

แผนปฏิบัติการ  
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)  
พ.ศ. 2563 – 2565

## สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร .....	1
บทที่ 1 บทนำ .....	3
1.1 ความเป็นมาของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	3
1.2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาคสำคัญของโลก .....	4
1.3 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย .....	15
1.4 ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย .....	17
บทที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์.....	24
กรอบแนวคิดการจัดทำแผนปฏิบัติการ .....	24
2.1 ปัจจัยนำเข้า (Input) .....	25
2.2 กระบวนการวิเคราะห์ (Analysis process) .....	35
2.3 ผลผลิต (Output) .....	35
ประเด็นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	36
ประเด็นความท้าทายตามภารกิจองค์กร.....	38
บทที่ 3 แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).....	42
3.1 ความเป็นมาของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).....	42
3.2 โครงสร้างองค์กร .....	43
3.3 วิสัยทัศน์ .....	44
3.4 วัตถุประสงค์การจัดตั้ง.....	44
3.5 ประเด็นยุทธศาสตร์.....	44
3.6 การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการฯ และการติดตามประเมินผล.....	54
3.7 กรอบแผนงาน/โครงการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2565 (ประมาณการ) .....	55

## บทสรุปผู้บริหาร

สศส. เป็นองค์การมหาชนที่จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 โดยมีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว โดยที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

การบริหารจัดการองค์กรให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์แห่งการจ้ดตั้งที่กำหนดไว้ จำเป็นต้องมีแผนปฏิบัติการที่กำหนดกรอบแนวทางในการดำเนินงาน และเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล และติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า และประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนผู้รับบริการ และสามารถขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565 ขึ้น ซึ่งเป็นไปโดยสอดคล้องกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 ซึ่งกำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการ โดยจัดทำเป็นแผนห้าปีซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับมาตรา 9 กำหนดให้ในวาระเริ่มแรก การจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการเป็นแผนห้าปี ให้จัดทำเป็นแผนสามปีโดยมีห้วงระยะเวลาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

### ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ

แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565 มีความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580): ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ: ประเด็นการท่องเที่ยว ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ และประเด็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ
3. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564):  
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และ  
ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

## วิสัยทัศน์ของ สศส.

“องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ”

**ประเด็นยุทธศาสตร์** ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

## เป้าหมายการดำเนินงาน

แผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2563-2565) มีเป้าหมายในการสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการทำงานด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล การพัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์ที่เอื้อให้ภาคชุมชนและภาคธุรกิจ เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม

-----

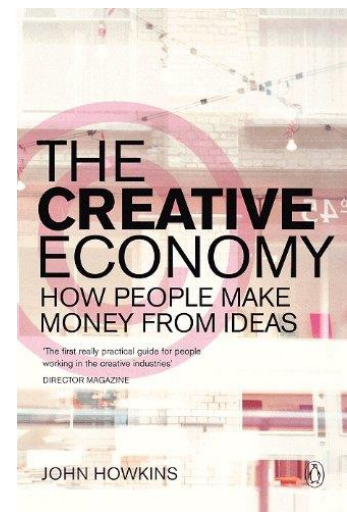
# บทที่ 1 บทนำ

## 1.1 ความเป็นมาของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ระบบเศรษฐกิจของโลกได้ปฏิวัติจากการผลิตที่เน้นกิจกรรมในภาคเกษตร เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมในช่วงศตวรรษที่ 17 โดยเป็นการเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากแรงงานคนและสัตว์เป็นการใช้เครื่องจักรไอน้ำ ต่อมาในศตวรรษที่ 18 และ 19 เกิดเป็นการพัฒนาเครื่องยนต์สันดาปภายในและไฟฟ้า จนเข้าสู่ศตวรรษที่ 20 หรือยุค Post-Industrial Society ที่เป็นการมาของยุคดิจิทัล อินเทอร์เน็ตและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การปฏิวัติอุตสาหกรรมแต่ละครั้งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจในทุก ๆ โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจต่อเนื่องกัน โดยเริ่มจากการเปลี่ยนโครงสร้างด้านการผลิตสินค้าและบริการ โครงสร้างด้านการตลาด โครงสร้างเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและการแจกจ่ายผลผลิต ซึ่งการเปลี่ยนแต่ละครั้งได้ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากปัจจัยการผลิตในระดับที่แตกต่างกันออกไป

ในยุค Post Industrial Society ที่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทและมูลค่ามากขึ้นนี้เองที่ทำให้ “กระบวนการสร้างสรรค์” ยกระดับความสำคัญขึ้นในวงกว้าง โดยแรงผลักดันของความต้องการเอาชนะปัญหาที่เป็นแรงกดดันต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจและการเมืองเริ่มเห็นเป็นรูปร่างในทศวรรษ 1980-1990 ธุรกิจที่มีพื้นฐานบนการสร้างสรรค์ถูกให้คุณค่าและมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมโฆษณา ภาพยนตร์ ศิลปะการแสดง เกมและซอฟต์แวร์ แฟชั่น ฯลฯ เกิดเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Cultural Industry and Creative Industry) โดยเริ่มจากประเทศผู้นำด้านการปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุคแรก ๆ อย่างประเทศสหราชอาณาจักร

คำว่า **Creative Economy หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์** เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายโดยมีที่มาจากหนังสือ The Creative Economy : How People Make Money from Ideas ในปี 2001 (พ.ศ. 2544) ของ Mr. John Howkins ที่ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางใหม่ในการให้ชีวิตหรือความหมายแก่อุตสาหกรรมการผลิต การบริการ การค้าปลีก และความบันเทิง ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างแนวทางใหม่ในการทำงาน การสร้างมูลค่าของผลผลิตที่เกิดจากการสร้างสิ่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร หรือความง่ายในการทำซ้ำและสามารถขยายให้แก่ผู้คนจำนวนมากได้ Howkins เชื่อว่าในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ที่มีไอเดียชิ้นเล็กนั้นมีอำนาจมากกว่าผู้ที่ทำงานกับเครื่องจักรหรืออาจจะมากกว่าผู้ที่เป็นเจ้าของเครื่องจักร



รายงานเกี่ยวกับภาพรวมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของโลก (Outlook on the Global Creative Economy) ได้เริ่มตีพิมพ์ตั้งแต่ปี 2002 เป็นต้นมา นอกจากนี้ ข้อมูลใน Creative Economy Report ของ UNCTAD ยังยืนยันภาพความเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างชัดเจน จากการประมาณการว่ามูลค่าการค้าโลก | ในผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.7 ระหว่างปี 2000–2005 โดยการวัดมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) นั้นกว้างไปกว่าการวัดค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (creative industry) โดยต้องวัดให้ครอบคลุมทั้งผู้ที่ระบುವ่าอยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (ทั้งที่เป็นศิลปินหรือทีมงานบริหารจัดการเบื้องหลัง) ตลอดจนผู้ที่อยู่นอกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สถาบันเพื่อการฝึกอบรมและการวิจัยแห่งสหประชาชาติ (United Nations Institute for Training and Research: UNITAR) ได้ให้คำจำกัดความของ Creative Economy ไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนที่เศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยีและสังคมมาบรรจบกัน โดยมีความคิดสร้างสรรค์เป็นกลจักรสำคัญ ในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่เต็มไปด้วยเนื้อหาที่สร้างสรรค์ มีคุณค่าทางวัฒนธรรม และมี วัตถุประสงค์ชัดเจนทางการตลาด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากความคิด ความรู้ ทักษะ และ ความสามารถในการฉวยโอกาสใหม่ ๆ โดยแบ่งเป็น 9 กลุ่มย่อย 41 สาขา เช่น กลุ่มย่อยศิลปะการแสดง (Performing Arts) ประกอบด้วย ดนตรีสด (Live Music) โรงละคร (Theatre) การเต้น (Dance) อุปรากร (Opera) หุ่น (Puppetry) ละครสัตว์ (Circus) กลุ่มย่อยทัศนศิลป์ (Visual Arts) ประกอบด้วย ภาพวาด (Painting) ภาพถ่าย (Photography) งานปั้น (Sculpture) วัตถุโบราณ (Antique) เป็นต้น

## 1.2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาคสำคัญของโลก

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีมูลค่าทั้งเชิงพาณิชย์และวัฒนธรรม การยอมรับคุณค่าสองประการดังกล่าว รัฐบาล ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดยนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้เป็น กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การกระจายความเสี่ยงทาง เศรษฐกิจ และเป็นความพยายามในการกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเจริญรุ่งเรืองและความเป็นอยู่ที่ดี จึงได้นำตัวอย่างการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศในภูมิภาคสำคัญทั่วโลกเพื่อใช้เป็นแนวทางในการ วิเคราะห์ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

### 1) สหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักร เป็นประเทศเริ่มต้นที่สนใจยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยตระหนักว่าโลกในศตวรรษที่ 20-21 มนุษย์ต้องเผชิญหน้ากับ ความเปลี่ยนแปลงมากมาย จึงต้องหากกลยุทธ์ที่ดีที่สุดเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้าน โดยสหราชอาณาจักรนั้นถือได้ว่าเป็นต้นแบบที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจัดตั้งทีมงานเพื่อ ทำการศึกษาและจำแนกประเภทอุตสาหกรรม การจัดเก็บข้อมูลและสถิติและการวางแผนงานในระดับต่าง ๆ คือ นโยบายระดับชาติ (National Policies) นโยบายรายอุตสาหกรรม (Sectorial Policies) และนโยบายเฉพาะเรื่อง

(Emerging Policies) นอกจากนี้ยังได้มีการจัดตั้งหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคน การสนับสนุนทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนที่ให้กับธุรกิจขนาดย่อม และการสนับสนุนทางการวิจัยและพัฒนา ผ่านสิทธิทางภาษีและโครงการต่าง ๆ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐแล้ว ภาคเอกชน และภาคการศึกษา ก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันบุคลากรสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตลอดจนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

ปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสหราชอาณาจักรมีความเข้มแข็ง คือนโยบายสนับสนุนภาครัฐทั้งนี้รัฐบาลได้มอบหมายให้ Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS) เป็นหน่วยงานหลักในการดูแลนโยบายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและการกีฬา โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การเป็นศูนย์กลางการสร้างสรรค์ (Creative Hub) ของโลก โดย 1) การสนับสนุนให้เกิดกลุ่มสร้างสรรค์ (Creative Clusters) ในระดับชุมชน ท้องถิ่นและภูมิภาค มีการกำหนดบทบาทและทิศทางการดำเนินงานของกลุ่มในพื้นที่ระดับต่าง ๆ อย่างชัดเจน ทำให้เกิดภาคีเครือข่ายเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน มุ่งเน้นอุตสาหกรรมที่มีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและความเชี่ยวชาญเฉพาะ ตลอดจนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด 2) รัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยงานในระดับภูมิภาคทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงบทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน ท้องถิ่นและภูมิภาคกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับมหภาคร่วมกับหน่วยงานและองค์กรอื่น ๆ 3) การสนับสนุนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ มหาวิทยาลัย สถาบันศิลปะ และหน่วยงานภาครัฐ ได้ร่วมกับองค์กรในชุมชนและท้องถิ่นในการวางกรอบในการดำเนินงาน การจัดหาพื้นที่สำนักงาน สถานที่ฝึกซ้อม สตูดิโอ สถานที่แสดงงานศิลปะการแสดง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งให้ความคุ้มครองสถานที่ที่มีอยู่เดิม เปิดช่องทางและสร้างโอกาสทางตลาดให้กับธุรกิจขนาดเล็ก สนับสนุนงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มช่องทางในการพัฒนาธุรกิจและศิลปวัฒนธรรม และ 4) ระบบเครือข่ายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จอย่างสูง และเป็นต้นแบบให้ประเทศอื่น ๆ นำไปศึกษาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของตน บนแนวคิดของการสร้างสรรค์อย่างกว้างขวาง โดยอุตสาหกรรมเป้าหมายในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักรประกอบด้วย 9 อุตสาหกรรม คือ 1) Advertising and marketing 2) Architecture 3) Crafts 4) Design and designer fashion 5) Film, TV, video, radio and photography 6) IT, software and computer services 7) Publishing 8) Museums, galleries and libraries และ 9) Music, performing and visual arts

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับสหราชอาณาจักรถึงประมาณ 9.6 ล้านปอนด์ต่อชั่วโมง หรือมูลค่ารวมประมาณ 87,400 ล้านปอนด์ต่อปี โดยกลุ่มสินค้าและบริการที่สำคัญ ได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ วิดีโอเกมส์ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ สำหรับกลุ่มธุรกิจด้านการออกแบบ (Design)

ของสหราชอาณาจักร ถือว่าใหญ่เป็นอันดับสองของโลก และเป็นอันดับหนึ่งของยุโรป โดยการส่งเสริมด้านนวัตกรรมในสหราชอาณาจักร ให้การสนับสนุนงบประมาณการวิจัยและนวัตกรรมเป็นอย่างดีโดยจัดสรรงบประมาณของรัฐกว่า 2,000 ล้านปอนด์ต่อปี โดยมีหน่วยงานที่ดูแลคือ Innovate UK ซึ่งอยู่ภายใต้ Department for Business, Energy and Industrial Strategy ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจ ภาคการศึกษา และองค์กรพันธมิตรต่าง ๆ ในการค้นหาและขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นพิเศษ คือ กลุ่มวิศวกรรมขั้นสูง การผลิตรถยนต์แห่งอนาคต เทคโนโลยีอากาศยาน พลังงาน บริการด้านการเงิน ไอซีที กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น เกมดิจิทัล ซอฟต์แวร์ การป้องกันประเทศและความมั่นคงปลอดภัย บริการด้านดิจิทัล เช่น FinTech DigiTech และ MedTech<sup>1</sup>



สหราชอาณาจักรเป็นหนึ่งในประเทศแรกๆ ที่ดำเนินนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ ให้กลายเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ตั้งแต่การใช้นโยบาย Cool Britannia จนถึงกลยุทธ์ Create Industries Sector Deal ซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำเป็นต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนา

โครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล นอกจากนี้ นโยบายสำคัญที่รัฐบาลสหราชอาณาจักรใช้ในการพัฒนาประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 จึงมุ่งเน้นที่ กลยุทธ์เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Strategy) เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างนวัตกรรม รวมถึงการจัดทำกลยุทธ์การออกแบบในนวัตกรรม ปี พ.ศ. 2558-2562 (Design in Innovation Strategy) เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจนำการออกแบบไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างนวัตกรรม ด้วยการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการออกแบบและอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน และการสร้างความตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการออกแบบบริการ (Service Design) ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ<sup>2</sup> ในส่วนของภาครัฐ มีหน่วยงานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนการบริการภาครัฐให้สอดประสานโดยหน่วยงานที่รับหน้าที่สำคัญในการจัดทำมาตรฐานด้านการให้บริการสาธารณะที่กำลังขยายการดำเนินการไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ Government Digital Service (GDS) หน่วยงานในสังกัด Cabinet Office โดยวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ประชาชนมีปฏิสัมพันธ์กับรัฐ โดยไม่ใช่เพียงแต่การรับบริการแต่เป็นการให้การสนับสนุนรัฐเพื่อให้บริการสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หน่วยงาน GDS ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพสูง รวมทั้งให้ข้อมูลต้นแบบปฏิบัติที่เป็นเลิศแก่ผู้ขอรับการแนะนำ<sup>3</sup>

<sup>1</sup> BUSINESS IS GREAT สร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ (September 2017) DITP ที่มา: <http://www.thinktradethinkditp.com/business-is-great>

<sup>2</sup> เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อนาคตเศรษฐกิจโลก...เศรษฐกิจไทย ที่มา: วารสาร TCDC OUTLOOK ฉบับเดือนมกราคม-มิถุนายน 2016 ,TCDC

<sup>3</sup> <https://www.gov.uk/government/organisations/government-digital-service/about>



