรมได้เข้ามามีส่วนร่วม
ในการส่งเสริมและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมของไทย ในช่วงวันหยุดเทศกาลสงกรานต์หรือวันขึ้นปีใหม่ของไทย

ภายในงานประกอบด้วยการจัดแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม การสาธิตการผลิตงาน
หัตถกรรมที่โดดเด่น และการสืบสานประเพณีไทยแต่ดั้งเดิม เช่น การสรงน้ำพระ เป็นต้น มีผู้สนใจ
เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจำนวน 3,800 คน



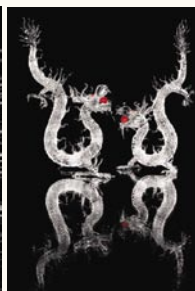
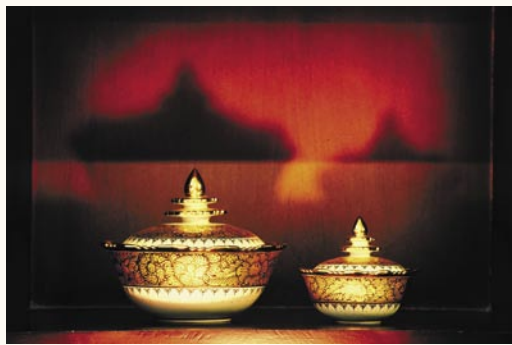
11 - 13 สิงหาคม 2549

การประกวดภาพถ่ายงานศิลปหัตถกรรม ครั้งที่ 2

ในการส่งเสริมให้มีการพัฒนารูปแบบของงานศิลปหัตถกรรม และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม
ศ.ศ.ป. ได้ร่วมมือกับสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ส.ภ.ท.) จัดกิจกรรมประกวด
ภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรม โดยในปีนี้ได้จัดขึ้นเป็นปีที่ 2 โดยเปิดโอกาสให้ประชาชน และ
ผู้สนใจได้นำภาพถ่ายเกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมเข้ามาร่วมประกวด ซึ่งทำให้ ศ.ศ.ป. ได้รับภาพถ่ายที่มี
คุณภาพเพื่อใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์งานศิลปหัตถกรรมต่อไป



มีผู้สนใจส่งภาพถ่ายเข้าร่วมประกวดจำนวน 807 ภาพ และมีภาพที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 120 ภาพ



ผลงานภาพถ่ายที่ส่งเข้าประกวด



มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าฯ

12- 14 สิงหาคม 2549

เรารักผ้าฝ้าย

จากการที่มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าฯ ได้มีการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีงานทำ และมีรายได้หลังจากการทำนา ทำไร่ ด้วยการฝึกอบรมให้ชาวบ้านทอผ้าฝ้ายด้วยมือ และทางมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าฯ รับซื้อผ้าฝ้ายทั้งหมดจากชาวบ้าน และได้นำมาจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไป



เพื่อส่งเสริมให้ผ้าฝ้ายได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค และมีการส่งเสริมให้มีการนำผ้าฝ้ายมาเพิ่มคุณค่า และใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ศ.ศ.ป. จึงได้จัดกิจกรรมเทิดพระเกียรติเนื่องในวันแม่แห่งชาติ ปี พ.ศ. 2549 ภายใต้ชื่องาน “วันแม่แห่งชาติ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสานต่องานตามพระราชดำริ และสร้างให้ผ้าฝ้ายในโครงการศิลปาชีพ ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง

ศ.ศ.ป. ได้ขอความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ในการจัดกิจกรรมนี้ อาทิ เช่น มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าฯ ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ สถาบันออกแบบอนาคตประเทศไทย โมเดิร์นฟอร์มไมเคิล แองเจโล รวมทั้งสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น ซึ่งภายในงานมีนิทรรศการเทิดพระเกียรติ นิทรรศการผ้าฝ้าย การเพิ่มคุณค่าให้กับผ้าฝ้าย การจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย รวมทั้งการเดินแฟชั่นโชว์เสื้อผ้าที่ตัดจากผ้าฝ้ายในโครงการศิลปาชีพ เป็นต้น



นิทรรศการอสังการผ้าไทย 12 เดือน (เมษายน 2549 – มีนาคม 2550)

