

แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 – 2565)



แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)



สารบัญ

1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจในบริบทโลกและประเทศไทย	1
1.1 ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์	1
1.2 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์	13
1.3 ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	15
1.4 องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	22
2. การวิเคราะห์จุดแข็งและข้อจำกัดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย	24
3. กรอบแนวคิดการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย	27
4. วิสัยทัศน์ และเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย	30
4.1 วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	30
4.2 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์	30
5. แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)	33
ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์	34
โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565	38
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิด เชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย	39
โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565	42
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจ ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	43
โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565	49
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิด เชิงสร้างสรรค์	51
โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565	57
6. กลไกในการขับเคลื่อน	58
ภาคผนวก ก ตัวอย่างโครงการ Flagship	63
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มย่อย	72
ภาคผนวก ค แนวทางการกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับสากล	78
ภาคผนวก ง นโยบายและองค์การด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ	87
สหราชอาณาจักร	87
ประเทศญี่ปุ่น	88
ประเทศเกาหลีใต้	88
ประเทศไต้หวัน	89
ประเทศจีน	89
ประเทศสหรัฐอเมริกา	90
ประเทศออสเตรเลีย	90

สารบัญภาพ

แผนภาพที่ 1 เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับสากล	2
แผนภาพที่ 2 การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)	18
แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย.....	27
แผนภาพที่ 4 Strategic design for Creative Economy Policy	29
แผนภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	33
แผนภาพที่ 6 ระบบการดำเนินงานและระบบความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	61
แผนภาพที่ 7 Concentric Circle Model.....	80
แผนภาพที่ 8 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD	81
แผนภาพที่ 9 แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Framework for Cultural Statistics Domains)	84

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ภาพรวมการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ	2
ตารางที่ 2 ภาพรวมนโยบายและแผนการพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	13
ตารางที่ 3 ภาพรวมของประเภทสินค้าและบริการสร้างสรรค์	15
ตารางที่ 4 มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ปี 2555-2557	20
ตารางที่ 5 จำนวนแรงงานที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี จำแนกตามสาขาอาชีพสร้างสรรค์ ปี 2559	21
ตารางที่ 6 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์	31
ตารางที่ 7 เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระยะ 5 ปี	32
ตารางที่ 8 ภาพรวมประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม	77

แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจในบริบทโลกและประเทศไทย

1.1 ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา นานาประเทศทั่วโลก ต่างประสบปัญหาของภาวะเศรษฐกิจซบเซา การแข่งขันในภาคการผลิตที่รุนแรง และการตระหนักถึงฐานทรัพยากรทางธรรมชาติและแรงงานต้นทุนต่ำที่เริ่มจะขาดแคลนจากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน การอิงอยู่กับระบบเศรษฐกิจแบบเดิม หรือแบบเดียวจึงเริ่มเป็นสิ่งที่อันตรายต่อการพัฒนาและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ หลายประเทศเริ่มปรับเปลี่ยนทิศทางไปอิงกับระบบเศรษฐกิจใหม่

ด้วยความพยายามที่จะเสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของมนุษย์และการสร้างความได้เปรียบทางเศรษฐกิจในการแข่งขันบนเวทีการค้าโลก หรือที่เรียกว่า “ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ” ทำให้ประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีระดับความสามารถในการแข่งขันสูงได้ริเริ่มหารูปแบบและปรับโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีอยู่ให้สามารถสร้างความมั่งคั่งและความมั่นคงทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ได้เกิดกระแสการพัฒนาที่ถือได้ว่าเป็น นวัตกรรมหนึ่งในการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเกิดจากการขับเคลื่อนการพัฒนา โดยใช้เศรษฐกิจเชิงความคิดสร้างสรรค์ หรือระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นระบบที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการใช้ต้นทุนจากองค์ความรู้เดิมร่วมกับความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อต่อยอดและเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเดิมที่มีอยู่ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจำนวนมาก

1.1.1 สถานการณ์และบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทโลก

เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าทิศทางการพัฒนาประเทศในภาพรวมของโลกได้เปลี่ยนแปลง จากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการใช้ฐานทรัพยากรทางธรรมชาติและการประหยัดต้นทุน เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยการมุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจที่อาศัยจุดแข็งจากความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์และยากต่อการลอกเลียนแบบ จะเห็นได้ชัดว่าในปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถนำมาใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้ โดยมีความสอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกในยุคปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้จากแนวโน้มและนโยบายในการพัฒนาของหลายประเทศ ดังตัวอย่างในตารางต่อไปนี้

แผนภาพที่ 1 เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับสากล

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายขับเคลื่อนที่สำคัญในหลายประเทศ



สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	จีน	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	ไต้หวัน	ออสเตรเลีย	ซาอุดีอาระเบีย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
A Nation of Makers	Create Together Strategy	Made in China 2025	Creative Korea	Cool Japan Initiative	World Design Capital 2025	Australia Unlimited	"White Oil" Vision 2030	Saadiyat Cultural District
สร้างเมกเกอร์หรือกลุ่มคนที่ใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เครื่องพิมพ์ 3D	พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และนวัตกรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล	ยกระดับอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ และ ICT เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรม	พัฒนานวัตกรรมวิทยาศาสตร์ และ ICT เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรม	ส่งออกสินค้าและบริการที่สะท้อนความเป็นญี่ปุ่น เช่น อาหาร อนิเมะหรือมังงะ	สนับสนุนให้นำการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาเมืองไทเป	ส่งเสริมให้ธุรกิจคิดค้นและนำไอเดียใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์	พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบันเทิง เพื่อกระตุ้นการส่งออกน้ำมัน	ผลักดันให้เกาะซาดียัตกลายเป็นศูนย์กลางศิลปวัฒนธรรมด้วยการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านวัฒนธรรม

จากภาพในข้างต้น จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายสำคัญ โดยหลายประเทศได้นำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในหลายประเทศได้ตั้งเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพและจุดแข็งภายในประเทศ ด้วยแนวคิดเช่นนี้ทำให้ทิศทางการพัฒนาและกระบวนการดำเนินงานมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกันทุกภาคส่วน จนเกิดเป็นการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่การสร้างคุณค่าทางสังคม บนพื้นฐานของประเทศนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและบ่งชี้ถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตัวอย่างประเทศที่นำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ภาพรวมการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

ประเทศ	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางการดำเนินงาน
สหราชอาณาจักร	Create Together Strategy พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และนวัตกรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล	มุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่างๆ ให้กลายเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่การใช้นโยบาย Cool Britannia จนถึงกลยุทธ์ Create Together Strategy โดยรัฐบาลอังกฤษจะมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ซึ่งเป็นด้านที่เป็นจุดแข็งและมีบุคลากรที่มีศักยภาพเป็นจำนวนมาก อันจะนำไปสู่การส่งเสริมให้อุตสาหกรรม

ประเทศ	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางการดำเนินงาน
		สร้างสรรค์พัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพบนพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล
สหรัฐอเมริกา	A Nation of Makers สร้างเมคเกอร์หรือกลุ่มคนที่ใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น งานเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เครื่องพิมพ์ 3D	มีเป้าหมายในการสร้างเมคเกอร์หรือกลุ่มคนที่ใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เครื่องพิมพ์สามมิติ (3D printer) เครื่องตัดเลเซอร์ (Laser cutter) เครื่องจักรซีเอ็นซี (CNC router) ในการผลิตและประยุกต์ใช้ในงานด้านต่างๆ ให้เกิดขึ้น โดยเริ่มจากการสร้างความสนใจในหมู่นักศึกษาเพื่อเพิ่มจำนวนเมคเกอร์ในอนาคต และการพัฒนาระบบการศึกษาและหลักสูตร STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) ที่นำไปสู่การเกิดไอเดียและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนกระแสความเคลื่อนไหวของเหล่าเมคเกอร์ (Maker Movement) รวมถึงช่วยให้ผู้ผลิตแก้ปัญหาที่พบในอุตสาหกรรมในปัจจุบัน
จีน	Made in China 2025 ยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	ยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ปรับปรุงการใช้ทรัพยากรและพลังงานให้มีประสิทธิภาพ และแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพของสินค้า โดยกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายไว้ 10 ประเภท เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ประหยัดพลังงาน, อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์อากาศยาน, อุปกรณ์และหุ่นยนต์ควบคุมด้วยตัวเลข, และอุตสาหกรรมยาและอุปกรณ์การแพทย์ เป็นต้น
เกาหลี	Creative Korea พัฒนานวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และ ICT เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ	มุ่งส่งเสริมการส่งออกเนื้อหา (Korea Content) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัย รวมถึงพัฒนาด้านนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และ ICT เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วย Startups และพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ จากความคิดสร้างสรรค์
ญี่ปุ่น	Cool Japan Initiative ส่งออกสินค้าและบริการที่สะท้อนความเป็นญี่ปุ่น เช่น อาหาร อนิเมะหรือมังงะ	เน้นการส่งออกสินค้าหรือบริการที่สามารถสะท้อนความเป็นญี่ปุ่น และเป็นที่ยอมรับของผู้คนทั่วโลก ผ่านแนวทางการพัฒนา 4 ขั้นตอน ได้แก่ การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพในการส่งออก กระตุ้นให้เกิดกระแสญี่ปุ่นนิยมในต่างประเทศ ทำธุรกิจในประเทศเป้าหมาย และดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศญี่ปุ่น
ไต้หวัน	World Design Capital 2016	กรุงไทเปได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพเมืองหลวงแห่งการออกแบบโลก (World Design Capital 2016) บนแนวคิด Adaptive City – Design in Motion ซึ่งสนับสนุนให้ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาครัฐ

ประเทศ	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางการดำเนินงาน
	สนับสนุนให้นำการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาเมืองไทย	นำการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนา ทั้งในเรื่องของการออกแบบอาคาร สถาปัตยกรรม ผังเมืองและกระบวนการความคิด มุมมองในการรับมือกับความท้าทายในปัจจุบัน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อสร้างโมเดลการพัฒนาเมืองใหม่ๆ ที่จะเป็ต้นแบบของการพัฒนาเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในได้หันให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน
ออสเตรเลีย	Australia Unlimited ส่งเสริมให้ธุรกิจคิดค้นและนำไอเดียใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์	รัฐบาลออสเตรเลียประกาศนโยบายส่งเสริมนวัตกรรม หรือ National Innovation & Science Agenda เพื่อให้ทุนนวัตกรรมและวิทยาศาสตร์เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาสินค้า กระบวนการผลิต และโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ของธุรกิจในทุกภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและทุน (Culture and Capital) ด้านความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างนักวิจัยและภาคอุตสาหกรรม ด้านทรัพยากรมนุษย์และทักษะ (Talent and Skills) โดยเฉพาะทักษะทางดิจิทัล และการทำให้รัฐบาลเป็นตัวอย่างที่ดี (Government as an Exemplar) ของการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป แนวทางการดำเนินนโยบายส่งเสริมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละประเทศ จะมีความแตกต่างกัน โดยการวางนโยบายและแนวทางส่วนใหญ่จะเน้นการพัฒนาในด้านที่เป็นจุดแข็งหรือพัฒนาตามศักยภาพของประเทศนั้น ๆ ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและต้นทุนทางเศรษฐกิจ รวมถึงสภาพแวดล้อมอื่น ๆ เช่น ระดับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เป็นต้น ทั้งนี้ การดำเนินงานในประเทศยังได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือและการบูรณาการระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษาและประชาชนในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานตามนโยบายที่สอดคล้องและต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

1.1.2 สถานการณ์และบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

จากสถานการณ์และบริบทภายนอกข้างต้น จะเห็นได้ว่า นานาประเทศ เริ่มปรับเปลี่ยนทิศทางไปอิงกับระบบเศรษฐกิจใหม่ เพื่อเร่งเครื่องในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ หลายประเทศเริ่มปรับเปลี่ยนทิศทางไปอิงกับระบบเศรษฐกิจใหม่ โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เช่นเดียวกัน ในประเทศไทย รัฐบาลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้หยิบยกแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นการ

พัฒนาเศรษฐกิจโดยอาศัยจุดแข็งของประเทศ ผ่านการแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ในแง่ของความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม ให้กลายเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมในการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งของการปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน

ทั้งนี้ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยนั้น ได้เริ่มต้นกระบวนการของการดำเนินงานและพัฒนามาเป็นเวลานานแล้ว แต่จะเห็นนโยบายที่เป็นรูปธรรมและมีแนวทางในการดำเนินนโยบายที่เด่นชัด ตั้งแต่ช่วงปี 2545 เป็นต้นมา แต่อย่างไรก็ตาม นโยบายและแนวทางการพัฒนาส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและดำเนินงาน จนทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังไม่สามารถผลิตดอกออกผลอย่างเป็นรูปธรรมได้เท่าที่ควร จนกระทั่งในรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) จึงได้มีการแต่งตั้งหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งมีการผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวกระตุ้นหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตต่อไป ซึ่งแนวทางการดำเนินงานและความต่อเนื่องของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมา

นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มปรากฏให้เห็นมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลายองค์กร เช่น สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของแต่ละกลุ่มในระยะยาว ซึ่งตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จนถึง ฉบับที่ 11 มีการดำเนินการผลักดันเรื่องการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) รัฐบาลได้มุ่งปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการจากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นการให้ความสำคัญกับจุดแข็งและข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของประเทศ พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตเพื่อทำให้มูลค่าการผลิตสูงขึ้น ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) จึงได้บรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในทางเลือกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจไทย โดยกำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน จากการปรับโครงสร้างการผลิตสู่การใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่ประเทศไทยมีอยู่โดยเฉพาะ

ภาคเกษตรและบริการ โดยมีแนวทางหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนา เชิงลึกกลุ่มสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพของประเทศ ส่งเสริมการใช้การสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ พัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือนิเวศสร้างสรรค์ และพัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการของภาคผลิตและบริการทั้งในระดับวิชาชีพสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนพัฒนา และขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดผลในเชิงรูปธรรมมากขึ้น พร้อมทั้งสามารถสนับสนุนการสร้างมูลค่าในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

ต่อมาในปี พ.ศ. 2559 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกยกขึ้นมาอีกครั้งจากสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ซึ่งมีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) โดยมีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) เป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายของแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ต่อไป

2) เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และนโยบายภาครัฐในปัจจุบัน

ปัจจุบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายและทิศทางการพัฒนาหลักของประเทศ ซึ่งในแต่ละแผนยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนามีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง จากการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ด้วยการวิจัยและพัฒนา การใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย รวมทั้ง สนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

เป้าหมายการพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ในมิติด้านเศรษฐกิจ คือ ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โครงสร้างเศรษฐกิจปรับสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่และเป็นสังคมผู้ประกอบการ และมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งมีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และ

เศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพและมีอัตราการขยายตัว เฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี พ.ศ. 2579 ตลอดจนสามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 **ด้านเศรษฐกิจ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน** ด้านการเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มีแนวทางการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมซึ่งเน้นการต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ซึ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ เช่น ยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมที่เป็นฐานรายได้สำคัญของประเทศ ผ่านการวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาดสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมกับยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เป็นต้น

โมเดลประเทศไทย 4.0 เป็นแนวนโยบายเพื่อพัฒนากลไกขับเคลื่อน (New Engines of Growth) ชุดใหม่ที่มุ่งสร้างความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศ และสามารถหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง โดยเปลี่ยนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของประเทศไทย ได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ให้กลายเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ (New Industry) ประกอบด้วย กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology) และ**กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services)** โดยเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างอุตสาหกรรมใหม่ (New Industry)

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว โดยเน้นการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและที่ต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่ อันจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งในด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Value creation) โดยผู้ประกอบการไทยจะต้อง “ผลิตได้ขายเป็น” และมีความสามารถที่จะ “รู้จักและเข้าใจแนวโน้มตลาด” เพื่อสร้าง

คุณค่าของสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำในตลาดสินค้าและบริการที่สำคัญของภูมิภาคและของโลกได้

ดังนั้น ประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญและมีผลต่อทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต คือ “ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน”

ด้านที่ 4 โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก ซึ่งครอบคลุมประเด็นการเพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ สร้างศูนย์กลางเศรษฐกิจและนวัตกรรมแห่งใหม่ โดยยกระดับจังหวัดสำคัญของไทย ส่งเสริมการพัฒนาในเชิงพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาเมือง และสร้างเมืองเศรษฐกิจเฉพาะด้าน พร้อมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้เมืองเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดึงดูดการลงทุนใหม่ โดยการส่งเสริมให้เมืองเป็นเจ้าภาพจัดเทศกาลความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมระดับสากล โดยให้ความสำคัญกับการใช้มหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาค และสถาบันการศึกษาท้องถิ่น ขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาค

ด้านที่ 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ ซึ่งครอบคลุมประเด็นการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศตามศักยภาพการประกอบการ โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุมูลค่าสินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง

โดย แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่เกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) มีดังนี้

(5) ประเด็นการท่องเที่ยว

แผนย่อยที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนา

- 1) สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 2) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาพัฒนา ต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว
- 3) เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้มีทักษะและองค์ความรู้ในธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ทั้งด้านการออกแบบ การวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรมเทคโนโลยี การบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด

4) เสริมการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5) ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยการนำเสนอเอกลักษณ์ของประเทศไทยและ ของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก ผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ

แผนย่อยที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

แนวทางการพัฒนา

1) ยกระดับคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ได้มาตรฐานระดับสากล ทั้งคุณภาพของสถานประกอบการและคุณภาพของผู้ให้บริการที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญ ซึ่งครอบคลุมการให้บริการในธุรกิจสปาและบริการเสริมความงาม นวดแผนไทย เป็นต้น

2) สร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่บนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีศักยภาพ ในการบำบัด พันฟู รักษาสุขภาพ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ในการให้บริการ

3) พัฒนาระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มีมาตรฐานระดับสากลและ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการวิจัย พัฒนานวัตกรรมต่อยอดให้เกิด สินค้าใหม่ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์

4) ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวทางการแพทย์ที่ไทยมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อสร้างการ รับรู้อย่างแพร่หลายในตลาดกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มตลาดที่มีความสนใจเฉพาะด้าน

(6) ประเด็นพื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

แผนย่อยที่ 1 การพัฒนาเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

แนวทางการพัฒนา

1) พัฒนาเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจให้เป็นเมืองอัจฉริยะที่มีความน่าอยู่ โดยจัดระเบียบ เมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล มีความสามารถในการแข่งขันใน ระดับนานาชาติในยุค 4.0 โดยในช่วงปีที่ 1 - 5 พัฒนา 6 เมืองหลักในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เชียงใหม่ ขอนแก่น เมืองในระเบียงเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก สงขลา และภูเก็ต

2) พัฒนาเมืองขนาดกลางให้เป็นเมืองน่าอยู่ที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคมและการ บริการให้กับพื้นที่โดยรอบ โดยเน้นการต่อยอดจากฐานเศรษฐกิจที่มีในพื้นที่

3) ผลักดันให้เกิดการพัฒนาเมืองขนาดกลางและเมืองในพื้นที่พิเศษให้เป็นเมืองอัจฉริยะตาม ศักยภาพและความต้องการของประชาชนในพื้นที่

4) จัดทำฐานข้อมูลด้านการพัฒนาเมือง จัดทำและพัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมโยงการจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลในทุกหน่วยงานสามารถใช้งานร่วมกัน

5) พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเมือง

(8) ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

แผนย่อยที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

แนวทางการพัฒนา

1) พัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการ โดยวางรากฐานการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะและจิตวิญญาณในการประกอบธุรกิจ

2) สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ การขยายช่องทางการตลาด การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ

3) พัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น โดยการส่งเสริมให้ต่อยอดแนวความคิด สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างธุรกิจ และใช้ประโยชน์จากเขตพื้นที่นวัตกรรมในประเทศไทย รวมทั้งสนับสนุนการให้สิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมการดึงดูดแรงงานและบุคลากรคุณภาพ

4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจใหม่ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับวิถีการดำเนินธุรกิจตลอดกระบวนการมากขึ้น

5) ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ให้เข้มแข็ง ผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่า

แผนย่อยที่ 3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

แนวทางการพัฒนา

1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด ให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง

2) สร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ เช่น สินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นต้น

3) ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในการขยายช่องทางการตลาดผ่านการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและบนอินเทอร์เน็ต

4) สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ

แผนย่อยที่ 4 การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสร้างโอกาสให้ภาคธุรกิจ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ สถิติ ผลการวิจัยและพัฒนา ทรัพย์สินทางปัญญา การตลาดและนวัตกรรม ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการชุมชน และเกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการวางแผนธุรกิจ ตลอดจนต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ

2) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และสถาบันวิชาการ ทั้งในและระหว่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกัน โดยพัฒนาระบบและศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการยุคใหม่แบบครบวงจรและมีประสิทธิภาพ

3) สนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วม ทั้งในเชิงกายภาพและจากการใช้ประโยชน์ จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการทุกระดับ

4) สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำสินค้าและบริการมาขึ้นบัญชีนวัตกรรมไทย

5) ยกระดับบริการและโครงสร้างพื้นฐานทางคุณภาพ ดำเนินการเชิงรุกเพื่อแก้จุดอ่อน และเสริมสร้างจุดแข็งของระบบนวัตกรรมไทย

นโยบายรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) ในการแถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 รัฐบาลได้มีแนวทางที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยใน “ด้านอุตสาหกรรม” มุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ เช่น ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทย บนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้การออกแบบและสร้างสรรค์ เป็นต้น และ “ด้านการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัล” ให้เริ่มขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง ซึ่งจะทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวหน้าและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ ซึ่งหมายรวมถึงการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลโดยตรง การใช้ดิจิทัลรองรับการให้บริการของภาคธุรกิจการเงินและธุรกิจบริการอื่น ๆ ตลอดจนการใช้ดิจิทัลรองรับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น

แผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ โดยจัดตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) โดยมีนายปิติพงศ์ พิ้งบุญ ณ อยู่ธยา เป็นประธาน เพื่อจัดทำแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ โดยมีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรมเป็นกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนและเสนอกลไกการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากรทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการผลิตสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือเพิ่มคุณค่าทางสังคม ทั้งนี้ ข้อเสนอสำคัญของแผนปฏิรูปฯ คือ ให้ปรับบทบาทของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ แยกจากสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) โดยจัดตั้งเป็นสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โมเดลประเทศไทย 4.0 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และนโยบายของรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) รวมถึงแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) จะเห็นได้ว่า แนวทางการพัฒนาและการดำเนินงานของประเทศในภาพรวม และการวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ และการสร้างสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก เนื่องจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และปัญหาของภาวะเศรษฐกิจซบเซาและชะลอตัวในช่วงที่ผ่านมา ทำให้การกำหนดนโยบายจากภาครัฐมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในเรื่องของ การเพิ่มขีดความสามารถและการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการพัฒนาทั้งในภาคการผลิตและบริการ เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) และการยกระดับภาคบริการให้เป็นการบริการมูลค่าสูงจากความคิดสร้างสรรค์ (High value service) เพื่อเป็นฐานรายได้ใหม่ พร้อมทั้งต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพในปัจจุบัน ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Value creation) และยกระดับไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถแข่งขันได้ในระดับโลกอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ตารางที่ 2 ภาพรวมนโยบายและแผนการพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

นโยบายและแผนการพัฒนา	การพัฒนา ศักยภาพมนุษย์/ ผู้ประกอบการ	การพัฒนาทาง ด้านเทคโนโลยี และการวิจัย	เพิ่มขีด ความสามารถใน การแข่งขัน	การพัฒนา สภาพแวดล้อมใน การค้าเสรี	การใช้ประโยชน์ จากกฎการค้า วัฒนธรรม	การพัฒนาและใช้ ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ
ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579	✓	✓	✓	✓	✓	✓
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	✓	✓	✓	✓	✓	✓
นโยบายรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา)		✓*	✓			
โมเดลประเทศไทย 4.0	✓	✓	✓	✓		
แผนปฏิรูปเศรษฐกิจระยะใหม่	✓	✓	✓	✓	✓	

*เพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ความมั่นคงและการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจใหม่

ดังนั้น การจัดทำ “แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)” จึงมีความสำคัญในฐานะของการเป็นแผนที่มุ่งเน้นการยกระดับการพัฒนาและการแข่งขันให้กับเศรษฐกิจไทย ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมทั้งในภาคการผลิตและบริการ ผ่านกระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ ควบคู่กับการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งนี้ กลไกการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ยังถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีศักยภาพและความจำเป็นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาหรือวิธีการแก้ไขปัญหาแบบเดิมไปสู่รูปแบบงานหรือวิธีการแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ได้ นิยามของกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ คือ “การกระทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งการเปลี่ยนแปลงในเชิงกระบวนการทำงาน กระบวนการคิดหรือการออกแบบ โดยเป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดแนวทางใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทที่มีความแตกต่างหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เคยปฏิบัติอยู่เดิม” ดังนั้น กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์จึงสามารถเป็นปัจจัยสนับสนุน (Enabler) สำหรับทุกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมทั้งอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

1.2 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากการทบทวนนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์กรระหว่างประเทศรวมถึงประเทศที่เป็นผู้นำในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การกำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังมีความคลุมเครือและแตกต่างกันไปตามแต่ละหน่วยงาน ทำให้ยังไม่มีคำนิยามที่เป็นมาตรฐานสากลในปัจจุบัน โดยในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ครั้งนี้ ได้ดึงนิยามจากองค์กรหลักที่ทำหน้าที่ดูแลและเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) และประเทศ

ต้นแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ สหราชอาณาจักร มาเป็นตัวอย่างของการกำหนดค่านิยมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับสากล ดังนี้

1.2.1 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับสากล

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD)

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง “แนวคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์” โดย UNCTAD ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการค้าและการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลัก ด้วยการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์ที่ประเทศนั้น ๆ มีในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรรมผลิตจากอุตสาหกรรม หรือแม้แต่การท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งหากมีการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์เข้าไป จนก่อให้เกิดความคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาก็ถือว่าเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เช่นกัน

กระทรวงดิจิทัล วัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราชอาณาจักร (The UK Department of Digital, Culture, Media and Sport: DCMS)

นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ DCMS ถือเป็นนิยามที่มีการนำไปใช้อย่างแพร่หลายมากที่สุด โดยทาง DCMS ได้ระบุไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความสามารถพิเศษ (Talent) และทักษะความชำนาญ (Skill) ของมนุษย์ โดยที่ผลลัพธ์จากกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำให้เกิดการสร้างงานและความมั่งคั่งในสังคมผ่านการผลิตและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา”