## 2) สหรัฐอเมริกา

ช่วงแรกประเทศสหรัฐอเมริกามีระบบเศรษฐกิจแบบการเกษตรที่ทันสมัย ทำให้มีความคืบหน้าในด้านการเกษตร จากนั้นเกิดการปฏิวัติทางเศรษฐกิจโดยเปลี่ยนจากยุคเกษตรสู่ยุคอุตสาหกรรม และได้เปลี่ยนเป็นความคิดสร้างสรรค์ ในปี 1980 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แรงงานมากกว่า 20 ล้านคนมีความคิดสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสหรัฐอเมริกามีการจัดกลุ่มอุตสาหกรรม ดังนี้ การออกแบบและการเผยแพร่, ภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์, พิพิธภัณฑ์และคอลเลกชั่น, ศิลปะการแสดง, โรงเรียนและบริการและทัศนศิลป์/การถ่ายภาพ ซึ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่น เช่น ฮอลลีวูด, พิพิธภัณฑ์ศิลปะพลาเดิลเฟีย, วิทยาลัยกฎหมายฮาร์วาร์ด, บริษัทแอปเปิ้ล และไมโครซอฟท์ เป็นต้น และบทบาทสำคัญของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกามีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างงาน และสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งภาครัฐยังมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านลิขสิทธิ์ เพื่อทำให้เกิดแรงจูงใจสำหรับความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนางานวิจัย Intellectual Property and Technology Forum (IPTF) ทรัพย์สินทางปัญญาและเทคโนโลยีฟอรัม สร้างโครงสร้างพื้นฐาน มุ่งเน้นการค้า การลงทุน เสริมสร้างนวัตกรรม และการเข้าถึงข้อมูลสถิติ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุนแรงงานให้มีฝีมือ แต่ก็ยังมีอุปสรรคในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านของค่าจ้างแรงงานในประเทศมีความต่างกันมาก ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนสูง และความคิดสร้างสรรค์จะอยู่ในหัวเมืองใหญ่ ๆ ซึ่งไม่มีการกระจายตัวไปสู่พื้นที่ส่วนต่าง ๆ ในประเทศ<sup>4</sup>



สหรัฐอเมริกาใช้แนวคิด **A Nation of Makers** โดยในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 ประธานาธิบดี บารัค โอบามา เปิดทำเนียบขาวเพื่อจัดงาน White House Maker Faire ขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อแสดงถึงการสนับสนุนเมคเกอร์หรือกลุ่มคนที่ใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ใน ปีพ.ศ. 2558 ที่ผ่านมานายโอบามายังประกาศให้ระหว่างวันที่ 12-18 เดือนมิถุนายน เป็นสัปดาห์แห่งการผลิต (National Week of Making) โดยจัดกิจกรรมที่ทำเนียบขาวและสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ โรงเรียน มหาวิทยาลัย และพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ ตามนโยบาย Nation of Makers Initiative ที่มีเป้าหมายในการสร้างเมคเกอร์หรือกลุ่มผู้ผลิตที่ใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เครื่องพิมพ์สามมิติ (3D printer) เครื่องตัดเลเซอร์ (Laser cutter) เครื่องจักรซีเอ็นซี (CNC router) ในการผลิตและประยุกต์ใช้งานด้านต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดการสร้างเมคเกอร์รุ่นใหม่ ๆ โดยเริ่มจากการสร้างความสนใจในหมู่นักศึกษาเพื่อเพิ่มจำนวนเมคเกอร์ในอนาคต และการพัฒนาระบบการศึกษาและหลักสูตร STEM (Science, Technology, Engineering

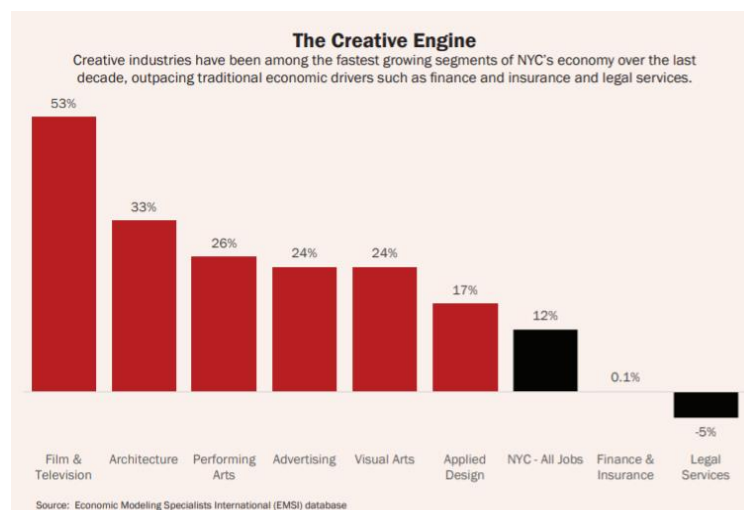
<sup>4</sup> เศรษฐกิจสร้างสรรค์ USA ที่มา <https://prezi.com/935cwtsmr3yb/usa/>

and Mathematics) ที่นำไปสู่การเกิดไอเดียและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนกระแสความเคลื่อนไหวของเหล่าเมคเกอร์ (Maker Movement) รวมถึงช่วยให้ผู้ผลิตแก้ปัญหาที่พบในอุตสาหกรรมในปัจจุบันให้มีน้ำหนักมากขึ้น จนเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาให้เติบโตในที่สุด

ภาพรวมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสหรัฐอเมริกาแตกต่างไปจากสหราชอาณาจักร เนื่องจากระบบการปกครองที่ทำให้แต่ละรัฐสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาได้เองและมีความแตกต่างค่อนข้างมากตามบริบทของรัฐต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ในนิวยอร์ก The Center for an Urban Future ได้ตีพิมพ์รายงาน “Creative New York” เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกในปี 2005 และครั้งต่อมาในปี 2015 ซึ่งพบว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในนิวยอร์กมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากเพราะแพลตฟอร์มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของนิวยอร์กได้รับผลกระทบโดยตรงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะแพลตฟอร์มสำหรับระดมทุนออนไลน์ (crowd funding platform) อย่าง Kickstarter หรือ Indiegogo ซึ่งให้ออกาศศิลปินมีเงินทุนสำหรับสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่มีตลาดรองรับ



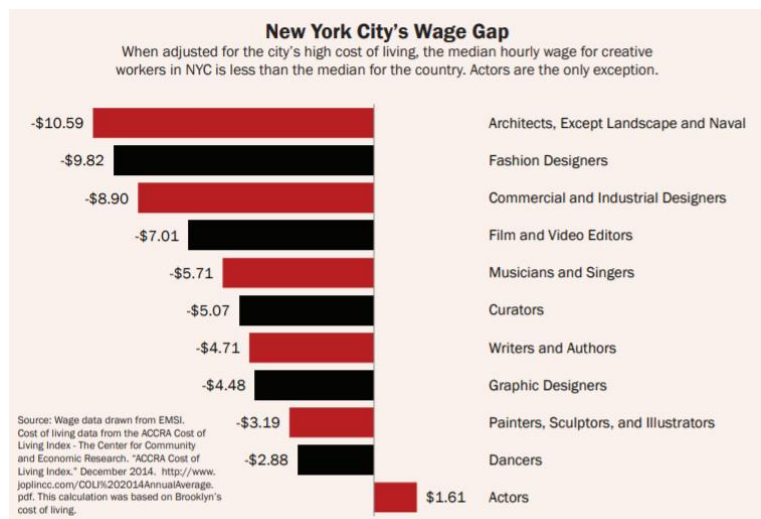
ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในนิวยอร์ก ตามรายงานของ The Center for an Urban Future ประกอบด้วย 10 สาขา ได้แก่ โฆษณา (advertising) ภาพยนตร์และโทรทัศน์ (film and television) การกระจายเสียง (broadcasting) สิ่งพิมพ์ (publishing) สถาปัตยกรรม (architecture) การออกแบบ (design) ดนตรี (music) ทัศนศิลป์ (visual arts) ศิลปะการแสดง (performing arts) ศิลปินอิสระ (independent artist) ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์ในสาขาย่อยต่าง ๆ ข้างต้นยังทำงานอยู่ในนิวยอร์กมากที่สุด รองลงมา คือ ลอสแอนเจลิส โดยแรงงานในภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีจำนวนสูงสุดในนิวยอร์กร้อยละ 8.6 รองลงมาคือ ภาคข้อมูลข่าวสารร้อยละ 6.1 ภาคการศึกษาร้อยละ 5.5 ภาคอสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 5.4 ภาคการเงินและประกันร้อยละ 5.2 นักวิทยาศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ทั้งยังมีอัตรา



การเติบโตของแรงงานสูงมาก สาขา ภาพยนตร์และโทรทัศน์สูงถึงร้อยละ 53 สถาปัตยกรรมร้อยละ 33 ศิลปะการแสดง ร้อยละ 26 ทัศนศิลป์และโฆษณาร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของนิวยอร์ก (ร้อยละ 12) ในขณะที่ภาคการเงินมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 0.1 และภาคกฎหมายมีอัตราการเติบโตร้อยละ -5

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในนิวยอร์กนั้นไม่เพียงเติบโตในแง่ปริมาณ แต่ด้านคุณภาพก็ทะยานขึ้นสู่จุดสูงสุดเช่นกัน โดยพบว่า ศิลปินนิวยอร์กได้รับรางวัลพูลิตเซอร์ ในสาขาบทประพันธ์ นวนิยาย ดนตรีและละคร รวมทั้งผู้กำกับภาพยนตร์ที่ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลต่าง ๆ นั้นเป็นผู้กำกับและโปรดิวเซอร์จากนิวยอร์กกว่าร้อยละ 70 อย่างไรก็ตามศิลปินในนิวยอร์กก็ยังคงมองตลาดธุรกิจสร้างสรรค์ในมุมมองไม่ดีนัก โดยให้เหตุผลธุรกิจสร้างสรรค์ในนิวยอร์กนั้นเติบโตได้ยากเนื่องจากผู้คนโดยเฉพาะชนชั้นกลางไม่มีกำลังซื้องานศิลป์ และแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังมีรายได้เฉลี่ยต่อชั่วโมง (median hourly wage) ค่อนข้างต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของรายได้ในสหรัฐอเมริกา ทั้งแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยตรง หรือแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยรายได้เฉลี่ยต่อชั่วโมงของกลุ่มอาชีพสถาปัตยกรรมนั้นน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อชั่วโมงของประเทศ ถึง 10.59 เหรียญ รองลงมาคือ นักออกแบบเสื้อผ้า 9.82 เหรียญ นักออกแบบอุตสาหกรรม 8.90 เหรียญ นักเต้น 2.88 เหรียญ มีเพียงนักแสดงเท่านั้นที่มีรายได้ต่อชั่วโมงสูงกว่าค่าเฉลี่ยรายได้ของประเทศ 1.61 เหรียญ สถานการณ์ด้านการจ่ายเงินค่าจ้างในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ลดลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงปี 2008 (วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์) และดีขึ้นเล็กน้อยในนิวยอร์กเนื่องจากค่าครองชีพสูง แต่สถิติแสดงให้เห็นว่าสถานการณ์รวมในประเทศไม่ได้เลวร้ายนัก เพราะในปี 2015 ประชากรวัยผู้ใหญ่ร้อยละ 66 ของสหรัฐอเมริกาล้วนยอมจ่ายเงินเพื่อเข้าชมการแสดงสดประเภทต่าง ๆ

ลักษณะเฉพาะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในนิวยอร์ก จัดเป็นรูปแบบที่มีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ดีโดยได้เปลี่ยนตัวเองและเข้าไปแทรกซึมอยู่ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ บางรูปแบบเป็นการสร้างความโดดเด่นในงานเฉพาะสาขา แล้วขยายอิทธิพลด้วยสื่อโฆษณาไปสู่งานสร้างสรรค์ในสาขาอื่น ๆ เช่น Hip Hop ที่ปัจจุบันเป็นมากกว่าแนวดนตรีแต่กลายเป็นวัฒนธรรมที่กระจายอยู่ในทัศนศิลป์ แฟชั่น และศิลปะการแสดง แม้แต่ในบรอดเวย์ หรือธุรกิจเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการต้องการความสามารถด้านการสร้างสรรค์จากนักออกแบบ ช่างภาพ ผู้ประพันธ์ บรรณาธิการ แฟชั่น สื่อ และโฆษณา เพื่อสร้างบริการใหม่ ๆ ที่โดดเด่นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ นอกจากนี้ ด้วยอิทธิพลของแพลตฟอร์มสำหรับระดมทุนออนไลน์ (crowdfunding platform) อย่าง Kickstarter ซึ่งให้โอกาสศิลปินมีเงินทุนสำหรับสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รวมทั้งเป็นแหล่งซื้อขายงานศิลป์แบบ pre-order ที่ประกันความเสี่ยงด้านการเงินและการตลาดให้แก่ศิลปิน อย่างไรก็ตาม สินค้าและบริการสร้างสรรค์ของศิลปินอเมริกันที่เผยแพร่ใน Crowdfunding เหล่านี้ยังมีความเสี่ยงที่จะถูกลอกเลียนแบบโดยผู้ที่มีทุนมากกว่า เพราะส่วนมากยังไม่ได้จดลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง



ข้อมูลจาก Creative New York แสดงว่า แพลตฟอร์มเหล่านี้สร้างผลประโยชน์ให้แก่ศิลปินและนักสร้างสรรค์ที่เป็นชาวนิวยอร์กเป็นสัดส่วนถึง ร้อยละ 14 ของเม็ดเงินที่ระดมทุนได้ในแพลตฟอร์มแห่งนี้ตลอด 6 ปีหรือ 105 ล้านเหรียญ ในจำนวนนี้ เป็นเงินลงทุนกับการเดินร้อยละ 32 การละครร้อยละ 25 แฟชั่นร้อยละ 20 และการถ่ายภาพร้อยละ 19 นอกจากนี้แพลตฟอร์มออนไลน์แล้วกิจกรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออฟไลน์ เช่น การจัดการอีเวนต์ต่าง ๆ ยังสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่นิวยอร์กปีละไม่น้อย เช่น งานนิวยอร์กแฟชั่นวีคสามารถดึงเม็ดเงินจากผู้คนทั่วโลกที่เข้าร่วมงานเป็นมูลค่ากว่า 547 ล้านเหรียญ สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจรวมกว่า 887 ล้านเหรียญ<sup>5</sup>

### ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมของสหรัฐอเมริกา

- ปี 2015 มูลค่าของงานสร้างสรรค์และวัฒนธรรมในสหรัฐอเมริกาคิดเป็น 763 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 4.2 ของ GDP และมีอัตราการขยายตัวปี 1998-2015 สูงถึงร้อยละ 40
- สหรัฐอเมริกาได้ดุลการค้า (trade surplus) ในสินค้าและบริการสาขาศิลปวัฒนธรรม 2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ จากมูลค่าส่งออก 6.36 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่นำเข้า 4.26 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ
- มูลค่าการใช้จ่ายของผู้เข้าชมงานศิลป์นอกเหนือไปจากค่าธรรมเนียมการเข้าชม เช่น อาหาร ที่พัก และสินค้าที่ระลึก ในแต่ละปีคิดเป็นมูลค่ารายได้กว่า 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐ
- ตำแหน่งงานด้านศิลปะและการสร้างสรรค์คิดเป็นร้อยละ 3 ของกำลังแรงงานในสหรัฐอเมริกาทั้งหมด และมีมูลค่าการจ่ายค่าจ้างประมาณ 3.72 แสนล้านเหรียญสหรัฐ
- การเพิ่มขึ้นของสถานที่สร้างสรรค์ (Creative Place) มีข้อมูลสนับสนุนว่าย่านศิลปะทำให้ลิขสิทธิ์ของสื่อศิลปะเพิ่มมากขึ้น
- แต่ละปี นักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนในสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 76 หรือ 130 ล้านคน เข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นจำนวนเงินให้สหรัฐฯ มากกว่า 1.7 แสนล้านเหรียญสหรัฐ
- นักท่องเที่ยวสายวัฒนธรรมที่เดินทางไปสหรัฐอเมริกา ใช้จ่ายเฉลี่ย 1300 เหรียญสหรัฐต่อครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่ใช้จ่ายเพียง 800 เหรียญสหรัฐต่อครั้ง ถึงร้อยละ 60

### 3) เกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้เป็นตัวอย่างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่โดดเด่นประเทศหนึ่ง โดยสร้างวัฒนธรรม “K” ที่แข็งแกร่งจนกลายเป็นแกนหลักในการท่องเที่ยวและลงทุนของประเทศเกาหลีใต้ แทนการแข่งขันที่หนักหน่วงในด้านอุตสาหกรรมการผลิตและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ความสำเร็จของกระแส K-Pop อาหารเกาหลีหรือละครชุดเกาหลีมีได้เกิดขึ้นโดยความบังเอิญ

<sup>5</sup> Creative New York ที่มา <https://nycfuture.org/research/creative-new-york-2015>

