

แผนปฏิบัติการประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2565

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(องค์การมหาชน)

แผนปฏิบัติการ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

พ.ศ. 2565

บทสรุปผู้บริหาร

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

การบริหารจัดการองค์กรให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์แห่งการจัดตั้งที่กำหนดไว้ 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 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของส่วนราชการ โดยจัดทำเป็นแผนห้าปีซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับมาตรา 9 กำหนดให้ในวาระเริ่มแรก การจัดทำแผนปฏิบัติราชการของส่วนราชการเป็นแผนห้าปี 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 และยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

วิสัยทัศน์ของ สคส.

“องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ”

ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป้าหมายการดำเนินงาน

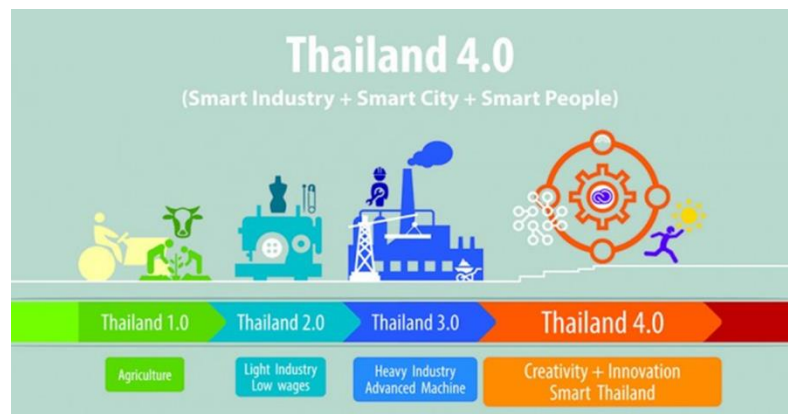
แผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2563-2565) มีเป้าหมายในการสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการทำงานด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล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

บทที่ 1 บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

รัฐบาลไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้พยายามหิบบกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยพื้นฐานความได้เปรียบในแง่ความหลากหลายเชิงชีวภาพ มรดกทางวัฒนธรรม ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว มาผนวกกับองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ อันจะนำมาสู่ความสามารถในการแข่งขัน และสามารถปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืนได้ ทั้งนี้ นโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเริ่มเป็นรูปธรรมมากขึ้นในช่วงปี 2545 เป็นต้นมา ได้มีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์กรพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระยะยาวที่เริ่มมีดำเนินการตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่เสริมสร้างรากฐานของประเทศด้านต่าง ๆ ให้เข้มแข็งควบคู่กับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็น

มิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคง และยั่งยืนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จนกระทั่งปัจจุบันภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ให้ความสำคัญกับ



การพัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบัน เพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง จากการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการด้วยการวิจัยและพัฒนาการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ พื้นฐานทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐาน

เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าสูงมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ การดำเนินการของภาครัฐเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชัดเจนเรื่อยมา ดังจะเห็นจาก **โมเดลประเทศไทย 4.0** ซึ่งเป็นแนวนโยบายเพื่อพัฒนาโลกขับเคลื่อนชุดใหม่ (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 โดยเป็นยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศก้าวไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยมีมุ่งเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยพัฒนา และนวัตกรรมไทยในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและต่อยอด



เป็นฐานรายได้ใหม่ 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 การสั่งสม

ความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม ทั้งนี้ 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

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 ทรัพยากรทางปัญญาและการศึกษาวิจัย เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

1.1 ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

1.1.1 แนวคิดสากลที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์กรในระดับสากลที่มีหน้าที่ส่งเสริมแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายหน่วยงาน ได้มีแนวคิดเรื่องระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ดังต่อไปนี้

องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization: UNIDO) เป็นหน่วยงานพิเศษในสหประชาชาติ มีบทบาทในการส่งเสริมและเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศกำลังพัฒนา และประเทศที่มีเศรษฐกิจในช่วงเปลี่ยนผ่าน และการส่งเสริมความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ ได้อธิบายว่า ระบบนิเวศสร้างสรรค์ หมายถึง การทำงานที่เชื่อมโยง

ระหว่างภาครัฐ และเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย ศูนย์ฝึกอบรม โดยมีระบบบริหารจัดการเพื่อสร้างและรวบรวมของนวัตกรรมและไอเดียสร้างสรรค์จากแหล่งต่าง ๆ ให้บริษัทสามารถดึงมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าได้อย่างเต็มที่¹

การประชุม World Conference on Creative Economy ในเดือนพฤษภาคม 2561 ณ กรุงจาการ์ ประเทศอินโดนีเซีย² Marisa Henderson ผู้อำนวยการโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังค์ถัด (The chief of UNCTAD's creative economy programme) ได้กล่าวถึงระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Ecosystem) ว่าประกอบด้วย อุตสาหกรรมและภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทั้งหมดมีประเด็นร่วม (common cross-cutting issues) ในระดับ macro เช่น กฎเกณฑ์ทางการค้า และมีประเด็นท้าทายในระดับ micro เช่น คุณภาพแรงงาน ต้นทุนในการขนส่ง ซึ่งเหล่านี้ต้องได้รับการพิจารณาจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะเพื่อการบริหารจัดการประเด็นดังกล่าว

Inter-American Development Bank (IDB) เป็นองค์กรที่สนับสนุนทางการเงินและเทคนิคให้กับประเทศในละตินอเมริกาและแคริบเบียนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม กล่าวถึงวิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าจะทำผ่านมุมมองของระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยที่ระบบนิเวศ หมายถึง กลุ่มของผู้เล่นที่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีหน้าที่ชัดเจนแตกต่างกัน และหากปรับแนวคิดของระบบนวัตกรรมแห่งชาติ³ ซึ่งได้กำหนดให้เป็นชุดของตัวแทนและสถาบันทางเศรษฐกิจ เช่น รัฐบาล มหาวิทยาลัย หน่วยงานวิจัย และภาคเอกชน โดยการทำงานร่วมกันเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของผลงานด้านนวัตกรรมทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างการกระจายและการใช้ความรู้ในระบบการผลิตและสังคมเพื่อกำหนดการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า **ระบบนิเวศสร้างสรรค์** เป็นกลุ่มของหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ และกฎเกณฑ์ที่ส่งผลต่อการผลิต การถ่ายทอด และการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ แนวคิดของระบบนิเวศเชิงสร้างสรรค์ไม่เพียงเน้นความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน แต่ยังรวมถึงชุมชนท้องถิ่น และผู้บริโภคด้วย รวมไปถึงบทบาทของ

¹ Bakalli, M. 2014. (Page 43) The Creative Ecosystem: Facilitating the Development of Creative Industries. Working Paper 08/2014. Vienna, Austria: UNIDO.

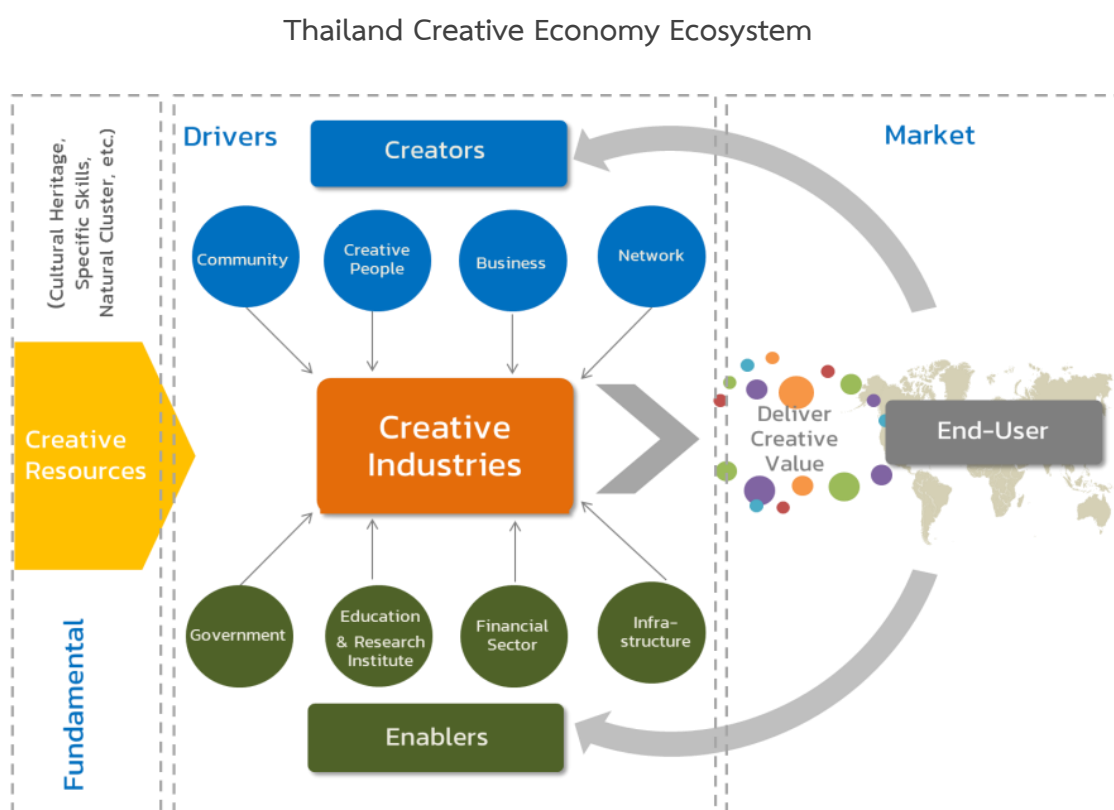
² https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1843&Sitemap_x0020_Taxonomy=UNCTAD%20Home;

³ 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)

สถาบันการศึกษาด้วย ระบบนิเวศสร้างสรรค์ช่วยในการทำความเข้าใจความหลากหลาย การพึ่งพาและการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เล่นที่แตกต่างกัน เพื่อสามารถนำไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ต่อไป⁴

1.1.2 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 ซึ่งมีส่วนในการ

⁴ 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

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย บนพื้นฐานทรัพยากรสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ไปยังผู้บริโภค โดยการทำงานร่วมกัน ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยง ก่อให้เกิดบรรยากาศสร้างสรรค์และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนและเอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้ต่อไป

องค์ประกอบของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental) ได้แก่ ทรัพยากรด้านสร้างสรรค์ (Creative Resources) ซึ่งหมายถึง มรดกวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของประเทศไทย สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ 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 ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) หรือคุณค่าเพิ่มทางสังคม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขาหลัก โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา คือ อาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีขอบเขตดังต่อไปนี้

1. **งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)** ผลิตภัณฑ์งานจักสาน ถักทอ เครื่องใช้ในการเดินทางจากหนัง ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนจากไม้ ดอกไม้ใบไม้ประดิษฐ์ เซรามิกที่ใช้วิธีผลิตด้วยมือ เครื่องประดับโลหะมีค่า เพชร พลอยเจียรไนหรือเพชร/พลอยร่วง
2. **ศิลปะการแสดง (Performing arts)** การจัดกิจกรรมบริการทางศิลปะการแสดงและบริการทางด้านมหรสพ เช่น ละคร ละครเวที ศิลปะ (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 และห้องส่งซึ่งดำเนินกิจการหลักเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ทุกประเภท 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 สื่อบันทึกเสียงอื่น ๆ และงานออกแบบงานโฆษณา งานบริการทางการโฆษณาและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

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

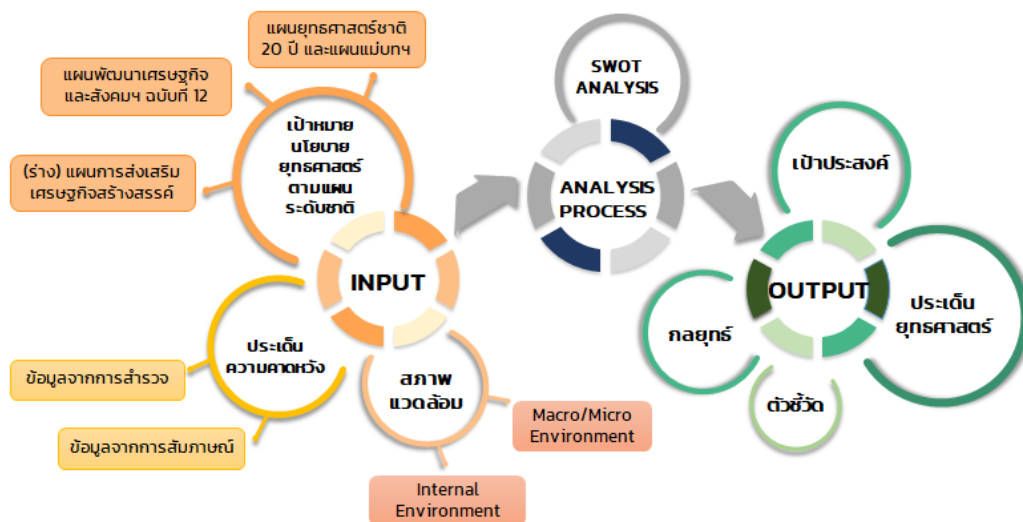
11. สถาปัตยกรรม (Architecture) การดำเนินงานเกี่ยวกับการก่อสร้างทั่วไป การก่อสร้างเฉพาะงาน และงานวิศวกรรมโยธา การต่อเติมดัดแปลง การก่อสร้างลักษณะชั่วคราว การซ่อมแซม งานวิศวกรรมโยธา ซึ่งงานดังกล่าวสามารถดำเนินการด้วยตนเองหรือโดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยการทำสัญญาจ้างงานบางส่วนทั้งหมดหรือทำสัญญารับช่วง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

12. แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกาย การออกแบบ จัดทำตัวอย่างจัดเตรียมการผลิต การขายเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปและการรับจ้างตัดเสื้อให้ลูกค้า ยกเว้นการผลิตเสื้อผ้าจากผ้าดักที่ผลิตขึ้นเองและเครื่องสวมใส่สำหรับกีฬา

บทที่ 2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนปฏิบัติการ

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ

การจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563-2565 เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจน และผลักดันให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ 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 ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2563-2565)

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

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบประชาธิปไตย 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 วิถี

ชีวิตและวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ มีการคุ้มครองและปกป้องด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ ซึ่งรวมถึงการผลักดันให้เมืองประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศิลปะได้รับการขึ้นทะเบียนด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมให้ก้าวสู่เมืองที่ได้รับการยอมรับในเวทีสากล อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์และการจัดทำ แผนพัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น พร้อมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลและตามศักยภาพของพื้นที่ 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 ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน 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 ภายใต้ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมซึ่งมี

มหาวิทยาลัยแต่ละภูมิภาค สถาบันการศึกษาท้องถิ่น และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมเป็นแรงขับเคลื่อนการยกระดับ จังหวัดสำคัญเป็นเมืองเศรษฐกิจประจำภาค เพื่อเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาคที่เชื่อมต่อกับเมืองเศรษฐกิจอื่น และเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน และกระจายศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ภาคต่างๆของไทย การสร้างเมืองเศรษฐกิจเฉพาะด้าน โดยอาศัยความได้เปรียบที่แตกต่างกันของแต่ละจังหวัด ซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนากลัสเตอร์ของเกษตรอุตสาหกรรมและบริการ พร้อมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้เมืองเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดึงดูดการลงทุนใหม่ โดยการส่งเสริมให้เมืองเป็นเจ้าภาพจัดเทศกาลความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมระดับสากล โดยให้ความสำคัญกับการใช้มหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาคและสถาบันการศึกษาท้องถิ่น ขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาค

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

5.1 สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างและใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดกระบวนการการผลิตและบริการ การจัดการและการตลาด สามารถบริหารจัดการธุรกิจและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์ความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง รวมทั้งทักษะในการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจได้ไปพร้อมกับการวางรากฐานการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะและจิตวิญญาณในการประกอบการ พร้อมทั้งการส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอนาคต ตลอดจนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความ

ชนิดที่แตกต่างและหลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต และการสนับสนุนผู้ประกอบการในการสร้าง และพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยสร้างระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต การขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนและให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอและการส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดคลัสเตอร์ที่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดที่สูงขึ้นและลดต้นทุนการผลิตลง โดยการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในกลุ่มของตน

5.3 สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศตามระดับศักยภาพการประกอบการ โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจ สร้างสรรค์การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำ ที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง การสนับสนุนช่องทางการตลาดและการชำระเงินรูปแบบใหม่ โดยการสร้างตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชันและช่องทางใหม่รองรับไลฟ์สไตล์ของคนในอนาคต การสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น และการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคของไทย และพัฒนานวัตกรรมกระจายสินค้าโดยการพัฒนาระบบการ ให้ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและธุรกิจในอนาคต

5.4 สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล อนาคตของโลกไร้พรมแดน คือการแข่งขันบนฐานข้อมูลจึงต้องสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนธุรกิจ โดยการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และฐานข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อต่อยอดพัฒนาธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างและพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการเพื่อเป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการและเป็นแหล่งรวมที่ปรึกษาทางธุรกิจ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงฐานข้อมูลความรู้วิจัยและนวัตกรรมโดยเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัย บูรณาการและต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการสืบค้นต่อยอดในทุกๆด้านและการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ การสนับสนุนการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มกลางทั้งในด้านการผลิต การบริหารจัดการ

การตลาด ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันในการวางแผนธุรกิจในอนาคต เพื่อลดต้นทุนของทั้งภาครัฐและเอกชน และการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วมสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อลดต้นทุน และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกันอีกทางหนึ่ง

(2) แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งเป็นแผนระดับที่ 2 มีประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- 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

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องในระดับรอง ประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ร้อยละ 45 (ปี 2563-2565)

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บท: การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

เป้าหมายของแผนย่อย: การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น

(เฉลี่ยร้อยละ) ขยายตัวร้อยละ 10

● ประเด็นที่ 9 เขตเศรษฐกิจพิเศษ

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขต

เศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บท: อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขต

เศรษฐกิจพิเศษทั้งหมด (เฉลี่ยร้อยละ) ขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 5

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บท: การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขต

พัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น

เป้าหมายของแผนย่อย: การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขต

พัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขต

พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (ร้อยละต่อปี) ขยายตัวร้อยละ 6.3

(3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิมรวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญนโยบายที่มีความเกี่ยวข้องและมีผลต่อทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่าสิบปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้ง

ฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า การพัฒนา 5 ปีต่อจากนี้ไป จึงเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพ และมีเสถียรภาพ ภาคส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ผลิภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น

แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรมบริการและการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ในด้านการพัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง โดยการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน ในด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

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

แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างควมตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้เป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคคลกรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้นสำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) คือ “ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย” โดย แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 4 ประเด็น ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการรวบรวมและการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางในการดำเนินนโยบายและทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่เหมาะสมตลอดจนการ

พัฒนาที่ตรงต่อสถานการณ์ของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มในการพัฒนาและต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลและการบูรณาการระบบฐานข้อมูลเชิงสถิติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรและแรงงานสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันภายในเครือข่ายกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศและมีการจัดทำมาตรฐานวิชาชีพสร้างสรรค์ ระดับของการพัฒนาศักยภาพหรือความเชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต ผ่านการยกระดับศักยภาพทางความคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และการต่อยอดจากการลงมือทำจริงให้เกิดเป็นการพัฒนาความสามารถและทักษะที่สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคงในอนาคต

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

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

บทที่ 3 แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. (Creative Economy Agency: CEA) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการ สร้างระบบนิเวศ และสนับสนุนบุคลากรสร้างสรรค์ให้เกิดการเชื่อมโยงกับภูมิปัญญา วัฒนธรรม และภาคการผลิตจริง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

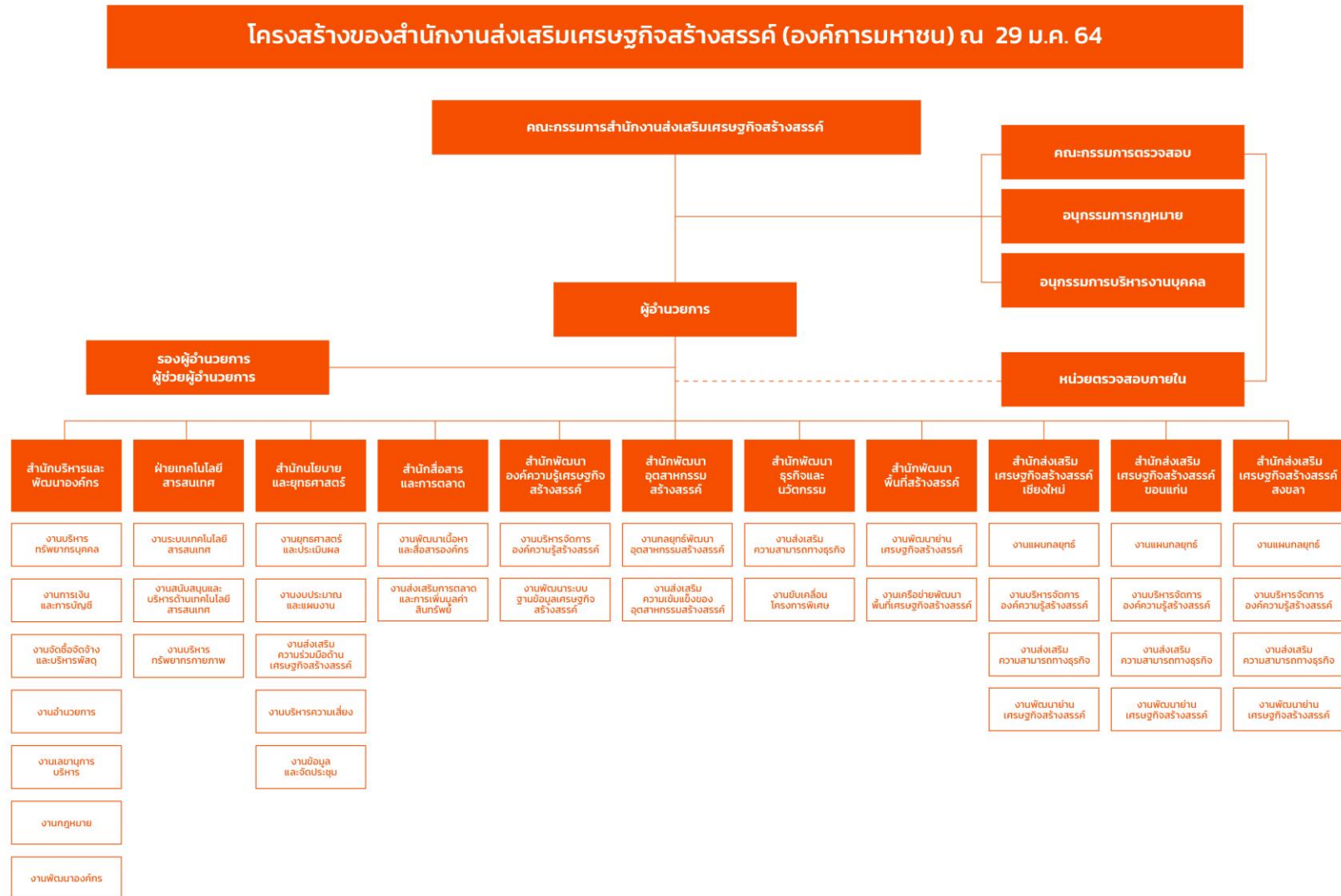


องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ได้มีการประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 13 สิงหาคม 2561 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม 2561 เป็นต้นมา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. และที่มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Creative Economy Agency (Public Organization) หรือ CEA เป็นองค์การมหาชนในกลุ่มที่ 2 บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้านหรือสหวิทยาการ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2547 และเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี

3.2 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย 11 ส่วนงาน ดังภาพ



3.3 วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

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

แผนงานในการกิจหลัก ระยะ 5 ปี ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ

- 1 : พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์
- 2 : พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์
- 3 : ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย
- 4 : พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย
- 5 : พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป้าประสงค์รวม 12 เป้าประสงค์ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการสามารถนำองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ ไปต่อยอดและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ
2. มีแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจใหม่

3. หน่วยงาน ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา มีความรู้พื้นฐานด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาในด้านต่างๆ
4. การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. มีพื้นที่สนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ (ย่าน/เมืองสร้างสรรค์)
6. เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ
7. มีกลไกสนับสนุนมาตรฐานแบรนด์ให้กับสินค้าและบริการสร้างสรรค์
8. มีกลไกสนับสนุนการจัดการทรัพยากรเชิงพื้นที่ให้กับผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์
9. มีมาตรฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบาย
10. บูรณาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
11. องค์กรมีศักยภาพต่อการเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
12. องค์กรมีการปฏิบัติสอดคล้องตามแนวทางการควบคุมดูแลการดำเนินการขององค์การมหาชน และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

3.4. เป้าหมายการให้บริการหน่วยงานของ สคส. (ตามพรบ. งบประมาณรายจ่าย)

ผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 26

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน/ตัวชี้วัด	งบประมาณ / ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า / ค่าเป้าหมาย ตัวชี้วัด			
	หน่วยนับ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
รวมงบประมาณ	ล้านบาท	280.8365	318.3831	309.7165
1. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์นำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปพัฒนาธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการสู่สากล				
1) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	คน	6,000	6,000	6,500

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน/ตัวชี้วัด	งบประมาณ / ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า / ค่าเป้าหมาย ตัวชี้วัด			
	หน่วยนับ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
2) จำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในเชิง กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น	แห่ง	5	5	5
3) จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	คน	200,000	200,000	200,000
4) จำนวนฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์*	สาขา	3	4	4
5) จำนวนพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริม/พัฒนาให้เป็น ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น	แห่ง	15 (ปีเริ่มต้น)	7 (ผลสะสม 22)	8 (ผลสะสม 30)
6) จำนวนผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้ เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพ และนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ	26	26	26
7) ผู้ได้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึง พอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิง พื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80	80	80

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

ตารางความเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นที่ 5 การท่องเที่ยว	ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	ประเด็นที่ 9 เขตเศรษฐกิจพิเศษ	ประเด็นที่ 20 การบริการประชาชนและเพิ่มประสิทธิภาพภาครัฐ
แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ	การพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	การบริการประชาชน
แผนแม่บทเฉพาะกิจ	ประเด็นที่ 9 เขตเศรษฐกิจพิเศษแนวทางที่ 1 การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากภายในประเทศ (Local Economy)		ประเด็นที่ 4 การปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟู และพัฒนาประเทศ (Enabling Factor)	
แผนปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)	ด้านเศรษฐกิจ		ด้านวัฒนธรรม กีฬา แรงงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	3.การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน		9. การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ	
แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565)	1. สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2. ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย 3. ยกระดับความสามารถในการดำเนินงานธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 4. พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์			
แผนปฏิบัติการ สศส. ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2565	1. พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ 2. พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ 3. ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย 4. พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย 5. พัฒนาศักยภาพผู้องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์			

การถ่ายทอดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ สู่กลยุทธ์การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	1. พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์	2. พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	3. ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย	4. พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย	5. พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
เป้าประสงค์	1. ผู้ประกอบการประยุกต์ใช้ความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ 2. มีแหล่งบ่มเพาะสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์ 3. ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	1. เพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์ 2. มีการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับสากล 3. ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ 4. เพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์	1. พัฒนาความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับคนไทย	1. มีมาตรฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบาย 2. บูรณาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3. กรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยที่ชัดเจน	1. องค์กรสมรรถนะสูงที่มีความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ 2. องค์กรมีการปฏิบัติสอดคล้องตามแนวทางการควบคุมดูแลการดำเนินการขององค์การมหาชนและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
กลยุทธ์	1. ส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน 2. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ 3. สนับสนุนการพัฒนาความรู้และทักษะแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ 4. บูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐผ่านกลไกแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5. พัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษา วิจัย และนวัตกรรมสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	1. พัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์ 2. พัฒนามาตรฐานแบรนด์สินค้า/บริการสร้างสรรค์ของไทย 3. พัฒนากลไก/มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ 4. ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ	1. ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน 2. ส่งเสริมการสร้างค่านิยมและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับประชาชน	1. บริหารจัดการฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ 2. พัฒนาดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและเชื่อมโยงกับดัชนีสากล 3. จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	1. พัฒนาคุณภาพการให้บริการ 2. พัฒนาประสิทธิภาพด้านการเงิน 3. พัฒนาการกำกับดูแลกิจการ 4. พัฒนาสู่องค์กรสมรรถนะสูงรองรับยุคดิจิทัล

สรุปโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของ ผู้ประกอบการและธุรกิจ สร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการประยุกต์ใช้ ความคิดและทักษะด้าน ความคิดสร้างสรรค์ในการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ผลิตภัณฑ์และบริการ ผลลัพธ์: มูลค่าเพิ่มของ ผลิตภัณฑ์และบริการ สร้างสรรค์	กลยุทธ์ 1.1 ส่งเสริมการพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ชุมชน	1. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค <u>งบประมาณ:</u> 4.2081 ล้านบาท (<u>แผนยุทธศาสตร์ SME</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1. ผู้ประกอบการชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึก ด้วยองค์ความรู้ ด้านพื้นฐานการตลาด จำนวน 600 ราย 2. ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ ร้อยละ 26
			2. โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการตลาดของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน ระดับสากล (Global OTOP) <u>งบประมาณ:</u> 9.7597 ล้านบาท (<u>แผนยุทธศาสตร์ SME</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1. กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรม และเข้าสู่กระบวนการคัดเลือก ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ จำนวน 100 ราย 2. ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สู่สากล ผลิตภัณฑ์ 10 ราย
			3.โครงการสร้างคุณค่าสินค้าไทย (Value Creation) จากฐานเศรษฐกิจท้องถิ่น <u>งบประมาณ:</u> 6.3582 ล้านบาท (<u>แผนงานสนับสนุน</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1. จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ/หรือ กลุ่มผู้ประกอบการได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมบรรยายเรื่อง Value Creation + Story-Telling จำนวน 300 ราย 2. จำนวนสินค้า หรือ บริการที่ได้รับการยกระดับ จำนวน 9 สินค้าหรือบริการ 3. E-Catalogue (อาหาร และสมุนไพร) จำนวน 1 ชุด

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
		กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ ด้วยกระบวนการคิด เชิงสร้างสรรค์	4. โครงการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจให้แก่ MSMEs (MSMEs Business Design and Transformation Program) <u>งบประมาณ:</u> 6.6877 ล้านบาท (<u>แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1. จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมกิจกรรมบรรยาย ฝึกอบรม และ/หรือ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ จำนวน 1,500 คน 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ/หรือ ธุรกิจต้นแบบ จำนวน 30 ต้นแบบ 3. ผู้ประกอบการ เกิดธุรกรรม* 30 รายการ (จำนวนธุรกรรมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ได้รับการสั่งซื้อ สั่งจอง สั่งจ้าง ให้ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากลูกค้าหรือผู้รับบริการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งหมายรวมถึง ธุรกรรมที่ท าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์) จำนวน 30 รายการ
	เป้าประสงค์ที่ 2 มีแหล่ง บ่มเพาะสนับสนุนการ เริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์ราย ใหม่	กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุน การพัฒนาความรู้และ ทักษะ แก่ผู้ประกอบการ รายใหม่	5. โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก <u>งบประมาณ:</u> 2.5990 ล้านบาท (<u>แผนงานบูรณาการ EEC</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1 ผู้ประกอบการ นักศึกษา และนักสร้างสรรค์ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการกระบวนการคิดเชิงออกแบบ จำนวน 100 ราย 2 จำนวนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 ต้นแบบ
			6.โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่รับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Creative Business and Biodiversity) กิจกรรม สร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ <u>งบประมาณ:</u> 2.7055 ล้านบาท (<u>แผนงานยุทธศาสตร์ SME</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1. นักศึกษา ได้รับการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ จำนวน 2,500 ราย 2. นักศึกษาได้รับการเตรียมความพร้อมและผ่านเกณฑ์ทดสอบและได้รับใบประกาศนียบัตร (เฉพาะหลักสูตรที่มีแบบทดสอบ) จำนวน 200 ราย

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
	เป้าประสงค์ที่ 3 ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ ผลลัพธ์: ความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ ในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 1.4 บูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐผ่านกลไกแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	7.โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ปี พ.ศ. 2564 งบประมาณ: 2.0000 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย: 1. รายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ปี 2565 จำนวน 1 ฉบับ 2. ความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร้อยละ 100 ของแผน
		กลยุทธ์ที่ 1.5 พัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษา วิจัย และนวัตกรรมสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	การดำเนินความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในส่วนภูมิภาค (miniTCDC) โดยใช้งบประมาณภายใต้โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 เพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์ ผลลัพธ์: มีจำนวนเมืองชุมชน หรือย่านสร้างสรรค์ 30 ย่าน/แห่ง (ภายในปี 2565)	กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์	1. โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District) งบประมาณ: 32.8904 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย: 1. พื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ จำนวน 4 แห่ง 2. ฐานข้อมูลธุรกิจย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 4 ฐานข้อมูล 3. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) จำนวน 1 ครั้ง 4. พัฒนาเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก จำนวน 1 เมือง
			2. โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรคตราสัญลักษณ์ (Story Telling To Branding) งบประมาณ: 10.4197 ล้านบาท(แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย: 1. พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 8 แห่ง (พัฒนาเครือข่าย TCDN) 2. จำนวนจังหวัดที่นำทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นมาพัฒนาเป็น Story Telling เพื่อต่อยอดสู่ แบรนด์สินค้าและบริการใหม่ (Branding) จำนวน 8 แห่ง

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
	เป้าประสงค์ที่ 2 มีการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับสากล ผลลัพธ์: เพิ่มช่องทางการตลาดในประเทศให้แก่ผู้ประกอบการและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์ ต่อยอดทางธุรกิจและการส่งออกอย่างครบวงจรเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับนานาชาติ	กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนามาตรฐานแบรนด์สินค้า/บริการสร้างสรรค์ของไทย	3.โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา (ภาคเหนือ) <u>งบประมาณ:</u> 8.795 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์เมืองนำอยู่) <u>เป้าหมาย:</u> 1. จัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์ขนาดใหญ่ จำนวน 1 ครั้ง 2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึงข้อมูลออฟไลน์ และออนไลน์ จำนวน 100,000 ราย ผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์ ได้รับการพัฒนา 340 ราย 3. มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการจัดงานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 250 ล้านบาท
			4..โครงการ เทศกาลความคิดสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) <u>งบประมาณ:</u> 8.2095 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์เมืองนำอยู่) <u>เป้าหมาย:</u> 1. จัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์ขนาดใหญ่ จำนวน 1 ครั้ง 2. จำนวนผู้เข้าใช้บริการและการเข้าถึงองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จำนวน 100,000 คน/ครั้ง 3. จำนวนผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ จำนวน 150 ราย 4. มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการจัดงานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 60 ล้านบาท
	เป้าประสงค์ที่ 3 ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ ผลลัพธ์: เพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย	กลยุทธ์ที่ 2.3 พัฒนากลไก/มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	การศึกษาเพื่อพัฒนากลไก/มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ โดยใช้งบประมาณจากโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และธุรกิจสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
	เป้าประสงค์ที่ 4 เพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ ผลลัพธ์: ธุรกิจจากเครือข่ายความร่วมมือ	กลยุทธ์ที่ 2.4 ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ	- การดำเนินงานด้านความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ โดยใช้งบประมาณจากโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และธุรกิจสร้างสรรค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย	เป้าประสงค์ที่ 1 พัฒนาความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับคนไทย ผลลัพธ์: คนไทยมีค่านิยมในการคิดสร้างสรรค์และให้คุณค่ากับการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน	1. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน งบประมาณ: 12.5016 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย: 1. จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน 2. จำนวนศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์และเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทั้งในเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพิ่มขึ้น 5 แห่ง
		กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมการสร้างค่านิยมและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับประชาชน	2.โครงการโครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามบทบาทภารกิจของ สศส. งบประมาณ: 3.8658 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย: 1. ผู้ติดตาม/รับรู้สารการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และ SMEs ผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ และสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ - มูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ (PR Value) 100 ล้านบาท - จำนวนการรับรู้ (Reach) จำนวน 20,000,00 คน/ครั้ง 2. ผู้รับบริการและกลุ่มเป้าหมายมี engagement จำนวน 1,500,000 คน/ครั้ง
			3.โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา งบประมาณ: 80.3178 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย: อาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา แล้วเสร็จ 1 แห่ง

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ เพื่อการยกระดับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของไทย	เป้าประสงค์ที่ 1 มี มาตรฐานข้อมูลเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ที่สนับสนุนการ วางแผนและตัดสินใจเชิง นโยบาย ผลลัพธ์: มีระบบฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภาพรวมและราย อุตสาหกรรมที่ทุกภาคส่วน สามารถเข้าถึงข้อมูล เพื่อ การบริหารจัดการและต่อ ยอตความคิดสร้างสรรค์	กลยุทธ์ที่ 4.1 บริหาร จัดการฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศ	1. โครงการพัฒนาระบบการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ SME (Online/offline) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 <u>งบประมาณ:</u> 13.0550 ล้านบาท (<u>แผนงานยุทธศาสตร์ SME</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1. SME ผู้ประกอบการชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และ ออฟไลน์ และนำไปใช้ประโยชน์ (100,000 ราย) 2. จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ผลงานให้เป็นที่รู้จักสู่สาธารณะ จำนวน 500 ราย
			2.โครงการพัฒนาบริการดิจิทัลเพื่อประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจ <u>งบประมาณ:</u> 6.3220 ล้านบาท (<u>แผนบูรณาการดิจิทัล</u>) <u>เป้าหมาย</u> 1. ระบบบริการประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัล จำนวน 1 ระบบ 2. บริการดิจิทัลที่พัฒนาขึ้น ภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง วัดจากร้อยละความ พึงพอใจของผู้รับข้อมูล ร้อยละ 85
	เป้าประสงค์ที่ 2 บูรณา การเชื่อมโยงฐานข้อมูล เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์: มีดัชนีเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของไทยที่สา มารถบ่งชี้ระดับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และเป็นสากล สามารถใช้เป็นข้อมูล สนับสนุน เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศ	กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนา ดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของไทยและเชื่อมโยงกับ ดัชนีสากล	3.โครงการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อใช้กำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ <u>งบประมาณ:</u> 5.0000 ล้านบาท (<u>แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน</u>) <u>เป้าหมาย</u> 1. รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันรายครึ่งปีและรายปี จำนวน 2 ฉบับ รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และรายงาน Creative Industries Foresight ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร และนำไปสู่การปฏิบัติได้ร้อยละ 100 ตามแผนที่กำหนด

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
	เป้าประสงค์ที่ 3 กรอบ แนวทางการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยที่ชัดเจน ผลลัพธ์: มีแผนพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายสาขา	กลยุทธ์ที่ 4.3 จัดทำ แผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	4.โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ <u>งบประมาณ:</u> 8.1895 ล้านบาท (<u>แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน</u>) <u>เป้าหมาย:</u> 1.แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา / การโฆษณา (Advertising) /การออกแบบ (Design)/- การ บริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture)/ แฟชั่น (Fashion) จำนวน 4 ฉบับ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพสู่องค์กร หลักในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์	เป้าประสงค์ที่ 1 องค์กร สมรรถนะสูงที่มีความพร้อม ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์อย่างมี ประสิทธิภาพ ผลลัพธ์: องค์กรมีศักยภาพ ทั้งในด้านทรัพยากรบุคคล การให้บริการ การ ดำเนินงาน การบริหาร ด้านการเงิน และระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุน ที่สอดคล้องกับ การเป็นหน่วยงานหลักใน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของประเทศ และพร้อมรองรับกับยุค ดิจิทัล	กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนา คุณภาพการให้บริการ	1.โครงการแผนพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 <u>งบประมาณ:</u> 1.5000 ล้านบาท (<u>แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน</u>) <u>เป้าหมาย:</u> - บุคลากร สศส. ได้รับการพัฒนาศักยภาพโดยมุ่งเน้นตามสมรรถนะ (Competency) ที่เหมาะสมตาม ตำแหน่งงานของบุคลากร 1 หลักสูตร/คน/ปี
			2.โครงการ การพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ระยะที่ 1 <u>งบประมาณ:</u> 0.1140 ล้านบาท (<u>แผนบูรณาการดิจิทัล</u>) <u>เป้าหมาย</u> 1. จำนวนผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 8 ราย
		กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนา ประสิทธิภาพด้านการเงิน	- การดำเนินงานด้านการประสิทธิภาพด้านการเงิน โดยใช้งบดำเนินงาน

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์/ผลลัพธ์	กลยุทธ์	โครงการ
	เป้าประสงค์ที่ 2 องค์กรมีการปฏิบัติสอดคล้องตามแนวทางการควบคุมดูแลการดำเนินการขององค์กรมหาชนและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์: องค์กรมีแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง	กลยุทธ์ที่ 5.3 พัฒนาการกำกับดูแลกิจการ	3.โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. และแผนพัฒนางค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0 งบประมาณ: 4.0000 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย 1. แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี แผนพัฒนางค์กรฯ และนโยบาย/แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ/ผู้บริหารและนำไปใช้ทั้ง 3 ฉบับ ร้อยละ 100
		กลยุทธ์ที่ 5.4 พัฒนาสู่องค์กรสมรรถนะสูงรองรับยุคดิจิทัล	4.โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ งบประมาณ 9.8000 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์สนับสนุน) เป้าหมาย 1. .การบริหารจัดการงานด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศดำเนินการได้ตามแผน ร้อยละ 100 2. การบริหารจัดการงานด้านทรัพยากรทางกายภาพดำเนินการได้ตามแผน ร้อยละ 100 3. ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ในเชิงพื้นที่ดิจิทัลแพลตฟอร์ม ร้อยละ 80

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

กระทรวง สำนักงานนายกรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : บาท

แผนงาน	งบประมาณ (ทุกแหล่ง)	แผนการใช้จ่ายเงิน			
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
รวมทั้งสิ้น	391,860,000	83,790,405	117,395,545	102,388,425	88,285,625
1. แผนงานบุคลากรภาครัฐ	87,561,500	22,456,750	21,701,650	21,701,650	21,701,450
2. แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	65,000,000	16,079,780	17,172,320	15,862,800	15,885,100
3. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ	17,004,500	8,358,900	5,262,800	2,062,800	1,320,000
4. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	29,728,300	4,811,200	9,395,500	10,433,800	5,087,800
5.แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	183,530,700	30,493,775	62,021,975	49,105,375	41,909,575
6. แผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล	2,599,000	194,900	389,200	1,369,900	645,000
7. แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	6,436,000	1,395,100	1,452,100	1,852,100	1,736,700

1) แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำแนกตามแผนงาน

กระทรวง สำนักงานรัฐมนตรี

หน่วยงาน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : บาท

รายการ	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มิ.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
รวม	309,716,500	76,657,100	98,999,400	75,063,200	58,996,800
1.แผนงานบุคลากรภาครัฐ	72,141,400	18,035,400	18,035,400	18,035,400	18,035,200
1.1) เงินเดือน	65,912,700	16,478,200	16,478,200	16,478,200	16,478,100
1.2) ค่าใช้จ่ายสวัสดิการ	6,228,700	1,557,200	1,557,200	1,557,200	1,557,100
2.แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	46,034,600	16,038,500	16,260,100	7,143,100	6,592,900
ผลผลิตที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์	46,034,600	16,038,500	16,260,100	7,143,100	6,592,900
1.1 ค่าเช่า	26,960,900	6,746,300	7,028,600	6,593,100	6,592,900
1.1.1 ค่าเช่า					
(1) ค่าเช่าสำนักงาน สศส. กรุงเทพฯ	26,372,200	6,593,100	6,593,100	6,593,100	6,592,900
(2) ค่าเช่าสำนักงาน สศส. เชียงใหม่	435,500		435,500		
(3) ค่าเช่าสำนักงาน สศส. ขอนแก่น	153,200	153,200			
1.2 ค่าสาธารณูปโภค	5,245,000	2,347,500	2,347,500	550,000	
1.3. ค่าวัสดุ / ค่าใช้สอย /ค่าจ้างเหมาบริการ	13,828,700	6,944,700	6,884,000		
3.แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ	17,004,500	8,358,900	5,262,800	2,062,800	1,320,000
1.โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วย การท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา	8,795,000	6,945,800	649,700	649,700	549,800
2..โครงการ เทศกาลความคิดสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	8,209,500	1,413,100	4,613,100	1,413,100	770,200

รายการ	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
4.แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	28,728,300	4,811,200	9,395,500	9,933,800	4,587,800
1 โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่รับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Creative Business and Biodiversity) กิจกรรม สร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์	2,705,500	649,100	1,168,200	719,100	169,100
2.โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการสืบทอดของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน ระดับสากล (Global OTOP)	8,759,700	690,000	3,921,700	4,148,000	
3. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ ส่วนภูมิภาค	4,208,100	1,050,400	1,050,400	1,050,500	1,056,800
4. โครงการพัฒนาระบบการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ SME (Online/offline) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565	13,055,000	2,421,700	3,255,200	4,016,200	3,361,900
5. แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	136,772,700	27,823,100	48,204,300	34,666,100	26,079,200
1.โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	10,219,600	6,352,200	1,935,200	1,932,200	
2. โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	3,310,800	827,700	827,700	827,700	827,700
3. โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	32,890,400	11,397,700	14,647,500	3,347,500	3,497,700
4. โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ (Story Telling To Branding)	9,069,700	3,466,700	3,266,700	2,336,300	
5. โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา	57,317,800		20,079,400	20,079,400	17,159,000
6. โครงการสร้างคุณค่าสินค้าไทย (Value Creation) จากฐานเศรษฐกิจท้องถิ่น	6,358,200	608,300	1,876,500	2,418,700	1,454,700