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การขับเคลื่อน “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีความเป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้และสามารถวัดได้ในเชิงปริมาณ องค์กรและหน่วยงานในหลายประเทศ จึงได้มีการกำหนดขอบเขตของ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) ซึ่งหมายถึง สาขาการผลิตหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการสร้างหรือการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ขึ้นมาเพื่อเป็นขอบเขตในการดำเนินนโยบายสนับสนุนและพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการพิจารณาคัดเลือกและกำหนดสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น มีหลักคิดที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทของแต่ละประเทศหรือตามความเหมาะสมของเป้าหมายการพัฒนาขององค์กรระหว่างประเทศแต่ละองค์กร หรือตามความสอดคล้องในบริบทและทิศทางการพัฒนาประเทศของแต่ละประเทศเป็นหลัก

1.2.2 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

จากนิยามที่กล่าวมาในข้างต้นจากองค์กรและหน่วยงานในระดับสากลต่าง ๆ พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญซึ่งถือเป็นจุดร่วมของหลายคำจำกัดความหรือนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

การนำมาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Commercialization) และทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Right) ทั้งนี้ การวิเคราะห์จุดร่วมของนิยามดังกล่าว จะเป็นจุดเริ่มต้นของการวางรากฐานความเข้าใจในปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

โดยคำจำกัดความเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ได้มีการกำหนดนิยามและขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นอย่างเป็นทางการ¹ ดังนี้

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)”

1.3 ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

1.3.1 ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับสากล

จากการกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายใต้หน่วยงานหรือองค์กรแต่ละประเทศนั้น โดยส่วนมากจะเป็นการระบุกลุ่มประเภทของสินค้าและบริการ ซึ่งในปัจจุบันมีหน่วยงานที่จัดทำแนวทางการจำแนกประเภทสินค้าและบริการอยู่ 6 หน่วยงานหลัก โดยส่วนมากจะเป็นการจำแนกตามชนิดสินค้าและบริการ รวมถึงการจำแนกตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยวิธีการจำแนกและกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของหน่วยงานหลักมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 ภาพรวมของประเภทสินค้าและบริการสร้างสรรค์

สินค้าและบริการ	หน่วยงานและองค์กรต่างๆ					
	DCMS (UK)	Symbolic Texts	Concentric Circles	UNESCO	UNCTAD	WIPO
1. งานโฆษณา	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. งานสถาปัตยกรรม	✓		✓	✓	✓	✓
3. งานศิลปะและโบราณวัตถุ	✓				✓	
4. การออกแบบ	✓		✓	✓	✓	✓

¹ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและความสร้างสรรค์ของประเทศ ในขณะนั้น เป็นผู้ศึกษาและจัดทำรายงานการศึกษาเบื้องต้นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปี 2552 และได้มีการกำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้

สินค้าและบริการ	หน่วยงานและองค์กรต่างๆ					
	DCMS (UK)	Symbolic Texts	Concentric Circles	UNESCO	UNCTAD	WIPO
5. เครื่องแต่งกาย แฟชั่น อัญมณี และเครื่องประดับ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ภาพยนตร์และวิดีโอ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. โทรศัพท์ วิทยุ และ การ กระจายเสียง	✓	✓	✓	✓	✓	
8. ดนตรี	✓	✓	✓	✓		✓
9. ทัศนศิลป์และการถ่ายภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10. งานหัตถกรรม	✓		✓	✓	✓	✓
11. ศิลปะการแสดง	✓		✓	✓	✓	✓
12. ซอฟต์แวร์และบริการด้าน คอมพิวเตอร์	✓	✓			✓	✓
13. วิดีโอเกมส์และเกมส์ คอมพิวเตอร์		✓	✓	✓	✓	✓
14. สื่อสิ่งพิมพ์และหนังสือ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15. วรรณกรรม			✓	✓	✓	
16. พิพิธภัณฑ์ แกลลอรี่ และ ห้องสมุด			✓	✓	✓	✓
17. กีฬา		✓		✓		
18. อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ						✓
19. บริการท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่ เกี่ยวข้อง				✓	✓	
20. อาหาร						
21. การแพทย์						

กล่าวโดยสรุปจากความหมายและขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในข้างต้น พบว่า การกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในหลายหน่วยงานนั้น ไม่ได้ครอบคลุมแต่เพียงอุตสาหกรรมวัฒนธรรม หากแต่รวมถึง

อุตสาหกรรมอื่นที่มีการพัฒนาและขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย มีความสอดคล้องแล้ว เกี่ยวเนื่องกับการใช้ประโยชน์จากตัวแทนทางสัญลักษณ์/เครื่องหมาย ความรู้และทักษะ การทำธุรกิจและการซื้อขาย สินค้าหรือบริการ การบริหารจัดการ การกระจายสินค้าและการตลาด อันจะนำไปสู่การสร้างและการเพิ่มมูลค่าให้แก่ สินค้าและบริการที่หลากหลายต่อไป

1.3.2 ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

เนื่องจากมีหลายหน่วยงานและหลายองค์กรที่ให้คำนิยามและให้คำจำกัดความของแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้นขอบเขตของภาคการผลิตที่จะนับเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีความแตกต่างกันออกไป และในกรณีของประเทศไทยนั้น ขอบเขตและความครอบคลุมของภาคการผลิตที่จะนับเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่ดูแลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ได้นำนิยามและขอบเขตในการกำหนดอุตสาหกรรมของ UNCTAD และ UNESCO มาเป็นกรอบในการพิจารณาจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยมีการกำหนดกรอบไว้อย่างกว้างเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยที่มีความหลากหลาย โดย สศช. ได้แบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ออกเป็น 12 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลัก ตามลักษณะและรูปแบบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

กลุ่ม Creative Original คือ กลุ่มศิลปะต้นฉบับเชิงสร้างสรรค์ (Core Creative Arts) เป็นปัจจัยพื้นฐานเหมือน Input ซึ่งเน้นการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) อันจะนำไปสู่การต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับหนึ่ง โดยประกอบด้วย 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม
- กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดง
- กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์
- กลุ่มอุตสาหกรรมดนตรี

กลุ่ม Creative Content / Media เป็นการพัฒนาต่อยอดหรือฟิงพา (Creative Originals/Core Creative Arts) ที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ระดับสูงในการถ่ายทอดสื่อสารในรูปข้อความตัวอักษร (Text) เสียง (Sound) หรือ รูปภาพ (Image) ออกสู่สาธารณชน โดยใช้ทักษะการประยุกต์ใช้เชิงสร้างสรรค์ (Applied Creative Skills) ร่วมด้วย โดยประกอบด้วย 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์
- กลุ่มอุตสาหกรรมการกระจายเสียง
- กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

กลุ่ม Creative Services คือ กลุ่มที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับสูง เพื่อแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นศิลปะเชิงสร้างสรรค์ (Creative Arts) ให้เป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ต่อไป (Creative Goods) โดยประกอบด้วย 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมโฆษณา
- กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบ (ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น)
- กลุ่มอุตสาหกรรมสถาปัตยกรรม

กลุ่ม Creative Goods / Products คือ กลุ่มที่เน้นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบหลัก อันนำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มการคำนึงถึงการใช้งาน (Functionality) และศักยภาพการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์สูง มากกว่าความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียว (Pure Creativity) โดยประกอบด้วย 1 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น (ซึ่งในที่นี้ หมายถึงการผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป)

โดยกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย จัดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

แผนภาพที่ 2 การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)



* ส่วนอีก 3 อุตสาหกรรม คือ อาหารไทย ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแพทย์แผนไทย จัดเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

เมื่อพิจารณาจากมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย² ในปี 2557 มีมูลค่าสูงถึง 1.61 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)³ ซึ่งมีมูลค่ารวม 12.14 ล้านล้านบาท ทั้งนี้ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาที่มีมูลค่าสูงเป็น 3 อันดับแรก คือ 1) อุตสาหกรรมแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 4.15 ของ GDP 2) อุตสาหกรรมการออกแบบ คิดเป็นร้อยละ 3.03 ของ GDP และ 3) อุตสาหกรรมกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 1.64 ของ GDP ดังนั้น หากมีการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เกิดการนำไปใช้ในการใช้สร้างมูลค่าเพิ่มใน ภาคการผลิต การค้าการลงทุน และการบริโภค (หรือคิดจาก GDP มูลค่า 12.14 ล้านล้านบาท) เพียงร้อยละ 1 จะสร้าง มูลค่าเพิ่มถึง 121,400 ล้านบาท นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2556 มีมูลค่า 4.45 ล้านล้านบาท หากมีการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับภาค SMEs ร้อยละ 1 จะสร้างมูลค่าเพิ่ม 44,500 ล้านบาท และ ในระยะยาวจะทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวบนฐานของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ในการแข่งขันของเศรษฐกิจโลก

หากเปรียบเทียบมูลค่าและสัดส่วนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาต่อ GDP ของประเทศในช่วง 3 ปีที่ ผ่านมา (ปี 2555-2557) พบว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาส่วนใหญ่ (เกือบทุกรายการยกเว้นการกระจายเสียงใน ปี 2556) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีข้อมูล ดังนี้

² มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2557 ที่มา : จากฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เรียกดู ณ วันที่ 30 มีนาคม 2558 โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

³ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2557 ที่มา : ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 4/2557 Gross Domestic Product: Q4/2014, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 16 กุมภาพันธ์ 2558

ตารางที่ 4 มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ปี 2557-2555

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา (เปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลจาก 10 สาขา)	มูลค่า (หน่วย : ล้านบาท)		
	2555	2556	2557
1) ซอฟต์แวร์	108,422	109,956	110,864
2) การแพร่ภาพกระจายเสียง	156,781	44,356	200,311
3) แฟชั่น	492,619	500,224	504,303
4) การโฆษณา	19,063	20,698	20,754
5) การพิมพ์	81,747	82,904	83,588
6) ดนตรี	1,077	1,191	1,425
7) ทัศนศิลป์	151,287	156,533	158,315
8) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์	46,749	51,561	78,670
9) งานฝีมือและหัตถกรรม	85,382	86,589	87,306
10) การออกแบบ	360,319	365,416	368,432
GDP อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1,503,446	1,419,428	1,613,968
GDP รวม	11,375,349	11,898,710	12,141,096
สัดส่วนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ GDP	ร้อยละ 13.2	ร้อยละ 11.9	ร้อยละ 13.2

จากสถิติของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่าในปี 2557 มีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 359,515 ราย⁴ และจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2559 มีการจ้างงานในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ จำนวน 860,654 คน⁵ โดยกลุ่มที่มีอัตราการจ้างงานสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ 1) กลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม จำนวน 323,276 คน คิดเป็นร้อยละ 37.56 2) กลุ่มการโฆษณา จำนวน 209,592 คน คิดเป็นร้อยละ 24.35 และ 3) กลุ่มการออกแบบ จำนวน 81,404 คน คิดเป็นร้อยละ 9.46 อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับสถิติผู้มีงานทำทั้งสิ้น 33,875,291 คน พบว่า สัดส่วนการจ้างงานในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 2.54 ของการจ้างงานทั้งหมด

⁴ จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในปี 2557 ที่มา : จากฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เรียกดู ณ วันที่ 30 มีนาคม 2558 โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

⁵ ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2559 ที่มา: ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปรากฏในรายงานการจัดทำข้อมูลแรงงานสร้างสรรค์ภายใต้ “โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์” จัดทำโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบร่วมกับศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ตารางที่ 5 จำนวนแรงงานที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี จำแนกตามสาขาอาชีพสร้างสรรค์ ปี 2559⁶

สาขาอาชีพสร้างสรรค์	จำนวนการจ้างงาน	สัดส่วน (ร้อยละ)
1) การโฆษณา	209,592	24.35
2) สถาปัตยกรรม	65,741	7.64
3) งานฝีมือและหัตถกรรม	323,276	37.56
4) การออกแบบ	81,404	9.46
5) ซอฟต์แวร์	36,092	4.19
6) ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และการถ่ายภาพ	48,382	5.62
7) การพิมพ์	17,832	2.07
8) พืชภัณฑ์ แก้ว โลหะ และห้องสมุด	10,527	1.22
9) ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์	67,809	7.88
รวม	860,654	100

ในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ ประเทศไทยถือว่ามีความหลากหลายที่มีคุณภาพ และความคิดสร้างสรรค์ของไทยยังได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความจำเป็นที่รัฐบาลควรให้การส่งเสริมบุคลากรภายในประเทศ ตลอดจนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาส ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐไปสู่ภาคเอกชนที่เข้ารับกับนโยบาย อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในทรัพยากรมนุษย์ที่เรา มี เพื่อเป็นแนวทางสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยต่อไป

⁶ จำนวนแรงงานที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี จำแนกตามสาขาอาชีพสร้างสรรค์ ไตรมาสที่ 1 ปี 2559 ที่มา: ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปรากฏในรายงานการจัดทำข้อมูลแรงงานสร้างสรรค์ภายใต้ “โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์” จัดทำโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบร่วมกับศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1.4 องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะเฉพาะ เนื่องจากหัวใจสำคัญหรือองค์ประกอบของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งในเรื่องของการพัฒนาบุคลากร การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ตลอดจนหัวใจสำคัญที่เป็นส่วนประกอบหลักที่นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ภูมิปัญญา มรดกทางวัฒนธรรม และความหลากหลายที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่ตกทอดสืบต่อกันมา ซึ่งเป็นบ่อเกิดของความหลากหลาย

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในต่างประเทศและในประเทศ สามารถระบุถึงประเด็นการพัฒนาหรือปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทเกี่ยวข้องควรพิจารณาและให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ หรือที่เรียกว่า “นิเวศสร้างสรรค์” (Creative Ecology) โดยการพัฒนา นิเวศสร้างสรรค์ มีปัจจัยหลัก และปัจจัยสนับสนุนที่ควรพิจารณา ดังนี้

ประเด็นการพัฒนาหลัก

- 1) การพัฒนาด้านการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (Education and Human Resources) ซึ่งเน้นการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อนำมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญ รวมถึงการสร้างร่วมมือของสถาบันการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรตั้งแต่วัยเยาว์เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานสร้างสรรค์ หรือต่อยอดให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นในอนาคต
- 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านโลจิสติกส์ การส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) รวมถึงการพัฒนาตามกฎหมายให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการจดทะเบียน การใช้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น
- 3) การพัฒนาด้านการเงินและการลงทุนสร้างสรรค์ (Finance and Investment) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย การลงทุนของภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษี เป็นต้น

ประเด็นการพัฒนานับสนุน

- 4) การพัฒนาสังคมที่เป็นต้นกำเนิดของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ (Creative Society or Creative Environment) ซึ่งเป็นการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์

เช่น แหล่งเรียนรู้เฉพาะทางด้านในสาขาต่างๆ (ดนตรี ภาพยนตร์ การออกแบบ แฟชั่น กราฟิกและแอนิเมชัน เป็นต้น) พื้นที่สำหรับการทดลองหรือปฏิบัติการจริง ศูนย์อบรมและบ่มเพาะทักษะฝีมือแรงงานสร้างสรรค์ เช่น ห้องทดลองเชิงปฏิบัติการ (Lab), พื้นที่ผลิตผลงาน (Maker Space), พื้นที่ทดลองจำหน่ายเชิงพาณิชย์ (Market test), เวทีสร้างสรรค์ (Showcase) เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และการแพร่กระจายของความคิดสร้างสรรค์ในสังคม โดยในประเทศที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ มักมีการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความตื่นตัวของประชาชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ

- 5) **การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ** การรวมกลุ่มและความเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้การทำงานสามารถพัฒนาและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ เช่น การเชื่อมโยงภาคการศึกษาภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแรงงานฝีมือและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความพร้อมและความสามารถที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนา เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ของผู้ประกอบการ คือ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนทางและกระบวนการด้านนวัตกรรม กล่าวคือ การนำแนวคิดและองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ตลอดจนการบริการต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจทั้งในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นสะพานในการเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและนำเสนอสินค้าหรือบริการได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2. การวิเคราะห์จุดแข็งและข้อจำกัดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีการพัฒนาเป็นลำดับทั้งความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยประเทศไทยยังคงมีอุปสรรคหลายประการในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก กล่าวคือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในปัจจุบันถึงแม้จะมีศักยภาพในการแข่งขัน แต่ก็ยังมีอุปสรรคที่ทำให้การพัฒนายังคงจำกัดอยู่เช่นเดียวกัน

จากองค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในข้างต้นทั้ง 5 ปัจจัย สามารถนำมาเป็นจุดตั้งต้นของการพิจารณาความพร้อม ศักยภาพและข้อจำกัดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (Education and Human Resources)

จุดแข็ง

ทรัพยากรบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นจุดแข็งอีกหนึ่งประการที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการสร้างสรรค์ได้ โดยจุดแข็งของคนไทยคือ งานช่างสิบหมู่ มีความละเอียดประณีตในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือ ซึ่งได้รับยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก เช่น งานจักสานและหัตถกรรม งานทอผ้า ตลอดจนมีกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้วยตัวเองซึ่งช่วยในการรักษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ความเป็นมิตร ความเป็นกันเองและจิตบริการซึ่งเป็นอุปนิสัยของคนไทย สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับการให้บริการที่สามารถนำไปสู่การออกแบบและพัฒนาบริการสร้างสรรค์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี

ข้อจำกัด

ประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ค่อนข้างต่ำ ขาดการบริหารจัดการในการพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล ตลอดจนคนไทยยังไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ซึ่งส่งผลให้ขาดความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมทั้งขาดอาชีพที่รองรับงานด้านกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างพอเพียง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดอุปสรรคกับการพัฒนาและเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระยะยาว

ผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์ (Creative Talent) ส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการนำความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดเพื่อการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่ มักจะขาดความเข้าใจในตลาดหรือความต้องการของลูกค้าทำให้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ส่วนมากไม่ได้ถูกออกแบบมาจากการวิเคราะห์ลูกค้าหรือตลาด แต่มักเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้กิจการใน

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังขาดรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) และกระบวนการทำธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งทางตรงและทางอ้อม

จุดแข็ง

โครงสร้างพื้นฐานส่วนใหญ่ของประเทศไทยค่อนข้างครอบคลุมในพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของบุคลากรและธุรกิจสร้างสรรค์ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาหลายหน่วยงานได้มีการจัดกิจกรรม เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเน้นการขับเคลื่อนด้วยสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสและพื้นที่ให้แก่ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ได้มีเวทีในการจัดแสดงผลงาน และนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล โดยในปัจจุบันเริ่มมีการจัดกิจกรรมและพื้นที่แสดงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การจัดเวทีแสดงผลงาน (Showcase) ตลาดสินค้าสร้างสรรค์ (Creative market) ทั้งจากการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

ข้อจำกัด

อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือนิเวศสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังขาดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ พื้นที่และช่องทางสำหรับผลิต จำหน่ายและการแสดงผลงาน (Maker & Distribution Place) ที่เป็นรูปธรรม มีความชัดเจนและต่อเนื่อง ทำให้สภาพแวดล้อมในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดและไม่เอื้อต่อการรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยในระยะยาวอย่างยิ่งย่น

นอกจากนี้ยังขาดกระบวนการสนับสนุนการพัฒนาทางด้านกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ เช่น กฎหมายลิขสิทธิ์มีอำนาจบังคับและคุ้มครองที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ รวมทั้งกระบวนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญายังใช้เวลานาน มีขั้นตอนการดำเนินงานและตรวจสอบที่ซับซ้อน ซึ่งไม่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ด้านการเงินและการลงทุน (Finance and Investment)

ข้อจำกัด

ด้านมาตรการสนับสนุนกิจการสร้างสรรค์ยังจำกัดอยู่มาก ทั้งการสนับสนุนสิทธิประโยชน์ในด้านการเงิน การลงทุนและภาษี รวมทั้งกิจการสร้างสรรค์มักจะประสบปัญหาในการหาแหล่งเงินทุนหรือขอสินเชื่อจากสถาบันทางการเงิน เนื่องจากการริเริ่มการประกอบกิจการด้วยความคิดสร้างสรรค์อาจจะเป็นแนวทางการทำธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงส่งผลให้สถาบันการเงินขาดความเชื่อมั่นในการปล่อยสินเชื่อ

4) ด้านต้นทุนทางสังคมที่เป็นต้นกำเนิดของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์

จุดแข็ง

ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น มวยไทย อาหารไทย เทศกาลและประเพณีไทย รวมทั้งสถานที่ทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมมีความโดดเด่นหลายแห่งจนได้รับการยอมรับเป็นมรดกโลกเช่น แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ตลอดจนความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น พืชพันธุ์ทางการเกษตรที่สามารถแปรรูปและพัฒนาสู่อุตสาหกรรมอาหาร เวชสำอาง ยาและการรักษาโรค เป็นต้น

ทั้งนี้ ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยได้ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงในระดับโลกหลายแห่ง ทั้งทางทะเลและป่าไม้ซึ่งเป็นทุนจากทรัพยากรธรรมชาติซึ่งสามารถนำมาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการสร้างสรรค์ได้

ข้อจำกัด

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีต้นทุนทางด้านสังคมและทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความเชี่ยวชาญในกระบวนการสร้างมูลค่า ซึ่งถือเป็นหนึ่งในข้อจำกัดที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากกิจการสร้างสรรค์ส่วนมากขาดแนวทางการใช้ประโยชน์หรือสร้างมูลค่าจากทุนหรือทรัพยากรในประเทศอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ทำให้การแปรรูปหรือสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยมักจะเป็นการแปรรูปขั้นต้นที่เน้นการใช้คุณประโยชน์โดยตรงเพียงอย่างเดียว (Functional) และยังไม่เกิดการสร้างประสบการณ์หรือความประทับใจพิเศษให้แก่ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมักจะขาดการสร้างเรื่องราวเพื่อความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (Story Telling) ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจหรือจุดเด่นโดยเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น

5) ด้านการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ

จุดแข็ง

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ได้เกิดขึ้น และมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายจำนวนมาก ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต

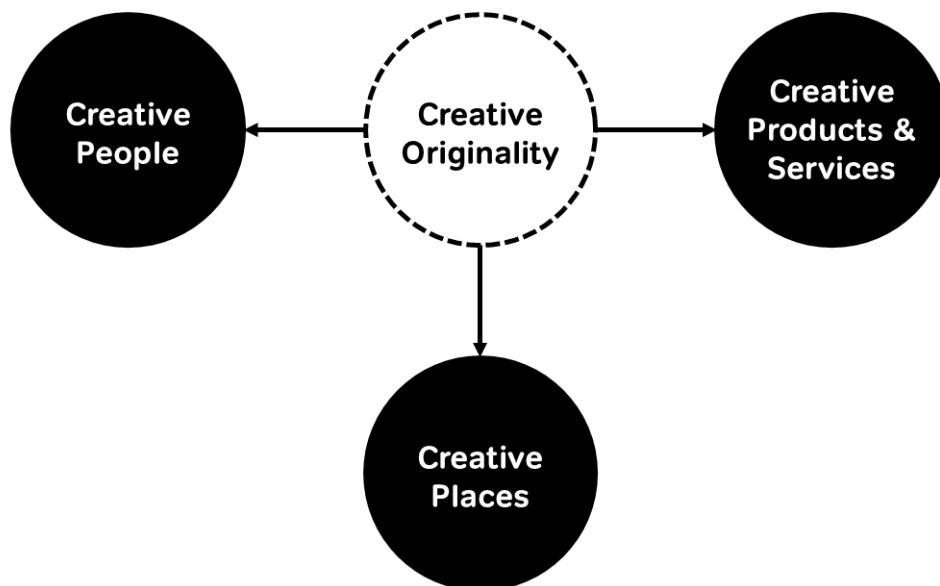
ข้อจำกัด

ขาดกลไกตัวผู้ประสานและบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างเครือข่ายกลุ่มต่าง ๆ และการทำงานร่วมกันภาครัฐและเอกชน รวมถึงการรวมกลุ่มหรือเครือข่ายในรูปแบบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เนื่องจากยังขาดทิศทางการพัฒนาและเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาที่เป็นเอกภาพ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในรูปแบบของตนเอง ไม่เกิดการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

3. กรอบแนวคิดการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

จากองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในข้างต้น จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถือว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ (Knowledge-based) นวัตกรรม (Innovation-driven) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-led) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ตลอดจนวัฒนธรรมผ่านการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ปัจจัยสำคัญซึ่งเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน 4 มิติการพัฒนาหลัก ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาและสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ และการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย



โดยแนวคิดหลักของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงประกอบไปด้วย การพัฒนาในปัจจัยสำคัญทั้ง 4 มิติ ดังนี้

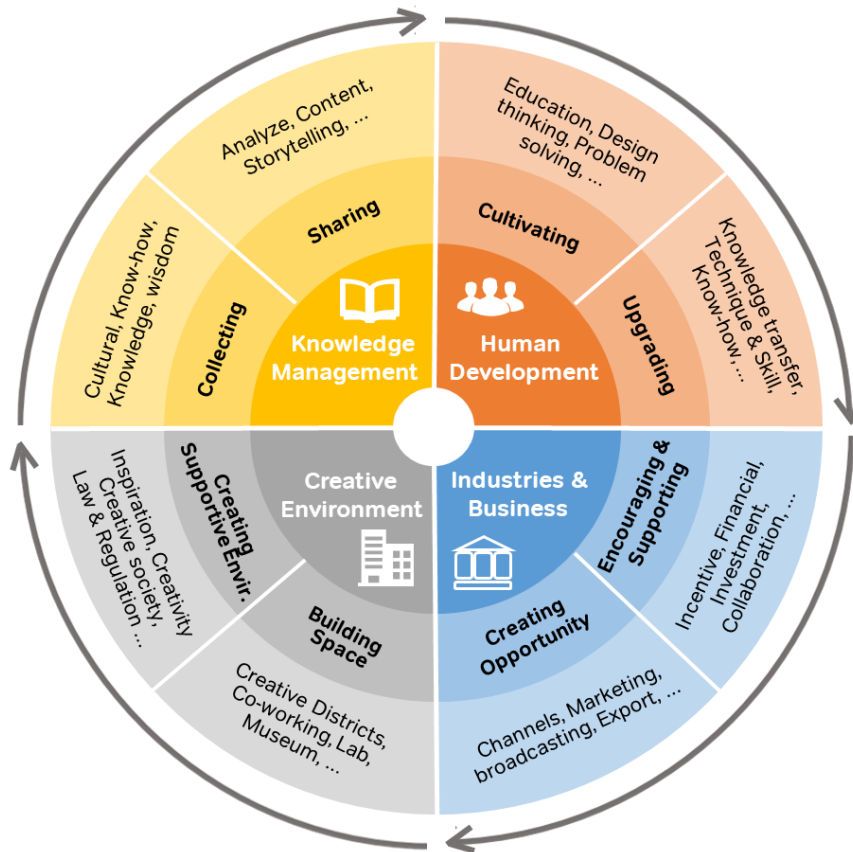
- 1) การพัฒนาทางด้านทรัพยากรบุคคลและแรงงานสร้างสรรค์ (Creative People) ถือเป็นการพัฒนา ศูนย์กลางของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ซึ่งแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและทักษะจะถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการพัฒนาและดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ โดยในสหรัฐอเมริกาได้มีการให้คำจำกัดความของบุคคลที่เป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative Class) ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาและต่อยอดจนกลายเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือนวัตกรรมใหม่ ที่สามารถนำความเจริญหรือการเปลี่ยนแปลง มาสู่ประเทศ โดยในความหมายของ Creative Class ไม่ได้จำกัดแค่ศิลปินหรือดีไซน์เนอร์เท่านั้น

