



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปอาชีพ  
ในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล

จัดทำโดย นายอรรถฤทธิ์ ทรัพย์ยิ่ง  
รหัส 7028

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ  
ในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล

จัดทำโดย นายอรรคฤทธิ์ ทรัพย์ยิ่ง  
รหัส 7028

หลักสูตรนักรับราชการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....  
(เอกอัครราชทูต เพ็ญศักดิ์ ชลาวัณย์)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....  
(เอกอัครราชทูต จันทร์ทิพา ภู่อรรถกุล)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลฉบับนี้ได้หยิบยกแนวคิดการทูตเชิงวัฒนธรรมขึ้นมาศึกษา เพื่อเสนอแนวทางในการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล โดยนำกรณีศึกษาการดำเนินงานกิจกรรมโครงการต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ ระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ที่มีการดำเนินงานด้านการส่งเสริมสินค้าด้านศิลปหัตถกรรม โดยใช้กลยุทธ์และความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จากนั้นจะได้วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางปรับใช้กับการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาจากเอกสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ รวมทั้งข้อมูลที่เผยแพร่ในระบบอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษารูปได้ ดังนี้

ผลการศึกษามิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จากข้อมูลที่ได้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในครั้งนี้ พบว่า การดำเนินการภายใต้นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมทั้งจากประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการจัดกิจกรรมและโครงการตามแผนนโยบาย หรือแผนยุทธศาสตร์ต่างๆ เกือบทุกกิจกรรมและโครงการล้วนแล้วแต่มีการใช้นโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมเข้ามาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงาน อาจกล่าวได้ว่า เกือบทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีการใช้กลยุทธ์การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยให้ความสำคัญว่า จะทำอย่างไรถึงจะทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล

ผลการศึกษามิติด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย จากข้อมูลที่ได้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในครั้งนี้ พบว่า การดำเนินการภายใต้นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ประเทศไทยเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับประเทศอื่นในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในด้านของภูมิปัญญา และมรดกทางวัฒนธรรมของไทย ที่ปัจจุบันนี้เป็นที่ประจักษ์และทรงคุณค่าต่อสายตาดของนานาชาติประเทศทั่วโลก จะเห็นได้จากการจัดโครงการต่างๆ จะเห็นได้ว่าโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้น ล้วนแล้วแต่เป็นการสนับสนุนนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการพาณิชย์เท่านั้น แต่เป็นการนำเอาซึ่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของประเทศมาเป็นเครื่องมือในการสร้างสัมพันธ์อันดีต่อกันนานาชาติประเทศโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันละกัน

ผลการศึกษามิติด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด จากข้อมูลที่ได้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในครั้งนี้ พบว่า ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการส่งออก การขยายตลาดสินค้า เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างตลาดเพื่อ

การส่งออกสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งทุกภาคส่วนก็ได้ให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ได้มอบนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมเชิงการตลาดให้กับสินค้า ผลิตภัณฑ์ ผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ไว้ให้หน่วยงานในสังกัดได้ดำเนินกิจกรรมโครงการต่างๆ ในการสนับสนุนและส่งเสริม และอีกหนึ่งหน่วยงานที่มีความสำคัญโดยตรงในการส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเชิงการตลาดให้กับสินค้า ผลิตภัณฑ์ ผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นั่นคือ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการขยายโอกาสและสร้างตลาดทางการค้า โดยผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้เข้าสู่ตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และผู้ประกอบการมีเครือข่ายการค้าที่ต่อเนื่องพร้อมทั้ง ส่งเสริมการรับรู้และยอมรับคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยโดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมเชิงการตลาดของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ซึ่งนับได้ว่าความพยายามในการส่งเสริมเชิงการตลาดให้ สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นที่รู้จักและยอมรับของประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องนับเป็นความสำเร็จของการบริหารโครงการภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ ที่มีอยู่

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการอบรมนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7 ประจำปี 2557 ของสถาบันต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงต่างประเทศ การศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ภายในกำหนดระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรทัย ก๊กผล อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ แนวทาง และกรอบความคิดในการจัดทำรายงานการศึกษานี้ เอกอัครราชทูต เพ็ญศักดิ์ ชลารักษ์ และ เอกอัครราชทูต จันทร์ทิพา ภูตระกูล อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้ข้อวิจารณ์และข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้เขียนตลอดช่วงการจัดทำรายงานการศึกษานี้จนกระทั่งเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ นายกฤษณ์ กาญจนกฤษกร ราชเลขาธิการ ท่านผู้หญิงจรัสจิตต์ ทีชะระ รองราชเลขาธิการในพระองค์สมเด็จพระบรมราชินีนาถ ที่ได้ให้การสนับสนุนผู้เขียนเข้าร่วมรับการอบรมในหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 7 ครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้อำนวยการสถาบันต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ ตลอดจนเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกและสนับสนุนผู้เข้ารับการอบรมทุกท่าน ตลอดจนให้คำแนะนำ จัดรูปแบบการพิมพ์และจัดรูปเล่ม ทำให้การจัดทำรายงานการศึกษานี้ส่วนบุคคลฉบับนี้สมบูรณ์

อรรคฤทธิ์ ทรัพย์ยิ่ง  
กรกฎาคม 2558

## สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตการศึกษา	4
1.4 วิธีการศึกษา	4
1.5 ประโยชน์ของการศึกษา	5
1.6 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดทฤษฎี	6
2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	15
บทที่ 3 ผลการศึกษา	16
3.1 ผลการศึกษามิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริม ศิลปอาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ	20
3.2 ผลการศึกษามิติด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการ สร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย	24
3.3 ผลการศึกษามิติด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด	26
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	31
4.1 สรุปผลการศึกษา	31
4.2 ข้อเสนอแนะ	34
บรรณานุกรม	43
ประวัติผู้เขียน	44

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้โดยเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ไปทรงเยี่ยมราษฎรทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ทรงทราบสภาพความเป็นอยู่ของราษฎรอย่างแท้จริง ได้ทอดพระเนตรเห็นความทุกข์ยากของประชาชนชาวไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ หลากหลายเช่น ปริมาณผลผลิตไม่คงที่ ดินฟ้าอากาศแปรปรวน ศัตรูพืชรบกวน บางปีต้องเผชิญกับปัญหาน้ำท่วมหรือภัยแล้งผลผลิตการเกษตรเกิดความเสียหาย บางครั้งทำการเพาะปลูกไม่ได้ ผลผลิตราคาตกต่ำเหล่านี้ เป็นต้น และจากการที่ชาวไทยในชนบทส่วนใหญ่ซึ่งมีอาชีพด้านเกษตรกรรมนี้เองจึงมีรายได้เลี้ยงชีพที่ไม่แน่นอนและเมื่อเผชิญกับความทุกข์ยากจึงต้องละทิ้งถิ่นฐานของตนไปทำงานรับจ้างในเมืองใหญ่ๆ บางคนต้องขายที่ดินทำกินส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศเป็นอันมาก สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงตระหนักถึงความสำคัญของชาวไร่ชาวนาผู้ผลิตอาหารซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของมนุษย์ ทรงมีพระราชดำริว่า “ทุกข์สุขของราษฎร คือทุกข์สุขของพระองค์เอง” พระองค์ทรงมีพระดำริที่จะจัดหาอาชีพเสริมให้แก่เกษตรกรเหล่านี้ เพื่อให้เกษตรกรมีกำลังใจที่จะทำนาทำไร่ต่อไป ไม่ต้องขายที่ดิน ไม่ต้องเป็นหนี้สิน และไม่ต้องทิ้งถิ่นที่อยู่ไปทำมาหากินในเมืองใหญ่ อันจะก่อให้เกิดปัญหาความแออัดของชุมชนในเมืองใหญ่ตามมาอีก และสิ่งที่จะเป็นอาชีพเสริมนั้น จะต้องเป็นอาชีพที่ประกอบอยู่ที่บ้านได้ในเวลาที่ว่างจากการทำไร่ทำนา หรือเมื่อดินฟ้าอากาศไม่อำนวยให้เพาะปลูกหรือแม้แต่ผู้ไม่มีที่ดินจะเพาะปลูกก็สามารถประกอบอาชีพเสริมนี้ได้ด้วยทรัพยากรธรรมชาติหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตน และด้วยภูมิปัญญาตลอดจนด้วยฝีมือของเขาเอง

ในแต่ละท้องถิ่นที่เสด็จพระราชดำเนินไป สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงสังเกตเห็นผลงานหัตถกรรมพื้นบ้านหลากหลายประเภทที่ราษฎรในหมู่บ้านชนบทภาคต่างๆ ทำขึ้นเพื่อไว้ใช้สอยตามความจำเป็นของครอบครัว ทรงพบว่าราษฎรในชนบทต่างก็มีฝีมือทางหัตถกรรมพื้นบ้าน และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ไม่ว่าจะเป็นงานฝีมือหรืองานช่าง ทั้งการทอผ้า จักสาน งานปั้น งานแกะสลัก และงานประดิษฐ์ เป็นงานฝีมือพื้นบ้านที่สืบทอดงานศิลปะเป็นเอกลักษณ์ของไทยที่มีมาช้านานแล้ว และแต่ละท้องถิ่นมีงานศิลปหัตถกรรมที่ทรงคุณค่าอย่างหลากหลายโดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นของตน และใช้ภูมิปัญญานำวัสดุจากธรรมชาติในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ผลงาน พระองค์พบว่างานศิลปะในบางภูมิภาคก็ใกล้จะเสื่อมสูญเนื่องจากขาดการสืบทอด ด้วยสายพระเนตรที่ยาวไกล สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงตระหนักว่าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในแต่ละภาคนั้นล้วนแต่มีความงามและคุณค่าที่ชุกซ่อนอยู่ในวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งนับวันสิ่งเหล่านี้ก็จะยิ่งสูญหายไปเรื่อยๆ จึงทรงริเริ่มส่งเสริมให้ราษฎรมีอาชีพเสริมด้านศิลปหัตถกรรมหรือ “ศิลปอาชีพ” เพื่อเพิ่มรายได้แก่การดำรงชีวิตของครอบครัว อีกทั้ง



มีพระราชประสงค์ที่จะให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่กำลังจะสูญหายให้ดำรงอยู่คู่กับความเป็นชาติไทยต่อไปโดยไม่สูญหายไปตามกาลเวลา โครงการศิลปาชีพจึงก่อเกิดขึ้นนับถึงวันนี้ กว่า 63 ปีแล้วที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงทุ่มเทพระวรกายเพื่อราษฎรของพระองค์ในทุกพื้นที่ของประเทศไทย อีกทั้งพระราชกรณียกิจที่ทรงทุ่มเทวิริยะอุตสาหะสร้างงานศิลปาชีพด้วยฝีมือราษฎรในทุกพื้นที่ของประเทศไทย ยังได้รับการยอมรับจากนานาประเทศทั่วโลก

“...ข้าพเจ้าได้ตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงนำของพระราชทาน ไปช่วยเหลือราษฎรมักจะเป็นเครื่องอุปโภคบริโภคและก็รับสั่งกับข้าพเจ้าว่าการช่วยเหลือแบบนี้เป็นการช่วยเหลือเฉพาะหน้าซึ่งช่วยเขาไม่ได้จริงๆ ไม่เพียงพอ ทรงคิดว่าทำอย่างไรจึงจะช่วยเหลือชาวบ้านเป็นระยะยาวคือทำให้เขามีหวังที่จะอยู่ดีกินดีขึ้น ลูกหลานได้เข้าโรงเรียนได้เรียนหนังสือ ซึ่งในเรื่องนี้รัฐบาลได้พยายามส่งเสริมอยู่แล้ว เขาเพิ่มโรงเรียนขึ้นอย่างสม่ำเสมอ แต่ชาวบ้านชาวไร่บอกว่าเขาส่งลูกไปเรียนหนังสือไปเข้าโรงเรียนไม่ได้ เพราะต้องอาศัยอยู่เป็นกำลังช่วยทำมาหากิน ดังนั้นจะพบเด็กในวัยเรียนและไม่ได้เรียนหนังสืออีกมากส่วนมากก็ได้จบ ป.4 ซึ่งก็น่าเป็นหวัง ด้วยเหตุนี้ ข้าพเจ้าจึงเริ่มคิดหาอาชีพเสริมให้แก่ครอบครัวชาวนา ชาวไร่ และก็พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ๆ ก็ทรงหาแหล่งน้ำให้การทำไร่ นาของเขาเป็นผลต่อประเทศชาติ ต่อบ้านเมือง ทรงพระราชดำเนินไปดูตามไร่ของเขาต่างๆ ทรงคิดว่านี่เป็นการให้กำลังใจ และที่ทรงให้ข้าพเจ้าดูแลครอบครัว ก็เลยเป็นที่เกิดของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ฯ...”

คำว่า “ศิลปาชีพ” มีความหมายตามรูปศัพท์ว่า อาชีพด้านศิลปะ เป็นคำศัพท์ที่บัญญัติขึ้นเพื่อใช้ประกอบเป็นชื่อของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ซึ่งทรงพระกรุณาโปรดเกล้า ฯ ให้จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือราษฎรให้มีอาชีพหัตถกรรมเสริมอาชีพเกษตรกรรมอันเป็นอาชีพหลัก คำว่า “ศิลปาชีพ” ยังเป็นคำสั้นๆ ที่ใช้เรียกชื่อสมาชิก ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมต่างๆ ของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ฯ เป็นต้น งานศิลปาชีพอยู่ภายใต้การดำเนินงานของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โปรดเกล้า ฯ ให้ก่อตั้งมูลนิธิขึ้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2519 พระราชทานว่า “มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษในพระบรมราชินูปถัมภ์” พระราชทานทุนเริ่มแรกและทรงรับเป็นประธานกรรมการบริหารของมูลนิธิ ฯ ด้วยพระองค์เอง ผู้ที่คิดมงคลนามของมูลนิธิ ฯ ถวายคือ สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก และหม่อมราชวงศ์ทองน้อย ทองใหญ่ รองราชเลขาธิการ เป็นผู้คิดชื่อเป็นภาษาอังกฤษถวายว่า “THE FOUNDATION FOR THE PROMOTION OF SUPPLEMENTARY OCCUPATIONS AND RELATED TECHNIQUES UNDER THE ROYAL PATRONAGE OF HER MAJESTY THE QUEEN” หรือเรียกย่อๆ ว่า “The SUPPORT Foundation” และต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2531 เปลี่ยนชื่อเป็น มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ชื่อภาษาอังกฤษว่า The Foundation of the Promotion of Supplementary Occupations and Related Techniques of Her Majesty Queen Sirikit of Thailand ชื่อย่อว่า SUPPORT นับแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ (ด้วยพลังแห่งรัก, 2547: 106)

วัตถุประสงค์สำคัญของการจัดตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่สำคัญเพื่อหาอาชีพเสริมเพิ่มรายได้แก่ชาวบ้านชาวไร่ที่ประสบปัญหาในการ

เพาะปลูก หรือในเวลาว่างจากฤดูเพาะปลูก ให้ได้มีงานทำอยู่กับบ้าน โดยอาศัยวัสดุในท้องถิ่นซึ่งจะส่งผลให้ราษฎรไม่ต้องละทิ้งถิ่นฐานของตนไปทำงานรับจ้างในเมืองใหญ่ๆ อันอาจก่อให้เกิดปัญหาชุมชนแออัดในระยะยาวต่อไป นับได้ว่าเป็นการช่วยรักษากรมสิทธิ์ในที่ดินของราษฎรผู้มียาได้น้อยเหล่านี้อีกทางหนึ่งด้วย ส่วนชาวไทยภูเขาผู้มีอาชีพปลูกฝิ่นก็ทรงส่งเสริมให้หันไปประกอบงานฝีมือที่ชาวไทยภูเขามีกnowledgeอยู่แล้ว คือ การเป็นช่างเงินช่างทอง อีกประการหนึ่งคือ เพื่อธำรงรักษาและฟื้นฟูศิลปหัตถกรรมแบบไทยโบราณซึ่งกำลังจะเสื่อมสูญไปตามกาลเวลาให้กลับมาแพร่หลาย เช่น การทอผ้าไหมมัดหมี่ลวดลายโบราณ การทอผ้าแพรวา การจักสานย่านลิเภา การทำเครื่องถมเงินและทอง การทำคร่ำ เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากศิลปหัตถกรรมประเภทนี้ต้องใช้ฝีมือ ใช้เวลา และใช้ความอดทนเป็นอย่างมาก จึงหาผู้ที่สนใจสืบทอดวิชาเหล่านี้เป็นอาชีพได้ยากยิ่ง

งานศิลปอาชีพแต่ละสาขาเหล่านี้ล้วนเกิดจากพระราชดำริ และพระวิริยะอุตสาหะของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งสิ้นที่ทรงพยายามจะช่วยให้เกิดความนิยมในผลิตภัณฑ์ศิลปอาชีพให้ประชาชนทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศได้เห็นความงามที่มีคุณค่า และอุดหนุนงานฝีมือเหล่านั้น โดยจะทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้นำผลิตภัณฑ์จากโครงการศิลปอาชีพไปจัดแสดงในงานทั้งภายในประเทศ เช่น งานศิลปหัตถกรรมในพระที่นั่งอนันตสมาคม พิพิธภัณฑศิลปอาชีพในพระที่นั่งอภิเศกดุสิต และการนำงานศิลปอาชีพไปเผยแพร่ในต่างประเทศ เช่น ในสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น นอกจากนี้สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ยังโปรดที่จะทรงใช้สอยผลิตภัณฑ์ศิลปอาชีพทุกชนิดเพื่อให้เป็นแบบอย่างแก่ประชาชน เช่น ทรงฉลองพระองค์ที่ตัดเย็บจากผ้าไหมแพรวา ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าปักของชาวไทยภูเขา กระเป๋าทรงถือก็ประดิษฐ์จากย่านลิเภา หรือเครื่องเงินเครื่องทอง เป็นต้น และเมื่อมีการผลิตผลงานศิลปอาชีพออกมาเป็นจำนวนมาก การเผยแพร่ผลงานศิลปอาชีพในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการตลาดก็มีความจำเป็นยิ่งขึ้นเป็นลำดับ เพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากหลากหลายสาขาเหล่านั้นได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ราษฎรผู้ผลิตผลงานศิลปอาชีพเหล่านั้นซึ่งมีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศมีรายได้จากการผลิตผลงานอย่างทั่วถึง จึงมีการเปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปอาชีพในสถานที่และในโอกาสต่างๆ อาทิ ร้านจิตรลดา ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปอาชีพในพระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งวิมานเมฆ การเปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปอาชีพที่สวนอัมพรเป็นประจำทุกปี เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ศิลปอาชีพจากฝีมือราษฎรในโครงการศิลปอาชีพแพร่หลายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น แม้ว่าผลงานศิลปอาชีพจะมีเป็นจำนวนมากเพียงใด แต่ด้วยพระราโชบายในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ก็ได้มีพระราชประสงค์โดยตรงให้ทำการค้าในเชิงพาณิชย์ ดังพระราชดำริชตอนหนึ่งว่า "...อย่ามาพูดเรื่องกำไรขาดทุนกับฉัน ฉันต้องการให้คนจนมีงานทำมากมาย ขาดทุนของฉันคือกำไรของแผ่นดิน..." และทรงสอนต่ออีกว่า "...การที่ทำให้คนยากจนในชุมชนนั้นๆ มีงานทำพวกเขาจะมีรายได้ มีเงินเลี้ยงครอบครัว ไม่ต้องไปเป็นโจร ไม่ต้องไปเป็นขโมย ไม่ต้องไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ไม่ตัดไม้ทำลายป่า ไม่ไปเผาป่า ต่าบลนั้น อำเภอนั้น จังหวัดนั้นก็มีความสุข มีความสงบสุข ประเทศชาติก็มีความสุข มีความสงบ นี้แหละคือกำไรของแผ่นดิน..."