รายการ	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
7.โครงการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจในบริษัทใหม่ทางเศรษฐกิจให้แก่ MSMEs (MSMEs Business Design and Transformation Program) ชื่อเดิมโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจสู่ธุรกิจสมัยใหม่	6,687,700	668,000	1,771,100	1,874,300	2,374,300
8. โครงการโครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามบทบาทภารกิจของ สศส.	3,865,800	1,000,000	2,000,000	600,000	265,800
9. โครงการแผนพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564	1,000,000	375,000	375,000	250,000	
10. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ปี พ.ศ. 2564	2,000,000		500,000	1,000,000	500,000
11. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	4,052,700	3,127,500	925,200		
6. แผนบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	2,599,000	194,900	389,200	1,369,900	645,000
1.โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	2,599,000	194,900	389,200	1,369,900	645,000
7. แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	6,436,000	1,395,100	1,452,100	1,852,100	1,736,700
1.โครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ระยะที่ 1	114,000		57,000	57,000	
2.โครงการพัฒนาบริการดิจิทัลเพื่อประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจ	6,322,000	1,395,100	1,395,100	1,795,100	1,736,700

2) แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำแนกผลผลิต

กระทรวง สำนักงานรัฐมนตรี
ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
ตัวชี้วัด/กิจกรรม		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
รวมทั้งสิ้น			309,716,500	-	76,657,100	-	98,999,400	-	75,063,200	-	58,996,800
1.แผนงานบุคลากรภาครัฐ			72,141,400		18,035,400		18,035,400		18,035,400		18,035,200
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			46,034,600		16,038,500		16,260,100		7,143,100		6,592,900
ผลผลิตที่ 1 : ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์			46,034,600		16,038,500		16,260,100		7,143,100		6,592,900
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80								80	
1. กิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	บาท		46,034,600		16,038,500		16,260,100		7,143,100		6,592,900
3.แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ			17,004,500		8,358,900		5,262,800		2,062,800		1,320,000
1.โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา			8,795,000		6,945,800		649,700		649,700		549,800
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนเทศกาลงานออกแบบ จ.เชียงใหม่และเมืองรอง	พื้นที่	1		1							
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ และออนไลน์ไม่น้อยกว่า	คน	100000		100,000							
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : มูลค่าทางเศรษฐกิจ	บาท	250		250							
1. กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา	บาท		8,795,000		6,945,800		649,700		649,700		549,800
2..โครงการ เทศกาลความคิดสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			8,209,500		1,413,100		4,613,100		1,413,100		770,200
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้เข้าใช้บริการ และเข้าถึงองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านออนไลน์และออฟไลน์	ราย	100,000		25,000		25,000		25,000		25,000	
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น (จากการจัดกิจกรรมเทศกาลความคิดสร้างสรรค์)	บาท	60				60					
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : จำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ราย	150		25		25		100			

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
ตัวชี้วัด/กิจกรรม		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
1. กิจกรรมเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			8,209,500		1,413,100		4,613,100		1,413,100		770,200
4.แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม			28,728,300	-	4,811,200	-	9,395,500	-	9,933,800	-	4,587,800
1 โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่รับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Creative Business and Biodiversity)			2,705,500		649,100		1,168,200		719,100		169,100
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : เยาวชนได้รับความรู้เตรียมความพร้อมและพัฒนาทักษะสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่	คน	1500				500		500		500	
1. กิจกรรม สร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์	บาท		2,705,500		649,100		1,168,200		719,100		169,100
2.โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการสืบทอดของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน ระดับสากล (Global OTOP)			12,967,800	-	1,740,400	-	4,972,100	-	5,198,500	-	1,056,800
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการชุมชน และ SME ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ และบริการ	คน	480		40		80		180		180	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : กลุ่มวิสาหกิจ/ผู้ประกอบการชุมชนที่ได้รับการฝึกอบรมและเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	คน	100						50		50	
เชิงคุณภาพ : ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สู่สากล	ต้นแบบ	10				2		2		6	
1. กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค			4,208,100		1,050,400		1,050,400		1,050,500		1,056,800
2. กิจกรรม พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจรายย่อยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สู่สากล	บาท		8,759,700		690,000		3,921,700		4,148,000		-
3. โครงการพัฒนาระบบการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ SME (Online/offline)			13,055,000		2,421,700		3,255,200		4,016,200		3,361,900
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : SME ผู้ประกอบการชุมชนผู้ประกอบการสร้างสรรค์และบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และนำไปใช้ประโยชน์ ไม่น้อยกว่า	คน	100,000		25,000		25,000		25,000		25,000	
1. กิจกรรมพัฒนาการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ SME (Online/Office)	บาท		13,055,000		2,421,700		3,255,200		4,016,200		3,361,900
5. แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			136,772,700	-	27,823,100	-	48,204,300	-	34,666,100	-	26,079,200
ผลผลิตที่ 1 : พัฒนาและส่งเสริมบุคลากรสร้างสรรค์และธุรกิจไทย ให้นำนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ยกระดับสินค้าและบริการ			130,085,000	-	27,155,100	-	46,433,200	-	32,791,800	-	23,704,900

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
ตัวชี้วัด/กิจกรรม		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	คน	6,500		1,365		1,655		1,915		1,565	-
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม	แห่ง	5				2		3			
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	คน	200,000		50,000		50,000		50,000		50,000	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา (สะสม)	สาขา	4								4	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริม/พัฒนาเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	แห่ง	8								3	
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : จำนวนผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ	26								26	
1. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	บาท		10,219,600		6,352,200		1,935,200		1,932,200		-
2. โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	บาท		3,310,800		827,700		827,700		827,700		827,700
3. โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	บาท		32,890,400		11,397,700		14,647,500		3,347,500		3,497,700
4. โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ (Story Telling To Branding)	บาท		9,069,700		3,466,700		3,266,700		2,336,300		
5. โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา	บาท		57,317,800		-		20,079,400		20,079,400		17,159,000
6. โครงการสร้างคุณค่าสินค้าไทย (Value Creation) จากฐานเศรษฐกิจท้องถิ่น	บาท		6,358,200		608,300		1,876,500		2,418,700		1,454,700
7. โครงการโครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามบทบาทภารกิจของ สคส.	บาท		3,865,800		1,000,000		2,000,000		600,000		265,800
8. โครงการแผนพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565	บาท		1,000,000		375,000		375,000		250,000		
9. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สคส. ปี พ.ศ. 2565	บาท		2,000,000		-		500,000		1,000,000		500,000
10. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	บาท		4,052,700		3,127,500		925,200				
ผลผลิตที่ 2 โครงการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจให้แก่ MSMEs (MSMEs Business Design and Transformation Program)			6,687,700	-	668,000	-	1,771,100	-	1,874,300	-	2,374,300

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
ตัวชี้วัด/กิจกรรม		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมกิจกรรมบรรยาย ปรึกษาและ/หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	ราย	1,500		300		500		500		200	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ: จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการฯ เชิงลึกและสร้างแผนปฏิบัติการเปลี่ยนผ่านธุรกิจ	ราย	30				30					
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ: จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ/หรือธุรกิจต้นแบบ	ต้นแบบ	30				30					
1.กิจกรรม การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจในบริษัทใหม่ทางเศรษฐกิจให้แก่ MSMEs	บาท		6,687,700		668,000		1,771,100		1,874,300		2,374,300
6. แผนบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก			2,599,000		194,900		389,200		1,369,900		645,000
1.โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก			2,599,000	-	194,900	-	389,200	-	1,369,900	-	645,000
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ นักศึกษา และ นักสร้างสรรค์ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการกระบวนการคิดเชิงออกแบบ	คน	100				50		25		25	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์	ต้นแบบ	1								1	
1. โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	บาท		2,599,000		194,900		389,200		1,369,900		645,000
7. แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล			6,436,000	-	1,395,100	-	1,452,100	-	1,852,100	-	1,736,700
1.โครงการยกระดับทักษะบุคลากรภาครัฐเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ			114,000	-	-	-	57,000	-	57,000	-	-
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : บุคลากรในหน่วยงานได้รับความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล	คน	8				4		4			
1. กิจกรรม การพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล	บาท		114,000				57,000		57,000		
2.โครงการพัฒนานวัตกรรมบริการดิจิทัลภาครัฐรองรับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)			6,322,000	-	1,395,100	-	1,395,100	-	1,795,100	-	1,736,700
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ระบบบริการประเมินกิจการแบบดิจิทัล	ระบบ	1								1	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : SMEs ที่ผ่านกระบวนการประเมินศักยภาพและการรับคำแนะนำเพื่อพัฒนาธุรกิจรายกิจการ	ราย	150						50		100	
1. กิจกรรม พัฒนาระบบการดิจิทัลเพื่อประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจ	บาท		6,322,000		1,395,100		1,395,100		1,795,100		1,736,700

3) แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินนอกงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำแนกตามแผนงาน

กระทรวง สำนักงานนายกรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
รวมทั้งสิ้น	82,143,500	7,133,305	18,396,145	27,325,225	29,288,825
เงินงบประมาณ (ทุน)	38,532,997	5,499,504	5,615,344	13,422,824	13,995,324
1) แผนงานบุคลากรภาครัฐ	15,420,100	4,421,350	3,666,250	3,666,250	3,666,250
1.1) เงินเดือน	12,498,400	3,124,600	3,124,600	3,124,600	3,124,600
1.2) ค่าใช้จ่ายสวัสดิการ	2,921,700	1,296,750	541,650	541,650	541,650
1) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	18,965,400	41,280	912,220	8,719,700	9,292,200
1.1 ค่าเช่า	41,280	41,280			
1.2 ค่าสาธารณูปโภค	4,122,500			1,775,000	2,347,500
1.3. ค่าวัสดุ / ค่าใช้สอย / ค่าจ้างเหมาบริการ	14,801,620		912,220	6,944,700	6,944,700
3) แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	4,147,497	1,036,874	1,036,874	1,036,874	1,036,874
1. โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	4,147,497	1,036,874	1,036,874	1,036,874	1,036,874
เงินนอกงบประมาณ	43,610,503	1,633,801	12,780,801	13,902,401	15,293,501
3) แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	42,610,503	1,633,801	12,780,801	13,402,401	14,793,501
1. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	2,282,000	201,000	400,000	146,000	1,535,000
2. โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	731,203	182,801	182,801	182,801	182,801

รายการ	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
3. โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรคตราสัญลักษณ์ (Story Telling To Branding)	1,350,000			80,400	1,269,600
4. โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา (งบลงทุน)	23,000,000		6,693,200	6,693,200	9,613,600
5. โครงการแผนพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565	500,000			125,000	375,000
6. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	5,747,300		2,254,800	3,175,000	317,500
7. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. และแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0	4,000,000	250,000	1,250,000	1,500,000	1,000,000
8. โครงการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	5,000,000	1,000,000	2,000,000	1,500,000	500,000
4.แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	1,000,000	-	-	500,000	500,000
9.โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการสืบทอดของอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน ระดับสากล (Global OTOP)	1,000,000			500,000	500,000

4) แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินนอกงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 -จำแนกตามผลผลิต

กระทรวง สำนักงานรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
รวมทั้งสิ้น			82,143,500	-	7,133,305	-	18,396,145	-	27,325,225	-	29,288,825
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	ล้านบาท		15,420,100		4,421,350		3,666,250		3,666,250		3,666,250
ค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ	ล้านบาท		15,420,100		4,421,350		3,666,250		3,666,250		3,666,250
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน			18,965,400		41,280		912,220		8,719,700		9,292,200
ผลผลิตที่ 1 : ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์			18,965,400		41,280		912,220		8,719,700		9,292,200
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80								80	
1. กิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	ล้านบาท		18,965,400		41,280		912,220		8,719,700		9,292,200
4.แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม			1,000,000	-	-	-	-	-	500,000	-	500,000
1.โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการสืบทอดของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืนระดับสากล (Global OTOP)			1,000,000	-	-	-	-	-	500,000	-	500,000
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : กลุ่มวิสาหกิจ/ผู้ประกอบการชุมชนที่ได้รับการฝึกอบรมและเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	คน	100						50		50	
เชิงคุณภาพ : ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สู่สากล	ต้นแบบ	10				2		2		6	
. กิจกรรม พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจรายย่อยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สู่สากล			1,000,000						500,000		500,000
แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน			46,758,000	-	2,670,675	-	13,817,675	-	14,439,275	-	15,830,375

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ผลผลิตที่ 1 : พัฒนาและส่งเสริมบุคลากรสร้างสรรค์และ ธุรกิจไทย ให้นำนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ ยกระดับสินค้าและบริการ											
2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทาง ความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน			2,282,000	-	201,000	-	400,000	-	146,000	-	1,535,000
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ :จำนวนผู้ให้บริการและผู้เข้าร่วม กิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและ ส่วนภูมิภาค	ราย	250,000		62,500		62,500		62,500		62,500	
เชิงคุณภาพ : ผู้ให้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึง พอใจจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80								80	
กิจกรรม พัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเพื่อ สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม			2,282,000		201,000		400,000		146,000		1,535,000
3. โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ราย สาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ			4,878,700	-	1,219,675	-	1,219,675	-	1,219,675	-	1,219,675
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	ฉบับ	4								4	
เชิงคุณภาพ : ความสำเร็จของการนำแผนพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ปี 2562-2564 ไปสู่การ ปฏิบัติ	ร้อยละ	100								100	
กิจกรรม จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายสาขา และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ			4,878,700		1,219,675		1,219,675		1,219,675		1,219,675
4. โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (Story Telling To Branding)			1,350,000	-	-	-	-	-	80,400	-	1,269,600
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ :พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาสู่เมือง สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 8 แห่ง (พัฒนาเครือข่าย TCDN)	แห่ง	8								8	
เชิงคุณภาพ : ความสำเร็จของการจัดทำเรื่องราวและ ต้นแบบผลิตภัณฑ์สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม 16 ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	16								16	
กิจกรรม พัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การ สร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ (Story Telling To Branding)			1,350,000						80,400		1,269,600

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
5. โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สงขลา (งบลงทุน)			23,000,000	-	-	-	6,693,200	-	6,693,200	-	9,613,600
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา แล้วเสร็จ	แห่ง	1								1	
กิจกรรม ก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สงขลา (งบลงทุน)			23,000,000				6,693,200		6,693,200		9,613,600
6. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2565			500,000	-	-	-	-	-	125,000	-	375,000
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : บุคลากร สศส. ได้รับการพัฒนา ศักยภาพโดยมุ่งเน้นตามสมรรถนะ (Competency) ที่ เหมาะสมตามตำแหน่งงานของบุคลากร 1 หลักสูตร/คน/ปี	หลักสูตร	1 (94คน)								1 (94คน)	
เชิงคุณภาพ :ระบบ PMS ได้รับการพัฒนาแล้วเสร็จ 1 ระบบ และนำมาใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร สศส.											
กิจกรรม แผนพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565			500,000						125,000		375,000
7. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ			5,747,300		-		2,254,800		3,175,000		317,500
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ระดับความพึงพอใจโดยรวมของ ผู้รับบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและพื้นที่ ร้อยละ 80	ร้อยละ	80								80	
ตัวชี้วัดคุณภาพ : ระบบสารสนเทศต้องมีความพร้อมใช้งาน ในการให้บริการได้ ร้อยละ 95	แห่ง	95								95	
กิจกรรมสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	ล้านบาท		5,747,300				2,254,800		3,175,000		317,500
8. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. และแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0			4,000,000	-	250,000	-	1,250,000	-	1,500,000	-	1,000,000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. /แผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0 /แผนปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	ฉบับ	3								3	
เชิงคุณภาพ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี แผนพัฒนาองค์กรฯ และนโยบาย/แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ/ผู้บริหารและนำไปใช้ทั้ง 3 ฉบับ	ร้อยละ	100 (3 ฉบับ)								100 (3 ฉบับ)	
กิจกรรม จัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. และแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0			4,000,000		250,000		1,250,000		1,500,000		1,000,000
9. โครงการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ			5,000,000	-	1,000,000	-	2,000,000	-	1,500,000	-	500,000
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : . รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันรายครึ่งปีและรายปี จำนวน 2 ฉบับ	ฉบับ	2								2	
เชิงคุณภาพ : รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และรายงาน Creative Industries Foresight ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร และนำไปสู่การปฏิบัติได้ร้อยละ 100 ตามแผนที่กำหนด	ร้อยละ	100								100	
กิจกรรม ศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ			5,000,000		1,000,000		2,000,000		1,500,000		500,000

โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทาง
ความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน

งบประมาณปี 2565 รวม 12,501,600 บาท (สิบสองล้านห้าแสนหนึ่งพันหกร้อยบาทถ้วน)

- เงินงบประมาณ 10,901,600 บาท
- เงินนอกงบประมาณ 2,282,000 บาท

หน่วยงานดำเนินการ สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. มีภารกิจเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชน เพื่อให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้กับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนาประเทศและนโยบายรัฐบาลที่ต้องการมุ่งเน้นให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเป็นสำคัญ

สศส. ได้จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ขึ้น โดยมีเป้าหมายให้ศูนย์บ่มเพาะสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชน โดยเฉพาะการพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความสามารถ ให้เป็นแรงงานสร้างสรรค์ โดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปสร้างนวัตกรรม นำไปสู่การสร้างสินค้าและบริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม และธุรกิจ โดยเน้นการรวบรวม ผลิต และถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งจัดเก็บองค์ความรู้ท้องถิ่นเพื่อแสดงศักยภาพและทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้กันขึ้น โดยประชาชนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างสะดวก เกิดความเท่าเทียมและลดการเหลื่อมล้ำทางการศึกษา

สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้ สศส. จึงดำเนิน “โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน” เพื่อพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ให้บริการแบบครบวงจรสามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพโดยใช้เครื่องมือและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อการเป็นสถานที่ทำงานและคิดค้นงาน (Co-working space) การทดลองสร้างต้นแบบ (Maker Program) การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบของนิทรรศการ การบรรยาย Workshop เป็นต้น โดยเฉพาะการใช้พื้นที่ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ นักออกแบบ เริ่มต้นทำธุรกิจ (Startup) และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สามารถเข้ามาบ่มเพาะและเพิ่มพูนความรู้และขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ แลเปิดโอกาสให้พบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ นักออกแบบ และนักสร้างสรรค์ รวมทั้งการจัดแสดงผลงานและศักยภาพด้านการผลิตและออกแบบ อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถด้านการแข่งขันได้ในระดับสากล

ทั้งนี้ สิ่งที่จะช่วยให้ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกเหนือจากการพัฒนาพื้นที่และการบริการที่มีความทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการแล้ว องค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ที่ศูนย์ฯ ได้รวบรวมมาเพื่อให้บริการ ก็เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ เช่น หนังสือ วารสาร และฐานข้อมูลออนไลน์ในหลากหลายสาขา องค์ความรู้ทางด้านวัสดุ รวมทั้งข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบสถิติ รายงาน ดัชนี และแนวโน้มที่น่าสนใจทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมทั้งในและต่างประเทศ

สำนักฯ ยังเล็งเห็นถึงการพัฒนารูปแบบบริการใหม่ โดยเฉพาะในช่วงปี 2563 ที่ผ่านมา ได้มีการระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้การเดินทางมาใช้บริการของสมาชิกน้อยลง และมีการปิดส่วนบริการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ทางสำนักฯ จึงได้จัดทำบริการผ่านทางช่องทางออนไลน์ (E-Service) เพิ่มเติม เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการในการเข้าถึงองค์ความรู้ของศูนย์ฯ แม้สมาชิกหรือผู้ใช้บริการจะไม่สามารถมาเข้าใช้ที่ส่วนบริการได้

นอกจากนี้ สำนักฯ ยังให้ความสำคัญในการบ่มเพาะด้านการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ชุมชน และสถาบันการศึกษาทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและระดับมหาวิทยาลัย โดยมีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะเพื่อเตรียมความพร้อมนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ผ่าน “ชมรมนักออกแบบรุ่นเยาว์” สำหรับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา เพื่อเตรียมพร้อมสู่การทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ผ่านการนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ไปใช้พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเข้าสู่ตลาดแรงงานในศตวรรษที่ 21 เพื่อการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาบุคลากรรุ่นเยาว์ และก่อให้เกิดรากฐานสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้แผ่ขยายไปอย่างรวดเร็วและยั่งยืนต่อไป

สำหรับในระดับอุดมศึกษา สำนักฯ ได้เน้นการกระจายองค์ความรู้ออกไปในส่วนภูมิภาค ผ่านศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม (ปัจจุบันคือ ศูนย์ miniTCDC) โดยร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ กว่า 40 แห่งทั่วประเทศ เพื่อกระจายโอกาสการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อีกทั้งยังทำหน้าที่เชื่อมโยงภาคการศึกษา ผู้ประกอบการ และองค์กรภาครัฐส่วนท้องถิ่น และส่งเสริมให้นำกระบวนการคิดเชิงออกแบบไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน ผ่านโครงการวิจัยและพัฒนา ผลักดันธุรกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนในท้องถิ่น รวมไปถึงการต่อยอดการสร้างพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ด้วยพลังเยาวชน พร้อมทั้งแสวงหาความร่วมมือในการจัดทำโครงการเพื่อส่งเสริมกิจกรรมความรู้ของ miniTCDC กับหน่วยงานภายนอก เพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณและพัฒนาเนื้อหากิจกรรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของสถาบันการศึกษาภูมิภาคเพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการที่สนับสนุนด้านการเรียนการสอนต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นตอนหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ให้นักศึกษา และประชาชนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเท่าเทียม

โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน มุ่งหวังเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สู่สาธารณชนทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาทุนทางความคิดสร้างสรรค์ของประชาชน จนเกิดการนำความรู้ทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ พัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการ

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย จนทำให้อุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Industries and businesses) เกิดต่อยอดการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายไปสู่การสร้างกลไกเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แท้จริงอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นศูนย์กลางการพัฒนาและรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ให้บริการแบบครบวงจร สามารถพัฒนาระบบบริการและการจัดการพื้นที่ให้เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการนำองค์ความรู้นั้นไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ พัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพ
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และธุรกิจสร้างสรรค์ ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรูปแบบของนิทรรศการ การแสดงผลงาน Workshop และการบรรยาย เป็นต้น เพื่อเอื้อประโยชน์ให้นักสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ SMEs วิสาหกิจเริ่มต้น (Startups) และประชาชน ได้เข้าถึงบริการความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ต่อยอดเชิงพาณิชย์ และการศึกษาได้อย่างทั่วถึง ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความเคลื่อนไหวของแวดวงการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ให้แก่สาธารณชนอย่างทั่วถึง ผ่านเครื่องมือในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ กิจกรรม และสื่อดิจิทัล ซึ่งจะทำให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้พัฒนาธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
4. เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปยังสถาบันการศึกษาทั้งในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา และองค์กรและสถาบันการศึกษาในส่วนกลางและภูมิภาค ในการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา นักออกแบบ ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ให้แข่งขันได้ในตลาด รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ให้รองรับการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ รวมถึงชุมชนในท้องถิ่นให้สามารถผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมและองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้มีศักยภาพเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น
5. เพื่อผลักดันให้สังคมไทยตระหนักถึงความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางปัญญา อันได้แก่ความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจ เอกลักษณ์และค่านิยมไทย และวัฒนธรรมไทย เพื่อรู้จักประยุกต์ใช้สินทรัพย์ของไทยให้เกิดเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพ ช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย

1. นักออกแบบและผู้ประกอบอาชีพสร้างสรรค์ (Design & Creative Economy Sectors)

2. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ (Business Sectors)
3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ
4. ผู้วางนโยบายรัฐ (Policy Makers)
5. นักวิจัย และนักวิชาการ (Academic researchers)
6. ผู้ผลิต (Manufacturers)
7. สมาคมวิชาชีพและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งในรูปแบบ
ทางการและท้องถิ่น เช่น นักออกแบบ ช่างฝีมือท้องถิ่น (Professional Associations)
8. กลุ่มภาคการศึกษา เช่น นักเรียน นิสิต นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรในสถาบันการศึกษา ที่มีการสอนด้าน
การออกแบบ สถาบันการศึกษาทั่วไป และสถาบันที่เข้าร่วมโครงการ miniTCDC (Academic Sectors)
9. ประชาชนทั่วไปที่สนใจเรื่องการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (Publics)

หมายเหตุ : กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด หมายรวมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

1. นักออกแบบและผู้ประกอบอาชีพสร้างสรรค์
2. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์
3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ
4. ผู้ผลิตวัสดุ เจ้าของธุรกิจ นักลงทุน
5. นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ สถาบันการศึกษา และสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ miniTCDC
6. Material ConneXion New York และสาขาต่าง ๆ ทั่วโลก
7. Design Center และผู้ผลิตวัสดุในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
8. ชมรมห้องสมุดเฉพาะ
9. Taiwan Design Research Institute (TDRI)
10. ประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งประชาชนในย่านเจริญกรุงและ
พื้นที่อื่นๆ

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา
2. สถาบันการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศ
3. สถาบันการศึกษาในเครือข่าย miniTCDC

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส ที่ 1	ไตรมาส ที่ 2	ไตรมาส ที่ 3	ไตรมาส ที่ 4
ผลผลิต (Output)					
1. จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน	คน	62,500	62,500	62,500	62,500
2. จำนวนศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์และเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทั้งในเชิงพื้นที่กายภาพ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพิ่มขึ้น 5 แห่ง	แห่ง	1	2	1	1
3. การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data)	ร้อยละ	-	-	-	100
ผลลัพธ์ (Outcome)					
1. ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่ กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ร้อยละ	-	-	-	80
2. ความสำเร็จในการจัดทำรายงานภาวะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมและราย อุตสาหกรรม สร้างสรรค์	ร้อยละ	-	-	-	100

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 จัดจ้างเจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงาน

1.1 จัดจ้างเจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงาน จำนวน 15 อัตรา เพื่อช่วยปฏิบัติงานในส่วนงานบริการ งานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ งานจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และงาน miniTCDC

กิจกรรมที่ 2 การบริหารและพัฒนาการบริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์

2.1 พัฒนาการบริการสมาชิกและผู้ใช้บริการ รวมทั้งบรรยากาศภายในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ร่วมกับเจ้าหน้าที่ส่วนงานบริการ และส่วนงานภายในที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดเตรียมเอกสารและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการให้บริการ

2.2 สรุปผลและประเมินผลงานบริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์และหาแนวทางพัฒนารูปแบบงานบริการที่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 พัฒนาการใหม่ ที่ช่วยให้สมาชิกและผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์การให้บริการที่ตรงกับความ ต้องการ สะดวก และสามารถใช้บริการได้โดยไม่ต้องเดินทางมาถึงศูนย์ฯ ให้บริการ

กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.1 วางแผนการจัดนิทรรศการ การจัดแสดงผลงาน และกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยสรรหาและคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมและนิทรรศการ โดยจัดทำนิทรรศการความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก กิจกรรมประกอบนิทรรศการ การจัดแสดงผลงานทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งจัดกิจกรรมการบรรยายและโปรแกรมที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Community Program) กิจกรรมกระตุ้นการเรียนรู้และสร้างสรรค์ออนไลน์ ภายใต้โครงการเตรียมความพร้อมนักเรียนสู่การเป็นนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ (YDC)

3.2 สรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรมและนิทรรศการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์และหาแนวทางพัฒนารูปแบบกิจกรรมและนิทรรศการ ที่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 จัดนิทรรศการกับภาคีเครือข่ายต่างประเทศเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างสรรค์ของไทย

กิจกรรมที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและวัสดุ

4.1 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.1.1 จัดซื้อจัดหาและต่ออายุทรัพยากรสารสนเทศ อาทิ นิตยสารและวารสาร สื่อมัลติมีเดีย และฐานข้อมูลออนไลน์ โดยคัดเลือกทรัพยากรสารสนเทศทั้งจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ การแนะนำจาก

ผู้ให้บริการและเจ้าหน้าที่ โดยนำเอาการใช้งานของผู้ให้บริการของปีก่อนหน้ามาใช้ในการตัดสินใจ เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูล บทความ งานวิจัย และสถิติทางด้านธุรกิจสร้างสรรค์

4.1.2 พัฒนางาน Digital Collection เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงบทความวารสารได้ทางออนไลน์

4.1.3 จัดซื้อเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุสิ้นเปลืองเฉพาะทาง ที่ใช้ในงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

4.1.4 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สำหรับงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

4.2 การพัฒนาวัสดุเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

4.2.1 แพลตฟอร์มการเผยแพร่เอกสารที่ผ่านการคัดเลือกทั้งไทยและต่างประเทศ สำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบวัสดุทั้งในฐานข้อมูลออนไลน์และแผ่นตัวอย่างวัสดุ

4.2.2 สรรหาวัสดุไทยที่มีศักยภาพส่งออก เพื่อส่งไปนำเสนอเข้าฐานข้อมูล Material ConneXion

4.2.3 ขนส่งแผ่นตัวอย่างจาก Material ConneXion นิวยอร์ก มายังสำนักงานฯ เพื่อจัดแสดงแผ่นตัวอย่างในศูนย์นวัตกรรมด้านวัสดุและการออกแบบ กรุงเทพฯ และภูมิภาค พร้อมทั้งจัดเก็บข้อมูลและดูแลแผ่นตัวอย่างให้เป็นระบบและเรียบร้อย

4.2.4 ค่าวัสดุและอุปกรณ์อื่น ๆ สำหรับงานพัฒนาวัสดุ

กิจกรรมที่ 5 การพัฒนาฐานข้อมูลวัสดุ เพื่อการออกแบบ Material ConneXion (MCX)

5.1 ทำความร่วมมือกับ Material ConneXion New York เพื่อจัดแสดงแผ่นตัวอย่างวัสดุและบริการอื่นๆ ที่ช่วยยกระดับองค์ความรู้ด้านวัสดุ ผ่านฐานข้อมูล Material ConneXion (MCX)

กิจกรรมที่ 6 การจัดทำศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Information Center)

6.1 รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามตัวชี้วัดหลัก (Creative Economic Movement) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานภาวะเศรษฐกิจในภาพรวมตามตัวชี้วัดหลักในมิติต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบสำหรับผู้บริหาร สศส. ผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ สมาคมวิชาชีพ หน่วยงานภาครัฐ และภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ใช้อ้างอิงในการออกแบนโยบาย หรือ วางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ รวมไปถึงการจัดทำรายงานฉบับพิเศษ (Special Report) ที่จะนำเสนอสถิติสำคัญลงลึกรายละเอียด / บริการ และความเคลื่อนไหวในมิติเชิงสังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสถานการณ์โลก สำหรับประมวลผลเป็นข้อมูลตั้งต้นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดการเก็บข้อมูลเชิงลึก (Insight Data) จากผู้ประกอบการสร้างสรรค์ต่อไป

- พัฒนาเนื้อหา รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามตัวชี้วัดหลัก (Creative Economic Movement)

1. ภาพรวมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับมหภาค
2. กำลังแรงงานสร้างสรรค์
3. การศึกษาในสาขาสร้างสรรค์
4. ธุรกิจสร้างสรรค์
 - ➔ สถานะเชิงปริมาณและผลประกอบการของกิจการนิติบุคคลสร้างสรรค์
 - ➔ สถานะเชิงปริมาณ การจ้างงาน และรายได้ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ Freelance ด้านสร้างสรรค์
 (อ้างอิงการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมตามรหัส TSIC)
5. ผลผลิตด้านความคิดสร้างสรรค์
 - ➔ ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกสินค้าสร้างสรรค์
 - ➔ ทรัพย์สินทางปัญญาด้านสร้างสรรค์
- พัฒนารายงาน Market & Competitive Research จากฐานข้อมูล GMID+Statista เพื่อให้บริการข้อมูลรายสินค้าสร้างสรรค์ โดยโครงสร้างของรายงาน ประกอบด้วย สถิติสำคัญลงลึกรายละเอียด / บริการ อาทิ Market Size / Sale Performance / Competitive Landscape / Channel Distribution และความเคลื่อนไหวในมิติเชิงสังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสถานการณ์โลก
- พัฒนาและปรับปรุง Online Dashboard / จัดทำระบบในการจัดเก็บข้อมูล
- ผลผลิตสำหรับเผยแพร่รายงาน จะประกอบไปด้วย
 1. Infographic สำหรับเผยแพร่ผ่าน Line Application และ Facebook Page
 2. รายงานดิจิทัลสำหรับดาวน์โหลดในเว็บไซต์หลักของ สศส.
 3. Online Dashboard สำหรับเผยแพร่ในเว็บไซต์ data.cea.or.th
- ต่ออายุการเป็นสมาชิกฐานข้อมูลทางธุรกิจและสื่อออนไลน์ต่างประเทศ และการจัดซื้อรายงานพิเศษ เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลตั้งต้นในการพัฒนารายงาน บทความ หรือ การจัดกิจกรรมของ สศส.

6.2 พัฒนาศักยภาพในการเปิดเผยข้อมูล (Open Data) ในรูปแบบดิจิทัล โดยจัดทำในรูปแบบเว็บเซอร์วิส ภายใต้เว็บไซต์ data.cea.or.th เพื่อให้บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกสามารถนำข้อมูลที่เปิดเผยของ CEA ไปใช้พัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ตลอดจนเป็นการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกรอบการประเมินของ กพร. ที่กำหนดตัวชี้วัดให้กับทุกหน่วยงานภาครัฐ ในเรื่องของ “การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data)”

- พัฒนาเว็บไซต์สำหรับการเปิด Open Data โดยแสดงข้อมูล API Documentation สำหรับนักพัฒนา ประกอบด้วย

1. ข้อมูลเบื้องต้น ที่แสดงหัวข้อและรายละเอียดของข้อมูลที่จะเปิดเผย
 2. ข้อมูลการใช้งาน
 3. Parameters
 4. ตัวอย่างการเรียกใช้งาน
 5. Response Fields
 6. Response Parameters
- จัดทำคู่มือการใช้งาน Open Data ฉบับอิเล็กทรอนิกส์
 - อัปเดตไฟล์ชุดข้อมูลเปิดเพื่อเผยแพร่ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับรายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามตัวชี้วัดหลัก (Creative Economic Movement) ในกิจกรรมที่ 6.1

กิจกรรมที่ 7 การพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม (miniTCDC)

7.1 กิจกรรมหมุนเวียนทรัพยากรสารสนเทศ

- 7.1.1 ติดต่อประสานงานเพื่อประเมินความต้องการของสถาบันเครือข่าย
- 7.1.2 คัดเลือกทรัพยากรสารสนเทศและเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ บรรจุลงกล่องสำหรับจัดส่ง
- 7.1.3 ประสานงานด้านการจัดส่งวัสดุและครุภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ และการตรวจรับ
- 7.1.4 ดำเนินการติดตั้ง จัดเรียงและจัดแสดงทรัพยากรสารสนเทศ
- 7.1.5 ประชาสัมพันธ์การให้บริการ
- 7.1.6 ฝึกอบรมการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่ของสถาบันเครือข่าย (กรณีมีบริการใหม่เพิ่มเติม)
- 7.1.7 เตรียมการเพื่อเปิดให้บริการ

7.2 กิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

- 7.2.1 รวบรวมหัวข้อองค์ความรู้ต่างๆ สำหรับเตรียมจัดการบรรยาย เวิร์คช็อป ทั้งในรูปแบบ online และ onsite ให้กับสถาบันเครือข่าย
- 7.2.2 ประสานงานกับผู้ประสานงานของสถาบันเครือข่าย ในด้านการจัดกิจกรรม และเนื้อหาของกิจกรรม
- 7.2.3 ดำเนินการจัดกิจกรรมให้กับสถาบันเครือข่าย และประเมินผลของการจัดกิจกรรม

7.3 กิจกรรมสรรหาเครือข่าย

- 7.3.1 เชิญชวนประกาศรับสมัครสถาบันการศึกษาเข้าร่วมเป็นเครือข่ายโครงการฯ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์
- 7.3.2 ทีมงานลงตรวจสอบความพร้อมของสถาบันการศึกษา
- 7.3.3 ประกาศผลการคัดเลือก
- 7.3.4 จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

7.3.5 ดำเนินการติดตั้ง พร้อมฝึกอบรมการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่ของสถาบันเครือข่าย

7.3.6 ประชาสัมพันธ์และเปิดให้บริการ

7.3.7 เก็บสถิติการใช้งานและประเมินผลรายปี

7.4 กิจกรรมเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ

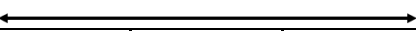
แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
รวม	ลบ.	12.5016	6.5532	2.3352	2.0782	1.5350
เงินงบประมาณ		10.2196	6.3522	1.9352	1.9322	
เงินนอกงบประมาณ		2.2820	0.2010	0.4000	0.1460	1.5350
กิจกรรมที่ 1 จัดจ้างเจ้าหน้าที่ช่วย ปฏิบัติงาน	ลบ.	4.3023	1.0756	1.0756	1.0756	1.0755
ระยะเวลา						
ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะ ธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80						
กิจกรรมที่ 2 การบริหารและพัฒนาการ บริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์	ลบ.	0.1320	0.0330	0.0330	0.0330	0.0330
ระยะเวลา						
ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะ ธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพ						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80						
ตัวชี้วัดที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน						
กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ลบ.	1.0300	0.2330	0.5120	0.2600	0.0250
ระยะเวลา						
ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80						
ตัวชี้วัดที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน						
กิจกรรมที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและวัสดุ	ลบ.	4.0730	3.2050	0.1880	0.3700	0.3100
ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80						
ตัวชี้วัดที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
สร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน						
4.1 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	3.7470	3.1295	0.1125	0.2825	0.2225
4.2 การพัฒนาฐานข้อมูลด้านวัสดุเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.3260	0.0755	0.0755	0.0875	0.0875
กิจกรรมที่ 5 การพัฒนาฐานข้อมูลวัสดุเพื่อการออกแบบ Material ConneXion (MCX)	ลบ.	1.6820	1.6820			
ระยะเวลา						
ตัวชี้วัดที่ 1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80						
ตัวชี้วัดที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน						
กิจกรรมที่ 6 การจัดทำศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Information Center)	ลบ.	0.8403	0.223575	0.294575	0.248575	0.073575
ระยะเวลา						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
ตัวชี้วัดที่ 1 ความสำเร็จในการจัดทำ รายงานภาวะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน ภาพรวมและราย อุตสาหกรรม สร้างสรรค์						
ตัวชี้วัดที่ 2 การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผย ข้อมูลภาครัฐ (Open Data)						
6.1 รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ตามตัวชี้วัดหลัก (Creative Economic Movement)						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.5703	0.098575	0.194575	0.203575	0.073575
6.2 พัฒนาศูนย์บริการในการเปิดเผยข้อมูล (Open Data) ในรูปแบบดิจิทัล						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.2700	0.1250	0.1000	0.0450	-
กิจกรรมที่ 7 การพัฒนาศูนย์บ่มเพาะ ธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่กายภาพและ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (miniTCDC)	ลบ.	0.4420	0.1000	0.2320	0.0900	0.0200
ตัวชี้วัด 1. จำนวนผู้ใช้บริการและ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วน ภูมิภาค 250,000 คน						
ตัวชี้วัด 2. ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะ ธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อย ละ 80						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
ตัวชี้วัด 3. จำนวนศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์และเครือข่ายความร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาในส่วนกลางและส่วน ภูมิภาค ทั้งในเชิงพื้นที่กายภาพและ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพิ่มขึ้น 5 แห่ง						
ระยะเวลา						

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 12,501,600 บาท (สิบสองล้านห้าแสนหนึ่งพันหกร้อยบาทถ้วน) ประกอบด้วย

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 1 จัดจ้างเจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงาน				4,302,300
ค่าจ้างผู้ปฏิบัติงาน				
1.1 จัดจ้างเจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงาน 15 อัตรา	23,900	12	เดือน	4,302,300
กิจกรรมที่ 2 การบริหารและพัฒนาการบริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ				132,000

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
สร้างสรรค์				
ค่าวัสดุอุปกรณ์				
2.1 จัดซื้ออุปกรณ์เพื่อพัฒนางานบริการ	1,000	12	ครั้ง	12,000
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร				
2.2 ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสารเพื่อให้บริการและค่าบริการรายปี	10,000	12	เดือน	120,000
กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์				430,000
3.1 การจัดแสดงนิทรรศการเพื่อพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์และสร้างเครือข่ายในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 3 ครั้ง				200,000
3.1.1 นิทรรศการความร่วมมือกับเครือข่ายในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (พัฒนาเนื้อหา นิทรรศการร่วมกัน-สนับสนุนค่าใช้จ่าย) 1 ครั้ง				150,000
ค่าทำชุดองค์ความรู้				
- ค่าจัดทำสื่อประกอบนิทรรศการ (รูปแบบสิ่งพิมพ์และดิจิทัล)	10,000	1	ครั้ง	10,000
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม				
- ค่าอาหารว่าง ชุดละไม่เกิน 50 บาท จำนวน 150 ชุด	50	150	ชุด	7,500
ค่าของที่ระลึก				
- ค่าของที่ระลึก ชุดละไม่เกิน 250 บาท จำนวน 150 ชุด	250	150	ชุด	37,500

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
ค่าตกแต่งบรรยากาศและสถานที่				
- ค่าตกแต่งสถานที่จัดงาน				19,200
ค่าตอบแทนวิทยากร				
- ค่าตอบแทนวิทยากรสำหรับการจัดกิจกรรมประกอบนิทรรศการ จำนวน 3 ครั้งๆ ละ 9,600 บาท	9,600	3	ครั้ง	28,800
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				
ค่าตอบแทนผู้ดูแลห้องนิทรรศการ	30,000	1	ครั้ง	30,000
ค่าทำความสะอาด	6,000	2	ครั้ง	12,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด				5,000
<u>3.1.2 นิทรรศการจากภาคีเครือข่ายหรือหน่วยงานอื่น (พัฒนาเนื้อหา หลัก-จัดหาวัตถุจัดแสดงโดยภาคีเครือข่าย) 2 ครั้ง</u>	<u>25,000</u>	<u>2</u>	<u>ครั้ง</u>	<u>50,000</u>
ค่าทำชุดองค์ความรู้				
- ค่าจัดทำสื่อประกอบนิทรรศการ (รูปแบบสิ่งพิมพ์และดิจิทัล)	10,000	1	ครั้ง	10,000
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม				
- ค่าอาหารว่าง ชุดละไม่เกิน 50 บาท จำนวน 160 ชุด (งานเสวนา นิทรรศการละ 80 ชุด)	50	160	ชุด	8,000
ค่าตอบแทนวิทยากร				
- ค่าตอบแทนวิทยากรสำหรับการจัดกิจกรรมประกอบนิทรรศการ จำนวน 2 ครั้งๆ ละ 9,600 บาท	9,600	2	ครั้ง	19,200

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				
ค่าอุปกรณ์เสวนา/เวิร์กช็อป	3,300	2	ครั้ง	6,600
ค่าทำความสะอาด	600	2	ครั้ง	1,200
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด				5,000
3.2 กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายนักสร้างสรรค์				230,000
ค่าจัดกิจกรรม				
3.2.1 กิจกรรมส่งเสริมความรู้และสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Weekend) จำนวน 2 ครั้ง ละคร 2 วัน สำหรับ 5 กลุ่ม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ 1. กระจายเสียง ซอฟต์แวร์และฟิล์ม 2. การพิมพ์ 3. การออกแบบ 4. โฆษณา 5. สถาปัตยกรรม				<u>154,000</u>
3.2.1.1 งานกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Talk & Networking Session) จำนวน 2 รอบ/ครั้ง				98,000
ค่าตอบแทนวิทยากร				
- ค่าวิทยากร ในอัตรา 5,000 บาท/คน x 6 คน/ครั้ง x 2 ครั้ง	30,000	2	ครั้ง	60,000
- ค่าผู้นำเสวนา ในอัตรา 5,000 บาท/คน x 2 คน/ครั้ง x 2 ครั้ง	10,000	2	ครั้ง	20,000
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม				

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม ในอัตรา 50 บาท/คน/มื้อ x 1 มื้อ x 80 คน/ครั้ง x 2 ครั้ง	8,000	2	ครั้ง	16,000
ค่าวัสดุอุปกรณ์				
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ประกอบกิจกรรม ในอัตรา 1,000 บาท/ครั้ง x 2 ครั้ง	1,000	2	ครั้ง	2,000
3.2.1.2 งานกิจกรรมส่งเสริมการจัดแสดงผลงานและส่งเสริมการขาย (Showcase & Market Session)				36,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				
- ค่าบัตรจอดรถสำหรับวิทยากรและผู้ร่วมแสดงผลงาน ในอัตราเล่มละ 16,000 บาท x 1 เล่ม/ครั้ง x 2 ครั้ง	16,000	2	ครั้ง	32,000
- ค่าดูแลรักษาอุปกรณ์และทำความสะอาด รวมค่าล่วงเวลา	2,000	2	ครั้ง	4,000
3.2.1.3 กิจกรรมประชาสัมพันธ์				20,000
ค่าผลิตสื่อประชาสัมพันธ์				
- ค่าจ้างผลิต Guide Book แนะนำกิจกรรมทั้งแบบรูปเล่ม/แผ่นพับ และออนไลน์ เล่มละ 10 บาท x 200 เล่ม x 2 ครั้ง	2,000	2	ครั้ง	4,000
ค่าของที่ระลึก				
- ค่าของที่ระลึกเพื่อสร้างการรับรู้ (จำนวน 200 ชิ้นๆ ละ 80 บาท)	80	200	ชิ้น	16,000
3.2.2 กิจกรรมสร้างเครือข่ายนักสร้างสรรค์ (Community Program) จำนวน 2 ครั้ง				<u>46,000</u>
ค่าตอบแทนวิทยากร				
- ค่าวิทยากร ในอัตรา 5,000 บาท/คน x 3 คน/ครั้ง x 2 ครั้ง	15,000	2	ครั้ง	30,000