แต่ยังหมายถึงผู้ที่ออกแบบสินค้า บริการ และอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร สถาปนิก นักกฎหมาย โปรแกรมเมอร์ ฯลฯ ซึ่งเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นแกนสำคัญอีกด้วย

- 2) **การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญา วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Creative Originality)** เนื่องจากแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย จะเน้นการนำประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ ความรู้และความเชี่ยวชาญ วัฒนธรรมและภูมิปัญญา ที่บ่มเพาะจนกลายเป็นเอกลักษณ์และสัญลักษณ์ของความเป็นไทย ไปสู่การต่อยอดและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การสร้างเนื้อหาจากความหลากหลายทางชีวภาพ ความรู้และความเชี่ยวชาญ วัฒนธรรมและภูมิปัญญา ตลอดจนการนำไปใช้จึงถือเป็นจุดที่จะช่วยสร้างความแตกต่างและกลั่นอายุความคิดสร้างสรรค์ในแบบเฉพาะของคนไทย
- 3) **การพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (Creative Products & Services)** อาจถือว่าเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ และเป็นหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั่นคือ ความสามารถในการแปลงความคิด (Idea) ไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ ในกระบวนการผลิต (Creative Process) สามารถเป็นได้ทั้งกระบวนการที่อาศัยความเชี่ยวชาญของฝีมือของมนุษย์ หรือเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต โดยผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการผลิตที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์ จะสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าและบริการ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในเรื่องของความสวยงามที่เป็นแบบเฉพาะของผู้สร้าง หรือความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเฉพาะและเป็นปัจเจกมากยิ่งขึ้นแบบในปัจจุบัน
- 4) **การพัฒนาเมืองและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creative Places)** อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมถือเป็นปัจจัยสำคัญของการเป็นบ่อเกิดแห่งความคิดสร้างสรรค์ (The power of place) ซึ่งเมืองในประเทศไทยก็มักจะมีเอกลักษณ์ของความเป็นเมืองที่ต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ โดยเมืองหรือพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี มักเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดบุคลากรจากประเทศอื่นๆ ให้เข้ามาอยู่อาศัยและดำเนินธุรกิจในพื้นที่นั้น ๆ ตลอดจนการเป็นศูนย์กลางหรือแหล่งรวมของความคิดสร้างสรรค์ (Creative hubs) ในระดับนานาชาติ รวมถึงการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นของการดำเนินธุรกิจ และมาตรการทางกฎหมายและสิทธิประโยชน์ที่มาจากนโยบายของภาครัฐ ทั้งนี้ เมืองสำคัญของประเทศไทยอย่าง เชียงใหม่ ก็ถือเป็นเมืองหนึ่งที่มีเอกลักษณ์และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเชียงใหม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities Network) โดย UNESCO ในฐานะเมืองแห่งงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Cities of Crafts and Folk Art) เป็นต้น

จากแนวคิดหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 มิติ จะเป็นตัวกำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนา เพื่อให้การวางนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงานที่มีอำนาจในการตัดสินใจเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแต่ละมิติมีประเด็นการส่งเสริมหลัก ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4 Strategic design for Creative Economy Policy



กล่าวโดยสรุป การเติบโตและพัฒนาทางเศรษฐกิจมักจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและระบบที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคลที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักภายใต้ระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ยังไม่พร้อมเท่าที่ควร การสนับสนุนและการเข้ามามีบทบาทของภาครัฐจึงเป็นสิ่งจำเป็นทั้งในแง่ของการกำหนดทิศทางการพัฒนาสำหรับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมในระยะยาว และการกระตุ้นและอัดฉีดการพัฒนาในระยะสั้นตามสถานการณ์และแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่มีความจำเป็น ซึ่งแนวคิดหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 4 มิติ ในช่วงต้น จะเป็นกรอบแนวคิดหลักของการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ต่อไป

4. วิสัยทัศน์ และเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

4.1 วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ถือว่าเป็นการวางเป้าหมายในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะนำพาประเทศไทยไปสู่การเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและสังคม อย่างยั่งยืน จากการขับเคลื่อนด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมในระดับสากล

“ประเทศไทยเป็นแหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรมของโลก”⁷

อย่างไรก็ตาม แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้เป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมี วิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้น สำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) คือ

“ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย”

4.2 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

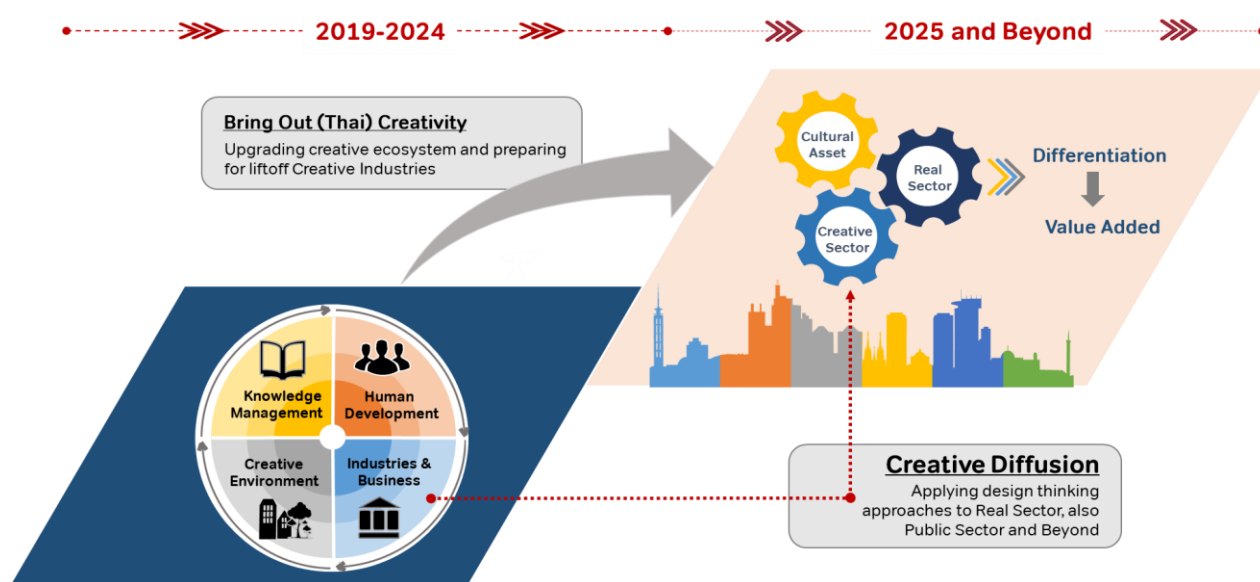
ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่ดึงดูดแข็งของประเทศไทยที่สำคัญมาเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ และทุนทางสังคม วัฒนธรรมและภูมิปัญญา มาต่อยอดด้วยความคิดเชิงสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งในรูปของสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์ โดยจากที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ถึงปัจจัยและองค์ประกอบหลักของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทยในการพัฒนา จึงก่อให้เกิดเป้าหมายของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละช่วงเวลาขึ้น เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดในวิสัยทัศน์ ดังนี้

⁷ กำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในช่วงแรกของการส่งเสริม (3 ปีแรก) จะมุ่งเน้นการสร้างความแข็งแกร่งจากภายใน พร้อมทั้งกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ในสังคม โดยเน้นการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมและกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Industries) ควบคู่กับการพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนปัจจัยขั้นพื้นฐาน ทั้งทางด้านการจัดทำฐานข้อมูล การเข้าถึงแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ แรงงานสร้างสรรค์ที่พร้อมรองรับต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาในเชิงพื้นที่ เพื่อเปิดโอกาสและสนับสนุนกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในเวทีระดับประเทศและสากล พร้อมทั้งสร้างการตระหนักถึงคุณค่าและมูลค่าของความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างผลกระทบทั้งต่อเศรษฐกิจและสังคม จากการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนของภาครัฐ

สำหรับในช่วงต่อไปของการพัฒนา จะมุ่งเน้นการกระตุ้นและศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็น Creative Services มาต่อยอดและผสมผสานกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ในภาคการผลิต (Real Sectors) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมของประเทศไทยในภาพรวมต่อไป

ตารางที่ 6 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์



เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระยะ 3 ปี

ในการที่จะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย แผนฯ ฉบับนี้ จึงได้วางเป้าหมายระยะ 20 ปี โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ช่วงแรก มีระยะ 3 ปี และช่วงที่ 2 - 4 มีระยะช่วงละ 5 ปี เพื่อให้เห็นถึงผลลัพธ์ความสำเร็จของการดำเนินงาน โดยเป้าหมายในระยะ 3 ปีแรก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7 เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระยะ 3 ปีแรก

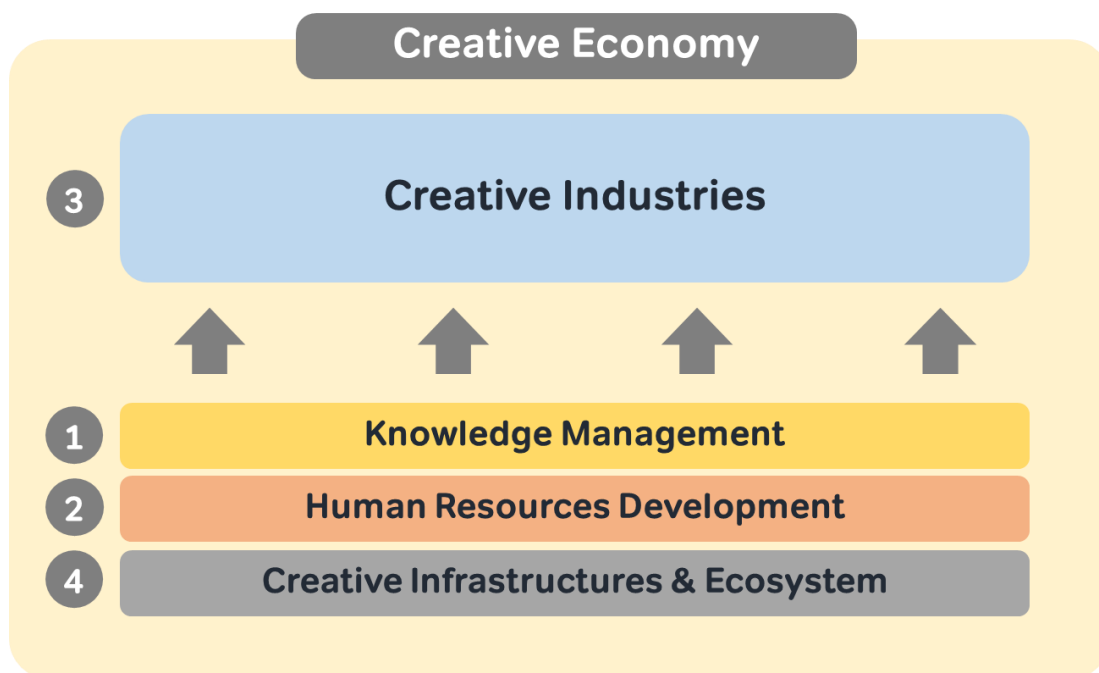
เป้าหมาย	ระยะ 3 ปี
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์: อัตราการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์	เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5
ประเทศไทย มีเมืองที่ได้รับการคัดเลือกและประกาศให้เป็น เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) จาก UNESCO	1 เมือง

ทั้งนี้ การดำเนินงานที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 2 เป้าหมายในระยะ 3 ปี ซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนาในภาพรวมของประเทศ จะเกิดจากการบูรณาการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการและแผนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ตลอดจนความร่วมมือผ่านกลไกต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม

5. แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

เพื่อให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เป็นไปตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายของการพัฒนาในระยะยาวที่กำหนดไว้ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

แผนภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์



ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความรู้ทางด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ที่เป็นข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บและประมวลผลจากองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการวางแผนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานจากการนำองค์ความรู้ทั้งจากในอดีตและปัจจุบัน มาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นได้ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความทันสมัยและตอบสนองต่อการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย รวมถึงเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน

ดังนั้นยุทธศาสตร์ที่ 1 จึงมุ่งเน้นการรวบรวมและการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางในการดำเนินนโยบายและทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาที่ตรงต่อสถานการณ์ของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มในการพัฒนาและต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลและการบูรณาการระบบฐานข้อมูลเชิงสถิติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยังให้ความสำคัญกับการรวบรวมและสร้างกระบวนการจัดการองค์ความรู้ในเรื่องของความรู้ทางด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรมรูปแบบใหม่ ทั้งจากการบูรณาการและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา รวมถึงการสร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อรองรับการนำเข้าองค์ความรู้ ทักษะหรือความเชี่ยวชาญจากผู้เชี่ยวชาญและบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สามารถถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดเป็นศูนย์กลางของข้อมูล ที่พร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ และทุกคนสามารถเข้าถึง เพื่อนำไปต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 1

1. องค์ความรู้จากทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ตกทอดต่อกันมาได้รับการรักษาและเก็บรวบรวมอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเป็นแหล่งความรู้ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและนำไปต่อยอดได้
2. เกิดการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากความร่วมมือและการบูรณาการฐานข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียวกันภายใต้หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
3. เกิดการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งจากการสืบค้นถอดความรู้/ภูมิปัญญาที่อยู่ในตัวคนออกเป็นความรู้ที่ผู้อื่นสามารถเรียนรู้ได้

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีฐานข้อมูลที่สามารถนำไปเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและแนวโน้มของการยกระดับความสามารถของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสมและทัน่วงที่ต่อการเปลี่ยนแปลง
5. ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและนำองค์ความรู้ ไปต่อยอดและการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี จนเกิดเป็นสินค้าหรือบริการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเชิงพาณิชย์

ตัวชี้วัด

1. มีฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. จำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เพิ่มมากขึ้น
3. มีงานวิจัยและนวัตกรรมที่ถูกนำไปใช้ในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม

กลยุทธ์

1. สร้างฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม (Creative Economy Big Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายและเพื่อให้ผู้ประกอบการทั่วไปใช้ในการต่อยอดเชิงธุรกิจ
2. พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์ความรู้และกลไกในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากหน่วยงานต่างๆ
3. สนับสนุนการต่อยอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล
4. ส่งเสริมและเผยแพร่การใช้งานฐานข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการสร้างสรรค์

แนวทางการดำเนินงาน ตัวอย่างโครงการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
1. รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลเชิงสถิติของฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ แนวโน้ม และทิศทางการพัฒนาที่เหมาะสมของภาครัฐ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาที่ตรงต่อสถานการณ์ของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ 2. รวบรวมข้อมูลจากเครือข่ายและพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งข้อมูลที่เป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในท้องตลาด ตลอดจนองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจต่างๆ 3. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีประโยชน์และเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา พร้อมอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงฐานข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจ 4. สร้างความตระหนักถึงคุณค่าในวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ความเป็นไทย และการต่อยอดเชิงความคิดสร้างสรรค์ จากต้นทุนทางสังคม อันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการในเชิงพาณิชย์ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลกและสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ	โครงการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center)	1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 3. กระทรวงพาณิชย์ 4. กระทรวงวัฒนธรรม 5. กระทรวงมหาดไทย 6. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 7. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการจัดทำและส่งเสริมการวิจัยหรือการเก็บรวบรวมสถิติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 3. สำนักงานสถิติแห่งชาติ 4. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย 5. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ 6. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการจัดทำดัชนีชี้วัดความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Index) เพื่อการจัดอันดับและวัดขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้านความคิดสร้างสรรค์	1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 3. สำนักงานสถิติแห่งชาติ 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) เพื่อรองรับการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการ Digital Culture : ระบบศูนย์ข้อมูลขนาดใหญ่ด้านวัฒนธรรม (M-Culture Big Data)	1. กระทรวงวัฒนธรรม 2. สำนักงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
	โครงการสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัยเพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม (4DNA)	1. สำนักงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

โครงการสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
1) โครงการจัดทำดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ * ปีงบประมาณ 2563 ใช้งบประมาณจาก โครงการยกระดับข้อมูลเพื่อ SME (บูรณาการ SME) กิจกรรมฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	-	7.5000	7.5000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
2) โครงการยกระดับข้อมูลเพื่อ SME (บูรณาการ SME) - กิจกรรมฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	13.0000	16.0000	16.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
3) โครงการพัฒนาฐานข้อมูลกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	-	15.0000	15.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิด เชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย

ทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการขับเคลื่อนที่สำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งถือว่า ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยตั้งต้นที่สำคัญ ในการดึงเอาศักยภาพและจุดแข็งด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาต่อยอดไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคต ทั้งนี้ ทิศทางการพัฒนาของประเทศในอนาคต ตามแนวคิด Thailand 4.0 ยังถือเป็นการขับเคลื่อนที่เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทางเทคโนโลยีเป็นสำคัญ

ดังนั้น ในยุทธศาสตร์ที่ 2 จึงมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรและแรงงานสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันภายในเครือข่ายกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ และมีการจัดทำมาตรฐานวิชาชีพสร้างสรรค์ ระดับของการพัฒนาศักยภาพหรือความเชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต ผ่านการยกระดับศักยภาพทางความคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และการต่อยอดจากการลงมือทำจริง ให้เกิดเป็นการพัฒนาความสามารถและทักษะที่สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคงในอนาคต

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 2

1. บุคลากรและแรงงานไทยสามารถนำคุณค่าและจุดแข็งของไทยไปสร้างสรรค์ผลงานและต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. คนไทยมีพื้นฐานในด้านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถบูรณาการความรู้และทักษะการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ไปใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป
3. ระบบคุณวุฒิวิชาชีพในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ ได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับการนำไปใช้วิเคราะห์ระดับศักยภาพและความสามารถของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรหรือแรงงานในเครือข่ายอาชีพสร้างสรรค์ได้รับค่าแรงที่เหมาะสมกับความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่สั่งสมมา

ตัวชี้วัด

1. จำนวนของแรงงานสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 10⁸
2. จำนวนสถานการศึกษา สถาบันวิชาการ และศูนย์การเรียนรู้/ฝึกอบรมที่มีการผลิตและพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น⁹

กลยุทธ์

1. พัฒนาและส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรและแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. เตรียมความพร้อมบุคลากรไทยตั้งแต่ระดับเด็กและเยาวชนให้มีกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม
3. สร้างและยกระดับมาตรฐานวิชาชีพในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

⁸ จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ไตรมาสที่ 1 ปี 2559 ประเทศไทยมีจำนวนแรงงานสร้างสรรค์ ทั้งหมด 860,654 คน

⁹ ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว

แนวทางการดำเนินงาน ตัวอย่างโครงการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
1. ส่งเสริมการสร้างทรัพยากรมนุษย์ เช่น พัฒนาหลักสูตร การจัดการทางนวัตกรรม และวางรากฐานการเรียนรู้ทาง วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ คณิตศาสตร์ การคิดเชิงออกแบบ การแก้ปัญหาและการสร้างสรรค์ งานเชิงศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงการส่งเสริมการ พัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มทักษะฝีมือ แรงงาน 2. ร่วมกับภาคการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาที่สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของ ตลาดแรงงานและภาคธุรกิจ และจัดโครงการ/กิจกรรม กระตุ้นให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์และพัฒนา ทักษะผ่านการลงมือปฏิบัติจริง 3. ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนา บุคลากรด้านการศึกษา เช่น การสนับสนุนทุนเพื่อการวิจัย และพัฒนา ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมและองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนได้ เป็นต้น 4. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดกระบวนการถ่ายทอดและ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ตลอดจนทักษะฝีมือและความ เชี่ยวชาญต่างๆ จากบุคลากรที่มีความสามารถในระดับ สากล	โครงการพัฒนากระบวนการ คิดวิเคราะห์และกระบวนการ คิดเชิงสร้างสรรค์ (Design Thinking)	1. กระทรวงพาณิชย์ 2. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการพัฒนาหลักสูตร ด้านการออกแบบและ เทคโนโลยี (Design & Technology) ระดับปฐมนิเทศ	1. กระทรวงศึกษาธิการ 2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อ เศรษฐกิจและสังคม 3. กระทรวงพาณิชย์ 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการส่งเสริม ความสามารถทางความคิด สร้างสรรค์และการออกแบบ สำหรับผู้ประกอบการ	1. กระทรวงพาณิชย์ 2. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการจัดทำและทบทวน มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิ วิชาชีพ (สาขาที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์)	1. สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) 2. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการคาราวาน นักออกแบบ	1. สถาบันการศึกษาในส่วน ภูมิภาค 2. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการพัฒนาหลักสูตร Design Thinking สำหรับ การบริหารการปกครองส่วน ท้องถิ่น	1. สถาบันพระปกเกล้า 2. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการ OTOP Junior Camp	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

โครงการสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
1) โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน (กรุงเทพฯ และ miniTCDC)	7.1819	50.5000	50.5000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
2) โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค (miniTCDC)	3.0000	-	-	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
3) โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการประกอบธุรกิจ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมเตรียมความพร้อมนักเรียน/นักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ - กิจกรรมการพัฒนาเยาวชนสู่การเป็นผู้ประกอบการด้วยทักษะการคิดเชิงออกแบบและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	3.0000	24.0000	24.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจ ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ (Knowledge-based) นวัตกรรม (Innovation-driven) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-led) ตลอดจนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผสมผสานกันจนก่อให้เกิดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่มีความโดดเด่น พิเศษ และมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังถือว่าอยู่ในช่วงแรกเริ่ม ซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือและส่งเสริมจากภาครัฐในการพัฒนาและยกระดับการดำเนินธุรกิจจากภาครัฐ

ดังนั้นในยุทธศาสตร์ที่ 3 จึงมุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งในเรื่องของกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการนำคุณค่าและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา มาประยุกต์เข้ากับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการยกระดับกระบวนการทางธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ จนสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง

การสร้างมาตรฐานของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับคุณค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการอื่น ๆ ในท้องตลาด รวมถึงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย ให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งสนับสนุนช่องทางทางการตลาดให้แก่สินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบ อันมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม หรือความคิดสร้างสรรค์ที่นำมาเป็นต้นทุนในการสร้างสรรค์ผลงานและนวัตกรรมภายใต้แบรนด์สินค้าไทย ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลกและสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

ทั้งนี้ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมความเข้มแข็งในกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ จะเป็นรากฐานสำคัญในการผลักดันและต่อยอดให้แก่ภาคอุตสาหกรรมและภาคการบริการกลุ่มอื่นในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต ให้เป็นไปอย่างยั่งยืนอีกด้วย

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 3

1. ขีดความสามารถของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น จากการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง
2. สินค้าและบริการสร้างสรรค์ภายใต้แบรนด์ไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล
3. เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจสร้างสรรค์ไทย ให้พร้อมเชื่อมโยงกับธุรกิจในระดับประเทศและระดับสากล รวมถึงสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 20¹⁰
2. จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับการพัฒนาและสร้างความแตกต่างหรือต่อยอดไปสู่การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงขึ้น
3. ร้อยละของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่เพิ่มขึ้น¹¹

กลยุทธ์

1. เพิ่มความสามารถและทักษะในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความเป็นมืออาชีพ (Professionalization) แก่ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. ส่งเสริมสิทธิประโยชน์และสนับสนุนทางด้านเงินทุนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์
3. ส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศแก่ธุรกิจสร้างสรรค์ โดยความร่วมมือของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. สร้างและยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการสร้างสรรค์
5. สนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งในคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
6. ผลักดันกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Spearhead) ให้นำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ยกระดับสินค้าและบริการของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีสากล

¹⁰ จากข้อมูลของ สสว. ในปี 2557 ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 359,515 ราย

¹¹ จากรายงาน UNCTED Creative Economy Outlook and Country Profile (2561) ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เป็นมูลค่าทั้งหมด 6,595.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557

แนวทางการดำเนินงาน ตัวอย่างโครงการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อยกระดับกระบวนการทางธุรกิจรูปแบบต่างๆ และต่อยอดไปสู่การสร้างสรรคสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง 2. ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจไทยให้ใช้ประโยชน์จากคุณค่าและจุดแข็งของประเทศ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี ในการพัฒนาขีดความสามารถ ทั้งภาคการผลิต และภาคบริการ 3. พัฒนากลไกและช่องทางในการอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งการเข้าถึงบริการภาครัฐและเครื่องมือในการบริหารจัดการธุรกิจต่างๆ	โครงการยกระดับและเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมสปาไทย	1. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. กระทรวงสาธารณสุข 3. กระทรวงมหาดไทย 4. กระทรวงพาณิชย์ 5. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 6. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 7. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
4. จัดทำมาตรการด้านการเงินการลงทุน และสิทธิพิเศษทางภาษี เพื่อสนับสนุนและจูงใจให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จัดให้มีช่องทางและเชื่อมโยงกับแหล่งเงินทุนจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการระดมทุนในรูปแบบใหม่ เพื่อใช้ในการเริ่มต้นและพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์	โครงการกำหนดและสร้างคุณค่าภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม – มวยไทย	1. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 2. สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรม การผลิต สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
5. ส่งเสริมช่องทางการตลาดในประเทศให้แก่ผู้ประกอบการ และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์ ต่อยอดทางธุรกิจและการส่งออก เช่น การสร้างพื้นที่หรือช่องทาง (Platform) การจัดแสดงผลงานรูปแบบต่างๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและในรูปแบบเสมือนจริง (Virtual platform) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้คิดค้น/ผลิตผลงานได้มีเวทีหรือช่องทางลงมือปฏิบัติ พัฒนาและทดลองผลิตผลงาน เผยแพร่ผลงานจากความคิดสร้างสรรค์และต่อยอดเชิงพาณิชย์อย่างครบวงจร เช่น การจัดแสดงนิทรรศการงาน	โครงการพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และทุนทางวัฒนธรรม	1. กระทรวงอุตสาหกรรม 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 4. กระทรวงมหาดไทย 5. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) 6. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
แสดงสินค้า หรือเทศกาลผลงานสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นต้น 6. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทย (Thai Brand) ในกลุ่มสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ 7. ร่วมกับภาคเอกชนในการพัฒนาและปรับปรุงหน่วยบ่มเพาะ (Incubators) ที่เหมาะสม เพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economic Activities) 8. จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (12 สาขา) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา 9. พัฒนาห่วงโซ่การผลิตในอุตสาหกรรมภาคบริการ และภาคการผลิตที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม	โครงการส่งเสริมการใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการดำเนินธุรกิจ	1. กระทรวงพาณิชย์ 2. กระทรวงอุตสาหกรรม 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการพัฒนา Digital Platform ระบบ e-commerce เพื่อการทำธุรกรรมออนไลน์	1. กระทรวงพาณิชย์ 2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (องค์การมหาชน) 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการอบรมและให้ความรู้ผู้ประกอบการ และส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทางเลือกต่างๆ	1. กระทรวงการคลัง 2. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (องค์การมหาชน) 3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการสนับสนุนการรวมกลุ่มของสมาคมและเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์	1. กระทรวงอุตสาหกรรม 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการแข่งขันคิดพิชิตอนาคต (Creative Contest)	1. กระทรวงอุตสาหกรรม 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	โครงการให้รางวัลผู้ประกอบการสร้างสรรค์ดีเด่น	1. กระทรวงอุตสาหกรรม 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการสร้างสรรค์อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV)	1. กระทรวงอุตสาหกรรม 2. จังหวัดที่เกี่ยวข้อง
	โครงการสร้างคุณค่าและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการพัฒนาผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP มืออาชีพ	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรม	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อจำหน่ายบนเครื่องบิน	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการพัฒนาศักยภาพนักการตลาด OTOP Trader	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการพัฒนาและยกระดับภูมิปัญญาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ Young OTOP	1. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
	โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พิเศษ	1. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	โครงการจัดทำแผนพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ราย สาขา และฐานข้อมูล อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ราย สาขา	1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

โครงการสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
1) โครงการการสร้างแบรนด์ข้าวไทย	N/A	N/A	N/A	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
2) โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ: วิสาหกิจขนาดย่อม (บูรณาการ SME) - กิจกรรมสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	30.5000	-	-	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
3) โครงการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยสู่การเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อการปรับตัวทางธุรกิจด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Micro Business Transformation)	-	40.0000	40.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
4) โครงการพัฒนาวิสาหกิจสู่ธุรกิจสมัยใหม่ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดย่อมสู่ธุรกิจสมัยใหม่ในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	-	50.0000	50.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
5) โครงการสร้างความเข้มแข็งของอัตลักษณ์สินค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่สากล (บูรณาการภาค)	-	75.0000	75.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
6) โครงการ Creative Thailand Expo (มหกรรมงานยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย)	9.0000	75.0000	75.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

โครงการสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
7) โครงการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง - กิจกรรมเทศกาลความคิดสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือตอนบน	8.0495	-	-	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
8) โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	3.8000	15.0000	15.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิด

เชิงสร้างสรรค์

ในด้านของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจนั้น จะมีทั้งในด้าน Soft & Hard Infrastructure กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐานในเชิงกลไกที่สนับสนุนในการพัฒนาและขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสม เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา มาตรการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนที่เหมาะสมต่อการสร้างนิเวศสร้างสรรค์ เป็นต้น และการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่จำเป็นที่เป็นส่วนสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น ระบบการคมนาคม เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) ศูนย์บ่มเพาะ (Incubators) ตลอดจนความพร้อมของพื้นที่ส่วนกลางในการจัดแสดงสินค้าและบริการ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารหรือศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ ที่มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ตลอดจนแนวโน้มของการพัฒนาเมือง นอกจากนี้ ยังรวมถึงการสร้างและพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อและเหมาะสมต่อการพัฒนาที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นช่องทางหนึ่งในการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ

โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านมาตรการ ข้อกำหนดและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาและเติบโตของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการปรับปรุงและส่งเสริมการบังคับใช้การคุ้มครองและจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการส่งเสริมให้เมืองและย่านเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยอาศัยทุนความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมของชุมชนเมือง อันเป็นสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์และสามารถเป็นศูนย์กลางหรือแหล่งรวมของความคิดสร้างสรรค์ (Creative hubs) ในระดับนานาชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มอัตราการจ้างงานความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีการกำหนดมาตรการที่เอื้อให้เกิดการลงทุนเพื่อผลิตและผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ทั้งนี้ เพื่อให้การสร้างสภาพแวดล้อมและนิเวศสร้างสรรค์เป็นไปอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องมีการทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับการผนวกและประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์เข้ากับการดำเนินงานของภาครัฐ ตลอดจนการสนับสนุนการใช้งบประมาณของภาครัฐในการกระตุ้นการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District) และ เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ อาศัยการอ้างอิงนิยามจาก สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และ UNESCO เพื่อใช้เป็นการกำหนดรายละเอียดเบื้องต้นของการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังนี้

“ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง พื้นที่ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมธุรกิจและบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เชื่อมโยงเรื่องราวของย่าน ผู้คน ธุรกิจดั้งเดิม เข้ากับมาตรฐานการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ และการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อกระบวนการคิด การผลิต และการตลาดในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งเกื้อกูลธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่ให้ได้ประโยชน์จากการพัฒนา เพื่อดึงดูดให้มีการลงทุนใหม่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ และกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ สร้างความเคลื่อนไหวของกลุ่มธุรกิจและบุคลากรสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การเป็นแหล่งศูนย์รวมของบุคลากรสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศที่ทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนผลงานและโอกาสพัฒนาของธุรกิจและบุคลากรของไทย

“เมืองสร้างสรรค์” (Creative City) โดย อพท. และ UNESCO ได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นการการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมือง ผ่านองค์ประกอบใน 4 ด้าน คือ

- 1) การพัฒนาสภาพแวดล้อม
- 2) โครงสร้างทางสังคม
- 3) ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ
- 4) การนำประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมนิยม ประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry)

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 4

1. เกิดระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาและเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์อย่างครบวงจร ทั้งในเชิงกลไกการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการพัฒนาอย่างรอบด้าน
2. เกิดความเข้าใจและการตระหนักรู้ในความสำคัญของการพัฒนาเมืองบนสินทรัพย์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการพัฒนาศักยภาพและจุดแข็งของเมืองที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในพื้นที่
3. มีมาตรการจูงใจธุรกิจสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาที่เป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการคุ้มครอง การแบ่งปันผลประโยชน์ และการนำองค์ความรู้ไปใช้ในเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. จำนวนเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO 1 เมือง¹²
2. จำนวนเมือง ชุมชนหรือย่านสร้างสรรค์ 30 ย่าน/แห่ง¹³
3. นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่ภาครัฐนำไปใช้ในการบริการประชาชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของผลงานทั้งหมด¹⁴

กลยุทธ์

1. พัฒนาเมืองและย่านสร้างสรรค์ในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยสร้างความเข้าใจและความสำคัญของการพัฒนาเมือง ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนารูปร่างสร้างสรรค์และการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรม
 - Creative Lab or Co-working space
 - Creative Design Center
 - พิพิธภัณฑ์หรือศูนย์การเรียนรู้ชุมชน
3. ปรับปรุงกฎระเบียบด้านทรัพย์สินทางปัญญาและส่งเสริมการใช้บังคับอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ

¹² ปัจจุบัน ประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO จำนวน 2 เมือง คือ จังหวัดภูเก็ต ได้รับเลือกให้เป็นเมืองด้านอาหาร (Gastronomy) ในปี 2558 โดยริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2555 และจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับเลือกให้เป็นเมืองด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) ในปี 2560 โดยริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2553

¹³ สศส. ได้ดำเนินการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ คือ ย่านเจริญกรุง รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาย่านศรีจันทร์ ในจังหวัดขอนแก่น

¹⁴ อ้างอิงจากเป้าหมายของแผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2561 พ.ศ. 2562 เป้าหมายที่ 2 การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างความเข้มแข็งด้านสังคม ชุมชน ความมั่นคง และคุณภาพชีวิตประชาชนตามยุทธศาสตร์ของประเทศ 6.2.1 ตัวชี้วัดที่ 1 นวัตกรรมภาครัฐนำไปใช้บริการประชาชนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ของผลงานทั้งหมด

แนวทางการดำเนินงาน ตัวอย่างโครงการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
1. พัฒน่าย่านสร้างสรรค์ (Creative District) ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยการกำหนดพื้นที่ต้นแบบที่มีสภาพแวดล้อมเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นย่านสร้างสรรค์ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนและธุรกิจในพื้นที่ นำไปสู่การสร้างบรรยากาศสร้างสรรค์ที่เอื้อต่อการเข้ามาลงทุน หรือการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมให้พื้นที่อื่นๆ นำแนวทางการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์แห่งใหม่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 2. ส่งเสริมให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานและการอำนวยความสะดวก เพื่อเป็นแรงจูงใจในการย้ายถิ่นฐาน/พำนักรหรือทำงานระยะยาวในประเทศไทย เช่น การอำนวยความสะดวกด้านการต่ออายุวีซ่า ใบอนุญาตทำงาน (Work permit) และประกอบการ รวมทั้งระบบธุรกรรมการเงิน ระบบหลักสูตรการศึกษาระดับนานาชาติ และระบบประกันสุขภาพที่เป็นสากล เป็นต้น 3. พัฒนาแหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ที่ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้แนวใหม่ที่มีหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระบบพี่เลี้ยง (mentor) และการให้คำปรึกษา ในสาขาต่างๆ เป็นต้น 4. ส่งเสริมให้เกิดแผนพัฒนาและส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจระดับเมือง เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาเมืองทั้งระดับวิสัยทัศน์ การจัดแบ่งพื้นที่กายภาพ การอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์พื้นที่ และความสามารถในเชิงเปรียบเทียบของเมืองนั้นๆ 5. จัดทำดัชนีชี้วัดเมืองสร้างสรรค์ (Creative City Index) เพื่อการจัดอันดับและวัดขีดความสามารถในการแข่งขันด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับเมือง	โครงการจัดทำมาตรฐานและข้อกำหนดระดับการพัฒนาของย่านและเมืองสร้างสรรค์	1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2. กระทรวงวัฒนธรรม 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการจัดทำแผนพัฒนาเมืองและย่านสร้างสรรค์สู่ระดับสากล	1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการศึกษาแผนธุรกิจเพื่อดึงดูดให้เอกชนลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์	1. กระทรวงวัฒนธรรม 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการส่งเสริมและพัฒนา ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้นแบบ (Creative District) และเมืองสร้างสรรค์	1. กระทรวงมหาดไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
6. สร้างการมีส่วนร่วมและการส่งเสริมความเป็นเมืองและย่านสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนและท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 7. สร้างมาตรฐานและข้อกำหนดตามระดับการพัฒนาของเมืองและย่านสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางการยกระดับเมือง/ย่าน รวมทั้งการส่งเสริมแบรนด์ของเมือง/ย่าน	โครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพเมืองหลวงแห่งการออกแบบโลก (World Design Capital)	1. กรุงเทพมหานคร 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการพัฒนาต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและเมืองแห่งศิลปะเชิงสร้างสรรค์	1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการส่งเสริมนิเวศย่านสร้างสรรค์ (Creative District Ecosystem)	1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2. กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ 3. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
	โครงการส่งเสริมพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ด้วยพลังเยาวชน	1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) 2. สถาบันการศึกษาในส่วนภูมิภาค
	โครงการประกวดย่านสร้างสรรค์/เมืองสร้างสรรค์ดีเด่น	1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

แนวทางการดำเนินงาน	ตัวอย่างโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	โครงการพัฒนาและส่งเสริม สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน พื้นที่พิเศษ	1. องค์การบริหารการพัฒนา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

โครงการ/แผนงานสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2565

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

โครงการสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงานรับผิดชอบ
	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
1) โครงการเพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์	32.0000	-	-	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
2) โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District)	19.9124	120.0000	120.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
3) โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ (Storytelling to Branding)	5.0000	-	-	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
4) โครงการย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ	-	90.0000	90.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
5) โครงการพัฒนาส่งเสริมสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดบริการท่องเที่ยว (บูรณาการท่องเที่ยว)	-	40.0000	40.0000	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
6) โครงการพัฒนาขับเคลื่อนและขยายผลภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก สาขาออกแบบ	-	26.2500	26.2500	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

6. กลไกในการขับเคลื่อน

สำหรับกลไกในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นไปอย่างมีทิศทางและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงบริบทของสถานการณ์โลก สามารถแข่งขันกับนานาประเทศโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ คณะรัฐมนตรีจึงเห็นชอบให้มีการจัดตั้ง “สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)” ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลอดห่วงโซ่มูลค่า และสามารถเชื่อมโยงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านนโยบาย ด้านการผลิต และด้านการส่งเสริมด้านการตลาด โดยคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2560 ได้มีมติอนุมัติหลักการร่างพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. และเห็นชอบให้ยกเลิกมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2558 ที่โอนภารกิจด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปไว้ที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมอบให้เป็นภารกิจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) โดยสำนักงานฯ จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2561 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม 2561 เป็นต้นมา

ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2560 เห็นชอบระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2561 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การดำเนินงาน เรื่องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางของรัฐบาล พร้อมทั้งบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องใช้หน่วยงานภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีหน่วยงานภาครัฐและองค์การมหาชนหลายแห่งที่มีบทบาทด้านการสนับสนุนและได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งในระดับนโยบายและระดับการปฏิบัติ ดังนี้

1) **หน่วยงานด้านนโยบาย** ได้แก่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบายและผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องเป็นเจ้าภาพหลัก รับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมทั้งสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ของชาติ ซึ่งได้มีการบรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ใน

นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559) และ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดเป้าหมายหลักที่สำคัญประการหนึ่งไว้ คือ ประเทศไทยพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม และเศรษฐกิจในระดับประเทศและพื้นที่ รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัย โดยส่งเสริมให้เกิดโครงการวิจัยและองค์ความรู้ที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในภาคอุตสาหกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจ

2) หน่วยงานด้านการปฏิบัติการ

(1) การวิจัยและพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) ซึ่งปัจจุบัน สวทน. ได้มีการกำหนดมาตรการเรื่องการปรับการหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากเดิม ร้อยละ 200 เป็นร้อยละ 300 โดยกำหนดเพดานการหักลดหย่อนภาษีสูงสุดตามรายได้ และขยายขอบเขตกิจกรรมที่สามารถหักภาษีให้ครอบคลุมกิจกรรมนวัตกรรม เพื่อกระตุ้นให้ SMEs ลงทุนวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น

(2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) และสถาบันระดับอุดมศึกษา

(3) การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ การเงินและการลงทุน การใช้สินค้าความคิดสร้างสรรค์และอัตลักษณ์ไทยในโครงการของภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และธนาคารในกำกับของรัฐ

(4) ส่งเสริมขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และสมาคมวิชาชีพ

(5) การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานต่างๆ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว สังกัดกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

(6) การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (องค์การมหาชน) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เป็นต้น

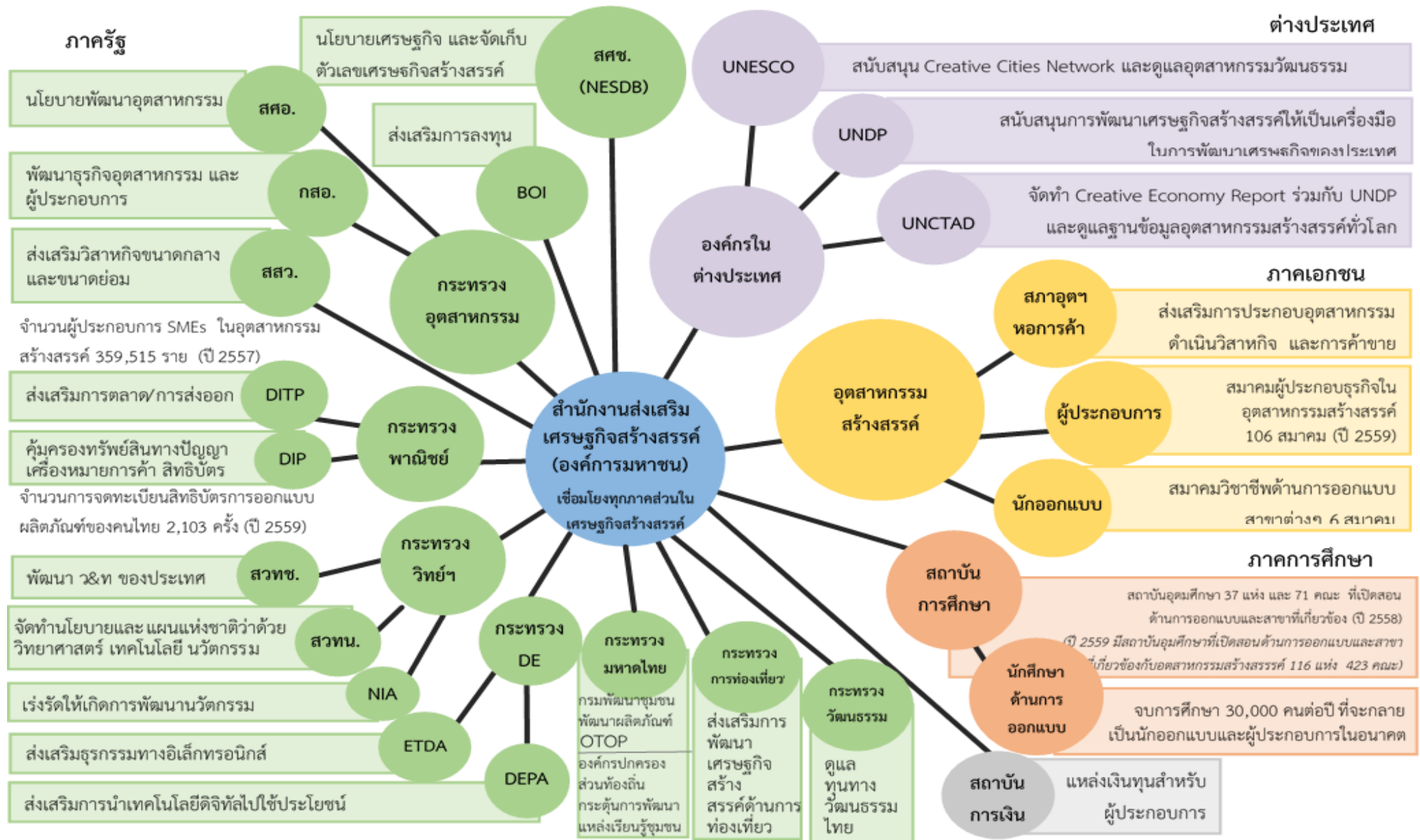
(7) การตลาด ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

(8) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และเคารพในสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ การจดทะเบียน และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองปกป้อง และปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมให้ใช้สิทธิอย่างเป็นธรรมและสร้างวินัยทางการค้า

(9) การส่งเสริมให้ใช้สินค้าสร้างสรรค์ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการต่างประเทศ

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จะทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวม และการดำเนินงานตามแผนฯ ทั้งด้านนโยบายและการปฏิบัติการ ติดตามและประสานการดำเนินงานให้เป็นไปตามทิศทางการพัฒนาทั้งในระดับประเทศ และการขับเคลื่อน โดยอาศัยการดำเนินงานและการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้/แหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ มาตรการในการอำนวยความสะดวกและการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดจากสินทรัพย์วัฒนธรรมเดิมและทุนความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อนำไปสู่สิ่งใหม่ โดยไม่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานอื่นที่ได้ดำเนินการอยู่แล้ว ตลอดจนการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้การขับเคลื่อนภารกิจพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของประเทศ เป็นไปอย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพสูงสุดจากการดำเนินงานในทิศทางการพัฒนาเดียวกัน

แผนภาพที่ 6 ระบบการดำเนินงานและระบบความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์



ภาคผนวก

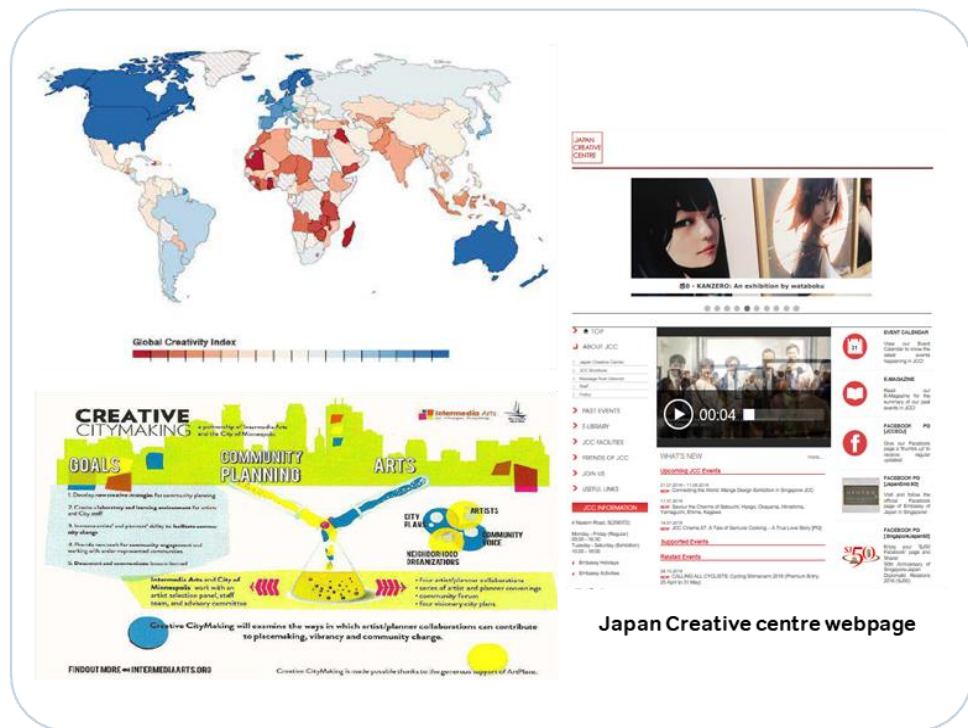
ตัวอย่าง โครงการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

การใช้ฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการวัดความสามารถในการแข่งขันด้านของประเทศ

รายละเอียดโครงการ

- รวบรวมติดตามตัวเลขทางเศรษฐกิจ สถิติ ดัชนีที่เกี่ยวข้อง
- ประสานงาน เชื่อมโยงข้อมูลในการพัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ โดยบูรณาการข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- รวบรวมและจัดทำรายงานการวิจัย เพื่อส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น รายงานด้านสถานการณ์หรือรายงานด้านนโยบายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
- กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลที่น่าสนใจผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ รวมถึงกิจกรรมเผยแพร่ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค



ตัวอย่างโครงการจัดทำหลักสูตรเรื่อง การออกแบบทางความคิด การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ของคนไทยผ่านกระบวนการ Design Thinking ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน

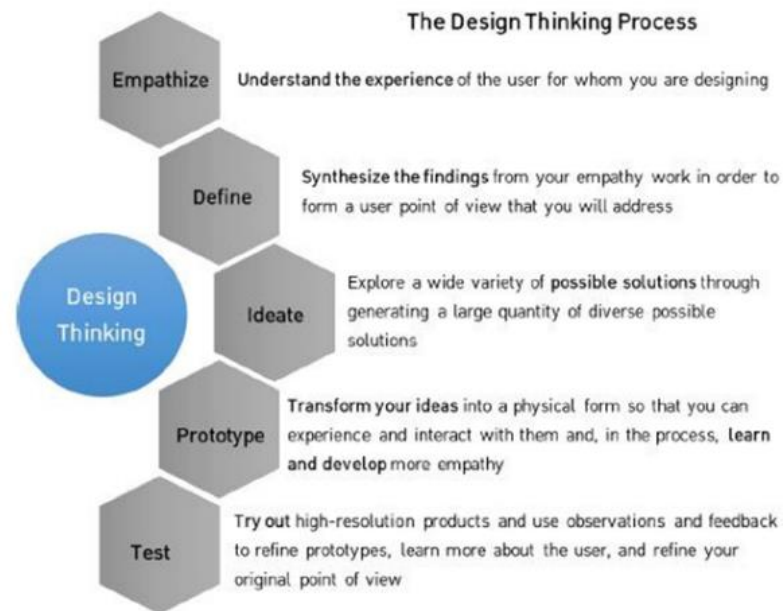
ทรัพยากรบุคคล

วัตถุประสงค์

ยกระดับกระบวนการคิดวิเคราะห์ การออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์ของประเทศไทยโดยรวม

รายละเอียดโครงการ

- ร่วมกับสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อปลูกฝังการเรียนรู้และความเข้าใจเรื่องการออกแบบทางความคิด การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการคิด โดยบรรจุเป็นวิชาภาคบังคับในการศึกษาขั้นพื้นฐานตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษาควบคู่ไปกับการเรียนการสอนศิลปะ
- อบรมและเผยแพร่กระบวนการ Design Thinking เพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบความคิดของไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั้ง Creative และผู้ประกอบการ



**ตัวอย่างโครงการศึกษาและพัฒนาเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย (Thailand's DNA) เป็นขั้นตอนสำคัญ
ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้มีความแตกต่าง น่าสนใจ และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก**

กระบวนการ
สร้างมูลค่า

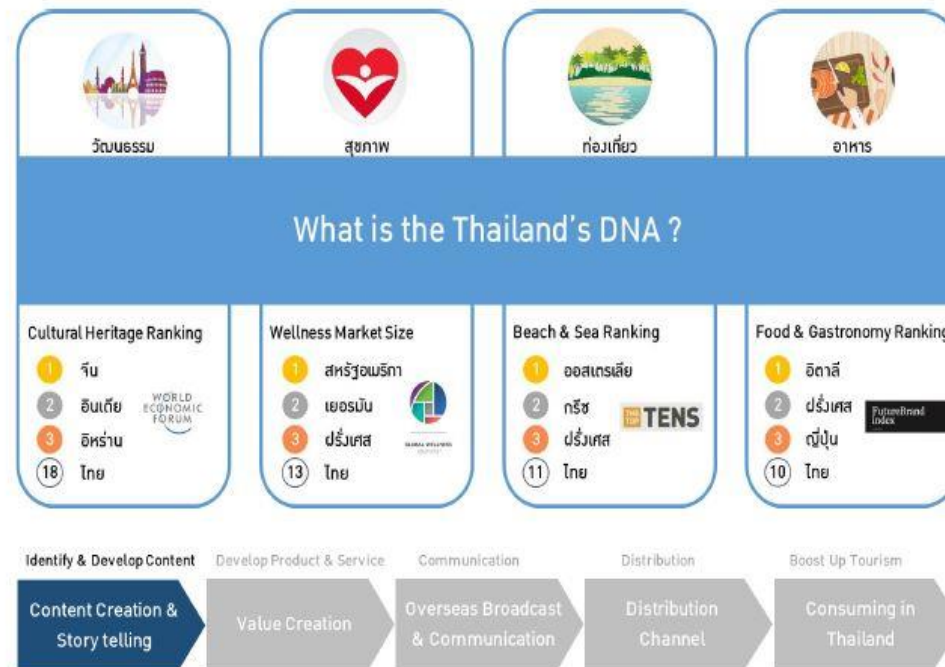
วัตถุประสงค์

ศึกษาหาเนื้อหาหรือเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand's DNA) ที่มีศักยภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry)