ดังนั้น กองศิลปอาชีพซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในสำนักพระราชเลขาธิการ ซึ่งในปัจจุบันเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในการบริหารงานโครงการศิลปอาชีพจากฝีมือของสมาชิกศิลปอาชีพจากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศทั้งในด้านการสร้างสรรค์ผลผลิต การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการจัดการ

ทั้งด้านการเผยแพร่และการจำหน่าย จึงตระหนักถึงความสำคัญที่จะพิจารณาถึงการกำหนดแนวทางที่จะเผยแพร่ผลงานศิลปาชีพในรูปแบบต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลแต่ยังสามารถที่จะคงไว้ซึ่งแนวพระราชดำริในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ไม่มุ่งเน้นการค้าเชิงพาณิชย์ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เรื่อง “การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล” โดยจะมุ่งเน้นการศึกษาเชิงนโยบายด้วยการมองถึงบริบทการบริหารโครงการศิลปาชีพในมิติด้านโอกาส และช่องทางที่สอดคล้องกับภาวะปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมของสังคมและเศรษฐกิจมุ่งสู่การค้าเชิงพาณิชย์ และการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพที่แฝงไว้ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่ประจักษ์แก่ชาวต่างประเทศ ด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่จะเป็นแนวทางให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเรียนรู้ และเทคนิคแห่งการสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับประเทศที่มีวิถีแห่งงานศิลปหัตถกรรมที่มีความคล้ายคลึงกัน หรือเหมือนๆ กัน และด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ผู้ศึกษาคาดหวังว่าจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเป็นนโยบายการบริหารโครงการศิลปาชีพทั้งในระดับประเทศและระดับสากลแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยใช้นโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาในมิติด้านโอกาส คือแนวนโยบาย แนวคิด แผนยุทธศาสตร์ รวมถึงกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาวะปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมของสังคม เศรษฐกิจ มุ่งสู่การค้าเชิงพาณิชย์และการค้าระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ สินค้า และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

## 1.4 วิธีการศึกษา

1.4.1 ผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลขั้นทุติยภูมิ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับ แนวนโยบาย แนวคิด แผนยุทธศาสตร์ รวมถึงกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศจากเอกสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ สืบค้นข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต ตลอดจนประสบการณ์ในการทำงานของผู้ศึกษา

1.4.2 ผู้ศึกษานำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่สอดคล้องกับนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายของการศึกษาเพื่อหาคำตอบที่ว่าทำอย่างไรถึงจะบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมทั้งจากประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ

## 1.5 ประโยชน์ของการศึกษา

เพื่อมีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในดำเนินการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยใช้นโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นกลยุทธ์สำคัญในการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมนับทั้งจากประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ

## 1.6 นิยามศัพท์

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

การบริหาร หมายถึง กระบวนการจัดการ พัฒนาโครงการหรือกิจกรรม เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติด้านโอกาส หมายถึง โอกาสเสริมภาพลักษณ์ของไทยสู่ต่างประเทศ ในด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

นโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม หมายถึง นโยบายบูรณาการทางการทูตของคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยกับนานาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย

โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ หมายถึง แผนงานโครงการหรือกิจกรรมใดๆ ที่ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานในท้องถิ่น เป็นผู้ดำเนินงานเพื่อสนองพระราชเสาวนีย์ ดังนั้น โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จึงเป็นโครงการที่มีความพิเศษกว่าโครงการอื่นๆ เนื่องจากเป็นโครงการที่มีจุดเริ่มต้นมาจากพระราชเสาวนีย์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงมีรับสั่งหรือพระราชเสาวนีย์ผ่านองคมนตรี ราชเลขาธิการ ราชเลขาอนุการในพระองค์ ผู้บัญชาการทหารบก แม่ทัพภาค อธิบดีกรมต่างๆ ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ หรือผู้ติดตามเสด็จ ฯ ให้จัดทำโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน และพัฒนาความเป็นอยู่ให้กับพสกนิกรของพระองค์

สู่สากล หมายถึง การดำเนินงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมนับทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎี

การศึกษาเรื่อง “การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล” ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับการทูตเชิงวัฒนธรรม
- 4) นโยบายด้านการปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ ของคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
- 5) นโยบายด้านการต่างประเทศของกระทรวงการต่างประเทศ
- 6) นโยบายกระทรวงพาณิชย์ด้านการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมในต่างประเทศ
- 7) นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมด้านการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรม

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ในการศึกษาเรื่อง การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล จะใช้แนวความคิดของกุลิก และเออร์วิค (Gulick and Urwick, 1973: 13) เสนอเป็นหลักการว่า กระบวนการจัดการประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 7 ประการ หรือเรียกว่า POSDCORB ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1.1 การวางแผน (Planning) หมายถึง การวางแผนหรือการกำหนดการไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไรในการบริหารงานใดๆ ก็ตามผู้บริหารจะต้องรู้จักวางแผน เพราะการวางแผนเป็นหลักการ สำคัญมูลฐานของกระบวนการบริหาร ผู้บริหารจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่า แผนงานเป็นหลักและเป็น รากฐานของการปฏิบัติงานทั้งปวง ถ้าปราศจากแผนงานแล้วเป็นการยากที่ผู้บริหารจะทำงานให้ ได้ผลดี การวางแผนในการบริหารนั้นอาจจัดเป็นแผนระยะสั้นหรือแผนระยะยาวก็ได้ รูปแบบของแผนงานควรประกอบด้วยวัตถุประสงค์ นโยบาย แนวปฏิบัติและมาตรฐานของงาน ในการวางแผนนั้น ผู้บริหารจะต้องคำนึงอยู่เสมอว่า จะทำอะไร (What) จะทำอย่างไร (How) จะใช้เงินเท่าไร (How money) จะมอบหมายให้ใครทำ (Who) และจะกระทำเมื่อไร (When) นอกจากนี้ ผู้บริหารจะต้อง คำนึงถึงสภาพภูมิศาสตร์ สภาพแวดล้อม ดินฟ้าอากาศ ระบบของสังคม พฤติกรรมของบุคคล ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นที่ยึดถือของบุคคลในกลุ่มนั้นๆ ด้วย

2.1.1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดองค์การหรือหน่วยงาน โดยการจัดแบ่งงานขององค์การหรือของหน่วยงานเป็นหน่วยงานย่อย พร้อมทั้งวัตถุประสงค์กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงาน ตลอดจนกำหนดงานควบคุมและบังคับบัญชาใน

ลักษณะหน่วยงานหลัก หน่วยงานที่ปรึกษา และหน่วยงานช่วย พร้อมทั้งกำหนด ช่วงการบังคับบัญชาไว้ด้วย ซึ่งตามปกติช่วง การบังคับบัญชาจะอยู่ระหว่าง 3-15 หน่วยงาน การจัดองค์การเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะถ้ามีการจัดองค์การที่ดีจะช่วยให้เกิดความราบรื่นในองค์การนั้น ในการจัดองค์การอาจแสดงไว้ในรูปของแผนภูมิ องค์การ เพื่อให้เกิดการสื่อสารความเข้าใจในองค์การเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ สายการ บังคับบัญชา และการติดต่อ

2.1.1.3 การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การดำเนินการบริหารงานบุคคลซึ่งเป็น กระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาสู่หน่วยงาน มีการปฐมนิเทศ และมอบหมายงานให้ทั้งบุคลากรใหม่และบุคลากรเก่า มีการพิจารณาเรื่องความดีความชอบ และสวัสดิการ เนื่องจากคนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของกระบวนการบริหาร ผู้บริหารพึงเอาใจใส่ชีวิต ความเป็นอยู่ และความสุขความทุกข์สุขของผู้ร่วมงาน ดูแลผู้ร่วมงานของหน่วยงานให้อยู่ในสภาพที่จะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ มีการมอบหมายงานใหม่เหมาะสมกับบุคคลและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ร่วมงานโดยเสมอภาคกัน ในการบริหารงานบุคคลในปัจจุบันมีใช้อยู่ 2 ระบบ คือ

1) ระบบคุณธรรม (Merit system) เป็นระบบบริหารงานบุคคลที่ใช้หลักเกณฑ์ 4 ประการ คือ

- (1) หลักความเสมอภาค เช่น ใช้สิทธิสมัครสอบได้ทุกคน
- (2) หลักความสามารถ เช่น ให้ผู้สอบได้คะแนนสูงกว่าได้รับการ

บรรจุก่อน

- (3) หลักความมั่นคง เช่น ให้ผู้ร่วมงานได้รับความคุ้มครองเมื่อได้

ปฏิบัติหน้าที่

- (4) หลักความเป็นกลางทางการเมือง เช่น ห้ามข้าราชการฝักใฝ่

ทางการเมือง

2) ระบบอุปถัมภ์ (Patronage system) เป็นระบบบริหารงานบุคคลที่ตรงข้ามกับ ระบบคุณธรรมส่วนใหญ่จะใช้ระบบเครือญาติ หรือระบบพวกพ้อง

2.1.1.4 การอำนวยการ (Directing) เป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการบริหาร และเป็น บทบาทที่สำคัญของนักบริหาร เพราะการสั่งการและคำสั่งของผู้บริหารจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรม ขององค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งอาจจะเป็นไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ก็ได้ การสั่งการ เป็นการตัดสินใจของผู้บริหาร ในการกำหนดให้ผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงาน หรือดำเนินการ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นการตัดสินใจในการเลือกทางเดินขององค์การก็ได้ในการสั่งการนั้น ผู้บริหารอาจสั่ง การได้ 2 วิธี คือ การสั่งการเป็นลายลักษณ์อักษร และการสั่งการด้วยวาจา ในการสั่งการนั้นมีข้อที่ควรคำนึงถึง คือ

- 1) การสั่งการนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การเพียงใด
- 2) ผู้บริหารมีข้อมูล ผลการวิจัยและความคิดของนักวิชาการประกอบการ

ตัดสินใจสั่งการเพียงใด

- 3) คำนึงถึงความสามารถของผู้รับคำสั่งด้วยหรือยัง
- 4) ปัจจัยเกื้อกูลและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

5) เป็นคำสั่งที่ชัดเจน และเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้สั่งและผู้รับคำสั่งหรือไม่

2.1.1.5 การประสานงาน (Co- coordinating) หมายถึง การประสานงานระหว่างหน่วยงานหรือตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรหรือหน่วยงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การประสานงานระหว่าง หน่วยงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การประสานงานเป็นขั้น หนึ่งของกระบวนการบริหาร ซึ่งผู้บริหารจะต้องใช้เทคนิคในการส่งเสริม ชักจูง ตักเตือน และ ช่วยเหลือให้ทุกหน่วยงานขององค์กร หน้าที่ขององค์กรเป็นจุดมุ่งหมาย ปลายทาง วัตถุประสงค์ กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติตามกำหนดเวลาและสถานที่ตลอดจนผู้รับผิดชอบ ทำให้ผู้เกี่ยวข้องทราบว่า ในเวลาใด ใครทำอะไร ที่ไหน และทำอะไร เป็นการสะดวก ทุกฝ่ายในการติดต่อประสานงาน เกี่ยวกับกระบวนการของการผลิตและผลผลิตต่อไป

#### 1) วิธีการประสานงานภายในองค์กร

(1) จัดแผนผังแสดงสายงานและกำหนดหน้าที่ของหน่วยงาน และตำแหน่งต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อป้องกันการปฏิบัติงานก้าวก่าย และซ้ำซ้อนกัน เมื่อหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ทุก ฝ่ายปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้ งานขององค์กรย่อมสอดคล้องกัน

(2) จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และเข้าใจซึ่งกันและกัน

(3) จัดให้มีคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์ หรือกำหนดแนวปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจัดตั้งเป็นคณะกรรมการประจำ และหรือ คณะกรรมการเฉพาะกิจก็ได้

(4) การใช้วิธีการงบประมาณ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมให้การปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานหรือแต่ละโครงการ ประสานงานกัน และบรรลุเป้าหมายอย่างมีเอกภาพ

(5) การติดตามผล เพื่อเป็นการติดตามผลงาน ความก้าวหน้าของงาน และหาทาง แก้ไขข้อบกพร่อง และปัญหาต่างๆ

(6) การใช้วิธีติดต่อแบบ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในสายงานที่เกี่ยวข้องโดยอาศัยการติดต่อแบบไม่เป็นทางการ และการใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อช่วยให้ ประสานงานเป็นไปด้วยดี

(7) การใช้เจ้าหน้าที่ติดต่อเฉพาะ โดยการเลือกใช้บุคคลที่มีความเหมาะสมที่จะทำหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ เช่น มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพอ่อนโยน และพูดจา น่าฟัง

(8) จัดให้มีงานชุมนุมระหว่างสมาชิกในองค์กร โดยมีการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ ประชุม สัมมนาเพื่อพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสานงานกันทางอ้อมด้วย

## 2) วิธีประสานงานระหว่างองค์การ

(1) การกำหนดสิทธิและหน้าที่ขององค์การ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสิทธิและ หน้าที่ขององค์การ จึงควรกำหนดสิทธิและหน้าที่ขององค์การให้ชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงการปฏิบัติงาน ซ้ำซ้อน และการขัดแย้งกัน

(2) การแต่งตั้งคณะกรรมการผสม เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

(3) การใช้งบประมาณ เพื่อให้องค์การต่างๆ ปฏิบัติงานตามโครงการ และงานที่รับผิดชอบตลอดจนเพื่อป้องกันการปฏิบัติงานซ้ำซ้อน

2.1.1.6 การรายงาน (Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติ และการประชาสัมพันธ์ขององค์การ ในการบริหารนั้นผู้บริหารจะต้องดำเนินการตามกระบวนการบริหาร เริ่มจากการวางแผนการจัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การสั่งการ การประสานงาน ต่อจากนั้นก็ เป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องติดตามผลว่าการทำงานที่ได้สั่งการหรือมอบหมายให้แก่ผู้ร่วมงานนั้น ผลการปฏิบัติงานรุดหน้าหรือไม่เพียงใด มีอุปสรรคและข้อขัดข้องประการใด ผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายขององค์การหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นการประเมินผลงานขององค์การ และประเมินผลการปฏิบัติงานของเพื่อนร่วมงานด้วย และจะได้เป็นข้อมูลในการรายงานผลการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชาและประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบด้วย

2.1.1.7 งบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การบริหารงบประมาณ ในการบริหารงานผู้บริหารมีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณ มีภารกิจหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก ได้แก่ การจัดทำงบประมาณซึ่งเป็นการวางแผนล่วงหน้าในการขอเงินเพื่อ จัดซื้อหรือจัดจ้างหรือค่าใช้จ่าย และขั้นตอนที่สอง ได้แก่ การดำเนินการใช้เงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้าง ตาม งบประมาณที่ได้รับนั้น

## 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยเป็นการปกครองของประชาชนโดยประชาชน เพื่อประชาชนนั่นคือ ประชาชนมีสิทธิในการรับรู้สิ่งที่รัฐบาลกระทำและมีสิทธิในการวิพากษ์วิจารณ์ การกระทำของรัฐบาลโดยรัฐบาลต้องรับฟังและดำเนินการแก้ไขเพราะการที่รัฐบาลจะบริหารงาน อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ดังนั้นหน้าที่ ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลคือ เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลงานและกิจกรรมต่างๆ ของ ส่วนราชการ สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของรัฐต่อประชาชน ปลุกฝัง ทัศนคติ ค่านิยมและภาพลักษณ์อันดี ทั้งนี้เพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจที่ผิดพลาดเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐ ดังนั้นจึงอาจสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลได้ ดังนี้