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าผู้นำเสวนา ในอัตรา 5,000 บาท/คน x 1 คน/ครั้ง x 2 ครั้ง	5,000	2	ครั้ง	10,000
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม				
- ค่าอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม ในอัตรา 50 บาท/คน/มื้อ x 1 มื้อ x 40 คน x 2 ครั้ง	2,000	2	ครั้ง	4,000
ค่าวัสดุอุปกรณ์				
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ประกอบกิจกรรม ในอัตรา 1,000 บาท/ครั้ง x 2 ครั้ง	1,000	2	ครั้ง	2,000
3.2.3 กิจกรรมกระตุ้นการเรียนรู้และเตรียมความพร้อมนักเรียนสู่การ เป็นนักสร้างสรรค์รุ่นเยาว์ (YDC) 3 ครั้ง / ปี				<u>30,000</u>
3.2.3.1 กิจกรรมพิชิตภารกิจสู่ภูมิภาค (Young Designer Club Challenge) จำนวน 3 ครั้ง				22,000
ค่าตอบแทนวิทยากร				
- ค่าตอบแทนวิทยากร อัตราครั้งละ 4,000 บาท จำนวน 3 ครั้ง	4,000	3	ครั้ง	12,000
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม				
- ค่าอาหารกลางวัน ในอัตรา 50 บาท/คน/มื้อ (1 มื้อ x 35 คน x 1 ครั้ง)	1,750	1	ครั้ง	1,750
- ค่าอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม ในอัตรา 50 บาท/คน/มื้อ (1 มื้อ x 50 คน x 3 ครั้ง)	1,750	3	ครั้ง	5,250
ค่าวัสดุอุปกรณ์				
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ประกอบกิจกรรม ในอัตรา 500 บาท/ครั้ง X 3 ครั้ง	500	3	ครั้ง	1,500
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด				1,500
3.2.3.2 กิจกรรมประชาสัมพันธ์				8,000
ค่าทำชุดองค์ความรู้				
- ค่าจ้างออกแบบ ชุดองค์ความรู้ในรูปแบบสื่อออนไลน์/ ออฟไลน์				4,000
- ค่าจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้จากกิจกรรมในรูปแบบสื่อออนไลน์/ ออฟไลน์				4,000
3.3 การจัดนิทรรศการกับภาคีเครือข่ายต่างประเทศเพื่อส่งเสริม ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ของไทย (Circular Design Exhibition)				600,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				
- ค่าบริหารจัดการภาพรวมนิทรรศการ	100,000	1	งาน	100,000
ค่าจัดทำเนื้อหา				
- ค่าจัดทำเนื้อหา นิทรรศการ	100,000	1	งาน	100,000
ค่าทำชุดองค์ความรู้				
- ค่าออกแบบกราฟิก Key visual และสื่อประกอบนิทรรศการ	100,000	1	งาน	100,000
ค่าก่อสร้าง				
- ค่าก่อสร้าง ติดตั้งและรื้อถอนนิทรรศการ	200,000	1	ครั้ง	200,000
ค่าขนส่ง				
- ค่าขนส่งไป-กลับและประกันภัยวัตถุจัดแสดงและนิทรรศการ	100,000	1	งาน	100,000
กิจกรรมที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและวัสดุ				

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
4.1 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์				4,073,000
2.1.1 จัดซื้อทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์				<u>3,702,000</u>
ค่าจัดซื้อหนังสือ				
- บอกรับและต่ออายุวารสารแบบตัวเล่ม	6,600	100	ชื่อเรื่อง	660,000
ค่าต่ออายุฐานข้อมูลออนไลน์				
- ต่ออายุฐานข้อมูลออนไลน์และฐานข้อมูลนิตยสารออนไลน์	759,250	4	ฐานข้อมูล	3,037,000
ค่าจัดซื้อสื่อโสตทัศนวัสดุมีเดีย				
- จัดซื้อสื่อโสตทัศนวัสดุมีเดีย	300	16	รายการ	5,000
2.1.2 งานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ				<u>45,000</u>
ค่าวัสดุอุปกรณ์				
- จัดซื้อเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุสิ้นเปลือง ที่ใช้ในงานพัฒนาทรัพยากร สารสนเทศ	2,500	12	ครั้ง	30,000
ค่าจ้างพัฒนา ติดตั้ง ปรับปรุง บำรุงรักษาระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม/ สื่อดิจิทัล				
- ค่าพัฒนางาน Digital Collection	5,000	1	ครั้ง	5,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สำหรับการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ				10,000
4.2 การพัฒนาวัสดุเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์				326,000
ค่าเขียน แปลเนื้อหา				

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าแปลเนื้อหารายละเอียดข้อมูลวัสดุที่อยู่ในฐานข้อมูล จำนวนไม่เกิน 240 ข้อมูล ๆ ละ 450 บาท	450	240	ข้อมูล	108,000
ค่าขนส่ง				
- ค่าขนส่งและค่าภาษีนำเข้าตัวอย่างวัสดุที่ผ่านการคัดเลือกมาจัดแสดง รายเดือน จำนวน 12 ครั้งๆ ละ 13,500 บาท	13,500	12	ครั้ง	162,000
- ค่าส่งตัวอย่างวัสดุไปคัดเลือกเข้าฐานข้อมูล MCX (Material Submission) จำนวน 8 ครั้งๆ ละ 6,000 บาท	6,000	8	ครั้ง	48,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ				
- ค่าวัสดุและอุปกรณ์สำหรับงานพัฒนาวัสดุ	2,000	4	ครั้ง	8,000
กิจกรรมที่ 5 การพัฒนาฐานข้อมูลวัสดุ เพื่อการออกแบบ Material ConneXion (MCX)				1,682,000
5.1 จัดหาและสร้างความร่วมมือด้านฐานข้อมูลวัสดุเพื่อการออกแบบ Material ConneXion (MCX)				
ค่าต่ออายุฐานข้อมูลออนไลน์				
- ต่ออายุฐานข้อมูลออนไลน์ MCX เป็นเงินทั้งสิ้น 53,565 USD (อัตราแลกเปลี่ยน 31.4 บาท ต่อ 1 USD)	1,682,000	1	ฐานข้อมูล	1,682,000
กิจกรรมที่ 6 การจัดทำศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ ข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Information Center)				824,000
6.1 จัดทำรายงานภาวะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economic Outlook) ในภาพรวมและรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเผยแพร่ ข้อมูลสู่สาธารณะ				<u>570,300</u>

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
ต่ออายุฐานข้อมูล และจัดซื้อรายงาน				
- ค่าต่ออายุการเป็นสมาชิกฐานข้อมูลทางธุรกิจ 1 ฐานข้อมูล สื่อออนไลน์ต่างประเทศ 9 สื่อ และการจัดซื้อรายงานพิเศษ อย่างน้อย 2 ฉบับ	80,000	1	ชุด	80,000
ค่าจัดทำเนื้อหา				
- การพัฒนาเนื้อหารายงานภาวะเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายไตรมาส	20,000	5	ฉบับ	100,000
- ค่าพัฒนา Market & Competitive Research จากฐานข้อมูล GMID+Statista บริการข้อมูลรายสินค้าสร้างสรรค์	62,300	1	ฉบับ	62,300
ค่าจ้างออกแบบ/พัฒนา/จัดทำเนื้อหา (Content)				
- ค่าออกแบบ Infographic การจัด Layout ของรายงาน (2 ชิ้นงานต่อฉบับ) และค่าจ้างแปลรายงานเป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 20 หน้า 5 ฉบับ (250 บาท/หน้า)	7,000	10	ชิ้นงาน	70,000
ค่าใช้จ่ายในแสดงผลข้อมูลด้วย Dashboard				
- ค่าพัฒนาและปรับปรุง Online Dashboard / จัดทำระบบในการจัดเก็บข้อมูล	250,000	1	ระบบ	250,000
- ต่ออายุสิทธิ์ในการใช้งานโปรแกรม Microsoft Power BI Pro ระยะเวลา 1 ปี	4,000	2	สิทธิ์	8,000
6.2 พัฒนาศักยภาพในการเปิดเผยข้อมูล (Open Data) ในรูปแบบดิจิทัลสำหรับการพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์				<u>270,000</u>
ค่าจัดจ้างทีมพัฒนาการออกแบบประสบการณ์ (User Experience) และพัฒนาอุสเซอร์อินเตอร์เฟซ (User Interface)				

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าจ้างในการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการเปิด Open Data โดยเป็น Subdomain ของเว็บไซต์ data.cea.or.th	250,000	1	ครั้ง	250,000
ค่าจัดทำเอกสาร				
- ค่าจัดทำคู่มือการใช้งาน Open Data ฉบับอิเล็กทรอนิกส์	20,000	1	ฉบับ	20,000
กิจกรรมที่ 7 การพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม (miniTCDC)				442,000
7.1 การหมุนเวียนทรัพยากรสารสนเทศ				<u>240,000</u>
ค่าขนส่ง				
- ค่าจ้างขนส่งเพื่อหมุนเวียนหนังสือและวัสดุ จำนวน 16 มหาวิทยาลัย x 10,000 บาท	10,000	16	มหาวิทยาลัย	160,000
ค่าเดินทาง				
- ค่าเดินทางเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานหมุนเวียนทรัพยากรสารสนเทศ จำนวน 4 ครั้ง x 20,000 บาท	20,000	4	ครั้ง	80,000
7.2 การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2 ครั้ง ครั้งละ 70 คน รวม 140 คน				<u>140,000</u>
ค่าตอบแทนวิทยากร				
- ค่าตอบแทนวิทยากร จำนวน 2 คน x 9,500 บาท x 2 วัน x 2 ครั้ง	38,000	2	ครั้ง	76,000
ค่าเดินทาง				
- ค่าเดินทางวิทยากร จำนวน 2 คน x 5,000 บาท x 2 ครั้ง	10,000	2	ครั้ง	20,000
- ค่าเดินทางเจ้าหน้าที่ 1 คน x 5,000 บาท x 2 ครั้ง	5,000	2	ครั้ง	10,000

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่ารถแท็กซี่ เจ้าหน้าที่ จำนวน 1 คน x 200 บาท x 4 ครั้ง	200	4	ครั้ง	800
ค่าเบี้ยเลี้ยง				
- ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน จำนวน 1 คน x 450 บาท/วัน x 4 วัน	450	4	ครั้ง	7,200
ค่าเช่าที่พัก				
- ค่าที่พักวิทยากร จำนวน 2 คน x 1 คืน x 1,500 บาท/ คืน x 2 ครั้ง	3,000	2	ครั้ง	6,000
- ค่าที่พักเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน จำนวน 1 คน 1 คืน x 1,500 บาท/คืน x 2 ครั้ง	1,500	2	ครั้ง	3,000
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม				
- ค่าอาหารว่าง 70 คน x 50 บาทต่อมื้อ x 1 มื้อ/วัน x 2 ครั้ง	3,500	2	ครั้ง	7,000
ค่าเช่าบริการรถตู้				
- ค่าเช่าเหมารถตู้รวมน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 1 คัน x 2 วัน x 2,500 บาท/วัน x 4 วัน	2,500	4	วัน	10,000
7.3 กิจกรรมสรรหาเครือข่าย				<u>50,000</u>
ค่าขนส่ง				
- ค่าจัดจ้างขนส่งและติดตั้ง จำนวน 1 แห่ง	50,000	1	แห่ง	50,000
7.4 กิจกรรมเผยแพร่และประชาสัมพันธ์				<u>12,000</u>
ค่าจ้างในการจัดทำ/ผลิต/เผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์				

กิจกรรม / รายการ / ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าผลิตป้ายประชาสัมพันธ์ / โรลอัพ	1,200	10	แห่ง	12,000

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สามารถพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ครบถ้วน และมีบริการที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่อย่างเป็นระบบและทั่วถึง ผ่านเครื่องมือในรูปแบบกิจกรรม ทรัพยากรสารสนเทศฐานข้อมูลออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ กิจกรรมและสื่อดิจิทัล ซึ่งจะทำให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้พัฒนาธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
3. กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปนั้นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของตน เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศ
4. กลุ่มเป้าหมายที่ได้เข้าถึงองค์ความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ผ่านทางศูนย์บ่มเพาะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 80
5. สามารถเผยแพร่ความรู้ด้านการออกแบบและกระบวนการคิดเชิงออกแบบไปสู่นักออกแบบ ธุรกิจสร้างสรรค์ และมหาวิทยาลัยในท้องถิ่นได้มากยิ่งขึ้น และสามารถสร้างความร่วมมือระหว่าง สศส. สถาบันการศึกษา สถาบันวิชาชีพ และผู้ประกอบการในภูมิภาค

ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา (2564)

กิจกรรมที่ 1 การบริหารและพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์

1. การพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์

1.1 จ้างเจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงาน จำนวน 10 อัตรา

1.2 จำนวนผู้เข้าใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทั้งแบบในพื้นที่และการเข้าร่วมกิจกรรมแบบออนไลน์ จำนวน 345,569 คน/ครั้ง

1.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการแนะนำข้อมูลและนำชมให้กับคณะเยี่ยมชม ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ได้รับข้อมูลของศูนย์ฯ จำนวน 1,121 คน 37 คณะ

1.4 เจ้าหน้าที่ให้บริการสมัครสมาชิกแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็น สมาชิกรายวัน 3,575 คน/ครั้งและสมาชิกรายปี 3,388 คน/ครั้ง

1.5 จัดทำโปรโมชั่นลดราคาค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี 50% สำหรับสาขา TCDC กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และขอนแก่น ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ - 31 พฤษภาคม 2564 เพื่อเป็นการลดภาระประชาชน และผู้ประกอบการที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID 19)

1.6 พัฒนาบริการโดยการเพิ่มรูปแบบสมาชิกประเภทองค์กร เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงองค์ความรู้ การใช้งานพื้นที่สร้างสรรค์ของกลุ่มองค์กรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

1.7 เพิ่มงานบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางการให้บริการที่ช่วยในการลดขั้นตอนการติดต่อเจ้าหน้าที่ อีกทั้งเพื่อเป็นการรักษาระยะห่างในพื้นที่ให้บริการ โดยมีบริการ ดังนี้

- บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าผ่าน LINE Official Account @TCDC
- กล้องแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์ โดยที่สมาชิกและผู้ใช้บริการสามารถให้คำแนะนำผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เพื่อนำมาพัฒนา และปรับปรุงงานด้านบริการต่างๆให้มีประสิทธิภาพ
- การจัดทำชุดข้อมูลสิทธิประโยชน์ให้กับผู้ที่สมัครสมาชิกรายปีผ่านอีเมล เพื่อให้สมาชิกเข้าถึงบริการต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน ทั้งบริการในพื้นที่และบริการออนไลน์

1.8 อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการชำระเงินค่าสมาชิกผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเป็นการลดภาระประชาชน และผู้ประกอบการที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID 19)

1.9 จัดทำโครงการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศในพื้นที่บริการ

1.10 จัดทำสมาชิกสมาคมสร้างสรรค์

1.11 จัดทำของที่ระลึกรูปแบบใหม่ และ เสื้อสำหรับเจ้าหน้าที่บริการ อยู่ระหว่างดำเนินการ

1.12 จัดทำวิดีโอแนะนำศูนย์ฯ

1.13 อยู่ระหว่างอัปเดตและจัดทำคู่มืองานบริการใหม่

1.14 พัฒนามาตรฐานการเก็บข้อมูลบริการ

1.15 รวบรวมบทความฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเป็นข้อมูล บริการ Information Center

2. การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 นิทรรศการที่จัดขึ้นโดย CEA และจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัล เผยแพร่ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Google Arts & Culture

- Solar Land “ล่า ทำ แสง สู้อนาคต” เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2564 ยอดการเข้าชม ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2564 จำนวน 536 ครั้ง
- Life under COVID เผยแพร่เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2563 ยอดการเข้าชม ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2564 จำนวน 9,084 ครั้ง

2.2 นิทรรศการที่จัดขึ้นในพื้นที่ TCDC กรุงเทพฯ

- นิทรรศการความร่วมมือกับเจแปนฟาวนด์ชั่น The Japaneses Spirit of Gift “โอะกุริโมโนะ สุนทรียะแห่งการให้และได้คืนกลับ” ระหว่าง 18 มีนาคม - 11 เมษายน 2564 (22 วัน) ผู้เข้าชม นิทรรศการ จำนวน 1,588 คน/ครั้ง
- นิทรรศการ Solar Land “ล่า ทำ แสง สู้อนาคต” ระหว่าง 8 ต.ค. - 27 ธ.ค. 2563 (69 วัน) ผู้เข้าชมนิทรรศการ จำนวน 17,134 คน/ครั้ง
- การจัดแสดงผลงานเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวัสดุและนวัตกรรม จำนวน 4 ครั้ง ผู้เข้าชมการจัดแสดง จำนวน 13,470 คน/ครั้ง

2.3 โครงการ Open Space @TCDC เปิดพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับทุกคน จัดกิจกรรมและจัดแสดงผลงานในเดือนมีนาคม - สิงหาคม 2564 แล้วเสร็จจำนวน 9 กิจกรรม โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 20,608 คน/ครั้ง

2.4 กิจกรรมส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสร้างเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ร่วมกับหน่วยงานความร่วมมือ (Partner) และหน่วยงานภายนอก จำนวน 7 กิจกรรม

2.5 กิจกรรมกระตุ้นการเรียนรู้และเตรียมความพร้อมนักเรียนสู่การเป็นนักสร้างสรรค์รุ่นเยาว์ Young Designer Club (YDC) จัดงานบรรยาย 2 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 169 คน

กิจกรรมที่ 2 การจัดทำศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center)

1. การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- 1.1. จำนวนทรัพยากรสารสนเทศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (หนังสือ วารสาร ฐานข้อมูลออนไลน์ ฯลฯ) ที่ได้รับการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 171,824 ครั้ง
- 1.2. การเข้าถึงเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะการสืบค้นข้อมูลและเข้าถึงองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวม 1,650,562 ครั้ง
- 1.3. การจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศลงระบบห้องสมุดอัตโนมัติ เพื่อนำออกให้บริการผ่านศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 32,483 รายการ

- 1.4. การแนะนำและเผยแพร่ทรัพยากรสารสนเทศทั้งในในพื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ กรุงเทพฯและผ่านช่องทางออนไลน์ รวม 184 ครั้ง
- 1.5. ต่ออายุฐานข้อมูลออนไลน์ จำนวน 3 ฐาน คือ WGSN, GMID, Stash media
- 1.6. ต่ออายุนิตยสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแบบรายปี จำนวน 7 ชื่อเรื่อง 40 เล่ม และชื่อนิตยสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่มีวางจำหน่ายที่หน้าร้าน จำนวน 224 เล่ม
- 1.7. สแกนและอัปโหลดหน้าปกทรัพยากรสารสนเทศทั้งหมด 3,706 รายการ
- 1.8. จำหน่ายวารสารฉบับย้อนหลัง ปี 2555-2558 จำนวน 4,051 เล่ม และจัดกิจกรรมแจกวารสารที่ร้านค้าบริเวณ Front Lobby ของ TCDC กรุงเทพฯ ตั้งแต่วันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 จนถึงปัจจุบัน
- 1.9. ดำเนินโครงการฝากร้านหนังสือ “Let’s support local bookstore” โดยมีผู้แนะนำร้านหนังสือให้เข้าร่วมโครงการจำนวน 10 ร้านค้า และได้ซื้อหนังสือจากร้านค้าที่ได้รับการแนะนำจาก 4 ร้านค้า รวม 90 เล่ม อยู่ในช่วงการขอข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าต่อไป

2. การพัฒนาฐานข้อมูลด้านวัสดุเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านวัสดุและนวัตกรรม

- 2.1 ต่ออายุฐานข้อมูลวัสดุออนไลน์ Material ConneXion พร้อมแผ่นตัวอย่างวัสดุ รวมถึงดำเนินการจ่ายค่าธรรมเนียมปีที่ 16
- 2.2 วัสดุไทยได้รับการนำเสนอเข้าฐานข้อมูล Material ConneXion จำนวน 5 วัสดุจากผู้ประกอบการ 5 ราย และอยู่ในระหว่างพิจารณาอีก 6 วัสดุจากผู้ประกอบการ 4 ราย ในเดือนกันยายน 2564 รวมถึงอยู่ในระหว่างการติดตามข้อมูลและตัวอย่างวัสดุ 28 วัสดุจากผู้ประกอบการ 26 ราย
- 2.3 ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรโดยการจัดแสดงผลงานนวัตกรรม
 - ในหัวข้อ “TO LAST A LIFETIME มิตรภาพพลาสติกยาวนานไม่รู้จบ” ในระหว่างวันที่ 10 พฤศจิกายน - 14 มีนาคม 2564
 - จัดแสดง 10 ตัวอย่างวัสดุที่น่าสนใจจากฐานข้อมูลวัสดุออนไลน์ Material ConneXion® Database ในหัวข้อ “Work with Nature – Part1: วัสดุและนวัตกรรมจากธรรมชาติ” ในระหว่างวันที่ 16 มีนาคม – 30 กันยายน 2564
 - นิทรรศการ "PAPER BLOG: บันทึกที่ยังไม่สิ้นสุดของกระดาษทำมือ" ของผู้ประกอบการกระดาษ 2 ท่านในพื้นที่ภาคเหนือ ระหว่างวันที่ 16 มีนาคม - 30 พฤษภาคม 2564
 - ร่วมกับหน่วยงานและสตูดิโอในการจัดแสดงผลงานนวัตกรรมและการออกแบบในงาน BKKDW 2021 ได้แก่ Taiwan Design Power: The Future of Sustainability by Taiwan Design

Research Institute (TDRI) จัดแสดงระหว่างวันที่ 12 มิ.ย. - 31 ก.ค. 64 และ Paper Blog:

Delicate Yet Durable by Coth Studio จัดแสดงระหว่างวันที่ 1 มิ.ย. - 31 ก.ค. 64

2.4 แพลตฟอร์มตัวอย่างวัสดุสำหรับใช้ในฐานข้อมูลออนไลน์และแผ่นตัวอย่างวัสดุ จำนวน 216 วัสดุ

2.5 ดำเนินการนำเข้าแผ่นตัวอย่างวัสดุที่คงค้างปีงบประมาณ 63 จำนวน 80 แผ่น และปีงบประมาณ 64 เดือนตุลาคม 63 - เดือนกันยายน 64 จำนวน 185 แผ่น รวมทั้งหมด 265 รายการ

2.6 จัดทำบทความเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัสดุและนวัตกรรม

- บทความ “วัสดุและนวัตกรรม” ในหมวด “Technology & Innovation” และ ในหมวด “Materials & Application” บนเว็บไซต์ tcdc.or.th จำนวน 9 บทความ

- บทความใน “MDIC นวัตกรรมและวัสดุ” ประจักษ์นิตยสารคิด ปีที่ 12 จำนวน 12 บทความ

- บทความนวัตกรรมวัสดุ ผ่านช่องทางนิตยสาร “คิด” ออนไลน์ จำนวน 6 บทความ

- แนะนำองค์ความรู้วัสดุและนวัตกรรมผ่านเพจ Thailand Creative & Design Center (TCDC) และเพจ TCDC Resource Center จำนวน 5 รายการ

2.7 การให้คำปรึกษาด้านวัสดุและบรรยายให้องค์ความรู้

- ให้คำปรึกษากับผู้ประกอบการ ในหัวข้อ “การออกแบบการใช้วัสดุ Material Solution” ประจำเดือนพฤศจิกายน 2563 - สิงหาคม 2564 ของสำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม จำนวน 10 ครั้ง

- บรรยายเรื่อง “วัสดุและนวัตกรรม” และสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับ YDC และสำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรมในหัวข้อ “แปรวัสดุให้มีคุณค่า” เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2563

- บรรยายเกี่ยวกับนวัตกรรมไม้และเทคโนโลยี ในงาน “Wood Change MeetUp” ของ FabCafe Bangkok ผ่าน Zoom และ FB Live ในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2564 โดยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 162 คน

- บรรยายแนะนำข้อมูลทรัพยากรและฐานข้อมูล รวมถึง “วัสดุและนวัตกรรม” ให้แก่นิสิตชั้นปีที่ 1 ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผ่านระบบ Google Meet จำนวน 40 คน เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2564

2.8 พัฒนาบริการใหม่ในศูนย์นวัตกรรมด้านวัสดุและการออกแบบ ได้แก่ บริการสืบค้นข้อมูลฐานข้อมูลด้านวัสดุอื่น ๆ และบริการแผ่นตัวอย่างวัสดุไทย

3. การจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Information Center)

3.1 รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

- ประสานงานขอข้อมูลอัปเดตดัชนีหลักในการชี้วัดแนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานสถิติแห่งชาติ
- อัปเดตและเผยแพร่หน้ารายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรูปแบบ Online Dashboard ขึ้นเผยแพร่บนเว็บไซต์ data.cea.or.th จำนวนทั้งสิ้น 9 Dashboard
- จัดทำรายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Infographic 1 Page เผยแพร่ในช่องทาง Line / Facebook / เว็บไซต์ cea.or.th ภายในเดือน ก.ย.64
- จัดเก็บ วิเคราะห์ แสดงผลข้อมูลสถิติพื้นฐาน และฐานข้อมูล Stakeholders ตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม 4 สาขา กลุ่ม Creative Content
- ติดตามสถิติการใช้งาน Online Dashboard บนเว็บไซต์ data.cea.or.th

3.2 งานเผยแพร่ข้อมูลและองค์ความรู้

- จัดทำบทความเผยแพร่ในเว็บไซต์ cea.or.th ปีงบประมาณ 2564 ได้จัดทำบทความไปจำนวนทั้งสิ้น 10 บทความ / Page View = 32,425 ครั้ง
- จัดทำบทความเผยแพร่ใน Blockdit เดือนมิ.ย.- ก.ค.64 จำนวน 14 บทความ / Page View = 3,649 ครั้ง
- จัดทำบทความในส่วนของ Cover story เรื่อง “The Defi Effect” ลงนิตยสาร “คิด” ฉบับเดือน ก.ค.64
- จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้เรื่อง NFT ใน 2 กิจกรรม ได้แก่ งาน Talk หัวข้อ NFT & Creative Assets ภายใต้งาน Creative Weekend (13-15 ส.ค.64) และการพัฒนาหลักสูตร “NFT Masterclass: the guide for CREATOR” เผยแพร่ในแพลตฟอร์ม CEA online academy ช่วงเดือน ต.ค.64

3.3 Creative Maturity Self-assessment

ผลการดำเนินงานปี 64

- ติดตามการดำเนินงานของที่ปรึกษา บจก.เอ็นไวโร (ไทยแลนด์) ปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนาเครื่องมือประเมินระดับศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และธุรกิจ พร้อมนำไปสอบถามความคิดเห็นและทดสอบกับผู้ประกอบการจำนวนกว่า 300 กิจการ
- จัดทำบันทึกขออนุมัติขยายเวลาส่งมอบงานงวดที่ 2 และงวดที่ 3 ให้ ผอ.สศส. พิจารณา โดยขยายเวลาโครงการเพิ่มไปอีก 30 วัน สิ้นสุดวันที่ 23 พ.ย.64

แผนการดำเนินงานปี 65

- จัดทำเอกสารประกอบการพิจารณาพระราชบัญญัติงบประมาณประจำปี 2565 โดยมีการปรับลดงบโครงการลงเหลือ 4.7 ล้านบาท

3.4 การจัดทำชุดข้อมูลเปิด (Opendata)

- จัดทำชุดข้อมูลเปิดภาครัฐตามตัวชี้วัด กพร. ใน Opendata Platform ของ สพร. (data.go.th) ไตรมาสที่ 1-4 จำนวนทั้งสิ้น 20 datasets
- รวบรวมสถิติเข้าใช้งานชุดข้อมูลเปิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ CEA ผ่านเว็บไซต์ data.go.th ณ เดือน ส.ค.64 มียอดสะสมทั้งสิ้น 2,790 ครั้ง
- จัดทำพร้อมจัดส่งแบบฟอร์ม (E-Form) สอบถามความต้องการใช้ประโยชน์จากชุดข้อมูลด้านสร้างสรรค์ กับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
- พัฒนาระบบ Open data ของสำนักงาน (Creative Opendata Service) ด้วยเครื่องมือ CKAN ปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการออกแบบ User Interface (UI) และการใช้งานในฟังก์ชันต่าง ๆ

3.5 ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center: CIC)

- ประชุมทบทวนบทบาทหน้าที่และแผนการดำเนินงานคณะทำงานศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center: CIC) เพื่อหารือกรอบการทำงาน ในปีงบประมาณ 2565
- นำเสนอแผนงานปี 2565 ในที่ประชุม Director เมื่อวันที่ 17 ส.ค.64 พร้อมทำเรื่องขอ งบประมาณและพัฒนาข้อเสนอโครงการ

3.6 งานอื่นๆ

- ปรับปรุงแผนปฏิบัติการดิจิทัลของสำนักงาน ปี 2562-2565
- ร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ PMQA หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้
- เข้าร่วมการฝึกอบรม Data Governance ของ สพร. จำนวน 3 ครั้ง
- ตอบแบบสำรวจความพร้อมรัฐบาลดิจิทัลประจำปี 2564
- จัดตั้งและประชุม Kick Off คณะกรรมการจัดการความรู้ (Knowledge Sharing) ภายใต้การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของสำนักงานฯ

กิจกรรมที่ 3 การกระจายองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.1 ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม (miniTCDC)

1. กิจกรรมสรรหาเครือข่าย

จำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบ miniTCDC LINK เพิ่มขึ้น จำนวน 7 แห่ง ดังนี้

- 1) หอสมุดวังท่าพระ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 2) หอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 3) หอสมุดวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มหาวิทยาลัยศิลปากร

- 4) มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- 5) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- 6) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี
- 7) วิทยาลัยนาหว้า มหาวิทยาลัยนครพนม

รวมจำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาคทั้งในเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในปี 2564 ทั้งหมด 45 แห่ง

2. กิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการออกแบบ

จัดกิจกรรมอบรมและบรรยายให้กับเครือข่ายไปแล้วทั้งหมด 8 มหาวิทยาลัย รวมจำนวนผู้เข้าร่วม 503 คน

3. กิจกรรมหมุนเวียนทรัพยากรสารสนเทศ

เนื่องจากการปรับรูปแบบการหมุนเวียนหนังสือในปี 2564 เพื่อลดงบประมาณในการดำเนินงานและลดอัตราเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในหลายพื้นที่ จึงจะดำเนินการจัดส่งหนังสือเพิ่มเติมไปยังสถาบันการศึกษาทั้ง 16 มหาวิทยาลัยฯ ละ 50 เล่ม จัดส่งแล้วเสร็จภายในเดือนพฤษภาคม 2564 พร้อมกับเปลี่ยน CPU ใหม่จำนวน 8 เครื่อง/มหาวิทยาลัย เนื่องจากเครื่องเดิมไม่สามารถใช้งานได้

3.2 CEA Online academy

ด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) ทำให้เครือข่ายสถาบันการศึกษาขอความร่วมมือในการชะลอการจัดกิจกรรมอบรมบรรยาย และสัมมนาเชิงปฏิบัติการไว้ก่อน จนกว่าสถานการณ์จะกลับเข้าสู่สภาวะปกติ ทางคณะทำงานจะขอปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเป็นการจากเดิมที่จะต้องจัดกิจกรรมอบรมบรรยายและสัมมนาเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ เปลี่ยนเป็นการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบออนไลน์แทน ด้วยการจัดทำแพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์ CEA Online Academy สำหรับนักเรียน นักศึกษา นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการ ที่ต้องการเสริมความรู้และเพิ่มทักษะบนฐานของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการยกระดับวิชาชีพและการพัฒนาธุรกิจที่สำคัญสำหรับโลกยุคใหม่ ซึ่งการพัฒนาทักษะเดิมให้ทันกับยุคสมัย (Upskill) และการเพิ่มทักษะใหม่ที่จำเป็น (Reskill) สำหรับการทำงานและประกอบธุรกิจในอนาคต โดยเน้นไปที่ 3 แกนหลัก (1) เตรียมความพร้อมสำหรับนักเรียน/นักศึกษา (2) เติมทักษะสร้างสรรค์สำหรับนักสร้างสรรค์ และ (3) ต่อเสริมธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ เปิดให้เรียนฟรีได้ทุก Device และทุกที่ ทุกเวลา โดยเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2563 จำนวนสมาชิก ณ วันที่ 19 มีนาคม 2564 ทั้งหมด 21,203 คน ปัจจุบัน เปิดคอร์สให้เรียนมากถึง 30 วิชา

โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

งบประมาณปี 2565 รวม 8,189,500 บาท (แปดล้านหนึ่งแสนแปดหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

- งบประมาณ จำนวน 3,310,800 บาท
- เงินนอกงบประมาณ จำนวน 4,878,700 บาท

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบัน นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญ นอกเหนือจากการมุ่งกระตุ้นและฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจให้รอดผ่านวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 แล้ว การพัฒนาให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่า และการสร้างความเข้มแข็งให้สังคมสามารถเดินหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืนนั้นเป็นประเด็นสำคัญ ที่หลายภาคส่วนให้ความสนใจ โดยแนวคิดการซ่อมสร้างระบบเศรษฐกิจ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการฟื้นตัว และการสร้างมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีแก่ภาคธุรกิจและประชาชน ซึ่งไม่เพียงแต่การปรับตัวเพื่อก้าวข้ามสู่โมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based Economy) หรือ “ประเทศไทย 4.0” แต่เน้นการนำจุดแข็งด้านต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญของ

ประเทศ ได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรม มาสร้างโอกาสและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันเชิงธุรกิจ เพื่อต่อยอดไปสู่ 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยมีกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture and High Value Services) เป็นหนึ่งในเป้าหมายที่สำคัญดังกล่าว

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ซึ่งมีภารกิจหลักสำคัญด้านการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุน รวมทั้ง การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) ในการยกระดับขีดความสามารถด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการสนับสนุนนวัตกรรมและการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการรวบรวมข้อมูล การพัฒนา Platform ในการจัดเก็บประมวลผลสถิติ องค์ความรู้ ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของบุคลากร (Capacity Building) และการพัฒนานิเวศน์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ในแต่ละสาขา ตามนิยามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กำหนดไว้จำนวน 4 กลุ่ม รวมทั้งหมด 12 สาขา (แสดงดังตารางที่ 1) เพื่อเตรียมความพร้อมและยกระดับขีดความสามารถด้านการแข่งขันให้มีศักยภาพเทียบเท่า หรือเป็นที่ยอมรับในระดับสากล จึงเป็นเป้าหมายสำคัญของ สศส.

ตารางที่ 1 แสดงประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ในแต่ละสาขา ตามนิยามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กำหนดไว้ จำนวน 4 กลุ่ม รวมทั้งหมด 12 สาขา

กลุ่มที่ 1 Creative Originals	กลุ่มที่ 2 Creative Content/Media	กลุ่มที่ 3 Creative Services	กลุ่มที่ 4 Creative Goods/Products
1) งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) 2) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) 3) ทัศนศิลป์ (Visual Arts) 4) ดนตรี (Music)	5) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video) 6) การพิมพ์ (Publishing) 7) การกระจายเสียง (Broadcasting) 8) ซอฟต์แวร์ (Software)	9) การโฆษณา (Advertising) 10) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) 11) สถาปัตยกรรม (Architecture)	12) แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจ และผู้ประกอบการภาพรวมของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แต่ละสาขา จำเป็นต้องมีการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ที่มีจำนวนมากอย่างรอบคอบ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสถานการณ์ โอกาส ข้อจำกัด และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของแต่ละธุรกิจ รวมทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้อง ในทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจรับผิดชอบที่ สศส. สามารถพิจารณาเสนอ

เป็นนโยบาย เพื่อถ่ายทอดสู่แผนงานปฏิบัติที่เหมาะสม และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่จะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดต่อไป ด้วยเหตุผลดังกล่าว สศส. จึงกำหนดจัดทำโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา โดยการศึกษาและพัฒนาาระบบโครงสร้างฐานข้อมูล พร้อมแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและแนวทางพัฒนาส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ตลอดทั้ง แนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการและเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใน Ecosystem ของระบบโซ่คุณค่า (Value-chain) อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เพื่อเสนอเป็นนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการเชิงรูปธรรมที่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อภาครัฐกิจ และผู้ประกอบการได้จริง สอดรับกับทิศทางนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับปัจจุบัน และฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ต่อไป

ดังนั้น การจัดทำโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จึงต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ สถาบันการศึกษา รวมถึงสมาคม สมาพันธ์ ภาวศึเครือข่าย และกลุ่มตัวแทนภาคเอกชนในระดับต่างๆ ทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่ประกอบรวมนในนิเวศของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นๆ เพื่อรวบรวมข้อมูล พร้อมสะท้อนประเด็นปัญหา ข้อจำกัด และสิ่งที่อุตสาหกรรมต้องการได้รับความสนใจ และการช่วยเหลืออย่างตรงจุดจากภาครัฐ ตั้งแต่ความร่วมมือ และสนับสนุนเพื่อแก้ปัญหาเบื้องต้น รวมถึงการผลักดันนโยบายที่จำเป็นในระดับโครงสร้างพื้นฐาน โดยมี สศส. เป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญในการเชื่อมโยงประเด็นความต้องการดังกล่าว สู่แนวทางการตอบสนองความต้องการที่เหมาะสม และการส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละสาขาของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ พัฒนาและนำเสนอแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่ม Creative Services ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) และการบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) และกลุ่ม Creative Goods/Products ได้แก่ แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป
2. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมความร่วมมือ และสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ที่สอดคล้องกับกับนโยบายรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย และแผนปฏิบัติการที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. เพื่อศึกษา วิจัย และนำเสนอแนวทางการพัฒนา Platform สำหรับรวบรวม ประมวลผลสถิติองค์ความรู้ ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของบุคลากร (Capacity Building) และการพัฒนานิเวศน์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยอย่างเป็นระบบ
4. เพื่อติดตามประเมินผลความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 8 สาขา ซึ่งเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงในแต่ละหน่วยงานที่ประกอบใน Ecosystem ตลอดทั้ง Value Chain

กลุ่มเป้าหมายหลัก

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (ทั้งผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติตามนโยบาย)
2. หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงสมาคม สมาพันธ์ ภาาีเครือข่าย และกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แต่ละสาขา ทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ในกลุ่ม Creative Services ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) และการบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) และกลุ่ม Creative Goods/Products ได้แก่ แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป รวม 4 สาขา
3. สถาบันการศึกษา และองค์กรให้ความรู้ต่างๆ

กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวเนื่องใน Ecosystem ของระบบ Value-chain

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

1. กระทรวงอุตสาหกรรม
2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
3. กระทรวงพาณิชย์
4. กระทรวงมหาดไทย
5. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
6. สำนักนายกรัฐมนตรี
7. ภาคเอกชน ได้แก่ กลุ่มสมาคม สมาพันธ์ และเครือข่ายวิชาชีพ รวมทั้ง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ในกลุ่ม Creative Services ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) และการบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) และกลุ่ม Creative Goods/Products ได้แก่ แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป รวม 4 สาขา
8. ภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

ทั่วประเทศ

เป้าหมายและตัวชี้วัด ปี 2565

เป้าหมายตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ระดับผลผลิต (Output)					
1. แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา - การโฆษณา (Advertising) - การออกแบบ (Design) - การบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) - แฟชั่น (Fashion)	ฉบับ	-	-	-	4
ผลลัพธ์ (Outcome)					
1. ความสำเร็จของการนำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ปี 2562-2564 ไปสู่การปฏิบัติ จำนวน 8 สาขา ได้แก่ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ศิลปะการแสดง 3) ทักษะศิลป์ 4) ดนตรี 5) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 6) การพิมพ์ 7) การกระจายเสียง และ 8) ซอฟต์แวร์ (เกมส์และแอนิเมชัน)					

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

(กลุ่ม Creative Services และกลุ่ม Creative Goods/Products)

1. กำหนดกรอบแนวทางและระยะเวลาดำเนินการ (Gantt Chart) เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ วิจัย พร้อมนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) ตลอดจน นิยาม กลุ่มเป้าหมาย และบริบทของอุตสาหกรรมรายสาขาที่ดำเนินการศึกษา พร้อมรายงานข้อมูล สถานการณ์ ปัญหา อุปสรรค ข้อจำกัด และผลกระทบด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่ม Creative Services ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion

Design) และการบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) และกลุ่ม Creative Goods/Products ได้แก่ แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป

/2.ศึกษา...

2. ศึกษา วิจัย ระดมความเห็นและข้อเสนอแนะ ข้อมูล (ตามขั้นตอนการดำเนินงานข้อ 1.) เพื่อจัดทำข้อเสนอแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่ม Creative Services ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) และการบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) และกลุ่ม Creative Goods/Products ได้แก่ แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป รวม 4 สาขา รวมทั้ง นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อการส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ที่สอดคล้องกับกับนโยบายรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย และแผนปฏิบัติการที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยประกอบด้วยการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และประมวลผลข้อมูล ได้แก่

- สถานการณ์ปัจจุบันของไทยและต่างประเทศ ที่แสดงให้เห็นปัญหา อุปสรรค ข้อจำกัด และผลกระทบด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

- กรณีศึกษาของประเทศต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) และเหมาะสมกับบริบทการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย เพื่อประยุกต์ใช้ในการเสนอทิศทางและกรอบการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 สาขา

2.2 พิจารณา ทบทวน และสรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสอดคล้องและความเหมาะสมของแผนดำเนินงาน และนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แต่ละรายสาขา ที่หน่วยงานภาครัฐแต่ละหน่วยงานรับผิดชอบดำเนินการ

2.3 จัดการประชุม สัมภาษณ์ (ในรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรการ และข้อกำหนดตามสถานการณ์) เพื่อรวบรวมความคิดเห็น บทวิพากษ์ ข้อเสนอแนะเชิงลึกจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา เอกชนและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 4 สาขา

2.4 จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (ในรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรการ และข้อกำหนดตามสถานการณ์) เพื่อระดมความเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับและแก้ไขให้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่มเป้าหมาย มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม และเป็นรูปธรรม

2.5 จัดทำข้อเสนอแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 4 สาขา

2.6 จัดการประชุม (ในรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรการ และข้อกำหนดตามสถานการณ์) เพื่อนำเสนอแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเปิดรับข้อเสนอแนะ และความเห็นที่เป็นประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อปรับปรุงและแก้ไขให้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่มเป้าหมาย มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม และเป็นรูปธรรม

3. ศึกษา วิจัย และนำเสนอแนวทางการพัฒนา Platform เพื่อใช้ในการรวบรวม จัดเก็บประมวลผล สถิติ องค์ความรู้ ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถ (Capacity Building) ของบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการพัฒนานิเวศน์ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยตลอดทั้งระบบโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยเสนอโครงสร้าง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อการวิเคราะห์ ประมวลผลเชิงสถิติ และแสดงข้อมูลรายงานในรูปแบบต่างๆ

/4. จัดทำ...

4. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

4.1 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่ม Creative Services ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) และการบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) และกลุ่ม Creative Goods/Products ได้แก่ แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป รวม 4 สาขา พร้อมบทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สาขาอุตสาหกรรมละ 1 ฉบับ รวม 4 ฉบับ

4.2 รายงานสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ ที่รวบรวมและวิเคราะห์ความเห็น ข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับและแก้ไขให้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่มเป้าหมาย

4.3 รายงานสรุปผลการประชุมนำเสนอแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่รวบรวมและวิเคราะห์ความเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับและแก้ไขแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่มเป้าหมายให้มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม และเป็นรูปธรรม

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

1. นำเสนอแนวคิดและแผนดำเนินงานเพื่อการเสริมสร้างและพัฒนาความเข้มแข็งของการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือ ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมด้านการพัฒนาขีดความสามารถ (Capacity Building) หรือปัจจัยสนับสนุนต่างๆ (Enabling Factors) ซึ่งสอดคล้องตามแผนดำเนินงานของ สศส. โดยเน้นการทำงานร่วมกับภาคเอกชน (สมาคม สมาพันธ์ฯ รวมถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา) ในรูปแบบต่างๆ อาทิ

1.1 การแสดงผลงานเชิงพาณิชย์ของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดแสดงดนตรี มโหรีสพ และการแสดงอื่นๆ ทั้งรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์

1.2 การสัมมนา เสวนา และบรรยาย เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ หรือแนวคิดที่สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ในอนาคต

1.3 การประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อต่อยอดและพัฒนาทักษะ เสริมสร้างทักษะ และแนวความคิด การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดต่างๆ ในธุรกิจ

1.4 การเชื่อมโยงและพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือและช่องทางธุรกิจ สำหรับ นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ผ่านการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)

1.5 การประกวดและมอบรางวัลธุรกิจหรือบุคคลสร้างสรรค์

2. ดำเนินการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ตามแผนงานและระยะเวลาที่กำหนด โดยมีเป้าหมายที่ สอดคล้องกับการกิจรับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สศส.