รายละเอียดโครงการ

จัดทำการศึกษาหาทุนที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Capital) ซึ่งมีความเชี่ยวชาญหรือความแตกต่างที่พิเศษกว่าพื้นที่หรือบุคคลอื่น และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้เพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางและธีมการพัฒนา (Theme) ที่มีความชัดเจน โดยทุนหรือเอกลักษณ์นี้ครอบคลุมทั้ง

- ภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) ซึ่งมีเทคโนโลยี ทักษะ และการใช้องค์ความรู้เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
- กิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Industry) ซึ่งมีความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม



ตัวอย่าง โครงการพัฒนากาฬลักษณ์ของสปาและนวดไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อกำจัดบริการแบบแฝงในกิจกรรมสปาและนวดไทย พร้อมทั้งสร้างกาฬลักษณ์ที่ดีสำหรับกิจกรรมสปาและนวดไทย เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ

รายละเอียดโครงการ

- สร้างความร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในการปราบปรามธุรกิจแอบแฝงในสปาอย่างจริงจัง
- จัดทำสื่อ/ภาพยนตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสปาไทย ไปฉายในต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่กาฬลักษณ์ที่เหมาะสม

องค์ประกอบสำคัญของสปาไทย



การนวด
(Touch and Massage)



การผสมผสานศิลปวัฒนธรรม
(Art, Culture & Social)



กาฬลักษณ์ความงาม
(Aesthetics)



สภาพแวดล้อม
(Environment)



การเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย
(Movement, Exercise & Fitness)

Thai Spa

สมุนไพรไทย



ศาสตร์การนวดแบบไทย

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและแบบ High-end



บริการพิเศษ:



สปาไทยยังสามารถยกระดับการให้บริการในรูปแบบที่สร้างมูลค่ามากกว่านี้ได้

ตัวอย่าง: การให้บริการนวดเท้าในโรงภาพยนตร์, การใช้สมุนไพรไทยในการนวดเพื่อรักษาโรค

ตัวอย่าง โครงการสนับสนุนการจัดตั้งสมาคม/เครือข่ายผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างการร่วมกลุ่มในกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภาคเอกชน ซึ่งช่วยเชื่อมโยงธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมถึงกำหนดทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

รายละเอียดโครงการ

เป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างสมาคมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ให้มารวมตัวภายใต้สมาคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้มีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย



ตัวอย่างโครงการอบรมและให้ความรู้ผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทางเลือกช่องทาง Crowdfunding เพื่อให้ผู้ประกอบการกิจการสร้างสรรค์มีช่องทางในการระดมเงินทุนที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์

พัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ที่เหมาะสมและเพียงพอในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในรูปแบบ Crowdfunding

รายละเอียดโครงการ

- จัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการกิจการสร้างสรรค์ เกี่ยวกับการระดมในรูปแบบของ Crowdfunding ซึ่งครอบคลุมความรู้พื้นฐาน รูปแบบ ประโยชน์ รวมถึงรายชื่อของตัวกลางการระดมทุน หรือ ผู้ประกอบการ Crowdfunding ที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งในและต่างประเทศ
- จัดอบรมให้ความรู้สำหรับวิธีการนำเสนอโครงการในการระดมทุนผ่านช่องทางนี้ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับนักลงทุนในกลุ่มนี้ รูปแบบและขั้นตอนในการนำเสนอเพื่อขอระดมทุน ฯลฯ



ตัวอย่างโครงการจัดทำมาตรการด้านการเงินการลงทุน และสิทธิพิเศษทางภาษีของกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

มาตรการสนับสนุน

วัตถุประสงค์

ลดต้นทุนในการประกอบกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการลดหย่อนมาตรการทางภาษีและส่งเสริมการลงทุน

รายละเอียดโครงการ

- ประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อให้สิทธิประโยชน์ในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ โดยมีเงื่อนไขในการขอรับสิทธิประโยชน์จาก BOI ที่เหมาะสมกับกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เช่น ไม่มีมูลค่าเงินลงทุนขั้นต่ำเนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ทุนทางความคิดในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่าเป็นเงินลงทุน
- เพิ่มสิทธิประโยชน์สำหรับกิจกรรมที่ได้รับสิทธิประโยชน์เดิมเช่น แฟชั่น เครื่องดนตรี การพิมพ์ และเพิ่มเติมอุตสาหกรรมที่ได้รับสิทธิประโยชน์เช่น ทัศนศิลป์

ระดับสิทธิประโยชน์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามการจัดกลุ่มของสภาพัฒน์					
A1	A2	A3	A4	B1	B2
ออกแบบซอฟต์แวร์		ภาพยนตร์ การพิมพ์ หัตถกรรม			
			แฟชั่น		
				ดนตรี	

โฆษณา
การให้บริการออกแบบสถาปัตยกรรม
การแพร่ภาพและกระจายเสียง
การแสดง
ทัศนศิลป์

ตัวอย่างโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ World Design Capital ของกรุงเทพมหานคร เพื่อดึงดูดและส่งเสริมงานวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของพื้นที่

นิเวศน์สร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

ดึงดูดเงินลงทุนเข้ามาในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรม การพัฒนาเชิงสังคม ตลอดจนยกระดับเครือข่ายผู้ประกอบการและนิเวศน์สร้างสรรค์ของเมือง

รายละเอียดโครงการ

- ศึกษาและจัดทำ Roadmap และ Action Plan ของกรุงเทพมหานคร เพื่อยืนยันความประสงค์ในการสมัครเป็น World Design Capital ในปี 2022 ซึ่งประกอบไปด้วยเนื้อหาและรายละเอียดของการจัดทำโครงการสร้างสรรค์
- นอกจากนี้ ยังสามารถดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับโครงการส่งเสริมและพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ (Creative District) ของประเทศไทยซึ่งมีกรุงเทพเป็นหนึ่งในโครงการนำร่อง ก่อนที่จะนำโมเดลไปพัฒนาอีกพื้นที่อื่นของประเทศไทย



WORLD
DESIGN
ORGANIZATION

ตัวอย่าง โครงการส่งเสริมและพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ (Creative District)

นิเวศน์สร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นต้นแบบของการพัฒนาพื้นที่และสินทรัพย์เก่าให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ และส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ผ่านการฟื้นฟูธุรกิจ ชุมชนเมือง และการพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของเมือง

รายละเอียดโครงการ

- เทศกาลความคิดสร้างสรรค์ และกิจกรรมส่งเสริมย่านสร้างสรรค์
 - การสร้างแนวร่วมการพัฒนา
 - เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ
- การออกแบบพื้นที่สาธารณะ และส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์
 - ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากอาคารเก่า
 - เพิ่มศักยภาพการเข้าถึง และเชื่อมต่อภายในพื้นที่
 - สนับสนุนการใช้พื้นที่สาธารณะ
 - ปรับปรุงภูมิทัศน์เมือง
- การจัดทำแผนแม่บท และแผนเศรษฐกิจย่านสร้างสรรค์
 - จัดทำแผนแม่บทการพัฒนา
 - จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจ



ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มย่อย

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคหรือความท้าทายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายกลุ่มย่อย เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในทางปฏิบัติและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน มีข้อค้นพบที่สำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage)

จากการถอดบทเรียนของการศึกษาวิจัยกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage) อันได้แก่ อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม นั้น มีข้อค้นพบหลักดังต่อไปนี้

(1) ปัญหาเรื่องถ่ายทอดองค์ความรู้ในการผลิตงานฝีมือ เพราะงานทางหัตถกรรมนั้นมีหัวใจการผลิตอยู่ที่คุณภาพของชิ้นงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าจากการศึกษาพบว่า ประเด็นเรื่องความขาดแคลนแรงงานฝีมือถือเป็นจุดเปราะบางที่สำคัญในอนาคต เนื่องจากปัจจุบันแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมหัตถกรรมลดน้อยลงขณะที่กว่าแรงงานจะสามารถผลิตชิ้นงานได้อย่างมีคุณภาพก็ต้องอาศัยเวลาในการบ่มเพาะฝีมือด้วยจากเสียงสะท้อนของผู้ประกอบการในภาพในทิศทางเดียวกันว่ามีความกังวลใจในการหาแรงงานฝีมือในการผลิต แม้ว่าจะให้ค่าจ้างแรงงานสูงก็ตามแต่การพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อทดแทนแรงงานเดิมที่เริ่มสูงอายุก็ไม่สามารถทำได้โดยง่าย ดังนั้นปัญหาแรงงานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการอยู่รอดของอุตสาหกรรมหัตถกรรมอย่างยิ่ง

(2) มีแหล่งเงินทุน และเงินหมุนเวียนของผู้ประกอบการน้อยส่งผลต่อการรับคำสั่งซื้อหรือผลิตจากลูกค้ารายใหญ่ ถือเป็นปัญหาระดับพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจในระดับ SMEs และ/หรือวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นซึ่งต้องอาศัยเงินลงทุนกับเครื่องจักร การจ้างแรงงานฝีมือที่ชำนาญ รวมไปถึงเงินทุนในการสต็อกสินค้าเพื่อผลิตตามคำสั่งซื้อที่อาจมีจากต่างประเทศในปริมาณที่มาก ดังนั้น ปัญหาขาดแคลนเงินทุน หรือขาดเงินหมุนเวียนย่อมส่งผลต่อการยกระดับกิจการเพื่อตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคซึ่งเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสที่สูงสูญเสียไปแม้ว่าผลิตภัณฑ์จะได้รับความสนใจในตลาดก็ตาม

(3) การลงทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาผู้ประกอบการระดับ SMEs และวิสาหกิจชุมชนไม่อาจแบกรับภาระได้เพราะแม้ว่าชิ้นงานจะเป็นที่สนใจของตลาดแต่การเพิ่มมูลค่าสินค้าในระยะยาวนั้นจะต้องอาศัยทั้งเงินลงทุน และเวลาค่อนข้างมากซึ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมอาจมีข้อจำกัด สำหรับกรอบการวิจัยและพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมนั้นควรพิจารณาด้วยกันใน 2 มิติคือ

- การวิจัยและพัฒนาที่เน้นการออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าสำหรับสินค้าหัตถกรรมที่ขายขั้นสุดท้าย (Final Products) ซึ่งขายตรงยังผู้บริโภคได้ทันที อาทิ งานไม้ งานเฟอร์นิเจอร์ งานเซรามิก งานอัญมณีซึ่งชิ้นงานที่ผลิตขึ้นจะถูกขายโดยตรงไปยังผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาเหล่านี้ต้องอาศัยการเพิ่มทักษะในการออกแบบเพิ่มเติมเข้าไปในชิ้นงานซึ่งการวิจัยและพัฒนาจะต้องสามารถเชื่อมโยงการออกแบบที่พอเหมาะ กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดโดยยังรักษาฝีมือทางหัตถศิลป์เอาไว้ได้

- การวิจัยและพัฒนาที่สร้างวัตถุดิบต้นน้ำให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อาทิ กลุ่มผลิตภัณฑ์วัตถุดิบสิ่งทอ กลุ่มการผลิตกระดาษซึ่งสินค้าเหล่านี้จะส่งผ่านไปยังอุตสาหกรรม

แฟชั่น อุตสาหกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการแปรรูปต่อไป ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาในกลุ่มสินค้าตั้งต้นจึงมีโจทย์สำคัญอยู่ที่การทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น หรือสามารถนำไปผสมผสานเข้ากับวัตถุดิบอื่นๆ ได้อย่างน่าสนใจ หลากหลายมากขึ้นเพื่อป้อนสู่อุตสาหกรรมต่อเนื่องในการสร้างมูลค่าสูงขึ้นเป็นลำดับ หรืออาจเป็นการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบต่างๆ ที่มีอยู่เดิมมีคุณภาพสูงขึ้นจนสามารถทดแทนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกในอีก ๕-๑๐ ปีข้างหน้า ตัวอย่างเช่น เส้นใยสังเคราะห์ที่มีคุณภาพสูงขึ้นเพื่อป้อนสู่อุตสาหกรรมแฟชั่น เป็นต้น

(4) สินค้าหัตถกรรมจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีลักษณะใกล้เคียงกับของไทยจะเข้ามาเป็นคู่แข่งสำคัญในตลาดต่างประเทศมากขึ้นในอนาคต แม้ว่าจากการศึกษาพบว่าทักษะฝีมือในงานหัตถกรรมของไทยนั้นจะมีความละเอียดประณีตมากกว่าโดยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในย่านอาเซียน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาในแง่ของการเป็นคู่แข่งที่มีฐานทรัพยากรธรรมชาติ อาทิ ไม้ หินมีค่า นั้นประเทศเพื่อนบ้านยังมีวัตถุดิบในการผลิตอุดมสมบูรณ์และราคาถูกซึ่งในอนาคตหากมีการพัฒนาทักษะการผลิตที่เพิ่มความประณีตมากขึ้นแล้ว ประเทศเพื่อนบ้านของไทยก็จะกลายเป็นคู่แข่งสำคัญในตลาดต่างประเทศได้ เพราะโดยพื้นฐานของเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมีความคล้ายคลึงกับสินค้าของไทยค่อนข้างมาก

2. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานศิลปะ (Arts)

จากการถอดบทเรียนจากการวิจัยกลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์และศิลปะการแสดงพบว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง และมีมูลค่าเพิ่มสูงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังสามารถสร้างห่วงโซ่ของมูลค่าเพิ่มได้ในการศึกษานี้มีข้อค้นพบดังนี้คือ

(1) ในแง่การสร้างสรรคผลงานศิลปปินไทยมีความสามารถทัดเทียมและมีศักยภาพที่สามารถแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง แต่การขาดโอกาสที่จะได้เห็นงานศิลปะชั้นเยี่ยม หรือการแสดงที่ได้มาตรฐานนั้นเป็นเรื่องยากไม่น้อย ดังนั้น การสร้างโอกาสที่จะทำให้ศิลปินสามารถเข้าถึงและสัมผัสประสบการณ์ตรงในโลกศิลปะนานาชาติและการแสดงนานาชาติเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ซึ่งจะต้องแสวงหาช่องทางใด ๆ ที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ เช่น การนำไปทัศนศึกษา การให้ทุนการศึกษา การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

(2) ในแง่โครงสร้างพื้นฐาน จะเห็นได้ว่าประเทศไทยขาดหอศิลป์ หรือแกลลอรีที่อยู่ในระดับมาตรฐานนานาชาติ ทั้งการจัดการ การภัณฑารักษ์ การขาย การจัดส่ง ซึ่งต้องอาศัยความรู้ในระดับหนึ่ง ในแง่นี้ การวางแผนสร้างหรือส่งเสริมโรงละคร หอศิลป์ในรูปองค์กรไม่แสวงหากำไรจึงจำเป็น

(3) กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมที่ไม่เน้นก่อผลกำไร ในแง่นี้หากจะเกิดผลกำไรขึ้นและสามารถดำเนินการแสดงได้ยาวนานก็ถือว่าเป็นความสำเร็จ แต่ก็ไม่ควรประเมินว่าทุกกิจกรรมต้องประสบผลสำเร็จจากการวัดผลกำไร

(4) การวางแผนให้มีสภาศิลปวัฒนธรรมแห่งชาติ เพื่อพิจารณาให้ทุนสนับสนุนกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมและการแสดงนั้นเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วน โดยต้องอาศัยผู้ชำนาญการที่หลากหลายสาขาร่วมกันไม่ควรจะผูกขาด และควรคำนึงถึงภูมิหลังของกรรมการที่หลากหลาย ตลอดจนรัฐต้องใช้งบประมาณที่ชัดเจน ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างระบบการลดหย่อนภาษีอากรที่เป็นระบบสำหรับผู้อุดหนุนศิลปวัฒนธรรม หรือผู้ทำงานศิลปะ

(5) การยกระดับความรู้ของผู้บริโภคงานศิลปวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างอุปสงค์ภายในของงานศิลปวัฒนธรรม

3. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานสื่อ (Media)

จากการถอดบทเรียนจากการวิจัยกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานสื่อ (Media) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ ภาพยนตร์ การพิมพ์ การแพร่ภาพและกระจายเสียง และดนตรี พบว่า เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีพลวัตค่อนข้างสูงในปัจจุบันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้กลายเป็นประเด็นท้าทายแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมในปัจจุบันอย่างยิ่งนั้น มีข้อค้นพบหลักดังต่อไปนี้

(1) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้แก่

- การขาดแคลนเงินทุนในการเริ่มดำเนินการ หรือทำธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ การพิมพ์ การแพร่ภาพและกระจายเสียง และดนตรี ยังคงเป็นประเด็นที่สำคัญกับเข้ามาดำเนินธุรกิจรุ่นใหม่ ๆ ทำให้มีผลต่อความหลากหลายของประเภทสินค้าหรือบริการในตลาด

- ผลของการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ราคาของอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด แม้จะยังคงมากอยู่สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ ดังนั้น สำหรับนักธุรกิจที่มีความพร้อม ปัญหาการเข้าถึงอุปกรณ์ที่มีระดับเทคโนโลยีที่สูงเหล่านี้นี้มีแนวโน้มลดลงตามลำดับ ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการเองก็สามารถลดต้นทุนการดำเนินการ และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับการดำเนินงานในอดีต ดังนั้น แนวทางการสนับสนุนจากรัฐบาลในระยะต่อไปจึงควรอยู่ในรูปแบบของเงินทุนสนับสนุนในการจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านการผลิตที่เป็นนวัตกรรมกรรมใหม่ เป็นต้น

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเป็นปัจจัยที่สำคัญในปัจจุบัน คือ ภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นอย่างมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตจาก เช่น ดิจิทัลทีวี แพลตฟอร์มการให้บริการสื่อรูปแบบใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เป็นต้น ทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการทางด้านต้นทุน และพัฒนาฐานรายได้โดยมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการรายเดิมที่มีความพร้อมมากกว่า เช่น ด้านเงินทุน และประสบการณ์ จึงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างมาก ทำให้สามารถผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพได้มากกว่า ทำให้ได้รับความนิยมมากกว่าตามมา ทำให้ประเด็นนี้จึงอาจเป็นข้อได้เปรียบหลักที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพิจารณาหากต้องการให้เกิดการแข่งขันอย่างแท้จริงในภาคอุตสาหกรรม

(2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และศักยภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่

- ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจในระดับมาตรฐานสากล นอกจากนี้ จากการศึกษา พบว่า บุคลากรในภาคธุรกิจที่มีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์จริง ยังเป็นที่ขาดแคลนอยู่ในปัจจุบันประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อรูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค การพัฒนาบุคลากรที่สามารถผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง จึงเป็นที่ต้องการอย่างยิ่ง

- สำหรับภาคธุรกิจที่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคลของบุคลากร เช่น ผู้ประกาศข่าว ผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ ผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียง ครูสอนดนตรี นักแต่งเพลง เป็นต้น การขาดแคลนบุคลากรเหล่านี้ หรือผลกระทบจากการย้ายค่ายย่อมส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์อย่างแท้จริงในการดำเนินงาน ซึ่งภาคธุรกิจต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในพัฒนาบุคลากรเหล่านี้ รวมถึงสร้างทีมงานสนับสนุนใหม่ด้วยเช่นกัน

- ขาดแคลนนักกฎหมายเฉพาะทางด้านธุรกิจเฉพาะ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการค้าขายทั้งในและต่างประเทศ และเป็นกลไกที่สำคัญในการรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดโลก

- สร้างเครือข่ายคนทำงานในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือบุคลากรที่สามารถบูรณาการความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม และต่อยอดออกมาในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรมสำหรับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

(3) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่

- ปัจจุบันยังขาดองค์ความรู้ด้านเทคนิคการผลิตที่อาศัยความรู้ด้านเทคโนโลยีอย่างมาก ซึ่งการต่อยอดดังกล่าวต้องมีการวิจัยและพัฒนาเฉพาะทางและต่อเนื่อง

- กฎระเบียบการเซ็นเซอร์ (Censor) ของภาครัฐ การขออนุญาตผลิต VCD DVD ที่ถูกลิขสิทธิ์ยังมีขั้นตอนยุ่งยากและใช้เวลานาน ทำให้ผู้ผลิต VCD DVD ผิดลิขสิทธิ์อาศัยช่องว่างดังกล่าวผลิตออกมาขายด้วยความรวดเร็วกว่าเจ้าของลิขสิทธิ์

- ประเทศไทยไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศโดยตรงซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างชาติซึ่งแตกต่างกับหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศที่มีหน่วยงานชัดเจน ตัวอย่างเช่น ประเทศจีนมีหน่วยงาน Film China Lab Broadcasting Bureau ที่รับผิดชอบประเด็นดังกล่าวโดยตรง ขณะที่ในกรณีประเทศไทยยังขาดมาตรฐานการพิจารณาที่ชัดเจนสำหรับการอนุญาตถ่ายทำในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีการเก็บภาษีที่ซับซ้อนและมีหลักเกณฑ์ไม่ชัดเจน เช่น การเก็บภาษีนักแสดงที่เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ทำให้เกิดความสับสนของผู้มีภาระภาษีซึ่งอาจไม่ดึงดูดผู้ผลิตภาพยนตร์ที่ต้องการมาถ่ายทำในประเทศไทย

- การเปลี่ยนแปลงการกำกับดูแลการประกอบกิจการมีส่วนอย่างยิ่งทำให้โครงสร้างการดำเนินงาน การแข่งขัน และรายละเอียดอื่นๆ มีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น จำนวนโฆษณาที่ถูกจำกัด เป็นต้น ทำให้กลุ่มธุรกิจเหล่านี้มีความเสี่ยงสูงขึ้นจากข้อระเบียบดังกล่าว ซึ่งนับเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการให้บริการแก่ผู้บริโภค หากกิจการไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเกี่ยวกับสิทธิ หรือ สัมปทาน ทำให้ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินของธุรกิจและรายได้ของในอนาคตได้

(4) ทรัพยากรทางปัญญา ได้แก่

- ปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ของด้านผู้บริโภคที่หันไปซื้อภาพยนตร์ผิดลิขสิทธิ์ จากแผ่น VCD DVD รวมไปถึงการโหลดจาก Website ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญอย่างยิ่งที่รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด
- ปัญหาการใช้ Software ผิดกฎหมาย ถือเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากต้นทุนลิขสิทธิ์ของโปรแกรมที่ใช้ผลิตภาพยนตร์มีราคาสูงในประเทศไทย อาทิ โปรแกรม CG สำหรับภาพจำลอง 3 มิติ ซึ่งเป็นผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ในการผลิตภาพยนตร์ตามไปด้วย
- ส่งเสริมการเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ที่อยู่บนหลักของการอ้างอิง และการทำสำเนาที่มีความถูกต้องเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการป้องกันการนำเนื้อหาไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง และทำให้เจ้าของผลงานเสียผลประโยชน์
- จากเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการพัฒนาค่อนข้างมาก ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหารายการ ดนตรี เพลง หรืองานสิ่งพิมพ์ มีการเผยแพร่ออกอากาศผ่านช่องทางสาธารณะมากขึ้น เช่น YouTube หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ล้วนเป็นปัจจัยเชิงลบที่ส่งผลต่อรายได้ของศิลปินสำคัญ แต่หากผู้ประกอบการสามารถรับมือกับปัจจัยนี้ได้ ก็สามารถเปลี่ยนเป็นผลเชิงบวกต่อรายได้ได้ด้วยเช่นกัน เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง และมีตลาดที่ใหญ่ขึ้น สามารถช่วยลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการได้
- ผู้ผลิตเนื้อหารายการมีช่องทางหลากหลายมากขึ้นในการพัฒนาเนื้อหารายการให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค แต่ทั้งนี้ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อผู้ผลิตเนื้อหารายการเช่นกัน เพราะช่องทางการให้บริการสื่อรูปแบบใหม่มีมากขึ้น เช่น YouTube, Facebook Live, Line, Streaming, Netflix เป็นต้น ดังนั้น ผู้ผลิตเนื้อหารายการจึงต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหารายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับช่องทางการรับสื่อ พฤติกรรมของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว

4. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)

จากการถอดบทเรียนของการศึกษาวิจัยกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งประกอบด้วย อุตสาหกรรมการออกแบบ อุตสาหกรรมแฟชั่น การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม อุตสาหกรรมโฆษณา และอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ นั้น มีข้อค้นพบหลักดังต่อไปนี้

(1) ประเด็นวิกฤติที่อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้กำลังเผชิญและจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่เป็นกระแสหลักของโลก (Mega trend) อาทิ ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ นวัตกรรม ความเป็นเมืองที่มากขึ้น (Urbanization) การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภค ความเข้าใจและตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงข้างต้นเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการสร้างผลงานที่สามารถตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้ทั้งในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic) ประโยชน์การใช้งาน (Function) และรวมถึงการนำเสนออัตลักษณ์เฉพาะของงานสร้างสรรค์นั้น ๆ (Identity)

(2) มีความจำเป็นที่จะต้องมีนโยบายและยุทธศาสตร์มารองรับการสร้างให้ผู้ประกอบการแบบดั้งเดิมเปลี่ยนไปเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurs) ด้วยการเสริมสร้างศักยภาพ (Capacity Building) ด้านต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งศักยภาพในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ในเชิงการบริหาร

จัดการ มีการลงทุนด้านการศึกษาและการฝึกอบรม มีการออกแบบหรือปรับเปลี่ยนหลักสูตรการศึกษาในแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องให้ตอบโจทย์ของโลกสมัยใหม่ มีการให้ทุนวิจัยสนับสนุนการสร้างสรรคผลงาน

(3) เพื่อเป็นการผ่อนคลายข้อจำกัดด้านเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตงานสร้างสรรค์แต่ยังไม่มีเงินทุนเพียงพอ การจัดหาแหล่งเงินทุนจึงยังเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมี

(4) เนื่องจากแพลตฟอร์มของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคมีการย้ายไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์และดิจิทัลมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งกิจกรรมการรับส่งสาร การสื่อสาร ธุรกิจการค้าขาย ภาครัฐจึงจำเป็นต้องมีการขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้มีความครอบคลุมถึงระดับภูมิภาคและในชนบท ขยายการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านระบบ 4G รวมไปถึงการเตรียมการรองรับเทคโนโลยีที่จะเกิดใหม่อย่าง 5G ด้วยความเร็วเพื่อการวางพิมพ์เขียวเครือข่าย Broadband

(5) การปกป้องการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งของการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการผลิตงานสร้างสรรค์ ผู้ผลิตงานสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีหลักประกันให้มั่นใจได้ว่า เมื่องานของตนได้ถูกผลิตขึ้นมาแล้ว จะได้รับการปกป้องคุ้มครองสิทธิในการใช้ประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์และไม่เชิงพาณิชย์ ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องมีความชัดเจนในกฎระเบียบ การบังคับใช้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พร้อม ๆ กับการสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องดังกล่าวให้กับประชาชนในฐานะผู้บริโภคด้วย