2.1.2.1 การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล คือ การเผยแพร่ข่าวสารของ หน่วยราชการของรัฐ อันได้แก่ กระทรวง ทบวง กรมและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับ ดูแลของรัฐบาล โดยวิธีการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย กิจกรรม และผลงานต่างๆ ของรัฐ เพื่อการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและชื่อเสียงเกียรติคุณของรัฐ อันจะส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความนิยม และการสนับสนุนจากประชาชนในการสร้างสรรค์ความสำเร็จแก่ หน่วยราชการและประเทศชาติโดยรวม



### 2.1.2.2 ประเภทของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศจะเกี่ยวข้องกับงานด้านข่าวสารและการเผยแพร่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลและประชาชน อันจะส่งผลให้เกิดการลดช่องว่างระหว่างกันได้ โดยประชาชนจะได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ของรัฐบาล อันได้แก่ นโยบาย การดำเนินงาน และผลงานของโครงการต่างๆ เพื่อเรียกร้องการสนับสนุนจากประชาชนและป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานของรัฐบาล หน่วยงานราชการมักจะใช้การประชาสัมพันธ์ในกรณีต่อไปนี้

- เมื่อเริ่มโครงการใหม่ นโยบายใหม่ที่ต้องการความร่วมมือจากหลายฝ่าย
  - เมื่อโครงการใหม่หรือนโยบายใหม่มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีต่อประชาชน
  - เมื่อมีกฎหมายหรือระเบียบราชการใหม่ๆ ที่ประชาชนควรทราบเพื่อจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง
  - เมื่อหน่วยงานราชการต้องการแถลงผลงานที่ปฏิบัติไปแล้ว
  - เมื่อมีเรื่องที่ประชาชนเข้าใจผิดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานหรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ
  - เมื่อเกิดวิกฤติการณ์ต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ เป็นต้น
- วิธีการในการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศอาจทำได้โดย
- การรณรงค์เผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ของหน่วยงานราชการและรัฐบาลที่ประชาชนควรทราบ เช่น การจัดตั้งหน่วยราชการใหม่ การดำเนินงานโครงการใหม่ การออกกฎหมายหรือการปรับปรุงกฎหมาย เป็นต้น
  - การรณรงค์วางแผนระยะยาวหรือโครงการต่อเนื่อง เพื่อชักจูงใจให้ประชาชนร่วมมือและสนับสนุน เช่น การรณรงค์ให้ประชาชนเสียภาษีอากร การรักษาความสะอาด เป็นต้น
  - การเผยแพร่ความเคลื่อนไหวของทางราชการ เช่น ข่าวการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นต้น

2) การประชาสัมพันธ์ภายนอกประเทศ การประชาสัมพันธ์ภายนอกประเทศเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้จัก และความสัมพันธ์อันดีของประชาชนในประเทศต่างๆ อันจะนำมาซึ่งความนิยมชมชอบและมิตรภาพอันดีระหว่างประเทศ โดยรัฐบาลจะทำการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วโลกทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของรัฐบาล เพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด สนับสนุนนโยบายต่างประเทศของรัฐบาลในด้านต่างๆ รวมถึงเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมอันดีของประเทศ

### 2.1.2.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

1) เพื่อให้สาธารณชนได้ทราบถึงบริการหรือหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลที่มีอยู่ อันจะส่งผลให้เกิดการสนับสนุนและได้รับประโยชน์จากการใช้บริการหน่วยงานนั้นๆ ได้อย่างเต็มที่

- 2) เพื่อให้ได้รับความเห็นชอบจากสาธารณชนในการออกกฎหมายใหม่ๆ รวมถึงการแก้ไขกฎหมายตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
- 3) เพื่อจัดหรือลดความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับงานใหม่ๆ ของรัฐบาล
- 4) เพื่อให้สาธารณชนได้มีโอกาสในการเสนอความคิดเห็นต่อรัฐบาล
- 5) เพื่ออธิบายเกี่ยวกับประชาติของประชาชนต่อหน่วยงานราชการต่างๆ เพื่อจะได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของสาธารณชน
- 6) เพื่อสร้างให้เกิดการสนับสนุนจากประชาติ และความร่วมมืออันดีจากสาธารณชน ด้วยการชี้แจงถึงความจำเป็นและความเข้าใจในกฎระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานราชการ
- 7) เพื่อสร้างความนิยมและความสัมพันธ์อันดีจากสาธารณชน
- 8) เพื่อเรียกร้องความร่วมมือและการสนับสนุนจากสาธารณชนในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ
- 9) เพื่อเผยแพร่ผลงานความก้าวหน้าต่างๆ ด้านการปกครองและการบริหารประเทศของรัฐบาล

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการทูตเชิงวัฒนธรรม

นโยบายที่เกี่ยวกับการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยจากสถานการณ์ สภาพการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงแปรผันอยู่ตลอดเวลาไม่มีการหยุดนิ่ง เพียงแต่บางขณะเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้าๆ แต่ในบางขณะก็เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเกินกว่าที่คาดหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่แน่นอนที่บุคคลหรือสิ่งแวดล้อมในส่วนต่างๆ จะต้องได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนั้น จึงเป็นธรรมดาที่นโยบายต่างประเทศจะต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ การทูตเชิงวัฒนธรรมได้ให้ความสำคัญหรือเน้นที่ภาคประชาชน เป็นการสร้างความรู้จัก ความไว้วางใจและความเป็นมิตรมากกว่าที่จะมีเป้าหมายหรือหวังผลทางการเมืองโดยตรง (แม้ว่าที่ที่สุดแล้วการทูตเชิงวัฒนธรรมจะสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อด้านการเมืองและเศรษฐกิจก็ตาม) ดังนั้น การนำการทูตเชิงวัฒนธรรมมาใช้เป็นองค์ประกอบหลักในนโยบายการทูตสาธารณะเพื่อให้รัฐบาลเข้าถึงประชาชนในระดับปัจเจกบุคคลได้ และใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ของชาติ ได้กำหนดไว้เป็นแนวหลักที่จะดำเนินการควบคู่ไปพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรม ซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้มีความเกี่ยวพันต่อเนื่องและเป็นเหตุ เป็นผลเกื้อกูลแก่กันและกันอย่างใกล้ชิด เพื่อให้บรรลุผลและเพื่อผลประโยชน์แห่งชาติ จึงทำให้บทบาทการทูตเชิงวัฒนธรรมถูกนำมาใช้มากขึ้นในปัจจุบัน

คำว่า “การทูตเชิงวัฒนธรรม” หรือ Cultural Diplomacy เป็นคำที่มีความหมายแสดงถึงบทบาทของวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการดำเนินงานทางการทูตได้ หัวใจของงานการทูตเชิงวัฒนธรรมที่กระทรวงการต่างประเทศกำลังดำเนินการอยู่ คือทำอย่างไรที่จะให้ชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในระดับประชาชนทั่วไปเกิดความนิยมชมชอบความเป็นไทย เกิดความรู้สึกที่ดี และความเข้าใจอันดีต่อประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินนโยบายต่างประเทศทั้งทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กระทรวงการต่างประเทศได้มีกลไกดำเนินงานตามนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรมที่มีรูปแบบที่หลากหลายภายใต้กรอบนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมโดยการจัดตั้งของ “คณะกรรมการว่าด้วยความร่วมมือทางวัฒนธรรมระหว่าง

ประเทศไทยกับประเทศต่างๆ” โดยการรวบรวมเอาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านวัฒนธรรมทั้งหมดมารวมไว้ด้วยกันเพื่อให้เป็นกลไกและเครื่องมือที่สำคัญที่มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบการดำเนินนโยบายต่างประเทศด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลให้เป็นไปอย่างมีระบบและทิศทางเดียวกัน

บทบาทหลักทางวัฒนธรรมของกระทรวงการต่างประเทศคือ เป็นผู้กำหนดทิศทางและเป้าหมายของการดำเนินนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมว่าจะดำเนินไปทางใด ควรมีลักษณะอย่างไร และใช้เครื่องมือชนิดใดจึงจะเหมาะสมกับสภาพการณ์ในแต่ละประเทศ โดยมีหน่วยงานอื่นๆ ในคณะกรรมการ ฯ เป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายให้บรรลุเป้าหมายโดยการใช้เครื่องมือและความชำนาญของแต่ละหน่วยงานมีอยู่ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ และกรมศิลปากร จะใช้เครื่องมือทางศิลปะ นาฏศิลป์ และดนตรี กรมการศาสนา จะใช้เครื่องมือทางศาสนา กรมความร่วมมือระหว่างประเทศ จะใช้เครื่องมือในด้านการให้ทุนความช่วยเหลือ กรมประชาสัมพันธ์ จะใช้เครื่องมือในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทบวงมหาวิทยาลัยและกระทรวงศึกษาธิการ จะใช้เครื่องมือทางสถาบันการศึกษาและวิทยาการ กรมพลศึกษา จะใช้เครื่องมือทางด้านกีฬา และกระทรวงการต่างประเทศ จะใช้เครื่องมือในด้านการส่งเสริมภาพพจน์ของประเทศ สำหรับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมในต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศในฐานะผู้ดูแลนโยบายต่างประเทศในภาพรวมและเป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ของคณะกรรมการ ฯ จึงช่วยให้สามารถวิเคราะห์ และประเมินความเกี่ยวพันระหว่างสถานการณ์ ทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาตามภูมิภาคต่างๆ ของโลกเพื่อนำวัฒนธรรมมาประมวลปรับใช้ส่งเสริมการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่สนองผลประโยชน์ของชาติได้

#### 2.1.4 นโยบายด้านการปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ ของคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี ต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ดังความตอนหนึ่งว่า

สถาบันพระมหากษัตริย์เป็นองค์ประกอบสำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ผลสมประเพณีการปกครองของไทย รัฐบาลจึงถือเป็นหน้าที่สำคัญยิ่งยวดในอันที่จะเชิดชูสถาบันนี้ไว้ด้วยความจงรักภักดีและปกป้องรักษาพระบรมเดชานุภาพ โดยจะใช้มาตรการทางกฎหมาย มาตรการทางสังคมจิตวิทยา และมาตรการทางระบบสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการดำเนินการกับผู้กระทำความผิด ย่ำยีหรือประสงคร้าย มุ่งสั่นคลอนสถาบันหลักของชาติโดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกและความผูกพันภักดีของคนอีกเป็นจำนวนมาก ตลอดจนเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นจริงเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์และพระราชกรณียกิจเพื่อประชาชน ทั้งจะสนับสนุนโครงการทั้งหลายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ สถานศึกษา ตลอดจนหน่วยงานทั้งหลายของรัฐเรียนรู้เข้าใจหลักการทรงงาน สามารถนำหลักดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการและการพัฒนา ตลอดจนเร่งขยายผลตามโครงการและแบบอย่างที่ทรงวางรากฐานไว้ให้แพร่หลายเป็นที่ประจักษ์และเกิดประโยชน์ในวงกว้างอันจะช่วยสร้างความสมบูรณ์พูนสุขแก่ประชาชนในที่สุด”

### 2.1.5 นโยบายด้านการต่างประเทศของกระทรวงการต่างประเทศ

การดำเนินการของกระทรวงการต่างประเทศที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล “นโยบายด้านการต่างประเทศเป็นส่วนประกอบสำคัญของนโยบายองค์รวมทั้งหมดในการบริหารราชการแผ่นดิน” ดังนี้

2.1.5.1 การปกป้องและเชิดชูสถาบันกษัตริย์และการสร้างความเชื่อมั่นต่อประเทศไทย

แนวทางคือ การเน้นย้ำการมองไปข้างหน้า และยืนยันการก้าวไปสู่ประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง และยั่งยืนของไทย ตลอดจนศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางด้านต่างๆ ของไทยจากที่ตั้งทาง ยุทธศาสตร์ ความเข้มแข็งของพื้นฐานทางเศรษฐกิจและการมีบทบาทในประชาคมระหว่างประเทศ ตลอดจนการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถาบันกษัตริย์

2.1.5.2 การกระชับความสัมพันธ์กับต่างประเทศและส่งเสริมบทบาทไทยในเวทีระหว่างประเทศ

แนวทางคือ การสานต่อความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านและนานาประเทศ ทั้งในระดับทวิภาคี และพหุภาคี และต่อยอดความร่วมมือกับประเทศยุทธศาสตร์/ มีศักยภาพ เพื่อส่งเสริมความมั่นคง ในภูมิภาคและในระดับโลก และส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนร่วมกันไปในทุกมิติ

2.1.5.3 การทูตเพื่อประชาชน

แนวทางคือ การให้ความคุ้มครองและดูแลคนไทยในต่างประเทศ รวมทั้งคนไทยที่ถูกหลอกเป็นผู้เสียหายในขบวนการค้ายมนุษย์ เช่น ค้าประเวณี ลูกเรือประมงไทย และแรงงานไทยที่ประสบปัญหาในต่างประเทศ การให้บริการด้านต่างๆ แก่ประชาชน เช่น การทำหนังสือเดินทาง

2.1.5.4 การแก้ไขปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติ การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร ฯ

แนวทางคือ การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภายใน เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการชี้แจงทำความเข้าใจและให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับพัฒนาการและผลการดำเนินการป้องกันแก้ไขปัญหาของไทย

2.1.5.5 การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

แนวทางคือ การสร้างความตื่นตัวต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ผ่านช่องทางต่างๆ และร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมความเชื่อมโยงในภูมิภาค (connectivity) และป้องกัน/แก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียน กับประเทศคู่เจรจา และบทบาทการเป็นประเทศผู้ประสานงานความสัมพันธ์อาเซียน-จีน

2.1.5.6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

แนวทางคือ การดำเนินการเชิงรุกในการสนับสนุน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย การสร้างความเชื่อมั่นต่อศักยภาพและเศรษฐกิจของไทย และการส่งเสริมการค้าการลงทุนกับต่างประเทศ

### 2.1.6 นโยบายกระทรวงพาณิชย์ด้านการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมในต่างประเทศ

ภายใต้นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการส่งออกโดยเน้นการลดอุปสรรคในการส่งออกเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกรวดเร็วขึ้น พร้อมทั้งแสวงหาตลาดที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการส่งออกซึ่งครอบคลุมถึงการค้าชายแดนที่มีความสำคัญมากขึ้น เพื่อสนับสนุนนโยบายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์จะผลักดันให้มีการทบทวนความสามารถในการส่งออกของประเทศทั้งในปัจจุบันและในอนาคตให้ชัดเจนแบบบูรณาการทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการเพื่อร่วมกับภาคเอกชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกำหนดยุทธศาสตร์การส่งออกให้มีความต่อเนื่อง ทั้งในมิติของสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงและตลาดเป้าหมายที่น่าสนใจ โดยในระยะสั้น มีความจำเป็นต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าจะผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการใดโดยเร่งจัดทำแผนยุทธศาสตร์กระตุ้นการส่งออก ซึ่งจะรวมถึงการปรับแผนงานและเครือข่ายทูตพาณิชย์ให้สามารถขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้อย่างเข้มแข็ง ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยุทธศาสตร์การส่งออกของประเทศจะต้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์การลงทุน และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรมแบบบูรณาการพร้อมกันนี้ กระทรวงพาณิชย์จะเร่งพัฒนาการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศใกล้เคียง (CLMV) ซึ่งประชาชนในประเทศเหล่านี้มีความนิยมในสินค้าของไทยมาก ดังจะเห็นจากมูลค่าทางการค้าชายแดนเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริมการค้าชายแดน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการเสริมศักยภาพให้กับผู้ประกอบการเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจของภูมิภาค (Regional Economic Corridor) ตลอดจนเร่งรัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าและส่งเสริมการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์จะฟื้นคืนความสำคัญของการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (Re-engaging with Trade Regime) เพื่อให้ประเทศไทยกลับมามีบทบาทในเวทีการค้าทั้งในระดับภูมิภาคและเวทีโลก โดยทบทวนและวางกรอบยุทธศาสตร์การเจรจาการค้าระหว่างประเทศใหม่ให้ชัดเจน ทั้งระดับทวิภาคี ภูมิภาคและพหุภาคี และใช้กลไกความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีอยู่กับคู่ค้าหลักที่สำคัญ ทั้งอาเซียน จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด อำนวยความสะดวกทางการค้าและการลดอุปสรรคในการส่งออกให้กับผู้ประกอบการในการส่งออกไปสู่ตลาดหลักในภูมิภาคและเวทีโลก

### 2.1.7 นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมด้านการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรม

ภายใต้นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลด้านการสนับสนุนการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนนโยบายดังกล่าวกระทรวงอุตสาหกรรมได้วางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่มิติใหม่จะมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายหลักทั้ง 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เน้นการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยเข้าเป็นส่วนหนึ่งของฐานการผลิตและบริการในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Supply Chain) โดยที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมที่สำคัญในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง และเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของโลก (Global Production Hub) ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการโดยเฉพาะในระดับ SMEs มีการยกระดับมาตรฐานการผลิตและสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อสร้างจุดแข็งในการผลิต โดยมีการรวมกลุ่มความร่วมมือกัน

เป็นคลัสเตอร์ ซึ่งมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงมีหน่วยงานหลักซึ่งนำโดยภาคเอกชนที่เข้ามาบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพในแต่ละอุตสาหกรรมอย่างบูรณาการและเป็นเอกภาพ นอกจากนี้ยังมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งด้าน การผลิตบุคลากรอย่างเพียงพอเพื่อรองรับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมในอนาคตได้ มีกฎระเบียบที่ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการมีโครงสร้างสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ศูนย์การทดสอบมาตรฐานสินค้า เป็นต้น