3. จัดทำรายงานสรุปผลสำเร็จการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและ จัดทำแผนส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม จำนวน 8 สาขา ได้แก่ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ศิลปะการแสดง 3) ทักษะศิลป์ 4) ดนตรี 5) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 6) การพิมพ์ 7) การกระจายเสียง และ 8) ซอฟต์แวร์ (เกมส์และแอนิเมชัน) ซึ่งจัดทำแล้วเสร็จโดย สศส. ตั้งแต่ ปี 2562-2564

1. นำเสนอกรอบแนวทาง แผนการดำเนินงาน และระยะเวลาการดำเนินงานศึกษา ติดตาม วิเคราะห์ ความคืบหน้าผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรม หรือโครงการที่สอดคล้องตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ รายสาขา ซึ่ง สศส. ได้จัดทำแล้วเสร็จ (ปี 2562-2564) จำนวน 8 สาขา ได้แก่ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ศิลปะการแสดง 3) ทักษะศิลป์ 4) ดนตรี 5) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 6) การพิมพ์ 7) การกระจายเสียง และ 8) ซอฟต์แวร์ (เกมส์และแอนิเมชัน) ที่หน่วยงานต่างๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้และถ่ายทอดสู่ แผนปฏิบัติงานของงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2564

2. สรุปผล และรายงานการวิเคราะห์ความคืบหน้า รวมทั้งผลลัพธ์การดำเนินงานตามข้อที่ 1. ของ กิจกรรมที่ 3 โดยครอบคลุมข้อมูลต่างๆ ดังนี้

2.1 นิยามของแผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.2 รวบรวม วิเคราะห์ และคัดเลือกแผนงาน/กิจกรรม/โครงการที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ ทั้ง 8 รายสาขา พร้อมรายละเอียดงบประมาณในแต่ละแผนงาน/กิจกรรม/โครงการ ซึ่งจำแนกหมวดหมู่ตามเอกสารงบประมาณ งบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2564 (ขาวคาดแดง) พร้อมระบุส่วนราชการหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

2.3 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่างๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย (ผลิต/ผลลัพธ์) กรอบการดำเนินงาน กลุ่มเป้าหมาย พื้นที่ดำเนินงาน และระยะเวลาดำเนินงานของแต่ละแผนงาน

2.4 ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษา ตามข้อ 1. และ 2. ของกิจกรรมที่ 3 เพื่อเสนอแนะรูปแบบ แนวทางการจัดทำแผนงาน/กิจกรรม/โครงการ (Recommendation) ให้ครอบคลุมตามความจำเป็นเร่งด่วน และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

4. ศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วิจัย กรณีศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยรูปแบบของ บทความวิจัย (Quick Research) ในประเด็นที่สำคัญและเป็นความจำเป็นเร่งด่วนต่อการพัฒนา หรือแก้ไขปัญหาแก่กลุ่มธุรกิจ/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเสนอแนะมาตรการหรือโครงการนำร่อง (Quick-win Project) สนับสนุนให้เกิดการผลักดันและขับเคลื่อนแผนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยมีองค์ประกอบของข้อมูลวิจัย ดังนี้

4.1 ข้อมูล Ecosystem และสภาพธุรกิจ รวมถึงช่องทางการตลาดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาเป้าหมาย ตลอดทั้ง Value Chain ภายใน และต่างประเทศ ที่เชื่อมโยงและแสดงให้เห็นองค์ประกอบ

หลักในการขับเคลื่อนธุรกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งในระดับบุคคล และองค์กร (Players) ต่างๆ ที่ประกอบในแต่ละหน่วยธุรกิจ (Entities)

4.2 ข้อมูลระเบียบ ข้อกำหนด และมาตรการส่งเสริมการขับเคลื่อนแผนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายสาขาที่เกี่ยวข้องต่างๆ ของไทย พร้อมการวิเคราะห์ และสรุปกรณีศึกษาของประเทศต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) ในการผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาที่มีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางเสนอแนะให้เกิดการปรับปรุง หรือจัดทำแผนส่งเสริม และมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต

4.3 ข้อมูลศักยภาพของอุตสาหกรรม ได้แก่ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้ง Key Successes และ Key Failures รวมทั้ง SWOT, 5 Forces, Business Model Canvas : BMC และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิเคราะห์ และประมวลผลผ่านเครื่องมือต่างๆ ทั้งทางธุรกิจ สถิติ สังคม และความเห็นจากการวิพากษ์โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าว

5. จัดรายงานสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย พร้อมแผนดำเนินงาน เพื่อนำเสนอทิศทางและแนวโน้มของการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ ตลอดจนปัจจัยเอื้อด้านต่างๆ ที่สนับสนุนให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโตได้อย่างยั่งยืน

6. จัดทำรายงานสรุปผลการศึกษานับสมบูรณ์ พร้อมบทสรุปผู้บริหาร ในรูปแบบเล่มรายงาน และเอกสารนำเสนอ (Presentation)

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมนำร่องขับเคลื่อนแผนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่มีศักยภาพ (Flagship Project)

1. เสนอแนวคิด รูปแบบการพัฒนากิจกรรมนำร่องในกลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพของประเทศ โดยดำเนินงานร่วมกับภาคเอกชน (สมาคม สมาพันธ์ฯ รวมถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาต่างๆ อาทิ กลุ่มภาพยนตร์ กลุ่มโฆษณา หรือกลุ่มดนตรี เป็นต้น) ในรูปแบบการจัดประกวดเพื่อคัดเลือกผลงานสร้างสรรค์ ได้แก่ บทภาพยนตร์ ผลงานโฆษณา บทละคร หรือซีรีส์ต่างๆ ที่สะท้อนภาพปัญหา และมุมมองการแก้ไขหรือทางออกที่สร้างสรรค์ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 โดยมีรายละเอียด ได้แก่

1.1 ออกแบบแนวทางดำเนินงาน ตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติ วิธีการคัดเลือก รวมทั้งการบริหารจัดการกิจกรรมตั้งแต่การเตรียมงาน ขั้นตอนก่อน ระหว่าง และหลังการประกวด กระบวนการคัดเลือก และเงื่อนไขการพิจารณาตัดสินรางวัล โดยจัดทำและส่งแผนการบริหารจัดการโครงการทั้งหมด ให้ สศส. พิจารณาในเบื้องต้น

1.2 นำเสนอรูปแบบเนื้อหากิจกรรม อาทิ การบรรยาย สัมมนา หรือการประชุมเชิงปฏิบัติการ หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ งบประมาณ และกลุ่มเป้าหมาย

2. บริหารจัดการการประกวด ตลอดทั้งกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์ การรับสมัคร การคัดเลือกผลงานเพื่อเข้าชิงรางวัล รวมทั้ง จัดกิจกรรมนำเสนอผลการประกวดในรอบตัดสิน โดยพิจารณา คัดเลือกคณะกรรมการตัดสินรางวัลที่มีคุณวุฒิ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในด้านคอนเทนต์และสื่อ สร้างสรรค์

3. จัดทำรายงานผลการจัดกิจกรรมแต่ละขั้นตอน ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานบริหารจัดการตลอดทั้ง กิจกรรม รวมทั้ง สรุปผลจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด ข้อมูลผลงานที่ผ่านเกณฑ์ และได้รับคัดเลือกตัดสิน ให้รางวัล พร้อมนำเสนอหลักฐานการรับมอบรางวัลทั้งหมด ข้อมูลค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ และฐานข้อมูลผลงาน ทั้งหมด ซึ่งจัดเก็บอย่างเป็นระบบในรูปแบบดิจิทัลที่สามารถสืบค้นได้

กิจกรรมที่ 5 ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ จำนวน 1 คน ระยะเวลา 12 เดือน

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	รวม	ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค.- มี.ค. 65	เม.ย.- มิ.ย. 65	ก.ค.- ก.ย. 65
รวม		8.1895 ลบ.	2.0473	2.0474	2.0474	2.0474
- เงินงบประมาณ	ลบ.	3.3108 ลบ.	0.8277	0.8277	0.8277	0.8277
- เงินนอกงบประมาณ	ลบ.	4.8787 ลบ.	1.2196	1.2197	1.2197	1.2197
การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา						
ตัวชี้วัด (Output)						
1. แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายสาขา - การโฆษณา (Advertising) - การออกแบบ (Design) - การบริการด้านสถาปัตยกรรม (Architecture) - แฟชั่น (Fashion)	ฉบับ	4	-	-	-	4
ตัวชี้วัด (Outcome)						
การนำแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา จำนวน 8 สาขา ได้แก่ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ศิลปะการแสดง 3) ทักษะศิลป์ 4) ดนตรี 5) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 6) การพิมพ์ 7) การกระจายเสียง และ 8) ซอฟต์แวร์ (เกมส์และแอนิเมชั่น) ไป ใช้สู่การปฏิบัติ	แผน	8	-	-	-	8
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	8.1895 ลบ.	2.0473	2.0474	2.0474	2.0474

รายละเอียดงบประมาณ

8,189,500 บาท (แปดล้านหนึ่งแสนแปดหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

หน่วย: บาท

รายการ	อัตรา (บาท)	จำนวน	หน่วย	จำนวน หรือ ความถี่	หน่วย	รวม
งบประมาณรวม						8,189,500
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมศึกษา วิจัย สถานการณ์ และจัดทำแผนพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา (กลุ่ม Creative Services / Creative Goods/Products)						4,300,000
1. บุคลากร						2,520,000
1.1 ที่ปรึกษาอาวุโสด้านการจัดทำและ พัฒนาแผนฯ 2 คน	40,000	4	เดือน	2	คน	320,000
1.2 หัวหน้าโครงการ 1 คน	92,500	8	เดือน	1	คน	740,000
1.3 นักวิจัย 2 คน	50,000	8	เดือน	2	คน	800,000
1.4 ผู้ช่วยนักวิจัย 4 คน	20,000	6	เดือน	4	คน	480,000
1.5 ผู้ประสานงานโครงการ 2 คน	15,000	6	เดือน	2	คน	180,000
2. การศึกษาและจัดทำแผนฯ						1,380,000
2.1 การศึกษา สํารวจ รวบรวมวิเคราะห์ ข้อมูล กรณีศึกษา (ในประเทศ/ ต่างประเทศ) และพัฒนาแบบจำลอง (Model) แผนยุทธศาสตร์	100,000			4	แผน อุตสาหกรรม	400,000
2.2 การจัดประชุม Focus Group						720,000
- ค่าดำเนินการ บริหารจัดการประชุม สาขาละ 3 ครั้ง รวม 12 ครั้งการประชุม	10,000	1	ครั้ง	12	ประชุม	120,000
- ค่าตอบแทนผู้เข้าร่วมประชุม ครั้งละ 50 คน	1,000	50	คน	12	ประชุม	600,000
2.3 การสรุป ประมวลผล และรายงาน ข้อมูล	65,000	1	ผล การศึกษา	4	แผน อุตสาหกรรม	260,000
3. การศึกษา วิจัยสถานการณ์เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของประเทศ	100,000			4	งานวิจัย	400,000
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมสร้างเครือข่าย ความร่วมมือขับเคลื่อนอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	200,000	1	กิจกรรม	5	เครือข่าย	1,000,000

รายการ	อัตรา (บาท)	จำนวน	หน่วย	จำนวน หรือ ความถี่	หน่วย	รวม
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน ตาม แผนพัฒนาอุตสาหกรรม รายสาขา 8 สาขา	62,500			8	แผน อุตสาหกรรม	500,000
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมนำร่องขับเคลื่อน แผนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่มีศักยภาพ (Flagship Project)						2,000,000
4.1 การวางแผนกลยุทธ์บริหารกิจกรรม	100,000			2	งาน	200,000
4.2 การบริหารจัดการกิจกรรม						
- ค่าตอบแทนกรรมการ 6 คน	30,000			10	คน	300,000
- เงินรางวัลสำหรับรางวัลรองชนะเลิศ	100,000			6	รางวัล	600,000
- เงินรางวัลสำหรับรางวัลชนะเลิศ	200,000			2	รางวัล	400,000
- ค่าดำเนินงานและประสานงาน	250,000			2	งาน	500,000
กิจกรรมที่ 5 ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ ประสานงานโครงการ						389,500
4.1 เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการฯ	32,458.33	1	คน	12	เดือน	389,500

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา มีแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนและพัฒนานโยบายส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างมีทิศทาง และเป็นเอกภาพ
2. การเติบโตและขยายตัวของมูลค่าเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 4 สาขา รวมทั้ง กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ

การติดตามและประเมินผล

ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินโครงการฯ รายไตรมาส (ตามแบบ ต.3)

สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

โครงการวิจัยที่อยู่ระหว่างดำเนินงานในปีงบประมาณ 2562 – 2564

1. โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

ผลผลิต/ผลงาน	หน่วย นับ	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
--------------	--------------	------	------	------	------	------	------	------	------

ผลงานวิจัยแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	ฉบับ	-	-	-	-	-	1	3	4
---	------	---	---	---	---	---	---	---	---

2. โครงการติดตามผลการดำเนินงานของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่ม Creative Original

ผลผลิต/ผลงาน	หน่วย นับ	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
ผลการดำเนินงานของแผนพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่ม Creative Originals	ฉบับ	-	-	-	-	-	-	-	1

โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District)

งบประมาณปี 2565 รวม 32,890,400 บาท (สามสิบสองล้านแปดแสนเก้าหมื่นสี่ร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นการท่องเที่ยว
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น
แผนย่อย	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพัฒนาเมืองของประเทศต่างๆ ใช้แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกเพื่อนำมาใช้ในการฟื้นฟูคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชนผ่านพื้นที่ต้นแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาทิ ย่านดิกเบธ สหราชอาณาจักร ย่านบรูคลิน สหรัฐอเมริกา ย่านจอร์จทาวน์ มาเลเซีย ย่านทงแดมุน เกาหลี เป็นต้น ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่รกร้างและไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ เมื่อมีการพัฒนาฟื้นฟูพื้นที่ จัดการสินทรัพย์และโจทย์การต่อยอดเรื่องราวใหม่ จึงมีการเคลื่อนไหวใหม่ เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายคนในพื้นที่ มีการสนับสนุนและการลงทุนจากภาครัฐและเอกชน มีแผนพัฒนาพื้นที่ระยะยาว และกลไกการสนับสนุนด้านการเงิน จึงนำไปสู่การลงทุนใหม่ การย้ายเข้ามาอาศัยและทำงานเพิ่มขึ้น และเมื่อส่งเสริมกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ บุคลากรสร้างสรรค์ ให้ได้ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ มุมมองความสดใหม่บนเงื่อนไขพื้นที่เดิม จึงก่อให้เกิดไอเดียทางเลือกที่แตกต่างจากเดิม การทดลองและทำซ้ำจนเกิดการกระบวนการเรียนรู้พัฒนาอย่างต่อเนื่องนี้ จะช่วยให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ทั้งในด้านเศรษฐกิจ กระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยหมุนเวียนในพื้นที่ และด้านสังคมพัฒนาระดับคุณภาพชีวิต ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้คนสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สสส. จึงมีความมุ่งหวังที่จะผลักดันให้นำแนวคิดการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นการพัฒนาฟื้นฟูเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตให้กับเมืองพร้อมปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และความต้องการปัจจุบัน

ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ พื้นที่ที่ใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์และระบบนิเวศสร้างสรรค์เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่โดยองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจนั้น มาจากรากฐานทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการสร้างสรรค์ของพื้นที่ หลายประเทศในโลกได้ใช้ศักยภาพของพื้นที่ดังกล่าวเป็นต้นทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ ในครั้งนี้ การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อศักยภาพของพื้นที่ และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของเมือง ผ่านการพัฒนานิเวศสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ เมือง ธุรกิจ และบุคลากรสร้างสรรค์ ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละแห่ง ที่ต้องการเครื่องมือและกลไกในการช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินงาน เช่น แผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ฐานข้อมูล ตลอดจนดัชนีวัดความเป็นเมืองสร้างสรรค์ การใช้พื้นที่ย่านเป็นพื้นที่ทดลองไอเดียใหม่ (Sandbox) ผ่านกิจกรรม โครงการ และเทศกาลงานออกแบบที่จะเป็นแพลตฟอร์มสำหรับนักสร้างสรรค์ หน่วยงานรัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา ชุมชน ได้มีโอกาสทดลองทำงานร่วมกันบนโจทย์ของพื้นที่ ซึ่งมาจากปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกัน นำไปสู่การผลักดันให้เกิดการพัฒนาย่านในด้าน

ต่างๆ อาทิ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบดิจิทัล การพัฒนาพื้นที่นันทนาการ พัฒนาพื้นที่สีเขียวเพื่อสุขภาพะ ด้านการส่งเสริมนิเวศน์ของธุรกิจในพื้นที่ การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง พื้นที่หรือแพลตฟอร์มเพื่อสำหรับการจับจ่ายใช้สอย ด้านการเผยแพร่อัตลักษณ์ความแตกต่างและเรื่องราวพิเศษของพื้นที่ให้เกิดความเชื่อมั่นและดึงดูดนักลงทุน รวมไปถึงด้านการขยายผลและเชื่อมต่อเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบที่จะได้แลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ไปสู่พื้นที่อื่นๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากลต่อไป

การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนในพื้นที่ ร่วมมือกันผลักดันและสร้างบรรยากาศสร้างสรรค์ ดึงดูดการลงทุนธุรกิจสร้างสรรค์ใหม่ๆ สร้างงานและรายได้หมุนเวียน พลิกฟื้นวิถีชีวิตดั้งเดิมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้น สศส. จึงจัดทำโครงการนี้ขึ้นเพื่อส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ ที่จะสร้างความเชื่อมั่นต่อศักยภาพพื้นที่ เปิดโอกาสและสร้างงานใหม่ เชื่อมต่อธุรกิจในพื้นที่และระดับสากล บนพื้นฐานการต่อยอดต้นทุนวัฒนธรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในและนอกพื้นที่ รวมถึงการส่งต่อองค์ความรู้ แนวคิดใหม่จากการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ และเมืองสร้างสรรค์ สู่อื่นที่ย่านและเครือข่ายอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาเมือง/ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นต้นแบบของการสร้างย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ที่กระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงานและรายได้ และส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยวระยะยาว โดยสอดคล้องกับบริบทสถานการณ์ปัจจุบัน และมาตรการด้านสุขภาวะของเมือง อันจะนำไปสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในระดับสากล
2. เพื่อส่งเสริมการกระตุ้นการสร้างธุรกิจในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้างความเชื่อมั่น สร้างการรับรู้ และดึงดูดให้คนเห็นประโยชน์ และเข้ามาใช้พื้นที่ย่านสร้างสรรค์ รวมทั้งสร้างการจดจำในรูปแบบการจัดงานเทศกาลประจำเมือง และดึงดูดให้คนเห็นประโยชน์ และเข้ามาใช้พื้นที่ย่านสร้างสรรค์ เป็นการแสดงศักยภาพของเมือง
3. เพื่อสร้างโอกาสในการเผยแพร่องค์ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเข้าถึงและนำมาใช้ประโยชน์จากผลงานสร้างสรรค์ของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นักออกแบบและนักศึกษา ทั้งทางด้านการพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างนิเวศน์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการออกแบบ ด้านธุรกิจสร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ด้านสังคม ด้านเทคนิค นำไปสู่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

1. ภาคีเครือข่ายในประเทศ

หน่วยงานภาครัฐ

- 1.1 กรุงเทพมหานคร (BMA)
- 1.2 หน่วยงานบริหารท้องถิ่น อาทิ สำนักงานจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด และเทศบาลท้องถิ่น
- 1.3 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
- 1.4 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
- 1.5 กระทรวงวัฒนธรรม

หน่วยงานเอกชน

- 1.6 กลุ่มสมาคมวิชาชีพด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์
- 1.7 นักออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์
- 1.8 เครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ

สถาบันการศึกษา

- 1.9 สถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาค
- 1.10 สถาบันการศึกษาเปิดสอนในด้านการออกแบบและสาขาที่เกี่ยวข้อง
- 1.11 นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาในสาขาการออกแบบและสาขาที่เกี่ยวข้อง

เครือข่ายกลุ่มนักสร้างสรรค์ นักพัฒนาเมืองในพื้นที่

- 1.12 ชุมชนในพื้นที่ย่าน
- 1.13 กลุ่มเครือข่ายผู้ขับเคลื่อนและนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ย่านเป้าหมาย

2. ภาคีเครือข่ายระหว่างประเทศ

- 2.1 บริติช เคานซิล ประเทศไทย (British Council Thailand)
- 2.2 องค์การยูเนสโกกรุงเทพฯ (UNESCO Bangkok)

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1. จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล

2. จังหวัดเชียงใหม่ และเขตภูมิภาคเหนือ
3. จังหวัดขอนแก่น และเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. จังหวัดสงขลา และเขตภูมิภาคใต้
5. จังหวัดแพร่

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
<u>ระดับ Output</u>					
1. พื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ	แห่ง	-	-	-	4
2. ฐานข้อมูลธุรกิจย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ฐานข้อมูล	-	-	-	4
3. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival)	ครั้ง	-	1	-	-
<u>ระดับผลลัพธ์ (Outcome)</u>					
1. พัฒนาเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก	เมือง				1

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 พัฒนาเครื่องมือและกลไกขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ

1.1 จัดทำแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และย่านเจริญเมือง จังหวัด แพร่

(1) กำหนดกรอบแนวทาง วิธีการ และแผนดำเนินงานของการจัดทำพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบในจังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2565 พื้นที่ย่านฯต้นแบบที่กำหนดในจังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่ และแผนพัฒนาจังหวัด

(2) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพเกี่ยวกับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม และแผนพัฒนาจังหวัดของจังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่

(3) กำหนดเป้าหมายในระดับยุทธศาสตร์ และกรอบกลยุทธ์ของการพัฒนาย่านฯต้นแบบในแต่ละจังหวัด ภายใต้ยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2565 ใน 5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(4) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่ ที่ปรากฏในเอกสารงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ที่รับผิดชอบโดย สศส. และส่วนราชการต่างๆ โดยครอบคลุมข้อมูลดังนี้

- กำหนดนิยามของแผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับกรอบกลยุทธ์
- คัดเลือกแผนงาน/โครงการที่สอดคล้องกับกรอบกลยุทธ์
- ข้อมูลงบประมาณของแผนงาน/โครงการแบ่งตามส่วนราชการต่าง ๆ
- ข้อมูลงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย และยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณและแผนงาน
- ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(5) วิเคราะห์ผลการศึกษาข้อมูลแผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่ โดยครอบคลุมข้อมูล ดังนี้

- จำแนกวัตถุประสงค์ สถานที่ดำเนินการ ระยะเวลาของแผนงาน/โครงการ
- กำหนดรูปแบบคร่าว ๆ ของกิจกรรมที่อยู่ในแผนงาน/โครงการ เช่น โครงการพัฒนาบุคลากร โครงการพัฒนา
- ธุรกิจ โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โครงการศึกษาวิจัย เป็นต้น
- ผลผลิต และผลลัพธ์ของแผนงาน/โครงการ

- จัดทำหมวดหมู่ข้อมูลอย่างเป็นระบบ

(6) วิเคราะห์ผลการศึกษาโดยชี้ให้เห็นภาพรวมของการใช้จ่ายงบประมาณ และผลลัพธ์ของแผนงาน/โครงการ เพื่อสะท้อนรูปแบบกิจกรรมที่ดำเนินการโดยหน่วยราชการต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อเป้าหมายของแผนพัฒนาย่านฯต้นแบบในจังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่

(7) จัดทำรายงานการศึกษานับสมบูรณ์

1.2 แผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (2566-2570)

(1) กำหนดกรอบแนวทาง วิธีการ และแผนดำเนินงานของการจัดทำแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(2) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพเกี่ยวกับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม และแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบในกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่

(3) กำหนดเป้าหมายในระดับยุทธศาสตร์ และกรอบกลยุทธ์ของการพัฒนาย่านฯต้นแบบ ในแต่ละจังหวัด ภายใต้ยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (2566-2570) ใน 5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(4) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่ ประจำปี พ.ศ. 2566-2570 ที่รับผิดชอบโดย สศส. และส่วนราชการต่างๆ โดยครอบคลุมข้อมูลดังนี้

- กำหนดนิยามของแผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับกรอบกลยุทธ์
- คัดเลือกแผนงาน/โครงการที่สอดคล้องกับกรอบกลยุทธ์
- ข้อมูลงบประมาณของแผนงาน/โครงการแบ่งตามส่วนราชการต่าง ๆ
- ข้อมูลงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย และยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณและแผนงาน
- ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(5) วิเคราะห์ผลการศึกษาข้อมูลแผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสงขลา และจังหวัดแพร่ โดยครอบคลุมข้อมูลดังนี้

- จำแนกวัตถุประสงค์ สถานที่ดำเนินการ ระยะเวลาของแผนงาน/โครงการ

- กำหนดรูปแบบคร่าว ๆ ของกิจกรรมที่อยู่ในแผนงาน/โครงการ เช่น โครงการพัฒนาบุคลากร
โครงการพัฒนา

- อธิบาย โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โครงการศึกษาวิจัย เป็นต้น
- ผลผลิต และผลลัพธ์ของแผนงาน/โครงการ
- จัดทำหมวดหมู่ข้อมูลอย่างเป็นระบบ

(6) วิเคราะห์ผลการศึกษาดูงานชี้ให้เห็นภาพรวมของการใช้จ่ายงบประมาณ และผลลัพธ์ของ
แผนงาน/โครงการ เพื่อสะท้อนรูปแบบกิจกรรมที่ดำเนินการโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อเป้าหมาย
ของแผนพัฒนาย่านต้นแบบในกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสงขลา และ
จังหวัดแพร่

(7) จัดทำรายงานการศึกษานับสมบูรณ์

1.3 จัดทำดัชนีเมืองสร้างสรรค์ (Creative city index)

เกณฑ์การวัดความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลสถิติหลายสาขา
อาทิ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนาเมือง ด้านสาธารณูปโภค ด้านแรงงานและขนาดประชากร เป็นต้น จาก
หน่วยงานรัฐ สำนักงานสถิติ สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหน่วยงานระดับท้องถิ่น รวมทั้งการ
สำรวจและประมวลข้อมูลร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเมือง วิเคราะห์และสรุปผลให้เกิดเป็นดัชนีเมืองสร้างสรรค์
ที่สามารถเปรียบเทียบศักยภาพของเมือง และชี้ให้เห็นเส้นทางการพัฒนาเมืองที่เหมาะสมกับแต่ละบริบทพื้นที่

- (1) กำหนดขอบเขตและเป้าหมายการดำเนินงาน
- (2) สรรหาผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ และทีมงานผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ร่วมเป็นคณะทำงาน
- (3) ทบทวนวรรณกรรมและสรุปแนวทางการจัดทำดัชนีเมืองสร้างสรรค์ประเทศไทย
- (4) สำรวจและจัดเก็บข้อมูล โดยประสานงานกับหน่วยงานรัฐ เอกชน ที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลาง
และส่วนท้องถิ่น
- (5) วิเคราะห์และจัดทำร่างดัชนีเมืองสร้างสรรค์ประเทศไทย
- (6) จัดกิจกรรมระดมความเห็นและปรับปรุงร่างดัชนีเมืองสร้างสรรค์
- (7) สรุปผลการดำเนินงาน และเผยแพร่ดัชนีเมืองสร้างสรรค์

กิจกรรมที่ 2 พัฒนาระบบข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 กิจกรรมพัฒนาฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์ จำนวน 4 พื้นที่ ณ ย่านศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น ย่านเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และย่านเจริญเมือง จังหวัดแพร่

1) สำรวจความคืบหน้าธุรกิจในพื้นที่สร้างสรรค์ สำรวจและบันทึกข้อมูลธุรกิจและการเติบโตของย่านสร้างสรรค์ ประจำปี ได้แก่

- ข้อมูลความคืบหน้าธุรกิจทั่วไป ธุรกิจสร้างสรรค์ พื้นที่ธุรกิจ ในขอบเขตย่านสร้างสรรค์
- ข้อมูลลักษณะทางการภาพอาคารและพื้นที่ และการเปลี่ยนแปลงในขอบเขตพื้นที่ย่านสร้างสรรค์
- ข้อมูลพื้นที่สร้างสรรค์ใหม่ การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และความถี่การจัดกิจกรรมในย่าน
- บันทึกข้อมูลโดยใช้ฟอร์มเครื่องมือการกรอกข้อมูลงานพัฒนาระบบฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์
- จัดทำแผนการสำรวจและบันทึกข้อมูล

2) วิเคราะห์และคาดการณ์การเติบโต

- วิเคราะห์ผลสำรวจย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในด้านธุรกิจ เพื่อทราบการเติบโตของธุรกิจ ธุรกิจสร้างสรรค์ และธุรกิจสนับสนุน รวมทั้งปัจจัยส่งเสริมการเติบโตและความท้าทาย
- นำเสนอทางเลือกการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ ด้วยการบริหารจัดการข้อมูลธุรกิจ และข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่
- สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในขอบเขตย่านสร้างสรรค์

3) พัฒนาระบบฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์

- วางแผนการแสดงผลและเข้าถึงข้อมูลย่านสร้างสรรค์ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางกายภาพ และลักษณะ ประเภทธุรกิจ ธุรกิจสร้างสรรค์ และพื้นที่สร้างสรรค์
- พัฒนาและออกแบบการแสดงผลข้อมูลให้ใช้งานได้ง่าย (User Friendly)
- พัฒนาระบบฐานข้อมูลให้เชื่อมโยงกับระบบการจัดเก็บข้อมูลของ สศส.
- พัฒนาเครื่องมือการเก็บและบันทึกข้อมูลด้วยมือถือ หรือ personal device อื่นได้
- รองรับการขยายระบบให้ครอบคลุมพื้นที่อื่นๆในกรุงเทพฯได้
- ทำแผนการจัดแสดงผลสำหรับ visualise แต่ละกลุ่ม

2.2 กิจกรรมสร้างเนื้อหาและส่งเสริมธุรกิจย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1) ผลิตเนื้อหาสำหรับเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ได้แก่

- บทความสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เรื่องธุรกิจใหม่ การจัดกิจกรรมในย่าน
- บทความจากงานวิจัยเพื่อการพัฒนาในมิติต่างๆ เช่น งานวิจัยฐานข้อมูลธุรกิจ งานวิจัยก่อนการผลิตผลงานออกแบบต่างๆ

2) จัดทำภาพประกอบบทความและเผยแพร่บนสื่อต่างๆ

กิจกรรมที่ 3 ส่งเสริมนิเวศน์ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค

3.1 กิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชน (Creative Ecology) ณ ย่านเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ และย่านศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น

การส่งเสริมเครือข่ายนักสร้างสรรค์ ให้เข้ามาสร้างผลงานสร้างสรรค์ที่ช่วยเปิดโอกาสและมุมมองการพัฒนากระบวนนิเวศน์สร้างสรรค์ของย่าน ด้วยการต่อยอดทุนวัฒนธรรมในบริบทพื้นที่เดิม ผ่านการประยุกต์ศาสตร์ด้านงานออกแบบภายใต้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขา และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง บนโจทย์ความท้าทายของพื้นที่ย่าน โดยความร่วมมือระหว่าง นักสร้างสรรค์ เจ้าของพื้นที่ ผู้ประกอบการในย่าน นักออกแบบแขนงอื่นๆ และชุมชน ที่จะช่วยส่งเสริมและเพิ่มรายได้ผู้ประกอบการในย่าน และสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

(1) พัฒนาโมเดลการดำเนินงาน จากการประยุกต์องค์ความรู้ของงานออกแบบ กับโจทย์ของพื้นที่ย่านให้เกิดไอเดียสร้างสรรค์ หรือนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

(2) ผลงานสร้างสรรค์จะสะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะถิ่น อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของพื้นที่

(3) ส่งเสริมการใช้พื้นที่และอาคารเก่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด

(4) ส่งเสริมธุรกิจดั้งเดิมให้อยู่ได้ และเห็นโอกาสในการปรับตัวและต่อยอดทักษะฝีมือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น

(5) เกิดจุดหมายในการท่องเที่ยวใหม่ของย่าน และสร้างสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดนักสร้างสรรค์ ที่นำไปสู่การเพิ่มจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ และสอดคล้องกับเงื่อนไขด้านสุขภาวะและมาตรการทางสังคม

3.2 งานส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(1) ประสานงานหน่วยงานท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ เอกชน และเครือข่ายนักสร้างสรรค์ ในพื้นที่ย่าน และสรรหาผู้ขับเคลื่อนหลักในย่าน

(2) นำเสนอแนวทาง บทบาทหน้าที่ และข้อเสนอของคณะทำงานส่วนท้องถิ่น การดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน โดยเชื่อมต่อผู้ขับเคลื่อนนโยบายท้องถิ่น ชุมชน ประชาชน ในพื้นที่ และกลุ่มนักสร้างสรรค์

(3) ตรวจสอบการดำเนินงาน การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามยุทธศาสตร์ของย่าน ที่สอดคล้องกับความสำคัญ และความต้องการที่แตกต่างในแต่ละพื้นที่

กิจกรรมที่ 4 เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ (Bangkok Design Week)

4.1 เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565 (Bangkok Design Week 2022)

กิจกรรมเพื่อการพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) และการจัดงานเผยแพร่และจัดแสดงผลงานด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ เพื่อใช้เป็นเวทีแลกเปลี่ยน

และนำเสนอแนวคิด นวัตกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชน ทั้งในระดับย่าน ชุมชน และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และสร้างการรับรู้และดึงดูดให้บุคลากรสร้างสรรค์เข้ามาทำงานในพื้นที่ย่าน อีกทั้งยังเป็นการช่วยฟื้นฟูบรรยากาศของเมืองให้กลับมามีสีสัน ชับเคลื่อนและขยายผลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UCCN- Bangkok City of Design) เพื่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นการออกแบบอย่างยั่งยืน และยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนที่ดีให้แก่ชุมชนและผู้อยู่อาศัยโดยรอบ โดยคำนึงความปลอดภัย สุขภาวะ และการรับมือกับผลกระทบจากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงของโลก อาทิ สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID 19) ในพื้นที่เขตกรุงเทพฯ โดยมีขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

1) ดำเนินงานส่วนการเตรียมงาน ประกอบด้วย การสำรวจและศึกษาข้อมูล การกำหนดแนวคิด อิม และรูปแบบประจำปีของเทศกาลฯ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสะท้อนมุมมองไปยังอนาคต การพัฒนาหัวข้อและรูปแบบกิจกรรม การออกแบบและจัดทำภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) และภาพประกอบการสื่อสาร รวมถึงการประสานงานความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรและผู้สนับสนุน และการรับสมัครนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมจัดกิจกรรมและจัดแสดงผลงานในเทศกาลฯ ซึ่งได้ดำเนินงานระยะเตรียมงานไปเมื่อปีงบประมาณ 2564 เพื่อเตรียมการสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องในระยะต่อไป

2) ดำเนินการพัฒนาารูปแบบกิจกรรม โดยการนำเนื้อหาและรูปแบบมาลงรายละเอียดของการจัดเตรียมการสำหรับวันจัดงาน (Pre-Production) เพื่อให้กิจกรรมมีความเหมาะสมกับพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

2.1) งานส่งเสริมนักสร้างสรรค์ (Talent) เพื่อแสดงศักยภาพของการออกแบบและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการใช้งานพื้นที่ในเมือง อาทิ

- นิทรรศการ (Exhibition) และกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อแสดงผลงานออกแบบของกลุ่มองค์กร หน่วยงานพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงองค์กรชั้นนำระหว่างประเทศ
- การจัดแสดงผลงาน (Showcase) นำเสนอผลงาน สินค้าและบริการ ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ SMEs และบุคลากรสร้างสรรค์ของไทย ที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ ของ สศส. และ/หรือผ่านการบ่มเพาะ การประกวด จากหน่วยงานเครือข่าย/พันธมิตรรายอื่นๆ ทั้งองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ซึ่งผ่านการคัดเลือกโดยคณะกรรมการคัดเลือกผลงานจัดแสดงและกิจกรรสร้างสรรค์ เพื่อเข้าร่วมจัดเทศกาลฯ
- กิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ (Academic Program) เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเต็มตัว และการจัดแสดงผลงานและนิทรรศการของสถาบันภาคการศึกษา/มหาวิทยาลัย

- การจัดแสดงผลงานจัดวาง/งานศิลปะ/ประติมากรรม (Art Installation) การจัดแสดงผลงานจัดวางแสดงแสงไฟ (Lighting Installation) และการจัดแสดงผลงานจัดวางที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม (Interactive Installation) ในพื้นที่สาธารณะ

- กิจกรรมการฉายภาพกราฟิกเคลื่อนไหวด้านหน้าอาคาร (Projection Mapping) เพื่อส่งเสริมพื้นที่ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่มีศักยภาพนำไปสู่การเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวใหม่ในย่าน และกระตุ้นบรรยากาศด้านกายภาพที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในย่าน

- กิจกรรมบรรยายและเสวนาจากนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการธุรกิจไทยและต่างประเทศ (Talk) รวมถึงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

- กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พัฒนาทักษะการออกแบบ และสร้างแนวความคิดต่อยอดการสร้างธุรกิจสร้างสรรค์ (Workshop) เพื่อส่งเสริมศักยภาพนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการสร้างสรรค์

2.2) งานสร้างเครือข่ายและส่งเสริมความร่วมมือและการเชื่อมต่อเพื่อขยายโอกาสให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย

- กิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมความร่วมมือ เพื่อสร้างโอกาสและช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ประกอบด้วย กิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) การจัดตัวแทนผู้ซื้อ (Buyer) ทั้งในและต่างประเทศให้พบกับผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่การเจรจาสร้างโอกาสทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

- กิจกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจและสนับสนุนการขายสินค้าและบริการ โดยผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์จากไทยและต่างประเทศ (Creative Market)

2.3) งานกระตุ้นบรรยากาศสร้างสรรค์และสร้างความเคลื่อนไหวในพื้นที่ ที่ได้รับความร่วมมือจากคนในพื้นที่ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มบุคคลสร้างสรรค์และชุมชนสร้างสรรค์ (Creative Community)

- กิจกรรมกระตุ้นบรรยากาศสร้างสรรค์และสร้างความเคลื่อนไหวในพื้นที่ (Event) อาทิ การแสดงดนตรี ฉายภาพยนตร์ การเปิดบ้าน (Open House) หรือกิจกรรมอื่นๆ

- กิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมของร้านค้าและธุรกิจโดยรอบพื้นที่จัดเทศกาลฯ

2.4) งานขับเคลื่อนและขยายผลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ ด้วยการใช้งานออกแบบในการพัฒนากรุงเทพฯ ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UCCN- Bangkok City of Design)

- การจัดทำผลงานงานผลิตต้นแบบสำหรับการทดลองในขนาดเท่าจริง (Scale 1:1) ที่สะท้อนแนวคิด และทิศทางความเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ย่านในด้านต่างๆ หรือการ

จัดการปัญหาและความท้าทายของคนในเมืองและสภาพแวดล้อม พร้อมการประเมินผล และจัดทำสรุป เพื่อส่งต่อชุดความรู้ใหม่

- ขยายผลการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากย่านเจริญกรุง ไปย่านอื่นๆในกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างเครือข่ายการรวมกลุ่ม และดำเนินการพัฒนากิจกรรมที่สอดคล้องกับปัญหาความต้องการและศักยภาพของแต่ละย่าน

2.5) งานส่งเสริมยุทธศาสตร์การสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ และคลัสเตอร์นักสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์

- พัฒนาผู้ประกอบการในย่านให้เห็นโอกาสและทางเลือกใหม่ในการดำเนินธุรกิจกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ พัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้งขยายช่องทางการตลาดที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีปัจจุบัน

- จัดกิจกรรมแพร่เรื่องราวอัตลักษณ์ของย่านในมุมมองใหม่ โดยร่วมกับเครือข่ายกลุ่มเครือข่ายมีเดียและสิ่งพิมพ์ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม หรือไลฟ์สไตล์ เป็นต้น ให้ได้ประสบการณ์ท่องเที่ยวย่านที่ต่างจากเดิม รวมถึงการนำเสนอการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับพื้นที่ย่านบนออนไลน์แพลตฟอร์ม ให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาอีกครั้ง เยี่ยมชมจุดท่องเที่ยวใหม่ ในวันที่ไม่มีเทศกาล

3) บริหารจัดการและดำเนินการจัดงานเทศกาลฯ ตามแผนงานที่กำหนด โดยครอบคลุมองค์ประกอบการจัดเทศกาลฯ ด้านต่างๆ ประกอบด้วย บุคลากร เครื่องมืออุปกรณ์ งบประมาณ เป็นต้น

3.1) กำหนดขอบเขตพื้นที่จัดงานและสรรหาพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการจัดเทศกาลฯ

3.2) จัดทำตารางกำหนดการแสดงกิจกรรมต่างๆ ให้สมบูรณ์ และครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั่วทั้งบริเวณงาน

3.3) กำหนดบุคลากรที่ต้องปฏิบัติงานต่างๆ ในเทศกาลฯ ทำหน้าที่ลงทะเบียน ประสานงานอำนวยความสะดวก ชี้แจงข้อมูลแก่ผู้ชมงานและผู้เกี่ยวข้อง

3.4) จัดทำการจัดซื้อจัดจ้าง ตามแผนงานและงบประมาณตามที่กำหนดไว้

3.5) จัดเตรียมพื้นที่และอุปกรณ์ โดยการวางแผนการขนส่ง ติดตั้ง ดูแลระหว่างการจัดงาน และรื้อถอน ตามแผนงานและสถานที่จัดงานที่กำหนดไว้

4) ประสานงานความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรและผู้สนับสนุน ประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ ธุรกิจเอกชน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน เพื่อการจัดเทศกาลฯ หลังจากที่ได้กำหนดรูปแบบกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกันแล้ว ได้แก่ กิจกรรมเทศกาล พื้นที่จัดเทศกาล การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

5) ดำเนินการสร้างการรับรู้และเผยแพร่โครงการสู่สาธารณะ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ มัลติมีเดีย/เว็บไซต์/สิ่งพิมพ์/ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/โซเชียลมีเดีย

5.1) บริหารจัดการและดำเนินการงานจัดทำเนื้อหาข้อมูลของเทศกาลฯ และกิจกรรมต่างๆ เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยการรวบรวม เขียน และเรียบเรียง แปลภาษา (ภาษาไทย-อังกฤษ) และบรรณาธิกรภาษาชุดเนื้อหาข้อมูล พร้อมทั้งออกแบบ จัดทำกราฟิกและภาพประกอบเนื้อหาข้อมูล และผลิตสื่อในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

5.2) บริหารจัดการและดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดเทศกาลฯ และกิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสารหลักของเทศกาลฯ ได้แก่ เว็บไซต์ สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (สูจิบัตร) ป้ายข้อมูล และสื่อโซเชียลมีเดีย และสื่อสารมวลชนต่างๆ ที่ครอบคลุมสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารให้ผู้สนใจรับรู้ และเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายวางแผนมาร่วมชมงานระหว่างการจัดเทศกาลฯ

5.3) ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวระหว่างการจัดงาน และจัดทำวิดีโอสรุปการจัดงานที่รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการจัดทำข้อมูลสรุปและใช้เป็นข้อมูลไว้สำหรับการจัดงานในครั้งต่อไป

5.4) บำรุงรักษา ปรับปรุงประสิทธิภาพและดูแลระบบเว็บไซต์เทศกาลฯ ให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ มีความทันสมัย และสะท้อนภาพลักษณ์ของงานได้อย่างเหมาะสม

4.2 จัดการทำงานประเมินผลทางด้านประโยชน์และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดเทศกาลฯ รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการจัดเทศกาลฯ เพื่อการจัดทำสรุปผลการจัดงานและไว้ใช้เป็นข้อมูลสำหรับการเตรียมงานครั้งต่อไป

4.3 งานเตรียมเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566 (ระยะเตรียมงาน)

ดำเนินงานส่วนการเตรียมงาน ประกอบด้วย การสำรวจและศึกษาข้อมูล การกำหนดแนวคิด อิม และรูปแบบประจำปีของเทศกาลฯ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสะท้อนมุมมองไปยังอนาคต การพัฒนาหัวข้อและรูปแบบกิจกรรม การออกแบบและจัดทำภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) และภาพประกอบการสื่อสาร รวมถึงการประสานงานความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรและผู้สนับสนุน และการรับสมัครนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมจัดกิจกรรมและจัดแสดงผลงานในเทศกาลฯ เพื่อเตรียมการสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องในปีงบประมาณต่อไป

กิจกรรมที่ 5 พัฒนาศักยภาพนักพัฒนานิเวศน์พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

5.1 กิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการร่วมรังสรรค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริหารส่วนท้องถิ่นหรือนักสร้างสรรค์ ในการพัฒนานิเวศน์พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการได้เรียนรู้กระบวนการและได้ฝึกปฏิบัติทดลองเป็นวิทยากรกระบวนการ ก่อนจะนำไปปฏิบัติในท้องถิ่นของตนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้เกิดขึ้นในระดับนโยบายและการบริหารของภาครัฐ

5.1.1 ดำเนินการสรรหาที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อบริหารจัดการหลักสูตรและกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

- (1) จัดทำแผนการดำเนินการ
- (2) จัดทำโครงสร้าง (course outline) และกำหนดการในการเรียนการสอน
- (3) จัดทำเครื่องมือต้นแบบประกอบการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการการร่วมสร้างสรรค์ (cocreation)
- (4) ระบุผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมหารือเพื่อเชิญเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ
- (5) ระบุประเด็นที่น่าสนใจที่เกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นหัวข้อในการทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ
- (6) จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการการร่วมสร้างสรรค์ (cocreation)

5.2 แปลงและเรียบเรียงข้อมูลสู่การสรุปเป็นเนื้อหา จากแหล่งข้อมูลดังนี้

- (1) ย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ
- (2) ฐานข้อมูลย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ
- (3) เครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย
- (4) กรุงเทพฯเมืองออกแบบ (UCCN, Bangkok City of Design) และ กรณีศึกษาเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก

5.3 จัดทำคู่มือการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่เมืองสร้างสรรค์ (Creative City Roadmap Manual) โดยการรวบรวมบทวิเคราะห์ และแนวทางแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้ 5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับดัชนีชี้วัดเมืองสร้างสรรค์ และการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ระดับสากล เพื่อให้เกิดการส่งต่อและขยายผลไปยังพื้นที่ส่วนภูมิภาค ภายใต้แนวนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดทำเป็น 2 รูปแบบ 1) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 2) วิดีทัศน์

5.3.1 รวบรวมและวิเคราะห์ผลสรุปการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย ระหว่างปี 2563 - 2564

5.3.2 ศึกษากรณีศึกษา และทบทวนวรรณกรรม (Literature review) การพัฒนาและฟื้นฟูเมือง

5.3.3 จัดทำโครงสร้างเนื้อหา (Curate) Creative City Roadmap Manual

5.3.4 ดำเนินการสรรหาผู้จัดทำ Creative City Roadmap Manual

- (1) เขียน เรียบเรียงเนื้อหา พิสูจน์อักษร Creative City Roadmap Manual ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ สำหรับ Creative City Roadmap Manual ในรูปแบบ

- หนังสืออิเล็กทรอนิกส์
- วิดีทัศน์

(2) ออกแบบ Creative City Roadmap Manual ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

(3) จัดทำ Creative City Roadmap Manual ในรูปแบบวีดิทัศน์

5.3.5 ดำเนินการเผยแพร่ Creative City Roadmap Manual ผ่านเครือข่ายย่านเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ และภาคเครือข่ายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

กิจกรรมที่ 6 จัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ

เพื่อให้การดำเนินงานกิจกรรมต่างๆภายในโครงการเป็นไปอย่างราบรื่น สนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานตามวัตถุประสงค์และภารกิจของโครงการให้ลุล่วงตามเป้าหมายตัวชี้วัดและผลลัพธ์ที่กำหนด

6.1 จัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ รายละเอียดจำเป็นที่เกี่ยวข้องของผู้ประสานงานโครงการ

6.2 ประสานงานกับฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล และฝ่ายสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์และรับสมัคร เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ ตามรายละเอียดข้อ 6.1

6.3 ดำเนินการสรรหาเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการตามที่กำหนด และดำเนินงานตามหน้าที่ที่ได้กำหนดไว้หรือตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่างปีงบประมาณ 2565 (1 ตุลาคม 2564 - 30 กันยายน 2565)

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย :ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
รวม	ลบ.	32.8904	11.3977	14.6475	3.3475	3.4977

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
กิจกรรมที่ 1 พัฒนาเครื่องมือและ กลไกขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ต้นแบบ	ลบ.	2.2000	0.7000	0.5000	0.5000	0.5000
ตัวชี้วัด ต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ จำนวน 2 พื้นที่	แห่ง	2	-	-	-	2
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 2 พัฒนาฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์		4.5000	1.0000	1.5000	1.0000	1.0000
ตัวชี้วัด ฐานข้อมูลธุรกิจย่าน สร้างสรรค์ 4 ฐานข้อมูล	ฐานข้อมูล	4	-	-	-	4
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 3 ส่งเสริมนิเวศน์ย่าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค	ลบ.	2.1002	0.5000	0.6000	0.6000	0.4002
ตัวชี้วัด ต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ จำนวน 2 พื้นที่	แห่ง	2	-	-	-	2
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 4 เทศกาลงานออกแบบ กรุงเทพฯ (Bangkok Design Week)	ลบ.	19.0000	7.9000	10.7500	0	0.3500
ตัวชี้วัด กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้น ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงาน	ครั้ง	1	-	1	-	-

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
เทศกาล (Creative Festival) จำนวน 1 ครั้ง						
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 5 พัฒนาศักยภาพ นักพัฒนานิเวศน์พื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์	ลบ.	1.2200	0.3300	0.3300	0.2800	0.2800
ตัวชี้วัด คู่มือการพัฒนาพื้นที่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่เมือง สร้างสรรค์	ชุด	1				
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 6 จ้างเจ้าหน้าที่ ประสานงาน	ลบ.	3.8702	0.9675	0.9675	0.9675	0.9675
ระยะเวลา						

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 32,896,700 บาท (สามสิบสองล้านแปดแสนเก้าหมื่นหกพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน) ประกอบด้วย

หน่วยเป็น : บาท

รายการ	งบประมาณปี 65	
กิจกรรมที่ 1 พัฒนาเครื่องมือและกลไกขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้นแบบ	2,200,000	
1.1 จัดทำแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และย่าน เจริญเมือง จังหวัดแพร่	1,000,000	

รายการ	งบประมาณปี 65	
ค่าจ้างหัวหน้านักวิจัย จำนวน 1 คนๆละ 100,000 บาท จำนวน 6 เดือน		600,000
ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน 2 คนๆละ 30,000 บาท จำนวน 6 เดือน		360,000
ค่าเดินทางและที่พักนักวิจัย		40,000
1.2 แผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (2566-2570)	500,000	
ค่าจ้างหัวหน้านักวิจัย จำนวน 1 คนๆละ 100,000 บาท จำนวน 3 เดือน		300,000
ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน 1 คนๆละ 30,000 บาท จำนวน 3 เดือน		90,000
ค่าเดินทางนักวิจัย		10,000
ค่าจัดงานระดมความเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 ครั้งๆละ 20,000 บาท		100,000
1.3 จัดทำดัชนีเมืองสร้างสรรค์ (Creative city index)	700,000	
ค่าจ้างหัวหน้านักวิจัย จำนวน 1 คนๆละ 100,000 บาท จำนวน 3 เดือน		300,000
ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน 3 คนๆละ 30,000 บาท จำนวน 3 เดือน		270,000
ค่าเดินทางและที่พักนักวิจัย		30,000
ค่าจัดงานระดมความเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 ครั้งๆละ 20,000 บาท		100,000
กิจกรรมที่ 2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	4,500,000	
2.1 กิจกรรมพัฒนาระบบฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์ จำนวน 4 พื้นที่ ณ ย่านศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น ย่านเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และ ย่านเจริญเมือง จังหวัดแพร่	4,400,000	
- ค่าจ้างสำรวจและบันทึกข้อมูลประจำปี จำนวน 1 งาน จำนวน 4 พื้นที่ๆ ละ 400,000 บาท		1,600,000
- ค่าจ้างวิเคราะห์และคาดการณ์เติบโตธุรกิจ จำนวน 1 งาน จำนวน 4 พื้นที่ๆ ละ 400,000 บาท		1,600,000
- ค่าจ้างพัฒนาระบบฐานข้อมูลเฉพาะพื้นที่ จำนวน 1 งาน จำนวน 4 พื้นที่ๆ ละ 300,000 บาท		1,200,000
2.2 กิจกรรมสร้างเนื้อหาและส่งเสริมธุรกิจย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	100,000	

รายการ	งบประมาณปี 65	
- บทความสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เรื่องธุรกิจใหม่ การจัดกิจกรรมในย่าน จำนวน 20 บทความๆละ 1 หน้าๆละ 1,500 บาท แพลหน้าละ 1,000 บาท		50,000
- จัดทำภาพประกอบ จำนวน 10 บทความๆละ 5,000 บาท		50,000
กิจกรรมที่ 3 ส่งเสริมนิเวศน์ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค	2,100,200	
3.1 จัดทำโครงการส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชน (Creative Ecology) ณ ย่านเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ และย่านศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น	800,000	
- ค่าจัดทำแนวคิดโครงการ วิเคราะห์งานวิจัย และสร้างโจทย์งานออกแบบ จำนวน3 แนวทางต่อพื้นที่ๆ ละ 50,000 บาท รวม 2 พื้นที่		100,000
- ค่าพัฒนางานออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชน จำนวน 2 พื้นที่ๆ ละ 100,000 บาท		200,000
- ค่าผลิตผลงานต้นแบบ จำนวน 2 พื้นที่ๆ ละ 250,000 บาท		500,000
3.2 งานส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์		
3.2.1 การพัฒนาเครือข่ายเครือข่ายผู้ขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	1,300,200	
ค่าเดินทางด้วยรถไปยังจังหวัดเครือข่ายจำนวน 5 จังหวัดๆละ 40,000 บาท		200,000
ค่าเดินทางด้วยเครื่องบินไปยังจังหวัดเครือข่ายจำนวน 13 จังหวัดๆละ 80,000 บาท		1,040,000
ค่าตอบแทนผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 130 คนๆ ละ 500 บาท		58,700
ค่าวัสดุอุปกรณ์การประชุม		1,500
กิจกรรมที่ 4 เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ (Bangkok Design Week)	19,000,000	
4.1 เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565 (Bangkok Design Week 2022)	17,150,000	
4.1.1 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการด้านพื้นที่ และงานส่วนกลาง สำหรับการจัดเทศกาลฯ (Management & Operation)	5,120,000	
(1) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานพื้นที่ และเตรียมการจัดเทศกาลฯ (Area Management) จำนวน 1 งาน	1,900,000	
- ค่าสำรวจพื้นที่ ประเมินความพร้อมและข้อจำกัดการใช้งานของพื้นที่ จัดทำรังวัด		100,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
พื้นที่และเขียนแบบผังพื้นที่ และจัดวางผังพื้นที่เทศกาลฯ		
- ค่าดำเนินการเตรียมและปรับปรุงพื้นที่จัดเทศกาลฯ ให้เหมาะสม และมีความพร้อมสำหรับจัดแสดงผลงานและจัดกิจกรรม		500,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารพื้นที่ (Area Manager) เพื่อประสานงาน อำนวยความสะดวก และควบคุมดูแลการเข้าร่วมจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในพื้นที่จัดเทศกาลฯ จำนวน 10 คน x 30,000 บาท		300,000
- ค่าเจ้าหน้าที่ควบคุมดูแลระบบการจัดการจราจรและเส้นทางเดินรถ (Traffic management) จำนวน 10 คน x 5 วัน ในอัตรา 2,000 บาท/คน/วัน		100,000
- ค่าเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด ระหว่างติดตั้ง จัดแสดงและรื้อถอนงาน จำนวน 1 งาน (เหมา)		300,000
- ค่าสาธารณูปโภคและค่าสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่ระหว่างติดตั้ง จัดแสดง และรื้อถอนงาน อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าที่จอดรถ ค่าเช่าพัสดุ		400,000
- ค่าประกันความเสียหายของพื้นที่จัดกิจกรรม		200,000
(2) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานระบบไฟฟ้า ระบบไฟส่องสว่าง ระบบเสียง และเครื่องจ่ายกระแสไฟฟ้าส่วนกลาง รวมค่าเช่าอุปกรณ์จำหน่ายกระแสไฟฟ้าชั่วคราว ค่าติดตั้ง รื้อถอน และบริหารจัดการระหว่างจัดเทศกาลฯ จำนวน 1 งาน	800,000	
(3) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานพื้นที่ส่วนกลาง จุดให้บริการข้อมูล (Info center) และพื้นที่นัดพบและพักคอย (Meeting Point) จำนวน 1 งาน	500,000	
(4) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานป้ายสัญลักษณ์แสดงข้อมูล (Signage) และตกแต่งบรรยากาศพื้นที่จัดเทศกาลฯ จำนวน 1 งาน	1,000,000	
- ค่าดำเนินการสำรวจพื้นที่และตำแหน่งจุดติดตั้ง และจัดทำแผนงานดำเนินงาน		50,000
- ค่าดำเนินการสำรวจ ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์โครงสร้างป้ายที่มีอยู่เดิม และจัดหา โครงสร้างป้ายเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการใช้งาน รวมค่าซ่อมแซม ปรับสภาพ และค่า		150,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
ขนย้าย		
- ค่าออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค ป้ายสัญลักษณ์แสดงข้อมูล (Signage) และงานตกแต่งบรรยากาศเทศกาลฯ		250,000
- ค่าผลิต ติดตั้งและรื้อถอน ป้ายสัญลักษณ์แสดงข้อมูล (Signage) และงานตกแต่งบรรยากาศเทศกาลฯ		500,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารจัดการ และเจ้าหน้าที่ประสานงาน เพื่อควบคุมดูแลงานจัดทำป้ายสัญลักษณ์แสดงข้อมูล (Signage) และงานตกแต่งบรรยากาศ		50,000
(5) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานให้บริการข้อมูลและดูแลผู้เข้าชมงาน (Visitor Management) จำนวน 1 งาน	500,000	
(6) ค่าบริการเช่าพื้นที่โกดังเก็บของ ขนาดไม่เกิน 200 ตร.ม. สำหรับจัดเก็บอุปกรณ์ของเทศกาลฯ และแท่นจัดแสดงผลงาน จำนวน 12 เดือนๆ ละ 35,000 บาท	420,000	
4.1.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมนักสร้างสรรค์ (Talent) เพื่อแสดงศักยภาพของการออกแบบผ่านการใช้งานพื้นที่ในเมือง	6,330,000	
(1) ค่าใช้ในการจัดประชุมเพื่อคัดเลือกผลงานและเตรียมความพร้อมผู้จัดแสดงผลงาน	80,000	
- ค่าตอบแทนคณะกรรมการคัดเลือกผลงานจัดแสดงและกิจกรรสร้างสรรค์ เพื่อเข้าร่วมจัดเทศกาลฯ จำนวน 6 คน x 2 วัน ในอัตรา 5,000 บาท/คน/วัน		60,000
- ค่าดำเนินการจัดกิจกรรมการประชุมเตรียมความพร้อมผู้จัดแสดงผลงาน จำนวน 1 ครั้ง		20,000
(2) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการ การจัดแสดงผลงาน (Showcase) ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ในพื้นที่โดยรวมขนาดประมาณ 600 - 800 ตร.ม. จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	550,000	
- ค่าบริหารจัดการและดำเนินการงานอุปกรณ์และแท่นจัดแสดงสำหรับใช้ในการจัด		350,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
แสดงผลงาน รวมค่าซ่อมแซม ปรับสภาพ และค่าขนย้าย		
- ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงานและควบคุมการติดตั้งและรื้อถอนการจัดแสดงผลงาน จำนวน 20 คน x 5 วัน ในอัตรา 2,000 บาท/คน/วัน		200,000
(3) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของนัก สร้างสรรค์รุ่นใหม่ (Academic Program) จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	700,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล		50,000
- ค่าบริหารจัดการผลงาน วัตถุจัดแสดงและอุปกรณ์การจัดแสดง จำนวน 10 ชิ้น x 10,000 บาท		100,000
- ค่าออกแบบผังการจัดแสดง และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ		100,000
- ค่าผลิต ติดตั้ง รื้อถอนงานโครงสร้าง งานกราฟิกข้อมูลและตกแต่งบรรยากาศ และ งานอุปกรณ์ไฟฟ้า ไฟส่องสว่าง และเสียง ในพื้นที่ขนาดประมาณ 200 - 300 ตร.ม.		400,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและประสานงาน เพื่อควบคุมดูแลภาพรวมของกิจกรรม พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ (Academic Program)		50,000
(4) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานนิทรรศการ (Exhibition) และกิจกรรม สร้างสรรค์เพื่อแสดงผลงานออกแบบของกลุ่ม/องค์กรชั้นนำระหว่างประเทศ จำนวน 5 นิทรรศการๆ ละ 400,000 บาท (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	2,000,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล จำนวน 5 นิทรรศการๆ ละ 50,000 บาท		250,000
- ค่าบริหารจัดการผลงาน วัตถุจัดแสดงและอุปกรณ์การจัดแสดง (จำนวน 5 ชิ้นๆ ละ 10,000 บาท) จำนวน 5 นิทรรศการๆ ละ 50,000 บาท		250,000
- ค่าออกแบบผังการจัดแสดง และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ จำนวน 5 นิทรรศการๆ ละ 80,000 บาท		400,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
- ค่าผลิต ติดตั้ง รื้อถอนงานโครงสร้าง งานกราฟิกข้อมูลและตกแต่งบรรยากาศ และงานอุปกรณ์ไฟฟ้า ไฟส่องสว่าง และเสียง ในพื้นที่ขนาดประมาณ 80 - 150 ตร.ม. จำนวน 5 นิทรรศการๆ ละ 220,000 บาท		1,100,000
(5) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการ การจัดแสดงผลงานจัดวาง/งานศิลปะ/ประติมากรรม ในพื้นที่สาธารณะ (Art Installation) จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	900,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล		50,000
- ค่าบริหารจัดการผลงาน วัตถุจัดแสดงและอุปกรณ์การจัดแสดง จำนวน 10 ชิ้น x 30,000 บาท		300,000
- ค่าออกแบบผังการจัดแสดง และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ		150,000
- ค่าผลิต ติดตั้ง รื้อถอนงานโครงสร้าง งานกราฟิกข้อมูลและตกแต่งบรรยากาศ และงานอุปกรณ์ไฟฟ้า ไฟส่องสว่าง และเสียง ในพื้นที่โดยรวมขนาดประมาณ 150 - 300 ตร.ม.		350,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและประสานงาน เพื่อควบคุมดูแลภาพรวมของการจัดแสดงผลงานจัดวาง/งานศิลปะ/ประติมากรรม ในพื้นที่สาธารณะ (Art Installation)		50,000
(6) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการ การจัดแสดงผลงานจัดวางแสดงแสงไฟ (Lighting Installation) / การจัดแสดงผลงานจัดวางที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม (Interactive Installation) จำนวน 2 งาน ๆ ละ 500,000 บาท (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	1,000,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล จำนวน 2 งาน ๆ ละ 50,000 บาท		100,000
- ค่าบริหารจัดการผลงาน วัตถุจัดแสดงและอุปกรณ์การจัดแสดง (จำนวน 2 ชิ้นๆ ละ 35,000 บาท) จำนวน 2 งานๆ ละ 70,000 บาท		140,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
- ค่าออกแบบผังการจัดแสดง และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ จำนวน 2 งานๆ ละ 80,000 บาท		160,000
- ค่าผลิต ติดตั้ง รื้อถอนงานโครงสร้าง งานกราฟิกข้อมูลและตกแต่งบรรยากาศ และงานอุปกรณ์ไฟฟ้า ไฟส่องสว่าง และเสียง ในพื้นที่โดยรวมขนาดประมาณ 150 - 300 ตร.ม. จำนวน 2 งาน ๆ ละ 250,000 บาท		500,000
- ค่าเจ้าหน้าที่ดูแล ควบคุมระบบเพื่อปิด เปิด สำหรับการจัดแสดงผลงานแสงไฟและระบบอินเตอร์แอคทีฟ รวมถึงซ่อมบำรุงอุปกรณ์และพื้นที่จัดกิจกรรม ตลอดระยะเวลาการจัดแสดงผลงาน จำนวน 2 งาน ๆ ละ 50,000 บาท		100,000
(7) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการ กิจกรรมการฉายภาพกราฟิกเคลื่อนไหว ด้านหน้าอาคาร (Projection Mapping) จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	500,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล		50,000
- ค่าสำรวจพื้นที่ฉายภาพ จัดทำแบบผังพื้นที่การฉายภาพและพื้นที่จัดกิจกรรม และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ		80,000
- ค่าบริหารจัดการผลงานภาพกราฟิกเคลื่อนไหวสำหรับจัดแสดง จำนวน 10 ชิ้น x 7,000 บาท		70,000
- ค่าบริหารจัดการอุปกรณ์การฉายภาพและควบคุมระบบ อุปกรณ์ไฟฟ้า แสง เสียง และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม รวมค่าขนย้าย ติดตั้ง และรื้อถอน		200,000
- ค่าเจ้าหน้าที่ดูแล ควบคุมระบบเพื่อปิด เปิด สำหรับการฉายภาพกราฟิกเคลื่อนไหว ด้านหน้าอาคาร รวมถึงซ่อมบำรุงอุปกรณ์และพื้นที่จัดกิจกรรม ตลอดระยะเวลาการจัดแสดงผลงาน		50,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและประสานงาน เพื่อควบคุมดูแลภาพรวมของกิจกรรม Projection Mapping		50,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
(8) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการกิจกรรมบรรยายและเสวนาจากนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการธุรกิจไทยและต่างประเทศ (Talk) จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 3 วัน)	500,000	
- ค่าใช้จ่ายสำหรับวิทยากร จำนวน 5-10 คน รวมค่าตอบแทน ค่าที่พัก ค่าเดินทาง		50,000
- ค่าบริหารจัดการระบบภาพ แสง และเสียง งานระบบถ่ายทอดสด (Live Streaming) และงานระบบแปลภาษา รวมค่าจัดหาอุปกรณ์ งานขนย้าย ติดตั้ง รื้อถอน และเจ้าหน้าที่ควบคุมกำกับระบบ จำนวน 1 งาน		250,000
- ค่าบริหารจัดการอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับจัดกิจกรรม อาทิ แทนบรรยาย ฉากหลังเวที เก้าอี้สำหรับผู้ฟัง รวมค่าจัดหาอุปกรณ์ งานขนย้าย ติดตั้ง รื้อถอน จำนวน 1 งาน		100,000
- ค่าเจ้าหน้าที่สนับสนุนการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย ผู้ดำเนินรายการ, ล่ามแปลแบบ Simultaneous, ผู้ควบคุมลำดับเวที, เจ้าหน้าที่ดูแลที่นั่งและตรวจการลงทะเบียน (Usher), เจ้าหน้าที่ลงทะเบียน, และเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลเนื้อหาการบรรยาย		100,000
(9) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการกิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาทักษะด้านการออกแบบและสร้างแนวความคิดต่อยอดการสร้างธุรกิจสร้างสรรค์ (Workshop) จำนวน 1 งาน	100,000	
- ค่าใช้จ่ายสำหรับวิทยากร จำนวน 5 คน รวมค่าตอบแทน ค่าที่พัก ค่าเดินทาง		50,000
- ค่าบริหารจัดการอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับจัดกิจกรรม อาทิ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องเขียน รวมค่าจัดหาอุปกรณ์ งานขนย้าย ติดตั้ง รื้อถอน จำนวน 1 งาน		50,000
4.1.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการกิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมการร่วมมือและการเชื่อมต่อเพื่อขยายโอกาสให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1,100,000	

รายการ	งบประมาณปี 65	
ไทย		
(1) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมความร่วมมือ เพื่อสร้างโอกาสและช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ประกอบด้วย กิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) การจัดตัวแทนผู้ซื้อ (Buyer) ทั้งในและต่างประเทศให้พบกับผู้ประกอบการ จำนวน 1 งาน	100,000	
(2) กิจกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจและสนับสนุนการขายสินค้าและบริการ โดยผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์จากไทยและต่างประเทศ (Creative Market) ในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	1,000,000	
- ค่าออกแบบผังพื้นที่ร้านค้า (ออฟไลน์) และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ		50,000
- ค่าผลิต ติดตั้ง รื้อถอนโครงสร้าง งานกราฟิกข้อมูลและตกแต่งบรรยากาศ อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า ไฟส่องสว่างแสงสำหรับร้านค้า และควบคุมดูแลระบบตลอดระยะเวลาจัดงาน ในพื้นที่ขนาดประมาณ 300 ตร.ม.		350,000
- ค่าบริหารจัดการกิจกรรม Creative Market เพื่อควบคุมดูแลการจัดกิจกรรม ติดตั้ง รื้อถอนร้านค้า และประสานงานกับร้านค้า รวมถึงจัดหาเจ้าหน้าที่ และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม		100,000
- ค่าบริหารจัดการกิจกรรม Creative Market ทางแพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์ รวมค่าออกแบบภาพลักษณ์และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และแคมเปญการตลาดดิจิทัล จำนวน 1 งาน		500,000
4.1.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการ งานกระตุ้นบรรยากาศสร้างสรรค์และสร้างความเคลื่อนไหวในพื้นที่ ที่ได้รับความร่วมมือจากคนในพื้นที่ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มบุคคล สร้างสรรค์และชุมชนสร้างสรรค์	500,000	
(1) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการ จัดกิจกรรมกระตุ้นบรรยากาศสร้างสรรค์และสร้างความเคลื่อนไหวในพื้นที่ (Event)	350,000	

รายการ	งบประมาณปี 65	
จำนวน 1 งาน (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)		
(2) ค่าจ้างบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วม ของร้านค้าและธุรกิจโดยรอบพื้นที่จัดเทศกาลฯ จำนวน 1 งาน	150,000	
4.1.5 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการ งานขับเคลื่อนและขยายผลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ ด้วยการใช้งานออกแบบในการพัฒนากรุงเทพฯ ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UCCN- Bangkok City of Design)	800,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล จำนวน 2 งานๆ ละ 50,000 บาท		100,000
(2) ค่าจ้างบริหารจัดการผลงานต้นแบบ (Prototype) จำนวน 2 งานๆ ละ 350,000 บาท		700,000
4.1.6 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการ งานส่งเสริมยุทธศาสตร์การสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ และคลัสเตอร์นักสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์	1,000,000	
(1) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการกิจกรรมกระตุ้นย่านสร้างสรรค์และสร้างโอกาสธุรกิจภายในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District Project) จำนวน 2 งานๆ ละ 500,000 บาท (ระยะเวลาจัดงานรวม 9 วัน)	1,000,000	
- ค่าจัดทำเนื้อหาและแนวคิด (Curate) และเขียนเนื้อหาข้อมูล จำนวน 2 งานๆ ละ 50,000 บาท		100,000
- ค่าออกแบบผังการจัดแสดงและ/หรือการจัดกิจกรรม และออกแบบภาพลักษณ์และบรรยากาศ จำนวน 2 งานๆ ละ 80,000 บาท		160,000
- ค่าบริหารจัดการผลงานต้นแบบ วัตถุจัดแสดงและอุปกรณ์การจัดแสดงและ/หรือการจัดกิจกรรม (จำนวน 10 ชิ้นๆ ละ 10,000 บาท) จำนวน 2 งานๆ ละ 100,000 บาท		200,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
- ค่าผลิต ติดตั้ง รื้อถอนงานโครงสร้าง งานกราฟิกข้อมูลและตกแต่งบรรยากาศ และงานอุปกรณ์ไฟฟ้า ไฟส่องสว่าง และเสียง ในพื้นที่ขนาดประมาณ 80 - 150 ตร.ม. จำนวน 2 งานๆ ละ 220,000 บาท		440,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและประสานงาน เพื่อควบคุมดูแลภาพรวมของกิจกรรม Creative District Project จำนวน 2 งานๆ ละ 50,000 บาท		100,000
4.1.7 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและดำเนินการด้านสร้างการรับรู้และเผยแพร่โครงการสู่สาธารณะ ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ มัลติมีเดีย/เว็บไซต์/สิ่งพิมพ์/ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/โซเชียลมีเดีย	1,800,000	
(1) ค่าจ้างบริหารจัดการและดำเนินการงานเนื้อหาข้อมูล (Content) เกี่ยวกับเทศกาลฯ และกิจกรรม เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ในช่องทางการสื่อสารหลักของเทศกาลฯ จำนวน 4 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (สูจิบัตร) ป้ายข้อมูล และโซเชียลมีเดีย จำนวน 1 งาน	300,000	
- ค่าออกแบบและจัดทำเนื้อหาข้อมูลเทศกาลฯ และกิจกรรม ให้มีเหมาะสมกับรูปแบบการสื่อสารตามแต่ละช่องทาง รวมค่าเรียบเรียงเนื้อหา แปลภาษา (ภาษาไทย-อังกฤษ) และบรรณาธิการภาษา		250,000
- ค่าเจ้าหน้าที่บริหารจัดการ Content เพื่อควบคุมดูแลภาพรวมงานเนื้อหาข้อมูล รวมถึงตอบรับคำร้องการขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงเนื้อหาชุดข้อมูลกิจกรรม ผ่านระบบจัดการข้อมูลของเทศกาลฯ		50,000
(2) ค่าจ้างจัดทำกราฟิกและภาพประกอบ Content สำหรับสื่อออนไลน์ของเทศกาลฯ รวมงานออกแบบ จัดวาง และควบคุมองค์ประกอบศิลป์ (Art direction)	150,000	
(3) ค่าจ้างจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่โครงการ (สูจิบัตรและแผนที่) รวมค่าออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค และค่าผลิต	200,000	
(4) ค่าจ้างบันทึกถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวกิจกรรม และตัดต่อวิดีโอสรุปการ	500,000	

รายการ	งบประมาณปี 65	
จัดงาน จำนวน 1 งาน		
(5) ค่าดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ	250,000	
- ค่าเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ผ่านพื้นที่สาธารณะ ความยาว 15 วินาที จำนวน 10 ครั้ง ในอัตรา 10,000 บาท/ครั้ง		100,000
- ค่าเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 50 ครั้ง ในอัตราละ 1,000 บาท/ครั้ง		50,000
- ค่าเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ผ่านกิจกรรมทางการตลาด (งานแถลงข่าว/งานเปิดตัวเทศกาลฯ) จำนวน 1 งาน		100,000
(6) ค่าบำรุงรักษา ปรับปรุงประสิทธิภาพและดูแลระบบเว็บไซต์เทศกาลฯ จำนวน 1 งาน	400,000	
4.2 งานประเมินผลทางด้านประโยชน์และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดเทศกาลฯ ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ เพื่อการจัดทำสรุปผลการจัดงานเทศกาลฯ	2,000,000	
- ค่าจ้างหัวหน้าการจัดการทำงานประเมินและสรุปผลการจัดงานเทศกาลฯ จำนวน 2 คน x 4 เดือน ในอัตรา 50,000 บาท/คน/เดือน		400,000
- ค่าจ้างนักวิจัยการจัดการทำงานประเมินและสรุปผลการจัดงานเทศกาลฯ จำนวน 3 คน x 7 เดือน ในอัตรา 30,000 บาท/คน/เดือน		630,000
- ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัยการจัดการทำงานประเมินและสรุปผลการจัดงานเทศกาลฯ จำนวน 2 คน x 5 เดือน ในอัตรา 20,000 บาท/คน/เดือน		300,000
- ค่าออกแบบวิธีสำรวจและแบบสอบถาม สำหรับงานประเมินและสรุปผลการจัดงานเทศกาลฯ		180,000
- ค่าเจ้าหน้าที่สำหรับการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในวันจัดกิจกรรม จำนวน 10 คน x 9 วัน ในอัตรา 800 บาท/คน/วัน		72,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
- ค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในงาน จำนวน 1,000 ตัวอย่าง ๆ ละ 200 บาท		200,000
- ค่าใช้จ่ายในการบันทึกข้อมูล ตรวจสอบ และวิเคราะห์ประเมินผลและสรุปผลการ จัดงานเทศกาลฯ จำนวน 1,000 ตัวอย่าง ๆ ละ 200 บาท		200,000
- ค่าดำเนินการและจัดพิมพ์รายงานประเมินผลและสรุปผลการจัดงานเทศกาลฯ		18,000
4.3 งานเตรียมเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566 (ระยะเตรียมงาน)	350,000	
- ค่าศึกษาข้อมูลเพื่อหาแนวทางการออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์ในกรุงเทพฯ จำนวน 1 ฉบับ		50,000
- ค่าจัดทำเนื้อหา ข้อมูลและแนวคิดเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566		50,000
- ค่าเรียบเรียงเนื้อหา แปลภาษา (ภาษาไทย-อังกฤษ) และบรรณาธิการภาษา สำหรับชุดเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566		10,000
- ค่าออกแบบและจัดทำภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) และภาพประกอบการสื่อสาร สำหรับเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566		240,000
กิจกรรมที่ 5 พัฒนาศักยภาพนักพัฒนานิเวศน์พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	1,220,000	
5.1 กิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการพัฒนาพื้นที่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการร่วมรังสรรค์	300,000	
- ค่าวิทยากร จำนวน คน คนละ 30,000 บาท ต่อวัน จำนวน 3 วัน		90,000
- ค่าผู้ช่วยวิทยากร จำนวน 6 คน คนละ 2,500 บาท ต่อวัน จำนวน 3 วัน		45,000
- ค่าจัดทำแผนการดำเนินการ		20,000
- ค่าจัดทำโครงสร้าง (course outline) และกำหนดการในการเรียนการสอน		50,000
- ค่าจัดทำเครื่องประกอบการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ การร่วมรังสรรค์ (cocreation)		25,000

รายการ	งบประมาณปี 65	
- ค่าจัดทำการระบุผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมหารือเพื่อเชิญเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ		25,000
- ค่าจัดทำการระบุประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นหัวข้อในการทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ		40,000
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		5,000
5.2 แปลงและเรียบเรียงข้อมูลสู่การสรุปเป็นเนื้อหา	720,000	
- ค่าจ้างผู้แปลงและเรียบเรียงข้อมูล ประกอบด้วย ย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ, ฐานข้อมูลย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ, เครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย, กรณีสึกษากรุงเทพฯเมืองแห่งการออกแบบ (UCCN, Bangkok City of Design) และ กรณีสึกษาเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (จำนวน 60,000 บาท x 12 เดือน)		720,000
5.3 คู่มือการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่เมืองสร้างสรรค์ (Creative City Roadmap Manual)	200,000	
- ค่าศึกษากรณีศึกษา และทบทวนวรรณกรรม (Literature review) การพัฒนาและฟื้นฟูเมือง		30,000
- ค่าเขียน เรียบเรียงเนื้อหา พิสูจน์อักษร Creative City Roadmap Manual ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับ Creative City Roadmap Manual ในรูปแบบ 1) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 2) วิดีทัศน์		70,000
- ค่าออกแบบ Creative City Roadmap Manual ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์		50,000
- ค่าจัดทำ Creative City Roadmap Manual ในรูปแบบวิดีโอทัศน์		50,000
กิจกรรมที่ 6 จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ	3,870,200	
ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ จำนวน 16 คน (1 คน x จำนวน 12 เดือน)		3,870,200

หมายเหตุ ขออภัยเสียจ่ายทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. ดึงดูดผู้ประกอบการและนักลงทุนให้เข้ามาทำงาน สร้างธุรกิจใหม่ หรือเกิดการรวมกลุ่มนักสร้างสรรค์ที่แลกเปลี่ยนแนวคิด ความรู้ และทักษะ รวมทั้งการใช้พื้นที่ย่านเป็นพื้นที่ทดลองสร้างผลงานสร้างสรรค์ เกิดโอกาสและความเป็นไปได้ใหม่ๆ เกิดช่องทางการขายธุรกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

2. นักออกแบบ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ ทั้งในพื้นที่ และนอกพื้นที่ ได้รับแรงบันดาลใจและความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การต่อยอดสินทรัพย์ ทุนวัฒนธรรม เรื่องราวเอกลักษณ์ของพื้นที่ด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิต

โครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรคตราสัญลักษณ์ (Storytelling To branding)

งบประมาณปี 2565 รวม 10,419,700 บาท (สิบล้านสี่แสนหนึ่งหมื่นเก้าพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)

- งบประมาณ จำนวน 9,067,700 บาท
- เงินนอกงบประมาณ จำนวน 1,350,000 บาท

หน่วยงานดำเนินการ สำนักพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นการท่องเที่ยว
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น
แผนย่อย	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์
-------------------------	---

หลักการและเหตุผล

การพัฒนาเมืองให้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดึงดูดการลงทุนใหม่ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศไทยนั้น เป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยมุ่งเน้น “การเพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ” พัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก ทั้งนี้ จากความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ จะเป็นแนวทางการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ นำไปสู่การพัฒนาภาพลักษณ์และการจัดทำแผนพัฒนาเมือง เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ และได้รับการยอมรับในเวทีสากล

ทั้งนี้ ปัจจุบันในหลายประเทศ หลายองค์กรสากลได้จัดทำแพลตฟอร์มของการส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน สร้างอาชีพ บนทักษะและรากฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก : The UNESCO Creative Cities Network (UCCN) มีจำนวน 7 สาขา โดยจากการเริ่มก่อตั้งปี พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน มีเมืองที่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ จำนวน 180 เมืองทั่วโลก และในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2563 มีเมืองที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต ในสาขาอาหาร จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดสุโขทัย ในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน และกรุงเทพมหานครในสาขาออกแบบ ซึ่งสามารถก่อให้เกิดผลกระทบเชิงเศรษฐกิจสำคัญต่อพื้นที่จากกิจกรรมในเมือง เช่น เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจได้เฉลี่ยปีละกว่าพันล้านบาท ดังนั้น หากประเทศไทยสามารถเตรียมพื้นที่เมืองให้มีความพร้อมสู่การเติบโตเป็นเมืองสร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ ย่อมจะทำให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการจ้างงาน การเกิดธุรกิจใหม่ การเติบโตของธุรกิจเดิม ตลอดจนการเข้าใจสินทรัพย์และรักษาวัฒนธรรมของเมืองให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นต่อไป

สินทรัพย์ในเมือง สถาปัตยกรรม โบราณสถาน ทักษะ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เป็นต้นทุนการพัฒนาพื้นที่อย่างมีเอกลักษณ์ และสร้างความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ซึ่งนอกเหนือจากต้นทุนทางวัฒนธรรมแล้วนั้น การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เติบโตยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต้นทุนความพร้อมที่แตกต่างกันในด้านนโยบาย การมี

แผนพัฒนาและกลไกทางการเงิน ด้านการสนับสนุนทางวัฒนธรรม การเมืองการทางวัฒนธรรม พื้นที่แลกเปลี่ยน และบ่มเพาะความรู้ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน การมีสิ่งอำนวยความสะดวกการเข้าถึงย่าน ด้านธุรกิจ การมีกลไกสนับสนุน ธุรกิจ และด้านบุคลากร การรวมกลุ่มของบุคลากรสร้างสรรค์ การขับเคลื่อนของคนในย่านและเมือง ทั้งนี้ สศส.จึงได้จัดทำเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย เพื่อให้เป็นแพลตฟอร์มสำหรับพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ ได้มีเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพและมีสินทรัพย์ให้กลายเป็น “ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างมูลค่าให้กับวัฒนธรรมท้องถิ่นเดิมที่มีอยู่ ไปจนถึงยกระดับคุณภาพชีวิต ภายใต้หัวใจสำคัญของการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเริ่มต้นจากการสำรวจสถานะความพร้อมศักยภาพและสินทรัพย์ของพื้นที่ปัจจุบัน การพัฒนาเรื่องราวพิเศษจากสินทรัพย์และอัตลักษณ์ของพื้นที่ ประวัติศาสตร์ และความเชื่อ ที่แตกต่างกัน นำมาร้อยเรียงใหม่ผ่านกระบวนการถ่ายทอดเรื่องราว (storytelling) ให้เกิดเป็นถึงข้อมูลกลางที่จะนำไปสู่โอกาสพัฒนาต่อยอดที่หลากหลายเป็นผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการใหม่ที่มีจุดแข็ง แตกต่าง และสามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ และการจัดทำโครงการนำร่องในพื้นที่ย่าน จากข้อมูลและเรื่องราวพิเศษ กระบวนการคิดสร้างสรรค์บนโจทย์และถึงข้อมูลกลางของแต่ละพื้นที่ ตลอดจนการลงมือทดลองไอเดียต้นแบบและสรุปผล จะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่จากเครือข่ายความร่วมมือทุกภาคส่วน เกิดแผนที่เส้นทางการพัฒนาย่านที่เหมาะสมมีเอกลักษณ์ และเป็นเป้าหมายพัฒนาเมืองอย่างมีส่วนร่วมและต่อเนื่อง นำไปสู่การเชื่อมต่อเครือข่ายระดับสากล

การจัดทำโครงการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ (Storytelling To branding) จึงจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของเมือง สร้างความแตกต่างจากเอกลักษณ์หนึ่งเดียวของพื้นที่ท้องถิ่น ผ่านการสำรวจศักยภาพและจัดทำชุดข้อมูลองค์ความรู้สินทรัพย์ของพื้นที่ต้นทุนของย่าน การจัดทำเรื่องราวพิเศษต่อยอดเป็นสินค้าและบริการใหม่ การทดลองพัฒนาโครงการและกิจกรรมต้นแบบตามความต้องการและลำดับความสำคัญของพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม รวมทั้งการพัฒนาเชื่อมโยงย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ระดับสากล การร่วมสร้างสรรค์และต่อยอดข้อมูลองค์ความรู้สินทรัพย์วัฒนธรรมของพื้นที่ให้เป็นสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ จาก “ถึงข้อมูลกลาง” ชุดใหม่นั้น จะเป็นตัวอย่างการสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ใหม่ ที่จะถ่ายทอดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดความเจริญ สร้างโอกาสแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ พัฒนาคมน ธุรกิจ และพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ผู้บริหารเมือง ผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ และชุมชนจะได้ร่วมกันพัฒนาพื้นที่ สร้างโอกาสใหม่จากการขับเคลื่อนพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์กระจายในทั่วประเทศ เป็นพลังและกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต การพัฒนานคน ธุรกิจและเมืองให้เติบโตอย่างยั่งยืน รวมทั้งโอกาสการเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในเวทีสากลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาและยกระดับพื้นที่เมืองที่มีศักยภาพ สู่แผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่นำไปสู่การเพิ่มจำนวนเมืองสร้างสรรค์
2. เพื่อดำเนินงานพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์และส่งเสริมนิเวศน์ธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ โดยการนำทุนวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ท้องถิ่นมาจัดทำเป็นเรื่องราวเพื่อการต่อยอดสู่แบรนด์สินค้าและบริการใหม่
3. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของไทย อันนำไปสู่การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มชุมชนและนักพัฒนาเมืองในพื้นที่

- กลุ่มสถาบันชุมชน
 - กลุ่มชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย
1. ภาคเอกชน
 - กลุ่มสมาคมวิชาชีพด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์
 - กลุ่มสมาคมโรงแรมและท่องเที่ยว
 - บริษัท พัฒนาเมือง จำกัด
 - ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ชาวไทยและชาวต่างประเทศ
 - นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
 2. ภาครัฐบาลและหน่วยราชการ
 - องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
 - องค์การบริหารและปกครองส่วนท้องถิ่น
 - กรมส่งเสริมวัฒนธรรม
 - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 3. ภาคการศึกษา
 - สถาบันการศึกษาเปิดสอนในสาขาการออกแบบและสาขาที่เกี่ยวข้อง

- นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาในสาขาการออกแบบและสาขาที่เกี่ยวข้อง
4. องค์กรระหว่างประเทศ
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)
 - บริติช เคานซิล (British Council)

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

ภาคขับเคลื่อนในย่านประกอบด้วย

- กลุ่มสถาปนิกชุมชน
- กลุ่มชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย
- หอการค้า สมาอุตสาหกรรมจังหวัด
- องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

ภาคการพัฒนาเนื้อหาและกิจกรรม ประกอบด้วย

- สถาบันการศึกษา
- ธุรกิจสร้างสรรค์
- องค์กรด้านศิลปะ วัฒนธรรม

ภาคส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กระทรวงวัฒนธรรม

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

หน่วยพัฒนาพื้นที่ หรือ เทศบาลเมือง จำนวน 30 พื้นที่ทั่วประเทศ

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
<u>ระดับผลผลิต (Output)</u>					
1. พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาสู่เมือง สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 8 แห่ง (พัฒนาเครือข่าย TCDN)	แห่ง	-	-	-	8
2. จำนวนจังหวัดที่นำทุน วัฒนธรรมท้องถิ่นมาพัฒนาเป็น Story Telling เพื่อต่อยอดสู่ แะ รณด์สินค้าและบริการใหม่ (Branding) - จังหวัดที่ดำเนินงานต่อเนื่อง จากปี 2563 จำนวน 5 แห่ง และปี 2564 จำนวน 3 แห่ง	แห่ง	-	-	-	8
<u>ระดับผลลัพธ์ (Outcome)</u>					
1. ความสำเร็จของการ พัฒนาเครือข่ายย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประเทศไทย 30 แห่ง (สะสม)	แห่ง				30 (สะสม)
1. ความสำเร็จของการ จัดทำเรื่องราวและต้นแบบ ผลิตภัณฑ์สินทรัพย์ทาง วัฒนธรรม 16 ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์				16

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564– 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 สำรวจและสังเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เป้าหมายสู่แนวทางแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เพื่อทำการศึกษา แนวโน้ม โอกาส และผลกระทบ ของพื้นที่เป้าหมาย ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ และรับฟังความคิดเห็นจากคนในพื้นที่ อาทิ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และภาคประชาสังคม นำไปสู่ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงนโยบายของพื้นที่ต่างๆ ผ่านการสังเคราะห์ สู่ร่างแนวทางแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มจำนวนเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต

1.1 ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นำร่อง จำนวน 8 แห่ง

1.2 ดำเนินการจัดทำแผน ประกอบด้วยแผนการสำรวจและแผนการเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.3 ดำเนินการสำรวจชั้นปฐมภูมิในระดับจังหวัดในเชิงภาพรวม และระดับย่านในเชิงลึก เพื่อศึกษาศักยภาพของพื้นที่ ได้แก่ สินทรัพย์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ สถานภาพของประชากร สถานภาพของธุรกิจ สถาบันการศึกษา ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โอกาสในการฟื้นฟูคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนจากผลกระทบสถานการณ์ Covid19 เป็นต้น

1.4 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ ศักยภาพที่โดดเด่น เทียบเคียงกับกรณีศึกษา จากเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านเกณฑ์และกรอบวัดความพร้อมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 11 เกณฑ์คัดเลือกพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ Creative City Index

1.5 ดำเนินการสังเคราะห์บทวิเคราะห์ สู่ร่างแนวทางแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย

- 1) การสร้างเครื่องมือและกลไกในการยกระดับพื้นที่ให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสถานะที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจสนับสนุนบนศักยภาพของย่าน
- 4) การเผยแพร่และส่งเสริมการสื่อสาร บริหารการรับรู้อัตลักษณ์ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 5) การบริหารการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายในการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กิจกรรมที่ 2 การจัดทำเรื่องราวสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเพื่อต่อยอดสู่แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของพื้นที่

เพื่อการพัฒนาและต่อยอดให้เกิดการสร้างเรื่องราว (Story Telling) เกี่ยวกับองค์ความรู้และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์นำองค์ความรู้และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการลงทุนใหม่ สร้างจุดขายทางการท่องเที่ยวและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดยความร่วมมือกับสำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม

2.1 วางแผนโครงการและคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการ โดยความร่วมมือกับสำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม เพื่อการคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ท้องถิ่นหรือสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่น่าสนใจในจังหวัดเป้าหมายที่กำหนด จำนวน 8 แห่ง ผ่านการประชาสัมพันธ์ ตามกำหนดหลักเกณฑ์ รูปแบบ และความพร้อมและศักยภาพ โดยผ่านการประเมินและคัดเลือกจากกรรมการที่มาจากรัฐ ร่วมกับภาคเอกชน และ/หรือ ภาคการศึกษาในพื้นที่ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 จัดกิจกรรมการถ่ายทอดพัฒนาความรู้: ให้ข้อมูลความรู้ความต้องการ ของผู้ประกอบการหรือนักท่องเที่ยวให้แก่ คณะทำงาน (ผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักพัฒนาชุมชน) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับทิศทางความต้องการของผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว

2.2.1 สร้างการรับรู้และเห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ของ “อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และการสร้างประสบการณ์”

2.2.2 จัดอบรมและบรรยายถ่ายทอดให้ความรู้ด้านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่านแบรนด์ (Design Thinking & Brand Experiences)

2.2.3 ถ่ายทอดองค์ความรู้และส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์

2.3 กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์/ ชุมชนพื้นที่ที่มีศักยภาพ: ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพซึ่งผ่านการคัดเลือกแล้ว โดยนำข้อมูลความต้องการที่มีการพัฒนาก่อนหน้า มาผสมผสานกับองค์ความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยส่งเสริมทั้งในมิติทางด้านการออกแบบ การพัฒนาโดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม หรือแม้แต่การสร้างเรื่องราวของผู้ผลิตหรือผลิตภัณฑ์ ผ่านความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในแต่ละศาสตร์

2.4 จัดทำสรุปข้อมูล โดยหลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้ต้นแบบแล้ว (ข้อ 2.3) มาเรียบเรียงเนื้อหาจัดทำข้อมูลสรุปกระบวนการและองค์ความรู้ที่มีรายละเอียดจำเป็นของการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของพื้นที่เป้าหมาย ใน

รูปแบบรายงาน และอินโฟกราฟิกสำหรับการเผยแพร่หรือการนำไปใช้ต่อยอดหรือสื่อสารและประชาสัมพันธ์ต่อไป