ตารางที่ 8 ภาพรวมประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ภาพรวมประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์							
	การถ่ายทอดองค์ความรู้และการเข้าถึงข้อมูล	แรงงานฝีมือและศักยภาพของบุคลากร	การเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่างๆ	การพัฒนาทางเทคโนโลยี	ช่องทางในการนำเสนอและจัดจำหน่าย	มาตรฐานผลิตภัณฑ์/บริการ	ทรัพย์สินทางปัญญา	โครงสร้างพื้นฐาน
กลุ่มงานมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage)	✓	✓	✓		✓	✓		
กลุ่มงานศิลปะ (Arts)	✓		✓	✓	✓	✓		✓
กลุ่มงานสื่อ (Media)		✓	✓	✓			✓	✓
กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

จากแผนภาพในข้างต้น พบว่า ประเด็นในการพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบไปด้วย ประเด็นการพัฒนาในภาพรวมทั้ง 8 ประเด็น ซึ่งในแต่ละประเด็นจะมีความซับซ้อนและรายละเอียดของการพัฒนาที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม/สาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยข้อมูลสถานการณ์นี้ จะเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับศักยภาพ ความได้เปรียบและจุดอ่อนภายใต้การดำเนินงานในสถานการณ์ปัจจุบันต่อไป

ภาคผนวก ค แนวทางการกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับสากล

จากการกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายใต้หน่วยงานหรือองค์กรแต่ละประเทศนั้น โดยส่วนมากจะเป็นการระบุกลุ่มประเภทของสินค้าและบริการ ซึ่งในปัจจุบันมีหน่วยงานที่จัดทำแนวทางการจำแนกประเภทสินค้าและบริการอยู่ 6 หน่วยงานหลัก โดยส่วนมากจะเป็นการจำแนกตามชนิดสินค้าและบริการ รวมถึงการจำแนกตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยวิธีการจำแนกและกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของหน่วยงานหลักมีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้หลักเกณฑ์ด้านวัฒนธรรม (Symbolic Texts Model)

Symbolic Texts Model เป็นแนวทางการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อีกแบบหนึ่งซึ่งริเริ่มโดย David Hesmondhalgh ศาสตราจารย์ด้านสื่อและการสื่อสารชาวอังกฤษ โดยในหนังสือเรื่อง The Cultural Industries ปี 2002 Hesmondhalgh ได้พัฒนา Symbolic Texts Model ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างข้อความ (Texts) ที่อยู่บนพื้นฐานของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industries) และสื่อสารข้อความเหล่านั้นไปยังสาธารณชนเพื่อให้เกิดความหมายและคุณค่าทางสังคม (Production of Social Meaning) ซึ่งข้อความในความหมายนี้จะรวมถึงบทเพลง (Songs) วรรณกรรมและเรื่องเล่า (Narratives) การแสดงต่าง ๆ (Performances)

ทั้งนี้ โมเดลดังกล่าวถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมหลัก เนื่องจากมีเจตนาการผลิตข้อความเพื่อเชิงอุตสาหกรรมหรือการค้าเป็นหลัก (Industrial Production) และมีการกระจายข้อความเหล่านั้น (Circulation of Texts) ไปสู่สาธารณชน ซึ่งการที่อุตสาหกรรมต่าง ๆ จะถูกนิยามเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้นั้นจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามนิยามที่ว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นจะต้องถูกจัดให้อยู่ในขั้นตอนใดก็ได้ของ กระบวนการที่วัฒนธรรมของสังคมได้เข้าถึงมวลชน ตั้งแต่การผลิตข้อความ การสื่อสาร และกระจาย เผยแพร่ข้อความ เพื่อส่งข้อความเหล่านั้นไปยังสาธารณชน ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การกระจายเสียง/ถ่ายทอดสด (Broadcasting) วีดิโอและเกมคอมพิวเตอร์ และการโฆษณา และการตลาด เป็นต้น”

ภายใต้นิยามและแนวทางการกำหนดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าว สามารถสรุปกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้เป็น 3 กลุ่มหลัก 12 กลุ่มย่อย ดังนี้

- **กลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมหลัก (Core cultural industries)** มี 7 กลุ่มย่อย ได้แก่ โฆษณา (Advertising) ภาพยนตร์ (Film) อินเทอร์เน็ต (Internet) ดนตรี (Music) สื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing) โทรทัศน์และวิทยุ (Television and radio) วีดิโอและเกมคอมพิวเตอร์ (Video and computer games)

- กลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมรอง (Peripheral cultural industries) มี 1 กลุ่มย่อย ได้แก่ นฤมิตศิลป์ (Creative arts)
- กลุ่มอุตสาหกรรมกึ่งวัฒนธรรม (Borderline cultural industries) มี 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการบริโภค (Consumer electronics) เสื้อผ้าแฟชั่น (Fashion) ซอฟต์แวร์ (Software) กีฬา (Sport)

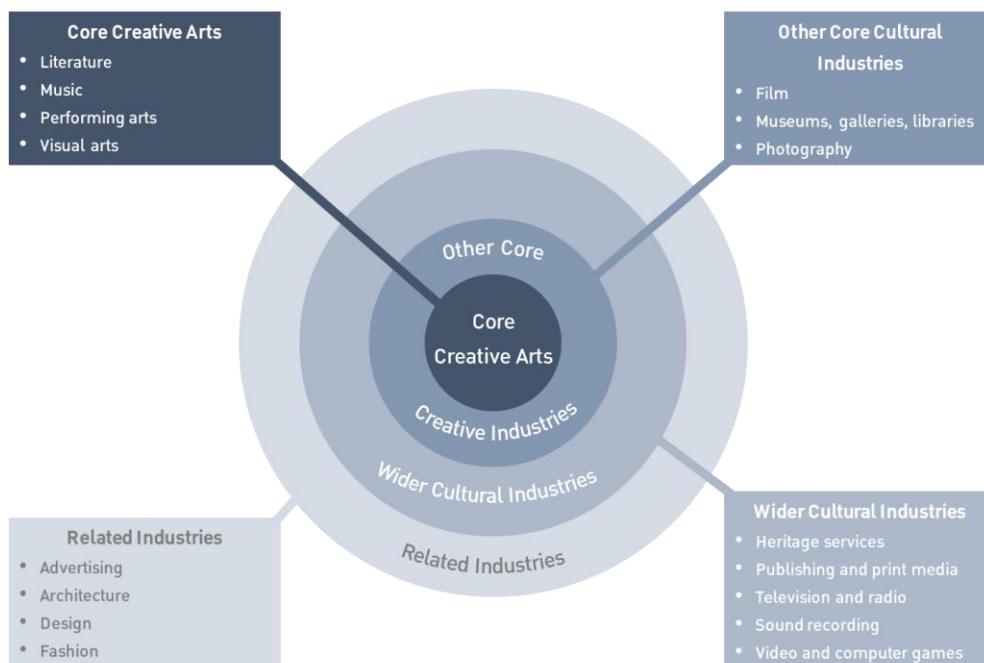
แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้หลักเกณฑ์ทางด้านศิลปะ (Concentric Circle Model)

Concentric Circle Model นั้นเป็นโมเดลในการจำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จัดทำขึ้นโดย David Throsby นักเศรษฐศาสตร์ชาวออสเตรเลีย ซึ่ง Throsby นั้นมองว่าใจความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นอยู่ในคุณค่าเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น โมเดลการจำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมของ Throsby นั้น จึงให้น้ำหนักกับสินค้าและบริการที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมค่อนข้างมาก โดย Throsby มองว่าสินค้าและบริการเหล่านี้มีการสร้างคุณค่าอยู่ 2 รูปแบบ คือ คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ และคุณค่าเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการพิจารณาคุณค่าทั้ง 2 ด้านนี้จะช่วยให้สามารถจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกจากอุตสาหกรรมทั่วไปได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจากสินค้าและบริการต่างๆ จะมีระดับคุณค่าเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป โดยแบ่งเป็น 4 ระดับได้แก่

- **ระดับนฤมิตศิลป์หลัก (Core creative arts)** ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าบริการ 4 ประเภท ได้แก่ วรรณกรรม (Literature) ดนตรี (Music) ศิลปะการแสดง (Performing arts) และทัศนศิลป์ (Visual arts)
- **ระดับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมหลัก (Other core cultural industries)** ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าบริการ 3 ประเภท ได้แก่ ภาพยนตร์ (Film) พิพิธภัณฑ์ แกลลอรี และห้องสมุด (Museums, galleries, libraries) และการถ่ายภาพ (Photography)
- **ระดับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมรอง (Wider cultural industries)** ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าบริการ 5 ประเภท ได้แก่ บริการด้านมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage services) สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Publishing and print media) การอัดเสียง (Sound recording) โทรทัศน์และวิทยุ (Television and radio) วีดีโอและเกมส์คอมพิวเตอร์ (Video and computer games)
- **ระดับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (Related industries)** ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าบริการ 5 ประเภท ได้แก่ โฆษณา (Advertising) สถาปัตยกรรม (Architecture) การออกแบบ (Design) และแฟชั่น (Fashion)

โดยรายละเอียดและภาพรวมของการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามแบบ Concentric Circle Model สามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 7 Concentric Circle Model



ที่มา: The concentric circles model of the cultural industries (2008)

แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD

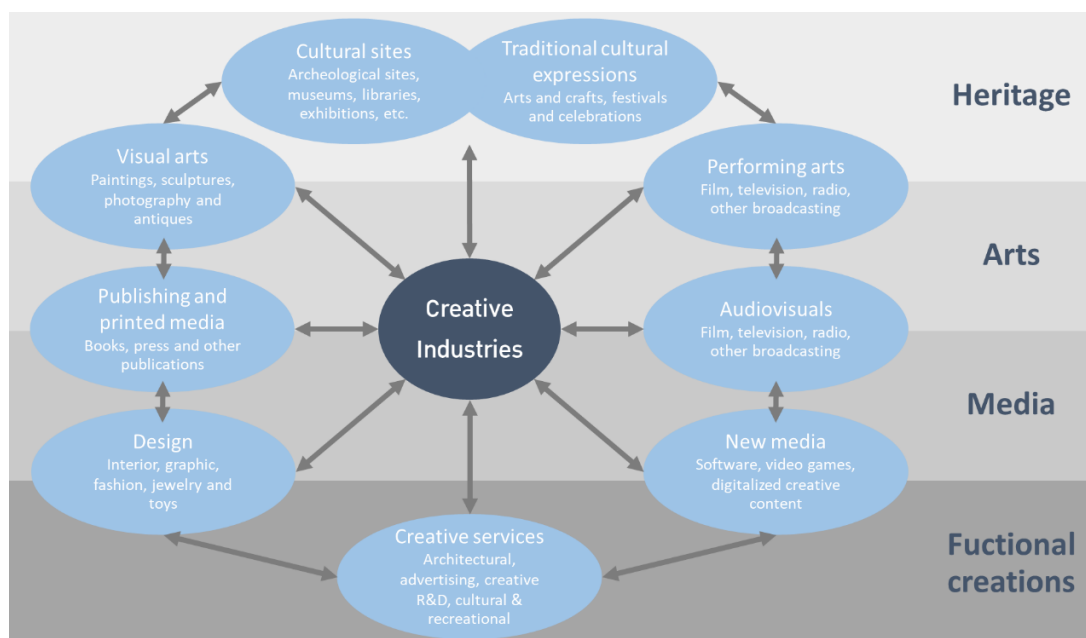
สำหรับองค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนาหรือ UNCTAD นั้นจะมีแนวทางในการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ใช้กรอบของความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจแต่ละประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมที่มีคุณสมบัติของชิ้นงานที่นับว่าเป็นศิลปะ (Artistic component) เนื่องจากมุมมองเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของทาง UNCTAD นั้นมีความหมายเกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจใด ๆ ที่มีการสร้างผลงานที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic product) ซึ่งสามารถนับเป็นทรัพย์สินทางปัญญาและมีศักยภาพในการเป็นสินค้าบริการเชิงพาณิชย์ได้

ทั้งนี้ UNCTAD ได้มีการจำแนกกิจกรรมดังกล่าวเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กิจกรรมต้นน้ำ (Upstream activities) และกิจกรรมปลายน้ำ (Downstream activities) ซึ่งในที่นี้ กิจกรรมต้นน้ำหมายถึงกิจกรรมที่เน้นคุณค่าเชิงศิลปะและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมมากกว่าคุณค่าในเชิงพาณิชย์ เช่น ศิลปะการแสดง ผลงานจิตรกรรมต่าง ๆ ในขณะที่กิจกรรมปลายน้ำนั้นจะหมายถึงกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นการสร้างคุณค่าในเชิงพาณิชย์ เช่น ภาพยนตร์โฆษณา สื่อ ฯลฯ ซึ่งความหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นจะครอบคลุมทั้ง 2 กลุ่มที่กล่าวมา แต่นิยามของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมนั้นจะมีความหมายตรงกับกลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำเพียงอย่างเดียว

ดังนั้น ในมุมมองของ UNCTAD จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ในรายงานเรื่อง The Challenge for Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making ที่จัดทำขึ้นในปี 2008 นั้น ทาง UNCTAD ได้มีการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งใน 4 กลุ่มหลักนี้ยังมีการจำแนกลงไปอีกเป็น 9 กลุ่มย่อย ดังแสดงในแผนภาพดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 8 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD



ที่มา: Creative Economy Report 2008 โดย UNCTAD

โดยกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) นั้นถือว่าเป็นจุดกำเนิดของศิลปะและวัฒนธรรมต่าง ๆ ดังนั้น UNCTAD จึงนำเอาคุณสมบัติดังกล่าวมาใช้เป็นจุดเริ่มต้นของการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในที่นี้ โดยมรดกทางวัฒนธรรมนั้นสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

- **การแสดงออกถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมดั้งเดิม (Traditional cultural expressions)**
ได้แก่ ศิลปะและงานหัตถกรรม (Arts and Crafts) งานเทศกาลและการเฉลิมฉลอง (Festivals and celebrations)
- **สถานที่เชิงวัฒนธรรม (Cultural sites)** ประกอบด้วย โบราณสถาน (Archeological sites) พิพิธภัณฑ์ (Museums) ห้องสมุด (Libraries) และงานนิทรรศการ (Exhibitions)

ส่วนกลุ่มศิลปะ (Arts) นั้นเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีรากฐานจากศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศเพียงอย่างเดียว ซึ่งผลงานในกลุ่มเหล่านี้มักจะมีแรงบันดาลใจมาจากมรดกทางวัฒนธรรม คุณค่าเชิงเอกลักษณ์ และความหมายเชิงสัญลักษณ์ โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

- **ทัศนศิลป์ (Visual arts)** ได้แก่ ภาพวาด (Paintings) รูปปั้น (Sculpture) ภาพถ่าย (Photography) และวัตถุโบราณ (Antiques)
- **ศิลปะการแสดง (Performing arts)** ได้แก่ การแสดงดนตรีสด (Live music) ละครเวที (Theatre) การเต้นรำ (Dance) โอเปร่า (Opera) ละครสัตว์ (Circus) และการแสดงหุ่นกระบอก (Puppetry)

ในขณะที่สื่อ (Media) นั้นจะเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อความบางอย่างไปสู่สังคมมากกว่าการสร้างคุณค่าในเชิงศิลปะ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

- **สื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and printed media)** ได้แก่ หนังสือ (Books) หนังสือพิมพ์ (Press) และสิ่งพิมพ์อื่นๆ (Publication)
- **สื่อเสียงและภาพเคลื่อนไหว (Audiovisuals)** ได้แก่ ภาพยนตร์ (Film) รายการโทรทัศน์ (Television) รายการวิทยุ (Radio) และการออกอากาศอื่นๆ (Other broadcasting)

กลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้จะเป็นลักษณะของอุตสาหกรรมที่มีการสร้างผลงานตามความต้องการผู้บริโภคมากกว่า ดังนั้นอุตสาหกรรมที่กล่าวถึงส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบการให้บริการตามลักษณะงานมากกว่าสินค้า โดยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่

- **การออกแบบ (Design)** ได้แก่ การออกแบบตกแต่งภายใน (Interior) การออกแบบกราฟิก (Graphic) แฟชั่น (Fashion) อัญมณี (Jewellery) และของเล่น (Toys)
- **สื่อรูปแบบใหม่ (New media)** ได้แก่ ซอฟต์แวร์ (Software) วิดีโอเกมส์ (Video games) และเนื้อหาโฆษณาแบบดิจิทัล (Digitalized creative content)
- **บริการสร้างสรรค์ (Creative services)** ได้แก่ งานสถาปัตยกรรม (Architectural) งานโฆษณา (Advertising) วัฒนธรรมและงานนันทนาการ (Cultural and Recreational) งานวิจัยและพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ (Creative Research and Development) งานดิจิทัลและงานสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Digital and other related creative services)

แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Framework for Cultural Statistics Domains)

ในปี 2009 ทาง UNESCO ได้จัดทำกรอบการศึกษาสำหรับสถิติเชิงวัฒนธรรมหรือ The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS) ขึ้น โดยเป็นผลสืบเนื่องจากการศึกษาวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในหลายประเทศ ซึ่งผลการศึกษานั้นแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นนั้นล้วนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมทั้งสิ้น ดังนั้น ทาง UNESCO จึงได้ปรับกรอบการจำแนก โดยมีปัจจัยเรื่องวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดหลัก ซึ่งการจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มวัฒนธรรมหลัก (Cultural Domains) และกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (Related Domains) ซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นก็ยังมีการแบ่งประเภทของสินค้าและบริการเป็นกลุ่มย่อยอีกด้วย

โดยในกลุ่มวัฒนธรรมหลัก (Cultural Domains) นั้นจะมีการแบ่งประเภททั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่

- **มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ (Cultural and Natural Heritage)** ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ (Museums) สถานที่สำคัญทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ (Archeological and Historical Places) ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม (Cultural Landscapes) และมรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritages)
- **การแสดงและการเฉลิมฉลอง (Performance and Celebration)** ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง (Performing Arts) ดนตรี (Music) และเทศกาล งานแสดงสินค้า และงานเลี้ยง (Festivals, Fairs, and Feasts)
- **ทัศนศิลป์และงานหัตถกรรม (Visual Arts and Crafts)** ประกอบด้วย งานจิตรศิลป์ (Fine Arts) ภาพถ่าย (Photography) และงานหัตถกรรม (Crafts)
- **หนังสือและสิ่งพิมพ์ (Books and Press)** ประกอบด้วย หนังสือ (Books) หนังสือพิมพ์และนิตยสาร (Newspaper and Magazine) สิ่งพิมพ์อื่น ๆ (Other printed matter) ห้องสมุด (Library) และงานมหกรรมหนังสือ (Book Fairs)
- **วิดิทัศน์และสื่อ Interactive (Audio-visual and Interactive Media)** ประกอบด้วย ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film and Video) โทรทัศน์และวิทยุ (TV and Radio) อินเทอร์เน็ตพอดแคสต์ (Internet Podcasting) และวิดีโอเกมส์ (Video games)
- **การออกแบบและบริการสร้างสรรค์ (Design and Creative Services)** ประกอบด้วย การออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) กราฟิกดีไซน์ (Graphic Design) การออกแบบตกแต่ง

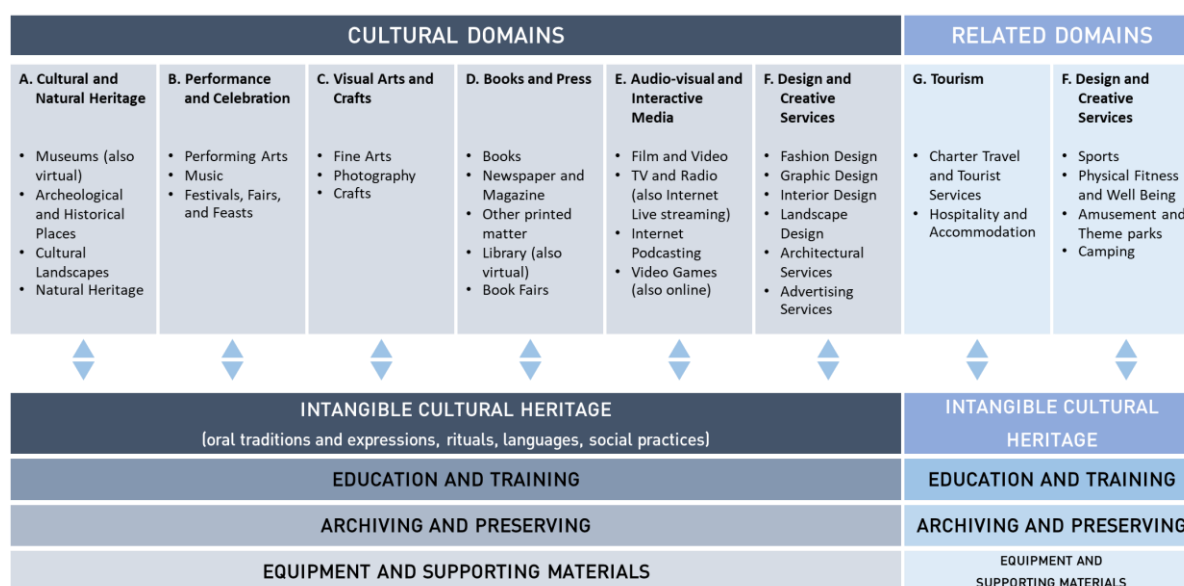
ภายใน (Interior Design) การออกแบบภูมิทัศน์ (Landscape Design) บริการด้านสถาปัตยกรรม (Architectural Services) และบริการด้านโฆษณา (Advertising Services)

ส่วนกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (Related Domains) นั้นมี 2 ประเภท ดังนี้

- **การท่องเที่ยว (Tourism)** ประกอบด้วย ทัวร์นักท่องเที่ยวและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว (Charter travel and tourist services) และที่พักและการต้อนรับ (Accommodation and hospitality)
- **กีฬาและกิจกรรมนันทนาการ (Sports and Recreation)** ประกอบด้วย กีฬา (Sports) ฟิตเนสและบริการด้านความเป็นอยู่ที่ดี (Physical Fitness and Well Being) สวนสนุก (Amusement and Theme parks) และแคมป์ปิ้ง (Camping)

ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ที่กล่าวมานี้ต่างก็ต้องพึ่งพาปัจจัยพื้นฐานที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนา ซึ่งปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ประกอบด้วย เครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุน (Equipment and supporting materials) การเก็บข้อมูลและการเก็บรักษา (Archiving and Preserving) การศึกษาและการอบรม (Education and Training) และมรดกทางวัฒนธรรมแบบไม่มีตัวตน (Intangible Cultural Heritage) เช่น ภาษา ประเพณี แบบแผนทางสังคม ฯลฯ ซึ่งโครงสร้างของการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ของ UNESCO นี้สามารถสรุปได้ดังแผนภาพดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 9 แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของยูเนสโก
(UNESCO Framework for Cultural Statistics Domains)



ที่มา: 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, p.24

แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model)

การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมโดย WIPO นั้น จะแบ่งตามระดับการพึ่งพาลิขสิทธิ์ (Copyright) เป็นสำคัญ ซึ่งจำแนกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลัก (Core Copyright Industries) กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นที่พึ่งพาของอุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลัก หรือที่อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลักต้องพึ่งพา (Interdependent Copyright Industries) และกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมบางส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่มีการปกป้องลิขสิทธิ์ (Partial Copyright Industries) ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นมีรายละเอียด ดังนี้

- โดยกลุ่มอุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลักนั้นหมายถึงอุตสาหกรรมที่มีการพึ่งพาลิขสิทธิ์ในทุกกระบวนการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การสร้างสรรค์ (Creation) การผลิต (Production and Manufacturing) การแสดงและนิทรรศการ (Performance and Exhibition) การเผยแพร่ (Broadcast) การสื่อสาร (Communication) การกระจาย (Distribution) ตลอดจนการขาย (Sales) ของผลงาน (Works) ที่มีการปกป้องลิขสิทธิ์ (Copyright Protection) ประกอบด้วย 9 กลุ่มย่อย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์และงานเขียน (Press and Literature) ดนตรี การผลิตละครเวที และโอเปร่า (Music, Theatrical Productions, Operas) ภาพเคลื่อนไหวและวิดีโอ (Motion Picture and Video) สื่อวิทยุและโทรทัศน์ (Radio and Television) ภาพถ่าย (Photography) ซอฟต์แวร์และฐานข้อมูล (Software and Databases) ทัศนศิลป์และเรขศิลป์ (Visual and Graphic Arts) บริการโฆษณา (Advertising Services) และสังคมแห่งการบริหารในการรวบรวมลิขสิทธิ์ (Copyright Collective Management Societies)
- กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นที่พึ่งพาของอุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลักหรือที่อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลักต้องพึ่งพา (Interdependent Copyright Industries) ซึ่งหมายถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และการขายเครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) ที่ช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกต่อการสร้างสรรค์ (Creation) การผลิต (Production) หรือ การใช้ประโยชน์ (Use) ผลงานที่มีการปกป้องลิขสิทธิ์ หรืออีกนัยหนึ่ง อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลักดังกล่าวข้างต้นประกอบด้วย เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ เครื่องดนตรี เครื่องมืออุปกรณ์ถ่ายภาพและถ่ายทำภาพยนตร์ เครื่องถ่ายเอกสาร วัสดุบันทึกภาพและเสียง (Blank Recording Material) และกระดาษ
- กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมบางส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่มีการปกป้องลิขสิทธิ์ ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย ลายผ้าและสิ่งประกอบเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และเหรียญ หัตถศิลป์ (Crafts) เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนและผลิตภัณฑ์ประดับฝาผนัง ของเล่นและ

เกมส์ สถาปัตยกรรม วิศวกรรมและการสำรวจ การออกแบบตกแต่งภายใน (Interior Design) และ
พิพิธภัณฑ

แนวทางการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราชอาณาจักร (The UK DCMS model)

ประเทศอังกฤษถือเป็นประเทศต้นแบบในการนำแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีการจัดการ การกำหนดขอบเขต การจัดเก็บข้อมูล และจำแนกกลุ่มของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอังกฤษเป็นอย่างมากทั้งทางด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจ้างงานของประเทศ

โดย DCMS ของอังกฤษได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ “อุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และพรสวรรค์ ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวมีศักยภาพในการสร้างความมั่งคั่งและการสร้างงาน โดยผ่านการสร้างขึ้นและการแสวงหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา ” ซึ่งนิยามของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดย Department of Digital, Culture, Media and Sport (DCMS) ได้ถูกนำไปปรับใช้โดยประเทศอื่นๆ เช่น สิงคโปร์ และเขตปกครองพิเศษฮ่องกงอีกด้วย

กระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราชอาณาจักรถือเป็นองค์กรแรกที่มีการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยแนวทางที่ DCMS ใช้จะแนวทางการแบ่งกลุ่มตามประเภทของสินค้าและบริการ ซึ่งขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายใต้ นิยามของ DCMS มีอยู่ทั้งหมด 13 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) โฆษณา (Advertising)
- 2) การออกแบบอาคาร (Architecture)
- 3) งานศิลปะและโบราณวัตถุ (The Art and Antiques Market)
- 4) งานหัตถกรรม (Crafts)
- 5) การออกแบบ (Design)
- 6) การออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่น (Designer Fashion)
- 7) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video)
- 8) ซอฟต์แวร์สำหรับการใช้ชีวิตประจำวันแบบ Interactive (Interactive Leisure Software)
- 9) ดนตรี (Music)
- 10) ศิลปะการแสดง (The Performing Arts)
- 11) สื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing)
- 12) ซอฟต์แวร์และบริการด้านคอมพิวเตอร์ (Software And Computer Services)
- 13) โทรทัศน์และวิทยุ (Television and Radio)

ภาคผนวก ง นโยบายและองค์กรด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายสำคัญของต่างประเทศ โดยในหลายประเทศได้นำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณจากรัฐบาลและภาครัฐแล้วยังจำเป็นต้องกำหนดให้มีหน่วยงานหลักรับผิดชอบด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และทำหน้าที่เชื่อมโยงการดำเนินงานระหว่างทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการนำความคิดสร้างสรรค์และการสร้างแรงบันดาลใจจากพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมของสังคมมาสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่การสร้างคุณค่าทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมโยงกับภาคการผลิตจริง (Real Sector) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและบ่งชี้ถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตัวอย่างประเทศที่นำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน มีดังต่อไปนี้

สหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรเป็นหนึ่งในประเทศแรก ๆ ที่ดำเนินนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่างๆ ให้กลายเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่การใช้นโยบาย Cool Britannia จนถึงกลยุทธ์ Create UK ที่จัดทำขึ้นโดย Creative Industries Council ซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รัฐบาลอังกฤษพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ดังนั้น หน่วยงานที่ดูแลด้านเทคโนโลยี หรือ Technology Strategy Board จึงถูกเรียกชื่อใหม่ว่า Innovate UK¹⁵ เพื่อสะท้อนภารกิจการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์พัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพบนพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล Innovate UK เป็นหน่วยงานที่เป็น Non – Departmental Public Body อยู่ภายใต้ Department of Business Innovation and Skills (BIS) ซึ่ง BIS เป็นหน่วยงานที่นำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มายกระดับและสร้างมูลค่าสินค้าและบริการ มีการผสมผสานการส่งเสริมนวัตกรรมและการสร้างทักษะแรงงาน Innovate UK ทำหน้าที่ส่งเสริมด้านนวัตกรรมโดยทำงานร่วมกับภาคเอกชน และสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประสานงานและสร้างเครือข่ายระหว่างกัน รวมทั้งมีการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนนวัตกรรม โดยรูปแบบการให้ทุนทั้งการประกวดคัดเลือก การให้การสนับสนุนโดยตรง การให้เงินกู้ มีบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมแล้ว กว่า 7,000 บริษัท และมีการสร้างงานแล้วกว่า 55,000 ราย เป้าหมายของการสร้างนวัตกรรม คือ การทำให้เกิดผลิตภาพมากขึ้น (More Productive) และมีนวัตกรรมมากขึ้น (More Innovative) Innovate UK ได้จัดสรรงบประมาณสำหรับการสร้างนวัตกรรมในด้าน Infrastructure System, Manufacturing and Materials, Health and Life Style, Emerging and Enabling

¹⁵ บทบาทหน้าที่ของ Innovation UK ที่มา: วารสาร TCDC OUTLOOK จักรวรรดิแสดงอนาคตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ฉบับเดือนมกราคม-มิถุนายน 2559 หน้า 17
โดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

Technologies, Open Programme¹⁶ นโยบายสำคัญที่รัฐบาลอังกฤษใช้ในการพัฒนาประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 มุ่งเน้นที่กลยุทธ์เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Strategy) เพื่อส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างนวัตกรรม และได้มีการจัดทำกลยุทธ์การออกแบบในนวัตกรรม (Design in Innovation Strategy) เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจนำการออกแบบไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างนวัตกรรมด้วยการ เชื่อมโยงอุตสาหกรรม การออกแบบ และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้ ถึงประโยชน์ของ Design Thinking และ Service Design ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และส่งผลดี ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมอบหมายให้กระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม (Ministry of Economics, Trade and Industry: METI) เป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้นโยบาย “Cool Japan” ซึ่งเน้นการส่งออกสินค้าหรือบริการที่สามารถสะท้อนความเป็นญี่ปุ่น และเป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลก ผ่านแนวทางการพัฒนา 4 ขั้นตอน ได้แก่ การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพในการส่งออก กระตุ้นให้เกิดกระแสญี่ปุ่นนิยมในต่างประเทศ ทำธุรกิจในประเทศเป้าหมาย และดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศ ญี่ปุ่นผ่านโครงการต่างๆ อาทิ Anime Tourism ความร่วมมือระหว่างสำนักพิมพ์ Kadokawa และพันธมิตรซึ่ง ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่นในด้านของเงินทุน และการอำนวยความสะดวกในการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอนิเมะ และมังงะ เพื่อให้ผู้คน โดยเฉพาะชาวต่างประเทศได้เข้าไปเยี่ยมชมสถานที่จริงที่ปรากฏในอนิเมะหรือมังงะที่ชื่นชอบ อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่างๆ รวมถึงพิธีปิดโอลิมปิกที่ประเทศบราซิล นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่น ชินโซะ อาเบะ ได้ปรากฏตัวในชุดของ Mario พร้อมกับ VTR แนะนำ โตเกียวโอลิมปิก 2563 ที่ได้มีการนำเอาตัวละครชื่อดังไม่ว่าจะเป็น กัปตันชีบาสะ Hello Kitty Pac-Man และ Doraemon ผสมผสานกับการกีฬา ซึ่งนับว่าเป็นการปูทางสู่การเติบโตตามนโยบาย Cool Japan ในอนาคต

ประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้ใช้แนวคิด Creative Korea ส่งเสริมการส่งออกเนื้อหา (Korea Content) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัย รวมถึงพัฒนา ด้านนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และ ICT เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วย Startups และพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆจากความคิดสร้างสรรค์ โดยทั้ง รัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่นของเกาหลีใต้และเอกชนได้ร่วมมือกันจัดตั้ง Center for Creative Economy and Innovation

¹⁶ ผลการดำเนินงานของ Innovation UK ที่มา: Facebook ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์ “Deepening UK (3) : Innovate UK และ International Airshow เพราะอังกฤษมี มากกว่าฟุตบอล” วันที่ 15 กรกฎาคม 2559

(CCEI) กว่า 18 แห่งทั่วประเทศ เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่มาจากพื้นฐานทางทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นและบริการให้คำปรึกษาในการต่อยอดธุรกิจ สนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ

ประเทศไต้หวัน

กรุงไทเปได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพเมืองหลวงแห่งการออกแบบโลก (World Design Capital 2016) บนแนวคิด Adaptive City – Design in Motion สนับสนุนให้ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาครัฐ นำการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนา ทั้งในเรื่องของการออกแบบอาคาร สถาปัตยกรรม ผังเมืองและกระบวนการความคิด มุมมองในการรับมือกับความท้าทายในปัจจุบัน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อสร้างโมเดลการพัฒนาเมืองใหม่ ๆ โดยเริ่มจากกรุงไทเป ที่จะเป็ต้นแบบของการพัฒนาเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในไต้หวันให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน โดยในเดือนเมษายนปี 2559 มาในงาน Creative Expo Taiwan 2016 ได้มีการจัดแสดงผลภัณฑ์สร้างสรรค์ผลงานศิลปะ วัฒนธรรมและนวัตกรรมในธีม “The City is the Exhibition; the Exhibition Displays Life” ที่ถูกจัดขึ้นในสถานที่สำคัญต่างๆ รวมถึง YODEX งานแสดงผลงานของนักออกแบบรุ่นใหม่กว่า 9,000 คน ที่ประกอบไปด้วยโปรเจกต์ทั้งหมด 4,000 โปรเจกต์ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

ประเทศจีน

ประเทศจีนใช้แนวคิด Made in China 2025 เมื่อภาคการผลิตในประเทศจีนประสบกับปัญหาเรื่องค่าแรงที่สูงขึ้น และการส่งออกที่ลดลงจากการแข่งขันกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นายกรัฐมนตรีหลี่ เค่อเฉียง จึงรับมือกับปัญหาดังกล่าว ด้วยกลยุทธ์ Made in China 2025 เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ปรับปรุงการใช้ทรัพยากรและพลังงานให้มีประสิทธิภาพ และแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพของสินค้าจีน โดยกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายไว้ 10 ประเภท เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ประหยัดพลังงาน (Energy Saving and New Energy Vehicles) อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์อากาศยาน (Aerospace Equipment) อุปกรณ์และหุ่นยนต์ควบคุมด้วยตัวเลข (Numerical Control Tools and Robotics) และอุตสาหกรรมยาและอุปกรณ์การแพทย์ (Biological Medicine and Medical Devices) เป็นต้น ทั้งนี้ รัฐบาลจีนตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะพัฒนาอุตสาหกรรมเหล่านี้ให้ก้าวขึ้นมาให้ทัดเทียมกับประเทศอุตสาหกรรมของโลกภายในปี พ.ศ. 2592

ประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาใช้แนวคิด A Nation of Makers ในปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา ประธานาธิบดี บารัค โอบามา ประกาศให้ระหว่างวันที่ 12-18 มิถุนายน 2558 เป็นสัปดาห์แห่งการลงมือทำ (National Week of Making) โดยจัดกิจกรรมที่ทำเนียบขาวและสถานที่ต่างๆ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ โรงเรียน มหาวิทยาลัย และพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ ตามนโยบาย Nation of Makers Initiative ที่มีเป้าหมายในการสร้างเมคเกอร์หรือกลุ่มคนที่ใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เครื่องพิมพ์สามมิติ (3D printer) เครื่องตัดเลเซอร์ (Laser cutter) เครื่องจักรซีเอ็นซี (CNC router) ในการผลิตและประยุกต์ใช้งานด้านต่างๆ ให้เกิดขึ้น โดยเริ่มจากการสร้างความสนใจในหมู่นักศึกษาเพื่อเพิ่มจำนวนเมคเกอร์ในอนาคต และการพัฒนาระบบการศึกษาและหลักสูตร STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) ที่นำไปสู่การเกิดไอเดียและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนกระแสความเคลื่อนไหวของเหล่าเมคเกอร์ (Maker Movement) รวมถึงช่วยให้ผู้ผลิตแก้ปัญหาที่พบในอุตสาหกรรมในปัจจุบัน

ประเทศออสเตรเลีย

ใช้แนวคิด Australia Unlimited รัฐบาลออสเตรเลียประกาศนโยบายส่งเสริมนวัตกรรม หรือ National Innovation & Science Agenda เพื่อให้นวัตกรรมและวิทยาศาสตร์เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาสินค้า กระบวนการผลิต และโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ของธุรกิจในทุกภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและทุน (Culture and Capital) โดยใช้นโยบายภาษีและมาตรการสนับสนุน เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจคิดค้นและนำไอเดียใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ด้านความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างนักวิจัยและภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดนวัตกรรมด้านทรัพยากรมนุษย์และทักษะ (Talent and Skills) โดยเฉพาะทักษะทางดิจิทัล เช่น การเขียนโค้ด เป็นต้น และการทำให้รัฐบาลเป็นตัวอย่างที่ดี (Government as an Exemplar) ของการสร้างนวัตกรรม โดยปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการสาธารณะ การเปิดเผยข้อมูล และการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ภาคเอกชนพัฒนาขึ้นมาใช้ในภาครัฐ

การศึกษานโยบายและแนวทางปฏิบัติของต่างประเทศในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในเชิงเปรียบเทียบให้เห็นถึงแนวทางการดำเนินงานขององค์กรในต่างประเทศ ที่สะท้อนให้เห็นถึงการกำหนดนโยบาย ทิศทาง และความก้าวหน้าของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของประเทศ ให้ไทยก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีการพัฒนาและเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืน บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม นวัตกรรมและเทคโนโลยี

**ตารางภาคผนวก ค 1 สรุปรองคร้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของต่างประเทศ: สหราชอาณาจักร,
ประเทศญี่ปุ่น และเขตบริหารพิเศษฮ่องกง**

ประเด็น	1. สหราชอาณาจักร	2. ประเทศญี่ปุ่น	3. เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	4. สาธารณรัฐเกาหลี
หน่วยงานหลักที่ รับผิดชอบ	Department for Digital, Culture, Media and Sports (DCMS)	Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)	Commerce and Economic Development Bureau (CEDB)	Ministry of Science, ICT and Future Planning (MSIP)
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	- UK Trade & Investment (UKTI) ดูแลการส่งเสริมผลงานและโอกาสของนักออกแบบในด้านการตลาด การจัดกิจกรรม สัมมนา การจัดสรรงบประมาณ และส่งเสริมการส่งออกและการลงทุน - Department for Business Innovation & Skills (BIS) ดูแลด้านการพัฒนาทักษะและการศึกษา เพื่อส่งเสริมการค้า กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม และช่วยให้คนริเริ่มทำธุรกิจ - Sector Skill Councils (SSCs) ทำหน้าที่ดูแลเรื่องการพัฒนาทักษะรายอุตสาหกรรมและการจัดทำโครงการพัฒนาบุคลากร โดยได้รับเงินสนับสนุนจาก UK Commission for Employment and Skills (UKCES) ส่วนที่เกี่ยวข้องมี 2 องค์กร คือ Creative	- Creative Industries Division ภายใต้ Commerce and Information Policy Bureau พัฒนาช่องทาง การขยายธุรกิจสู่ตลาด โดยผลักดันนโยบาย Cool Japan ให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ - Industrial Science and Technology Policy and Environment Bureau ดูแลข้อมูลด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม - Trade and Economic Cooperation Bureau ดูแลเรื่องการค้า การออกแบบ และ Japan Brand - METI Creative Industries Internationalization Committee (CIIC) เป็น การรวมกลุ่มนักธุรกิจญี่ปุ่นที่ประสบความสำเร็จในการทำตลาดต่างประเทศ	- Hong Kong General Chamber of Commerce (HKGCC) สนับสนุนและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - Trade and Industry Department และ Hong Kong Economic and Trade Offices ดูแลด้านการค้า และการลงทุน - Intellectual Property Department ดูแลคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา - Hong Kong Design Centre (HKDC) กระตุ้นกลุ่มภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบ และสนับสนุนความเป็นเลิศด้านการออกแบบ - Innovation and Technology Commission ดูแลด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงสนับสนุนด้านเงินทุน	- Creative Economy Policy Bureau ดูแลงานด้านนโยบาย พัฒนาและวิจัยแผนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - Public-Private Creative Economy Committee จัดตั้งขึ้นเกิดจากความร่วมมือของรัฐบาล บริษัท SMEs บริษัทร่วมทุน และกลุ่มเครือข่าย เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำโดยภาคเอกชน - Korea Creative Content Agency (KOCCA) ภายใต้ Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) ทำหน้าที่สนับสนุนและส่งเสริมการผสมผสานวัฒนธรรมเกาหลี (Korean content) ในสื่อบันเทิงต่างๆ เป็นการ

ประเด็น	1. สหราชอาณาจักร	2. ประเทศญี่ปุ่น	3. เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	4. สาธารณรัฐเกาหลี
	Skillsets และ Creative & Cultural Skills - Design Council ดูแลเรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรมออกแบบภายในประเทศ อังกฤษ เพื่อให้มีศักยภาพที่จะออกสู่ตลาดโลกได้ - Creative Industries Council (CIC) ดูแลด้านการเงิน การพัฒนาทักษะทรัพย์สินทางปัญญา การส่งออก และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ - UK Statistics Authority ดูแลด้านการจัดเก็บข้อมูลด้านสถิติ - Nesta เป็นองค์กรการกุศลที่สนับสนุนให้คน และองค์กรอื่นๆเกิดนวัตกรรม และไอเดียที่จะเกิดผลดีแก่สังคมส่วนรวม	- Ministry of Educational, Culture, Sports, Science and Technology (MEXT) ดูแลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี - Agency for Cultural Affairs ดูแลการสืบสานมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม - Japan Foundation ภายใต้ Ministry of Foreign Affairs ดูแลการแลกเปลี่ยนด้านศิลปะและวัฒนธรรมกับต่างประเทศ	- InvestHK's Creative Industries Team ดูแลด้านการลงทุนจากต่างประเทศในส่วนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ - Institute of Design Knowledge (IDW) ดูแลให้ความรู้ จัดอบรมด้านการออกแบบขั้นสูง และนวัตกรรม - Hong Kong Federation of Design Associations (FHKDA) เป็นศูนย์รวมของสมาคมและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสาขาต่างๆของฮ่องกง	สร้างโอกาสในเชิงพาณิชย์ให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม - Small and Medium Business Administration ดูแลสนับสนุนเงิน และเปิดโรงเรียนสอนผู้ที่ต้องการสร้างธุรกิจ - Financial Services Commission (FSC) ส่งเสริมด้านเงินทุน แก่ผู้ประกอบการ - Korea Development Bank, Industrial Bank of Korea, Korea Credit Guarantee Fund, และ Korea Technology Finance Corporation ให้เงินทุนแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม
นโยบายสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	- Create UK Strategy และ Create Together Strategy เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นพัฒนาเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และ	- Cool Japan Initiative เป็นนโยบายเพื่อการขับเคลื่อนการส่งออกสินค้าที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และธุรกิจด้านฝีมือ และหัตถกรรมทั้งตัวบุคคล	- CreateHK Initiative เป็นนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนธุรกิจให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และทำให้อฮ่องกงกลายเป็นเมืองหลวงของศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ในเอเชีย	- มุ่งเน้นการพัฒนาด้านนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และ ICT ซึ่งเป็นฐานของความคิดสร้างสรรค์ - มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วย Startups และ

ประเด็น	1. สหราชอาณาจักร	2. ประเทศญี่ปุ่น	3. เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	4. สาธารณรัฐเกาหลี
	ความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถสั่งสมและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา - มุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ใช้นวัตกรรมเป็นกลไกในการขับเคลื่อน และให้ความสำคัญกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาทักษะความรู้ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการจ้างงาน	และกลุ่ม โดยอุตสาหกรรมหลักที่ส่งเสริม อาทิ Animation, Fashion, Lifestyle, Food, Game, Music เป็นต้น - มุ่งเน้นการพัฒนาศิลปะและการออกแบบ สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อการออกแบบ เช่น สร้างศูนย์การออกแบบ ส่งเสริมให้มีการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ สนับสนุนเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และส่งเสริมกิจกรรมในท้องถิ่น	- มุ่งเน้นการรวมตัวของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ให้เป็นเครือข่าย โดยเฉพาะธุรกิจสร้างสรรค์ด้านโฆษณา สถาปัตยกรรม ภาพเคลื่อนไหว และการบริการทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีการรวมตัวกันอยู่บริเวณเขตสำคัญของฮ่องกงทำให้นโยบายเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดการรวมตัวกันของเศรษฐกิจและการพัฒนาเมือง	พัฒนาตลาดใหม่ๆจากไอดี - มุ่งเน้นการพัฒนาด้านเนื้อหา (Korea content) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กิจกรรม/โครงการเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	- London Design Festival เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในลอนดอนและอังกฤษ และเปิดโอกาสให้กับนักออกแบบและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้สร้างเครือข่าย - England Talent Pathway Program เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เสริมสร้างการเรียนรู้ระดับเยาวชนเพื่อป้อนแรงงาน	- J-LOP (Localization and Promotion of Contents) เป็นเงินสนับสนุนของรัฐบาลเพื่อการพัฒนาเนื้อหาด้านความคิดสร้างสรรค์ - CoFesta (Japan International Contents Festival) เป็นนิทรรศการต่างๆ ที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ เช่น Japan Expo ที่ปารีส ประเทศฝรั่งเศส และ Anime Festival Asia ที่สิงคโปร์ เป็นต้น	- Business of Design Week (BODW) และ Inno Design Tech Expo งานสัมมนาครั้งยิ่งใหญ่ประจำปี ด้านการออกแบบ นวัตกรรม และการสร้างตราสินค้า - Global Design Network (GDN) เป็นงานสัมมนาเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างนักออกแบบจากทั่วโลก เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ - Hongkong's West Kowloon: Cultural District มุ่งเน้นการส่งเสริมให้อฮ่องกง	- Online Creative Economy Town เป็นเว็บไซต์ที่สนับสนุนให้คนนำไอดีมาทำใหกลายเป็นธุรกิจ โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ - Offline Creative Economy Towns หรือ Centers for Creative Economy & Innovation (CCEI) เป็นศูนย์รวมความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ทำหน้าที่จุด

ประเด็น	1. สหราชอาณาจักร	2. ประเทศญี่ปุ่น	3. เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	4. สาธารณรัฐเกาหลี
	เข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ - Creative Capital Fund (CCF) เป็นกองทุนเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการที่อยู่ในลอนดอน - Designing Demand เป็นส่วนหนึ่งของ Design Leadership Programme เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนกลุ่มธุรกิจ SMEs ให้ใช้การออกแบบและกระบวนการคิดด้านออกแบบในการผลิตสินค้าและบริการ นอกจากนี้มีการนำผลงานการออกแบบไปประยุกต์ใช้กับบริการสาธารณะ เพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่สาธารณะและเข้าไปแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง - Creative Industry Finance เป็นกองทุนสนับสนุนธุรกิจ ภายใต้ Arts Council England initiative	- Creative Tokyo เป็นนิทรรศการต่างๆที่สนับสนุนให้เกิด Tokyo Brand เช่น Tokyo Designers Week และ Tokyo Midtown DESIGN Touch ฯลฯ - 100 Tokyo เป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนโตเกียวเป็นเมืองสร้างสรรค์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Cool Japan Matching Grand Prix เป็นงานจับคู่ทางธุรกิจ ที่จัดโดยรัฐบาล - Cool Japan World Trial เป็นการออกบูธเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นในงานนิทรรศการในต่างประเทศ - Cool Japan Fund เป็นกองทุนที่บริหารงานโดย Cool Japan Fund Inc. ให้เงินทุน (high-risk fund) เพื่อสนับสนุนบริษัทในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ต้องการไปลงทุนในต่างประเทศ	เป็นมหานครที่ผสมผสานวัฒนธรรมและความบันเทิงที่หลากหลายอย่างลงตัว - Biennale of Urbanism Architecture Hong Kong กิจกรรมเกี่ยวกับงานด้านสถาปัตยกรรม ผังเมือง และงานออกแบบ - Cattle Depot Artist Village ชุมชนเพื่อการพัฒนาศักยภาพของศิลปินและนักออกแบบ - Entertainment Expo Hong Kong งานมหกรรมครั้งใหญ่ประจำปีด้านอุตสาหกรรมบันเทิงของฮ่องกง ทั้ง ภาพยนตร์ โทรทัศน์ เพลง และ ดิจิทัล รวมทั้งงาน Asia Film Awards, Hong Kong International Film Festival และ Hong Kong Film Awards - Innovative and Technology Fund (ITF) เป็นกองทุนสนับสนุนและส่งเสริมการวิจัย	ประกายให้คนเกิดไอเดีย โดยปัจจุบัน มีทั้งหมด 18 ศูนย์ กระจายอยู่ทั่วประเทศ - Creative Economy Valley (CEV) ที่ Pangyo, Gyeonggi เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเกม และ IT

ความเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ต่อร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 – 2565)

ด่วนที่สุด
ที่ นร ๐๕๐๕/๑๕๐๖



สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

๑๗ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อ้างถึง หนังสือสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ศสส ๐๑/๖๐๓ ลงวันที่ ๙ มีนาคม ๒๕๖๓

สิ่งที่ส่งมาด้วย บัญชีสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วย

ตามที่ได้เสนอเรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ไปเพื่อดำเนินการ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานงบประมาณ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกได้เสนอความเห็นและข้อเสนอแนะไปเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีด้วย ความละเอียดปรากฏตามบัญชีสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วยนี้

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๑๕ เมษายน ๒๕๖๓ รับทราบร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ และให้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) รับความเห็นและข้อเสนอแนะของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานงบประมาณ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกไปพิจารณาดำเนินการต่อไปด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ ทั้งนี้ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้แจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตามบัญชีแนบท้ายทราบด้วยแล้ว

ขอแสดงความนับถือ

(นายปัญญาพล ศรีแสงแก้ว)

รองเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ปฏิบัติราชการแทน

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

กองพัฒนาศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ

โทร. ๐ ๒๒๘๐ ๙๐๐๐ ต่อ ๑๖๓๒ (อิทธิศักดิ์) ๑๕๓๒ (ลักขณา)

โทรสาร ๐ ๒๒๘๐ ๑๔๔๖ www.soc.go.th

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ spt55@soc.go.th

บัญชีรายชื่อผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แจ้งเรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ให้ทราบ ดังนี้

๑. รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์)
๒. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง
๓. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
๔. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
๕. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
๖. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม
๗. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๘. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
๙. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย
๑๐. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน
๑๑. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม
๑๒. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ
๑๓. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข
๑๔. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม
๑๕. ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ
๑๖. เลขาธิการสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๑๗. เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
๑๘. ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
๑๙. เลขาธิการคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

บัญชีสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วย

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

๑. สำเนาหนังสือกระทรวงการคลัง ด่วนที่สุด ที่ กค ๑๐๐๙/๖๑๑๐ ลงวันที่ ๑๓ เมษายน ๒๕๖๓
๒. สำเนาหนังสือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด่วนที่สุด ที่ กก ๐๒๑๔/๑๗๓๖ ลงวันที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๓
๓. สำเนาหนังสือกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ด่วนที่สุด ที่ พม ๐๒๐๙/๔๙๗๓ ลงวันที่ ๑๔ เมษายน ๒๕๖๓
๔. สำเนาหนังสือกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ด่วนที่สุด ที่ อว (ปคร) ๐๒๑๐/๒๒๙๙ ลงวันที่ ๑๕ เมษายน ๒๕๖๓
๕. สำเนาหนังสือกระทรวงคมนาคม ด่วนที่สุด ที่ คค (ปคร) ๐๒๐๘/๑๑๗ ลงวันที่ ๑๕ เมษายน ๒๕๖๓
๖. สำเนาหนังสือกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ วร ๐๒๐๔.๔/๑๒๙๐ ลงวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๓
๗. สำเนาหนังสือกระทรวงศึกษาธิการ ด่วนที่สุด ที่ ศธ ๐๒๐๘/๑๐๔๐ ลงวันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๓
๘. สำเนาหนังสือกระทรวงสาธารณสุข ด่วนที่สุด ที่ สธ ๐๒๐๙.๐๓/๑๒๔๑ ลงวันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๓
๙. สำเนาหนังสือกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ อก ๐๔๐๗/๑๘๙๘ ลงวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๓
๑๐. สำเนาหนังสือสำนักงบประมาณ ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๗๑๔/๔๓๒ ลงวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๓
๑๑. สำเนาหนังสือสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ นร ๑๑๑๔/๑๘๔๔ ลงวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๓
๑๒. สำเนาหนังสือสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ด่วนที่สุด ที่ นร ๑๓๑๐/๕๐ ลงวันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๖๓
๑๓. สำเนาหนังสือสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ด่วนที่สุด ที่ สกพอ ๑๐๐๒/๖๓/๗๔๓ ลงวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ กค ๑๐๐๘/๖๖๖๐



กระทรวงการคลัง

ถนนพระรามที่ ๖

กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๑๗ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้กระทรวงการคลังพิจารณาเสนอความเห็นในส่วนของร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงการคลังพิจารณาแล้ว ขอเรียนว่า ไม่ขัดข้องในหลักการของร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพยากรทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ นอกจากนี้ การจัดทำแผนปฏิบัติการดังกล่าวจะช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งทางด้านนโยบายและแนวทางการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรม รวมถึงมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบดูแลอย่างเป็นระบบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายอุตตม สาวนายน)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาค

โทร. ๐ ๒๒๗๓ ๘๐๒๐ ต่อ ๓๒๒๓

โทรสาร ๐ ๒๒๘๘ ๕๖๐๒

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๐ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด
ที่ กก ๐๒๑๔/ ๑๙๓๖



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
๔ ถนนราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ ๑๐๑๐๐
๒๖ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง การเสนอความเห็น เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑
(พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามที่ สำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรีขอให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเสนอความเห็น
ในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการรัฐมนตรีโดยด่วน เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริม
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพิจารณาแล้ว มีความเห็นว่า เห็นควรให้ความเห็นชอบ
ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงาน
ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. เสนอ เนื่องจากร่างแผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าวมีความสอดคล้อง
กับเป้าหมาย และ วิสัยทัศน์ของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว นอกจากนี้ กระทรวง
การท่องเที่ยวและกีฬาเห็นควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือและสนับสนุนการขับเคลื่อนแผนดังกล่าว
ทั้งในระดับนโยบาย และระดับพื้นที่ อันจะเป็นการสร้างความศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
ของประเทศเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติอย่างเป็นรูปธรรม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายพิพัฒน์ รัชกิจประการ)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สำนักงานปลัดกระทรวง

กลุ่มประสานงานคณะกรรมการรัฐมนตรีและรัฐสภา (ปรค.)