ระยะที่ 2 จากเป้าหมายการพัฒนาและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและจัดการเครือข่ายการผลิตและบริการในกลุ่มอาเซียน ซึ่งเป็นการยกระดับภาคอุตสาหกรรมของไทยจากระยะแรกในช่วง 5 ปี จะมีการพัฒนาต่อยอดโดยเน้นการเป็นฐานการผลิตและบริการในระดับภูมิภาค (Regional Supply Chain) ซึ่งมีตราสินค้าที่มีเครือข่ายการจัดการกระจายสินค้าในภูมิภาคอย่างทั่วถึง ทั้งนี้ ผู้ประกอบการขนาดกลางของไทยจะมีการเชื่อมโยงการผลิตร่วมกับบริษัทขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตของประเทศให้มากขึ้นและกลุ่มผู้ประกอบการในระดับ SMEs จะมีการวิจัยและพัฒนาโดยสร้างทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมที่มีการพัฒนาต่อยอดในประเทศ โดยมีการสร้างฐานการวิจัยและพัฒนาสินค้าในอาเซียน ซึ่งมีการสร้างและกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์หลักของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับของสากล นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาพื้นที่สำหรับภาคอุตสาหกรรม (Industrial zone) โดยเฉพาะเพื่อให้เป็นพื้นที่การผลิต ที่มีการควบคุมการรักษาสภาพแวดล้อมได้อย่างทั่วถึงและเข้มงวด

ระยะที่ 3 เป็นการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้บริหารจัดการตราสินค้า โดยมีการสร้างเครือข่ายการผลิตและบริการร่วมกับภูมิภาคต่างๆ ของโลก ซึ่งจะส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศไทย ให้เริ่มก้าวสู่การเป็นบริษัทชั้นนำในโลก ผ่านการสร้างตราสินค้าของไทยให้เป็นที่รู้จักและมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้ากระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค เพื่อกระจายไปสู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งนี้ จะมีการพัฒนาเป็นแหล่งการค้าการลงทุนในด้านการผลิตและบริการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในภูมิภาค มีผู้ประกอบการจากประเทศต่างๆ เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะในด้านบริการ ซึ่งประเทศไทยจะมีการส่งออกด้านการบริการรวมไปถึงแรงงานในระดับมัธยมนิยมไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาค ทั่วโลก

## 2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลแท้จริงนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษา ค้นคว้า รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ อย่างรอบด้านและมีระบบ เพื่อจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนางานบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมนทั้งในระดับประเทศ และระดับสากลแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

### บทที่ 3 ผลการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เป็นที่รู้จัก ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยใช้นโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม ก่อนที่ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ กรณีศึกษามิติของโอกาส ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยสู่ต่างประเทศ ในด้านสินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นั้น ผู้ศึกษา ต้องการนำเสนอโครงสร้างการบริหารและการดำเนินงานโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ประกอบด้วยคณะทำงาน 3 ระดับ คือ

1. คณะกรรมการอำนวยการ มีราชเลขานุการในพระองค์สมเด็จพระบรมราชินีนาถ เป็นประธานกรรมการ มีกองศิลปาชีพเป็นหน่วยงานกลางในการประสานงานโครงการมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นหน่วยงานรับพระราชเสาวนีย์ คณะกรรมการประกอบด้วย หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในระดับปลัดกระทรวงและอธิบดีกรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

2. คณะทำงานระดับพื้นที่ รับผิดชอบด้านการประสานงานกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งภาคเอกชนที่จะให้ความช่วยเหลือโครงการ โดยอาจจะแบ่งเป็นระดับภาคหรือจังหวัดก็ได้ มีแม่ทัพภาคหรือผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธานกรรมการ และหัวหน้าส่วนราชการ ทั้งฝ่ายทหารและฝ่ายพลเรือนที่เกี่ยวข้อง

3. คณะทำงานโครงการ รับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนงานโครงการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยต้องให้การประสานงานอย่างใกล้ชิดกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ คณะทำงานโครงการส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายที่อยู่ในพื้นที่ที่ตั้งโครงการ มีหัวหน้าชุดปฏิบัติการโครงการ เป็นนายทหารสัญญาบัตรระดับผู้บังคับกองพันในพื้นที่นั้น และจัดกำลังตามอัตราที่ผู้บังคับบัญชาอนุมัติมาปฏิบัติงานที่บริเวณที่ตั้งโครงการ

สำหรับการดำเนินโครงการศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นั้น เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายต่างยึดมั่นในการดำเนินงานตามแนวพระราชดำริของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ องค์ประธานมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ ดังต่อไปนี้ (กรมการศึกษานอกโรงเรียน, 2535: 25-31)

1. แนวพระราชดำริของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในการดำเนินโครงการ

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงให้ความสนพระทัยและห่วงใยในทุกข์สุขของราษฎร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประกอบอาชีพสืบเนื่องจากการที่พระองค์ตามเสด็จฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ เยี่ยมเยียนราษฎรทั่วทุกภาคของประเทศและได้ทอดพระเนตรความ

ทุกข์ยากของราษฎร อันเกิดจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมซึ่งผลผลิตที่ได้จะไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางธรรมชาติจะเอื้ออำนวยมากน้อยเพียงไร บางครั้งได้ผลผลิตน้อยติดต่อกันหลายปี ทำให้ราษฎรเหล่านี้ได้รับความยากลำบาก สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีแนวพระราชดำริให้ราษฎรมีอาชีพเสริม เพื่อการมีรายได้เพิ่มเป็นการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนด้วยวิธีการพึ่งพาตนเอง ต่อมาเมื่อมีการส่งเสริมให้ราษฎรนำสิ่งรอบตัวมาเป็นอาชีพเสริม เช่น งานทอผ้า งานจักสาน และงานฝีมืออื่นๆ มีการดำเนินงานไประยะหนึ่ง ทรงเห็นว่าคนไทยมีความสามารถในทางศิลปะมาโดยสายเลือดและในแต่ละภาคก็มีศิลปะแต่ละอย่างที่แตกต่างกันไปล้วนวิจิตรงดงาม ซึ่งนับวันแต่จะสูญหาย ทรงเห็นว่าศิลปะเหล่านี้สมควรที่จะอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ตลอดไป

## 2. การจัดตั้งองค์กร

จากแนวพระราชดำริของพระองค์ท่านดังกล่าว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ดำเนินงานเพื่อสร้างเสริมหารายได้พิเศษให้แก่ชาวไร่ ชาวนา นอกฤดูทำนา และได้เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนให้ราษฎรในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วทุกภาคดำเนินงานตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ทั้งนี้ การส่งเสริมศิลปหัตถกรรมประเภทต่างๆ ให้เน้นการใช้วัสดุจากพื้นบ้านผนวกกับความชำนาญ และฝีมือที่มีอยู่แต่ดั้งเดิม ในการดำเนินงานของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ ทรงโปรดเกล้าฯ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ เข้ามาร่วมปฏิบัติงานด้วยและมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น การดำเนินงานของศูนย์ศิลปาชีพบางไทรฯ มีกรมทหารราบที่ 21 รักษาพระองค์ เป็นหน่วยงานประสานงาน กองศิลปาชีพรับผิดชอบในการจัดหาครูและวัตถุดิบในการฝึกอบรม สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รับผิดชอบในการรับสมัครผู้เรียน เป็นต้น

## 3. การบริหารงานบุคคล

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระปรีชาสามารถในการคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงานเป็นอย่างยิ่ง สำหรับผู้สอน พระองค์ทรงมีสายพระเนตรอันกว้างไกลในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งได้แก่ชาวบ้านผู้มีความรู้ความชำนาญด้านศิลปหัตถกรรมสาขาต่างๆ มาเป็นครูผู้สอน ทำให้การเรียนการสอนได้ผลเป็นที่น่าพอใจเพราะชาวบ้านสอนชาวบ้านด้วยกันย่อมเข้าใจง่ายเนื่องจากมีภาษาและวิถีชีวิตใกล้เคียงกันทำให้ไม่มีปัญหาด้านการสื่อสารถ่ายทอดความรู้ นอกเหนือจากนั้นยังเป็นการอนุรักษ์สืบทอดงานศิลปหัตถกรรม วิชาช่างต่างๆ ซึ่งนับวันจะสูญหายไปตามกาลเวลาให้คงอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ ต่อไป

ในการที่ทรงรวบรวมผู้ที่มีความรู้จากถิ่นต่างๆ มาเป็นครูช่างเพื่อสอนศิลปกรรมในสาขาต่างๆ ตัวอย่างเช่น งานทอผ้า เมื่อเสด็จพระราชดำเนินไปตามชนบท เมื่อพบชาวบ้านผู้มีฝีมือในด้านต่างๆ จะทรงจดบันทึกไว้อย่างละเอียด เมื่อต้องการครูมาฝึกสอนเรื่องใดๆ ก็ทรงเปิดค้นหาค้นบัญชีที่จดไว้ งานเครื่องถมก็เช่นกัน เมื่อทรงทราบว่าถมทองทางภาคใต้กำลังจะสูญหายเพราะไม่มีคนทำ ทรงโปรดให้เชิญครูจากจังหวัดนครศรีธรรมราชมาเป็นผู้สอน หรืองานจักสานย่านลิเภา ซึ่งแต่เดิมใกล้จะสูญหาย พระองค์ทรงโปรดให้จ้างครูจากนครศรีธรรมราช และราษฎรในจังหวัดนราธิวาสมาเป็นผู้ฝึกสอนให้กับสมาชิกศิลปาชีพ จึงทำให้จักสานย่านลิเภาสามารถดำรงอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน หรืองานจักสานไม้ไผ่ลายขีดที่แทบจะไม่มีผู้สืบสานต่อซึ่งก็จะสูญหายไปจากแผ่นดิน พระองค์ก็ทรงให้เชิญ



ครูที่มีความเชี่ยวชาญซึ่งเหลืออยู่เพียงครอบครัวเดียวมาสอน งานจักสานไม้ไผ่ลายขีดจึงยังคงอยู่เป็นสมบัติของชาติจนถึงทุกวันนี้ เป็นต้น

ผู้สอนในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ มีทั้งที่เป็นอาสาสมัครช่วยสอนโดยมิได้ค่าตอบแทน มีทั้งครูประจำกลุ่มที่ได้รับเงินเดือนและครูผู้สอนซึ่งได้รับเบี้ยเลี้ยงเป็นค่าอาหารกลางวัน

สำหรับผู้เรียนไม่ได้กำหนดคุณสมบัติที่ซับซ้อนมากนัก แต่จะทรงคัดเลือกผู้เรียนจากครอบครัวข้าราชการและจากครอบครัวเกษตรกร โดยทรงเลือกผู้ที่ไม่ได้เป็นหลักของครอบครัวเข้ารับการอบรม เพราะถ้าคัดเลือกผู้เป็นหลักของครอบครัวจะทำให้เขาเหล่านั้นเดือดร้อนเพราะขาดผู้นำ นอกจากนี้ยังทรงให้ผู้ด้อยโอกาสทั้งหลาย เป็นต้นว่า ทรงโปรดให้คนพิการมาฝึกงานศิลปาชีพ โดยรับสั่งว่า “ตาและมือของเขายังใช้ได้ดี” สำหรับผู้เรียนที่ยังอ่านหนังสือไม่ออก จะมีการสอนพิเศษเพื่อให้สามารถอ่านออกเขียนได้ในระดับพื้นฐาน

ในการเรียนศิลปาชีพ พระองค์ทรงพระราชทานอุปกรณ์และวัสดุที่ใช้ในการฝึกงาน ทั้งหมดรวมทั้งค่าแรงตลอดจนรางวัลแก่ผู้ที่มีผลงานดีเด่น เป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาฝีมือ ผู้เรียนที่มีฝีมือในระดับที่ขายได้ จะได้รับส่วนแบ่งรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของตน

การจัดการเรียนการสอนของพระองค์ท่านจึงไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับมากมาย เหมือนกับการศึกษาในระบบ จึงทำให้สามารถจัดการเรียนการสอนตรงกับความต้องการของประชาชนและแก้ปัญหาได้รวดเร็ว

#### 4. ด้านการบริหารงานด้านวิชาการ

จากการเสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมราษฎรในท้องถิ่นต่างๆ ทำให้ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงพบเห็นศิลปะหัตถกรรมงานฝีมืออันทรงคุณค่าในชนบทห่างไกล พระองค์จึงส่งเสริมให้มีการดำเนินโครงการส่งเสริมศิลปาชีพไปทั่วทุกภาค แล้วแต่ว่าแต่ละภาคจะมีศิลปะประจำภาคอย่างไร ซึ่งเท่ากับพระองค์ทรงดำเนินการอย่างเป็นวิชาการเนื่องจากการรับบุคคลเข้าเรียนศิลปาชีพไม่มีการจำกัดวุฒิ ผู้ที่มาเรียนมีความแตกต่างกันในด้านอายุ ถิ่นที่อยู่อาศัยและประสบการณ์ จึงไม่สามารถกำหนดหลักสูตรให้ชัดเจนตายตัว ในด้านการสร้างเครือข่ายให้มีความเชื่อมโยงกันระหว่างการฝึกอาชีพในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคนั้น โรงฝึกศิลปาชีพสวนจิตรลดาเป็นศูนย์กลางการเรียนการสอนศิลปาชีพแขนงต่างๆ เปรียบเสมือนศูนย์บัญชาการและศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพจากราษฎรทั่วประเทศ

#### 5. การบริหารอาคารสถานที่

ในการฝึกอาชีพราษฎรตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ต้องมีความพร้อมอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านอาคารสถานที่ ทรงโปรดเกล้าให้จัดตั้งอาคารสำหรับการเรียนการสอน การฝึกงานศิลปาชีพ ตามแผนกวิชาต่างๆ ที่เปิดสอน สำหรับผู้เรียนที่มาจากต่างจังหวัดไม่มีที่พักอาศัย ทรงเป็นห่วงความสะอาดและปลอดภัย จึงโปรดให้มีการจัดที่พักให้ครูและสมาชิกศิลปาชีพที่ปฏิบัติงานที่โรงฝึกศิลปาชีพสวนจิตรลดา สมาชิกสตรีทรงพระกรุณาให้เขาพักที่ฝ่ายใน บริเวณพระบรมมหาราชวัง สมาชิกชายจะมีอาคารหอพักนักเรียนศิลปาชีพให้พักตลอดระยะเวลาการฝึกอบรม

#### 6. การบริหารการเงินและธรรมาภิบาล

งบประมาณดำเนินงานฝึกอາชีฟตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีฟ ได้มาจากหลายแหล่ง เช่น เงินพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เงินอุดหนุนจากภาครัฐและเอกชน เงินบริจาค และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

#### 7. การช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่

ในการฝึกอาชีฟราษฎร นอกเหนือจากการฝึกอบรมตามศูนย์ศิลปาชีฟต่างๆ แล้ว สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงส่งเสริมราษฎรในท้องถิ่นต่างๆ ให้ดำเนินการฝึกอาชีฟจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปให้คำแนะนำ การตลาดให้ หรือรับซื้อไว้ด้วยพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์

#### 8. การมีส่วนร่วมของชุมชน

ในการดำเนินงาน สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จะทรงใช้ความสามารถของชุมชนเป็นประการแรก ทรงส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ ตลอดจนการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดในการฝึกอาชีฟ และทรงส่งเสริมให้สมาชิกศิลปาชีฟมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน

#### 9. การส่งเสริมด้านการตลาด

งานศิลปาชีฟในโครงการส่งเสริมศิลปาชีฟ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีลักษณะเป็นงานศิลปะเพื่อการประกอบอาชีพ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงด้านการตลาดควบคู่ไปด้วย สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเอาพระทัยใส่เป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผลผลิตทางศิลปะให้เป็นที่ต้องการของตลาดและรักษาเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เมื่อทรงสนับสนุนให้สมาชิกผลิตผลงานเพื่อเป็นอาชีพเสริม ทรงตั้งพระราชหฤทัยอย่างเต็มที่ที่จะช่วยให้ศิลปหัตถกรรมนั้นจำหน่ายได้อย่างกว้างขวาง เป็นช่องทางให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มพูนขึ้น

ในปัจจุบันสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โปรดเกล้าให้จัดงาน “ศิลป์แผ่นดิน” ที่พระที่นั่งอนันตสมาคมเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลงานของสมาชิกศิลปาชีฟมาจัดแสดงและจำหน่ายให้ผู้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมของไทย ซึ่งนับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ในด้านการตลาดต่างประเทศ เมื่อพระองค์ทรงเสด็จเยือนประเทศใด ทรงนำศิลปหัตถกรรมของไทย ผลิตภัณฑ์จากโครงการส่งเสริมศิลปาชีฟ ไปเผยแพร่เป็นการเปิดตลาดสินค้าหัตถกรรมไทยให้กว้างขวาง

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ศิลปาชีฟซึ่งเป็นผลผลิตจากสมาชิกศิลปาชีฟเป็นที่ยอมรับ และนิยมใช้กันอย่างกว้างขวางไม่เฉพาะภายในประเทศเท่านั้นแต่รวมถึงต่างประเทศด้วย

#### 10. การติดตามผลและประเมินผลการดำเนินงาน

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงให้ความสำคัญในด้านการติดตามผล และการประเมินเป็นอย่างมาก ในการประเมินผลงานที่ราษฎรทำขึ้น ทรงประเมินด้วยความเข้าใจในสภาพของราษฎรอย่างแท้จริง ทรงดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนในช่วงแรกทรงพระราชทานพระราโชบายว่า “...เมื่อที่แรกให้เขาทำต้องให้กำลังใจและต้องปล่อยให้เขาทำตามความสามารถที่มีอยู่ ผลงานที่ออกมาอย่าเพิ่งไปเร่งรัดในเรื่องคุณภาพมากนัก เพราะเขายังมีความกังวลในสภาพครอบครัวและเกี่ยวกับงาน เมื่อทุกอย่างเข้าที่แล้วจะเร่งรัดเรื่องคุณภาพ...” การที่ทรงดำเนินการให้ผลิตภัณฑ์จากโครงการส่งเสริมศิลปาชีฟ มีมาตรฐานและคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั่วไป เพราะก่อนการจำหน่ายสินค้า สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงให้มีการตรวจสอบสินค้าทุกขั้นตอน งานใดที่ไม่มี