กิจกรรมที่ 3 การทดสอบแนวคิดการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เพื่อการสร้างและทดสอบแนวคิดการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับทวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของย่านเป้าหมาย ผ่านกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ รับข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และทุกภาคส่วนของพื้นที่ รวมถึงบุคคลทั่วไป จากการทดสอบการใช้งานต้นแบบกึ่งถาวร เพื่อการประมวลผล การต่อยอด การปรับปรุง และสรุปประเด็นแนวทางพัฒนาเมืองอย่างมีส่วนร่วม ให้เกิดแผนการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดเป้าหมาย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่และภาคีเครือข่าย และสร้างกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ให้เกิดกลไกการทำงานร่วมกันในระยะยาว

3.1 ดำเนินการสร้างแนวคิดจากทวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของย่านเป้าหมาย โดยคัดเลือก

แนวทางที่เหมาะสมที่สุดและที่สอดคล้องกับหนึ่งใน 5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.2 ดำเนินการสรรหานักสร้างสรรค์เพื่อบริหารจัดการทำการทดสอบแนวคิดการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.2.1 ออกแบบและจัดทำแนวคิดและต้นแบบสำหรับการทดลองในขนาดเท่าจริง (Scale 1:1)

3.2.2 จัดทำโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการทดสอบแนวคิดที่ได้จากข้อ 3.2 บนพื้นที่จริง ซึ่งมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้สนใจทั่วไปได้มาร่วมทดสอบ ในระยะเวลาที่กำหนดไว้

3.2.3 เชิญตัวแทนกลุ่มขับเคลื่อนเมือง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสังคม และประชาชนในพื้นที่ เข้าร่วมทำการทดสอบแนวคิด ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม โดยการสร้างเครื่องมือสำหรับการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้สนใจทั่วไปได้

3.2.4 ดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆประกอบเพิ่มเติม อาทิ กิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ในการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการจัดแสดงนิทรรศการตัวอย่างโครงการจากกรณีศึกษาที่สอดคล้องกับพื้นที่เป้าหมาย การแสดงผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่

3.3 ดำเนินการรวบรวมการประเมิน ข้อคิดเห็น และประมวลผล สำหรับการต่อยอด หรือปรับปรุง เพื่อนำเสนอให้จังหวัดเป้าหมายสามารถนำไปปรับใช้เป็นแผนดำเนินงานต่อไป

3.4 ดำเนินการจัดทำเอกสารเผยแพร่ สร้างช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

3.5 ประสานงานหน่วยงานท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ เอกชน และเครือข่ายนักสร้างสรรค์ ในพื้นที่ย่านและผู้ขับเคลื่อนหลักในย่าน เพื่อนำเสนอผลสรุปการดำเนินงาน พร้อมหารือ รับฟังข้อเสนอแนะ ของคณะทำงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง ต่อยอด ในการจัดทำเพื่อให้เกิดแผนที่ปฏิบัติได้จริง ตาม

แนวทางการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามยุทธศาสตร์ของย่าน ที่สอดคล้องกับความสำคัญ และความ
ต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์สู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก

เพื่อการพัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ผ่าน
การเพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์ ต่อยอดจุดแข็ง สินทรัพย์ และอัตลักษณ์ของเมือง โดยการส่งเสริมเมืองในประเทศไทยที่
เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกให้มีจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ สู่นโยบายขับเคลื่อน
เมืองสร้างสรรค์

- 4.1 ดำเนินการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
- 4.2 ดำเนินการร่วมบูรณาการแผนขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์กับเมืองเป้าหมายจำนวน 1 เมือง เพื่อกำหนด
เป้าหมายในระดับยุทธศาสตร์ และกรอบกลยุทธ์ของการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2565 ใน 5
ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางให้เมืองเป้าหมายนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิง
นโยบาย จัดทำแผนปฏิบัติการ และขยายผลในเชิงสาธารณะ
- 4.3 ดำเนินการสรรหานักวิเคราะห์ จัดทำข้อมูลเบื้องต้นเพื่อประเมินศักยภาพเมืองสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับ
เกณฑ์การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก จำนวน 1 เมือง

กิจกรรมที่ 5 จัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ

เพื่อให้การดำเนินงานกิจกรรมต่างๆภายในโครงการเป็นไปอย่างราบรื่น สนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงาน
ตามวัตถุประสงค์และภารกิจของโครงการให้ลุล่วงตามเป้าหมายตัวชี้วัดและผลลัพธ์ที่กำหนด

- 5.1 จัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ รายละเอียดจำเป็นที่เกี่ยวข้อง
ของผู้ประสานงานโครงการ
- 5.2 ประสานงานกับฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล และฝ่ายสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์และรับ สมัคร
เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ ตามรายละเอียดข้อ 5.1
- 5.3 ดำเนินการสรรหาเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการตามที่กำหนด และดำเนินงานตามหน้าที่ที่ได้กำหนด
ไว้หรือตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่างปีงบประมาณ 2565 (1 ตุลาคม
2564 - 30 กันยายน 2565)

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค.- มี.ค. 65	เม.ย.- มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
รวม	ลบ.	10.4197	3.4667	3.2667	2.4167	1.2696
เงินงบประมาณ		9.0697	3.4667	3.2667	2.3363	
เงินนอกงบประมาณ		1.3500			0.0804	1.2696
กิจกรรมที่ 1 สำรวจและสังเคราะห์ ศักยภาพพื้นที่เป้าหมายสู่แนวทาง แผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ลบ.	2.0000	0.5000	0.5000	0.7000	0.3000
ตัวชี้วัด พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นาร่อง จำนวน 8 แห่ง	แห่ง		-	-	-	8
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 2 การจัดทำเรื่องราวสิทธิ ทางวัฒนธรรมเพื่อต่อยอดสู่แนวทางการ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของพื้นที่	ลบ.	1.0000	0.2500	0.5000	0.2500	-
ตัวชี้วัด รายงานสรุป การนำเรื่องราวทุน วัฒนธรรมท้องถิ่นมาพัฒนาเป็น Story Telling เพื่อต่อยอดสู่ แปรนดส์สินค้าและ บริการใหม่	แห่ง		-	-	-	8
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 3 การทดสอบแนวคิดการ พัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ลบ.	5.9500	2.4500	2.0000	1.0000	0.5000

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค.- มี.ค. 65	เม.ย.- มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
ตัวชี้วัด การทดสอบแนวคิดการพัฒนา ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 8 แห่ง	แห่ง		1	2	2	3
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์สู่ เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การ ยูเนสโก	ลบ.	0.4030			0.2000	0.2030
ตัวชี้วัด เมืองที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมเมือง สร้างสรรค์ จำนวน 2 แห่ง	แห่ง		-	-	-	2
ระยะเวลา						
กิจกรรมที่ 5 จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงาน โครงการ	ลบ.	1.0667	0.2667	0.2667	0.2667	0.2667
ตัวชี้วัด			-	-	-	-
ระยะเวลา						

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 10,419,700 (สิบล้านสี่แสนหนึ่งหมื่นเก้าพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน) ประกอบด้วย

หน่วยเป็น : บาท

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 1 สำรวจและสังเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เป้าหมายสู่ แนวทางแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์				2,000,000
1.1 บริหารจัดการสำรวจและศึกษาศักยภาพของพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 8 แห่ง				
1.1.1 จัดทำแผนการดำเนินงาน ประกอบด้วยแผนการสำรวจและ แผนการเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดย ครอบคลุมจังหวัดเป้าหมาย จำนวน 8 แห่ง	5,000	8	แห่ง	40,000
1.1.2 จัดทำการสำรวจขั้นปฐมภูมิในระดับจังหวัด โดยระบุและ จัดทำข้อมูลกลุ่มขับเคลื่อน (Key Player) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวน 8 แห่ง	20,000	8	แห่ง	160,000
1.1.3 รวบรวมและจัดทำ การสำรวจข้อมูล จากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์และพูดคุยกับ จังหวัดเป้าหมาย จำนวน 8 ชุด	140,000	8	ชุด	1,120,000
1.1.4 จัดทำบทวิเคราะห์ในระดับย่าน โดยมีการจัดกลุ่มตามการ วิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 8 ชุด	30,000	8	ชุด	240,000
1.1.5 จัดทำการสังเคราะห์บทวิเคราะห์ สู่ร่างแนวทางพัฒนา พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ ข้อเสนอแนะ จำนวน 8 ชุด	30,000	8	ชุด	240,000
1.1.6 จัดทำรายงานสรุปการวิเคราะห์ศักยภาพย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประกอบด้วยจังหวัดเป้าหมาย จำนวน 8 แห่ง	25,000	8	แห่ง	200,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	20,000			20,000
กิจกรรมที่ 2 การจัดทำเรื่องราวสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเพื่อต่อ ยอดสู่แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของพื้นที่				1,000,000
2.1 บริหารจัดการ เรียบเรียงเนื้อหา จัดทำข้อมูลสรุปกระบวนการ และองค์ความรู้ของการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นไป	400,000	1	ชุด	400,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
ใช้ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการของพื้นที่ จำนวน 8 พื้นที่ (50,000 บาท x 8 แห่ง)				
2.2 จัดทำสรุปข้อมูล Storytelling ของเครือข่ายพื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การ จัดทำแนวคิดการสื่อสาร การจัดทำข้อมูลอินโฟกราฟฟิค บันทึก ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวพร้อมการตัดต่อเรียบเรียงเพื่อการผลิต และเผยแพร่ข้อมูลในช่องทางออนไลน์ (75,000 บาท x 8 แห่ง)	75,000	8	แห่ง	600,000
กิจกรรมที่ 3 การทดสอบแนวคิดการพัฒนาย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ จำนวน 8 พื้นที่				5,950,000
3.1 บริหารจัดกิจกรรมทดสอบแนวคิดการพัฒนาย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์จากบทวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ย่านเป้าหมายอย่างมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การสร้างและ ออกแบบแนวคิด การผลิต ติดตั้ง รื้อถอน การจัดกิจกรรม และ การวัดผล จำนวน 8 แห่ง	493,750	8	แห่ง	3,950,000
3.2 บริหารจัดการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการกระบวนการมี ส่วนร่วม สู่การทดสอบแนวคิด เพื่อการพัฒนาย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างต้นแบบเพื่อทดสอบแนวคิดและสรุปผล จำนวน 3 แห่ง		3	แห่ง	1,090,000
3.3 จัดทำการเผยแพร่ผลสรุปกิจกรรมทดสอบแนวคิดการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของย่านเป้าหมายอย่างมีส่วนร่วม จำนวน 7 แห่ง	130,000	7	แห่ง	910,000
กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์สู่เครือข่ายเมือง สร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก				403,000
4.1 จัดทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการ				103,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
พัฒนาเมืองสร้างสรรค์				
4.1.1 ค่าสถานที่จัดกิจกรรมฯ จำนวน 2 ครั้ง	10,000	2	ครั้ง	20,000
4.1.2 ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน	6,000	10	คน	60,000
4.1.3 ค่าจัดทำเนื้อหาสำหรับกิจกรรมฯ	10,000	2	ชุด	20,000
4.1.4 ค่าจัดทำเอกสารประกอบกิจกรรมฯ	15	200	ชุด	3,000
4.2 จัดทำบูรณาการแผนขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์กับเมืองเป้าหมายจำนวน 1 เมือง เพื่อเป็นแนวทางให้เมืองเป้าหมายนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงนโยบาย จัดทำแผนปฏิบัติการ และขยายผลในเชิงสาธารณะ				100,000
4.2.1 ค่าที่ปรึกษาจัดทำแผนฯ จำนวน 1 แผน	70,000	1	แผน	70,000
4.2.1 ค่าจัดทำสื่อนำเสนอแผนฯ	20,000	1	ชุด	20,000
4.2.3 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	10,000	1		10,000
4.3 จัดทำข้อมูลเบื้องต้นเพื่อประเมินศักยภาพเมืองสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับเกณฑ์การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก จำนวน 1 เมือง				200,000
4.3.1 ค่าจ้างที่ปรึกษาจัดทำข้อมูลเบื้องต้นและประเมินศักยภาพฯ	100,000	1	คน	100,000
4.3.1.1 ค่าจัดทำข้อมูลเบื้องต้น	50,000	1	แห่ง	50,000
4.3.1.2 ค่าประเมินศักยภาพฯ	20,000	1	แห่ง	20,000
4.3.1.3 ค่าจัดทำข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกับเกณฑ์การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก	30,000	1	แห่ง	30,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 5 จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ				1,066,700
จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ จำนวน 4 คน (1 คน x จำนวน 12 เดือน)	266,675	4	คน	1,066,700

ขอถัวเฉลี่ยจ่ายทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. เกิดพื้นที่เมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย อันตบโจทย์ต่อเป้าหมายขับเคลื่อนพื้นที่เมืองเศรษฐกิจ ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และโมเดลพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ที่สามารถขยายผลไปยังพื้นที่อื่นได้
2. สร้าง Branding และกระบวนการถ่ายทอดเรื่องราวของพื้นที่ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญในการพัฒนา ต่อยอดสู่การสร้างแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการใหม่ นำไปสู่การลงทุน และการจ้างงานจากการพัฒนาสินค้าและบริการภายใต้ Branding ของท้องถิ่น
3. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยว และการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
4. สร้างความตื่นตัวและความเคลื่อนไหวในวงการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ธุรกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาเมือง ผ่านการจัดทำกิจกรรมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และการประชาสัมพันธ์จากช่องทางต่างๆ และผลิตเครือข่ายความร่วมมือในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่เข้าใจและมีบทบาทของตนเองต่อการพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ร่วมกัน และร่วมผลักดันเครือข่ายให้เป็นเจ้าภาพเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต

โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา

งบประมาณรวม 80,317,800 บาท (แปดสิบล้านสามแสนหนึ่งหมื่นเจ็ดพันแปดร้อยบาทถ้วน) ประกอบด้วย

1. งบประมาณ จำนวน 57,317,800
2. เงินนอกงบประมาณ จำนวน 23,000,000 บาท

หน่วยงานดำเนินการ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

หลักการและเหตุผล

ตามที่รัฐบาลได้ประกาศ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อเป็นแนวปฏิบัติการสร้างความเข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำและพัฒนาฐานรายได้ใหม่ให้แก่ประชาชนโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกันนั้น โดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ในฐานะหน่วยงานปฏิบัติได้จัดทำแผนงานโครงการ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนและบรรลุผลตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะการเพิ่มพื้นที่เมืองเศรษฐกิจ โดยมีการ พัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ การส่งเสริมเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ประจำพื้นที่ ตลอดจนการส่งเสริมและ สนับสนุนผู้ประกอบการให้เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ดังนั้น สศส. จึงได้ดำเนินการตามนโยบายของ รัฐบาล และขับเคลื่อนบทบาทของ สศส. อันได้กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในภาพรวม การส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้แก่สาธารณะ การส่งเสริมและพัฒนาย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ การพัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจ การเป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติ เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยภายใต้ พรฎ. จัดตั้งฯ ได้การกำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ไว้ว่า เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สิน ทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของ สังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

สศส. ตระหนักถึงการส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ เมือง และการ เตรียมความพร้อมของบุคลากรให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่ทั้งนี้ การสร้างความ เข้าใจและการมีส่วนร่วมต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นับเป็นศาสตร์ที่ใหม่สำหรับสังคมไทย อีกทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันเป็นรูปแบบหนึ่งของแนวทางเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) ในโลก อนาคต นับเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อโครงสร้างภาคการผลิตแบบเดิมของประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่บนองค์ความรู้ การผลิต การตลาด พฤติกรรม และรสนิยมลูกค้า ฯลฯ ซึ่งมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบันและ อนาคต แม้เราจะยอมรับว่าประเทศไทยมีทุนวัฒนธรรมที่หลากหลายสามารถต่อยอดสู่สินค้าและบริการในภาค การท่องเที่ยวและภาคบริการได้อย่างดี แต่การสร้างความเข้าใจและการนำวิสัยทัศน์ไปสู่การปฏิบัติในระดับ ภูมิภาค ยังมีข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงบริการองค์ความรู้ การพัฒนาต้นแบบทางธุรกิจ การพัฒนาและส่งเสริม พื้นที่สร้างสรรค์ เป็นต้น

สศส. จึงได้จัดทำโครงการจัดตั้งแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ภาคใต้ โดยใช้ชื่อว่าสำนักงาน ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา หรือ (สศส. สงขลา) ซึ่งนับเป็นสาขาแห่งที่ 3 เพื่อขยายภารกิจและ บทบาทของการยกระดับภาคการผลิต และบุคลากรในส่วนภูมิภาคใต้ให้มีความพร้อมในการก้าวสู่การแข่งขัน ในโลกยุคใหม่ โดยภารกิจของ สศส. สงขลา จะทำหน้าที่ส่งเสริมและให้บริการแหล่งบ่มเพาะที่ทันสมัย ทางด้านความคิดสร้างสรรค์อย่างครบวงจรทั้งส่วนที่เป็นสื่อความรู้ เช่น หนังสือ ภาพยนตร์ สารคดี รวมทั้ง นิทรรศการและการอบรมสัมมนาต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนในการเข้าถึงแหล่งความรู้ และพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ตลอดจนเยาวชน และประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ สศส. ได้ดำเนินการออกแบบอาคาร สศส. สงขลา เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และพร้อมดำเนินการก่อสร้างอาคารฯ ซึ่งเป็นไปโดยสอดคล้องกับศักยภาพและบริบทของจังหวัดสงขลาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา และวัฒนธรรม อีกทั้ง จังหวัดสงขลายังสามารถพัฒนาและสร้างรายได้ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ที่หลากหลายอันเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนการเป็นเมืองและ ย่านสร้างสรรค์ที่พร้อมก้าวสู่เมืองมรดกโลกขององค์การยูเนสโกต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา เป็นแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ของภาคใต้ ที่มีรูปแบบเหมาะสม สอดคล้องกับภารกิจและการให้บริการของ สศส.

กลุ่มเป้าหมาย

การก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา ตอบสนองความต้องการสำหรับกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการ นักออกแบบ วิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐภาคีเครือข่ายภาคใต้ บุคลากรจากสถาบันการศึกษา และประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการ สศส. สงขลา และได้รับการพัฒนาศักยภาพ และประโยชน์จากการดำเนินงานของ สศส. ปีละไม่น้อยกว่า 50,000 คน

พื้นที่ / ขอบเขตการดำเนินงาน

จังหวัดสงขลา

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

ผลผลิต (Output)

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา แล้วเสร็จ	แห่ง	-	-	-	1

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วยนับ	เกณฑ์การให้คะแนน				
			1	2	3	4	5
ระดับความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายผลผลิต	100	ระดับ	1	-	3	-	5
ระดับ 1 สรรหาผู้รับจ้างก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา และลงนามในสัญญาจ้างก่อสร้างฯ ได้ทันภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565							
ระดับ 3 การก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา แล้วเสร็จตามแผนการดำเนินงานและระยะเวลาที่กำหนด							
ระดับ 5 คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ดำเนินการตรวจรับงานก่อสร้างอาคารสำนักงาน							

ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา แล้วเสร็จ							
---	--	--	--	--	--	--	--

ระยะเวลาการดำเนินงาน

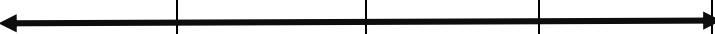
ตุลาคม 2564 - กันยายน 2565

ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน

1. สรรหาผู้รับจ้างเหมาก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา และงานระบบที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
2. ดำเนินการจ้างควบคุมงานก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา
3. ดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา ตามแบบรูปรายการที่กำหนด พร้อมทั้งจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ และครุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
4. ดำเนินการทดสอบระบบต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดให้บริการ

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 2564	ม.ค. – มี.ค. 2565	เม.ย. – มิ.ย. 2565	ก.ค. – ก.ย. 2565
รวม	ลบ.	80.3178		26.7726	26.7726	26.7726
เงินงบประมาณ		57.3178		20.0794	20.0794	17.1590
เงินนอกงบประมาณ		23.0000		6.6932	6.6932	9.6136
กิจกรรม ก่อสร้างอาคาร สำนักงานส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา	-	-	-	-	-	-
ตัวชี้วัด อาคารสำนักงาน ส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สงขลา	แห่ง	-	-	-	-	1
ระยะเวลา	-	-				
งบประมาณ	ลบ.	80.3178		26.7726	26.7726	26.7726

ระดับผลลัพธ์ (outcome)

อาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา เป็นแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ของภาคใต้ ซึ่งเป็นอาคารสาธารณะที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยในการให้บริการประชาชน (รับรองโดยวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ) ตลอดจนสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และเป็นแลนด์มาร์คของภาคใต้

รายละเอียดงบประมาณ จำนวน 80,317,800 บาท (แปดสิบล้านสามแสนหนึ่งหมื่นเจ็ดพันแปดร้อยบาทถ้วน)

หน่วย: บาท

กิจกรรม/รายการค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	หน่วยนับ	แหล่งงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565	
				พ.ร.บ. งบประมาณ (งบลงทุน)	เงินนอก งบประมาณ (เงินรายได้)
1. กิจกรรมก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา				57,317,800	23,000,000
1.1 ค่าก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา				57,317,800	4,983,938
- งานวิศวกรรมโครงสร้าง	23,624,936	1	งาน	23,624,936	-
- งานสถาปัตยกรรมอาคาร	19,572,237	1	งาน	19,572,237	-
- งานระบบไฟฟ้า และสื่อสาร	7,538,324	1	งาน	7,538,324	-
- งานระบบสุขาภิบาล	1,291,588	1	งาน	1,291,588	-
- งานระบบปรับอากาศและระบายอากาศ	4,588,042	1	งาน	4,588,042	-
- งานภูมิสถาปัตยกรรม	672,088	1	งาน	672,088	-
- งานลิฟท์	337,313	1	งาน	30,585	306,728
- งานป้ายอาคาร	1,081,043	1	งาน		1,081,043
- งานเฟอร์นิเจอร์ติดผนัง	2,379,363	1	งาน	-	2,379,363
- งานผ้าม่าน	1,216,804	1	งาน	-	1,216,804
1.2 ค่าครุภัณฑ์จัดซื้อ					9,177,582
● หมวดวัสดุงานไฟฟ้า					5,772,623
- CCTV System	1,463,760	1	ระบบ	-	1,463,760
- Telephone System (PABX)	317,469	1	ระบบ	-	317,469
- Data Network System	1,660,855	1	ระบบ	-	1,660,855
- UPS System	361,660	1	ระบบ	-	361,660
- ระบบโสตทัศนูปกรณ์ (AV System)	1,917,091	1	ระบบ	-	1,917,091
- เครื่องปรับอากาศ	51,788	1	เครื่อง	-	51,788
● หมวดงานเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว					2,190,509
- เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวชั้นที่ 1	343,534	1	งาน	-	343,534

กิจกรรม/รายการค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	หน่วยนับ	แหล่งงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565	
				พ.ร.บ. งบประมาณ (งบลงทุน)	เงินนอก งบประมาณ (เงินรายได้)
- เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวชั้นที่ 2	831,443	1	งาน	-	831,443
- เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวชั้นที่ 3	1,015,532	1	งาน	-	1,015,532
● หมวดงานวัสดุพิมพ์					1,214,450
- ลิฟท์ไฮดรอลิก	411,950	1	งาน	-	411,950
- ลิฟท์แพลตฟอร์ม	802,500	1	งาน	-	802,500
1.3 ค่าใช้จ่ายพิเศษตามข้อกำหนด					4,363,480
- ระบบป้องกันดิน (เช่า)	1,990,200	1	ระบบ	-	1,990,200
- ระบบป้องกันดิน (ซื้อ)	1,805,280	1	ระบบ	-	1,805,280
- แผงกันฝุ่น	100	570	ตารางเมตร	-	57,000
- แผงป้องกันวัสดุตกหล่น	1,000	114	เมตร	-	114,000
- งานรั้วชั่วคราว	500	112	เมตร	-	61,000
- ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	8,000	12	เดือน	-	96,000
- งานค่าเช่าเครื่องจักร	20,000	12	เดือน	-	240,000
1.4 ค่าจ้างควบคุมงานก่อสร้าง					4,200,000
- กำหนดอัตราค่าจ้างผู้ให้บริการงานจ้างออกแบบหรือควบคุมงานก่อสร้าง พ.ศ. 2562 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2562 ขนาดโครงการวงเงินตั้งแต่ 50 ล้านบาทขึ้นไป แต่ไม่ถึง 250 ล้านบาท ประเภทงานซับซ้อน กำหนดไม่เกินอัตราร้อยละ 5.25 ของวงเงินค่าก่อสร้าง โดยวงเงินงบประมาณเบื้องต้นในการดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สงขลา จำนวน 80,000,000 บาท					

กิจกรรม/รายการค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	หน่วยนับ	แหล่งงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565	
				พ.ร.บ. งบประมาณ (งบลงทุน)	เงินนอก งบประมาณ (เงินรายได้)
1.5 ค่าบริหารจัดการโครงการ					275,000
- ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน ชั้นประหยัดสำหรับเดินทางไป-กลับ เพื่อลงพื้นที่ตรวจรับ งานก่อสร้าง จำนวน 8 คน	5,000	8	ที่นั่ง	-	40,000
- ค่าที่พักจำนวน 5 คืน	2,000	8	ห้อง	-	80,000
- ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ระดับสูง จำนวน 4 คน	650	5	วัน	-	13,000
- ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ ระดับกลาง/ต้น จำนวน 4 คน	450	5	วัน	-	9,000
- ค่าพาหนะเดินทางจากที่พักไป- กลับสนามบิน จำนวน 8 คน	500	2	ครั้ง	-	8,000
- ค่าเช่ารถตู้พร้อมพนักงาน ขับรถ จำนวน 2 คัน	2,000	5	ครั้ง	-	20,000
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	1,000	5	ครั้ง	-	5,000
- ค่าตอบแทนคณะกรรมการ บุคคลภายนอก จำนวน 2 คน	2,500	12	ครั้ง	-	60,000
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับการประชุม คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ	2,500	12	ครั้ง	-	30,000
- ค่าวัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการ จัดทำเอกสารรายงาน	500	10	ครั้ง	-	5,000
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	500	10	ครั้ง	-	5,000
รวมทั้งสิ้น				80,317,800	

หมายเหตุ ขออภัยแจ้งรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สศส. สงขลา สามารถเปิดให้บริการกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้และภาคใต้ชายแดน ประมาณ 50,000 คน / ปี
2. สศส. เป็นแลนด์มาร์กแห่งใหม่ของจังหวัดสงขลาที่ดึงดูดผู้ประกอบการ นักลงทุน และนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่สนใจในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การขยายตัวของกิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัด

วิธีการติดตามและประเมินผล

ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการเป็นรายไตรมาส ตามแบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงานของ สศส.

.....

โครงการสร้างมูลค่าสินค้าไทย (Value Creation) จากฐานเศรษฐกิจท้องถิ่น

งบประมาณปี 2565 รวม 6,358,200 บาท (หกล้านสามแสนห้าหมื่นแปดพันสองร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ข้อ 4.5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ 4.4.1 สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
ตัวชี้วัดระดับแผนแม่บท	สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ร้อยละ 45
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
เป้าหมายระดับแผนย่อย	ขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดระดับแผนย่อย	อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10)
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย 5.9 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ 5.9.1 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

หลักการและเหตุผล

เมื่อระบบสาธารณสุขของไทยอยู่ในภาวะวิกฤตด้วยจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (COVID-19) “สมุนไพรไทย” จึงกลายเป็นอีกทางเลือกในการบรรเทาอาการและป้องกันตัวเอง เป็นแรงกระตุ้นในการยกระดับสินค้าเกษตรของไทยไปสู่สินค้าทำเงินและ สร้างความมั่นคงทางด้านสาธารณสุข ประเทศไทยมีวัตถุดิบสมุนไพรมากกว่า 1,800 ชนิด ที่เป็นทั้งต้นทุน ในการพัฒนาสินค้าที่ตอบรับกับวิถีการบริโภคใหม่ของโลกซึ่งหันมาสู่ ธรรมชาติมากขึ้น และยังเป็นโอกาสในการช่วยแบ่งเบาภาระงบประมาณ ด้านสาธารณสุขของไทยในอนาคต ซึ่งศักยภาพทางสมุนไพรไทยนี้เองจะสามารถสร้างความเข้มแข็งของภูมิภาคให้กลับมาพึ่งพิงตนเองบนจุดแข็งของท้องถิ่น จึงต้องคำนึงถึงสินทรัพย์มีอยู่ของแต่ละท้องถิ่น ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งเพาะปลูกทางการเกษตร แหล่งวัตถุดิบสมุนไพร ซึ่งแม้ว่า ประเทศไทยจะได้พัฒนาโมเดลต่างๆ ในการเสริมรากฐานชุมชนเข้มแข็ง และทำให้เกิดรายได้เสริมที่สำคัญแก่ภูมิภาค แต่อย่างไรก็ดี ภาคการผลิตส่วนสมุนไพร ยังขาดการผลักดันให้การผลิตสินค้า เกิดการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ในที่นี้ คือ จากสินค้าที่มีอยู่ทั่วไป เป็นสินค้าที่พิเศษ มีมาตรฐาน มีรูปแบบการใช้งานที่ตอบโจทย์ตลาด และเป็นสินค้าที่ส่งมอบหรือเติมเต็มความพึงพอใจ ซึ่งในกระบวนการยกระดับกระบวนการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาค จำเป็นต้องดำเนินการทั้งระบบแบบองค์รวม ได้แก่ การยกระดับมาตรฐานวัตถุดิบ/วัสดุ ด้วยนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสม การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต (processing) ให้เกิดการตอบโจทย์ทั้งการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า การดึงดูดสมบัติของวัตถุดิบมาใช้ประโยชน์ในสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เกิดสุนทรีย์ ยืดอายุการใช้งาน โดยเฉพาะการสื่อสาร สร้างความเข้าใจ ถึงการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างปลอดภัยในระดับครัวเรือนและการค้าระดับประเทศต่อไป ในการดำเนินกระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ หรือการสร้าง Value Creation ให้แก่สินค้าสมุนไพรของไทย จำเป็นต้องใช้องค์ความรู้หลายสาขาเพื่อพัฒนาและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและยกระดับอย่างก้าวกระโดด เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน

ในการเพิ่มมูลค่าสมุนไพรไทยสู่ตลาดต่างประเทศผ่านอุตสาหกรรม สุขภาพ ความงาม และการใช้สมุนไพรเพื่อทดแทนยาแผนปัจจุบันเพื่อช่วย ลดต้นทุนและภาระงบประมาณ ล้วนต้องการความทุ่มเทในการส่งเสริม ตั้งแต่กระบวนการปลูกที่เน้นผลผลิตที่ให้ปริมาณและคุณภาพสูง การใช้วิธี ปลูกแบบออร์แกนิก หรือการปลูกในโรงเรือน การสร้างดีมานด์ด้วยแผนการตลาด และการผนวกให้แพทย์แผนไทยเข้ามา เป็นส่วนหนึ่งของบริการด้านสาธารณสุขของประเทศ ซึ่งก้าวแรกนั้นได้มี บรรจุไว้ในแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ที่ผลักดันพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 ที่มีส่วนใน

การปลดล็อกสมุนไพรไทยแล้วบางส่วน โดยแพทย์แผนไทยสามารถ ปรุงยาและจ่ายยาให้แก่ผู้ป่วยของตนได้ โดยไม่ต้องขออนุญาต รวมถึงให้ผู้มี ตำรับยานำมาขึ้นทะเบียนก่อนได้โดยไม่ต้องหาสถานที่ผลิต อีกทั้งยัง ส่งเสริมผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนหรือเอสเอ็มอีในการผลิตสมุนไพร ให้มากขึ้น โดยในปี 2564 นี้คือ โค้งสุดท้ายของแผนแม่บทฯ ที่ประจวบกับ สถานการณ์โควิด-19 ซึ่งต้องเร่งแก้ไข นี่จึงน่าจะเป็นโอกาสที่ไม่ อาจละทิ้ง ในการทำให้สมุนไพรไทยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นของดีราคา ย่อมเยาสำหรับคนใน ประเทศ และเป็นสินค้าคุณภาพสูงเพื่อตอบโจทย์ ตลาดโลกต่อไป

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ซึ่งจัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้ความคิด สร้างสรรค์ยกระดับสินค้าและบริการของสมุนไพรไทยให้มีมูลค่าทางรายได้ พร้อมกันนี้ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2560 กำหนดให้ สศส. มีภารกิจสนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหาด้านการออกแบบและ บริการของ SME โดยควรเน้นการออกแบบให้เกิดมูลค่าสูงสุดเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และสังคม สศส. จึง ถือเป็นภารกิจที่จะนำเอาองค์ความรู้ด้านการออกแบบ ซึ่งศาสตร์การออกแบบ ไม่ใช่เพียงรูปแบบที่สวยงาม หรือประโยชน์ใช้สอย แต่หมายถึงการออกแบบคุณค่าเรื่องราวและคุณค่าทางอารมณ์ ที่จะช่วยส่งต่อสินค้าและ บริการให้มีมูลค่าสูงขึ้นด้วย สศส. จึงเสนอโครงการสร้างคุณค่าสินค้าไทย (Value Creation) จากฐานเศรษฐกิจ ท้องถิ่น เพื่อสร้างโมเดลการยกระดับการพัฒนาสมุนไพรระดับครัวเรือนชุมชนในภูมิภาคของไทยให้เกิดขึ้น อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อยกระดับสินค้าและบริการของกลุ่มผู้ประกอบการ สมุนไพร ในท้องถิ่นให้พัฒนาก้าว กระโดด
2. เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มผู้ประกอบการอาหาร สมุนไพร และหัตถกรรมในท้องถิ่น สามารถพัฒนาและ ต่อยอดสินค้าและบริการให้เติบโตได้ในอนาคต
3. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ ด้วยการสร้างเสริมถ่ายทอดเรื่องราว (Story-Telling) และ การสื่อสารแบรนด์สมุนไพรไทยให้เป็นสากล

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายเดิม/หลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ/หรือ กลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมในกลุ่มอาหาร สมุนไพร

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

หน่วยงานภาครัฐ เช่น

- สถาบันอาหาร
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.)
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

ภาคเอกชน เช่น

- ห้างค้าปลีกที่สนับสนุนสินค้าชุมชน
- กลุ่ม YEC
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม/สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว

สถาบันการศึกษาในชุมชน/ ภูมิภาค

สมาคมการออกแบบ เช่น

- สมาคมนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- สมาคมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไทย
- สมาคมนักออกแบบเรขศิลป์ไทย (ThaiGa)
- สมาคมการค้าลิขสิทธิ์และของที่ระลึกจากคาแรคเตอร์ดีไซน์ ของเล่น และผลงานศิลป์ร่วมสมัยไทย (TCAP)

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

จังหวัดโมเดลเศรษฐกิจฐานราก เช่น สกลนคร หนองคาย สมุทรปราการ เป็นต้น

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ตัวชี้วัด Output					
1. จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ/หรือ กลุ่มผู้ประกอบการได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมบรรยายเรื่อง Value Creation + Story-Telling	ราย	-	-	150	150
2. จำนวนสินค้า หรือ บริการที่ได้รับการยกระดับ	สินค้า หรือ บริการ	-	-	9	-
3. E-Catalogue (อาหารและสมุนไพร)	ชุด	-	-	1	-

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes)

1. เกิดการสร้างกระบวนการสร้างมูลค่าและคุณค่า (Value Creation) ให้แก่สินค้าและบริการท้องถิ่นไทยในมิติวัตถุดิบ-กระบวนการผลิต-กระบวนการออกแบบ-กระบวนการสร้างมาตรฐาน-กระบวนการสร้างเรื่องราว-กระบวนการส่งมอบคุณค่า
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ (Branding) สินค้าสมุนไพรไทยให้เทียบเคียงกับสินค้าท้องถิ่นของต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน เป็นต้น

ขอบเขตการดำเนินงาน

1. กิจกรรมลงสำรวจพื้นที่เป้าหมาย

- 1.1. นำเสนอโครงการต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนกลุ่มธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญ สถาบันการศึกษา ในพื้นที่เป้าหมายในรูปแบบโปสเตอร์ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิด (Knowledge Sharing) รับทราบข้อมูลเชิงลึก painpoint ข้อคิดเห็น คำแนะนำจาก ตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่
- 1.2. ลงพื้นที่สำรวจธุรกิจอาหาร สมุนไพร สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ เพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการเชิงลึก (Insight) และสรรหาวิสาหกิจชุมชน และ/หรือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเข้าร่วมโครงการ

2. กิจกรรมการบรรยาย Value Creation + Story-Telling และรับสมัคร

- 2.1. จัดกิจกรรมแนะนำโครงการและเปิดรับสมัครในรูปแบบที่มีการถ่ายทอดการจัดงานออนไลน์ โดยมีกิจกรรมเบื้องต้นดังนี้ (1) แนะนำโครงการ ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ (2) การบรรยายเรื่องให้หัวข้อ Value Creation และ/หรือ Story-Telling นำเสนอเรื่องราว-ส่งมอบ-ถ่ายทอดคุณค่า (3) Mini Consult (4) เปิดรับสมัคร
- 2.2. ดำเนินการรับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการใน 2 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อาหาร สมุนไพร ในพื้นที่เป้าหมาย แบ่งเป็น 1 จังหวัด 1 กลุ่มอุตสาหกรรม ละ 3 ธุรกิจ โดยมีหลักเกณฑ์และคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ ได้แก่
 - ใช้วัสดุ/วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบหลักในการผลิต
 - ใช้แรงงานในท้องถิ่น
 - มีการสืบทอดภูมิปัญญาในการผลิต หรือ มีการถ่ายทอดความรู้แลกเปลี่ยนระหว่างชุมชน
 - ช่องทางการจำหน่ายในปัจจุบัน

3. กิจกรรมการให้คำปรึกษา Value Creation เพื่อพัฒนาธุรกิจและการออกแบบ

- 3.1. จัดทีมพัฒนาธุรกิจ อันประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ เช่น สร้างสรรค์/ครีเอทีฟ ออกแบบ โภชนาการ วิทยาศาสตร์การอาหาร กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ สภาพแวดล้อมการทำงาน ฯลฯ

- 3.2. ให้คำปรึกษา 1:1 ทางออนไลน์ ไม่เกิน 3 ครั้ง
- วิเคราะห์สถานะธุรกิจ สินค้า และบริการ กำลังการผลิต ต้นทุนและรายได้ เพื่อประกอบการยกระดับด้วยกระบวนการพัฒนาที่ตรงสภาพปัญหา
 - ดึงจุดเด่นธุรกิจ สร้างจุดขาย ขยายความด้วย Story-Telling
 - ปรับเทคนิค/กระบวนการผลิต ประยุกต์ใช้นวัตกรรม
 - สร้างกลยุทธ์การตลาด/ช่องทางขายออนไลน์
- 3.3. ลงพื้นที่เป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน/ร้าน ไม่เกิน 2 ครั้ง
- ปรับเปลี่ยนรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม ตลอดจนวางแผนการผลิตใหม่
 - พัฒนาต้นแบบ/ปรับกระบวนการผลิต
- 3.4. จัดทำต้นแบบสินค้าและบริการให้มีความสมบูรณ์ โดยทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ/นักสร้างสรรค์ ไม่เกิน 3 ครั้ง
- เพื่อเป็นต้นแบบที่สามารถต่อยอดสู่การผลิตเพื่อขาย/ส่งออก
 - เพื่อเป็นต้นแบบที่มีการออกแบบที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ (Branding) สินค้าท้องถิ่นไทย สามารถถ่ายทอดเรื่องราว (Story-Telling) และสื่อสารแบรนด์ที่เป็นสากล
4. กิจกรรมการจัดทำองค์ความรู้และนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการ
- 4.1. คัดเลือกผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม (อาหาร สมุนไพร และหัตถกรรม) และจัดทำ E-Catalogue ที่นำเสนอเรื่องราว ภาพลักษณ์ท้องถิ่น แนวคิด จุดเด่น กระบวนการปรับเปลี่ยนการผลิต/ขั้นตอน เป็นต้น เพื่อการส่งมอบและถ่ายทอดคุณค่า สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการด้วยการออกแบบ
- 4.2. ส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมช่องทางการขาย/การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในช่องทางการตลาดออนไลน์ เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จัก

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย:ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณรวม	ตค. - ธ.ค.64	ม.ค. - มี.ค.64	เม.ย. - มิ.ย.64	ก.ค. - ก.ย.65
รวม	ลบ.	6.3582	0.60830	1.8765	2.4187	1.4547
1. กิจกรรมลงสำรวจพื้นที่เป้าหมาย	ลบ.	0.42130	-	-	-	-
ระยะเวลา	2 เดือน					
งบประมาณ	ลบ.		0.42130	-	-	-
2. กิจกรรมการบรรยาย Value Creation + Story-Telling และรับ		0.72540	-	-	-	-

สมัคร						
ตัวชี้วัดที่ 1 จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ/หรือ กลุ่มผู้ประกอบการได้รับ ความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมบรรยาย เรื่อง Value Creation + Story- Telling	ราย		-	-	-	300
ระยะเวลา	3 เดือน					
งบประมาณ	ลบ.			0.36270	-	0.36270
3. กิจกรรมการให้คำปรึกษา Value Creation เพื่อพัฒนาธุรกิจและการ ออกแบบ		2.65350	-	-	-	-
ตัวชี้วัดที่ 2 จำนวนสินค้าหรือบริการที่ ได้รับการยกระดับ	กลุ่ม		-	-	9	-
ระยะเวลา	5 เดือน					
งบประมาณ	ลบ.			1.32675	1.32675	
4. กิจกรรมการจัดทำองค์ความรู้และ นำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการ		1.81000	-	-	-	-
ตัวชี้วัดที่ 3 E-Catalogue (อาหาร สมุนไพร)	ชุด		-	-	-	1
ระยะเวลา	10 เดือน					
งบประมาณ	ลบ.				0.905	0.905
5. กิจกรรมประสานงานดำเนินการ		0.74800	-	-	-	-
ระยะเวลา	12 เดือน					
งบประมาณ	ลบ.		0.18700	0.18700	0.18700	0.18700

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 6,358,200 บาท (หกล้านสามแสนห้าหมื่นแปดพันสองร้อยบาทถ้วน) ประกอบด้วย