ผ้าไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งบ่งบอกถึงวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ในแต่ละยุคสมัย และแต่ละภูมิภาคได้อย่างชัดเจน จึงทำให้ผ้าไทยเป็นศิลปหัตถกรรมที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ดังนั้น ศ.ศ.ป. ได้จัดกิจกรรมเชิงวิชาการเกี่ยวกับเสื้อผ้า อารมณ์ของไทย ซึ่งทำให้คนไทยรับรู้ถึงประวัติความเป็นมา และวิวัฒนาการของเสื้อผ้าอารมณ์ไทยอย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างศิลปหัตถกรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในแต่ละยุคสมัย

โดยการถ่ายทอดผ่านทางนิทรรศการผ้าไทย และการสัมมนาเชิงวิชาการเพื่อช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ผ้าไทยโบราณที่เป็นมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และเพื่อพัฒนาการย้อม การทอ และการผลิตผ้าไทยให้สู่ระดับสากล นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทย และงานศิลปหัตถกรรมของไทยอีกด้วย

ศ.ศ.ป. จัดนิทรรศการอสังการผ้าไทยขึ้นเป็นเวลา 12 เดือน ตามหัวข้อกลุ่มวัฒนธรรมทั้งหมด 12 กลุ่ม ดังนี้

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1. กลุ่มวัฒนธรรมไทครั้ง | 2. กลุ่มวัฒนธรรมไท-ยวนในดินแดนล้านนา |
| 3. กลุ่มวัฒนธรรมไทพวน จังหวัดสุโขทัย และอุตรดิตถ์ | 4. กลุ่มวัฒนธรรมชาวไท-ลื้อ |
| 5. กลุ่มวัฒนธรรมไท-ยวนนอกเขตล้านนา | 6. กลุ่มวัฒนธรรมไทลาว-ท้อีสาน |
| 7. กลุ่มวัฒนธรรมที่ใช้ภาษาตระกูลมอญ-เขมร เป็นภาษาแม่ | 8. กลุ่มวัฒนธรรมภูไท |
| 9. กลุ่มวัฒนธรรมภาคใต้ตอนล่าง | 10. กลุ่มวัฒนธรรมภาคใต้ตอนบน |
| 11. ราชสำนักสยาม | 12. กลุ่มวัฒนธรรมไทดำ |

นอกจากกิจกรรมทางด้านการตลาดแล้ว ศ.ศ.ป. ได้ดำเนินการปรับพื้นที่ภายในอาคารพระมิ่งมงคล ให้เป็นหอแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมในรูปแบบที่แตกต่างจากที่ได้จัดแสดงในที่อื่นๆ โดยให้ความสำคัญถึงการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปใช้ในชีวิตจริง และองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ



ในปีงบประมาณ 2549 ศ.ศ.ป. ได้ดำเนินการจัดสร้าง ขยาย และตกแต่งหอแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวนรวม 8 โครงการ ดังนี้



โครงการตกแต่งหอศิลปาชีพ

หอศิลปาชีพได้ก่อสร้างในปี 2548 เพื่อเป็นส่วนพื้นที่สำหรับการแสดงผลงานของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ ชั้นเด่นและชั้นที่ได้รับความนิยมจากการประกวดของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร และผลิตภัณฑ์เด่นที่ผ่านการประกวดจาก 76 จังหวัดทั่วประเทศ ในปี 2549 ศ.ศ.ป. จึงได้จัดทำโครงการตกแต่งเพิ่มเติมโดยมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จัดแสดงผลภัณฑ์ ภายใต้แนวคิดการจัดแสดงในรูปแบบที่สามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนถึงวิถีความเป็นอยู่ของคนไทย รวมทั้งการแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้

แบ่งพื้นที่ในการจัดแสดงออกเป็น 5 ส่วน ตามประเภทการนำมาใช้งานของผลิตภัณฑ์

- Giving : ของขวัญ/ของชำร่วย
- Dressing : ของแต่งกายและเครื่องประดับ
- Living : ของตกแต่ง
- Dining : ของใช้ในครัวเรือน
- Hall of Fame : หอเกียรติยศ