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๘๓ ๑๕๖๕

โทรสาร ๐ ๒๓๕๖ ๖๖๗๑

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๖ ธ.ค. ๒๕๖๓

กองนิติศาสตร์

ที่ พม ๐๒๐๙/ ๔๙๗/๓



กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
๑๐๓๔ ถนนกรุงเกษม แขวงมหานาค
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ ๑๐๑๐๐

๑๔

เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี แจ้งขอให้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เสนอความเห็น เรื่องร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการรัฐมนตรี ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ พิจารณาแล้วเห็นด้วยกับร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ซึ่งเป็นการสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไปพร้อมกับการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ เพื่อให้การพัฒนาประเทศบรรลุตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

๒.๑ ควรเพิ่มการทบทวนบทบาทภารกิจของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการบูรณาการการทำงาน ลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน และเกิดการใช้งบประมาณแผ่นดินอย่างคุ้มค่า

๒.๒ ประเด็นการพัฒนาเมืองและสภาพแวดล้อม ควรให้มีการทำการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment : SEA) เพื่อการวางแผนและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนา รวมไปถึงการให้ภาคประชาสังคม ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการให้ความเห็น จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่มีความสมดุลและยั่งยืนได้

๒.๓ การพัฒนาเศรษฐกิจต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม ดังนั้น การนำแนวคิดรูปแบบการทำธุรกิจเพื่อสังคม (SE) นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) การออกแบบเพื่อการใช้งานของคนทุกกลุ่มในสังคม (Universal Design) ฯลฯ มาปรับใช้ในร่างแผนฯ จะนำไปสู่การลดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำ และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้มีความยั่งยืนได้ในที่สุด

นอกจากนี้ มีข้อสังเกตต่อสถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก ดังเช่น การเผชิญกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID - 19) ในครั้งนี้ ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติ จึงควรปรับแผนดังกล่าว โดยมีระยะเวลากำกับให้กระชับ รวดเร็ว และสอดคล้องกับสถานการณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายจตุติ ไกรฤกษ์)

สำเนาถูกต้อง

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

สำนักงานปลัดกระทรวงฯ

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร. ๐ ๒๖๕๕ ๖๔๙๔

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๐ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ อว (ปคร) ๐๒๑๐/๒๒๕๙



กระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
ถนนพระรามที่ ๖ ราชเทวี กทม. ๑๐๔๐๐

๑๕ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พิจารณาแล้ว เห็นควรให้ความเห็นชอบต่อร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ เพื่อเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

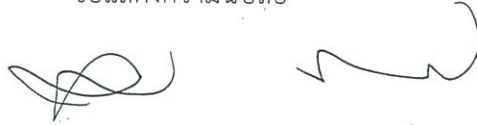
๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และการกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย ควรพิจารณาการจัดทำและส่งเสริมการเก็บรวบรวมและแบ่งปันฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากผู้ประกอบการ นอกเหนือจากบุคลากรด้านแรงงานเพื่อเป็นการสร้างค่านิยมในการประกอบธุรกิจที่มีความยั่งยืน คำนึงถึงความปลอดภัยของแรงงานอย่างเป็นธรรมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ชุมชน

๒. ในการดำเนินการตามร่างแผนปฏิบัติการดังกล่าว ควรให้ความสำคัญกับการใช้การวิจัยและพัฒนาเพื่อสะสมองค์ความรู้ สร้างและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ซึ่งจะสอดคล้องกับการสนับสนุนงานวิจัยภายใต้นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๗๐ ที่ประกอบด้วย ๔ แพลตฟอร์ม ๑๖ โปรแกรม ซึ่งการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ในแพลตฟอร์มที่ ๓ ด้านการวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน โปรแกรม ๑๐ เรื่องการยกระดับความสามารถการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจ แผนการบริหารจัดการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้กรอบ BCG Model และแพลตฟอร์มที่ ๔ ด้านการวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิต โปรแกรม ๑๓ นวัตกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม

๓. เนื่องจากการจัดตั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ส่งผลให้มีการปรับปรุงชื่อหน่วยงาน และบทบาทภารกิจของหน่วยงานในสังกัดกระทรวง จึงควรพิจารณาปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนให้ถูกต้องสอดคล้องด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายสุวิทย์ เมษินทรีย์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สำนักงานปลัดกระทรวงฯ

โทร ๐ ๒๓๓๓ ๓๙๖๗

โทรสาร ๐ ๒๓๓๓ ๓๙๓๘

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๖ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ คค (ปคร) ๐๒๐๘/ ๑๑๓



กระทรวงคมนาคม

ถนนราชดำเนินนอก กทม. ๑๐๑๐๐

๑๕ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ความเห็นประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว (ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้กระทรวงคมนาคมเสนอความเห็น
ในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
(สศส.) เสนอ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงคมนาคมพิจารณาแล้วเห็นว่า ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) จะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
ประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรมอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ประเทศไทยเป็นแหล่งอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์และนวัตกรรมของโลก และมีความเห็นเพิ่มเติมว่า หากได้มีการส่งเสริมนวัตกรรมด้านการขนส่ง
โดยเฉพาะการพัฒนาฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ด้านการขนส่งให้เข้ากับการพัฒนาเมือง เพื่อใช้ในการ
วางแผนและกำกับการให้บริการขนส่งสาธารณะด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย จะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของ
ประชาชนในเรื่องการเดินทางและการใช้ประโยชน์จากระบบขนส่งสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ
สะดวกยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อประกอบการพิจารณาต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายศักดิ์สยาม ชิดชอบ)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม

สำนักงานปลัดกระทรวง

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน (ศุภกร)

โทร ๐ ๒๒๘๓ ๓๒๕๑ โทรสาร ๐ ๒๒๘๑ ๔๑๙๑

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ supakorn.p@hotmail.com

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำหนดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๖ เม.ย. ๒๕๖๓

ตัวบ่งชี้ที่ ๑๐๑

ที่ รธ ๐๒๐๔.๔/ ๑๒๙๐



กระทรวงวัฒนธรรม

๑๐ ถนนเทียมร่วมมิตร

เขตห้วยขวาง กทม. ๑๐๓๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการวัฒนธรรม

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะกรรมการวัฒนธรรมขอให้กระทรวงวัฒนธรรมเสนอความเห็น เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงาน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการ โดยด่วน ความแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงวัฒนธรรมพิจารณาแล้วเห็นชอบในหลักการร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ เนื่องจากแผนปฏิบัติการฯ จะเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานและบูรณาการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน โดยในส่วนของกระทรวงวัฒนธรรมมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง และสามารถบูรณาการความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ภายใต้แผนปฏิบัติการดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและนำความเห็นเสนอประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายอิทธิพล คุณปลื้ม)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม

สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร. ๐ ๒๒๐๙ ๓๕๓๐-๓๑

โทรสาร ๐ ๒๒๐๙ ๓๕๒๔

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๖ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ ศธ ๐๒๐๘/ ๑๐๕๐



กระทรวงศึกษาธิการ

กทม. ๑๐๓๐๐

๓ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔

ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้กระทรวงศึกษาธิการเสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงศึกษาธิการพิจารณาแล้วเห็นว่า ภายใต้ร่างแผนปฏิบัติการฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงศึกษาธิการ คือ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย โดยกระทรวงศึกษาธิการมีการดำเนินการเตรียมความพร้อมเด็กและเยาวชนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการลงนามความร่วมมือกับสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมฐานสมรรถนะ ด้วยมาตรฐานวิชาชีพ

ทั้งนี้ การดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ และยุทธศาสตร์ที่ ๒ เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา จึงเห็นควรเพิ่มกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว รวมถึงเป็นหน่วยงานในระดับนโยบายและระดับการปฏิบัติ (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) ในกลไกการขับเคลื่อนด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

สำนักงานปลัดกระทรวง

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๒๘ ๕๖๓๘ ต่อ ๑๒๐๘

โทรสาร ๐ ๒๒๘๑ ๙๔๑๓

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๕๐ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ สธ ๐๒๐๙.๐๓/๑๒๕๑



กระทรวงสาธารณสุข

ถนนติวานนท์ จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐

๒ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖ /ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา แจ้งให้กระทรวงสาธารณสุขเสนอความเห็น เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เสนอ เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา ดังความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงสาธารณสุขพิจารณาแล้ว ขอเรียนว่า เห็นสมควรให้ความเห็นชอบในหลักการ ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เสนอ และกระทรวงสาธารณสุขไม่ขัดข้องตามที่กำหนดให้เป็นหน่วยงานปฏิบัติ เรื่องการควบคุมคุณภาพมาตรฐานต่างๆ โดยมีข้อเสนอเพิ่มเติม ดังนี้

๑. เห็นสมควรให้มีการพิจารณาทบทวนโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ที่ ๓ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นโครงการที่ส่งเสริมงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มอุตสาหกรรมมรดกทางวัฒนธรรม - มวยไทย ซึ่งไม่เหมาะสมกับสถานการณ์โลกและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ที่เป็นโรคระบาดทั่วโลกและในประเทศไทย อันจะส่งผลกระทบต่อตัวชีวิตที่อาจจะไม่บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย หากกำหนดโครงการที่ส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มอื่นแทนให้เหมาะสมกับบริบทและพฤติกรรมใหม่ของประชาชน จะทำให้มีโอกาสสูงที่จะบรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายได้

๒. การติดตามประเมินการดำเนินงานตามร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เห็นสมควรกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดในแต่ละปี เพื่อความชัดเจนในการติดตาม ชี้แจง และปรับปรุงพัฒนางานให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายในทางปฏิบัติให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายอนุทิน ชาญวีรกูล)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร. ๐ ๒๕๕๐ ๒๓๕๕ /โทรสาร ๐ ๒๕๕๐ ๒๓๕๕

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๒ เม.ย. ๒๕๖๓

ที่ อก ๐๔๐๓/ ๑๘๙๘



กระทรวงอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ ๖ เขตราชเทวี
กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๑/๐ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้อง เรื่องร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เพื่อประกอบการพิจารณาคณะรัฐมนตรี ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงอุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่า ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) จะเป็นกรอบทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้ และภูมิปัญญาในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม และการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม มีการดำเนินโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนดังกล่าว และเพื่อให้เกิดแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ควรให้ความสำคัญในการวางระบบเชื่อมโยง บูรณาการจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันดำเนินการส่งเสริมเศรษฐกิจไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น จึงไม่ขัดข้องในการดำเนินงานตามร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๐๒ ๔๔๓๕
โทรสาร ๐ ๒๓๕๔ ๓๐๓๐

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิตพันธ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๒ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ นร ๐๗๑๔/๔๓๒

สำนักงบประมาณ

ถนนพระรามที่ ๖ กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐

๗ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔

ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้สำนักงบประมาณเสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี กรณีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

สำนักงบประมาณพิจารณาแล้วขอเรียนว่า ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เป็นแผนระดับที่ ๓ ซึ่งจัดอยู่ในระดับเดียวกับแผนแม่บท จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย มีสาระสำคัญในการมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเจริญเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม การเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้ และภูมิปัญญาให้กลายเป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม การเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งสร้างระบบนิเวศในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งร่างแผนปฏิบัติการดังกล่าวมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) นโยบายรัฐบาล และแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ รวมทั้งสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้ความเห็นชอบแล้ว ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สนับสนุนให้เกิดแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจน มีการบูรณาการจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และผลักดันให้การดำเนินงานสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จึงเห็นสมควรที่คณะรัฐมนตรีจะพิจารณาให้ความเห็นชอบร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ เพื่อให้ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางการดำเนินงานต่อไป สำหรับค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

/เห็นสมควร...

เห็นสมควรให้ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องพิจารณาปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณไปดำเนินการ และค่าใช้จ่ายในปีงบประมาณต่อ ๆ ไป ให้ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณที่สอดคล้องกับภารกิจและอำนาจหน้าที่ โดยพิจารณาจัดลำดับความสำคัญ ความจำเป็นเร่งด่วน ความคุ้มค่า เป้าหมาย ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินโครงการ และประโยชน์ที่ทางราชการและประชาชนจะได้รับเป็นสำคัญ เพื่อเสนอขอตั้งงบประมาณรายจ่ายประจำปี ตามความจำเป็นและเหมาะสมตามขั้นต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำเสนอความเห็นประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายเดชาวิวัฒน์ ณ สงขลา)

ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ

กองจัดทำงบประมาณด้านการบริหาร

โทร. ๐ ๒๒๖๕ ๑๔๔๙

โทรสาร ๐ ๒๒๗๙ ๗๙๗๐

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๐ ม.ย. ๒๕๖๓

ที่ นร ๑๑๑๔/๑๘๕๕



สำนักงานสภาพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๙๖๒ ถนนกรุงเกษม กรุงเทพฯ ๑๐๑๐๐

๓๐ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามที่ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ขอให้สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

สำนักงานฯ พิจารณาแล้ว มีความเห็นดังนี้

๑. เห็นควรให้ความเห็นชอบร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. เนื่องจาก การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยที่ผ่านมา ยังไม่มีความชัดเจนทั้งทางด้านนโยบายและ แนวทางการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรม รวมทั้งไม่มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบดูแลทั้งระบบ โดยร่างแผนดังกล่าว ถือว่าเป็นแผนระดับที่ ๓ ที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็นด้านการท่องเที่ยวประกอบกับมีการบูรณาการหน่วยงานและกลไกขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ และได้ผ่านการพิจารณาของสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓ ตามแนวทางการเสนอแผนเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี ซึ่ง สศส. ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมเนื้อหาสาระ ในร่างแผนฯ ตามความเห็นสภาฯ แล้ว

๒. อย่างไรก็ตาม เมื่อร่างแผนฯ ได้มีการประกาศและมีผลบังคับใช้ เห็นควรให้ สศส. รับความเห็นของสภาฯ ไปดำเนินการเพิ่มเติม และติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และ เป้าหมายของร่างแผนฯ เพื่อใช้ประกอบการขอรับการสนับสนุนจากรัฐบาลในปีถัดไป รวมทั้งนำแผนเข้าสู่ ระบบ eMENSCR ตามระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๒ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงแผนทั้ง ๓ ระดับ ตามขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายทศพร คิริสัมพันธ์)

เลขาธิการสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กองยุทธศาสตร์และประสานการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

โทร. ๐-๒๒๘๐-๔๐๘๕ ต่อ ๕๖๐๑, ๕๖๐๒

โทรสาร ๐-๒๒๘๑-๑๘๒๑-๒

Email: Sasithorn@nesdc.go.th

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๐ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด



ที่ นร ๑๓๑๐/๕๐

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
๕๕๕ ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๒๗ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามที่สำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรีได้ส่งเรื่องร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) มาให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พิจารณาเสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการรัฐมนตรี ความละเอียดแจ้งแล้วนั้น

สำนักงานพิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้เกิดแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจน มีการบูรณาการจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และผลักดันให้การดำเนินการบรรลุผลตามแผนการปฏิบัติการที่วางไว้ จึงไม่ขัดข้องต่อร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ฯ ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และจะพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องตามความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๒

(นางสาวดวงใจ อิศวจินตจิตร)

เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร ๐ ๒๕๕๓ ๘๒๖๗ (วรกานต์)

โทรสาร ๐ ๒๕๕๓ ๘๓๑๙

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๖ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ สกพอ 1002/63/ 743

สำนักงานคณะกรรมการนโยบาย
เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
ชั้น 25 อาคาร กสท โทรคมนาคม
72 ซ.วัดม่วงแค ถ.เจริญกรุง
บางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

25 มีนาคม 2563

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร 0506/ว(ล) 8244 ลงวันที่ 13 มีนาคม 2563

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) เสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. นั้น

สกพอ. พิจารณาแล้วเห็นควรเห็นด้วยกับร่างแผนปฏิบัติการดังกล่าวว่า เนื่องจาก แผนนี้จะนำเอาทุนทางสังคม วัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ มาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระดับภาพรวมและระดับพื้นที่ รวมถึงพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้มีความมั่นคงและความหลากหลายตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า (Local economy) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การนำแผนไปสู่การปฏิบัติมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ควรมีการติดตามผลการดำเนินงานและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมโครงการอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



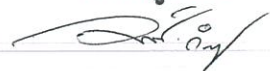
(นายคณิต แสงสุพรรณ)

เลขาธิการคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สำนักแผนภาพรวม

โทรศัพท์ 02 033 8029 โทรสาร 02 033 8001

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
๑๖ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด
ที่ รง ๐๒๐๑.๒/ ๕๗๓



กระทรวงแรงงาน
ถนนมิตรไมตรี ดินแดง
กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐

๑๗ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะกรรมการรัฐมนตรีแจ้งว่า สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ได้เสนอเรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) และขอให้กระทรวงแรงงานพิจารณาเสนอความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการรัฐมนตรี ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงแรงงานพิจารณาแล้วเห็นว่า ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อนำมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมทั้งในภาคการผลิตและบริการ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาแรงงานให้มีทักษะฝีมือเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในเศรษฐกิจโลกได้ จึงเห็นด้วยกับร่างแผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าว ตามที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เสนอ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(หม่อมราชวงศ์จตุมงคล โสณกุล)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน

สำนักงานปลัดกระทรวง
กองกลาง
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๓๒ ๑๓๕๔
โทรสาร ๐ ๒๒๔๗ ๕๓๘๐

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
๒๒ เม.ย. ๒๕๖๓

ด่วนที่สุด

ที่ มท ๐๒๑๒.๓/๐๐๒๐



กระทรวงมหาดไทย

ถนนอัษฎางค์ กรุงเทพฯ ๑๐๒๐๐

๑๖ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว(ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำชี้แจงเรื่องที่เสนอคณะรัฐมนตรี

จำนวน ๑ ชุด

ตามที่สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีขอให้กระทรวงมหาดไทยเสนอความเห็น เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) นั้น

กระทรวงมหาดไทยพิจารณาแล้ว เห็นว่า เพื่อให้ประเทศไทยมีแนวทางร่วมกันในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเห็นชอบในหลักการของร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ทั้งนี้ กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อน ประเด็นยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวเพิ่มเติม รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลเอก

(อนุพงษ์ เผ่าจินดา)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๒๓ เม.ย. ๒๕๖๓

สำนักงานปลัดกระทรวง

สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด

โทร./โทรสาร ๐ ๒๒๒๒ ๔๑๕๙

คำชี้แจงเรื่องที่เสนอคณะรัฐมนตรี

เรื่องที่

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

โดย

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

.....๐๙๐*๖๖*๐๙๐.....

กราบเรียน นายกรัฐมนตรี

สรุปความเป็นมาของเรื่องที่เสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา (ต้นเรื่อง)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (สศส.) ได้เสนอเรื่อง “ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)” มาเพื่อให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา เนื่องจากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ ข้อ ๙ (๑) กำหนดให้คณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กสศ.) มีหน้าที่และอำนาจ “กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ แผนพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์รายสาขา และแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ เพื่อให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลนำไปปฏิบัติ” ประกอบกับมติของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ เรื่อง แนวทางการเสนอแผนเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี

สาระสำคัญของร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) คือ ร่างแผนปฏิบัติการฯ นี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยมีกรอบแนวคิดหลักประกอบด้วย ๔ มิติ คือ การพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลและแรงงานสร้างสรรค์ (Creative People) การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญา วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Creative Originality) การพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (Creative Products & Services) และการพัฒนาเมืองและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creative Places) ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์

โดยกระทรวงมหาดไทยมีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบดำเนินงานและระบบความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และการกระตุ้นการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ชุมชน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาพร้อมเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (สศส.) ได้ดำเนินการปรับปรุงร่างแผนฯ ตามความเห็นของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เรียบร้อยแล้ว จึงให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาเห็นชอบร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เพื่อให้ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติต่อไป

/ความเห็นของ...

ความเห็นของกระทรวงมหาดไทย

กระทรวงมหาดไทยพิจารณาแล้ว เห็นว่า เพื่อให้ประเทศไทยมีแนวทางร่วมกันในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเห็นชอบในหลักการของร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ทั้งนี้ กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวเพิ่มเติม ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เสนอให้มีการบริหารจัดการฐานข้อมูลทางด้านภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ และสามารถเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ของหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เสนอให้ผลักดันผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และปลูกฝังความคิดแก่เยาวชน ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ให้คำนึงถึงการจัดสรรผลประโยชน์ และกำไรตอบแทนกลับคืนสู่ชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสนอให้ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไทยให้ได้รับมาตรฐานการยอมรับในระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ เสนอให้ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนด้วยนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาต่อยอดจากชุมชนที่มีศักยภาพและมีความพร้อมทางด้านต่าง ๆ เป็นทุนเดิม ทั้งนี้ ทิศทางในการพัฒนาให้คำนึงถึงพื้นฐานของชุมชน อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับเมืองหลัก ซึ่งรวมไปถึงการพัฒนาโครงสร้างของเส้นทางระหว่างเมือง/ชุมชน ให้เกิดการเกื้อหนุนการพัฒนาเมืองทั้งระบบ

จึงเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา

.....๐๙๐*๖๖*๐๙๐.....

ด่วนที่สุด

ที่ ดศ ๐๑๐๐.๔/๕๐๕๖



กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา
อาคารรัฐประศาสนภักดี ถนนแจ้งวัฒนะ
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการ

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะกรรมการ ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/ว (ล) ๘๒๔๔ ลงวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักเลขาธิการคณะกรรมการขอให้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการ ประเด็นความเห็นเรื่อง ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมพิจารณาแล้ว ไม่ขัดข้องในหลักการของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้เกิดแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจน มีการบูรณาการจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และผลักดันให้การดำเนินงานดังกล่าวบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป อีกทั้งแผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าว ยังสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาล ทั้งนี้ ขอให้มีการพิจารณาระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งหน่วยงานพันธมิตรด้วย โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีหน่วยงานภายใต้กำกับที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าว คือ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งมีการกิจสอดคล้องตามแนวทางการดำเนินการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถสนับสนุน ๔ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีการสำรวจมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมดิจิทัลประกอบด้วย อุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์และ อุปกรณ์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ อุตสาหกรรมบริการด้านดิจิทัล อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ตลอดจนกำลังคนดิจิทัลที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมดิจิทัล และอยู่ระหว่างการสำรวจการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคอุตสาหกรรม การผลิตเพื่อการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย โดยมีการกิจในการส่งเสริมการพัฒนากำลังคนดิจิทัลทักษะสูง เช่น ด้าน Data scientist, programmer, AI และ Big Data เป็นต้น และส่งเสริมทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ เช่น ทักษะด้าน coding ให้กับเด็กและเยาวชน อย่างไรก็ตาม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้กับแรงงานผ่านการ re-skill และ upskill เพื่อเพิ่มแรงงานดิจิทัลที่มีทักษะเฉพาะด้านตามความต้องการของตลาด

/ยุทธศาสตร์...

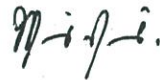
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยให้การสนับสนุนวิสาหกิจเริ่มต้นด้านดิจิทัล (Digital Startup) เพื่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาสร้างธุรกิจใหม่เกิดเป็นสินค้า และบริการบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์นวัตกรรมผสมผสานเข้ากับการทำธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมให้ digital provider และ digital startup นำเทคโนโลยีดิจิทัลไปช่วยยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยว ด้านการเกษตร ด้านการผลิตสินค้า เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยมีการสนับสนุนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ พัฒนาระบบนิเวศด้านกฎ ระเบียบ ฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูล ตลอดจนสนับสนุนให้เมือง มีความรู้ ความเข้าใจ ในการพัฒนาเมืองด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการและการบริหารจัดการเมืองให้ประชาชนในเมืองอยู่ดี มีสุข อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ในการกำหนดตัวชี้วัดของแต่ละยุทธศาสตร์ควรกำหนดเป็นค่าเป้าหมาย หน่วยนับ และฐานการคำนวณเพื่อความชัดเจนในการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติและแนวทางการดำเนินงาน/โครงการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในแต่ละยุทธศาสตร์ควรมีความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์และตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

สำนักงานปลัดกระทรวง
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
โทรศัพท์ ๐ ๒๑๔๑ ๖๗๙๖
โทรสาร ๐ ๒๑๔๓ ๘๘๙๐

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวลักขณา กำเหนิดพันธุ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๒๙ เม.ย. ๒๕๖๓