คุณภาพเพียงพอ พระองค์จะไม่ให้ออกสู่ตลาดจนกว่าจะมีการแก้ไขจนเป็นที่พอพระราชหฤทัยก่อน สำหรับผลงานจากฝีมือสมาชิกศิลปาชีพที่เพิ่งเริ่มต้นทำหรือเรียกว่าเป็นผลงานฝึกหัดซึ่งเป็นงานที่ยังไม่ได้มาตรฐาน โปรดให้แยกประเภทให้ชัดเจน บอกความจริงแก่ผู้ซื้อให้ขายในราคายุติธรรม

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลในมิติด้านโอกาส ในการนำนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมมาบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล เป็นไปอย่างครอบคลุม ผู้ศึกษาจึงกำหนดมิติของการวิเคราะห์ ดังนี้

- 1 มิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- 2 มิติด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย
- 3 มิติด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด

### 3.1 ผลการศึกษามิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

แนวนโยบาย แนวคิด แผนยุทธศาสตร์ หรือกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในช่วงที่ผ่านมาตามที่กล่าวถึงในบทที่ 1 และบทที่ 2 นั้น มุ่งเน้นในเรื่องของความเชื่อมั่น การยอมรับและค่านิยมในสินค้าของไทยเพื่อพัฒนาการส่งออกเป็นสำคัญ

3.1.1 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแนวทางการดำเนินการของกระทรวงการต่างประเทศที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล เพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 พบว่า กระทรวงการต่างประเทศมีแนวทางและกิจกรรมหลักในการดำเนินงาน โดยมีแนวทางในการสานต่อความร่วมมือกับประเทศ เพื่อนบ้านและนานาชาติ ทั้งในระดับทวิภาคี และพหุภาคี และต่อยอดความร่วมมือกับประเทศยุทธศาสตร์ที่มีศักยภาพ เพื่อส่งเสริมความมั่นคง ในภูมิภาคและในระดับโลก และส่งเสริม ความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนร่วมกันไปในทุกมิติ กระทรวงการต่างประเทศมีกิจกรรมโครงการหลักในการดำเนินการ อาทิเช่น การเยือน และการประชุมทวิภาคีและพหุภาคี ในระดับราชวงศ์/ ผู้นำ/ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ./ผู้บริหารระดับสูง การดำเนินโครงการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา การดำเนินโครงการเสริมสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจกับประเทศเพื่อนบ้าน และการจัดโครงการความร่วมมือด้านต่างๆ

3.1.2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารยุทธศาสตร์หลักของกระทรวงพาณิชย์ปี 2557-2558 เพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 พบว่า กระทรวงพาณิชย์มีแนวทางในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีในด้านที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ด้านการขับเคลื่อนการส่งออกและพัฒนาการค้าชายแดน โดยกระทรวงพาณิชย์มีการผลักดันให้มีการทบทวนความสามารถในการส่งออกของประเทศทั้งในปัจจุบันและในอนาคตให้ชัดเจนแบบบูรณาการทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ เพื่อร่วมกับภาคเอกชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกำหนดยุทธศาสตร์การส่งออกให้มีความต่อเนื่อง ทั้งในมิติของสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงและตลาดเป้าหมายที่น่าสนใจโดยในระยะสั้น มีความ

จำเป็นต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าจะผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการใดโดยเร่งจัดทำแผนยุทธศาสตร์ กระตุ้นการส่งออก ซึ่งจะรวมถึงการปรับแผนงานและเครือข่ายทูตพาณิชย์ให้สามารถขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้อย่างเข้มแข็ง ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยุทธศาสตร์การส่งออกของ ประเทศจะต้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์ การลงทุน และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรมแบบบูรณาการพร้อมกันนี้ กระทรวงพาณิชย์จะเร่งพัฒนาการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศ ใกล้เคียง (CLMV) ซึ่งประชาชนในประเทศเหล่านี้มีความนิยมในสินค้าของไทยมาก ดังจะเห็นจาก มูลค่าทางการค้าชายแดนเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริมการค้าชายแดน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการเสริมศักยภาพให้กับผู้ประกอบการเพื่อเชื่อมโยงกับ ประเทศเพื่อนบ้านตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจของภูมิภาค (Regional Economic Corridor) ตลอดจนเร่งรัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าและส่งเสริมการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในประเทศ เพื่อนบ้าน นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์จะฟื้นคืนความสำคัญของการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (Re-engaging with Trade Regime) เพื่อให้ประเทศไทยกลับมามีบทบาทในเวทีการค้าทั้งในระดับ ภูมิภาคและเวทีโลกโดยทบทวนและวางกรอบยุทธศาสตร์การเจรจาการค้าระหว่างประเทศใหม่ให้ ชัดเจน ทั้งระดับทวิภาคี ภูมิภาคและพหุภาคี และใช้กลไกความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีอยู่กับคู่ค้าหลัก ที่สำคัญ ทั้งอาเซียน จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด อำนวยความสะดวกทางการค้าและการลดอุปสรรคในการส่งออกให้กับผู้ประกอบการในการส่งออก ไปสู่ตลาดหลักในภูมิภาคและเวทีโลก และในด้านการขับเคลื่อนสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN One) อาเซียนเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่และสำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 26 ของ มูลค่าการส่งออกของไทย ซึ่งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบจากการเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ใน ภูมิภาคอาเซียนนอกจากนี้ การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะมีผลใช้บังคับอย่างเต็มที่ ใน สิ้นปี.ศ. 2558 นี้รัฐบาลจึงมีนโยบายการส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน โดย ครอบคลุมหลายด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนใน ภูมิภาคอาเซียนและขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาศักยภาพในการ แข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันได้ และการเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ภายในภูมิภาค อาเซียน ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์ซึ่งมีบทบาทหลักในด้านการค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศจึง มียุทธศาสตร์สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในการเตรียมความพร้อมและสร้างความเชื่อมโยงการค้า และการลงทุนกับอาเซียนให้แน่นแฟ้น มากยิ่งขึ้น โดยส่งเสริมการบูรณาการตลอดห่วงโซ่มูลค่า นับตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้บริโภค พร้อมขยายโอกาสทางการค้า ลดอุปสรรคด้านกฎระเบียบ และ อำนวยความสะดวกทางการค้าแก่ผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดอาเซียน เช่น ลดขั้นตอนการที่ ผู้ประกอบการไทยจะขอใช้สิทธิประโยชน์ในการส่งออกไปอาเซียนผ่านกรมการค้าต่างประเทศ การอำนวยความสะดวก การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของไทยในอาเซียนโดยผ่านกรมทรัพย์สิน ทางปัญญา เป็นต้น นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์จะดำเนินยุทธศาสตร์โดยการใช้โอกาสจากเวที อาเซียนเป็นฐานสู่เวทีภูมิภาคและเวทีโลก ผ่านการรื้อฟื้นกลไกความสัมพันธ์และบทบาทของประเทศไทย ที่มีอยู่ในกรอบความตกลงฉบับต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความตกลง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้)

และ ASEAN+6 (หรือ RCEP ซึ่งประกอบด้วยจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์) ตลอดจนกรอบความตกลงพหุภาคีในองค์การการค้าโลก (WTO)

3.1.3 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรมปี 2555 – 2558 (ฉบับปรับปรุงสำหรับจัดทำคำของบประมาณ พ.ศ. 2558) มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดแผนการดำเนินงานที่นำทางให้หน่วยงานภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมได้ยึดถือ ปฏิบัติตามภารกิจ และเป้าหมายร่วม และเพื่อให้สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของรัฐบาลและประเทศ นายประเสริฐ บุญชัยสุข รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ได้มอบนโยบายให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2555 จำนวน 12 ข้อ ดังนี้

1) การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ AEC การพัฒนาฝีมือแรงงาน และการแสวงหาตลาดใหม่ให้กับผู้ประกอบการ

2) พัฒนาอุตสาหกรรม OTOP ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการสร้างมาตรฐานสินค้าเพื่อเพิ่มการส่งออก

3) ผลักดันครัวไทยสู่ครัวโลก ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และการเผยแพร่อาหารไทยไปสู่ต่างประเทศ

4) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเสื้อผ้า อัญมณี และเครื่องประดับ ภายใต้โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น

5) สร้างระบบเตือนภัยเศรษฐกิจล่วงหน้าให้ผู้ประกอบการเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการลงทุน

6) ส่งเสริมการลงทุนใหม่จากต่างประเทศ ส่งเสริมการลงทุนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

7) สร้างฐานการผลิตเพิ่มขึ้น โดยพัฒนาพื้นที่การลงทุนในทุกภูมิภาค โดยการสร้างนิคมอุตสาหกรรม

8.) เร่งรัดการแก้ปัญหาการป้องกันอุบัติเหตุในนิคมอุตสาหกรรม

9) การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง พร้อมทั้งดูแลปัญหาผลกระทบที่เกิดจากปัญหาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชนกับโรงงานสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนอย่างโปร่งใส โดยผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามกฎหมาย

10) กำกับควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

11) เร่งสำรวจการแสวงหาแหล่งแร่ที่สำคัญ เช่น ทองคำ โปแตช เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศ

12) ให้ความสำคัญการทำงานเป็นทีม โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล

โดยแผนยุทธศาสตร์ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการพัฒนาทางศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น จะอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อหลุดพ้นจาก

ประเทศไทยได้ปานกลาง (Growth & Competitiveness) ซึ่งประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ประเด็นหลักด้านอุตสาหกรรม ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมมีแนวทางการดำเนินการคือ การเพิ่มขีดความสามารถให้ SME และ OTOP สู่สากล และอีกหนึ่งประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องคือ ประเด็นด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยกระทรวงอุตสาหกรรมมีแนวทางในการดำเนินการคือ การพัฒนาการสร้าง Brand ประเทศไทย เป็น Modern Thailand ซึ่งเป็นแนวทางที่ดีมากในการเผยแพร่สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานศิลปหัตถกรรมของไทยให้เป็นที่รู้จักและนิยมของนานาประเทศทั่วโลก

3.1.4 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแผนยุทธศาสตร์ประจำปี 2556 – 2559 ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ ศ.ศ.ป. ซึ่งเป็นองค์กรหลักที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยมีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

- 1) ประเด็นการเสริมสร้างองค์ความรู้
- 2) ประเด็นการเพิ่มสมรรถนะและการพัฒนาธุรกิจ
- 3) ประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 4) ประเด็นการขยายโอกาสและสร้างตลาดทางการค้า

ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศคือ ประเด็นการเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม โดย ศ.ศ.ป. ผลักดันตัวเองให้เป็นศูนย์กลางงานศิลปหัตถกรรมอย่างครบวงจร เพื่อการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลงานศิลปหัตถกรรม การตลาด และการพัฒนางานศิลปหัตถกรรม ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรมที่สำคัญของประเทศ โดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ อาทิเช่น โครงการ Innovative Craft Showcase โครงการศึกษาศักยภาพงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย โครงการรวบรวมองค์ความรู้ วัตถุประสงค์การสร้างสรรคงานหัตถศิลป์ โครงการรวบรวมองค์ความรู้เอกลักษณ์ศิลปะแห่งลวดลายงานผ้าปักชาวเขา โครงการเผยแพร่และให้บริการองค์ความรู้ผ่านห้องสมุดและห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ โครงการหอนิทรรศการศิลปหัตถกรรม โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้การผลิตงานศิลปหัตถกรรมระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมการรับรู้คุณค่างานหัตถกรรมไทย รวมถึงโครงการกิจกรรมเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และการส่งเสริมความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย เป็นต้น

และอีกหนึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องคือการขยายตลาดและสร้างโอกาสทางการค้างานศิลปหัตถกรรม โดยผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้เข้าสู่ตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และผู้ประกอบการมีเครือข่ายการค้าที่ต่อเนื่องพร้อมทั้งส่งเสริมการรับรู้และยอมรับคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย โดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ อาทิเช่น โครงการส่งเสริมการค้าร่วมกับหน่วยงานอื่น โครงการงานแสดงสินค้าในประเทศ โครงการงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และโครงการเผยแพร่คุณค่างานหัตถกรรมไทย

### 3.2 ผลการศึกษามิติด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงาน ศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย

แนวนโยบาย แนวคิด แผนยุทธศาสตร์ หรือกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย ในช่วงที่ผ่านมาตามที่กล่าวถึงในบทที่ 1 และบทที่ 2 นั้น มุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนานาประเทศ เพื่อพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมของไทยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกเป็นสำคัญ

3.2.1 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแนวทางการดำเนินการของกระทรวงการต่างประเทศที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล เพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 พบว่า กระทรวงการต่างประเทศมีแนวทางและกิจกรรมหลักในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทยคือ การดำเนินการเชิงรุกในการสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย การสร้างความเชื่อมั่นต่อศักยภาพและเศรษฐกิจของ ไทย และการส่งเสริมการค้าการลงทุน กับต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมโครงการในการดำเนินงาน อาทิ เช่น การประชุมตามกรอบความร่วมมือในภูมิภาค และอนุภูมิภาคต่างๆ โครงการแสวงหาตลาดและโอกาสในการลงทุน การจัดทำความตกลงเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน การดำเนินโครงการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ รวมทั้งโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น ความมั่นคง ด้านอาหารและพลังงาน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

3.2.2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารยุทธศาสตร์หลักของกระทรวงพาณิชย์ปี 2557-2558 ที่กำหนดขึ้นเพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ที่ผ่านมา ในบทนำได้กล่าวถึง การดำเนินนโยบายในหลายเรื่องว่า มุ่งหวังผลเฉพาะหน้าในระยะสั้น โดยมิได้คำนึงถึงความต่อเนื่องและความก้าวหน้าที่ยั่งยืนในระยะยาวเท่าที่ควร รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับนโยบายระยะยาวซึ่งแม้จะไม่เห็นผลสำเร็จในเวลาอันใกล้ แต่รัฐบาลนี้เห็นควรต้องวางรากฐานเพื่อให้รัฐบาลข้างหน้าเข้ามาพิจารณารับช่วงได้อย่างต่อเนื่อง และต้องการให้ประชาชนเกิดความชัดเจนรู้ล่วงหน้าถึงทิศทางของประเทศโดยรวมเพื่อให้ประชาชนสามารถเตรียมความพร้อมได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกระทรวงพาณิชย์จึงจะใช้เวลา 1 ปีนี้ที่จะทบทวน ริเริ่มและผลักดันยุทธศาสตร์ที่จะช่วยวางรากฐานให้เศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีขีดความสามารถสูงขึ้น และสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและแนวโน้มในอนาคต โดยหลักการปฏิบัติที่สำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ได้แก่ การบูรณาการกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยพบว่า แผนยุทธศาสตร์หลักของกระทรวงพาณิชย์มีแนวทางในการสนับสนุนนโยบายดังกล่าวมาแล้วในข้างต้น ดังนี้

ด้านการส่งเสริมความเป็นอยู่ของเกษตรกรและยกระดับสินค้าเกษตรกรรม กระทรวงพาณิชย์จะร่วมมือบูรณาการกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อช่วยส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ แนวทางที่สำคัญคือการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิต โดยการกำหนดพื้นที่การผลิตเกษตรกรรมให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ สภาพแวดล้อม และความเป็นอยู่

ของเกษตรกร (Zoning) พัฒนาพันธุ์พืชแหล่งน้ำชลประทาน คุณภาพดิน และใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อการเกษตร ส่งเสริมการปลูกพืชทดแทน พืชนอกฤดูกาล และอาชีพเสริมอื่น เพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นระบบและยั่งยืน สนับสนุนการพัฒนาพืชผลการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Product) เช่น สินค้าเกษตรแปรรูปและสินค้าเกษตรออร์แกนิก (Organic) ที่มีมูลค่าสูง สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่เน้นด้านสุขภาพในปัจจุบัน รวมถึง การพัฒนาและเปิดตลาดเพื่อสินค้าใหม่ของเกษตรกรไทย ตลอดจนพัฒนาตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าให้มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยงและส่งสัญญาณราคาในอนาคตให้กับภาคเกษตร เพื่อช่วยวางแผนการผลิตและการค้า รวมถึงการร่วมกำหนดวาระงานวิจัย (Research Agenda) ที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาด้านการเกษตรและตลาดสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกประเทศ และในด้านการพัฒนาสินค้าภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูง กระทรวงพาณิชย์จะร่วมมือบูรณาการกับกระทรวงอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาและกำหนดยุทธศาสตร์แห่งชาติในการพัฒนากลุ่มสินค้าเป้าหมาย ทั้งเพื่อการบริโภคสำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) นั้น ประเทศไทยยังคงเน้นที่การผลิตและการประกอบสินค้าเป็นหลักซึ่งถือเป็นห่วงโซ่ที่ได้รับผลตอบแทนและมูลค่าเพิ่มน้อย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังถูกกดดันจากประเทศเกิดใหม่ต่างๆ อย่างต่อเนื่องที่สามารถผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนด้านต่างๆ เช่น ค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศไทยมาก ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเน้นยกระดับการพัฒนาสินค้าและบริการของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มสูงตามห่วงโซ่มูลค่า (Move up the value chain) โดยเน้นคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นสำคัญให้เชื่อมโยงกับช่องทางการกระจายสินค้าและกลยุทธ์การเจาะตลาดที่จะต้องได้รับการพัฒนาขึ้นไปพร้อมๆ กันควบคู่ไปกับการยกระดับขีดความสามารถและทักษะของผู้ผลิต เชื่อมโยงไปถึงตัวกลางคือ ผู้ประกอบการและผู้ส่งออก สนับสนุนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของผู้บริโภคในขณะเดียวกัน ให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์และมาตรฐานทางการผลิตและการค้าที่เป็นสากลโดยเฉพาะมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต

3.2.3 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรมปี 2555 – 2558 (ฉบับปรับปรุงสำหรับจัดทำคำของบประมาณ พ.ศ. 2558) พบว่า แผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้ได้สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดแผนการดำเนินงานที่นำทางให้หน่วยงานภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมได้ยึดถือปฏิบัติตามภารกิจ และเป้าหมายร่วม เพื่อให้สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของรัฐบาล

โดยแผนยุทธศาสตร์ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการพัฒนาทางศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น จะอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อหลุดพ้นจากประเทศรายได้ปานกลาง (Growth & Competitiveness) ซึ่งมีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย คือ ประเด็นด้านอุตสาหกรรม ซึ่งมีแนวทางในการดำเนินการคือการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมาเพิ่มมูลค่า และอีกประเด็นที่มีความเกี่ยวข้อง คือ ประเด็นหลักด้านการเชื่อมโยงเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยมีแนวทางการดำเนินการคือ เสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน



3.2.4 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแผนยุทธศาสตร์ประจำปี 2556 – 2559 ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ ศ.ศ.ป. ที่มีประเด็นยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม สนับสนุน สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถไว้ทั้งหมด 4 ประเด็น คือ การเสริมสร้างองค์ความรู้ การเพิ่มสมรรถนะและการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขยายโอกาสและสร้างตลาดทางการค้า

ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย คือ ประเด็นการเสริมสร้างองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม โดย ศ.ศ.ป. ผลักดันตนเองให้เป็นศูนย์กลางงานศิลปหัตถกรรมอย่างครบวงจร เพื่อการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลงานศิลปหัตถกรรม การตลาด และการพัฒนางานศิลปหัตถกรรม ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรมที่สำคัญของประเทศ โดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย อาทิเช่น โครงการ Innovative Craft Showcase โครงการศึกษาศักยภาพงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย โครงการรวบรวมองค์ความรู้วัตถุดิบสู่การสร้างสรรคงานหัตถศิลป์ โครงการรวบรวมองค์ความรู้เอกลักษณ์ศิลปะแห่งลวดลายงานผ้าปักชาวเขา โครงการเผยแพร่และให้บริการองค์ความรู้ผ่านห้องสมุดและห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ โครงการหอนิทรรศการศิลปหัตถกรรม

โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้การผลิตงานศิลปหัตถกรรมระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมการรับรู้คุณค่างานหัตถกรรมไทย โครงการกิจกรรมเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และการส่งเสริมความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย และอีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญ คือ ประเด็นการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม ครูช่าง ช่างศิลปหัตถกรรม และผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมได้รับการเพิ่มสมรรถนะอย่างครบวงจร ตลอดจนชุมชนหัตถกรรมได้รับสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย อาทิเช่น การดำเนินโครงการสร้างเครือข่ายและเพิ่มศักยภาพการค้าด้วย “คุณค่าหัตถกรรมอาเซียน” (ASEAN Crafts Values Creation) โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างประเทศ รวมถึงโครงการศึกษาดูงานในตลาดต่างประเทศ และประเด็นสุดท้ายที่เกี่ยวข้อง คือ ประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงนวัตกรรมศิลป์ให้ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อาทิเช่น โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ และโครงการการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

### 3.3 ผลการศึกษามิติด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด

แนวนโยบาย แนวคิด แผนยุทธศาสตร์ หรือกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเชิงการตลาดของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในช่วงที่ผ่านมาตามที่กล่าวถึงในบทที่ 1 และบทที่ 2 นั้น มุ่งเน้นใน

เรื่องของมาตรฐานสินค้า คุณภาพและความนิยมในสินค้าของไทยเพื่อพัฒนาการกระจายตลาดการส่งออกเป็นสำคัญ

3.3.1 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแนวทางการดำเนินการของกระทรวงการต่างประเทศที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล เพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 พบว่า กระทรวงการต่างประเทศมีแนวทางและกิจกรรมหลักในการดำเนินงานคือ การดำเนินการเชิงรุกในการสนับสนุน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย การสร้างความเชื่อมั่นต่อศักยภาพและเศรษฐกิจ ของไทย และการส่งเสริมการค้าการลงทุน กับต่างประเทศ โดยมีการดำเนินกิจกรรมโครงการต่างๆ อาทิเช่น การประชุมตามกรอบความร่วมมือในภูมิภาค และอนุภูมิภาคต่างๆ การดำเนินโครงการแสวงหาตลาดและโอกาสในการลงทุน การจัดทำความตกลงเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน โครงการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และการดำเนินโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น ความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

3.3.2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารยุทธศาสตร์หลักของกระทรวงพาณิชย์ปี 2557-2558 เพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 พบว่า มีแนวทางในการส่งเสริมเชิงการตลาด โดยมีการขับเคลื่อนการส่งออกและพัฒนาการค้าชายแดน ซึ่งกระทรวงพาณิชย์จะผลักดันให้มีการทบทวนความสามารถในการส่งออกของประเทศทั้งในปัจจุบันและในอนาคตให้ชัดเจนแบบบูรณาการทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ เพื่อร่วมกับภาคเอกชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกำหนดยุทธศาสตร์การส่งออกให้มีความต่อเนื่องทั้งในมิติของสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงและตลาดเป้าหมายที่น่าสนใจโดยในระยะสั้น มีความจำเป็นต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าจะผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการใดโดยเร่งจัดทำแผนยุทธศาสตร์กระตุ้นการส่งออก ซึ่งจะรวมถึงการปรับแผนงานและเครือข่ายทูตพาณิชย์ให้สามารถขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้อย่างเข้มแข็ง ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยุทธศาสตร์การส่งออกของประเทศจะต้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์การลงทุน และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรมแบบบูรณาการพร้อมกันนี้ กระทรวงพาณิชย์จะเร่งพัฒนาการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศใกล้เคียง (CLMV) ซึ่งประชาชนในประเทศเหล่านี้มีความนิยมในสินค้าของไทยมาก ดังจะเห็นจากมูลค่าทางการค้าชายแดนเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริมการค้าชายแดน ได้แก่ การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการเสริมศักยภาพให้กับผู้ประกอบการเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจของภูมิภาค (Regional Economic Corridor) ตลอดจนเร่งรัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าและส่งเสริมการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์จะฟื้นคืนความสำคัญของการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (Re-engaging with Trade Regime) เพื่อให้ประเทศไทยกลับมามีบทบาทในเวทีการค้าทั้งในระดับภูมิภาคและเวทีโลกโดยทบทวนและวางกรอบยุทธศาสตร์การเจรจาการค้าระหว่างประเทศใหม่ให้ชัดเจน ทั้งระดับทวิภาคี ภูมิภาคและพหุภาคี และใช้กลไกความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีอยู่กับคู่ค้าหลักที่สำคัญ ทั้งอาเซียน จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลดอุปสรรคในการส่งออกให้กับผู้ประกอบการในการส่งออก

ไปสู่ตลาดหลักในภูมิภาคและเวทีโลก และมีแนวทางในการขับเคลื่อนสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN One) โดยมองเห็นว่าอาเซียนเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่และสำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 26 ของมูลค่าการส่งออกของไทย ซึ่งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบจากการเป็น ศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ในภูมิภาคอาเซียนนอกจากนี้ การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะมีผลใช้บังคับอย่างเต็มที่ ในสิ้นปีพ.ศ. 2558 นี้รัฐบาลจึงมีนโยบายการส่งเสริมบทบาทและการใช้ โอกาสในประชาคมอาเซียน โดยครอบคลุมหลายด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการเชื่อมโยงทาง เศรษฐกิจ การค้า การลงทุนในภูมิภาคอาเซียนและขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อน บ้าน การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันได้ และการเชื่อมโยง ระบบโลจิสติกส์ภายในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์ซึ่งมีบทบาทหลักในด้านการค้าทั้ง ภายในประเทศและต่างประเทศจึงมียุทธศาสตร์สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในการเตรียมความพร้อมและสร้างความเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนกับอาเซียนให้แน่นแฟ้น มากยิ่งขึ้น โดยส่งเสริม การบูรณาการตลอดห่วงโซ่มูลค่า นับตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้บริโภค พร้อมขยายโอกาสทางการค้า ลด อุปสรรคด้านกฎระเบียบ และอำนวยความสะดวกทางการค้าแก่ผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดอาเซียน เช่น ลดขั้นตอนการที่ผู้ประกอบการไทยจะขอใช้สิทธิประโยชน์ในการส่งออกอาเซียนผ่านกรมการค้าต่างประเทศ การอำนวยความสะดวก การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของไทยในอาเซียนโดย ผ่านกรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์จะดำเนินยุทธศาสตร์โดยการใช้ โอกาสจากเวทีอาเซียนเป็นฐานสู่เวทีภูมิภาคและเวทีโลก ผ่านการรื้อฟื้นกลไกความสัมพันธ์และ บทบาทของประเทศไทยที่มีอยู่ในกรอบความตกลงฉบับต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความตกลง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (หรือ RCEP ซึ่งประกอบด้วยจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์) ตลอดจนกรอบความตกลงพหุภาคีในองค์การการค้าโลก (WTO) และสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการขับเคลื่อนคือ การบูรณาการเพื่อพัฒนาวางรากฐานระบบโลจิสติกส์ ระบบโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้บริโภค ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ในปัจจุบันที่การค้าและแข่งขันมีการเชื่อมโยงทั่วโลก ระบบโลจิสติกส์ถือเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญอย่างยิ่งในการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและการค้า (Trade and Production Network) ทั่วโลกเข้าด้วยกัน ซึ่งในห่วงโซ่มูลค่าของการผลิตสู่ตลาดนั้น ผลตอบแทน และมูลค่าเพิ่มจำนวนมากมักตกอยู่กับ

ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้อง เร่งพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัยสำหรับสินค้าและบริการเป้าหมาย เพื่อรักษาไว้ซึ่งมูลค่าเพิ่ม สำหรับผู้ผลิตและผู้ประกอบการไทย ตลอดจนลดการพึ่งพาระบบโลจิสติกส์ของต่างประเทศ ให้ สอดคล้องกับสินค้าและบริการส่งออกที่จะต้องแข่งขันในเวทีภูมิภาคและเวทีโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเวทีอาเซียนที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเชิงที่ตั้งซึ่งเป็นศูนย์กลางของอาเซียนอยู่แล้ว ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานต่างๆ จะต้องร่วมกันพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่ครบวงจร ตั้งแต่การ ออกแบบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ และคลังสินค้าเพื่อรักษาคุณภาพ เชื่อมโยงไปถึงการขนส่ง สินค้าเข้าสู่ตลาดถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยต้นทุนที่เหมาะสม โดยการพัฒนาบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัยจะต้องมีองค์ประกอบหลัก 3 ประการ คือ ด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware) ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ด้านซอฟต์แวร์ (Software) ได้แก่ ผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

และด้านโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecommerce Infrastructure) โดยการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ดังกล่าวจะต้องเชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนงานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่จะสนับสนุนให้ ระบบโลจิสติกส์สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีได้ และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการทบทวนและปรับปรุงกฎหมายการค้าให้ทันสมัยและการ บังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพตามลำดับความสำคัญและความจำเป็น รัฐบาลมีนโยบายในการ ปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจหรือไม่เอื้อต่อศักยภาพในการแข่งขันกับ ต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนนโยบายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์จะดำเนินการทบทวนและปรับปรุง กฎหมายการค้าให้ทันสมัย โดยเฉพาะกฎหมายที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงพาณิชย์ เช่น กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว กฎหมายแข่งขันทางการค้า กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายการตอบโต้การทุ่มตลาด กฎหมายค้าส่งค้าปลีก เป็นต้น โดยมีเป้าหมายหลักเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า สร้างความชัดเจน

และความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนในการเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย และ ป้องกันการผูกขาดและการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อธุรกิจรายย่อย นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังจะช่วย ผลักดันการทบทวนและปรับปรุงกฎหมายการค้าที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานอื่นๆ ให้มีความ ทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของการค้ายุคใหม่

3.3.3 ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรมปี 2555 – 2558 (ฉบับปรับปรุงสำหรับจัดทำคำของบประมาณ พ.ศ. 2558) พบว่า แผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้ได้ สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดแผนการดำเนินงานที่นำทางให้หน่วยงานภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมได้ยึดถือ ปฏิบัติตามภารกิจ และเป้าหมายร่วม เพื่อให้สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของรัฐบาลและ ประเทศ

โดยแผนยุทธศาสตร์ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมเชิง การตลาด จะอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อหลุดพ้นจากประเทศรายได้ปานกลาง (Growth & Competitiveness) ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมเชิงการตลาดคือ ประเด็นหลักการเชื่อมโยงเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยมีแนวทางการ ดำเนินการคือ การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้า บริการ และการลงทุน เพื่อ เชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน

3.3.4 ข้อมูลจากเอกสารแผนยุทธศาสตร์ประจำปี 2556 – 2559 ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งหมด 4 ประเด็น คือ การเสริมสร้าง องค์ความรู้ การเพิ่มสมรรถนะและการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขยายโอกาสและ สร้างตลาดทางการค้า ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม เชิงการตลาดของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ คือ การขยายตลาดและสร้างโอกาสทางการค้างานศิลปหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้เข้าสู่ตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และผู้ประกอบการมีเครือข่ายการค้าที่ต่อเนื่องพร้อมทั้ง ส่งเสริมการรับรู้และ ยอมรับคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยโดยมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมเชิงการตลาด ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ อาทิเช่น

โครงการแสดงสินค้าในและต่างประเทศ และส่งเสริมการค้าร่วมกับหน่วยงานอื่น โครงการงานแสดงสินค้าในประเทศ โครงการงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โครงการเผยแพร่คุณค่างานหัตถกรรมไทย รวมทั้งโครงการ Lux by SACICT (Joint Promotion with Museum/Gallery)

จากผลการศึกษาที่กล่าวมาทั้งหมดนี้พบว่า การนำแนวนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมมาใช้ในการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในมิติด้านโอกาสทั้ง 3 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นมิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มิติด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรม ร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย และมิติด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด สามารถทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมทั้งจากประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ

## บทที่ 4

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงแนวทางการบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับสากล ด้วยนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยการรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวนโยบาย แนวคิด แผนยุทธศาสตร์ รวมถึงกลไกต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

#### 4.1 สรุปผลการศึกษา

พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทิศทางการบริหารผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สรุปได้ใน 3 ด้านหลัก ดังนี้

1) ด้านการผลิต : ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพมีความเป็นเอกลักษณ์ ทั้งในด้านรูปแบบ การใช้วัสดุ และความประณีต แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดด้านการผลิตเนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานนั้นเกิดจากฝีมือของผู้ผลิตที่เป็นไปตามช่วงเวลาการผลิตที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลของเกษตรกรรม (ฤดูการทำนา) เนื่องจากเป็นงานที่ทำเป็นอาชีพเสริมจากอาชีพหลักซึ่งส่วนใหญ่ประชากรศิลปาชีพประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้นเมื่อถึงฤดูการประกอบอาชีพเกษตรกรรมจึงต้องให้ความสำคัญกับอาชีพหลักนั้น การผลิตจึงลดน้อยลง หรือขาดช่วงไม่ต่อเนื่อง หรือคุณภาพงานไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการออกแบบชิ้นงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่ขยายตัวกว้างและมีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น

2) กฎเกณฑ์ และนโยบาย : การดำเนินงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงซึ่งได้แก่ กองศิลปาชีพ ยังคงต้องดำเนินการอยู่บนพื้นฐานพระราชนโยบายในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ การดูแลรับผิดชอบการดำเนินงานโครงการส่งเสริมศิลปาชีพที่กระจายอยู่ในทุกพื้นที่ในประเทศไทยจำเป็นต้องมีหน่วยงานอื่นๆเข้ามาสนับสนุน อาทิ หน่วยงานกองทัพ และด้วยการปฏิบัติที่ขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจของบุคลากรกองทัพในแต่ละพื้นที่ และรวมถึงการปฏิบัติที่ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ กฎระเบียบ และนโยบายของหน่วยงาน จึงอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานโครงการศิลปาชีพในแต่ละพื้นที่ที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน หรืออาจส่งผลกระทบต่อวิถีการปฏิบัติของสมาชิกศิลปาชีพในแต่ละพื้นที่ได้

3) พฤติกรรมของลูกค้า : ผู้บริโภคสินค้าหัตถกรรมเริ่มเปลี่ยนจากการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานเป็นจำนวนมากและมีรูปแบบเดียวเหมือนกัน เริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมมาให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่น มีความเป็นธรรมชาติ มีที่มาจากวิถีดั้งเดิมของท้องถิ่นมากขึ้น แต่ปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้า

สิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นั้นเนื่องมาจาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่สามารถแยกแยะได้ว่า ผลิตภัณฑ์ใดที่เป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ หรือผลิตภัณฑ์ใดเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมทั่วไป ผู้บริโภคจึงอาจยังมองไม่เห็นคุณค่าที่แท้จริงที่ซ่อนอยู่ภายใต้ชิ้นงานแต่ละชิ้นของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ และมักใช้การเปรียบเทียบด้านราคามาเป็นปัจจัยกำหนดการซื้อ

#### 4.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์มิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

จากข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในครั้ง นี้ พบว่า การดำเนินการภายใต้ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมทั้งจากประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการจัดกิจกรรมและโครงการตาม แผนนโยบาย หรือแผนยุทธศาสตร์ต่างๆอาทิเช่น