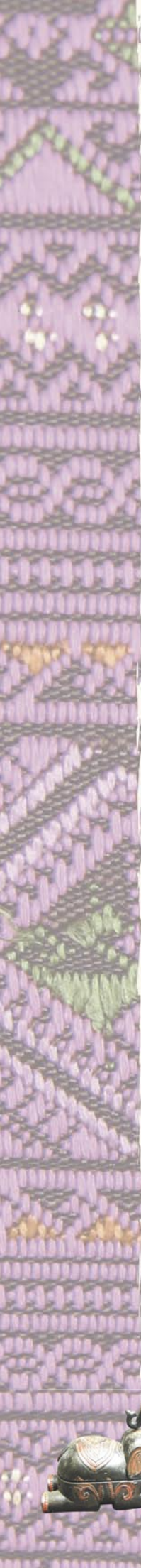




โครงการตกแต่งหอหัตถกรรมอาเซียน

ศ.ศ.ป. ได้ร่วมกับสมาคมส่งเสริมและพัฒนาหัตถกรรมอาเซียน (AHPADA) จัดสร้างหอหัตถกรรมอาเซียนในปี 2548 เพื่อเป็นพื้นที่จัดแสดงผลงานหัตถกรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรจากโครงการ Seal of Excellence ซึ่งจัดขึ้นทุกปี และในปี 2549 ทางศ.ศ.ป. ได้จัดตกแต่งปรับปรุงหอหัตถกรรมอาเซียนให้แสดงถึงงานหัตถกรรมและวิถีชีวิตของคนในแต่ละประเทศแถบอาเซียน และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ UNESCO Seal of Excellence





หอแสดงผลิตภัณฑ์ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร

ในการสนับสนุน ส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ การนำเสนอชิ้นงานของผลิตภัณฑ์จัดเป็นส่วนที่สำคัญอันที่จะสามารถสร้างความน่าสนใจและสะท้อนคุณค่า คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตลอดจนการจัดทำข้อมูลของสินค้าต่างๆ สามารถสื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนไทย รวมถึงแนวคิด ภูมิปัญญาของคนไทย ทาง ศ.ศ.ป. จึงได้จัดสร้าง เพื่อปรับปรุงร้านค้าศิลปาชีพให้มีความน่าสนใจและเป็นที่ยึดดูใจกับนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศและเป็นร้านต้นแบบในด้านเทคนิคจัดร้านสำหรับผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า



หอหัตถศิลป์ผ้าไทย

ผ้าไทยเป็นงานหัตถศิลป์ที่มีความสำคัญของประเทศ ศ.ศ.ป. จึงได้ให้ความสำคัญ และมีแนวคิดในการจัดสร้าง “หอหัตถศิลป์ผ้าไทย” เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของศูนย์รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไทยในภูมิภาคต่างๆ

ศ.ศ.ป. จึงได้ดำเนินการจัดสร้างหอหัตถศิลป์ผ้าไทยเพื่อจัดพื้นที่แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอไทย ซึ่งมีทั้งผ้าและสิ่งทอที่เป็นของเก่าหายาก ส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาใหม่ อีกทั้งเป็นสถานที่ที่ใช้ในการเจรจาการค้าเรื่อง ผลิตภัณฑ์ผ้าไทยระหว่างประเทศ

พื้นที่ภายใน “หอหัตถศิลป์ผ้าไทย” แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือส่วนนิทรรศการ ส่วนการจัดกิจกรรม มุมเวียนและการแสดงสินค้า และส่วนจัดจำหน่าย

- ส่วนนิทรรศการ

เป็นพื้นที่จัดนิทรรศการที่แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาในการผลิตสิ่งทอของคนไทย ความเป็นมาของผ้าไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แสดงขั้นตอนและกระบวนการผลิตต่างๆ ในการทอผ้า พร้อมทั้งในส่วนพื้นที่นี้จะมีการจัดนิทรรศการแบบหมุนเวียน จัดแสดงผ้าชนิดต่างๆ เช่น ผ้ามัดหมี่ ผ้าจก ผ้ายกมุก ผ้าบาติก ผ้าปัก/ปะ ฯลฯ