แต่เกิดขึ้นจากการวางแผนร่วมกับระดับประเทศในการยกระดับเกาหลีใต้ไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังจะเห็นได้จากละคร “แดจังกึม” ที่มีโด่งดังแค่เพียงในประเทศไทย แต่ได้รับความนิยมทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และการหารสนิยมร่วมระดับภูมิภาค (Convergence Strategy) แล้วนำมาผนวกกับการเล่าเรื่องผ่านมรดกทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ของเกาหลีได้อย่างลงตัวน่าสนใจ เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การกิน หรือชีวิตในวัง เป็นต้น ด้วยความสำเร็จของการขายวัฒนธรรมผ่านละครที่ผู้คนชื่นชอบ ประทับใจ ตราสินค้าของเกาหลีจึงถูกสร้างขึ้น (Korean Branding) เพราะสามารถสร้างความรู้สึกร่วมกัน (Emotional Relationships) ได้อย่างลงตัว เช่นเดียวกับความผูกพันความประทับใจใน ละครชุดเรื่องอื่น ๆ นักร้อง และนักแสดง ที่สนับสนุนและเผยแพร่ ออกมาอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้สินค้าและบริการต่างๆของเกาหลีใต้เกิดการยอมรับและมีความรู้สึกอันดี (Goodwill) จากผู้บริโภค ไม่ว่าจะ เป็น เทรนด์เสื้อผ้า-เครื่องประดับ ทรงผม เครื่องสำอาง อาหารเกาหลี เครื่องใช้ไฟฟ้า บริการศัลยกรรม การแสดงคอนเสิร์ต และการท่องเที่ยว เป็นต้น และในปัจจุบันนี้กระแสเกาหลีได้กระจายไปทั่วโลก (Global Market) ทั้งในยุโรป และอเมริกาเหนือ<sup>6</sup>

ประเทศเกาหลีใต้ใช้แนวคิด Creative Korea ส่งเสริมการส่งออกเนื้อหา (Korea Content) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัย รวมถึงพัฒนาด้านนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และ ICT เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วย Startups และพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ จากความคิดสร้างสรรค์



ความชัดเจนในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สังเกตได้จากความสำเร็จของกระแสความนิยมอาหารเกาหลี เคป็อป (K-POP) หรือซีรีส์เกาหลี สิ่งเหล่านี้ล้วนมาจากวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ทั่วไป แต่ด้วยความคิดริเริ่มของเกาหลีใต้ จึงได้ร้อยเรียงเรื่องราวและแทรกลงไปในเรื่องเหล่านั้น จนกลายมาเป็นความเฉพาะตัวที่ใครก็ไม่สามารถเลียนแบบได้และเป็นที่ยอมรับทั่วโลก อย่างไรก็ตามสิ่งที่เกิดขึ้นนี้ไม่ได้มาจากความบังเอิญหรือโชคช่วย แต่เกิดจากการร่วมมือกันทั้งประเทศเพื่อที่จะพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ รัฐบาลเกาหลีใต้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการดึงภาคเอกชนที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ภาคสังคม และสถาบันการศึกษาเข้ามาร่วมในการพัฒนา โดยมีหลักการที่สำคัญคือการทำงานประสานกันระหว่างบริษัทขนาดใหญ่ และบริษัท Startup ที่ก่อตั้งมาแล้วไม่เกิน 7 ปี เพื่อนำไปสู่การสร้างประโยชน์ร่วมกัน รัฐบาลเกาหลีใต้จึงส่งเสริมและสนับสนุนให้จัดตั้ง ศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรม หรือ Center for Creative Economy and Innovation (CCEI) ซึ่งปัจจุบันมี 18 แห่งทั่วเกาหลีใต้

<sup>6</sup> เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มา <http://gems.chanthaburi.buu.ac.th/old/documents/article/12.pdf>



แนวทางในการดำเนินงานของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมในเกาหลีใต้คือสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและการเติบโตด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยรัฐบาลเกาหลีใต้ตั้งเป้าชนขนาดใหญ่มาร่วมดูแลศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมในแต่ละเมืองตามความถนัด ซึ่งจะมีการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถนำออกมาผลิตในเชิงธุรกิจ อันเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศได้<sup>7</sup>

#### 4) ญี่ปุ่น

สืบเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ถดถอยในเชิงโครงสร้างทางประชากร อุตสาหกรรมที่เคยรุ่งเรืองในอดีตถดถอยลง ทำให้การบริโภคภายในประเทศลดลง ด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจที่พึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบปัญหา ทำให้รัฐบาลต้องเปลี่ยนทิศทางด้วยการเจาะตลาดที่กำลังเติบโต เช่น ในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการของญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศ เช่น คอนเทนต์ แฟชั่น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บริการ และเสื้อผ้า อาหาร ของใช้ในครัวเรือน บุคคลต่างประเทศซึ่งจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของญี่ปุ่นให้เติบโตขึ้น การส่งเสริมของรัฐบาลญี่ปุ่นด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่ “Cool” ของญี่ปุ่นสู่ต่างประเทศ (Outbound) และการซื้อเชิญชาวต่างชาติท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพื่อเกิดการบริโภคขึ้นในประเทศ (Inbound) จะนำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจและการเพิ่มการจ้างงานในประเทศญี่ปุ่นต่อไป<sup>8</sup>

รัฐบาลสมัยนายนาโโตะ คัง ลงมติเห็นชอบกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจครั้งใหม่และได้นำนโยบาย Cool Japan เป็น 1 ในโครงการแห่งชาติ 21 โครงการ ในเดือนมิถุนายน 2553 ต่อมาในปี 2554 Intellectual Property Strategy Headquarters เป็นหน่วยงานหลักที่จะดำเนินแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับ “การผลักดัน Cool Japan” มีเป้าหมายขยายมูลค่าตลาดที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan จาก 4.5 ล้านล้านเยน (ปี 2552) เป็น 17 ล้านล้านเยน (ปี 2563) และค้นหา สร้าง เผยแพร่ เสริมสร้างความนิยม เตรียมความพร้อมพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan อย่างเป็นรูปธรรม



เดือนธันวาคม ปี 2555 รัฐบาลอาเบะได้แต่งตั้ง รัฐมนตรียุทธศาสตร์ Cool Japan (Minister in charge of “Cool Japan” Strategy) เป็นนโยบายการนำทีมโดยรัฐบาลซึ่งหน่วยงานและกระทรวงต่าง ๆ ทุกภาคส่วนร่วมมือกันแบบ All Japan โดยเฉพาะกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ที่มุ่งมั่นที่จะเชื่อมโยงนโยบาย Cool Japan กับธุรกิจของเอกชนเพื่อขยายการบริโภคสินค้าและบริการของญี่ปุ่น<sup>9</sup>

<sup>7</sup> อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ ที่มา [https://www.boj.go.th/upload/content/Magazine201610\\_92735.pdf](https://www.boj.go.th/upload/content/Magazine201610_92735.pdf)

<sup>8</sup> Cool Japan Initiative (July 2014) Ministry of Economy, Trade and Industry ที่มา: [https://www.meti.go.jp/english/policy/mono\\_info\\_service/creative\\_industries/creative\\_industries.html](https://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/creative_industries.html)

<sup>9</sup> [https://www.ditp.go.th/contents\\_attach/148923/148923.pdf](https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf)

ทั้งนี้กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (Ministry of Economics, Trade and Industry: METI) เป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้นโยบาย Cool Japan ซึ่งเน้นการส่งออกสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้คนทั่วโลก โดยสะท้อนลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่นเอาไว้ ผ่านแนวทางการพัฒนา 4 ขั้นตอน ได้แก่ การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีศักยภาพในการส่งออก กระตุ้นให้เกิดกระแสญี่ปุ่นนิยมในต่างประเทศ ทำธุรกิจในประเทศเป้าหมาย และดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศญี่ปุ่น ด้วยโครงการต่างๆ อาทิ Anime Tourism โดยความร่วมมือระหว่างสำนักพิมพ์ Kadokawa และพันธมิตรซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่นในด้านของเงินทุนและการอำนวยความสะดวก ในการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอนิเมะและมังงะ เพื่อให้ผู้คนโดยเฉพาะชาวต่างประเทศได้เข้าไปเยี่ยมชมสถานที่จริงที่ปรากฏในอนิเมะหรือมังงะที่ชื่นชอบ อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งในพิธีปิดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกปี 2016 ที่ประเทศบราซิลนั้น นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่น ชินโซะ อาเบะ ได้ปรากฏตัวในชุดของมาริโอ ตัวละครจากวิดีโอเกมพร้อมกับ VTR แนะนำโตเกียวโอลิมปิก 2020 ที่ได้มีการนำเอาตัวละครชื่อดังไม่ว่าจะเป็น กัปตันชีบาสะ โดราเอมอน แพคแมน และ ฮัลโหล คิตตี้ มาผสมผสานกับการกีฬา ซึ่งนับว่าเป็นการปูทางสู่การเติบโตตามนโยบาย Cool Japan ในอนาคต

## 5) จีน

การเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนถูกขับเคลื่อนจากการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เนื่องจากความได้เปรียบด้านค่าแรงงานจากการที่ประเทศมีแรงงานจำนวนมาก คนชั้นกลางจำนวนมากยกระดับความเป็นอยู่ของตนเองได้อย่างรวดเร็ว ชาวจีนหลายร้อยล้านคนได้หลุดพ้นจากความยากจน อย่างไรก็ตามการเติบโตของเศรษฐกิจจีนทำให้ต้นทุนค่าแรงค่อย ๆ ปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงปัญหาแรงงานที่จะหายากมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากปัจจุบันจีนกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และจำนวนประชากรเกิดใหม่ของจีนมีแนวโน้มที่ลดลง ประกอบกับการผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ การใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และปัญหาสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ดังนั้น จึงทำให้รัฐบาลจีนมีแนวคิดที่จะปฏิรูปภาคการผลิต และโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างจริงจัง โดยเปลี่ยนจากการผลิตที่เน้นการใช้แรงงานและเน้นปริมาณ ไปสู่การผลิตที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและเน้นคุณภาพ โดยมีแรงกระตุ้นจากนโยบายอุตสาหกรรม 4.0 ของเยอรมนี (The New High Tech Strategy 2020) ที่มีเป้าหมายจะเป็นผู้ครองตลาดอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของโลก จึงเป็นที่มาของแผนพัฒนาเชิงรุกด้านเทคโนโลยีที่รัฐบาลจีนประกาศใช้ในปี 2558 คือ นโยบาย Made in China 2025 ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559-2564) และการประชุม National People's Congress เมื่อมีนาคม 2560 ได้มีการกล่าวถึงการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการผลิตของจีนอย่างจริงจัง โดยมีต้นแบบจากเยอรมนีและมีการลงนามความร่วมมือ “The Action Outline of Sino German Cooperation” กับเยอรมนีเมื่อตุลาคม 2557 เป็นยุทธศาสตร์ของจีนที่มุ่งพัฒนาจีนจากประเทศการผลิตยักษ์ใหญ่เป็นประเทศการผลิตที่แข็งแกร่งภายใน 10 ปีข้างหน้า โดยเปลี่ยนรูปแบบการผลิตจากเน้นปริมาณสู่การผลิตที่เน้น

คุณภาพ มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ซึ่งแบ่งช่วงเวลาการปฏิรูปด้านการผลิตและอุตสาหกรรมของประเทศ ออกเป็น 3 ระดับขั้น คือ ขั้นที่ 1 (พ.ศ. 2559-2568) มุ่งพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการผลิตและยกระดับผลิตภาพแรงงานเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับการผลิต ขั้นที่ 2 (พ.ศ. 2569-2578) มุ่งเน้นเพิ่มขีดความสามารถด้านนวัตกรรมให้สูงขึ้น และขั้นที่ 3 (พ.ศ. 2579-2592) มุ่งยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมการผลิตจีนขึ้นสู่ระดับประเทศ มหาอำนาจด้านการผลิตชั้นนำของโลก และ พ.ศ. 2592 ตรงกับ ครบรอบ 100 ปีของการสถาปนาประเทศจีน โดยแนวคิดและ หลักการของ Made in China 2025 คือ



- 1) การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม
- 2) การผลิตที่มุ่งคุณภาพ
- 3) การผลิตมุ่งเน้นและพัฒนาไปสู่การผลิตสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 4) การปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิต เน้นการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ แก้ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้าและแบรนด์สินค้าของจีน
- 5) การพัฒนาบุคลากรในด้านวิทยาศาสตร์และการสร้างนวัตกรรม สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตสำคัญที่มีศักยภาพและเน้นพัฒนาในอนาคต ในยุทธศาสตร์

Made in China 2025 ประกอบด้วย 10 อุตสาหกรรม<sup>10</sup> คือ

- 1) อุตสาหกรรมสารสนเทศ (technology/information network)
- 2) อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ที่สามารถทำงานได้เอง (Numerical Control Robot)
- 3) อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์อากาศยาน (aerospace and aviation equipment)
- 4) อุตสาหกรรมเรือไฮเทค (high-end vessels and ocean engineering equipment)
- 5) อุตสาหกรรมการผลิตรถไฟ (rail transit equipment)
- 6) อุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ (new energy vehicles)
- 7) อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์พลังงาน (new energy)
- 8) อุปกรณ์การผลิตวัสดุพิเศษใหม่ (new materials)
- 9) อุตสาหกรรมยาและอุปกรณ์การผลิตยา (bio medicine, high-end medical appliances and medicines)
- 10) อุตสาหกรรมเครื่องมือทางการเกษตร (modern agricultural machinery)

<sup>10</sup> เจาะลึก Made in China 2025, ส่วนเศรษฐกิจภาคธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ ที่มา:

[https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconMakhongCanelArea/Yunnan/DocLib\\_YNArticle/2016--Article2\\_Made%20in%20China2025.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconMakhongCanelArea/Yunnan/DocLib_YNArticle/2016--Article2_Made%20in%20China2025.pdf)

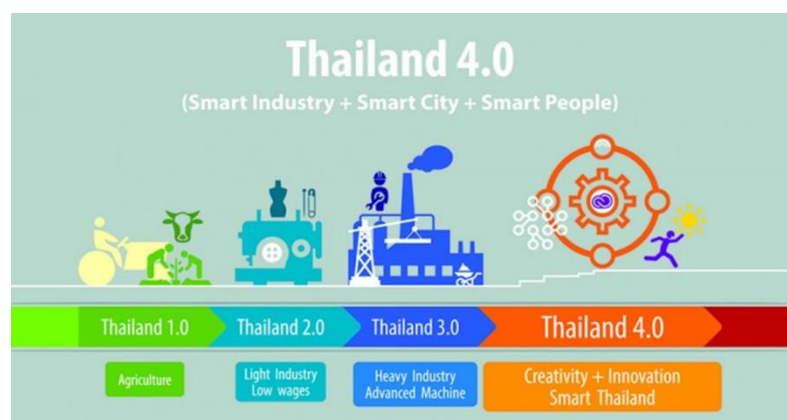


นอกจากนี้ยังรวมถึงวัตถุดิบใหม่ ๆ และพลังงานทดแทน โดยจะมีการพัฒนา 3D Printing, Mobile Internet, Cloud Computing, Big Data และ Internet of Things ด้วย

ปัจจุบันภาครัฐได้ให้การสนับสนุนและดำเนินการเกี่ยวกับยุทธศาสตร์นี้ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การก่อตั้งกองทุนรัฐบาล 4 หมื่นล้านบาท เพื่อลงทุนในอุตสาหกรรมเกิดใหม่ การเชื่อมโยงกับท้องถิ่น โดยแต่ละมณฑลมีการกำหนดลักษณะการผลิตแต่ละท้องถิ่น การประกาศเขตนิคมอุตสาหกรรม โดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติแทนแรงงาน การกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับการผลิต การสนับสนุนด้านการเงินและสินเชื่อแก่โครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้าง local brand และบริษัทที่สร้างนวัตกรรม การช่วยเหลือด้านจตสิทธิบัตรสำหรับเทคโนโลยีที่คิดค้น เป็นต้น

### 1.3 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

รัฐบาลไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้พยายามหิยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยพื้นฐานความได้เปรียบในแง่ความหลากหลายเชิงชีวภาพ มรดกทางวัฒนธรรม ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว มาผนวกกับองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ อันจะนำมาสู่ความสามารถในการแข่งขัน และสามารถปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืนได้ ทั้งนี้ นโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเริ่มเป็นรูปธรรมมากขึ้นในช่วงปี 2545 เป็นต้นมา ได้มีการจัดตั้งองค์การอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์กรพิพิธภัณฑท์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระยะยาวที่เริ่มมีดำเนินการตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่เสริมสร้างรากฐานของประเทศด้านต่าง ๆ ให้เข้มแข็งควบคู่กับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคง และยั่งยืนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จนกระทั่งปัจจุบันภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อ ยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบัน เพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง จากการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่ม



ของสินค้าและบริการด้วยการวิจัยและพัฒนาการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ พื้นฐานทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าสูงมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การดำเนินการของภาครัฐเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชัดเจนเรื่อยมา ดังจะเห็นจาก **โมเดลประเทศไทย 4.0** ซึ่งเป็นแนวนโยบายเพื่อพัฒนากลไกขับเคลื่อนชุดใหม่ (New Engines of Growth) ที่มุ่งสร้างความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศ สามารถหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง โดยเปลี่ยนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบให้กลายเป็นการได้เปรียบในการแข่งขันใน 5 อุตสาหกรรมใหม่ หนึ่งในนั้นเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services)

**ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)** ได้รับการประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศก้าวไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยมุ่งเพิ่มผลิตภาพการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยพัฒนา และนวัตกรรมไทยในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Value Creation) จากแนวนโยบายการพัฒนาประเทศโดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมาและนโยบายภาครัฐในปัจจุบันที่ได้กล่าวมานั้นจะนำไปสู่การเป็นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับโลกอย่างยั่งยืน



**พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561** มีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 เป็นต้นมา โดยได้มีการกำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ไว้ว่า **เศรษฐกิจสร้างสรรค์** หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

ในการกำหนดสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดไว้ว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 12 สาขาหลัก ได้แก่ งานฝีมือและหัตถกรรม ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ ดนตรี ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง ซอฟต์แวร์ โฆษณา การออกแบบ สถาปัตยกรรม และแฟชั่น โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา คือ อาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Development) เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจหรือการสร้างความสำเร็จเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจทั้งในโครงสร้างด้านการผลิต (สินค้าและบริการ) โครงสร้างตลาด โครงสร้างปัจจัยการผลิตและการแจกจ่ายผลผลิต ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญาและการศึกษาวิจัย เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

## 1.4 ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

### 1.4.1 แนวคิดสากลที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์กรในระดับสากลที่มีหน้าที่ส่งเสริมแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายหน่วยงาน ได้มีแนวคิดเรื่องระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ดังต่อไปนี้

**องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization: UNIDO)** เป็นหน่วยงานพิเศษในสหประชาชาติ มีบทบาทในการส่งเสริมและเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศกำลังพัฒนา และประเทศที่มีเศรษฐกิจในช่วงเปลี่ยนผ่าน และการส่งเสริมความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ ได้อธิบายว่า ระบบนิเวศสร้างสรรค์ หมายถึง การทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ และเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย ศูนย์ฝึกอบรม โดยมีระบบบริหารจัดการเพื่อสร้างและรวบรวมของนวัตกรรมและไอเดียสร้างสรรค์จากแหล่งต่าง ๆ ให้บริษัทสามารถดึงมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าได้อย่างเต็มที่<sup>11</sup>

**การประชุม World Conference on Creative Economy** ในเดือนพฤษภาคม 2561 ณ กรุงจากาตาร์ ประเทศอินโดนีเซีย<sup>12</sup> Marisa Henderson ผู้อำนวยการโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังค์ถัด (The chief of UNCTAD's creative economy programme) ได้กล่าวถึงระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Ecosystem) ว่าประกอบด้วย อุตสาหกรรมและภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงผู้มีส่วน

<sup>11</sup> Bakalli, M. 2014. (Page 43) The Creative Ecosystem: Facilitating the Development of Creative Industries. Working Paper 08/2014. Vienna, Austria: UNIDO.

<sup>12</sup> [https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1843&Sitemap\\_x0020\\_Taxonomy =UNCTAD%20Home;](https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1843&Sitemap_x0020_Taxonomy%20Home)

ได้ส่วนเสีย โดยทั้งหมดมีประเด็นร่วม (common cross-cutting issues) ในระดับ macro เช่น กฎเกณฑ์ทางการค้า และมีประเด็นท้าทายในระดับ micro เช่น คุณภาพแรงงาน ต้นทุนในการขนส่ง ซึ่งเหล่านี้ต้องได้รับการพิจารณาจากกลุ่มผู้ที่เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องโดยเพื่อการบริหารจัดการประเด็นดังกล่าว

Inter-American Development Bank (IDB) เป็นองค์กรที่สนับสนุนทางการเงินและเทคนิคให้กับประเทศในละตินอเมริกาและแคริบเบียนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม กล่าวถึงวิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าจะทำผ่านมุมมองของระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยที่ระบบนิเวศ หมายถึง กลุ่มของผู้เล่นที่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีหน้าที่ชัดเจนแตกต่างกัน และหากปรับแนวคิดของระบบนวัตกรรมแห่งชาติ<sup>13</sup> ซึ่งได้กำหนดให้เป็นชุดของตัวแทนและสถาบันทางเศรษฐกิจ เช่น รัฐบาล มหาวิทยาลัย หน่วยงานวิจัย และภาคเอกชน โดยการทำงานร่วมกันเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของผลงานด้านนวัตกรรมทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างการกระจายและการใช้ความรู้ในระบบการผลิตและสังคมเพื่อกำหนดการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า **ระบบนิเวศสร้างสรรค์** เป็นกลุ่มของหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ และกฎเกณฑ์ที่ส่งผลต่อการผลิต การถ่ายทอด และการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ แนวคิดของระบบนิเวศเชิงสร้างสรรค์ไม่เพียงเน้นความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน แต่ยังรวมถึงชุมชนท้องถิ่น และผู้บริโภคด้วย รวมไปถึงบทบาทของสถาบันการศึกษาด้วย ระบบนิเวศสร้างสรรค์ช่วยในการทำความเข้าใจความหลากหลาย การพึ่งพาและการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เล่นที่แตกต่างกัน เพื่อสามารถนำไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ต่อไป<sup>14</sup>

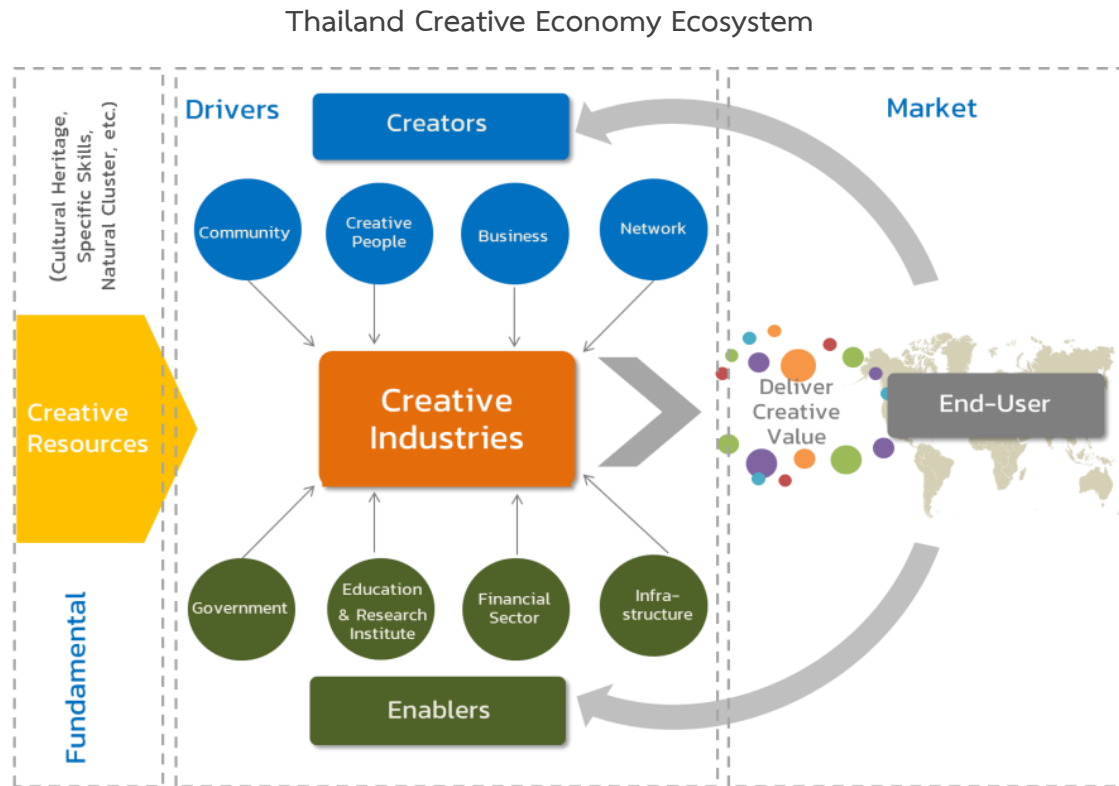
---

<sup>13</sup> A national innovation system is defined as the set of economic agents and institutions (e.g., government, universities, research units, and the private sector) whose interaction determines the performance of a society in terms of innovation outputs. Such interaction is key to generating, diffusing, and using knowledge in the production system and society, determining the long-run economic development of a country (Freeman, 1989; Lundvall, 1985,1992; Nelson, 1993)

<sup>14</sup> Jose Miguel Benavente and Matteo Grazzi. 2017. (Page 21) PUBLIC POLICIES FOR CREATIVITY AND INNOVATION: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean. Inter-American Development Bank

## 1.4.2 กรอบแนวคิดระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creative Economy Ecosystem)

จากแนวคิดสากลที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creative Economy Ecosystem) ได้ดังนี้



ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย หมายถึง การทำงานร่วมกัน ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 12 อุตสาหกรรม และรวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา ซึ่งมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย บนพื้นฐานทรัพยากรสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ไปยังผู้บริโภค โดยการทำงานร่วมกัน ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยง ก่อให้เกิดบรรยากาศสร้างสรรค์และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนและเอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้ต่อไป

### องค์ประกอบของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. **องค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental)** ได้แก่ ทรัพยากรด้านสร้างสรรค์ (Creative Resources) ซึ่งหมายถึง มรดกวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของประเทศ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ความหลากหลายทาง

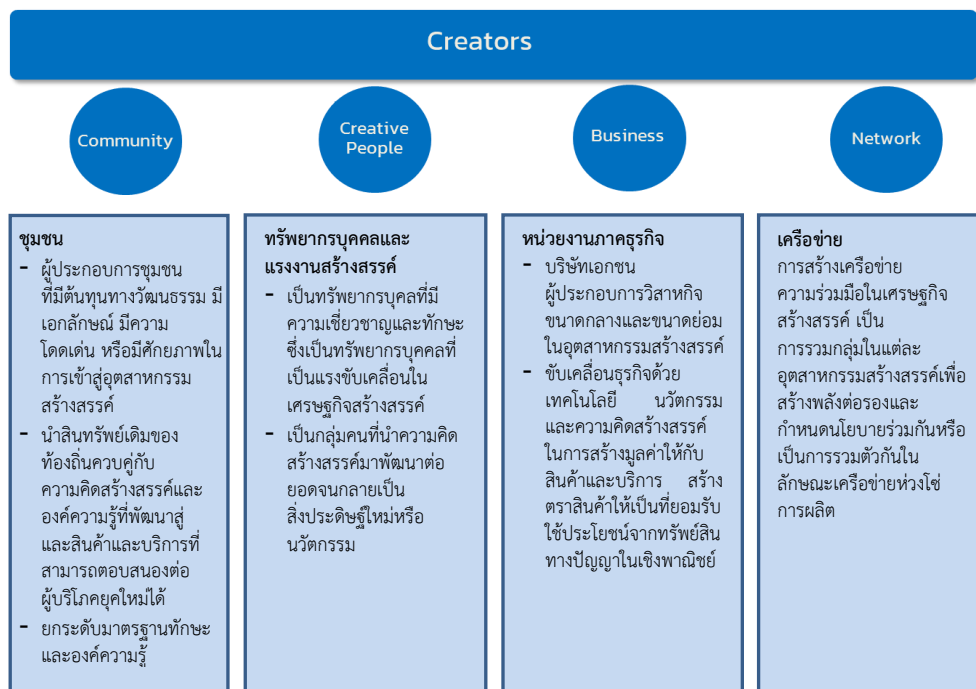
ชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียง รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อาจถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาภายหลัง โดยทรัพยากรเหล่านี้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการต่อยอดสินค้าและบริการสร้างสรรค์ได้

**2. ผู้ขับเคลื่อน (Drivers)** ประกอบด้วยผู้สร้างสรรค์ (Creators) และผู้สนับสนุน (Enablers) ซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามลำดับ

**2.1 ผู้สร้างสรรค์ (Creators)** หมายถึง กลุ่มคนที่เป็นบุคลากรที่ทำงานเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน สินค้าหรือบริการสร้างสรรค์ ได้แก่ 1) ชุมชน (Community) 2) ทรัพยากรบุคคลและแรงงานสร้างสรรค์ (Creative People) 3) ภาคธุรกิจ (Business) และ 4) เครือข่ายสร้างสรรค์ (Network)

**2.2 ผู้สนับสนุน (Enablers)** หมายถึง หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ (Government) 2) หน่วยงานภาคการศึกษาและหน่วยงานวิจัย (Education and Research Institute) 3) ภาคการเงิน (Financial sector) และ 4) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

**3. ตลาด (Market)** หมายถึง ตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการส่งมอบสินค้าและบริการที่สามารถสร้างประสบการณ์หรือความประทับใจพิเศษให้กับผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งผู้บริโภคสามารถป้อนกลับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้แก่ผู้ขับเคลื่อนต่าง ๆ ในระบบนิเวศเพื่อใช้ปรับปรุงสินค้าและบริการได้



แผนภาพแสดงองค์ประกอบย่อยของผู้สร้างสรรค์ (Creators)



แผนภาพแสดงองค์ประกอบย่อยของผู้สนับสนุน (Enablers)

โดยองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบแรกของระบบนิเวศ ได้แก่ 1) **องค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental)** และ 2) **ผู้ขับเคลื่อน (Drivers)** ที่มีทั้งฝั่งของผู้สนับสนุน (Enablers) และฝั่งของผู้สร้างสรรค์ (Creators) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการร่วมกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Creative Industries) ทั้ง 15 สาขาของไทย ให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่คุณภาพมาตรฐาน ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค (End-User) ยุคใหม่ได้ในตลาด (Market) ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการปรับเปลี่ยนความต้องการของผู้บริโภคได้ต่อไป

ทั้งนี้ **อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries)** หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Asset-based) ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถ

สร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) หรือคุณค่าเพิ่มทางสังคม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขาหลัก โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา คือ อาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีขอบเขตดังต่อไปนี้

1. **งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)** ผลิตภัณฑ์งานจักสาน ถักทอ เครื่องใช้ในการเดินทางจากหนัง ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนจากไม้ ดอกไม้ใบไม้ประดิษฐ์ เซรามิกที่ใช้วิธีผลิตด้วยมือ เครื่องประดับ โลหะมีค่า เพชร พลอยเจียรระโนหรือเพชร/พลอยร่วง

2. **ศิลปะการแสดง (Performing arts)** การจัดกิจกรรมบริการทางศิลปะการแสดง และบริการทางด้านมหรสพ เช่น ละคร คอนเสิร์ตศิลปะ (Arts) วงดนตรีละครเวทีต่าง ๆ

3. **ทัศนศิลป์ (Visual arts)** งานจิตรกรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย และงานประติมากรรม

4. **ดนตรี (Music)** การบันทึกเสียงการทำซ้ำและเครื่องดนตรี

5. **ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film & video)** การบริการ การผลิต หรือจำหน่าย ภาพยนตร์ และแถบวีดิทัศน์ รวมทั้งการจำหน่ายหรือให้เช่าฟิล์มและแถบวีดิทัศน์ สถานประกอบการที่ดำเนินการหลักเกี่ยวกับการขายหรือให้เช่าภาพยนตร์ หรือแถบวีดิทัศน์แก่อุตสาหกรรมอื่น ซึ่งมีใช่เป็นการจำหน่ายให้แก่สาธารณชนทั่วไป รวมถึงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกัน

6. **การพิมพ์ (Publishing)** การทำสำเนาสิ่งพิมพ์ สำเนาสื่อบันทึกข้อมูล รวมถึงการบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์อื่นๆ เช่น การเรียงพิมพ์ การแกะแม่พิมพ์ และการเข้าเล่ม การพิมพ์หนังสือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว ปฏิทิน สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และการบริการทางการพิมพ์อื่น ๆ

7. **การกระจายเสียง (Broadcasting)** การกระจายเสียงทางโทรทัศน์ การกระจายเสียงทางวิทยุ และการบริการทางการกระจายเสียงสถานีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ และห้องส่งซึ่งดำเนินการหลักเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ทุกประเภท เช่น รายการบันเทิงรายการเพื่อส่งเสริมการศึกษา รายการข่าว กีฬาพยากรณ์อากาศ สัมภาษณ์บุคคล ฯลฯ โดยเป็นรายการสดหรือบันทึกลงแถบบันทึกในสื่อต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่และกระจายเสียง รวมถึงการขายให้เช่า เก็บรักษาเพื่อการกระจายเสียงหรือแพร่ภาพและการนำกลับมาแพร่ภาพซ้ำ

8. **ซอฟต์แวร์ (Software)** ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล ทั้งการใช้งานบนคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อื่น เช่น โทรศัพท์มือถือและเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ โดยไม่รวมถึงงานแอนิเมชันและเกมส์