- 1) การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเสื้อผ้า อัญมณี และเครื่องประดับ ภายใต้โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น
- 2) การเพิ่มขีดความสามารถให้ SME และ OTOP สู่สากล
- 3) การพัฒนาการสร้าง Brand ประเทศไทย เป็น Modern Thailand
- 4) โครงการหอนิทรรศการศิลปหัตถกรรม
- 5) โครงการกิจกรรมเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และการส่งเสริมความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย
- 6) โครงการงานแสดงสินค้าในประเทศ
- 7) โครงการงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- 8) โครงการเผยแพร่คุณค่างานหัตถกรรมไทย

เกือบทุกกิจกรรมและโครงการล้วนแล้วแต่มีการใช้นโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรม เข้ามาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงาน อาจกล่าวได้ว่า เกือบทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีการใช้กลยุทธ์ การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยให้ความสำคัญว่า จะทำอย่างไรถึงจะทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล

#### 4.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์มิติด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย

จากข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในครั้ง นี้ พบว่า การดำเนินการภายใต้ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ประเทศไทยเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ ความรู้กับประเทศอื่นในด้านต่างๆโดยเฉพาะในด้านของภูมิปัญญา และมรดกทางวัฒนธรรมของไทย ที่ปัจจุบันนี้เป็นที่ประจักษ์และทรงคุณค่าต่อสายตาของนานาประเทศทั่วโลก จะเห็นได้จากการจัด โครงการต่างๆอาทิเช่น

- 1) โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้การผลิตงานศิลปหัตถกรรมระหว่างประเทศ
- 2) โครงการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ
- 3) โครงการ Innovative Craft Showcase
- 4) โครงการ สร้างเครือข่ายและเพิ่มศักยภาพการค้าด้วย “คุณค่าหัตถกรรมอาเซียน” (ASEAN Crafts Values Creation)
- 5) โครงการการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จะเห็นได้ว่าโครงการต่างๆที่เกิดขึ้น ล้วนแล้วแต่เป็นการสนับสนุนนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการพาณิชย์เท่านั้น แต่เป็นการนำเอาซึ่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของประเทศมาเป็นเครื่องมือในการสร้างสัมพันธ์อันดีต่อกันนานาประเทศโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันละกัน

#### 4.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์มิติด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในครั้งนี พบว่า ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการส่งออก การขยายตลาดสินค้า เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างตลาดเพื่อการส่งออกสินค้าศิลปหัตถกรรมซึ่งทุกภาคส่วนก็ได้ให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ได้มอบนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมเชิงการตลาดให้กับสินค้า ผลิตภัณฑ์ ผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ไว้ให้หน่วยงานในสังกัดได้ ดำเนินกิจกรรมโครงการต่างๆในการสนับสนุนและส่งเสริม อาทิเช่น

- 1) การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ AEC การพัฒนาฝีมือแรงงาน และการแสวงหาตลาดใหม่ให้กับผู้ประกอบการ
- 2) การพัฒนาอุตสาหกรรม OTOP ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการสร้างมาตรฐานสินค้าเพื่อเพิ่มการส่งออก
- 3) การส่งเสริมการลงทุนใหม่จากต่างประเทศ ส่งเสริมการลงทุนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

และอีกหนึ่งหน่วยงานที่มีความสำคัญโดยตรงในการส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเชิงการตลาดให้กับสินค้า ผลิตภัณฑ์ ผลงานของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นั่นคือ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการขยายโอกาสและสร้างตลาดทางการค้า โดยผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรมได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้เข้าสู่ตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และผู้ประกอบการมีเครือข่ายการค้าที่ต่อเนื่องพร้อมทั้งส่งเสริมการรับรู้และยอมรับคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยโดยมีการจัดโครงการต่างๆเพื่อเป็นการส่งเสริมเชิงการตลาดของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ อาทิเช่น

- 1) โครงการแสดงสินค้าในประเทศและต่างประเทศ
- 2) โครงการส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
- 3) โครงการเผยแพร่คุณค่างานหัตถกรรมไทยในต่างประเทศ



- 4) โครงการศิลปะรวมใจ "อัตลักษณ์แห่งสยาม"
- 5) โครงการฝ้ายทอใจ
- 6) งานนวัตกรรมศิลป์ไทย เทิดไท้องค์ราชินี
- 7) โครงการพัฒนาสิ่งทอศิลปะเพื่อส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ
- 8) โครงการจัดแสดงสินค้า Maison et Objet
- 9) โครงการร่วมจัดแสดงผลิตภัณฑ์ร่วมกับ Museum/Gallery ในต่างประเทศ)
- 10) โครงการจัดแสดงสินค้านวัตกรรมศิลปนานาชาติ
- 11) โครงการจัด ASEAN Pavilion ภายใต้กิจกรรมเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ
- 12) โครงการพัฒนาเครือข่ายการค้าตลาดในประเทศ
- 13) โครงการพัฒนาเครือข่ายการค้าตลาดต่างประเทศ

ซึ่งนับได้ว่าความพยายามในการส่งเสริมเชิงการตลาดให้ สินค้า ผลิตภัณฑ์ และผลงานโครงการส่งเสริมศิลปะ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นที่รู้จักและยอมรับของประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง นับเป็นความสำเร็จของการบริหารโครงการภายใต้ข้อจำกัดต่างๆที่มีอยู่

## 4.2 ข้อเสนอแนะ

### 4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.2.1.1 ข้อเสนอแนะในการสร้างความตระหนักในเรื่องค่านิยม ความนิยมในความเป็นไทย สังคมท่ามกลางความหลากหลายของวัฒนธรรมต่างชาติที่ทำให้ค่านิยมในสังคมไทยเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเลือกบริโภคสินค้าต่างๆก็เกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น จึงควรมียุทธศาสตร์ในการส่งเสริม สนับสนุน สร้างความตระหนักให้กับคนในชาติ ให้มีค่านิยมที่ดีต่อความเป็นไทย ได้แก่ ความเป็นไทย นิยมความเป็นไทย ใช้สินค้าไทย อนุรักษ์และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้น จึงควรจัดทำนโยบายด้านการบริโภคสินค้าไทยที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม ให้เกิดกระบวนการปลูกฝังค่านิยมความนิยมในความเป็นไทยในทุกกระบวนการศึกษา เพราะเมื่อคนไทยในชาติมีค่านิยม ความนิยมในความเป็นไทยที่แข็งแรงแล้ว ก็ไม่ใช่เรื่องยากที่คนไทยทุกคนจะนำเอาแนวคิดการทูตเชิงวัฒนธรรมไปใช้ในประเทศต่างๆที่ตนเองได้เดินทางไป

4.2.1.2 มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ และการให้ความรู้ ความเข้าใจ ในตัวของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปะฯ ให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยการใช้กลยุทธ์ผ่านช่องทางด้านการจัดงานแสดงผลิตภัณฑ์หรือ นิทรรศการร่วมกับหน่วยงานต่างๆรวมถึงหน่วยงานเป็นผู้จัดงานขึ้นเอง เพื่อให้ผู้บริโภค และสาธารณชนได้มีโอกาสในการเยี่ยมชม ชิมซัปรื่องราวพระมหากษัตริย์คุณในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่สร้างคนให้มีความสามารถสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยทักษะฝีมือ ช่วยให้เกิดการรับรู้ถึงเอกลักษณ์ที่มีความเฉพาะของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปะ และมีความรู้สู่ผู้บริโภค (Consumer Engagement) ในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น

4.2.1.3 งานศิลปะโครงการส่งเสริมศิลปะฯ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ ทั้งในด้าน

รูปแบบและลวดลายที่ปราณีต การสร้างสรรค์ผลงาน โดยมากมักเป็นการสืบทอดความรู้จากภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น จึงเกิดเป็นทักษะและความสามารถเฉพาะตัวที่ลอกเลียนแบบได้ยาก และด้วยในปัจจุบันผู้บริโภคจึงเริ่มที่จะให้ความสนใจในตัวสินค้าที่แสดงออกหรือมีความเชื่อมโยงกับเชื้อชาติวัฒนธรรม หรือเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากฝีมือโดยแท้จากฝีมือชาวบ้านหรือชุมชนเริ่มเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศเริ่มให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น ด้วยเห็นถึงความสำคัญในการนำรายได้กลับไปช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ มีองค์ประกอบเหล่านี้้อยู่อย่างครบถ้วน ดังนั้นในภาวะที่ผู้คนทั้งในประเทศและผู้บริโภคต่างชาติเริ่มเห็นถึงความสำคัญในเรื่องของการผลิตสินค้าที่สามารถแสดงออกถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมเช่นนี้แล้ว ในการสร้างสรรค์ตัวผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างเรื่องราวความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ ถิ่นกำเนิดและอัตลักษณ์ของผลงาน ทั้งตัวของผู้ผลิตผลงานนั้น พระราชชนนีสมเด็จฯ พระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงคิดสร้างสรรค์ให้เกิดผลงานนั้นๆ และกระบวนการผลิตที่มีความน่าสนใจ มีความประณีตละเอียดอ่อนซับซ้อน ประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เช่น การทำชิ้นงานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานย่านลิเภา จักสานไม้ไผ่ลายขีด การเขียนลายที่ละเอียดบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น ซึ่งลักษณะการนำเสนอเรื่องราวของผลิตภัณฑ์เช่นนี้เป็นตัวอย่างที่ดี ที่ทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความตระหนักและเล็งเห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือคน เป็นการสร้างความพิเศษและแตกต่าง รวมทั้งสามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ให้เป็นที่รับรู้ของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และพร้อมที่จะจ่ายเงินที่มากกว่า

4.2.1.4 ข้อเสนอแนะในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินการตามนโยบายการทูตเชิงวัฒนธรรมในระดับหน่วยงาน กล่าวคือ งานหัตถกรรมมีลักษณะเป็นสินค้าเฉพาะตัว ตามแฟชั่นและรสนิยมของลูกค้า ดังนั้นพลวัตของสินค้าจึงมีสูงมากทั้งในด้านรูปแบบของสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภค ลูกค้าชาวต่างชาติที่ไม่เคยมีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยดีพอ อาจจะไม่สนใจสินค้าศิลปหัตถกรรมของไทย และหันไปซื้อสินค้าที่มีวิธีการใช้ที่ง่าย และมีความเข้าใจรสนิยมของผู้ซื้อเป็นอย่างดี ปัจจุบัน ยังคงมีผู้บริโภคจำนวนมากในโลกที่ยังไม่สามารถแยกแยะ อัตลักษณ์ความเป็นไทยได้ชัดเจน ไม่เข้าใจตัวตนผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคเหล่านี้อาจยังไม่มีความคุ้นเคย หรือยังไม่มีความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมของไทยที่ดีเพียงพอ การทูตเชิงวัฒนธรรมในระดับหน่วยงาน จึงมีบทบาทและมีความสำคัญในการเป็นกลไกขับเคลื่อนด้านการประชาสัมพันธ์ประเทศ การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ และสร้างการรับรู้เรื่องราวพระราชกรณียกิจทรงงาน และพระมหากรุณาธิคุณ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในการส่งเสริมโครงการศิลปาชีพ ความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ ถิ่นกำเนิดและอัตลักษณ์ของผลงานที่สร้างสรรค์ด้วยทักษะฝีมือของคน ให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคอื่นๆ ในโลกสามารถเข้าถึง และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของไทยได้ และพร้อมที่จะบริโภคสินค้าศิลปหัตถกรรมของไทย โดยกำหนดแนวทางเชิงนโยบายต่อผู้ทำหน้าที่การทูตเชิงวัฒนธรรมในระดับหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1) ส่งเสริมให้ผู้ดำรงตำแหน่ง ในหน่วยงานระดับสถานเอกอัครราชทูต หรือสถานกงสุลใหญ่ ประจำต่างประเทศ ศึกษาและเข้าใจกิจกรรมโครงการในพระราชดำริของสถาบันพระมหากษัตริย์ไทยทุกพระองค์อย่างถ่องแท้ ชัดเจน โดยเฉพาะโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ใน

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ซึ่งก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ชาวไทย

2) ให้มีมุมจัดแสดงผลภัณฑ์ศิลปาชีพ พร้อมข้อมูล เรื่องราวพระราชกรณียกิจการทำงาน และพระมหากรุณาธิคุณ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในการส่งเสริมโครงการศิลปาชีพ ความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ ถิ่นกำเนิดและอัตลักษณ์ อันเป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ ในสถานเอกอัครราชทูต หรือสถานกงสุลใหญ่ ประจำต่างประเทศทุกแห่ง เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์โครงการศิลปาชีพฯ สู่นายตาชาวต่างชาติในประเทศนั้นๆ ได้จดจำภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ

3) การจัดกิจกรรมเทิดพระเกียรติสถาบันพระมหากษัตริย์ไทยในวาระโอกาสใด ให้มีกิจกรรมการเผยแพร่ หรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการศิลปาชีพฯ ในวาระโอกาสนั้นๆ ในทุกคราว และดำเนินการเป็นกิจกรรมที่ทำอย่างต่อเนื่อง

4) ผู้ดำรงตำแหน่ง ในหน่วยงานระดับสถานเอกอัครราชทูต หรือสถานกงสุลใหญ่ ประจำต่างประเทศ และคู่สมรส ในฐานะเป็นตัวแทนของประเทศไทย เป็นแบบอย่างในการใช้ผลิตภัณฑ์โครงการศิลปาชีพฯ เฉกเช่น สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเป็นแบบอย่างในการใช้ผลิตภัณฑ์โครงการศิลปาชีพฯ ทุกครั้งที่เสด็จเยือนต่างประเทศ เพื่อเป็นการเผยแพร่คุณค่างานศิลปาชีพของพระองค์สู่นายตาชาวต่างชาติ

4.2.1.5 กำหนดเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลที่กำหนดให้ทุกหน่วยงานระดับกระทรวง ส่งเสริมและสนับสนุนโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ตามภารกิจที่เกี่ยวข้องของแต่ละกระทรวงหรือหน่วยงานในสังกัดกระทรวง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างแท้จริง โดยให้กำหนดเป็นโครงการหรือกิจกรรมส่วนหนึ่งของหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องของในแต่ละกระทรวงนั้นๆ ประกอบการเสนอของบประมาณประจำปี อาทิเช่น

- 1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- 2) กรมส่งเสริมการเกษตร , กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรฯ
- 3) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ , กรมการค้าภายใน , ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- 4) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 5) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 6) กระทรวงแรงงานและพัฒนาสังคม
- 7) กระทรวงวัฒนธรรม

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการบูรณาการเพื่อการส่งเสริม และสนับสนุนในพระราชกรณียกิจด้านการส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่คนไทยทั่วทุกภูมิภาคตามพระราชดำริในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ผ่านโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ทั้งในประเทศ และในระดับสากล

4.2.1.6 ข้อเสนอแนะในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทักษะผู้ผลิตงานศิลปาชีพในทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านการพัฒนาทักษะฝีมือช่างเพื่อให้การสร้างสรรคงานให้มีคุณภาพที่ดี

การพัฒนาองค์ความรู้ให้ผู้ผลิตงานศิลปาชีพจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและตลาด เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานที่โดดเด่น โดยที่ผู้ซื้อยินดีที่จะซื้อ จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานจากเดิมที่ดำเนินการเพื่อให้มีการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างเดียวก็น่าจะต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นการนำเรื่องราวของวิถีชีวิต เอกลักษณ์ที่แสดงถึงเรื่องราวของผลิตภัณฑ์สอดแทรกเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นการปรับเปลี่ยนไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ทั้งนี้ด้วยกระแสการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคเริ่มมีการเปลี่ยนกลับมาสู่งานหัตถกรรมที่สร้างสรรค์โดยมือคน และความมีรูปแบบเฉพาะที่ไม่ซ้ำ แต่เดิมในผู้บริโภคมักนิยมสินค้าที่ผลิตอย่างมีมาตรฐานที่ผลิตโดยเครื่องจักร หรือการผลิตในเชิงอุตสาหกรรม (Mass Production) แต่ในปัจจุบัน ผู้บริโภคทั้งในประเทศแต่ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับความมีเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำแบบ และผลิตโดยฝีมือมนุษย์ นำมาซึ่งการให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของงานฝีมือมากขึ้น จึงส่งผลดีในด้านการก่อให้เกิดโอกาสสำหรับสินค้าที่แสดงถึงงานฝีมือและหัตถกรรมไทย ซึ่งมีชื่อเสียงในด้านการมีเอกลักษณ์ ความโดดเด่นเฉพาะตัว รวมถึงมีความละเอียดประณีต และสวยงามอยู่แล้ว ดังนั้น กระแสการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคดังกล่าวจึงนับได้ว่าเป็นโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ที่มีองค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ และฝีมือเป็นสำคัญ มีโอกาสที่จะในการขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับงานหัตถกรรมยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานจากภาครัฐบาล ซึ่งให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบมากขึ้นทั้งในด้านการต่อยอดการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด และความรู้อื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและมีการผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การเติบโตของการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้งานหัตถกรรมมีโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในลักษณะของสินค้าที่ระลึกได้มากขึ้น

#### 4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

แนวทางที่อาจเป็นทางเลือกของการนำไปสู่การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สู่สากล ในการดำเนินงานในช่วงต่อไปในระยะ 2-3 ปี ข้างหน้าของโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งในมิติด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย และด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด ดังนี้

4.2.2.1 ด้านการเผยแพร่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

1) สร้างเรื่องราวความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ ถิ่นกำเนิดและอัตลักษณ์ของผลงาน ทั้งตัวของผู้ผลิตผลงานนั้น พระราชนโยบายสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงคิดสร้างสรรค์ให้เกิดผลงานนั้นๆและกระบวนการผลิตที่มีความน่าสนใจ มีความปราณีตละเอียดอ่อนซับซ้อน ประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่รับรู้ที่ทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความตระหนักและเล็งเห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือคน เป็นการสร้างความพิเศษและแตกต่าง รวมทั้งสามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ให้เป็นที่รับรู้ของผู้บริโภค