- ส่วนกิจกรรมหมุนเวียนและการแสดงสินค้า

ในส่วนนี้มีการจัดทำรูปแบบจัดแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์สำเร็จเกี่ยวกับ Life and Living และมุ่งเน้นให้เห็นถึงการนำผ้าไทยไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง โดยจะมีการปรับเปลี่ยนสินค้า และรูปแบบการจัดแสดงสินค้าตามเทศกาล

- ส่วนการจัดจำหน่าย

ส่วนนี้เป็นพื้นที่ที่สามารถเลือกชมสินค้าที่ฝากจำหน่ายจากผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ โดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เป็นศูนย์กลางในการจำหน่าย สินค้าที่นำมาจำหน่ายนั้นจะเป็นสินค้าที่หลากหลาย แต่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อเอื้ออำนวยต่อการใช้สอยในชีวิตประจำวันได้





หอแสดงผลิตภัณฑ์มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ

ตามพันธกิจการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ และการขยายตลาด การจัดสร้างพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ ซึ่งได้นำผลิตภัณฑ์จากมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ จากทุกภูมิภาคของประเทศไทย ที่พระองค์ท่านทรงสนับสนุนมาจัดแสดงและจำหน่าย เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับช่าง ผู้ผลิตงานหัตถกรรม และยังเป็น การอนุรักษ์งานหัตถกรรมไทยด้วยทางหนึ่ง

โดยแบ่งส่วนการจัดแสดงออกเป็น 5 ส่วน ตามประเภทของผลิตภัณฑ์

1. ดอกไม้ประดิษฐ์
2. เครื่องปั้นดินเผา
3. ผ้าปัก
4. ผ้าพื้น
5. เครื่องจักสาน





หอแสดงผลภัณฑ์ศูนย์การศึกษาภายนอกโรงเรียน กาญจนานิกะ (วิทยาลัยในวัง)

การจัดสร้างหอแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นับเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ แต่ท่ามกลางภาวะที่กระแสมความนิยมงานหัตถกรรมลดลง การเพิ่มช่องทางโดยการเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้างานหัตถกรรมประกอบการจัดสรร ตกแต่งพื้นที่จัดแสดงในรูปแบบการตกแต่งที่สอดคล้องและผสมผสานกับการนำไปใช้งานจริง และแสดงถึงประโยชน์การใช้สอยควบคู่ไปกับความสวยงาม

ศ.ศ.ป. จึงได้จัดสร้างหอแสดงผลภัณฑ์โดยการประสานความร่วมมือด้านผลิตภัณฑ์จากศูนย์การศึกษาภายนอกโรงเรียนกาญจนานิกะ (วิทยาลัยในวัง) ซึ่งผลิตงานประเภทช่างสิบหมู่ โดยแบ่งการจัดแสดงตามประเภทผลิตภัณฑ์



ห้องสมุดและห้องเกียรตินิยม

จัดพื้นที่ห้องเกียรตินิยมเพื่อแสดงผลงานที่ทรงคุณค่าและคุณประโยชน์ โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่ชนะเลิศการประกวดระดับประเทศมาจัดแสดงให้ประชาชนทั่วไปได้ชื่นชมผลงาน และสามารถสร้างความประทับใจในงานศิลปหัตถกรรมฝีมือคนไทย อีกทั้งยังได้จัดพื้นที่อีกส่วนหนึ่ง เพื่อเป็นห้องสมุดเพื่อเป็นศูนย์รวมการศึกษาและค้นคว้าผลงานทางด้านศิลปหัตถกรรม และองค์ความรู้ทางด้านต่างๆ ซึ่งเปิดให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้บริการค้นคว้าหาความรู้ทางด้านต่างๆ



2.4 สายงานสารสนเทศและวิเทศสัมพันธ์

การจัดทำวีซีดีแนะนำศิลปหัตถกรรมไทยและพันธกิจ ศ.ศ.ป.