9. **โฆษณา (Advertising)** การดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการโฆษณา ทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบันทึก สื่อบันทึกเสียงอื่นๆ และงานออกแบบงานโฆษณา งานบริการทางการโฆษณาและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง



**10. การออกแบบ (Design)** การผลิตและขายเฟอร์นิเจอร์ การตกแต่งภายใน เครื่องครัว เครื่องแก้ว ของเล่นต่าง ๆ การออกแบบกราฟิก ออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งบริการออกแบบต่าง ๆ ยกเว้นการผลิตและขายเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้าจากผ้าฝ้ายที่ผลิตขึ้นเองและเครื่องสวมใส่สำหรับกีฬา

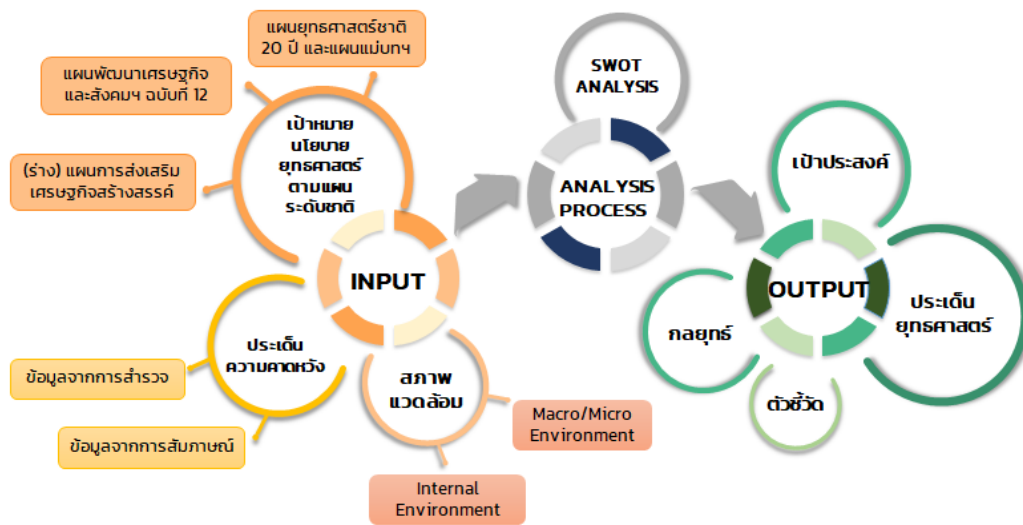
**11. สถาปัตยกรรม (Architecture)** การดำเนินงานเกี่ยวกับการก่อสร้างทั่วไป การก่อสร้างเฉพาะงาน และงานวิศวกรรมโยธา การต่อเติมดัดแปลง การก่อสร้างลักษณะชั่วคราว การซ่อมแซม งานวิศวกรรมโยธา ซึ่งงานดังกล่าวสามารถดำเนินการด้วยตนเองหรือโดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยการทำสัญญาจ้างงานบางส่วนทั้งหมดหรือทำสัญญารับช่วง กิจกรรมด้านสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม รวมถึงการบริหาร โครงการงานก่อสร้าง ออกแบบก่อสร้าง จัดประเภทบริการทางสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และการให้คำปรึกษาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้อง

**12. แฟชั่น (Fashion)** การผลิตเครื่องแต่งกาย การออกแบบ จัดทำตัวอย่างจัดเตรียมการผลิต การขายเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปและการรับจ้างตัดเสื้อให้ลูกค้า ยกเว้นการผลิตเสื้อผ้าจากผ้าฝ้ายที่ผลิตขึ้นเองและเครื่องสวมใส่สำหรับกีฬา

## บทที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์

### กรอบแนวคิดการจัดทำแผนปฏิบัติการ

การจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563-2565 เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจน และผลักดันให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยกรอบแนวคิดที่ใช้ในศึกษา มีปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ เป้าหมาย นโยบาย และยุทธศาสตร์ตามแผนระดับชาติ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และประเด็นความคาดหวังของฝ่ายนโยบาย/ผู้บริหาร โดยใช้กระบวนการการวิเคราะห์ (Analysis process) จาก SWOT Analysis และผลลัพธ์ (Output) ที่ได้คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic issues) เป้าประสงค์ (Objectives) กลยุทธ์ (Strategies) และตัวชี้วัด (Key Performance Indicators) ดังปรากฏตามแผนภาพ



กรอบแนวคิดที่ใช้ในศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการฯ

## 2.1 ปัจจัยนำเข้า (Input)

ปัจจัยในการศึกษาเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และประเมินองค์การจากสภาพแวดล้อม ศักยภาพ และข้อจำกัดขององค์กร ได้แก่

### 2.1.1 เป้าหมาย นโยบาย ยุทธศาสตร์ตามแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และแผนระดับ 3 ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเพื่อพิจารณาความสอดคล้องในส่วนของแผนระดับชาติ ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2562-2564) รวมถึงแผนระดับ 3 ที่เกี่ยวข้องได้แก่ (ร่าง) แผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2562-2566)

#### (1) แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) และแผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบประชารัฐ โดยประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญและมีผลต่อทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในประเด็นดังนี้

**ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว** โดยการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ประเด็นหลัก คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

3.1 ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว การทำการตลาด และการบริหารจัดการสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ มีการคุ้มครองและปกป้องด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการป้องกันการลอกเลียนแบบ ซึ่งรวมถึงการผลักดันให้เมืองประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศิลปะได้รับการขึ้นทะเบียนด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมให้ก้าวสู่เมืองที่ได้รับการยอมรับในเวทีสากล อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์และการจัดทำ แผนพัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น พร้อมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวตาม

ฤดูกาลและตามศักยภาพของพื้นที่ ทั้งการท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีพุทธของโลก

**ประเด็นที่ 4 โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก** โครงสร้างพื้นฐานเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับประเทศไทยในการก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจอาเซียน และเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและรุนแรง ครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจเพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุน ในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก ประเด็นหลักคือ สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ และการเพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ

4.2 สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ยกย่องรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน และแก้ปัญหาความมั่นคงบริเวณชายแดน โดยการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้มีความพร้อมทางโครงสร้างพื้นฐานที่จะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและนวัตกรรมพัฒนาเมือง และส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจตะวันตก เพื่อเชื่อมต่อการพัฒนาภาคตะวันออกและภาคอื่นๆ ตลอดจนเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ทั้งทางด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงจุดเด่นของแต่ละพื้นที่และการเสริมซึ่งกันและกันกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งการจัดผังเมือง ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การอำนวยความสะดวกทางการค้าการลงทุน ทั้งในด้านข้อมูล แรงงาน และกฎระเบียบต่าง ๆ รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และมีมูลค่าเพิ่มสูง โดยตระหนักถึงความยั่งยืน

4.3 เพิ่มพื้นที่ และเมืองเศรษฐกิจ สร้างศูนย์กลางเศรษฐกิจและนวัตกรรมแห่งใหม่ ในส่วนภูมิภาคคู่ขนานกับการเติบโตของกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยยกระดับจังหวัดสำคัญของไทย ส่งเสริมการพัฒนาในเชิงพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองและสร้างเมืองเศรษฐกิจเฉพาะด้าน เพื่อส่งเสริมการสร้างคลัสเตอร์ของเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ ภายใต้ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมซึ่งมีมหาวิทยาลัยแต่ละภูมิภาค สถาบันการศึกษาท้องถิ่น และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมเป็นแรงขับเคลื่อนการยกระดับจังหวัดสำคัญเป็นเมืองเศรษฐกิจประจำภาค เพื่อเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาคที่เชื่อมต่อกับเมืองเศรษฐกิจอื่น และเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน และกระจายศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ภาคต่างๆของไทย การสร้างเมืองเศรษฐกิจเฉพาะด้าน โดยอาศัยความได้เปรียบที่แตกต่างกันของแต่ละจังหวัด ซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนาคลัสเตอร์ของเกษตรอุตสาหกรรมและบริการ พร้อมทั้งส่งเสริมและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้เมืองเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดึงดูดการลงทุนใหม่ โดยการส่งเสริมให้เมืองเป็นเจ้าภาพจัดเทศกาลความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมระดับสากล โดยให้ความสำคัญกับการใช้มหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาคและสถาบันการศึกษาท้องถิ่น ขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาค

**ประเด็นที่ 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่** สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชนหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน 3 ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ พร้อมทั้งเป็นนักการค้าที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนการเป็นชาติการค้า มีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็น ขายเป็น” บริการเป็นเลิศ สามารถขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาล ประเด็นหลักคือ สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ และสร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล

**5.1 สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ** สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างและใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดกระบวนการการผลิตและบริการ การจัดการและการตลาด สามารถบริหารจัดการธุรกิจและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์ความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง รวมทั้งทักษะในการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจได้ไปพร้อมกับการวางรากฐานการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะและจิตวิญญาณในการประกอบการ พร้อมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอนาคต ตลอดจนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความถนัดที่แตกต่างและหลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต และการสนับสนุนผู้ประกอบการในการสร้าง และพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยสร้างระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต การขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนและให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอและการส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดคลัสเตอร์ที่เข้มแข็งผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดที่สูงขึ้นและลดต้นทุนการผลิตลง โดยการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในกลุ่มของตน

**5.3 สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด** สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศตามระดับศักยภาพการประกอบการ โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจ สร้างสรรค์การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำ ที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มี

มูลค่าสูง การสนับสนุนช่องทางการตลาดและการชำระเงินรูปแบบใหม่ โดยการสร้างตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชันและช่องทางใหม่รองรับไลฟ์สไตล์ของคนในอนาคต การสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น และการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคของไทย และ พัฒนานวัตกรรมกระจายสินค้าโดยการพัฒนาระบบการ ให้ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อ รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและธุรกิจในอนาคต

**5.4 สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล** อนาคตของโลกไร้พรมแดน คือการแข่งขันบน ฐานข้อมูลจึงต้องสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อ การวางแผนธุรกิจ โดยการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และ ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อต่อยอดพัฒนาธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างและพัฒนา ศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการเพื่อเป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการและเป็น แหล่งรวมที่ปรึกษาทางธุรกิจ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงฐานข้อมูลความรู้วิจัยและนวัตกรรมโดยเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัย บูรณาการและ ต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการสืบค้นต่อยอดในทุกๆด้านและการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อการพัฒนา ผู้ประกอบการ การสนับสนุนการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มกลางทั้งในด้านการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันในการวางแผนธุรกิจในอนาคต เพื่อลดต้นทุนของ ทั้งภาครัฐและเอกชน และการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วมสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อลดต้นทุน และเป็นแหล่ง แลกเปลี่ยนนวัตกรรมและเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกันอีกทางหนึ่ง

(2) แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งเป็นแผนระดับที่ 2 มีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 5 การท่องเที่ยว

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา: 2. พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และการออกแบบ การสร้างนวัตกรรม การส่งเสริมการลงทุน การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว การสื่อสารและการคมนาคม การพัฒนาระบบฐานข้อมูล การส่งเสริมการตลาด และการสร้างเรื่องราวเพื่อบอกเล่านักท่องเที่ยว เป็นต้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: อัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง สัดส่วน 80:20

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

เป้าหมายของแผนย่อย: เมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: จำนวนเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 5 เมือง

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องในระดบรอง ประเด็นที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ร้อยละ 45 (ปี 2563-2565)

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

เป้าหมายของแผนย่อย: การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (เฉลี่ยร้อยละ) ขยายตัวร้อยละ 10

## ● ประเด็นที่ 9 เขตเศรษฐกิจพิเศษ

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บท: อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมด (เฉลี่ยร้อยละ) ขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 5

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บท: การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น

เป้าหมายของแผนย่อย: การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (ร้อยละต่อปี) ขยายตัวร้อยละ 6.3

### (3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิมรวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญนโยบายที่มีความเกี่ยวข้องและมีผลต่อทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซา และข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า การพัฒนา 5 ปีต่อจากนี้ไป จึงเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ผลิตภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น

แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรมบริการและการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน



การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ในด้านการพัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม ที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง โดยการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และ ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน ในด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### (4) (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

(ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้เป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมี วิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้นสำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) คือ “ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้วย ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย” โดย (ร่าง) แผนปฏิบัติการ ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 4 ประเด็น ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์** มุ่งเน้น การรวบรวมและการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และพัฒนา แนวทางในการดำเนินนโยบายและทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่เหมาะสมตลอดจนการพัฒนาที่ตรงต่อสถานการณ์ของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินสถานการณ์และแนวโน้ม ในการพัฒนาและต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลและการบูรณาการระบบฐานข้อมูลเชิงสถิติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และ กระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย** มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรและ แรงงานสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศผ่านการส่งเสริมและสนับสนุน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันภายในเครือข่ายกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์ ทั้งจาก ภายในและภายนอกประเทศและมีการจัดทำมาตรฐานวิชาชีพสร้างสรรค์ ระดับของการพัฒนาศักยภาพหรือความ เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต ผ่านการยกระดับศักยภาพทางความคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และการต่อยอดจากการลงมือทำจริง ให้เกิดเป็นการพัฒนาความสามารถและทักษะที่สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคงในอนาคต

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งในเรื่องของกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการนำคุณค่าและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญามาประยุกต์เข้ากับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการยกระดับกระบวนการทางธุรกิจรูปแบบต่างๆจนสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างสรรคสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านมาตรการ ข้อกำหนดและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาและเติบโตของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการปรับปรุงและส่งเสริมการบังคับใช้การคุ้มครองและจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการส่งเสริมให้เมืองและย่านเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยอาศัยทุน ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมของชุมชนเมืองอันเป็นสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ตลอดจนการเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์และสามารถเป็นศูนย์กลาง หรือแหล่งรวมของความคิดสร้างสรรค์ (Creative hubs) ในระดับนานาชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มอัตราการจ้างงาน ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีการกำหนดมาตรการที่เอื้อให้เกิดการลงทุนเพื่อผลิตและผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ตารางความเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - 2565

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นที่ 5 การท่องเที่ยว	ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	ประเด็นที่ 9 เขตเศรษฐกิจพิเศษ
● เป้าหมายระดับแผนแม่บท	รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น	การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น
● ตัวชี้วัดระดับแผนแม่บท	อัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง (สัดส่วน) 80:20	สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย ร้อยละ 45	อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมด ร้อยละ 6.3
แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ	การพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
● เป้าหมายระดับแผนย่อย	เมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น	การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศเพิ่มขึ้น	การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น
● ตัวชี้วัดระดับแผนย่อย	จำนวนเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น 5 เมือง	อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น ร้อยละ 10	อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.3/ปี
นโยบายรัฐบาล	นโยบายที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย		นโยบายที่ 6 การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค
	5.4 พัฒนาภาคการท่องเที่ยว	5.9 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่	6.1 ส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเอเชีย 6.1.1 พัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกอย่างต่อเนื่อง
แผนยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณ	แผนงานที่ 4 แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	แผนงานที่ 5 แผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล	แผนงานที่ 7 แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
	แผนงานที่ 9 แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค		
ร่าง แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์</li> <li>2. ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย</li> <li>3. ยกระดับความสามารถในการดำเนินงานธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์</li> <li>4. พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์</li> </ol>		
แผนปฏิบัติการ สศส. ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2565	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์</li> <li>2. พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์</li> <li>3. ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย</li> <li>4. พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย</li> <li>5. พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์</li> </ol>		

### 2.1.2 สภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา การปรับตัวขององค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง จึงต้องมีการติดตามและทำความเข้าใจ เพื่อที่จะได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดังกล่าว โดยสภาพแวดล้อมขององค์กร แบ่งเป็น 2 ประเภท

**1. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)** เป็นสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งสามารถที่จะสร้างโอกาส (Opportunity) หรือจะเป็นอุปสรรค (Threats) ให้กับองค์กรได้ สามารถจำแนกได้เป็น

- สภาพแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค (Macro environment) ประกอบไปด้วย ประชากรศาสตร์ (Demography) เศรษฐกิจ (Economy) การแข่งขัน (Competition) สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) การเมืองและกฎหมาย (Politics and Legal) เทคโนโลยี (Technology) สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment)

- สภาพแวดล้อมภายนอกระดับจุลภาค (Micro Environment) ประกอบไปด้วย ผู้ส่งมอบปัจจัย (Supplier) คนกลาง (Intermediaries) ลูกค้า (Customers) หรือตลาด (Market)