2) การเข้าร่วมงานแสดงผลภัณฑ์ หรือ นิทรรศการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ รวมถึงหน่วยงานเป็นผู้จัดงานขึ้นเอง เพื่อให้ผู้บริโภค และสาธารณชนได้มีโอกาสในการเยี่ยมชม ชิมซัปรื่องราวพระมหากษัตริย์ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่สร้างคนให้มีความสามารถสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยทักษะฝีมือ ช่วยให้เกิดการรับรู้ถึงเอกลักษณ์ที่มีความเฉพาะของผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปะ และมีความรู้สึกผูกพัน (Consumer Engagement) ในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น

3) ให้กลไกของการทูตเชิงวัฒนธรรมในระดับหน่วยงาน ทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ และสร้างการรับรู้เรื่องราวพระราชกรณียกิจ การทรงงาน และพระมหากษัตริย์ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในการส่งเสริมโครงการศิลปะ ความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ ถิ่นกำเนิดและอัตลักษณ์ของผลงานที่สร้างสรรค์ด้วยทักษะฝีมือของคน ให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคอื่นๆ ในโลกสามารถเข้าถึง และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของไทยได้ และพร้อมที่จะบริโภคสินค้าศิลปหัตถกรรมของไทย

4.2.2.2 ด้านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีวัฒนธรรมร่วมกับไทย

1) การจัดการศึกษาดูงานโดยการนำช่างฝีมือ หรือครูช่างผู้อยู่ในกระบวนการสร้างสรรค์งานศิลปะในโครงการส่งเสริมศิลปะไปศึกษาดูงานในต่างประเทศที่มีวัฒนธรรม และลักษณะงานหัตถกรรมที่มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้ช่างฝีมือ หรือครูช่าง และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ได้มีโอกาสเรียนรู้ถึงแนวทางในการสร้างสรรค์งาน และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคนิค และรูปแบบงานหัตถกรรมในต่างประเทศ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคงานผ้าปักระหว่างไทย และเวียดนาม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคงานผ้าย้อมสีครามธรรมชาติระหว่างไทย ลาว พม่า ญี่ปุ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการสร้างสรรค์รูปแบบงานเครื่องปั้นดินเผา ระหว่างไทย ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการสร้างสรรค์รูปแบบงานเครื่องจักสานระหว่างไทย มาเลเซีย ญี่ปุ่น เป็นต้น

การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคนิคในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมร่วมกับประเทศที่มีลักษณะงานหัตถกรรมที่คล้ายคลึงกันจะก่อให้เกิดความเข้าใจด้านวัฒนธรรม การเรียนรู้ทั้งด้านการออกแบบ ทักษะฝีมือการผลิต เกิดความคิดสร้างสรรค์และมุมมองใหม่ๆ ช่างฝีมือ หรือครูช่าง หรือผู้เกี่ยวข้อง สามารถนำความรู้จากสิ่งที่ได้พบเห็นกลับมาปรับปรุงประยุกต์ใช้ในการผลิตให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงเทคนิค หรือรูปแบบใหม่ๆ ได้

2) การจัดกิจกรรมช่างศิลปะ และครูช่างศิลปะสัญจร โดยนำบรรดาช่างศิลปะ และครูช่างศิลปะ และผู้เกี่ยวข้อง จากพื้นที่หนึ่งไปศึกษาแลกเปลี่ยนทัศนคติ และเรียนรู้เทคนิคงานร่วมกับอีกพื้นที่หนึ่ง เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนทัศนคติที่ติระหว่างผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ และเรียนรู้เทคนิคระหว่างผู้ผลิตในแต่ละท้องถิ่นระหว่างกันด้วย

3) การเชิญช่างฝีมือจากต่างประเทศที่มีลักษณะงานหัตถกรรมที่มีความใกล้เคียง หรือคล้ายคลึงกันมาร่วมแลกเปลี่ยนกับช่างฝีมือในโครงการส่งเสริมศิลปะในพื้นที่

ปฏิบัติงาน หรือพื้นที่ผลิตงานศิลปาชีพ เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรม สร้างโอกาสในการที่จะสร้างความร่วมมือร่วมกันกับประเทศต่างๆในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกัน

#### 4.2.2.3 ด้านการส่งเสริมเชิงการตลาด

1) การจัดแบ่ง หรือจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ที่ต้องการนำมาทำการส่งเสริมทางการตลาดให้ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการวางแผนด้านการพัฒนาคุณภาพการผลิต การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาทักษะช่างฝีมือผู้ผลิต ตลาดจนเพื่อให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อตามลักษณะของการใช้งาน (Functionality) ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ง่าย ตัวอย่างเช่น

(1) การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพประเภท ที่เหมาะกับการวางโชว์ และหรือการสะสมมีเพียงชิ้นเดียว หรือน้อยชิ้น เป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเอก (Master Piece) ที่มีความวิจิตรประณีต และสง่างามแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นศิลปาชีพเป็นพิเศษ

(2) การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพในประเภทที่สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป

(3) การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพที่เหมาะสมกับการใช้งานระดับหน่วยงานต่างๆเช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นของขวัญ หรือของที่ระลึกประจำปีสำหรับหน่วยงาน องค์กรต่างๆทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน การท่องเที่ยว และภาคเอกชน ต่างๆโดยเน้นจุดขายของการเป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพที่ทำด้วยฝีมือ มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความประณีตและเป็นการช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้กลับคืนให้กับช่างฝีมือและสมาชิกศิลปาชีพ

2) การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพจากเดิมที่ จำหน่ายเฉพาะสินค้าอย่างเดียว ต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบัน โดยการสร้างเรื่องราวที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น หรือความเป็นมาของผลิตภัณฑ์อันเกิดจากแนวพระราชดำรินในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ซื้อให้เห็นคุณค่าที่ซ่อนอยู่ภายใต้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆเพิ่มเติมมากขึ้น เช่น ผ้าปักขาวเขาที่สร้างสรรค์ด้วยฝีมือโดยแท้แต่มีความวิจิตรเสมือนเกิดจากการสร้างสรรค์ด้วยเครื่องมือเครื่องจักร หรืองานจักสานย่านลิเภาที่มีความละเอียดประณีตอันเกิดจากฝีมือและความอุตสาหะของผู้ผลิต เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการสื่อสารให้ผู้ซื้อเห็นถึงคุณค่าในผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ สร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น

3) กำหนดหรือคัดเลือกกลุ่มสมาชิกศิลปาชีพ หรือพื้นที่ที่มีสมาชิกศิลปาชีพ ที่มีทักษะฝีมือดีมากในประเภทงานต่างๆในทุกภูมิภาค เพื่อให้เป็นกลุ่มที่รองรับการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ โดยใช้แนวทางการร่วมพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพรูปแบบใหม่ๆร่วมกับนักออกแบบที่มีชื่อเสียง หรือหน่วยงานภายนอกที่มีความรู้ ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในเรื่องการออกแบบและพัฒนาารูปแบบสินค้ามืออาชีพ

4) มุ่งเน้นการสื่อสาร และการให้ความรู้ในเรื่องของงานศิลปาชีพในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ผ่านช่องทางต่างๆเพื่อให้เป็นที่จดจำ รับรู้ แก่ผู้บริโภค และสามารถแยกแยะความเป็นผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพได้อย่างชัดเจน

รวมทั้งจะมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคมองเห็นถึงความเข้าใจถึงคุณค่าของงานศิลปาชีพได้ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางการสื่อสารที่สื่อออกไปนั้น จะต้องแสดงออกถึงแก่นของเอกลักษณ์ และพระมหากรุณาธิคุณสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่สะท้อนผ่านงานศิลปาชีพ ช่องทางในการสื่อสาร เช่น

(1) โทรทัศน์ / วิทยุ  
 (2) การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรต่างๆ เช่น ในหนังสือแนะนำสินค้าของ King Power หรือหนังสือ Sawasdee บนเครื่องบินไทย นิตยสาร หรือวารสารของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล เอกชน องค์กรมหาชน รัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

(3) เว็บไซต์ขององค์กร (มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ) เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถดำเนินการได้โดยเร็ว และสะดวกในการเผยแพร่ และค้นหาข้อมูล

5) การจัดทำมีหน้าร้าน หรือร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพที่ขยายไปในวงกว้างมากขึ้น ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นนอกจากจะเป็นจุดสำหรับการสั่งการซื้อสินค้าของผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นเสมือนหน้าต่างขององค์กรที่สำคัญที่สะท้อนความเป็นตัวตนขององค์กร และสิ่งที่จะต้องนำเสนอต่อผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และยังเป็นจุดที่เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างผู้บริโภค และองค์กรมากยิ่งขึ้น โดยร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการศิลปาชีพนั้นจะต้องมีที่ตั้งที่มีความสะดวกและง่ายในการเข้าถึงของผู้ซื้อ ต้องจัดรูปแบบการนำเสนอสินค้าแต่ละแบบได้อย่างชัดเจนเพื่อดึงดูดความสนใจและเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด ต้องสื่อสารเรื่องราวของตัวองค์กร ตัวผลิตภัณฑ์ เรื่องราวที่มา ลักษณะการใช้งาน หรือประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวข้องให้ได้ครบถ้วน ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการจดจำ และการยอมรับผลิตภัณฑ์ในโครงการศิลปาชีพเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้อาจใช้วิธีการสื่อสารรูปแบบการใช้สอยของผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ โดยการนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ แสดงการใช้ประโยชน์จริง เช่น การนำ ผลิตภัณฑ์เซรามิกไปใช้เป็นภาชนะเพื่อการตกแต่ง ปลูกต้นไม้ จัดวางดอกไม้เป็นเครื่องประดับตกแต่ง การใช้ผ้าปักชาวเขาจัดตกแต่งเป็นผ้าคลุมโต๊ะ เป็นต้น

6) สำหรับการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ในตลาดสากลนั้น ด้วยข้อจำกัดในแนวนโยบายขององค์กรที่ยังมีได้มุ่งเน้นการทำตลาดอย่างสมบูรณ์ ดังนั้นการก้าวสู่การตลาดต่างประเทศจึงยังคงมีความจำเป็นต้องร่วมมือ หรือได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เป็นกลไกขับเคลื่อน โดยแนวทางการขับเคลื่อนเข้าสู่พื้นที่ของตลาดต่างประเทศนั้นอาจต้องดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเริ่มจากสร้างการรับรู้ในหมู่ชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง เช่น การเข้าร่วมงานแสดงผลภัณฑ์ หรืองานนิทรรศการในระดับนานาชาติ การคัดเลือกผลงานที่มีความพิเศษที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความโดดเด่น นำมาจัดแสดง (Showcase) ในสถานที่สำคัญๆ ในตลาดต่างประเทศ เช่น สนามบิน พิพิธภัณฑ์ ศูนย์แสดงงานศิลปะ ห้างสรรพสินค้า พร้อมนำเสนอเรื่องราวที่สะท้อนถึงความพิเศษของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อสร้างการรับรู้ได้มากขึ้น โดยหน่วยงานต่างๆ ที่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนการตลาดผลิตภัณฑ์โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ในต่างประเทศ เช่น

(1) สถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศทุกประเทศ ดำเนินการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ และสร้างการรับรู้เรื่องราวพระราชกรณียกิจการทำงาน และพระมหากรุณาธิคุณ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในการส่งเสริมโครงการศิลปาชีพ ความเป็นมา

ของตัวผลิตภัณฑ์ ถิ่นกำเนิดและอัตลักษณ์ของผลงานที่สร้างสรรค์ด้วยทักษะฝีมือของคน ให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคอื่นๆ ในโลกสามารถเข้าถึง และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของไทยได้ และพร้อมที่จะบริโภคสินค้าศิลปหัตถกรรมของไทย เช่น การจัดแสดงผลภัณฑ์ศิลปาชีพพร้อมนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพระราชพระราชกรณียกิจทรงงาน ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในสถานเอกอัครราชทูตไทยทุกแห่งในทุกประเทศ หรือจัดแสดงผลภัณฑ์ศิลปาชีพในสถานที่สำคัญๆ ในต่างประเทศ

(2) กระทรวงพาณิชย์ มีสำนักงานการค้าต่างประเทศในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ดำเนินการขอความร่วมมือกับพิพิธภัณฑ์ หรือศูนย์แสดงงานศิลปะ หรือหัตถกรรมในต่างประเทศ ในการนำผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพไปร่วมจัดแสดงในลักษณะการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม หรือการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายการพาณิชย์ที่มีอยู่ทั่วโลก ในการนำผลิตภัณฑ์ในโครงการศิลปาชีพไปวางตามสถานที่สำคัญๆ ในแต่ละประเทศ โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสสัมผัส และเรียนรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

(3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินการขอความร่วมมือหรือประสานงานกับหน่วยงานท่องเที่ยวในต่างประเทศ จัดโปรแกรมการช้อปปิ้งผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ ณ จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในที่ต่างๆ

(4) ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะที่เป็นหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดแก่ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ ในโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ จึงต้องทำหน้าที่หลักเป็นพิเศษในการดำเนินการนำผลิตภัณฑ์ในโครงการศิลปาชีพไปร่วมงานแสดงผลภัณฑ์ หรืองานนิทรรศการในระดับนานาชาติและต่อยอดขยายผลให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพได้ในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังต้องทำการสื่อสารเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์โครงการศิลปาชีพเพื่อสร้างการรับรู้ในหมู่ชาวต่างชาติได้อย่างชัดเจนด้วย

ผู้จัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ เชื่อว่าการดำเนินงานส่งเสริมและสนับสนุนโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นั้น กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ ไม่อาจดำเนินการทั้งหมดได้เพียงลำพัง จากแนวทางข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะในการดำเนินการที่กล่าวมาในข้างต้นนี้ นอกจากหน่วยงานต่างๆ จะต้องมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ตามภารกิจที่เกี่ยวข้องของแต่ละหน่วยงานแล้ว กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ ในฐานะที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการการดำเนินงานโครงการฯ โดยตรง จำเป็นต้องปรับบทบาทและพัฒนาศักยภาพ ยกระดับระบบการทำงานของหน่วยงานตนเองอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในกระบวนการทำงานในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก การพัฒนาศักยภาพบุคลากรของหน่วยงานซึ่งความสามารถของบุคลากรนั้นถือเป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ บทบาทของกองศิลปาชีพ ยังต้องทำหน้าที่ที่มุ่งเน้นการประสานงานและสร้างความสัมพันธ์กับทุกหน่วยงานแบบการเข้าถึงเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ให้เข้ามาร่วมดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุน



โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้อย่างแท้จริงและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย ทั้งประโยชน์โดยตรงแก่โครงการส่งเสริมศิลปาชีพฯ ซึ่งจะส่งผลไปถึงสมาชิกศิลปาชีพ เกษตรกร ชาวไร่ ชาวนา ผู้ด้อยโอกาสที่มีอยู่ทั่วประเทศ และเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่ให้ความร่วมมือในการส่งเสริมและสนับสนุนนั่นเองด้วย หากสามารถดำเนินการต่างๆตามแนวทางดังกล่าว ข้างต้นจะช่วยให้การบริหารโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กระทรวงการต่างประเทศ. ภาพลักษณ์ไทย. สรุปผลการสัมมนาเจ้าหน้าที่สารนิเทศ 4 ภูมิภาค.

กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์, 2540.

คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. ด้วยพลังแห่งรัก. กรุงเทพฯ: บริษัท ศิริวัฒนา  
อินเตอร์พรีน จำกัด (มหาชน), 2547.

### บทความ

อรุณ ภาณุพงศ์. “งานการทูตและคุณสมบัติของนักการทูต.” สรุณธรรม์ พิเศษ (26 สิงหาคม 2542) .

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กระทรวงการต่างประเทศ. รายงานประจำปี กระทรวงการต่างประเทศ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.mfa.go.th/main/th/policy/9>.

กระทรวงพาณิชย์. รายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

[http://www2.moc.go.th/more\\_news.php?cid=135](http://www2.moc.go.th/more_news.php?cid=135).

กระทรวงอุตสาหกรรม. รายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.industry.go.th/industry/index.php/2011-06-30-23-44-4/2013-09-14-01-33-49/2014-10-06-06-18-15>.

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน). คำรับรองการปฏิบัติงานของ ศ.ศ.ป.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www.sacict.or.th/scripts/aboutus.php?](http://www.sacict.or.th/scripts/aboutus.php?ntabmenu=4)

[ntabmenu=4](http://www.sacict.or.th/scripts/aboutus.php?ntabmenu=4).

สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. คำแถลงนโยบายของ

คณะรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา [ออนไลน์]. 12 กันยายน 2557. แหล่งที่มา:

[http://www.opdc.go.th/Law/File\\_download/law19957.pdf](http://www.opdc.go.th/Law/File_download/law19957.pdf).

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายอรรถฤทธิ ทรัพย์ยิ่ง
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครุศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</li> <li>- Master of Arts, Northern Arizona University, U.S.A.</li> <li>- วิทยาลัยการทัพบก หลักสูตรหลักประจำ ชุดที่44</li> </ul>
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2529	วิทยากรตรี ระดับ 3 ฝ่ายฝึกอบรม กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2530	วิทยากรโท ระดับ 4 ฝ่ายฝึกอบรม กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2533	วิทยากรเอก ระดับ 5 ฝ่ายฝึกอบรม กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2535	วิทยากรเอก ระดับ 6 หัวหน้าฝ่ายวางแผนและติดตามผล กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2539	วิทยากรพิเศษ ระดับ 7 หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อและการตลาด กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2545	วิทยากร 8 กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2553	วิทยากรชำนาญการพิเศษ กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2554	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิเคราะห์นโยบายและแผน กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2556	ผู้อำนวยการกอง (ผู้อำนวยการสูง) กองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการกองศิลปาชีพ สำนักพระราชเลขาธิการ