วัตถุประสงค์ : เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศได้รู้จักถึงคุณค่าและความงดงามของงานศิลปหัตถกรรมของไทยด้วยสื่อวีดิทัศน์ และรับทราบถึงบทบาทและพันธกิจของศ.ศ.ป. ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล

ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อ 1 ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ข้อ 3 ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนในด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

กิจกรรม :

1. จัดทำวีซีดี 4 ภาษา เรื่อง The Weaving of Life
2. จัดทำ วีซีดี 4 ภาษา เรื่อง ศูนย์ศิลปาชีพแม่ฮ่องสอนกับบทบาท ศ.ศ.ป. ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล

สรุปผล :

นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รู้จักและตระหนักถึงคุณค่าและความงามของงานศิลปหัตถกรรมของไทย และเกี่ยวกับความสำคัญของการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล



การจัดทำภาพยนตร์ส่งเสริมความนิยมงานศิลปหัตถกรรมของไทยและบทบาท ศ.ศ.ป. บันทึกลงใน วี.ซี.ดี 4 ภาษา (เรื่อง “ด้วยสองมือ”)

วัตถุประสงค์ : เพื่อจูงใจให้คนไทยได้ตระหนักถึงคุณค่าและความงดงามของงานศิลปหัตถกรรมของไทย และหันมานิยมใช้ พร้อมทั้งรับทราบถึงบทบาทและพันธกิจโดยละเอียดของ ศ.ศ.ป. ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล

ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อ 1 ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ข้อ 3 ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนในด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

กิจกรรม : จัดทำ วีซีดี 4 ภาษา 1 เรื่อง

สรุปผล : การถ่ายทำ แล้วเสร็จในเดือนธันวาคม 2549 ใช้ชื่อเรื่องว่า “ด้วยสองมือ” บ่งบอกความเป็นมา และ บทบาทหน้าที่ของ ศ.ศ.ป. ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมในโครงการศิลปาชีพของสมเด็จพระนางเจ้าฯ ไปสู่ตลาดสากล ซึ่งคาดหวังให้ประชาชนไทยในวัยทำงาน 20 – 35 ปี ได้รู้สึกและตระหนักถึงคุณค่าและความงามของงานศิลปหัตถกรรมของไทย และหันมานิยมใช้ของไทย และกลุ่มประชาชนทั่วไปได้เข้าใจโดยง่ายในการทำงานของ ศ.ศ.ป.

โครงการผลิตสื่อวิชาการและเครื่องมือสนับสนุนการให้บริการสมาชิก

วัตถุประสงค์ : เพื่อผลิตสื่อเอกสารเผยแพร่กิจกรรม ศ.ศ.ป. และประชาสัมพันธ์ ศ.ศ.ป.

ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อ 1 ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ข้อ 3 ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนในด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

กิจกรรม :

- จัดตั้งกลุ่มงาน Production House และฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ ศ.ศ.ป. ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- จัดทำรายงานประจำปีและหนังสือข้างสิบหมื่นจำนวน 1,000 เล่มเพื่อการเผยแพร่

สรุปผล :

- ศ.ศ.ป. มีศักยภาพในการผลิตสื่อเอกสารด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ
 - สามารถจัดพิมพ์จดหมายข่าวเผยแพร่ให้แก่สมาชิก
 - สามารถบันทึกการทำงานช่างฝีมือลงในวีดีทัศน์เพื่อการเผยแพร่ต่อไป
- ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับ ศ.ศ.ป. และผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมากขึ้น เกิดความตระหนักในความสำคัญของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและหันมานิยมใช้ของไทยมากขึ้น



โครงการความร่วมมือกับจิตอาสาภณฑสถานบ้านคูบัว

วัตถุประสงค์ : เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือให้จิตอาสาภณฑสถาน บ้านคูบัว จังหวัดราชบุรี ในการจัดแสดงนิทรรศการ เผยแพร่องค์ความรู้ด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ

ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อที่ 1 ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวดหรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ข้อที่ 3 ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- ข้อที่ 4 ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิจกรรม :

1. การจัดแสดงนิทรรศการเครื่องแต่งกายของชาวไทย-ยวนด้วยผ้าจากคูบัว และกลุ่มชาติพันธุ์ในจิตอาสาภณฑสถานบ้านคูบัว
2. การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านศิลปหัตถกรรมผ่านระบบคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงเครือข่าย Website
3. การสรรหาสมาชิก ศ.ศ.ป.