**2. สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)** เป็นสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจสามารถควบคุมและกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการได้ และสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) สามารถจำแนกได้ คือ

- สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นปัจจัยทางการตลาด (Marketing Factors) ที่ประกอบไปด้วย ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ (Product) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นปัจจัยอื่นๆ (Internal Non-Marketing Resources) ประกอบไปด้วย สถานะทางการเงิน หรือ เงินทุน (Financial Status) ความสามารถในการค้นคว้าวิจัย (R&D Capability) ทำเลที่ตั้ง (Location) คุณภาพของบุคลากร (Human Resources) ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงขององค์กร (Image) และความสามารถและประสบการณ์ในการผลิต (Production Skill and Experience)

### 2.1.3 ประเด็นความคาดหวัง

**ข้อมูลจากการสำรวจ:** ข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงประเด็นความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ที่สมบูรณ์แบบและสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรได้

**ข้อมูลจากการสัมภาษณ์:** ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลในประเด็นเพิ่มเติมถึงแนวทางและเป้าหมายที่คาดหวังต่อองค์กร เป็นกระบวนการที่มีส่วนร่วมจากทั้งผู้บริหาร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากองค์กร

## 2.2 กระบวนการการวิเคราะห์ (Analysis process)

การศึกษาและวิเคราะห์ภาพรวมของแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะทำให้เห็นภาพรวมของแนวคิดในการกำหนดกรอบหรือวางแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันนำมาสู่การวิเคราะห์และประเมินองค์การจากสภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กร (SWOT Analysis)

หลักการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งสามารถอธิบายโดยสรุป ดังนี้

**S – Strength** คือ จุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น จุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

**W - Weakness** คือ จุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือเกิดข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ขององค์กร

**O – Opportunity** คือ โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของหน่วยงานซึ่งเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานของหน่วยงาน

**T – Threat** คือ อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งหน่วยงานจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง



## 2.3 ผลผลิต (Output)

จากการศึกษาปัจจัยนำเข้าผ่านกระบวนการของการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ ทำให้ได้ผลผลิตที่เป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในประเด็นที่สำคัญ คือ

**ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic issues)** ประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง ต้องพัฒนา ต้องมุ่งเน้น ประเด็นยุทธศาสตร์นี้สามารถทำได้โดยการนำพันธกิจแต่ละข้อมาพิจารณาว่าในพันธกิจแต่ละข้อนั้นหน่วยงานต้องการดำเนินการในประเด็นใดเป็นพิเศษ และหลังจากได้ดำเนินการดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้วต้องการให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใด

**เป้าประสงค์ (Objectives)** สิ่งที่ต้องการปรารถนาจะบรรลุโดยต้องนำประเด็นยุทธศาสตร์มาพิจารณาว่าหากสามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามประเด็นยุทธศาสตร์แต่ละข้อ ใครเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์และได้รับประโยชน์อย่างไร

**กลยุทธ์ (Strategies)** สิ่งที่ต้องกระทำจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) เป็นสำคัญ ต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จและเราจำเป็นต้องทำอย่างไรจึงจะไปสู่จุดนั้นได้

**ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators)** สิ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้ว่าองค์กรสามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้หรือไม่ ต้องพิจารณาหาปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ดังกล่าว และต้องใช้ถ้อยคำที่ชัดเจนทั้งในแง่ของคำจำกัดความและการระบุขอบเขต โดยตัวชี้วัดนี้จะถูกนำไปเป็นหลักในการกำหนดค่าเป้าหมายในลำดับต่อไป

### **ประเด็นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

สำหรับประเทศไทย การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งมีหลักการสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ซึ่งจะทำให้การพัฒนาประเทศไทยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วที่ได้นำกระบวนการความคิดอย่างสร้างสรรค์บนแรงบันดาลใจจากพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมมายาวนานของสังคม เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่คุณค่าทางสังคมจนกลายเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในที่สุด

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย จึงดำเนินการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ทั้งในส่วน of เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมและของ สศส. ด้วยบริบทสภาพแวดล้อมของประเทศไทย โดยอาจรวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ของการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ สศส. เป็นองค์ประกอบหนึ่งด้วย โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

### **จุดแข็ง (Strengths)**

จุดแข็งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้เป็นอย่างดี

- S1 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- S2 สศส. เป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- S3 มีทรัพยากรที่มีศักยภาพต่อการสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย
- S4 มีแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตผลงานสร้างสรรค์ที่มีความละเอียดปราณีต เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- S5 มีค่าจ้างแรงงานและค่าครองชีพที่ต่ำ เป็นประโยชน์ด้านความสามารถด้านต้นทุนเชิงเปรียบเทียบ

## จุดอ่อน (Weaknesses)

จุดอ่อนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยนั้นมีหลายด้านที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์สูงสุด

- W1 ขาดข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ
- W2 ขาดการบูรณาการและความต่อเนื่องของนโยบายรวมทั้งกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- W3 ขาดแหล่งสนับสนุนทางการเงินเฉพาะต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- W4 ขาดการบังคับใช้กฎหมายให้เด็ดขาดและมีประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
- W5 ขาดประสิทธิภาพในการถ่ายทอดและจัดเก็บภูมิปัญญา/ความรู้ที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- W6 โครงสร้างพื้นฐานและคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังอยู่ในระดับที่ต้องพัฒนา
- W7 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อความพร้อมของบุคลากร
- W8 ขาดการทบทวนกฎระเบียบให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามบริบทขององค์กร
- W9 ความต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐ ในการส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- W10 ขาดแนวทางในการเชื่อมโยงเพื่อสร้างเครือข่ายการทำงานที่เข้มแข็ง

## โอกาส (Opportunities)

- ปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ซึ่งเป็นโอกาสที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์การของไทย
- O1 การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในระดับต่างๆ และเขตการค้าเสรีอาเซียน
  - O2 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตทำให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโต ซึ่งทุกคนสามารถเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีต
  - O3 โอกาสด้านการสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่/สตาร์ทอัพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ หรือผู้ประกอบการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เช่น ด้านการเงิน การลงทุน

## อุปสรรค (Threats)

ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องและพยายามขจัดปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นให้หมดไป

- T1 สภาพเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนส่งผลกระทบต่อการบริหารต้นทุนและการตลาด
- T2 ข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะและเงินทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- T3 ธุรกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ขาดความสามารถด้านการประกอบการธุรกิจ
- T4 ระบบการบริหารจัดการที่สนับสนุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ยังไม่เอื้ออำนวยเพียงพอ เช่น ด้านการจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา และด้านการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

- T5     มาตรการกีดกันทางการค้าสินค้าและบริการในด้านต่างๆ จากประเทศคู่ค้า
- T6     โครงสร้างการผลิตของผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะของการเป็นผู้รับจ้างการผลิต
- T7     ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความตระหนักและความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา
- T8     ผู้ประกอบการขาดความตระหนักกับการให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์/บริการสร้างสรรค์ ส่งผลต่อแรงจูงใจของผู้ผลิต/ผู้ให้บริการและการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

**ประเด็นความท้าทายตามภารกิจองค์กร**

เมื่อพิจารณาบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามภารกิจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ที่กำหนดไว้ในกฎหมายการจัดตั้งหน่วยงาน สามารถสรุปประเด็นความท้าทายองค์กรของทั้ง 6 ภารกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์องค์กรต่อไป ได้ดังนี้

**1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ**

**ความสำคัญ**     ศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับบทบาทขององค์ประกอบต่างๆ ในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ พื้นฐานของระบบหรือทรัพยากร กลุ่มผู้ขับเคลื่อนทั้งผู้สร้างสรรค์และผู้สนับสนุน รวมถึงตลาดเป้าหมายหรือผู้บริโภค

**ความท้าทาย**

- สศส. จะมีบทบาทอย่างไรต่อการพัฒนาทรัพยากรต่างๆ ให้มีศักยภาพต่อการเป็น Creative resources รวมทั้งจะบริหารจัดการอย่างไรกับผู้ครอบครอง ผู้เป็นเจ้าของ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับทรัพยากรเหล่านั้น
- สศส. จะวางตำแหน่งองค์กรอย่างไรต่อการมีบทบาทเชื่อมโยงผู้สร้างสรรค์ (Creators) กลุ่มต่าง ๆ ทั้งแรงงาน ธุรกิจ ชุมชน และเครือข่าย
- สศส. จะวางตำแหน่งองค์กรอย่างไรต่อการมีบทบาทเชื่อมโยงผู้สนับสนุน (Enablers) กลุ่มต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา/วิจัย แหล่งทุน/สถาบันการเงิน และระบบโครงสร้างพื้นฐาน/กฎหมาย
- สศส. จะมีบทบาทอย่างไรต่อการพัฒนาระดับตลาดผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Demand-side) ให้มีความรู้ ความตระหนัก สนใจ และสนับสนุน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้สร้างสรรค์ สร้างการเติบโตให้กับตลาดสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรต่อการเพิ่มบทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการยกระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย 4.0



## 2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา

**ความสำคัญ** ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา เป็นภาคส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

### ความท้าทาย

- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในบทบาทการเป็นหน่วยงานหลักที่ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของประเทศ
- สศส. จะมีบทบาทอย่างไรต่อการสร้างความเข้าใจและความตระหนักต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้กับชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา
- สศส. จะวางตำแหน่งองค์กรอย่างไรต่อการมีบทบาทเชื่อมโยงชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา เพื่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
- สศส. จะบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร

## 3. ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น

**ความสำคัญ** พื้นที่สร้างสรรค์สามารถสนับสนุนการสร้าง ความตระหนักต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสนับสนุนธุรกิจ ทั้งการเริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือการสร้าง ความเติบโตให้กับธุรกิจให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### ความท้าทาย

- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่สร้างสรรค์ให้มีศักยภาพดึงดูดนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการธุรกิจให้มาใช้ประโยชน์
- สศส. จะบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานและการเกิดประโยชน์ร่วมของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่และย่านสร้างสรรค์อย่างไร เพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง
- สศส. จะสามารถใช้พื้นที่หรือย่านสร้างสรรค์ต้นแบบในการสร้างความตระหนักต่อความสำคัญของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในทางเศรษฐกิจได้อย่างไร

4. พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ

**ความสำคัญ** การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และการเติบโตของธุรกิจด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์คือผลลัพธ์ทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

**ความท้าทาย**

- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในการสร้างความตระหนักต่อกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กับผู้ประกอบการไทย
- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาศักยภาพสอดคล้องกับโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจในเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- สศส. จะบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานและเครือข่ายหรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสนับสนุนผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ได้อย่างไร

5. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการตัดสินใจ

เชิงนโยบายและเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม

**ความสำคัญ** การจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศสำคัญอย่างเป็นระบบสนับสนุนการกำหนดทิศทางการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

**ความท้าทาย**

- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในการจัดการข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศให้มีความเป็นมาตรฐานระดับสากล
- สศส. จะบูรณาการความร่วมมือด้านข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นผู้รับผิดชอบได้อย่างไร
- สศส. จะมีแนวทางการใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศให้กับผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างไร

6. ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศ

หรือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

**ความสำคัญ** การจัดการความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สนับสนุนให้การพัฒนาและสร้างคุณค่าจากองค์ความรู้ที่มีอยู่นั้นมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงขึ้น

## ความท้าทาย

- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแสวงหาและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์
- สศส. จะมีแนวทางอย่างไรในบทบาทการเป็นหน่วยงานหลักที่ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

### บทที่ 3 แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

#### 3.1 ความเป็นมาของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

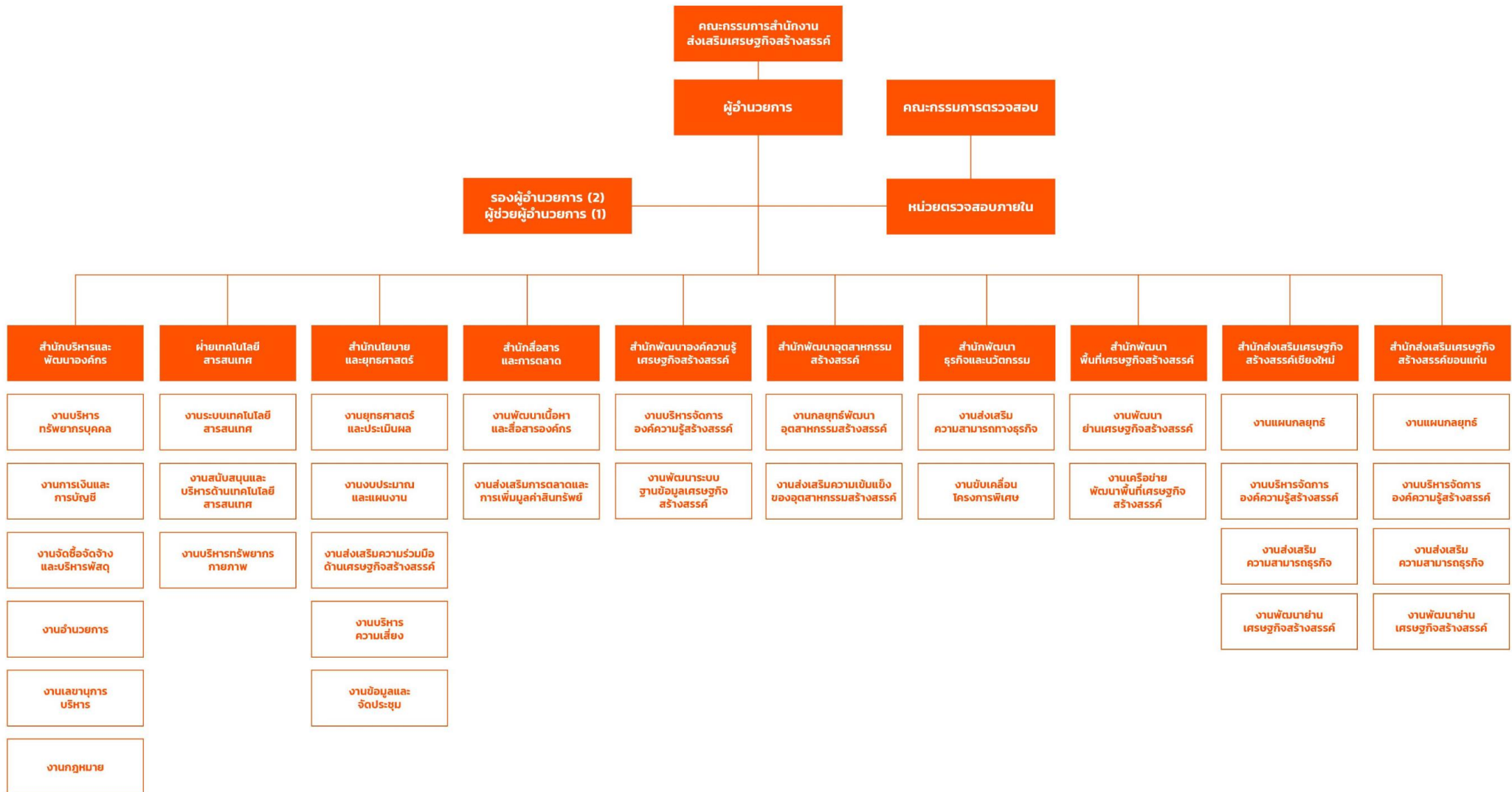
เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ เพื่อยกระดับสินค้าและบริการไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จึงเป็นที่มาของการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นเป็นองค์การมหาชน เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Creative Economy Agency หรือเรียกโดยย่อว่า CEA จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 เป็นองค์การมหาชนในกลุ่มที่ 2 บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้านหรือสหวิทยาการ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2547 และเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการ สร้างระบบนิเวศ และสนับสนุนบุคลากรสร้างสรรค์ให้เกิดการเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาวัฒนธรรม และภาคการผลิตจริง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ



องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### 3.2 โครงสร้างองค์กร



โครงสร้างองค์กรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย 11 ส่วนงาน ดังนี้

1. สำนักบริหารและพัฒนาองค์กร
2. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์
3. สำนักสื่อสารและการตลาด
4. สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
5. สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
6. สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม
7. สำนักพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
8. สำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เชียงใหม่
9. สำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขอนแก่น
10. ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
11. หน่วยตรวจสอบภายใน

### 3.3 วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ

### 3.4 วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา
3. ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น
4. พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ
5. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม
6. ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