สรุปผล :

1. ศ.ศ.ป. เป็นที่รู้จักแพร่หลายผ่านเครือข่ายความร่วมมือ
2. องค์ความรู้ด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านโดยเฉพาะผ้าจากคูบัวได้รับการอนุรักษ์ พัฒนาและเผยแพร่
3. นักท่องเที่ยวได้ตระหนักบทบาทหน้าที่ของ ศ.ศ.ป. และความสำคัญของการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมสู่ตลาดสากล
4. ประชาชนที่ได้มาเยี่ยมชมได้หาซื้อผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมากขึ้น





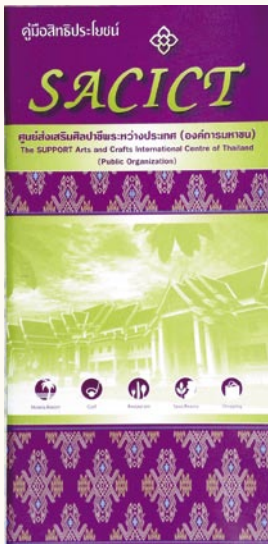
โครงการส่งเสริมสมาชิกสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ : เพื่อสรรหาสมาชิก ศ.ศ.ป. และส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกมีสถานที่เพื่อการสอบถามและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมที่ทันสมัย และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม



ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อที่ 1 ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ข้อที่ 4 ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น



กิจกรรม :

- จัดทำฐานข้อมูลสมาชิก 5 ประเภท ประกอบด้วย ช่าง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้สนับสนุน และผู้สนใจในงานศิลปหัตถกรรม
- จัดทำห้องสมาชิก ห้องสมุด
- จัดทำบัตรสมาชิกและคู่มือสิทธิประโยชน์
- ประเมินความพึงพอใจของสมาชิก ศ.ศ.ป.

สรุปผล :

- ศ.ศ.ป. เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีการเผยแพร่พันธกิจและบทบาทหน้าที่ของ ศ.ศ.ป. ผ่านกลุ่มสมาชิก
- ศ.ศ.ป. ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากสมาชิกในการพัฒนา ศ.ศ.ป. สินค้าศิลปาชีพ
- ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมของไทยมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น



โครงการสรรหาผู้มีทักษะฝีมือโดดเด่น

วัตถุประสงค์ : เพื่อเชิดชูช่างฝีมือผู้มีทักษะฝีมือโดดเด่นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และบรรจุภัณฑ์
- ข้อที่ 4 ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิจกรรม :

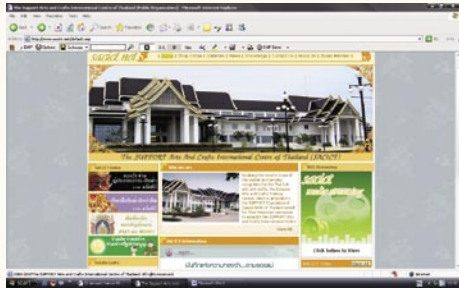
- การสรรหาและคัดเลือกช่างฝีมือผู้มีทักษะฝีมือโดดเด่น
- การประกาศเกียรติคุณ

สรุปผล :

- ผู้มีทักษะฝีมือโดดเด่นได้รับการเชิดชู เป็นแบบอย่างในการสนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่แพร่หลายในหมู่ประชาชนที่สนใจ
- ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าในงานศิลปหัตถกรรม
- งานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าของไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนา
- ข้อมูลผู้มีทักษะโดดเด่นนำมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมของ ศ.ศ.ป.



การส่งเสริมการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมผ่านเว็บไซต์ E-member



วัตถุประสงค์ : เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิก ศ.ศ.ป. มีช่องทางการนำเสนอและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมเพิ่มขึ้น และมีสถานที่เสมือนจริงเพื่อการแลกเปลี่ยนและสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมที่ทันสมัย

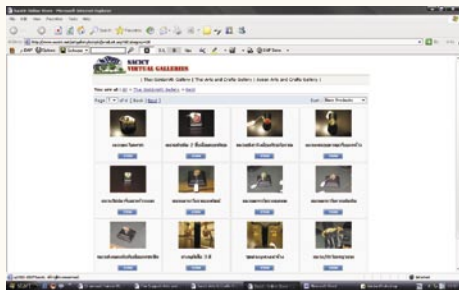
ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อที่ 1 ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือการจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ข้อที่ 3 ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

กิจกรรม : พัฒนาเว็บไซต์ (E-catalog) ที่ให้บริการสมาชิก ในการนำเสนอและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม และจัดทำเนียบสมาชิกและผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม

สรุปผล :

- ประชาชนมีช่องทางเรียนรู้ในงานด้านศิลปหัตถกรรมที่เป็นระบบเพิ่มขึ้น
- สินค้าศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมของไทยมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น
- ศ.ศ.ป. เป็นที่รู้จักมากขึ้นและได้รับการยอมรับในการเป็นศูนย์กลางด้านศิลปหัตถกรรม



โครงการพัฒนาระบบเชื่อมโยงเครือข่าย ศ.ศ.ป.

วัตถุประสงค์ : เพื่อเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม รวมทั้งการติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ข้อมูลและความรู้ของเครือข่ายความร่วมมือกับ ศ.ศ.ป.

ความสอดคล้องกับพันธกิจ

- ข้อที่ 3 ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- ข้อที่ 4 ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิจกรรม :

- การพัฒนาเว็บไซต์ ศ.ศ.ป. www.sacict.net
- การเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่าง ศ.ศ.ป. และ เครือข่ายโดยเว็บไซต์ www.chiangmaiarts.net, www.maehongsonarts.net, www.rachaburiarts.net, www.surinarts.net
- การพัฒนาระบบการเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศด้านศิลปหัตถกรรม (Kiosk)
- การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศและผลิตภัณฑ์ด้านศิลปหัตถกรรมและนำเสนอใน Kiosk

สรุปผล :

- สินค้าศิลปาชีพและผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เป็นที่รู้จักและยอมรับในการเป็นศูนย์กลางการจัดจำหน่ายสินค้าศิลปาชีพ และเครือข่ายข้อมูลทางด้านศิลปหัตถกรรม
- ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าในงานศิลปหัตถกรรม





สายงานอำนวยการ

ในยุคการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรให้มีความรอบรู้ ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ในเชิงวิชาการ และการพัฒนาระบบงานในรูปแบบใหม่ อันจะสามารถพัฒนาและนำพองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศในด้านการบริหารจัดการระบบการทำงานเพื่อเป็นองค์กรแห่งการพัฒนาทางศิลปหัตถกรรมของประเทศ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานให้บุคลากรเพื่อนำไปพัฒนาองค์กร และงานด้านศิลปหัตถกรรมให้บรรลุเป้าหมายตามพันธกิจ

ในปี 2549 สายงานอำนวยการได้จัดทำโครงการศึกษาดูงานศิลปหัตถกรรมด้านเซรามิก เพื่อให้บุคลากร ศ.ศ.ป. ได้เรียนรู้และศึกษางานศิลปหัตถกรรมตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการและกรรมวิธีการผลิต และสร้างเครือข่ายการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก ทั้งในด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการเซรามิก ประโยชน์ที่ได้รับคือการเพิ่มทักษะบุคลากรให้เข้าใจกระบวนการผลิต การตลาด และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ได้จัดให้มีการฝึกอบรมด้านการให้บริการ และการทำงานเป็นทีมเพื่อเป็นการพัฒนาเจ้าหน้าที่ในส่วนของการทำงานเป็นทีม และพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงานในองค์กร ทำให้เกิดความสามัคคีและสร้างแนวคิดร่วมกันในการพัฒนางาน โดยมุ่งผลประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก ซึ่งผลจากการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่มีส่วนแสดงความคิดเห็น และมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติภารกิจให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยคำนึงถึง

1. ความรับผิดชอบและความน่าเชื่อถือ (Accountability)
2. ความซื่อตรง ยึดมั่นในวิชาชีพ (Integrity)
3. ความน่าเคารพ (Respectful)
4. ความเอาใจใส่ต่องาน (Commitment)
5. ความกลมกลืน สามัคคี (Harmony)
6. ความมีสำนึกในงานและหน้าที่ (Consciousness)
7. ความน่าไว้วางใจ (Trust)