### 3.5 ประเด็นยุทธศาสตร์

1. พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์
2. พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์
3. ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย
4. พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย
5. พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยมีเป้าประสงค์และกลยุทธ์การดำเนินงาน เป็นดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	1. พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์	2. พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	3. ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย	4. พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย	5. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
เป้าประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการประยุกต์ใช้ความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ</li> <li>2. มีแหล่งบ่มเพาะสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์</li> <li>3. ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์</li> <li>2. มีการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับสากล</li> <li>3. ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ</li> <li>4. เพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับคนไทย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีมาตรฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบาย</li> <li>2. บูรณาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>3. กรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยที่ชัดเจน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. องค์กรสมรรถนะสูงที่มีความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>2. องค์กรมีการปฏิบัติสอดคล้องตามแนวทางการควบคุมดูแลการดำเนินการขององค์การมหาชนและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง</li> </ol>
กลยุทธ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> <li>2. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์</li> <li>3. สนับสนุนการพัฒนาความรู้และทักษะเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่</li> <li>4. บูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐผ่านกลไกแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์</li> <li>5. พัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษา วิจัย และนวัตกรรมสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์</li> <li>2. พัฒนามาตรฐานแบรนด์สินค้า/บริการสร้างสรรค์ของไทย</li> <li>3. พัฒนากลไก/มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์</li> <li>4. ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน</li> <li>2. ส่งเสริมการสร้างค่านิยมและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับประชาชน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริหารจัดการฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ</li> <li>2. พัฒนาดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและเชื่อมโยงกับดัชนีสากล</li> <li>3. จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาคุณภาพการให้บริการ</li> <li>2. พัฒนาประสิทธิภาพด้านการเงิน</li> <li>3. พัฒนาการกำกับดูแลกิจการ</li> <li>4. พัฒนาผู้ประกอบการสมรรถนะสูงรองรับยุคดิจิทัล</li> </ol>

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

เป้าประสงค์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Results)
1. ผู้ประกอบการประยุกต์ใช้ความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ	มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์
2. มีแหล่งบ่มเพาะสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่	ธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ
3. ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ดังนี้

**กลยุทธ์ที่ 1.1 ส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน**

พัฒนาองค์ความรู้ของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายหน่วยงานท้องถิ่นในด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ ๆ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนการเติบโตเชิงธุรกิจ สร้างความมั่นคงทางรายได้

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ชุมชนจากการพัฒนาด้วยความคิดสร้างสรรค์

**กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์**

ส่งเสริมการนำความคิดสร้างสรรค์ไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ หรือ ประยุกต์ใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจ ทั้งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมอื่น อันจะนำไปสู่การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และบริการของภาคอุตสาหกรรมจากการพัฒนาด้วยความคิดสร้างสรรค์

**กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการพัฒนาความรู้และทักษะเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่**

สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจให้กับนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการรายใหม่ ผ่านกระบวนการและเครือข่าย รวมทั้งการเป็นแหล่งบ่มเพาะและให้คำปรึกษาในการประกอบธุรกิจสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ บนดิจิทัลแพลตฟอร์มและเครือข่ายของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** การเพิ่มขึ้นของธุรกิจสร้างสรรค์



#### กลยุทธ์ที่ 1.4 บูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐผ่านกลไกแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สร้างความร่วมมือและการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานตามนโยบายที่สอดคล้องและต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการและแผนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตเชิงเศรษฐกิจ เกิดการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** สศส. มีบทบาทการขับเคลื่อนร่วมกับหน่วยงานตามแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### กลยุทธ์ที่ 1.5 พัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษา วิจัยและนวัตกรรม สนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

รวมกลุ่มและเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายสถาบันการศึกษา เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้และการวิจัย รวมทั้งการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการศึกษาเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

#### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

เป้าประสงค์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Results)
1. เพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์	มีจำนวนเมือง ชุมชน หรือย่านสร้างสรรค์ 30 ย่าน/แห่ง
2. มีการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับสากล	เพิ่มช่องทางการตลาดในประเทศให้แก่ผู้ประกอบการและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์ ต่อยอดทางธุรกิจและการส่งออกอย่างครบวงจรเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับนานาชาติ
3. ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ	เพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย
4. เพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์	ธุรกรรมจากเครือข่ายความร่วมมือ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในเชิงกลไกที่สนับสนุนในการพัฒนาและขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสม เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา มาตรการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนที่เหมาะสมต่อการสร้างนิเวศสร้างสรรค์ เป็นต้น และการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่จำเป็น ที่เป็นส่วนสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น ระบบการคมนาคม เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) ศูนย์บ่มเพาะ (Incubators) ตลอดจนความพร้อมของพื้นที่ส่วนกลางในการจัดแสดงสินค้าและบริการ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารหรือศูนย์การเรียนรู้ต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ตลอดจนแนวโน้มของการส่งเสริมการ

พัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) รวมถึงการพัฒนาด้านกฎหมายให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการจดทะเบียน การใช้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การขยายช่องทางการตลาด การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการสร้างและพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อและเหมาะสมต่อการพัฒนาที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นช่องทางหนึ่งในการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

### กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์

พัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยการกำหนดพื้นที่ต้นแบบที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา พร้อมทั้งจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนและธุรกิจในพื้นที่ นำไปสู่การสร้างบรรยากาศสร้างสรรค์ที่เอื้อต่อการเข้ามาลงทุนหรือการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมให้พื้นที่อื่น ๆ นำแนวทางการพัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์แห่งใหม่ ทั้งในสวนกลางและส่วนภูมิภาค

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** เกิดย่านและเมืองสร้างสรรค์ที่มีบรรยากาศสร้างสรรค์เอื้อให้ชุมชน ธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนามาตรฐานแบรนด์สินค้า/บริการสร้างสรรค์ของไทย

สร้างมาตรฐานและข้อกำหนดเพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับสินค้าและบริการสร้างสรรค์ของไทย (Creative Thailand) เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้าและบริการสร้างสรรค์ของไทย (Thailand Brand) ให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** สินค้าและบริการสร้างสรรค์ของไทยมีความโดดเด่นและได้รับความเชื่อมั่นระดับสากล

### กลยุทธ์ที่ 2.3 พัฒนากลไก/มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์

ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์สามารถเข้าถึงสิทธิในมาตรการต่าง ๆ ของไทยและต่างประเทศที่สนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสนับสนุน

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงขึ้นจากมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ

### กลยุทธ์ที่ 2.4 ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ

ผลักดันให้เกิดการสร้างความร่วมมือและประสานงานของภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย

### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

เป้าประสงค์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Results)
1. พัฒนาความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับคนไทย	คนไทยมีค่านิยมในการคิดสร้างสรรค์และให้คุณค่ากับการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์

การพัฒนายกระดับศักยภาพของคนไทย ทั้งในด้านองค์ความรู้และความคิด เพื่อสามารถประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจสร้างสรรค์ อีกทั้งจะต้องสร้างเสริมแรงจูงใจให้มีพลังขับเคลื่อนในการทำงานจากแรงจูงใจภายในมีความสุขความภาคภูมิใจในงานที่ทำ และส่งเสริมทักษะการคิดสร้างสรรค์เพื่อยกระดับความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่โดดเด่นสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและความต้องการของผู้บริโภคในตลาดยุคใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

#### กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน

เสริมสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมผ่านกิจกรรมที่เอื้ออำนวยให้เกิดแรงกระตุ้นจินตนาการด้านความคิดสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน พร้อมทั้งปลูกฝังให้มีกระบวนการทัศนในการดำรงชีพบนพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** เด็กและเยาวชนมีค่านิยมและทักษะด้านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย

#### กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมการสร้างค่านิยมและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับประชาชน

ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชน ด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรและกำลังแรงงานของประเทศสามารถประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มคุณค่าด้านสังคม

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้ในการทำงานและชีวิตประจำวัน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของไทย

เป้าประสงค์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Results)
1. มีมาตรฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจในเชิงนโยบาย	มีระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาพรวมและรายอุตสาหกรรมที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์
2. บูรณาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	มีดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยที่สามารถบ่งชี้ระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเป็นสากล สามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ
3. กรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยที่ชัดเจน	มีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

การรวบรวมและการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางในการดำเนินนโยบายและทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาที่ตรงต่อสถานการณ์ของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มในการพัฒนาและต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลและการบูรณาการระบบฐานข้อมูลเชิงสถิติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสร้างระบบการจัดเก็บข้อมูล เพื่อรองรับการนำเข้ข้อมูลความรู้ ทักษะหรือความเชี่ยวชาญจากผู้เชี่ยวชาญและบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สามารถถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดเป็นศูนย์กลางของข้อมูล ที่พร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ และทุกคนสามารถเข้าถึง เพื่อนำไปต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างสรรคสิ่งใหม่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ต่อไป ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

**กลยุทธ์ที่ 4.1** บริหารจัดการฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสร้างโอกาสให้ภาคธุรกิจ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ สถิติ ผลการวิจัยและพัฒนา ทรัพย์สินทางปัญญา การตลาดและนวัตกรรมให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการวางแผนธุรกิจ ตลอดจนต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** มีระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศที่เพียงพอต่อการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับอุตสาหกรรมและประเทศ

#### กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและเชื่อมโยงกับดัชนีสากล

จัดทำดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย เพื่อการจัดอันดับและวัดขีดความสามารถในการแข่งขันด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับสากล

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** มีดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นตัวบ่งชี้ระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และสามารถเชื่อมโยงกับดัชนีสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### กลยุทธ์ที่ 4.3 จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** มีฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาเพื่อนำมาใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาฯ

#### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาศักยภาพผู้องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป้าประสงค์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Results)
1. องค์กรสมรรถนะสูงที่มีความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ	องค์กรมีศักยภาพ ทั้งในด้านทรัพยากรบุคคล การให้บริการ การดำเนินงาน การบริหารด้านการเงิน และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุน ที่สอดคล้องกับการเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และพร้อมรองรับกับยุคดิจิทัล
2. องค์กรมีการปฏิบัติสอดคล้องตามแนวทางการควบคุมดูแลการดำเนินการขององค์กรมหาชนและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	องค์กรมีแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาระดับศักยภาพองค์กร สศส. ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการให้บริการ สมรรถนะบุคลากร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนระบบการบริหารจัดการและกำกับดูแลต่างๆ เพื่อให้บุคลากรมีความพร้อมต่อบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งสร้างความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการองค์กรให้เป็นต้นแบบขององค์กรสร้างสรรค์ของประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

### กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาคุณภาพการให้บริการ

พัฒนาการให้บริการที่สามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด และสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ รวมถึงตอบสนองตามความคาดหวังและความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความแตกต่างและหลากหลาย

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** การให้บริการมีคุณภาพสามารถตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาประสิทธิภาพด้านการเงิน

พัฒนาการบริหารจัดการด้านการเงินให้เหมาะสม การใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์อย่างคุ้มค่า และการควบคุมค่าใช้จ่ายดำเนินการต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### กลยุทธ์ที่ 5.3 พัฒนาการกำกับดูแลกิจการ

มุ่งให้องค์กรมีการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนและต่อเนื่องสอดคล้องกับแนวทางการจัดระดับการกำกับดูแลองค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** มีแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### กลยุทธ์ที่ 5.4 พัฒนาสู่องค์กรสมรรถนะสูงรองรับยุคดิจิทัล

พัฒนาบุคลากร กระบวนการทำงาน และระบบงานต่าง ๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพสูงสุด (HPO) เพื่อรองรับยุคดิจิทัล (Digitalization)

**ผลลัพธ์ที่คาดหวัง:** ผลการดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่าง ๆ

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงานของ สศส. ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - 2565

- ผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 26

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน/ตัวชี้วัด	งบประมาณ / ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า / ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด			
	หน่วยนับ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
รวมทั้งสิ้น	ล้านบาท	280.8365	435.0000	465.0000
1. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์นำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปพัฒนาธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการสู่สากล				
1) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	คน	6,000	6,000	6,500
2) จำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในเชิงกายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น	แห่ง	5	5	5
3) จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	คน	200,000	200,000	200,000
4) จำนวนฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์*	สาขา	3	4	3
5) จำนวนพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริม/พัฒนาให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น	แห่ง	15 (ปีเริ่มต้น)	7 (ผลสะสม 22)	8 (ผลสะสม 30)
6) จำนวนผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ	26	26	26
7) ผู้ได้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80	80	80

\* ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ศิลปะการแสดง 3) ทักษะศิลป์ 4) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 5) การพิมพ์ 6) การกระจายเสียง 7) ดนตรี 8) การออกแบบ 9) แฟชั่น 10) สถาปัตยกรรม 11) การโฆษณา 12) ซอฟต์แวร์ 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย และ 15) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 3.6 การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการฯ และการติดตามประเมินผล

การติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565 เพื่อประเมินด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานตามแผน รวมทั้งตอบสนองต่อนโยบายและวิสัยทัศน์ ได้กำหนดแนวทางการติดตามประเมินผล ไว้ดังนี้

1) จัดทำแผนปฏิบัติการ ปี 2563 - 2565 และนำมาใช้มาเป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 1 ปี โดยนำเสนอคณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ

2) ติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ รายไตรมาส โดยรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานผ่านระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ และสรุปผลการดำเนินงานนำเสนอคณะกรรมการฯ เพื่อพิจารณาผลการดำเนินงานและให้ข้อเสนอแนะ

3) สรุปผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปีงบประมาณ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการพิจารณาทบทวนแผนปฏิบัติการในปีงบประมาณต่อไป



3.7 กรอบแผนงาน/โครงการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2565 (ประมาณการ)

หน่วย: ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 พัฒนา ความสามารถของ ผู้ประกอบการและ ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการ ประยุกต์ใช้ความคิด และทักษะด้าน ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์และ บริการ ผลลัพธ์: มูลค่าเพิ่ม ของผลิตภัณฑ์และ บริการสร้างสรรค์	กลยุทธ์ 1.1 ส่งเสริมการพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน	1. โครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค (เชียงใหม่, ขอนแก่น) - กิจกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิง สร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค (Community-Based)	5.0000	10.0000	10.0000	- สำนักส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เชียงใหม่ - สำนักส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ขอนแก่น
			2. โครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจรายย่อยในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สู่สากล	-	50.0000	50.0000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม
			3. โครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตงานฝีมือและงาน หัตถกรรมสู่ความเป็นเลิศ (Grand Master)	-	20.0000	20.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ - สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 พัฒนา ความสามารถของ ผู้ประกอบการและ ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการ ประยุกต์ใช้ความคิด และทักษะด้าน ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์และ บริการ  ผลลัพธ์: มูลค่าเพิ่ม ของผลิตภัณฑ์และ บริการสร้างสรรค์	กลยุทธ์ 1.1 ส่งเสริมการพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน	4. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนสู่นวัตกรรมระบบขนส่ง สาธารณะ (บูรณาการ EEC)	-	2.0000	2.0000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม  - สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
		กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนา ศักยภาพ ผู้ประกอบการด้วย กระบวนการคิดเชิง สร้างสรรค์	5. โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ: วิสาหกิจขนาดย่อม กิจกรรมสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ (บูรณาการ SME)	30.5000	-	-	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม
			6. โครงการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยสู่การเป็น ผู้ประกอบการมืออาชีพ (บูรณาการ SME)  - กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อการ ปรับตัวทางธุรกิจด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Micro Business Transformation)	-	40.0000	40.0000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม
			7. โครงการพัฒนาวิสาหกิจสู่ธุรกิจสมัยใหม่ (บูรณาการ SME)  - กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดย่อมสู่ ธุรกิจสมัยใหม่ในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	-	50.0000	50.0000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 พัฒนา ความสามารถของ ผู้ประกอบการและ ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการ ประยุกต์ใช้ความคิด และทักษะด้าน ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์และ บริการ ผลลัพธ์: มูลค่าเพิ่ม ของผลิตภัณฑ์และ บริการสร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนา ศักยภาพ ผู้ประกอบการด้วย กระบวนการคิดเชิง สร้างสรรค์	8. โครงการสร้างความเข้มแข็งของอัตลักษณ์สินค้าภาค ตะวันออกเฉียงเหนือสู่สากล ( <i>บูรณาการภาค</i> )	-	75.0000	75.0000	- สำนักส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ขอนแก่น
			9. โครงการสร้างและพัฒนาวิสาหกิจในระยะเริ่มต้น ( <i>บูรณาการ SME</i> ) - กิจกรรมการพัฒนาทักษะด้านการคิดเชิงออกแบบ ธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (Business Design Thinking for New Entrepreneurs)	-	12.0000	12.0000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม
			10.โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากร สร้างสรรค์รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาค ตะวันออก ( <i>บูรณาการ EEC</i> )	-	12.1000	12.1000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม
	เป้าประสงค์ที่ 2 มีแหล่งบ่มเพาะ สนับสนุนการเริ่มต้น ธุรกิจสร้างสรรค์ราย ใหม่ ผลลัพธ์: ธุรกิจ สร้างสรรค์ที่มี ศักยภาพ	กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการพัฒนา ความรู้และทักษะเพื่อ สร้างผู้ประกอบการ รายใหม่	11.โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์สู่ สถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาค (เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก - Eastern Economic Corridor Development: EEC)	9.3493	-	-	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 พัฒนา ความสามารถของ ผู้ประกอบการและ ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 2 มีแหล่งบ่มเพาะ สนับสนุนการเริ่มต้น ธุรกิจสร้างสรรค์ราย ใหม่ ผลลัพธ์: ธุรกิจ สร้างสรรค์ที่มี ศักยภาพ	กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการพัฒนา ความรู้และทักษะเพื่อ สร้างผู้ประกอบการ รายใหม่	12.โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ กรุงเทพฯ	5.0000	-	-	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			13.โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วน ภูมิภาค (miniTCDC)	3.0000	-	-	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			14.โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจาย องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทาง ความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน (กรุงเทพฯ และ miniTCDC)	7.1819	50.5000	50.5000	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			15.โครงการจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สาขา สงขลา	-	90.0000	-	- สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ - สำนักนโยบาย และยุทธศาสตร์
			16.โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-	13.75000	13.75000	- สำนักส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ขอนแก่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565		
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 พัฒนา ความสามารถของ ผู้ประกอบการและ ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 2 มีแหล่งบ่มเพาะ สนับสนุนการเริ่มต้น ธุรกิจสร้างสรรค์ราย ใหม่ ผลลัพธ์: ธุรกิจ สร้างสรรค์ที่มี ศักยภาพ	กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการพัฒนา ความรู้และทักษะเพื่อ สร้างผู้ประกอบการ รายใหม่	17.โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์สู่ภูมิภาค (ภาคเหนือ)	-	5.0000	5.0000	- สำนักส่งเสริม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เชียงใหม่	
			18.โครงการส่งเสริมความเชื่อมั่นและพัฒนาศักยภาพธุรกิจ สร้างสรรค์ของประเทศ	2.0000	-	-	- สำนักนโยบาย และ ยุทธศาสตร์	
				19.โครงการสัมมนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ (International Creative Economy Summit)	-	11.2500	11.2500	- สำนักนโยบาย และ ยุทธศาสตร์
				20.โครงการสร้างเครือข่ายเพื่อยกระดับการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	-	7.5000	7.5000	- สำนักนโยบาย และ ยุทธศาสตร์ - สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
เป้าประสงค์ที่ 3 ความร่วมมือของภาค ส่วน ต่าง ๆ ในการ สนับสนุนธุรกิจ สร้างสรรค์ ผลลัพธ์: ความร่วมมือ ของภาคส่วนต่างๆ ใน การสนับสนุนธุรกิจ สร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 1.4 บูรณา การกับหน่วยงาน ภาครัฐผ่านกลไก แผนการส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์							

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 1 พัฒนา ความสามารถของ ผู้ประกอบการและ ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 3 ความร่วมมือของภาค ส่วนต่าง ๆ ในการ สนับสนุนธุรกิจ สร้างสรรค์ ผลลัพธ์: ความร่วมมือ ของภาคส่วนต่างๆ ใน การสนับสนุนธุรกิจ สร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 1.5 พัฒนา เครือข่ายสถาบัน การศึกษา วิจัย และ นวัตกรรมสนับสนุน ธุรกิจสร้างสรรค์	21.งานดำเนินความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษา ในส่วนภูมิภาค (miniTCDC) โดยใช้งบประมาณภายใต้ โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วน ภูมิภาค (miniTCDC)	-	-	-	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 2 พัฒนาพื้นที่ สร้างสรรค์และ กลไกสนับสนุน ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 เพิ่ม พื้นที่เมืองสร้างสรรค์ ผลลัพธ์: มีจำนวน เมือง ชุมชน หรือย่าน สร้างสรรค์ 30 ย่าน/ แห่ง (ภายในปี 2565)	กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนา ย่านและเมือง สร้างสรรค์	22.โครงการเพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์	32.0000	-	-	- สำนักพัฒนา พื้นที่ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			23.โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District)	19.9124	120.0000	120.0000	- สำนักพัฒนา พื้นที่ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			24.โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค ตราสัญลักษณ์ (Storytelling to Branding)	5.0000	-	-	- สำนักพัฒนา พื้นที่ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 2 พัฒนาพื้นที่ สร้างสรรค์และ กลไกสนับสนุน ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 เพิ่ม พื้นที่เมืองสร้างสรรค์ ผลลัพธ์: มีจำนวน เมือง ชุมชน หรือย่าน สร้างสรรค์ 30 ย่าน/ แห่ง (ภายในปี 2565)	กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนา ย่านและเมือง สร้างสรรค์	25.โครงการย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ	-	90.0000	90.0000	- สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			26.โครงการพัฒนาส่งเสริมสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดบริการท่องเที่ยว (บูรณาการท่องเที่ยว)	-	40.0000	40.0000	- สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
			27.โครงการพัฒนาขับเคลื่อนและขยายผลภายใต้เครือข่าย เมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก สาขาออกแบบ	-	26.2500	26.2500	- สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
	เป้าประสงค์ที่ 2 มี การจัดเทศกาล สร้างสรรค์ระดับ สากล ผลลัพธ์: เพิ่มช่องทาง การตลาดในประเทศ ให้แก่ผู้ประกอบการ และเปิดโอกาสให้ ผู้ประกอบการ/นัก สร้างสรรค์ ต่อยอด ทางธุรกิจและการ ส่งออกอย่างครบ วงจรเป็นที่ยอมรับใน ระดับประเทศและ ระดับนานาชาติ	กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนา มาตรฐานแบรนด์ สินค้า/บริการ สร้างสรรค์ของไทย	28.โครงการมหกรรมงานยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ไทย	9.0000	-	-	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 2 พัฒนาพื้นที่ สร้างสรรค์และ กลไกสนับสนุน ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 2 มี การจัดเทศกาล สร้างสรรค์ระดับ สากล ผลลัพธ์: เพิ่มช่องทาง การตลาดในประเทศ ให้แก่ผู้ประกอบการ และเปิดโอกาสให้ ผู้ประกอบการ/นัก สร้างสรรค์ ต่อยอด ทางธุรกิจและการ ส่งออกอย่างครบ วงจรเป็นที่ยอมรับใน ระดับประเทศและ ระดับนานาชาติ	กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนา มาตรฐานแบรนด์ สินค้า/บริการ สร้างสรรค์ของไทย	29.โครงการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และ บริการกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง (กิจกรรมเทศกาลความคิดสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมธุรกิจ สร้างสรรค์ภาคเหนือตอนบน)	8.0495	-	-	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
			30.โครงการสร้างแบรนด์เมืองสร้างสรรค์ประเทศไทย (Thailand Creative City Branding by CEA) (บูรณาการการท่องเที่ยว)	-	150.0000	150.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
			31.โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย (Branding Thailand) ผ่านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์	-	25.0000	25.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์  - สำนักสื่อสาร และการตลาด
			32.โครงการ Creative Thailand Expo (มหกรรมงานยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไทย)	-	75.0000	75.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
			33.โครงการพัฒนาฐานข้อมูลและศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์ ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือ  - กิจกรรมเทศกาลความคิดสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมธุรกิจ สร้างสรรค์ภาคเหนือตอนบน	-	75.0000	75.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์



ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 2 พัฒนาพื้นที่ สร้างสรรค์และ กลไกสนับสนุน ธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 3 ผู้ประกอบการ สามารถเข้าถึง มาตรการสนับสนุน ต่าง ๆ ผลลัพธ์: เพิ่มโอกาส ทางธุรกิจให้กับธุรกิจ สร้างสรรค์ของไทย	กลยุทธ์ที่ 2.3 พัฒนา กลไก/มาตรการ สนับสนุน ผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างสรรค์	34.งานศึกษาเพื่อพัฒนาโลก/มาตรการสนับสนุน ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ โดยใช้งบประมาณจาก โครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และธุรกิจสร้างสรรค์	-	-	-	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
			35.โครงการยกระดับและส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรม การสร้างสรรค์เนื้อหาไทย (Digital Content)	-	40.0000	40.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
	เป้าประสงค์ที่ 4 เพิ่ม โอกาสในการเติบโต ของธุรกิจสร้างสรรค์ ผลลัพธ์: ธุรกิจจาก เครือข่ายความ ร่วมมือ	กลยุทธ์ที่ 2.4 ส่งเสริม ความร่วมมือกับ เครือข่ายธุรกิจ สร้างสรรค์ทั้งในและ ต่างประเทศ	36.งานด้านความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ โดย ใช้งบประมาณจากโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม ศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และธุรกิจ สร้างสรรค์	-	-	-	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ - สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 3 ส่งเสริมการ ยกระดับความคิด และทักษะ สร้างสรรค์ให้กับคน ไทย	เป้าประสงค์ที่ 1 พัฒนาความคิดและ ทักษะด้านความคิด สร้างสรรค์ให้กับคน ไทย ผลลัพธ์: คนไทยมี ค่านิยมในการคิด สร้างสรรค์และให้ คุณค่ากับการ ประยุกต์ใช้ความคิด สร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริม การเรียนรู้ด้วย กระบวนการคิดเชิง สร้างสรรค์ให้กับเด็ก และเยาวชน	37.โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการประกอบ ธุรกิจ (บูรณาการ SME) - กิจกรรมเตรียมความพร้อมนักเรียน/นักศึกษาสู่การ เป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ - กิจกรรมการพัฒนาเยาวชนสู่การเป็นผู้ประกอบการ ด้วยทักษะการคิดเชิงออกแบบและการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี	3.0000	24.0000	24.0000	- สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 3 ส่งเสริมการ ยกระดับความคิด และทักษะ สร้างสรรค์ให้กับคน ไทย	เป้าประสงค์ที่ 1 พัฒนาความคิดและ ทักษะด้านความคิด สร้างสรรค์ให้กับคน ไทย ผลลัพธ์: คนไทยมี ค่านิยมในการคิด สร้างสรรค์และให้ คุณค่ากับการ ประยุกต์ใช้ความคิด สร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริม การสร้างค่านิยมและ ทักษะด้านความคิด สร้างสรรค์ให้กับ ประชาชน	38.โครงการสร้างการรับรู้และความเข้าใจหลักการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมเผยแพร่ศักยภาพ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่สาธารณชน	-	46.0000	46.0000	- สำนักสื่อสาร และการตลาด
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 4 พัฒนาข้อมูล สารสนเทศเพื่อการ ยกระดับ อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของไทย	เป้าประสงค์ที่ 1 มี มาตรฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สนับสนุนการ วางแผนและตัดสินใจ เชิงนโยบาย ผลลัพธ์: มีระบบ ฐานข้อมูลเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ภาพรวม และรายอุตสาหกรรม ที่ทุกภาคส่วนสามารถ เข้าถึงข้อมูล เพื่อการ บริหารจัดการและต่อ ยอดความคิด สร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 4.1 บริหาร จัดการฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศ	39.โครงการยกระดับข้อมูลเพื่อ SME ( <i>บูรณาการ SME</i> ) - กิจกรรมฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	13.0000	-	-	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ - สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม - สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ - สำนักสื่อสาร และการตลาด

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 4 พัฒนาข้อมูล สารสนเทศเพื่อการ ยกระดับ อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของไทย	เป้าประสงค์ที่ 1 มี มาตรฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ สนับสนุนการวางแผน และตัดสินใจเชิง นโยบาย ผลลัพธ์: มีระบบ ฐานข้อมูลเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ภาพรวม และรายอุตสาหกรรมที่ ทุกภาคส่วนสามารถ เข้าถึงข้อมูล เพื่อการ บริหารจัดการและต่อ ยอดความคิด สร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 4.1 บริหาร จัดการฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศ	40.โครงการพัฒนาระบบการให้ข้อมูลและบริการความ ช่วยเหลือแก่ SME (บูรณาการ SME)  - กิจกรรมฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	-	16.0000	16.0000	- สำนักพัฒนา องค์ความรู้ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์  - สำนักพัฒนา ธุรกิจและ นวัตกรรม  - สำนักพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์  - สำนักสื่อสาร และการตลาด
	เป้าประสงค์ที่ 2 บูรณา การเชื่อมโยงฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์: มีดัชนี เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของไทยที่สา มารถบ่งชี้ระดับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเป็นสากล สามารถ ใช้เป็นข้อมูลสนับสนุน เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศ	กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนา ดัชนีเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของไทย และเชื่อมโยงกับดัชนี สากล	41.โครงการจัดทำดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ  - ปีงบประมาณ 2563 ใช้งบประมาณจาก โครงการ ยกระดับข้อมูลเพื่อ SME (บูรณาการ SME) กิจกรรมฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	-	7.5000	7.5000	- สำนักนโยบาย และ ยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 4 พัฒนาข้อมูล สารสนเทศเพื่อการ ยกระดับ อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของไทย	เป้าประสงค์ที่ 3 กรอบแนวทางการ พัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของไทยที่ ชัดเจน ผลลัพธ์: มี แผนพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	กลยุทธ์ที่ 4.3 จัดทำ แผนพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	42.โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายสาขา (ปี 2563 จัดทำ 1 กลุ่ม มี 3 สาขาย่อย ได้แก่ ศิลปะการแสดง (Performing Arts) ทัศนศิลป์ (Visual Arts) และดนตรี (Music)	3.8000	-	-	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
			43.โครงการพัฒนาฐานข้อมูลกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	-	15.0000	15.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
			44.โครงการส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายและพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	-	10.0000	10.0000	- สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สร้างสรรค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 5 พัฒนา ศักยภาพสู่องค์กร หลักในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 องค์กรสมรรถนะสูงที่ มีความพร้อมในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์อย่างมี ประสิทธิภาพ ผลลัพธ์: องค์กรมี ศักยภาพ ทั้งในด้าน ทรัพยากรบุคคล การ ให้บริการ การดำเนิน งาน การบริหารด้าน การเงิน และระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุน ที่สอดคล้อง กับการเป็นหน่วยงาน หลักในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศ และพร้อม รองรับกับยุคดิจิทัล	กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนา คุณภาพการให้บริการ	45.โครงการบริหารและเพิ่มขีดความสามารถเชิงระบบ งานบริหารทรัพยากรบุคคลของสำนักงานส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	1.0000	4.5000	4.5000	- สำนักบริหาร และพัฒนา องค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 5 พัฒนา ศักยภาพสู่องค์กร หลักในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 องค์กรสมรรถนะสูงที่ มีความพร้อมในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์อย่างมี ประสิทธิภาพ ผลลัพธ์: องค์กรมี ศักยภาพ ทั้งในด้าน ทรัพยากรบุคคล การ ให้บริการ การดำเนิน งาน การบริหารด้าน การเงิน และระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุน ที่สอดคล้อง กับการเป็นหน่วยงาน หลักในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศ และพร้อม รองรับกับยุคดิจิทัล	กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนา คุณภาพการให้บริการ	46.โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	-	35.0000	35.0000	- ฝ่าย เทคโนโลยี สารสนเทศ
		กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนา ประสิทธิภาพด้าน การเงิน	47.งานด้านการประสิทธิภาพด้านการเงิน โดยใช้งบ ดำเนินงาน	-	-	-	- สำนักบริหาร และพัฒนา องค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ	งบประมาณ/ ระยะเวลาดำเนินการ			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
				ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 5 พัฒนา ศักยภาพสู่องค์กร หลักในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 2 องค์กรมีการปฏิบัติ สอดคล้องตามแนว ทางการควบคุมดูแล การดำเนินการของ องค์การมหาชนและ กฎระเบียบที่ เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์: องค์กรมี แนวปฏิบัติในการ กำกับดูแลกิจการที่ดี และสามารถนำไป ปฏิบัติเพื่อให้เกิดผล การปฏิบัติงานที่ดีขึ้น อย่างต่อเนื่อง	กลยุทธ์ที่ 5.3 พัฒนาการกำกับดูแล กิจการ	48.โครงการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	2.0000	3.7500	3.7500	- สำนักนโยบาย และ ยุทธศาสตร์
		กลยุทธ์ที่ 5.4 พัฒนา สู่องค์กรสมรรถนะสูง รองรับยุคดิจิทัล	49.งานด้านการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง โดยใช้งบดำเนินงาน	-	-	-	- สำนักบริหาร และพัฒนา องค์กร