หน่วยเป็น : บาท

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1. กิจกรรมลงสำรวจพื้นที่เป้าหมาย				421,300
1.1 ค่าจัดทำข้อมูลเชิงลึก (insight) และสรุปข้อมูลอุตสาหกรรมในพื้นที่เป้าหมาย	90,000	3	พื้นที่	270,000
1.2 ค่าตอบแทนบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ 3 คนๆ ละ 1,500 จำนวน 3 พื้นที่	1,500	3	คน/3 พื้นที่	13,500
1.3 ค่าเครื่องบินไป-กลับ เที่ยวบิน 2,500 บาท (ผู้บริหารโครงการ ผู้เชี่ยวชาญ และทีมงาน) จำนวน 4 คน/พื้นที่	5,000	4	คน/3 พื้นที่	60,000
1.4 ค่าพาหนะเดินทางในต่างจังหวัด จำนวน 1 คัน/พื้นที่ จำนวน 3 พื้นที่	2,800	1	คัน/3 พื้นที่	8,400
1.5 ค่าอาหารกลางวัน และอาหารว่าง 1 มื้อ จำนวน 20 คน/พื้นที่	250	20	คน/3 พื้นที่	15,000
1.6 ค่ารับรอง	5,000	3	พื้นที่	15,000
1.7 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าอุปกรณ์	39,400	1	งาน	39,400
2. กิจกรรมการบรรยาย Value Creation + Story-Telling และรับสมัคร				725,400
2.1 ค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่สำรวจพื้นที่เป้าหมายเพื่อเตรียมงาน				98,400
- ค่าอาหารกลางวัน และอาหารว่าง 1 มื้อ จำนวน 4 คน จำนวน 2 วัน	250	4	คน/3 พื้นที่	6,000
- ค่าเครื่องบินไป-กลับ เที่ยวบิน 2,500 บาท (วิทยากร และทีมงาน) จำนวน 4 คน	5,000	4	คน/3 พื้นที่	60,000
- ค่าพาหนะเดินทางในต่างจังหวัด จำนวน 2 วัน (1 คัน)	2,800	2	วัน/3 พื้นที่	16,800
- ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน (วิทยากร และทีมงาน) จำนวน 4 คน จำนวน 1 คืน	1,200	4	ห้อง/คืน/3 พื้นที่	3,600
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเดินทาง ค่าวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	4,000	3	พื้นที่	12,000
2.2 ค่าพัฒนาหลักสูตรฯ และจัดทำข้อมูล Value Creation + Story-Telling (อาหาร)	70,000	1	งาน	70,000
2.3 ค่าพัฒนาหลักสูตรฯ และจัดทำข้อมูล Value Creation + Story-Telling (สมุนไพร)	70,000	1	งาน	70,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
2.4 ค่าพัฒนาหลักสูตรฯ และจัดทำข้อมูล Value Creation + Story-Telling (หัตถกรรม)	70,000	1	งาน	70,000
2.5 ค่าตอบแทนวิทยากรในวันจัดกิจกรรม 2 คน/อุตสาหกรรม รวม 6 คน จำนวน 3 พื้นที่	9,600	3	คน/3 พื้นที่	86,400
2.6 ค่าใช้จ่ายด้านเอกสารประกอบกิจกรรม จำนวน 60 ชุด	70	60	ชุด	4,200
2.7 ค่าบันทึกเนื้อหาและสรุปผลกิจกรรม 3 พื้นที่	15,000	3	พื้นที่	45,000
2.8 ค่าอาหารกลางวัน และอาหารว่าง 1 มื้อ จำนวน 20 คน/พื้นที่	250	20	คน/3 พื้นที่	15,000
2.9 ค่าเครื่องบินไป-กลับ เที่ยวบิน 2,500 บาท (ผู้เชี่ยวชาญ วิทยากร และ เจ้าหน้าที่) จำนวน 8 คน	5,000	8	คน/3 พื้นที่	120,000
2.10 ค่าพาหนะเดินทางในต่างจังหวัด จำนวน 2 วัน (2 คืน)	2,800	2	คืน/2 วัน/3 พื้นที่	33,600
2.11 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน (ผู้เชี่ยวชาญ วิทยากร และ เจ้าหน้าที่) จำนวน 8 คน จำนวน 1 คืน	1,200	8	ห้อง/คืน/3 พื้นที่	28,800
2.12 ค่าจัดหา/เช่าอุปกรณ์เพื่อการถ่ายทอดทางออนไลน์	20,000	3	พื้นที่	60,000
2.13 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าขนส่ง ค่าเดินทางเจ้าหน้าที่ ค่าวัสดุอุปกรณ์ สิ้นเปลือง ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าอุปกรณ์ ฯลฯ	8,000	3	พื้นที่	24,000
3. กิจกรรมการให้คำปรึกษา Value Creation เพื่อพัฒนารัฐกิจและการ ออกแบบ				2,653,500
3.1 ค่ารวบรวมข้อมูลเชิงลึกผู้ประกอบการและธุรกิจ เพื่อคัดเลือก ผู้ประกอบการ	50,000	3	พื้นที่	150,000
3.2 ค่าพัฒนาหลักสูตรฯ และออกแบบ template เพื่อการเรียนรู้ (อาหาร)	100,000	1	งาน	100,000
3.3 ค่าพัฒนาหลักสูตรฯ และออกแบบ template เพื่อการเรียนรู้ (สมุนไพร)	100,000	1	งาน	100,000
3.4 ค่าพัฒนาหลักสูตรฯ และออกแบบ template เพื่อการเรียนรู้ (หัตถกรรม)	100,000	1	งาน	100,000
3.5 ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการและผู้เชี่ยวชาญต่างๆ				1,077,600
- ที่ปรึกษาอาวุโสด้านอาหาร อายุงานไม่ต่ำกว่า 10 ปี	25,000	4	เดือน	100,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ที่ปรึกษาอาวุโสด้านสมุนไพร อายุงานไม่ต่ำกว่า 10 ปี	25,000	4	เดือน	100,000
- ที่ปรึกษาอาวุโสด้านสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น หัตถอุตสาหกรรม อายุงานไม่ต่ำกว่า 10 ปี	25,000	4	เดือน	100,000
- ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ การตลาด และการขายออนไลน์/ ออฟไลน์	9,600	30	1	288,000
- ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญด้าน Value Creation + Story-Telling	9,600	21	1	201,600
- ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ การสร้างสรรค์ การปรับ รูปลักษณ์ (Styling)	9,600	30	1	288,000
3.6 ค่าใช้จ่ายสำหรับ on-site visit ณ สถานประกอบการ/ร้าน/ชุมชน				309,900
- ค่าอาหารกลางวัน อาหารเย็น และอาหารว่าง จำนวน 20 คน/พื้นที่ จำนวน 2 ครั้ง	250	20	คน/3 พื้นที่	30,000
- ค่าจัดเตรียมอุปกรณ์ และเอกสารประกอบการให้คำปรึกษา	8,000	3	พื้นที่	48,000
- ค่าเครื่องบินไป-กลับ เที่ยวบิน 2,500 บาท (ผู้เชี่ยวชาญ วิทยากร และ เจ้าหน้าที่) จำนวน 4 คน จำนวน 2 ครั้ง	5,000	4	คน/3 พื้นที่	120,000
- ค่าพาหนะเดินทางใน 3 พื้นที่ๆ ละ 2 วัน จำนวน 2 ครั้ง	2,800	2	วัน/3 พื้นที่	33,600
- ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน (ผู้เชี่ยวชาญ และทีมงาน) จำนวน 4 คน จำนวน 1 คืน จำนวน 2 ครั้ง	1,200	4	ห้อง/คืน/3 พื้นที่	28,800
- ค่าตอบแทนบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ๆ ละ 3 คนในการทดลอง ผลิตภัณฑ์/บริการ จำนวน 3 พื้นที่	1,500	3	3 คน/พื้นที่	13,500
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่ารับรอง ฯลฯ	12,000	3	พื้นที่	36,000
3.7 ค่าสนับสนุนพัฒนานวัตกรรม กระบวนการผลิต วิทยาศาสตร์การอาหาร ฯลฯ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ	60,000	3	งาน	180,000
3.8 ค่าสนับสนุนเทคโนโลยีหัตถอุตสาหกรรม สนับสนุนในการติดตาม และให้ คำปรึกษาในการพัฒนาสินค้าต้นแบบ	60,000	3	งาน	180,000
3.9 ค่าสนับสนุนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ บริการต้นแบบ	60,000	3	งาน	180,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
3.10 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Curate and Create Story)	20,000	9	งาน	180,000
3.11 ค่าใช้จ่ายในการจัดทำรายงานสรุปผลการให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ ประเมิน และสรุปผลรายกิจการ	8,000	9	งาน	72,000
3.13 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	8,000	3	พื้นที่	24,000
4. กิจกรรมการจัดทำองค์ความรู้และนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการ				1,810,000
4.1 ค่าออกแบบ Key Visual และการสื่อสารของกิจกรรม การ Boost post เพื่อประชาสัมพันธ์				150,000
4.2 ค่าออกแบบการเล่าเรื่องผลงาน 3 กลุ่ม (อาหาร สมุนไพร และหัตถกรรม) และวิธีนำเสนอผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการใหม่	20,000	3	กลุ่ม	60,000
4.3 ค่าออกแบบ E-catalog เนื้อหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม	150,000	1	งาน	150,000
4.4 ค่าใช้จ่ายในการบันทึกภาพ ถ่าย และวิดีโอผลิตภัณฑ์/บริการ 3 พื้นที่ (Value Creation + Story-Telling)	50,000	3	พื้นที่	150,000
4.5 ค่าจัดแสดงผลงาน/กิจกรรมส่งเสริมการขาย ใน 3 พื้นที่	100,000	3	พื้นที่	300,000
4.6 ค่าใช้จ่ายในประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของโครงการ				325,000
- ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (Offline/Online) ภาษาไทย และต่างประเทศ	25,000	9	ชิ้นงาน	225,000
- ค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์ของงานจัดแสดงสินค้า (รวมพิธีเปิด แลกของขวัญ สื่อ เป็นต้น)	100,000			100,000
4.7 ค่าใช้จ่ายในการทำแพลตฟอร์มจัดแสดงสินค้าออนไลน์ส่งเสริมการขาย (Application หรือ Web-based)				675,000
- ค่าออกแบบแพลตฟอร์ม และพัฒนาแนวคิดการจัดแสดงทางออนไลน์	40,000	9	งาน	360,000
- ค่ารวบรวมผลงาน และจัดทำเนื้อหาประกอบ	20,000	9	งาน	180,000
- ค่าถ่ายภาพ ออกแบบการนำเสนอแต่ละผลงาน	15,000	9	งาน	135,000
5. กิจกรรมประสานงานดำเนินการ				748,000
5.1 ค่าจ้างผู้ประสานงานโครงการ คนละ 31,167 บาท/เดือน จำนวน 2 คน 12 เดือน	31,167	24	เดือน	748,000
รวมทั้งสิ้น				6,358,208

หมายเหตุ ขออภัยทุกรายการ

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สินค้าและบริการของกลุ่มผู้ประกอบการอาหาร สมุนไพร ในท้องถิ่นได้รับการยกระดับและปรับกระบวนการผลิตสินค้าให้พัฒนาอย่างก้าวกระโดด
2. กลุ่มผู้ประกอบการอาหาร สมุนไพรท้องถิ่นได้รับการส่งเสริม พัฒนา และต่อยอดสินค้าและบริการให้เติบโตได้ในอนาคต
3. สินค้าและบริการได้รับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างเสริมถ่ายทอดเรื่องราว (Story-Telling) และการสื่อสารแบรนด์ที่เป็นสากล

โครงการสร้างความพร้อมให้ SME ในการเข้าสู่การแข่งขันในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ

โครงการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจให้แก่ MSMEs

(MSMEs Business Design and Transformation Program)

งบประมาณปี 2565 รวม 6,687,700 บาท (หกล้านหกแสนแปดหมื่นเจ็ดพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หลักการและเหตุผล

จากสถานการณ์ของโลกที่ผันผวน และเปลี่ยนแปลงในชั่วพริบตา เพราะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวนหลายระลอก หลายสายพันธุ์ ส่งผลต่อการดำรงชีวิตชีวิตของผู้คนทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นในด้าน สังคม ครอบครัว การหาเลี้ยงชีพ การศึกษา ซึ่งที่สำคัญที่สุดคือพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ที่เป็นผลให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการใหม่ๆ เกิดการผสมผสานกันระหว่างกายภาพและออนไลน์มากขึ้น (Online Merge Offline - OMO) จึงเกิดแรงกระตุ้นให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัวให้ทันและตอบรับกับสถานการณ์ ถือเป็นโอกาสที่ต้องรีบหยิบฉวยเพื่อให้อยู่รอดตามวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

และด้วยเหตุนี้ ทำให้สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ได้หยิบยกประเด็น “การเริ่มต้นใหม่ครั้งยิ่งใหญ่ (The Great Reset)” พร้อมทั้งประกาศอย่างเป็นทางการว่าภาครัฐ ภาคประชาชน ทั่วโลก โดยเฉพาะภาคธุรกิจ จำเป็นต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงในหลายมิติภายในองค์กร ได้แก่การพัฒนาสินค้าและบริการ, กระบวนการผลิต ไปจนถึงช่องทางในการกระจายสินค้า ที่สามารถสร้างรายได้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเสริมสภาพคล่องทางการเงิน เพื่อให้เกิดเสถียรภาพ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงความสอดคล้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคยุคใหม่ และผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นตัวช่วยอีกด้วย

สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) มีภารกิจหลักในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยการเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น แก่กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะในกลุ่มที่เฉพาะเจาะจงลงไปนั้นคือกลุ่ม Micro SMEs ที่ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และนักสร้างสรรค์รายย่อย ที่กำลังประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และการว่างงาน จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จำนวนหลายระลอกในประเทศไทย จึงได้จัดโครงการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจให้แก่ MSMEs ขึ้น เพื่อเป็นอีกช่องทางในการส่งเสริมพัฒนาให้ผู้เข้าร่วมโครงการ เกิดแนวคิดในการแก้ปัญหาธุรกิจ มีช่องทางที่มากขึ้นในการหารายได้ และมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นไม่แพ้ คู่ต่อสู้ทางธุรกิจที่ใหญ่กว่า อีกทั้งยังสอดคล้องกับโลกยุคใหม่ที่คนสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปลอดภัยในระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยไม่เกิดความตื่นตระหนกและหวาดกลัว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็น แก่ผู้ประกอบการ MSMEs และนักสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาปรับปรุงธุรกิจเดิม และ/หรือ ออกแบบสร้างธุรกิจใหม่
2. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการทั่วไปและส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ท้องถิ่น เทคโนโลยี/ดิจิทัล ไปใช้ ในการออกแบบและพัฒนานวัตกรรม และ/หรือ สินค้าและบริการที่เป็นที่ต้องการในบริบทใหม่
3. เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ (Business Opportunities and Commercialization)

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ประกอบการ MSMEs กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/ Products) การนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้าและบริการ เช่น แฟชั่น สินค้าที่ระลึก สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าเกษตร ธุรกิจบริการ เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการ และนักสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ดนตรี และทัศนศิลป์

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ (ถ้ามี)

- (1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- (2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- (3) กรมการส่งเสริมการค้าแห่งประเทศไทย (DITP) กระทรวงพาณิชย์
- (4) กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP) กระทรวงพาณิชย์
- (5) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)
- (6) สมาคมการค้าลิขสิทธิ์ และของที่ระลึกจากคาแรคเตอร์ดีไซน์ ของเล่น และผลงานศิลปะร่วมสมัยไทย (TCAP)
- (7) สมาคมนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Industrial Designers Society Thailand - IDS))

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินการ

กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2564 (ระดับ Output และ Outcome)

งบประมาณประจำปี 2565

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
<u>ตัวชี้วัด Output</u>					
1. จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมกิจกรรมบรรยาย รับประทานอาหาร และ/หรือ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ	1,500 คน	300	500	500	200
2. จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ/หรือ ธุรกิจต้นแบบ	80 ต้นแบบ	-	80	-	-
<u>ระดับผลลัพธ์ (Outcome)</u>					
1.ผู้ประกอบการ เกิดธุรกรรม* 30 รายการ (จำนวนธุรกรรมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ได้รับการสั่งซื้อ สั่งจอง สั่งจ้าง ให้ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากลูกค้าหรือผู้รับบริการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งหมายรวมถึง ธุรกรรมที่ท่าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์)	30 รายการ	-	-	15	15

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมให้คำปรึกษาธุรกิจสร้างสรรค์

- วางแผนดำเนินงาน สืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดหัวข้อการให้คำปรึกษาที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คัดเลือกผู้ให้คำปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญตามหัวข้อที่กำหนดไว้
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อรับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม
- ดำเนินการให้คำปรึกษา ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์
- ประเมินผล และจัดทำบทสรุปการจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์: CHANGE 2022- Visual Character Arts ปีที่ 2

- วางแผนงานดำเนินงาน สืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ คัดเลือกบุคลากรที่จะมาบริหารจัดการกิจกรรม
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อรับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม
- จัดกิจกรรมอบรมและสัมมนาเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมเพื่อนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นต่อไป
- ดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้การดูแลและให้คำแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญ จนเกิดต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 40 ชิ้น
- ดำเนินการผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 40 ชิ้น
- ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้เกิดธุรกรรมทางการค้าจำนวน 20 รายการ
- ประเมินผล และจัดทำบทสรุปการจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์: Non-fungible Tokens สำหรับอุตสาหกรรมดนตรี

- วางแผนงานดำเนินงาน สืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ คัดเลือกบุคลากรที่จะมาบริหารจัดการกิจกรรม
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อรับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม
- จัดกิจกรรมอบรมและสัมมนาเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมเพื่อนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาผลงานขั้นต่อไปจำนวน 40 ผลงาน
- ดำเนินการคัดเลือกผลงานต้นแบบเพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ โดยคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 ผลงาน
- ดำเนินการส่งเสริมผลงานดังกล่าวให้เกิดธุรกรรมทางการค้า (ด้วยการขายผลงานในรูปแบบ Non-fungible Tokens จำนวน 10 รายการ
- ประเมินผล และจัดทำบทสรุปการจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมจัดแสดงผลงานในเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565

- วางแผนดำเนินงาน กำหนดธีมการจัดแสดงผลงานผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับธีมหลักของเทศกาลงานออกแบบ 2565 คัดเลือกผู้ที่จะมาออกแบบการจัดแสดง
- คัดเลือกผลงานผู้ประกอบการเพื่อนำมาจัดแสดง และดำเนินกิจกรรมอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการจัดแสดงผลงานสำหรับผู้ประกอบการ

- ดำเนินกิจกรรมเชื่อมต่อธุรกิจทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออนไลน์ในงานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565
- จัดทำบทสรุป และประเมินผลการจัดกิจกรรม

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 64	ม.ค. – มี.ค. 65	เม.ย. – มิ.ย. 65	ก.ค. – ก.ย. 65
รวม	ลบ.	6.6877	0.6680	1.7711	1.8743	2.3743
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมให้คำปรึกษาธุรกิจสร้างสรรค์	ลบ.					
ตัวชี้วัด จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมงานบรรยาย และ สัมมนาเชิงปฏิบัติการเชิงลึก	ราย	300				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	1.0000	0.2500	0.2500	0.2500	0.2500
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์: CHANGE 2022-Visual Character Arts ปีที่ 2	ลบ.					
ตัวชี้วัด จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมงานบรรยาย และ สัมมนาเชิงปฏิบัติการเชิงลึก	ราย	100				
จำนวนต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ และ/หรือ ธุรกิจใหม่) และ การส่งต่อไปยังหน่วยงานภาคีเครือข่าย	ชิ้น	40				
จำนวนธุรกรรมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ได้รับการ สั่งซื้อ สั่งจอง สั่งจ้าง ให้ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากลูกค้าหรือผู้รับบริการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่ง หมายรวมถึง ธุรกรรมที่ทำผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์	ราย	5				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	2.0157		0.4031	0.8063	0.8063

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 64	ม.ค. – มี.ค. 65	เม.ย. – มิ.ย. 65	ก.ค. – ก.ย. 65
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์: Non-fungible Tokens สำหรับอุตสาหกรรม ดนตรี	ลบ.					
ตัวชี้วัด จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมงานบรรยาย และ สัมมนาเชิงปฏิบัติการเชิงลึก	ราย	100				
จำนวนต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ และ/หรือ ธุรกิจใหม่) และ การส่งต่อไปยังหน่วยงานภาคีเครือข่าย	ชิ้น	40				
จำนวนธุรกรรมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ได้รับการ สั่งซื้อ สั่งจอง สั่งจ้าง ให้ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากลูกค้าหรือผู้รับบริการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่ง หมายรวมถึง ธุรกรรมที่ทำผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์	ราย	5				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	1.0000		0.2000	0.4000	0.4000
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมเชื่อมต่อธุรกิจในเทศกาลงานออกแบบ กรุงเทพฯ 2565						
ตัวชี้วัด จำนวนธุรกรรมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ได้รับการ สั่งซื้อ สั่งจอง สั่งจ้าง ให้ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากลูกค้าหรือผู้รับบริการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่ง หมายรวมถึง ธุรกรรมที่ทำผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์	รายการ	20				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	1.0000		0.5000		0.5000
กิจกรรมที่ 5 จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ						
ระยะเวลา						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 64	ม.ค. – มี.ค. 65	เม.ย. – มิ.ย. 65	ก.ค. – ก.ย. 65
งบประมาณ	ลบ.	0.6688	0.1672	0.1672	0.1672	0.1672
กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์						
ระยะเวลา			←	→	→	→
งบประมาณ	ลบ.	0.6688	0.1672	0.1672	0.1672	0.1672
กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)						
ระยะเวลา			←	→	→	→
งบประมาณ	ลบ.	0.3344	0.0836	0.0836	0.0836	0.0836

รายละเอียดงบประมาณ

6,687,700 (หกล้านหกแสนแปดหมื่นเจ็ดพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1. กิจกรรมให้คำปรึกษาธุรกิจสร้างสรรค์				1,000,000
ค่าตอบแทนบุคลากร				
- ค่าตอบแทนผู้ให้คำปรึกษา 1 คน ต่อ 1 ครั้ง ให้คำปรึกษาผู้ประกอบการ 5 ราย จำนวน 144 ครั้งๆละ 5,000 บาท	5,000	144	ครั้ง	720,000
- ค่าบริหารจัดการและประสานงานจัดกิจกรรมระยะยาว 12 เดือน	180,000	1	หน่วย	180,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
- ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media เดือนละ 5,000 บาท จำนวน 12 เดือน	5,000	12	เดือน	60,000
- ค่าสมาชิกแพลตฟอร์ม เหมาจ่าย 1 ปีสำหรับการนัดหมายการให้คำปรึกษา	40,000	1	ปี	40,000
2. กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์: CHANGE 2022- Visual Character Arts ปีที่ 2				2,015,775
ค่าตอบแทนบุคลากร				

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าตอบแทนวิทยากร ดำเนินงานอบรมสัมมนาและให้คำปรึกษาถ่ายทอดองค์ความรู้ตลอดโครงการ (คนละ 9,600 บาท/คน/วัน)	9,600	40	ครั้ง	384,000
- ค่าจ้างออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ละ 30,000 บาท จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ (Prototypes)	30,000	30	ชิ้นงาน	900,000
- ค่าผลิตชิ้นงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ละ 20,000 บาท จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์ (Prototypes)	20,000	30	ชิ้นงาน	600,000
-ค่าบริหารจัดการและประสานงานจัดกิจกรรม	100,000	1	หน่วย	100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
- ค่าอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดระหว่างการจัดกิจกรรม	31,700	1	หน่วย	31,775
3. กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์: Non-fungible Tokens สำหรับอุตสาหกรรมดนตรี				1,000,000
ค่าตอบแทนบุคลากร				
- ค่าตอบแทนวิทยากร ดำเนินงานอบรมสัมมนาและให้คำปรึกษาถ่ายทอดองค์ความรู้ตลอดโครงการ (คนละ 9,600 บาท/คน/ครั้ง)	9,600	30	ครั้ง	288,000
- ค่าสนับสนุนพัฒนาผลงานดนตรีจำนวน 10 ผลงาน ผลงานละ 30,000 บาท	30,000	10	ชิ้นงาน	300,000
- ค่าสนับสนุนการขายผลงานดนตรีในรูปแบบ NFT (ค่า Gas, ค่า Mint และค่าการตลาด) จำนวน 10 ผลงาน ผลงานละ 20,000 บาท	20,000	10	รายการ	200,000
-ค่าบริหารจัดการการจัดอบรมสัมมนาและรวบรวมผลงานดนตรีจากกิจกรรม	100,000	1	หน่วย	100,000
-ค่าบริหารจัดการการขายผลงาน NFT	100,000	1	หน่วย	100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
- ค่าอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดระหว่างการจัดกิจกรรม	12,000	1	หน่วย	12,000
4. กิจกรรมเชื่อมต่อธุรกิจในตลาดงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565				1,000,000
ค่าตอบแทนบุคลากร				
- ค่าตอบแทนวิทยากร และแขกรับเชิญ ในการช่วยส่งเสริมการขายสินค้าในตลาดงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565 (คนละ 9,600 บาท/คน/ครั้ง)	9,600	10	ครั้ง	96,000

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าจัดกิจกรรมเชื่อมต่อธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์	550,000	1	หน่วย	550,000
- ค่าจัดกิจกรรมเชื่อมต่อธุรกิจในพื้นที่เทศบาลงานออกแบบกรุงเทพ 2565	300,000	1	หน่วย	300,000
- ค่าบริหารจัดการในการเชื่อมต่อธุรกิจ	50,000	1	หน่วย	50,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
- ค่าอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดระหว่างการจัดกิจกรรม	4,000	1	หน่วย	4,000
5. จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ				668,770
ค่าตอบแทนบุคลากร				
- ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ จำนวน 12 เดือน	334,385	2	คน	668,770
6. กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				668,770
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
- ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการการสื่อสารและตลาด	55,731	12	เดือน	668,770
7. กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)				334,385
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
- ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล	27,865	12	เดือน	334,385
รวมงบประมาณทั้งสิ้น				6,687,700

หมายเหตุ ขอถว้จ่ายทุกรายการ

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. สร้างความตระหนักรู้ให้แก่ Micro SMEs ถึง “การเริ่มต้นใหม่ครั้งยิ่งใหญ่ (The Great Reset)” ที่ WEF ได้ยกประเด็นขึ้นมา ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นสำหรับธุรกิจในการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรู้และดำเนินการได้อย่างเป็นระบบ ภายใต้หลักการและแนวคิดของโครงการ “*ตั้งหลักใหม่ ตั้งต้นใหม่ และ ตั้งลำใหม่ (Reset Restart Redesign)*”
2. ยกระดับเศรษฐกิจไทยและผู้ประกอบการไทย ด้วยความคิดและกระบวนการสร้างสรรค์ เกิดระบบนิเวศผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ที่จะผลักดันให้เกิดการพัฒนาผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีนวัตกรรม มีความโดดเด่น ตอบโจทย์ความต้องการ สามารถแข่งขันทางธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจบริการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ สามารถนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น เพิ่มศักยภาพใน

การแข่งขันทางธุรกิจ เอื้อให้เกิดการติดต่อเจรจาทางธุรกิจ เพื่อเป็นการขยายโอกาส ช่องทาง และเครือข่ายทางธุรกิจ สร้างรายได้จากการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์

โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค

งบประมาณปี 2565 รวม 4,208,100 บาท (สี่ล้านสองแสนแปดพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เชียงใหม่

สำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขอนแก่น

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (ปี 2560-2579) และเป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ประชาชนมีความสุข และมีรายได้เพิ่ม ซึ่งต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน ทั้งในมิติของการสร้างความร่วมมือและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ การส่งเสริมการจัดระบบการเงินของชุมชน การพัฒนาระบบข้อมูลที่ทันสมัยและรอบด้านเพื่อวิเคราะห์ระบบของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาระบบการผลิตของชุมชนทั้งขั้นพื้นฐานและก้าวหน้าที่ได้มาตรฐาน มีมูลค่าเพิ่มและสามารถเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจภายนอกได้

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สสส. เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการนำความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการออกแบบบริการ (Service Design) ไปใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาธุรกิจและเป็นพลังสำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่การผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ทั้งภาคธุรกิจ ภาคการออกแบบ และกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการอบรม บ่มเพาะและการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการรายใหม่และรายเดิม รวมทั้งบุคลากรสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มีพื้นที่และกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ (Startup) และผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้พบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ นักออกแบบ และนักสร้างสรรค์ รวมทั้งการจัดแสดงผลงานและศักยภาพด้านการผลิตและออกแบบ อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถด้านการแข่งขันได้ในระดับสากล

สสส. มีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาขาในภาคเหนือ คือ TCDC เชียงใหม่ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ TCDC ขอนแก่น ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักศึกษา และประชาชนผู้สนใจในจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน สนับสนุนให้ใช้ศักยภาพที่มีอยู่ ผสานกับสินทรัพย์ทางภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มาประยุกต์เข้ากับเทคโนโลยีและองค์ความรู้สมัยใหม่ อันจะนำไปสู่การสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการที่มีความแข็งแกร่งในเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น และกำลังขยายสาขาไปสู่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งจะครอบคลุมการให้บริการจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงนักออกแบบ ผู้ประกอบการในท้องถิ่น ตลอดจนนักเรียนนักศึกษา ในปี 2560 - 2562 สสส. ได้จัดทำโครงการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่หลากหลายกิจกรรม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ นักออกแบบรุ่นใหม่ มาร่วมเรียนรู้แนวคิดและกลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์ แปรนต์ให้โดดเด่น กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งทอแก่นักออกแบบและผู้ผลิตให้มีเอกลักษณ์และน่าสนใจมากขึ้น และกิจกรรมต่อยอดเอกลักษณ์

ท้องถิ่นสู่การออกแบบงานหัตถกรรม (Local Essence)” ที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ธุรกิจสร้างสรรค์และนักออกแบบและในภูมิภาคเหนือตอนบน เป็นต้น

สศส. จึงได้จัดทำ “โครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค” ขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความสามารถในการประกอบธุรกิจแบบ มีอาชีพ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็ง ในการประกอบธุรกิจและองค์ความรู้พื้นฐานด้านการตลาดและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ เพื่อให้ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น และนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์รวมถึงการสร้างตราสินค้าและการดำเนินธุรกิจต่อไป ตลอดจนเชื่อมโยงไปสู่การ เผยแพร่และจัดแสดงผลงานผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบของกิจกรรมต่อยอดรูปแบบอื่นในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อยกระดับคุณภาพและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการชุมชน ให้รองรับการ เชื่อมโยงกับย่านการค้าและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของท้องถิ่น ด้วยองค์ความรู้สมัยใหม่เรื่อง พื้นฐานการตลาดแบบออนไลน์ และ ออฟไลน์ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และ การออกแบบบริการ (Service Design)
2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านความคิดสร้างสรรค์ให้มีความโดดเด่นในย่านการค้าท้องถิ่นและตลาดอื่นที่ สำคัญ อันจะนำไปสู่การเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืนพึ่งพาตนเองได้ในภูมิภาค
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนรองรับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภาคเหนือ ตอนบน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการชุมชน และช่างฝีมือชุมชนในภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ
2. นักออกแบบวิชาชีพ นักออกแบบรุ่นใหม่ที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจตนเอง (Startup) หรือที่เตรียมความพร้อมการเริ่มธุรกิจ (Pre-Startup)

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ (ถ้ามี)

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือ และภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินการ

1. จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดอื่นในภาคเหนือ
2. จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย และจังหวัดอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ตัวชี้วัด Output					
1. ผู้ประกอบการชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึก ด้วยองค์ความรู้ด้านพื้นฐานการตลาด หรือการออกแบบในการพัฒนาคุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ	600 ราย	40	80	240	240
2. สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ของชุมชน ที่ได้รับการพัฒนา	10 ผลิตภัณฑ์ /รายการ	-	2	2	6
ตัวชี้วัด Outcome					
1. ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ ร้อยละ 26	ร้อยละ				26

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน

กิจกรรมบ่มเพาะผู้ประกอบการชุมชนด้วยองค์ความรู้ด้านธุรกิจสร้างสรรค์ การเข้าใจลูกค้า มีความรู้หลักการการตลาดพื้นฐาน กระบวนการคิดเชิงออกแบบ และเทคนิคงานช่างฝีมือ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เน้นการสร้างกระบวนการคิดและลงมือปฏิบัติจริงเป็นแนวทางบ่มเพาะผู้ประกอบการชุมชนและ SMEs ให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกระบวนการจัดการ เพิ่มประสิทธิภาพลดข้อจำกัดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสร้างแบรนด์ โดยจัดกิจกรรมกระจายไปสู่ภูมิภาค เช่น จังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีกิจกรรมหลัก ดังนี้

1. กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการออกแบบงานบริการ (Service Design)

- 1.1 สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการนำการออกแบบไปใช้ยกระดับคุณภาพงานบริการชุมชน
- 1.2 จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกผ่านการทำงานร่วมกันโดยมีผู้เชี่ยวชาญงานบริการ นักการตลาด แนะนำผ่านกระบวนการออกแบบงานบริการ (Service Design) ปรับใช้ในการพัฒนาธุรกิจและบริการให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้
- 1.3 จัดหลักสูตรการฝึกอบรม บรรยาย หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ในหัวข้อการออกแบบบริการ โดยมีนักออกแบบ นักการตลาด ผู้ประกอบการชุมชนที่ประสบความสำเร็จ มาถ่ายทอดให้ความรู้ และนำเสนอกรณีศึกษาจากภูมิภาคต่าง ๆ
- 1.4 จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรด้านการออกแบบบริการในภูมิภาคต่าง ๆ
- 1.5 บันทึกการฝึกอบรมและเผยแพร่องค์ความรู้การออกแบบบริการในรูปแบบการเรียนการสอนในพื้นที่และในระบบออนไลน์ ไปสู่ผู้ประกอบการชุมชนในวงกว้าง

2. กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

- 2.1 สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบไปใช้ยกระดับคุณภาพการผลิต
- 2.2 จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกผ่านการทำงานร่วมกันโดยมีนักออกแบบ นักการตลาด แนะนำผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ปรับใช้ในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้
- 2.3 จัดหลักสูตรฝึกอบรม บรรยาย หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ในหัวข้อกระบวนการคิดเชิงออกแบบ หรือการจัดการธุรกิจ โดยมีนักออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มาถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการธุรกิจชุมชนสมัยใหม่ต่างๆ เช่น Social entrepreneur, Vernacular business เป็นต้น

- 2.4 จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่าย และสร้างความร่วมมือระหว่างภาคการออกแบบ บุคลากร
สร้างสรรค์รุ่นใหม่ ผู้ประกอบการชุมชน และภาครัฐกิจ
- 2.5 บันทึกการฝึกอบรมและเผยแพร่องค์ความรู้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในรูปแบบการเรียนการ
สอนในพื้นที่และในระบบออนไลน์ ไปสู่ผู้ประกอบการชุมชนในวงกว้าง
- 2.6 ประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานพันธมิตรต่างๆในการส่งเสริมพื้นที่งานแสดงข้อมูลและ
เนื้อหาการออกแบบให้ชุมชน และประชาชนได้เกิดความเข้าใจด้านการออกแบบ และการบริการ
- 2.7 ประเมินผลศักยภาพผู้ให้บริการความรู้ที่ผ่านการฝึกอบรม
- 3. กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วยการให้คำปรึกษาเชิงลึกด้วยโมเดลธุรกิจขนาดเล็ก
และการตลาดออนไลน์**
 - 3.1 จำแนกประเภทและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการชุมชนที่มีศักยภาพในการตลาดการค้า
สมัยใหม่
 - 3.2 จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกด้วยเครื่องมือการตลาด การวิเคราะห์และเข้าใจลูกค้า(STP) การ
ออกแบบจัดแสดงสินค้า (Visual Merchandising) หรือการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ (Storytelling)
โดยนักการตลาด และผู้เชี่ยวชาญ
 - 3.3 จัดหลักการให้คำปรึกษาเชิงลึก ด้วยหลักการตลาดสำหรับโมเดลธุรกิจขนาดเล็กและการตลาด
ออนไลน์
 - 3.4 ประเมินผลมูลค่ารายได้และความคุ้มค่าของผู้ประกอบการชุมชนที่ได้ออกร้านแสดงสินค้า
- 4. กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการเผยแพร่ความรู้การต่อยอดโมเดล
ธุรกิจขนาดเล็กด้วยความคิดสร้างสรรค์และการตลาดสมัยใหม่**
 - 4.1 จำแนกประเภทและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการชุมชนที่มีศักยภาพในการตลาดการค้า
สมัยใหม่
 - 4.2 จัดกิจกรรมให้ความรู้พื้นฐานเพื่อปรับใช้ในการออกแบบจัดแสดงสินค้า (Visual Merchandising)
หรือการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ (Storytelling) โดยนักการตลาด หรือนักออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้าน
การจัดนำเสนอแนวคิดสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า (Stylist) ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน
 - 4.3 จัดหลักสูตรฝึกอบรม บรรยาย หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ในหัวข้อการต่อยอดธุรกิจหรือบริการ
จากความคิดสร้างสรรค์การจัดการธุรกิจ ด้วยหลักการเงิน การบัญชี หรือการตลาดพื้นฐาน
 - 4.4 ประสานงานกับองค์กรหรือหน่วยงานพันธมิตรต่างๆทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ในการ
ส่งเสริมพื้นที่งานแสดงสินค้าผู้ประกอบการชุมชน ได้เข้าถึงตลาดการค้าและผู้บริโภคยุคใหม่
 - 4.5 ประเมินผลมูลค่ารายได้ และความคุ้มค่าของผู้ประกอบการชุมชนที่ได้ออกร้านแสดงสินค้า
- 5. กิจกรรมการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ของชุมชน โดยนักออกแบบพำนักระยะยาว
(Designer in Residence)**

5.1 วิจัยข้อมูลธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการนำการออกแบบไปใช้ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการใหม่ของชุมชน

5.2 จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างนักออกแบบและผู้ประกอบการชุมชน ในการพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการใหม่

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 64	ม.ค. – มี.ค. 65	เม.ย. – มิ.ย. 65	ก.ค. – ก.ย. 65
รวม	ลบ.	4.2018	1.0504	1.0504	1.0505	1.0505
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการยกระดับ ศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการ ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการออกแบบ งานบริการ (Service Design)	ลบ.					
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการชุมชนและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการบ่ม เพาะเชิงลึก ด้วยองค์ความรู้ด้านพื้นฐาน การตลาด หรือการออกแบบในการพัฒนา คุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ						
ตัวชี้วัด สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ของชุมชน ที่ได้รับการพัฒนา						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.8000	0.2000	0.2000	0.2000	0.2000
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการยกระดับ ศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการ ประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)	ลบ.					
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการชุมชนและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการบ่ม เพาะเชิงลึก ด้วยองค์ความรู้ด้านพื้นฐาน						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 64	ม.ค. – มี.ค. 65	เม.ย. – มิ.ย. 65	ก.ค. – ก.ย. 65
การตลาด หรือการออกแบบในการพัฒนา คุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ						
ตัวชี้วัด สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ของชุมชน ที่ได้รับการพัฒนา						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.6000	0.1500	0.1500	0.1500	0.1500
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการยกระดับ ศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการ เผยแพร่ความรู้การต่อยอดโมเดลธุรกิจ ขนาดเล็กและการตลาดออนไลน์	ลบ.					
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการชุมชนและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการบ่ม เพาะเชิงลึก ด้วยองค์ความรู้ด้านพื้นฐาน การตลาด หรือการออกแบบในการพัฒนา คุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	1.1498	0.2874	0.2874	0.2875	0.2875
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการใหม่ของ ชุมชน โดยนักออกแบบพำนักระยะยาว (Designer in Residence)	ลบ.					
ตัวชี้วัด สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ของชุมชน ที่ได้รับการพัฒนา						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.6000	0.1500	0.1500	0.1500	0.1500
กิจกรรมที่ 5 จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ						

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. – ธ.ค. 64	ม.ค. – มี.ค. 65	เม.ย. – มิ.ย. 65	ก.ค. – ก.ย. 65
ระยะเวลา			←	→	→	→
งบประมาณ	ลบ.	0.4208	0.1052	0.1052	0.1052	0.1052
กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์						
ระยะเวลา			←	→	→	→
งบประมาณ	ลบ.	0.4208	0.1052	0.1052	0.1052	0.1052
กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)						
ระยะเวลา			←	→	→	→
งบประมาณ	ลบ.	0.2104	0.0526	0.0526	0.0526	0.0526

รายละเอียดงบประมาณ

4,208,100 บาท (สี่ล้านสองแสนแปดพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน)

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการ ประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการออกแบบงานบริการ (Service Design) (จำนวน 6 ครั้งๆ ละ 30 คน รวมจำนวน 180 คน จำนวน 2 พื้นที่)				800,000
1.1 ค่าวิทยากร ด้าน Service Design ในอัตรา 9,600 บาท/ คน 2 คนต่อวัน/ 3 วัน/ พื้นที่	57,600	2	พื้นที่	115,200
1.2 ค่าผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบุคคลด้าน Service Design ในอัตรา 10,000 บาท/ คน 1 คนต่อวัน/ 6 วัน/ พื้นที่	60,000	2	พื้นที่	120,000
1.2 ค่าอาหารกลางวันและอาหารว่าง 300 บาท/คน 30 คน/ 3 วัน/ พื้นที่	27,000	2	พื้นที่	54,000
1.3 ค่าเหมาบริการรถตู้ (รวมค่าน้ำมัน) 2,800 บาทต่อวัน 3 วัน/ 1 คัน/ พื้นที่	8,400	2	พื้นที่	16,800
1.4 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน วิทยากร 2 คน 2 คืน/ พื้นที่	7,200	2	พื้นที่	14,400
1.5 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน เจ้าหน้าที่ 2 คน 2 คืน/ พื้นที่	7,200	2	พื้นที่	14,400

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1.6 ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน เทียวละ 2,500 บาท ต่อคน วิทยากร 2 คน 6 เทียว/ พื้นที่	30,000	2	พื้นที่	60,000
1.7 ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ 450 บาท ต่อวัน ต่อคน เจ้าหน้าที่ 2 คน 3 วัน/ พื้นที่	2,700	2	พื้นที่	5,400
1.8 ค่าใช้จ่ายสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ค่าออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบสินค้า และ/หรือ บริการ) ผลงานๆ ละ 13,000 บาท 15 ผลงาน/ พื้นที่	195,000	2	พื้นที่	390,000
1.9 ค่าวัสดุอุปกรณ์ระหว่างจัดกิจกรรม พื้นที่ละ 4,900 บาท/ พื้นที่	4,900	2	พื้นที่	9,800
2. กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) (จำนวน 6 ครั้งๆ ละ 20 คน รวมจำนวน 120 คน จำนวน 2 พื้นที่)				600,000
2.1 ค่าวิทยากร ด้าน Design Thinking ในอัตรา 9,600 บาท/ คน 2 คนต่อวัน/ 3 วัน/ พื้นที่	57,600	2	พื้นที่	115,200
2.2 ค่าผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบุคคลด้าน Design Thinking ในอัตรา 10,000 บาท/ คน 1 คนต่อวัน/ 4 วัน/ พื้นที่	40,000	2	พื้นที่	80,000
2.2 ค่าอาหารกลางวันและอาหารว่าง 300 บาท/คน 20 คน/ 3 วัน/ พื้นที่	18,000	2	พื้นที่	36,000
2.3 ค่าเหมาบริการรถตู้ (รวมค่าน้ำมัน) 2,800 บาทต่อวัน 3 วัน/1 คัน/ พื้นที่	8,400	2	พื้นที่	16,800
2.4 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน วิทยากร 2 คน 2 คืน/ พื้นที่	7,200	2	พื้นที่	14,400
2.5 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน เจ้าหน้าที่ 2 คน 2 คืน/ พื้นที่	7,200	2	พื้นที่	14,400
2.6 ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน เทียวละ 2,500 บาท ต่อคน วิทยากร 2 คน 6 เทียว/ พื้นที่	30,000	2	พื้นที่	60,000
2.7 ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ 450 บาท ต่อวัน ต่อคน เจ้าหน้าที่ 2 คน 3 วัน/ พื้นที่	2,700	2	พื้นที่	5,400
2.8 ค่าใช้จ่ายสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ค่าออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบสินค้า และ/หรือ บริการ) ผลงานๆ ละ 12,500 บาท 10 ผลงาน/ พื้นที่	125,000	2	พื้นที่	250,000
2.9 ค่าวัสดุอุปกรณ์ระหว่างจัดกิจกรรม พื้นที่ละ 3,900 บาท/ พื้นที่	3,900	2	พื้นที่	7,800

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
3. กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ด้วยโมเดลธุรกิจขนาดเล็กและการตลาดออนไลน์ (จำนวน 10 ครั้งๆ ละ 20 คน รวมจำนวน 200 คน จำนวน 2 พื้นที่)				1,149,800
3.1 ค่าวิทยากร ด้านธุรกิจและการตลาด ในอัตรา 9,600 บาท/ คน 2 คนต่อวัน/ 5 วัน/ พื้นที่	96,000	2	พื้นที่	192,000
3.2 ค่าผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบุคคลด้านธุรกิจและการตลาด ในอัตรา 10,000 บาท/ คน 1 คนต่อวัน/ 15 วัน/ พื้นที่	150,000	2	พื้นที่	300,000
3.3 ค่าอาหารกลางวันและอาหารว่าง 300 บาท/คน 20 คน/ 5 วัน/ พื้นที่	30,000	2	พื้นที่	60,000
3.4 ค่าเหมาบริการรถตู้ (รวมค่าน้ำมัน) 2,800 บาทต่อวัน 5 วัน/1 คัน/ พื้นที่	14,000	2	พื้นที่	28,000
3.5 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน วิทยากร 2 คน 5 คืน/ พื้นที่	12,000	2	พื้นที่	24,000
3.6 ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน เจ้าหน้าที่ 2 คน 5 คืน/ พื้นที่	12,000	2	พื้นที่	24,000
3.7 ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน เที่ยวบิน 2,500 บาท ต่อคน วิทยากร 2 คน 10 เที่ยวบิน/ พื้นที่	50,000	2	พื้นที่	100,000
3.8 ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ 450 บาท ต่อวัน ต่อคน เจ้าหน้าที่ 2 คน 5 วัน/ พื้นที่	4,500	2	พื้นที่	9,000
3.9 ค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าบนออนไลน์และ/หรือ ออฟไลน์ พื้นที่ละ 200,000 บาท/ พื้นที่	200,000	2	พื้นที่	400,000
3.10 ค่าวัสดุอุปกรณ์ระหว่างจัดกิจกรรม พื้นที่ละ 6,400 บาท/ พื้นที่	6,400	2	พื้นที่	12,800
4. กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการใหม่ของชุมชน โดยนักออกแบบพำนักระยะยาว (Designer in Residence) (จำนวน 1 เดือน)				600,000
4.1 ค่าผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบุคคลด้านการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการชุมชน ในอัตรา 40,000 บาท/ คน 3 คน/ 1 เดือน/ พื้นที่	120,000	2	พื้นที่	240,000
4.2 ค่าเหมาบริการรถตู้ (รวมค่าน้ำมัน) 2,400 บาทต่อวัน 30 วัน/1 คัน/ พื้นที่	72,000	2	พื้นที่	144,000
4.3 ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน เที่ยวบิน 2,500 บาท ต่อคน วิทยากร 3 คน 6 เที่ยวบิน/ พื้นที่	45,000	2	พื้นที่	90,000
4.4 ค่าใช้จ่ายสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ค่าออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบสินค้า และ/หรือ บริการ) ผลงานๆ ละ 20,000 บาท 3 ผลงาน/ พื้นที่	60,000	2	พื้นที่	120,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
4.5 ค่าวัสดุอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดระหว่างจัดกิจกรรม พื้นที่ละ 3,000 บาท/ พื้นที่	3,000	2	พื้นที่	6,000
5. จ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ				420,800
6. กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				420,800
7. กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)				210,400
รวมทั้งสิ้น (สี่ล้านสองแสนแปดพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน)			4,208,100	

หมายเหตุ ขออภัยจ่ายทุกรายการ

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. ผู้ประกอบการชุมชนในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีทักษะความรู้พัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/คุณภาพมาตรฐาน/และการสร้างแบรนด์ มีรายได้เพิ่มขึ้นและจ้างงานช่างฝีมือท้องถิ่นเพิ่มขึ้น
2. มีผู้ประกอบการชุมชนในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อนำไปต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ ตลาดหรืองานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน

โครงการสร้างความพร้อมให้ SME ในการเข้าสู่การแข่งขันในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ

โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการตลาดของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน

ระดับสากล ปี 2 (Global OTOP ปี 2)

งบประมาณปี 2565 รวม 9,759,700 บาท (เก้าล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นเก้าพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)

- เงินงบประมาณ จำนวน 8,759,700 บาท
- เงินนอกงบประมาณ จำนวน 1,000,000 บาท

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

รัฐบาลได้มีนโยบายในการขับเคลื่อนและส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา หรือทรัพยากรท้องถิ่นอย่างแพร่หลายไปทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP) ซึ่งการขับเคลื่อนที่ผ่านมานั้น มีตั้งแต่ความพยายามในการส่งเสริมการพัฒนาด้านต่างๆ ไปจนถึงการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP (1 – 5 ดาว) เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ OTOP ศักยภาพ ไปจัดจำหน่ายตามแหล่งต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

อย่างไรก็ดีเป็นที่รับรู้กันว่า OTOP มีปัญหาในหลายๆ มิติ เช่นปัญหาการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ปัญหามาตรฐานการผลิตสินค้า การขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบและมีกลยุทธ์ (Strategic Design) จะช่วยแก้ปัญหาในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย/ยอดขาย รูปแบบและความต้องการสินค้า ตอบโจทย์ความเข้าใจในเรื่องสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในปีงบประมาณ 2564 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สศส. ได้จัดทำโครงการขึ้นมาเพื่อทำการศึกษาวิธีการทำงานเดิมของ OTOP 5 ดาว การปรับเปลี่ยนการทำงานออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีระบบมากขึ้นตลอดจนการจัดทำคู่มือการออกแบบผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างมีกลยุทธ์ เพื่อเป็นแนวทางการทำงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่แนวคิดเริ่มต้น จนถึง การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า (การตกแต่งร้านค้า ฯลฯ เป็นต้น) และสามารถยกระดับจาก OTOP 5 ดาว เป็น OTOP 6 ดาวที่สามารถจัดจำหน่ายในต่างประเทศได้

โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจรายย่อยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สู่สากล ปี 2 (Global OTOP ปี 2) จะเป็นโครงการต่อเนื่องจากปี 2564 ที่จะเปิดโอกาสให้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้นำ แนวคิด เครื่องมือและกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP (คู่มือ) ที่เป็นระบบให้แก่ (ผู้ใช้โดยตรง) กรมการพัฒนาชุมชน นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และหรือ คณะออกแบบจากสถาบันการศึกษาใน

แต่ละพื้นที่ ในการประยุกต์ใช้ เครื่องมือฯ นี้ ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการ OTOP ระดับความมาตรฐานตั้งแต่ สามดาวถึงห้าดาว (กลุ่มเป้าหมายโดยตรง)

ด้วยเหตุนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สศส. จึงมีแนวคิดในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีศักยภาพเพิ่มสูงขึ้น โดยมุ่งเน้นการนำเอาข้อมูลความต้องการผู้บริโภค ด้านการตลาด มาเป็นหลักต้นทางในการออกแบบและพัฒนาตลอดจนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับเหมาะกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างยั่งยืนต่อไป โดยมีรายละเอียดเบื้องต้นดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ ของ OTOP ผ่านการสร้างสรรคอัตลักษณ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างประสบการณ์ลูกค้า ของ OTOP อย่างเป็นระบบ (OTOP Identity, Product & Experience Strategy) โดยการทำงานอย่างบูรณาการระหว่าง ผู้ประกอบการ OTOP นักออกแบบฯ และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบ “ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจและวิสาหกิจชุมชน OTOP (OTOP Ecosystem)” ซึ่งจะประกอบด้วย ต้นแบบการดำเนินธุรกิจ (Business/ Business Models) สินค้าและบริการ และ/หรือ บรรจุภัณฑ์ (Product, Services, Packaging) เป็นต้น อันจะนำมาซึ่ง นวัตกรรม สินค้าและบริการ และ/หรือ การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ในชุมชน (Local Community Experiences)
3. เพื่อพัฒนาและยกระดับ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน OTOP ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพาณิชย์ (E-Commerce/ Online Marketing) ควบคู่ไปกับการสื่อสารและจัดแสดง ผลิตภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์ลูกค้าของ OTOP อย่างเป็นระบบ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน OTOP ที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างมีกลยุทธ์ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพาณิชย์ อย่างเป็นระบบ
2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน OTOP รุ่นที่ 2 ที่เริ่มต้นหรือต่อยอดสืบสานจาก OTOP รุ่นแรก และต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างมีกลยุทธ์ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพาณิชย์ อย่างเป็นระบบ

3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน/ ผู้ประกอบการ OTOP/ ผู้ประกอบการท้องถิ่น ที่อยู่ในกลุ่มสาขา ดังนี้
 - 3.1 เกษตรกรรม อาหารแปรรูป สมุนไพร และ เครื่องดื่ม (Food Agriculture and Bio Economy)
 - 3.2 ของใช้และของประดับตกแต่ง (Thai Crafts and Lifestyle Products)
 - 3.3 เสื้อผ้าและการแต่งกาย
 - 3.4 การท่องเที่ยวชุมชน และ การพัฒนาชุมชนพื้นที่

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

1. กรมการพัฒนาชุมชน
2. กรมการค้าระหว่างประเทศ
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
5. ธนาคารกรุงไทย CSR
6. สถาบันการศึกษาในชุมชน/ ภูมิภาค
7. ภาคเอกชน ห้างสรรพสินค้า ที่สนับสนุน การพัฒนาผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ OTOP
8. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น
9. สมาคมนักออกแบบผลิตภัณฑ์ / สมาคมนักออกแบบบรรจุภัณฑ์+ กราฟิก

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินการ: กลุ่มผู้ประกอบการจากพื้นที่/จังหวัด จาก 4 ภูมิภาค ดังนี้

1. ภาคเหนือ โดย TCDC เชียงใหม่: เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ อุตรดิตถ์ พะเยา และอื่นๆ
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดย TCDC ขอนแก่น: ขอนแก่น อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ร้อยเอ็ด เลย และอื่นๆ
3. ภาคกลางและตะวันออก โดย TCDC กรุงเทพฯ: พิจิตร สระแก้ว นครปฐม สุพรรณบุรี และอื่นๆ
4. ภาคใต้ โดย TCDC กรุงเทพฯ: สงขลา กระบี่ ภูเก็ต และอื่นๆ

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ตัวชี้วัด Output					
1. กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรม เรียนรู้ผ่านสื่อ Online/ออฟไลน์	1,000 ราย	-	500	500	
2. กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรมและเข้าสู่ กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มี ศักยภาพ	300 ราย	-	300	-	-
3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย/ ผลิตภัณฑ์ชุมชน/ พื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้รับการพัฒนา	45 ราย	-	-	20	25
4. ต้นแบบระบบนิเวศเศรษฐกิจและ วิสาหกิจชุมชน OTOP (OTOP Ecosystem Prototypes)	10 ต้นแบบ	-	-	-	10
ตัวชี้วัด Outcome					
1. กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ได้รับการพัฒนาศักยภาพเชิงลึก มี รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการ พัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนา ธุรกิจ ร้อยละ 26	ร้อยละ				26

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน

1. วางแผนโครงการ/ กิจกรรม และแผนการสร้างกลยุทธ์กับเครือข่ายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อน

2. **กิจกรรมการคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ:** ประชาสัมพันธ์ กำหนดหลักเกณฑ์ รูปแบบ และความพร้อมและศักยภาพ โดยผ่านการประเมินและคัดเลือกจากกรรมการที่มาจากภาครัฐ ร่วมกับภาคเอกชน และ/หรือ ภาคการศึกษาในพื้นที่ ที่เกี่ยวข้อง
3. **กิจกรรมการถ่ายทอดพัฒนาความรู้:** ให้ข้อมูลความรู้ความต้องการ ของผู้ประกอบการหรือนักท่องเที่ยวให้แก่คณะทำงาน (ผู้ประกอบการ OTOP นักออกแบบ นักพัฒนาชุมชน) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับทิศทางความต้องการของผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว
 - ก. สร้างการรับรู้และเห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ของ “อัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ และการสร้างประสบการณ์” OTOP
 - ข. จัดอบรมและบรรยายถ่ายทอดให้ความรู้ด้านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้าผ่านแบรนด์ (Design Thinking & Brand Experiences)
 - ค. ถ่ายทอดองค์ความรู้และส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์
4. **กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์/ ชุมชนพื้นที่ที่มีศักยภาพ:** ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพซึ่งผ่านการคัดเลือกแล้ว โดยนำข้อมูลความต้องการที่มีการพัฒนามาก่อนหน้า มาผสมผสานกับองค์ความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยส่งเสริมทั้งในมิติทางด้านการออกแบบ การพัฒนาโดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม หรือแม้แต่การสร้างเรื่องราวของผู้ผลิตหรือผลิตภัณฑ์ ผ่านความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในแต่ละศาสตร์
5. **กิจกรรมการสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์/ พื้นที่:** หลังจากที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะมีการนำผลิตภัณฑ์มาคัดเลือก (Curate) อีกครั้ง พร้อมพัฒนาเรื่องราวของกลุ่มผลิตภัณฑ์/พื้นที่ ขึ้นมาใหม่ (Storytelling) เพื่อใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในระดับสากลต่อไป
 - 5.1 สร้างเนื้อหาเรื่องราว (Content Making & Storytelling)
 - 5.2 ค้นหาโอกาสและความเป็นไปได้ในการสร้างอัตลักษณ์ และ แบรนด์ (Identity & Brand)
 - 5.3 วางแผนสื่อสารและประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบผ่าน New Media รูปแบบต่างๆ
6. **กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการตลาด:** สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกขั้นสุดท้าย เพื่อนำไปจัดแสดงและจำหน่ายตามพื้นที่ต่าง ๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวหรือ พื้นที่ของห้างสรรพสินค้าในประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นหลัก และช่องทางการขายออนไลน์หรืออีคอมเมิร์ซ
 - 6.1 จัดทำแบรนด์และการสื่อสาร/เผยแพร่โครงการฯ และ ผู้ประกอบการฯ สู่สาธารณะ เพื่อให้โครงการสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่รู้จักในวงกว้าง และสามารถกระจายแนวคิดโครงการให้เป็นที่รับรู้สู่สาธารณะ โดยการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ผ่านช่องทางที่

หลากหลาย อาทิ เกม สื่อออนไลน์ สื่อมัลติมีเดีย และกิจกรรมทางการตลาด (Brand Communication and Story Telling)

6.2 การสื่อสาร/ เผยแพร่ ผ่านช่องทางออฟไลน์ (Offline) เช่น งานแสดงสินค้าทั้งใน และ/หรือ ต่างประเทศ

6.3 การสื่อสาร/ เผยแพร่ ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) เช่น สื่อออนไลน์ สื่อมัลติมีเดีย และกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ตลอดจนการนำเสนอผ่านระบบเสมือน (Virtual Exhibition)

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
รวม	ลบ.	9.7597	0.6900	3.9217	4.6480	0.5000
เงินงบประมาณ		8.7597	0.6900	3.9217	4.1480	
เงินนอกงบประมาณ		1.0000			0.5000	0.5000
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการคัดเลือกกลุ่ม ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ	ลบ.	0.2218				
ตัวชี้วัด กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรมและเข้าสู่ กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มี ศักยภาพ	ราย	300				
ระยะเวลา				↔		
งบประมาณ	ลบ.		-	0.2218	-	-
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการถ่ายทอด พัฒนาความรู้	ลบ.	1.7290				

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
ตัวชี้วัด กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรม เรียนรู้ผ่านสื่อ Online	ราย	1,000				
ระยะเวลา				←→		
งบประมาณ	ลบ.		-	1.0000	0.729	-
กิจกรรมที่ 3 การออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์/ ชุมชนพื้นที่ ที่มี ศักยภาพ		4.6190				
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย/ ผลิตภัณฑ์ชุมชน/ พื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้รับการพัฒนา	ราย	45				
ระยะเวลา				←→		
งบประมาณ			-	2.0000	2.6190	-
กิจกรรมที่ 4 การสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์/ พื้นที่ และการส่งเสริมและสนับสนุน การตลาดและการประชาสัมพันธ์		1.0000				
ตัวชี้วัด ต้นแบบระบบนิเวศน์เศรษฐกิจและ วิสาหกิจชุมชน OTOP (OTOP Ecosystem Prototypes)	ต้นแบบ	1				
ระยะเวลา				←→		
งบประมาณ			-	0.2000	0.8000	-

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค. - ธ.ค. 64	ม.ค. - มี.ค. 65	เม.ย. - มิ.ย. 65	ก.ค. - ก.ย. 65
กิจกรรมที่ 5 บริหารจัดการโครงการเจ้าหน้าที่ ประสานงานโครงการ		0.8760				
ระยะเวลา			←	→		
งบประมาณ			0.2760	0.2000	0.2000	0.2000
กิจกรรมที่ 6 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์		0.8758				
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยใน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	ราย	1,000				
ระยะเวลา			←	→		
งบประมาณ			0.2758	0.2000	0.2000	0.2000
กิจกรรมที่ 7 บริหารโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอที และอาคาร)		0.4382				
ระยะเวลา			←	→		
งบประมาณ			0.1382	0.1000	0.1000	0.1000

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 9,759,700 บาท (เก้าล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นเก้าพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วย นับ	งบประมาณ
1. กิจกรรมที่ 1 คัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (ค้นหา และ คัดเลือก)				221,775

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1.1 ค่าใช้จ่ายในการรวบรวม คั่นคว่ำ วิเคราะห์ข้อมูล ผู้ประกอบการ OTOP (เหมารวม 4 ภูมิภาค 300 ราย)				221,775
2. กิจกรรมที่ 2 ถ่ายทอดพัฒนาความรู้				1,729,000
2.1 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมความรู้ด้านการพัฒนารุรกิจและผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 4 ภูมิภาค				809,000
- ค่าอาหารกลางวัน และอาหารว่าง 250 บาท/ราย จำนวน 100 ราย/ ครั้ง	25,000	3	ครั้ง	75,000
- ค่าตอบแทนวิทยากร (9,600 บาท/ คน จำนวน 5 คนต่อวัน/ เป็นเวลา 3 วัน ครั้ง/ ภูมิภาค)	144,000	4	ภูมิภาค	576,000
- ค่าเครื่องบินไป-กลับ เที่ยวบินละ 5,000 บาท (วิทยากร และทีมงาน) จำนวน 5 คน/ ครั้ง	20,000	4	ภูมิภาค	80,000
- ค่าพาหนะเดินทางในต่างจังหวัด 2,500 บาท/วัน จำนวน 3 วัน/ ภูมิภาค	7,500	4	ภูมิภาค	30,000
- ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน (วิทยากร และทีมงาน) จำนวน 5 คน จำนวน 2 คืน	12,000	4	ภูมิภาค	48,000
2.2 ค่าใช้จ่ายในการให้คำปรึกษาเฉพาะหัวข้อ				920,000
- ค่าตอบแทนวิทยากร (5 คนต่อครั้ง ละ 9,600 บาท) จำนวน 3 ครั้ง	144,000	4	ภูมิภาค	576,000
- ค่าเครื่องบิน เที่ยวบินละ 5,000 บาท (วิทยากร และทีมงาน) จำนวน 5 คน/ 2 ครั้ง	50,000	4	ภูมิภาค	200,000
- ค่าพาหนะเดินทางในต่างจังหวัด จำนวน 3 วันๆ ละ 2,500 บาท (2 ครั้ง)/ ภูมิภาค	12,000	4	ภูมิภาค	48,000
- ค่าที่พัก 1,200 บาท ต่อคืน ต่อคน (วิทยากร และทีมงาน) จำนวน 5 คน จำนวน 2 คืน/ จำนวน 2 ครั้ง/ ภูมิภาค	24,000	4	ภูมิภาค	96,000
3. กิจกรรมที่ 3 ออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์/ ชุมชนพื้นที่ ที่มีศักยภาพ/ ย่าน เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์				4,619,000
3.1 ค่าใช้จ่ายในการสำรวจ และข้อมูลเชิงลึกถึงแหล่งผลิต เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความพร้อมจริง จำนวน 45 รายๆ ละ 10,000 บาท	10,000	45	ราย	450,000
3.2 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาศักยภาพการแสดงสินค้า ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จำนวน 3 วัน สำหรับเจ้าของผลิตภัณฑ์ 10 กลุ่มพื้นที่				369,000

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าตอบแทนวิทยากร (วันละ 5 คนๆ ละ 9,600 บาท)	48,000	3	วัน	144,000
- ค่าใช้จ่ายในการจัดทำรายงานสรุปผลการฝึกอบรมเชิงลึก พัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือ บริการ รวมทั้งการจัดแสดงสินค้าบนออนไลน์และ/หรือ ออฟไลน์	22,500	10	กลุ่มพื้นที่	225,000
3.3 ค่าใช้จ่ายสนับสนุนในการติดตาม และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (สินค้า และ/หรือ บริการ)	125,000	10	กลุ่มพื้นที่	1,250,000
3.4 ค่าใช้จ่ายสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบสินค้า และ/หรือ บริการ)	155,000	10	กลุ่มพื้นที่	1,550,000
3.5 บริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดั้งเดิมในย่านเมืองเก่า - สงขลา และ เจริญกรุง (Made in)	100,000	10	กลุ่มพื้นที่	1,000,000
4. กิจกรรมที่ 4 การสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์/ พื้นที่ และการส่งเสริมและสนับสนุนการตลาดและการประชาสัมพันธ์				1,000,000
4.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเรื่องราวผลิตภัณฑ์ตามกลุ่ม/ พื้นที่ และการจัดทำการตลาดออนไลน์และร้านค้า (Curate and Create Story) 10 กลุ่มพื้นที่	25,000	10	กลุ่มพื้นที่	250,000
4.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าในประเทศ (Showcase - Retail Experiences)				750,000
- ค่าออกแบบ และพัฒนาแนวคิดการจัดแสดง (Retail Experiences)	25,000	10	กลุ่มพื้นที่	250,000
- ค่าใช้จ่ายในการจัดทำเนื้อหาประกอบการนำเสนอ	10,000	10	กลุ่มพื้นที่	100,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการผลิตบูธนำเสนอผลงาน (รวมการติดตั้ง รื้อถอนต่างๆ)	5,000	10	กลุ่มพื้นที่	50,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการสื่อสารและกิจกรรมด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Online / E-Commerce) / การตลาดและการขายออนไลน์และออฟไลน์	35,000	10	กลุ่มพื้นที่	350,000
5. กิจกรรมที่ 5 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ				876,000
5.1 ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ	26,500	12	เดือน	318,000

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
5.2 ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ	24,000	12	เดือน	288,000
5.3 ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ	22,500	12	เดือน	270,000
6. กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				875,750
- ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (Offline / Online) ภาษาไทย และต่างประเทศ	35,000	10	กลุ่มพื้นที่	350,000
- ค่าใช้จ่ายในการบันทึกภาพและสื่อประกอบต่างๆ (Clip VDO และ Story Telling)	25,000	10	กลุ่มพื้นที่	250,000
- ค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์ของงานจัดแสดงสินค้า (รวมพิธีเปิด แกล่งข้าว เชิญสื่อเยี่ยมชม เป็นต้น)	12,575	10	กลุ่มพื้นที่	125,750
- ค่าประชาสัมพันธ์กิจกรรม ผ่านสื่อ และโซเชียลมีเดีย	25,000	3	เดือน	75,000
- ค่าที่ปรึกษาด้านการสร้างภาพประกอบทัศนศิลป์และการจัดแสดงสินค้า	25,000	3	เดือน	75,000
7. กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมบริหารโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)				438,175
- บริหารโครงการ ค่าใช้จ่ายด้านไอที เครื่องมืออุปกรณ์	50,000	4	ภูมิภาค	200,000
- ค่าเช่าสถานที่ อาคารสถานที่อบรม (เหมารวม 5 วันๆ ละ 10,000 บาท/พื้นที่)	50,000	4	ภูมิภาค	200,000
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (เอกสารประกอบการอบรม อุปกรณ์เครื่องเขียน)				38,175
รวมทั้งสิ้น (เก้าล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นเก้าพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)				9,759,700

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

3. ผลิตภัณฑ์ OTOP และผู้ประกอบการ ที่ได้รับการพัฒนาและยกระดับสู่มาตรฐานระดับสากล สามารถเป็นต้นแบบและมีการถ่ายทอดประชาสัมพันธ์โครงการสู่ OTOP รายอื่นๆ เป็นการกระตุ้นให้ วิสาหกิจชุมชน OTOP อื่นๆ ตื่นตัวและพัฒนายกระดับต่อไป

ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

ในปีงบประมาณ 2564 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) โดย สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม จะดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจรายย่อยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สู่สากล (Global OTOP) ประจำปี งบประมาณ 2564

ข้อเสนอโครงการฯ ปี 2565 นี้ จะเป็นโครงการต่อเนื่อง จากปีงบประมาณ 2564 และผลลัพธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของการดำเนินงานใน ปี 2564 คือ การจัดทำ “คู่มือการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP” ที่และจะนำไปประยุกต์ ถ่ายทอดอบรม ให้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP นักออกแบบ และนักพัฒนาชุมชน ร่วมกันเรียนรู้และประยุกต์ใช้ “คู่มือ” ประกอบการทำงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ยกระดับคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างมีระเบียบแบบแผน ตั้งแต่การแนวคิดผลิตภัณฑ์องค์ประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการออกแบบ การสร้างแบรนด์ท้องถิ่น (Local Branding) ไปจนถึงภาพการจัดวางร้านค้าปลีก (Retail) และการค้าในระบบออนไลน์ (E-Commerce) ต่อไป

โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่รับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Creative Business and Biodiversity)

งบประมาณปี 2565 รวม 2,705,500 บาท (สองล้านเจ็ดแสนห้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างเสริมเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเสริมเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

ด้วยวิกฤตการณ์โรคระบาดทั่วโลกภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนและการเปลี่ยนถ่ายสู่ยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The 4th Industrial Revolution หรือ Industrial 4.0) ที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตการบริโภค การผลิต และอาชีพการงาน นำมาซึ่ง วิกฤต และ โอกาส ต่อเศรษฐกิจสังคมของทุกประเทศ เช่น เทรนด์ที่เทคโนโลยี จะมาแทนแรงงานและการจ้างงานในอนาคต อย่างไรก็ตามก็จะมีงานและอาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้นอีกมากมายตามการพัฒนาของเทคโนโลยีและแนวโน้มสำคัญของโลกและผู้บริโภคที่มุ่งสู่ระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ในปี 2020

รัฐบาลไทยมีนโยบายในการผลักดันโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตแบบก้าวกระโดด กระจายโอกาส กระจายรายได้ และนำความมั่งคั่งไปสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง นำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง และมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน อันประกอบไปด้วย เศรษฐกิจหลัก 3 ด้าน ประกอบไปด้วย **เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy)** เป็นการนำความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดจากฐานความเข้มแข็งเดิม นั่นก็คือ ทรัพยากรชีวภาพ หรือผลผลิตทางการเกษตร มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า **เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)** คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้ **เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)** ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน และยังมีอีกหนึ่งแนวโน้มสำคัญทางเศรษฐกิจที่สหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา(United Nations Conference on Trade and Development หรือ UNCTAD) ได้รายงานถึงการขยายตัวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถึงแม้จะมีการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะกลุ่มบริการสร้างสรรค์ที่เข้ามามีบทบาทในการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมนอกเหนือจากอุตสาหกรรมการผลิตดั้งเดิม ดังเช่นในประเทศอังกฤษที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นมีอัตราการเติบโตมากกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆและมีมูลค่ากว่า 19,800 ล้านปอนด์ ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 9% ของการส่งออกของธุรกิจบริการของประเทศและถือเป็นอุตสาหกรรม Soft Power สำคัญที่ทนทายาดต่อภาวะเศรษฐกิจผันผวนนับตั้งแต่วิกฤติทางการเงินใน พ.ศ. 2551 ในประเทศไทยเองมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 มีอัตราการเจริญเติบโตแบบทบต้นโดยเฉลี่ย (Compound Average Growth Rate) ของมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ที่ร้อยละ 5.61 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตแบบทบต้นโดยเฉลี่ยของ GDP ที่เท่ากับร้อยละ 5.24 มีมูลค่าเท่ากับ 1.4 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.09 ของ GDP จากการรายงานวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นอกจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตสูงในเศรษฐกิจโลกแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้าง

ความผลกระทบเชิงบวกต่อการกระจายรายได้ สร้างงาน สร้างคน สร้างเมืองและเศรษฐกิจที่ยั่งยืนอย่างสร้างสรรค์ ในวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDG) ซึ่งเป็นกรอบทิศทาง การพัฒนาของโลกภายหลังจากปี ค.ศ. 2015 (พ.ศ. ๒๕๕๘) ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สสส.) (องค์การมหาชน) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ โดยเฉพาะในผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจในระยะเริ่มต้น (Early Stage) เน้นให้ความสำคัญกับเยาวชนไทยที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยทำงานได้นำความรู้ ความสามารถ การปรับตัวต่อความท้าทายของโลก ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่สนองต่อทิศทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางการปฏิบัติในการประกอบอาชีพต่อไป โดยผ่านการเผยแพร่องค์ความรู้และการเสริมสร้างประสบการณ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจใหม่ทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมของประเทศไทยและโลก จนกลายมาเป็นกลุ่มนักสร้างสรรค์หรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในระบบเศรษฐกิจผ่าน “โครงการสร้างความพร้อมให้เยาวชนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่รับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Creative Business and Biodiversity)” ที่จะช่วยเตรียมความพร้อม นักเรียน นักศึกษา ก่อนเข้าสู่ระบบการฝึกงานหรือทำงานร่วมกับธุรกิจหรือบริษัทหรือเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจ ให้สามารถมีความรู้ แนวทางปฏิบัติในสายงานอาชีพสร้างสรรค์ที่มีแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่สนองต่อทิศทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่องค์การสหประชาชาติกำหนดไว้เพื่อและขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยเศรษฐกิจที่ยั่งยืนอย่างสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจ้างผลิตสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ (Production) และ บริหารจัดการเนื้อหาออนไลน์ ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เยาวชน นักเรียน นักศึกษา ที่สนใจ และ/หรือ กำลังศึกษาอยู่ในสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creatives Industries) สามารถเข้าถึงองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์
2. เพื่อพัฒนาทักษะและเตรียมความพร้อมในด้านการเรียน การงานและอาชีพในอนาคต ผ่านกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ (Inspirational Learning) และ/หรือ สร้างประสบการณ์จริงผ่านการลงมือปฏิบัติ (Hand On Experience)
3. สร้างการรวมกลุ่มกันของชุมชนสร้างสรรค์ (Creative Community) ผ่านกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาความรู้และทักษะในอนาคตที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รุ่นใหม่ และ/ หรือ ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ต่อไปในอนาคต

กลุ่มเป้าหมาย

- 1.นักเรียน นักศึกษาในสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- 2.ผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสาขากลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries) กลุ่มที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์และมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาองค์กร

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

1. ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (เอ็มเทค) ผู้เชี่ยวชาญด้าน Circular Economy ทำหน้าที่สนับสนุนหลักสูตร
2. องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ทำหน้าที่สนับสนุนหลักสูตร
3. สถาบันการศึกษา ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และทดลองต้นแบบ
4. กลุ่มธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กลุ่มบริการสร้างสรรค์

- การโฆษณา (Advertising)
- การออกแบบ (Design)
- สถาปัตยกรรม (Architecture)

กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์

- ดนตรี (Music)
- ศิลปะการแสดง (Performing Art)
- ทัศนศิลป์ (Visual Art)

กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์

- ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film)
- การแพร่ภาพ และการกระจายเสียง (Broadcasting)
- การพิมพ์ (Publishing)
- เกมส์และคาแรกเตอร์ (Games & Character Design)

กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

- อาหารไทย(Thai Gastronomy)
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น เชียงใหม่ สงขลา

เป้าหมายและตัวชี้วัด ปี 2565

เป้าหมายตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ระดับผลผลิต (Output)					
นักศึกษา ได้รับการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการ สร้างสรรค์รุ่นใหม่	2,500 ราย	-	500	1,000	1,000
นักศึกษาได้รับการเตรียมความพร้อมและผ่านเกณฑ์ทดสอบ และได้รับใบประกาศนียบัตร (เฉพาะหลักสูตรที่มี แบบทดสอบ)	200 ราย	-	-	-	200
ระดับผลลัพธ์ (Outcome)					
ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจจากแหล่งบ่ม เพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิง พื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ร้อยละ 80					

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน

1. วางหลักสูตรกับเครือข่ายและพัฒนากิจกรรมในรูปแบบออนไลน์พร้อมการประชาสัมพันธ์เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา “ธุรกิจสร้างสรรค์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม” ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) และ/หรือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. ดำเนินการจัดทำหลักสูตร องค์ความรู้ในรูปแบบกิจกรรมออนไลน์สำหรับนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการ ได้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์และการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์กับแนวทางขับเคลื่อนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ไปใช้ประโยชน์ทั้งในด้านการเรียน การศึกษาต่อ รวมถึงการเตรียมความพร้อมสำหรับเริ่มต้นประกอบอาชีพในอนาคต ผ่านการบ่มเพาะและเตรียมความพร้อมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสัมมนาบรรยายให้ความรู้และแรงบันดาลใจ ถ่ายทอดมุมมอง รูปแบบการทำงานของหน่วยงานและองค์กรที่มีแนวทางขับเคลื่อนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ทดลองลงมือปฏิบัติจริงและเสริมสร้างทักษะ การเยี่ยมชมสตูดิโอและหน่วยงานสร้างสรรค์ให้เห็นโอกาสการทำงานจริงบนเส้นทางสายอาชีพ รวมถึงเวทีแสดงผลงานและตลาดสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นำเสนอผลงานและพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิด
3. เผยแพร่โครงการฯ สู่สาธารณะเพื่อให้ สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และสามารถกระจายแนวคิดเศรษฐกิจยั่งยืนและสร้างสรรค์ให้เป็นที่รับรู้สู่สาธารณะโดยการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อของพันธมิตร

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค.- มี.ค. 65	เม.ย.- มิ.ย. 65	ก.ค.- ก.ย. 65
รวม	ลบ.	<u>2.7055</u>	0.6491	1.1682	0.7191	0.1691
ตัวชี้วัด จำนวนนักเรียน นักศึกษาได้รับการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่	ราย	<u>2,500</u>	-	500	1,000	1,000
ได้รับองค์ความรู้และใบ Certification	ราย	<u>200</u>	-	-	-	200
กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรและเตรียมความพร้อมสำหรับเยาวชนสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่	ลบ.	<u>1.4800</u>	0.4800	0.7500	0.2500	-

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.- ธ.ค. 64	ม.ค.- มี.ค. 65	เม.ย.- มิ.ย. 65	ก.ค.- ก.ย. 65
กิจกรรมที่ 2 การออกแบบและพัฒนา นวัตกรรมการเรียนรู้ควบคู่การเล่น สร้างสรรค์ (Creative Play & Learn)	ลบ.	<u>0.5491</u>	-	0.2491	0.3000	-
กิจกรรมที่ 3 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	<u>0.2706</u>	0.0677	0.0677	0.0676	0.0676
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	<u>0.2706</u>	0.0676	0.0676	0.0677	0.0677
กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	<u>0.1353</u>	0.0339	0.0338	0.0338	0.0338

รายละเอียดงบประมาณ

2,705,500 บาท (สองล้านเจ็ดแสนห้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

หน่วยเป็น : บาท

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรและเตรียมความพร้อมสำหรับเยาวชนสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่				1,480,000
ค่าพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่	148,000	10	หลักสูตร	1,480,000
กิจกรรมที่ 2 การออกแบบและพัฒนา นวัตกรรมการเรียนรู้ควบคู่การเล่นสร้างสรรค์ (Creative Play & Learn)				549,000
2.1 ออกแบบและพัฒนา นวัตกรรมการเรียนรู้ควบคู่การเล่นสร้างสรรค์ –Board game				500,000
- ค่าศึกษา วิจัยพร้อมเก็บข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนาเนื้อหาและการออกแบบสื่อการเรียนรู้ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	50,000	1	ครั้ง	50,000
- ค่าออกแบบเนื้อหาและกระบวนการเล่นเพื่อสร้างการเรียนรู้	100,000	1	ครั้ง	100,000
- ค่าออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจ	120,000	1	ครั้ง	120,000
จัดทำต้นแบบ ฯ ที่สามารถใช้ได้ทั้งออฟไลน์และออนไลน์	150,000	1	ต้นแบบ	150,000
- จัดกิจกรรมอบรม ปฏิบัติการเล่นอย่างสร้างสรรค์ นำต้นแบบไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายจริง	80,000	1	กิจกรรม	80,000
2.2 อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการต่อยอดองค์ความรู้สู่การปฏิบัติ				49,000
- ค่าพัฒนาเนื้อหากิจกรรมสู่การลงมือปฏิบัติจริง และ ค่าอุปกรณ์สำหรับการใช้ในการปฏิบัติ	12,000	2	หลักสูตร	24,000
- ค่าวิทยากรสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	10,000	2	หลักสูตร	20,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- เรียบเรียงและตรวจสอบความถูกต้องเนื้อหากิจกรรมเพื่อต่อยอดเป็นองค์ความรู้ในแพลตฟอร์มออนไลน์	5,000	1	ครั้ง	5,000
กิจกรรมที่ 3 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวน1 ราย		12	เดือน	270,600
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์		1	ครั้ง	270,600
กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)		12	เดือน	135,300

หมายเหตุ ขอถัวเฉลี่ยทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. นักเรียนนักศึกษาในกลุ่มเป้าหมายได้รับองค์ความรู้และได้รับการส่งเสริมความสามารถและประสบการณ์สู่การเป็นบุคลากรมืออาชีพในองค์กรหรือประกอบธุรกิจในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความยั่งยืน
2. กิจกรรมสามารถกระจายแนวคิดให้เป็นที่รับรู้สู่สาธารณะและเกิดความร่วมมือใหม่ๆจากภาครัฐเอกชนและการศึกษาขยายผลสู่การประกอบธุรกิจและเกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมและอาชีพในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความยั่งยืน

โครงการพัฒนาระบบการให้บริการและความช่วยเหลือแก่ SME (Online/offline)

งบประมาณปี 2565 13,055,000 บาท (สิบสามล้านห้าหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

หลักการและเหตุผล

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการจัดเก็บเนื้อหาและข้อมูลที่ได้รับการสร้างสรรค์และพัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ทั้งในการเรียกใช้ข้อมูล และการนำไปใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการทั้งภายในหน่วยงานและเปิดการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานเพื่อนำไปต่อยอด สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. จึงได้จัดทำ “กิจกรรมฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์” ขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้พัฒนาเนื้อหาองค์ความรู้ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในหลากหลายสาขา ทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก รวบรวมให้อยู่ในระบบฐานข้อมูลและนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักเรียน/นักศึกษา และประชาชนที่สนใจเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง โดยข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์จะเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละช่วงการเติบโตของธุรกิจ ทั้งระดับวิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่ (Startup) SMEs กลุ่มทั่วไป (Regular) SMEs ที่มีศักยภาพ (Strong) รวมถึง

ผู้ประกอบการชุมชน โดยในปี 2565 จะมีการต่อยอดการพัฒนาเนื้อหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการอย่างลงลึกยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่ SMEs ในทุกระดับ ให้สามารถเข้าสู่การแข่งขันบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาระบบโครงสร้างฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน (Front End) ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1) ฐานข้อมูลของนักออกแบบและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ไทย (Thai Designer and Entrepreneur Archive Database) เป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการฐานข้อมูลของนักออกแบบไทย ซึ่งรวบรวมข้อมูลทางด้านการให้บริการหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของทั้งนักออกแบบและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ไทย รวมถึงข้อมูลพื้นฐานทางด้านธุรกิจของผู้ประกอบการและนักออกแบบ และจัดทำเป็นฐานข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ รวมถึงนำไปวิเคราะห์ติดตามผลเพื่อการพัฒนาธุรกิจ นอกจากนี้การเก็บข้อมูลที่ตรงจุดยังสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อจับคู่ธุรกิจหรือจับคู่ความต้องการต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย (Thai Material Database) เป็นการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลด้านวัสดุและบริการในประเทศไทย ที่สามารถนำไปใช้ได้ในการออกแบบของทุกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผ่านการเข้าถึงและใช้งานฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย อันจะสร้างประโยชน์ในการต่อยอดธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs และนักสร้างสรรค์ไทยให้เกิดการพัฒนา เชื่อมวงจรการผลิตให้เกิดขึ้นจริงและมีประสิทธิภาพ และยังช่วยเปิดช่องทางสู่ตลาดโลกให้กับผู้ประกอบการในฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย

3) ฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์ (Creative District) รวบรวมข้อมูลด้านการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์ ที่ถือเป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญในการสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecology) อย่างยั่งยืน การพัฒนาระบบข้อมูลต้นแบบสำหรับย่านสร้างสรรค์เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่จะกระตุ้นให้ผู้คนริเริ่มโครงการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพื้นที่ ยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชน และเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ต่อยอดธุรกิจ จัดจ้างแรงงาน และพัฒนาสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของประเทศต่อไป

4) ฐานข้อมูลเนื้อหาองค์ความรู้สร้างสรรค์ (Creative Thailand Content) ฐานข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์ที่หลากหลาย ไปจนถึงข้อมูลข่าวสารทันสมัย น่าสนใจ และผลงานทางความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยซึ่งครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยมีการจัดทำและเรียบเรียงให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย และสาธารณชนสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง ภายใต้แนวคิด Creative Thailand ผู้ประกอบการ SMEs นักสร้างสรรค์ และประชาชนที่สนใจ จะสามารถนำความรู้ไปพัฒนาและต่อยอดความคิด เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง และนำพาประเทศไปสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” (Value-Based Economy) ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเนื้อหาและจัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย ประกอบด้วย ฐานข้อมูลนักออกแบบและผู้ประกอบการไทยที่รวบรวมข้อมูลนักออกแบบและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ไทย จัดเก็บเป็นระบบและเผยแพร่ ฐานข้อมูลวัสดุไทยที่มีศักยภาพพร้อมออกสู่ตลาดโลก ฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบตามแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาเมืองและ

ย่านสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน และฐานข้อมูลด้านเนื้อหาสร้างสรรค์ ที่รวบรวมองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการ ให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลต่างๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมเสริมสร้างองค์ความรู้และการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการชุมชน ในแต่ละช่วงของวงจรการประกอบธุรกิจ ในการนำความรู้ไปพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน และสามารถสร้างมูลค่าแก่สินค้าและบริการ และเพื่อยกระดับสินค้าและบริการไปสู่ความเป็นสากลให้สามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้

2. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์ที่สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจของไทยผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมผลักดันให้ผู้ประกอบการก้าวสู่การเป็น Smart SME โดยนำองค์ความรู้และกระบวนการคิดเชิงออกแบบไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ และต่อยอดสู่การสร้างนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

กลุ่มเป้าหมาย

1. SME และผู้ประกอบการใหม่
2. ประชาชน นักเรียน นักศึกษา

พื้นที่ / ขอบเขตการดำเนินงาน

1. สำรวจ รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลลักษณะรูปแบบไทยและวัสดุไทย จากแหล่งข้อมูลทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
2. สำรวจ รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์จากย่านเจริญกรุงและบริเวณโดยรอบ และพื้นที่ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ อาทิ พื้นที่ย่านสร้างสรรค์ในกรุงเทพฯ เช่น เจริญกรุง อาร์ีย์-ประดิพัทธ์ พื้นที่ที่มีตัวอย่างวัสดุที่มีศักยภาพในประเทศไทย
3. พัฒนา รวบรวมเนื้อหาเนื้อหาองค์ความรู้สร้างสรรค์จากทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้เกิดการเข้าถึงองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ ในพื้นที่กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ ตามความเหมาะสม
4. พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ที่สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจของไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

เป้าหมายและตัวชี้วัด ปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ตัวชี้วัด Output					
1. SME ผู้ประกอบการชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถ	ราย	25,000	25,000	25,000	25,000

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
เข้าถึงองค์ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และนำไปใช้ประโยชน์ (100,000 ราย)					
2. จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ผลงานให้เป็นที่รู้จักสู่สาธารณะ	ราย	125	125	125	125
<u>ระดับผลลัพธ์ (Outcome)</u>					
1. ผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์จากฐานข้อมูลเพื่อนำไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์หรือสังคมไม่น้อยกว่า 30 ราย	ราย				30
2. ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ร้อยละ 80	ร้อยละ				80

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน

1. พัฒนาเนื้อหาองค์ความรู้ (Content) และจัดทำระบบฐานข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์

1.1 ฐานข้อมูลของนักออกแบบและผู้ประกอบการไทย (Thai Designer and Entrepreneur Archive Database)

- รวบรวมข้อมูลนักสร้างสรรค์และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ราย

- พัฒนาระบบจัดเก็บและแสดงผลของฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ง่ายและตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น
- ดูแลและปรับปรุงฐานข้อมูลเดิมให้มีความทันสมัยมากขึ้นอย่างน้อย 100 ราย

1.2 ฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย (Thai Material Database)

- การสรรหาวัสดุและบริการในย่านสร้างสรรค์ และวัสดุที่มีศักยภาพและความพร้อมเปิดตลาดโลกโดยนำเสนอเข้าฐานข้อมูลระดับโลกผ่านเครือข่าย Material ConneXion ประเทศสหรัฐอเมริกา ตลอดจนจัดเก็บในฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย ไม่น้อยกว่า 20 ราย ซึ่งจะมุ่งเน้นวัสดุนวัตกรรมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงวัสดุ BCG
- การจัดเก็บตัวอย่างวัสดุที่สรรหา เพื่อให้บริการสมาชิกและผู้สนใจในพื้นที่ได้สัมผัสวัสดุจริง และเชื่อมโยงข้อมูลในฐานข้อมูล
- กิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้วัสดุและนวัตกรรม ทั้งจัดแสดงวัสดุ อบรมสัมมนา ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลวัสดุและผู้ประกอบการให้เกิดการใช้งานฐานข้อมูลวัสดุ และประชาสัมพันธ์การเข้าถึงฐานข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น

1.3 ฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์ (Creative District)

- สำรวจและบันทึกข้อมูลความคืบหน้าการเติบโตของธุรกิจของย่านสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุงประจำปี โดยกำหนดขอบเขตและจัดเตรียมเครื่องมือเพื่อการสำรวจความคืบหน้าการเติบโตของธุรกิจในย่านสร้างสรรค์ บนพื้นที่ย่านเจริญกรุง และย่านอารีย์ – ประดิพัทธ์ ตลอดจนสำรวจและบันทึกข้อมูลธุรกิจและการเติบโตของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ ข้อมูลความคืบหน้าธุรกิจทั่วไป ธุรกิจสร้างสรรค์ พื้นที่ธุรกิจ ข้อมูลลักษณะทางการสภาพอาคารและพื้นที่ และการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลพื้นที่สร้างสรรค์ใหม่ การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และความถี่การจัดกิจกรรมในย่าน และบันทึกข้อมูลโดยบนแพลตฟอร์มของระบบฐานข้อมูล และจัดทำแผนการสำรวจและบันทึกข้อมูล
- วิเคราะห์ผลสำรวจย่านสร้างสรรค์ในด้านธุรกิจ เพื่อคาดการณ์การเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ในย่าน นำเสนอทางเลือกการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ ด้วยการบริหารจัดการข้อมูลธุรกิจ และข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ พร้อมจัดทำสรุปรายงานสำหรับผู้บริหาร
- พัฒนาระบบฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางกายภาพ และลักษณะ ประเภทธุรกิจ ธุรกิจสร้างสรรค์ และพื้นที่สร้างสรรค์ โดยพัฒนาการแสดงผลข้อมูลให้ใช้งานได้ง่าย และสนับสนุนการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการ นักลงทุน การใช้งานเชิงนโยบาย และการใช้งานของประชาชนทั่วไป อาทิ การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างปี การเพิ่มข้อมูลสถานที่และกิจกรรมสำคัญสำหรับประชาชนทั่วไป และเชื่อมข้อมูลหน่วยงานอื่น ครอบคลุมการใช้งานในย่านเจริญกรุง-ตลาดน้อย และย่านอารีย์-ประดิพัทธ์

1.4 ฐานข้อมูลเนื้อหาองค์ความรู้สร้างสรรค์ (Creative Thailand Content)

- พัฒนาและรวบรวมเนื้อหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ด้วยความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ไม่น้อยกว่า 400 หัวเรื่องโดยเนื้อหาและองค์ความรู้ครอบคลุมการพัฒนาคน พื้นที่ และธุรกิจให้เป็น Smart SMEs ตั้งแต่วิถีคิด กระบวนการผลิต การตลาด เทรนด์ เทคโนโลยี รวมทั้งนำเสนอไอเดียและแรงบันดาลใจใหม่ๆ ในการพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างนวัตกรรม เป็นต้น
- นำข้อมูลมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบในฐานข้อมูลเนื้อหาองค์ความรู้สร้างสรรค์ Creative Thailand และเผยแพร่ในรูปแบบซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย และค้นหาข้อมูลและองค์ความรู้ที่ต้องการได้อย่างสะดวกสบาย และมีประสิทธิภาพ เช่น นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ รายงานประจำปี Trend e-Book, Online Lecture, เว็บไซต์, อินโฟกราฟิก, Data Visualization และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ
- ขยายช่องทางในการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์ผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยผนวกฐานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และความท้าทายในบริบทของการทำธุรกิจ เช่น ความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค สถานการณ์โรคระบาดความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี ฯลฯ เข้าด้วยกัน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ให้เข้าถึงองค์ความรู้ด้านธุรกิจสร้างสรรค์ ผ่านการจัดทำแพลตฟอร์มกลาง พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลองค์ความรู้ผ่านช่องทางปัจจุบันของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.5 งานสนับสนุนระบบ Application และฐานข้อมูล

- ดำเนินการจ้างปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ ในการให้บริการระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Database), ระบบฐานข้อมูลเนื้อหาด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thailand), ระบบฐานข้อมูลนักออกแบบและผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ (Connect By CEA), ระบบฐานข้อมูลวัสดุไทย (TCDC Material Database) และระบบฐานข้อมูลเปิด (CEA Opened Data)
- ดำเนินการจ้างใช้งานบริการอินเทอร์เน็ต เพื่อเชื่อมโยงระบบเครือข่ายข้อมูลและระบบฐานข้อมูลระหว่างสาขา รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถเชื่อมโยงกันได้ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ดำเนินการจัดจ้างใช้งานระบบ Cloud Email Marketing สำหรับใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆของระบบฐานข้อมูล, การต่ออายุโดเมนเนมสำหรับใช้ในการเผยแพร่เนื้อหาของระบบฐานข้อมูลผ่านทางชื่อ website ที่กำหนด และการต่ออายุระบบรักษาความปลอดภัยออนไลน์แอนตี้ไวรัส
- การบริหารจัดการระบบลงทะเบียนกิจกรรมออนไลน์ของผู้ประกอบการ SMEs ที่นำไปสู่การจัดเก็บข้อมูลในฐานข้อมูลผู้ประกอบการ

2. การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน

- ดำเนินการจัดจ้างเจ้าหน้าที่บริหารจัดการโครงการและประสานงานส่วนต่างๆ

3. กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์ที่สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจของไทยผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักเรียน/นักศึกษา และประชาชนที่สนใจสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง

3.1 ช่องทางออฟไลน์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การฝึกอบรมที่กระตุ้นให้เกิดการเข้าถึงองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ และนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์

3.2 ช่องทางออนไลน์ ผ่านทางดิจิทัลแพลตฟอร์มต่างๆ ที่เข้าถึงได้ง่าย อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter), โมบายแอปพลิเคชัน, คลิปเสียงหรือคลิปวิดีโอขนาดสั้น เป็นต้น โดยกำหนดช่องทางให้เหมาะกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

4. กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)

- ดำเนินการจัดจ้างจัดจ้างเพื่อใช้งานระบบรักษาความปลอดภัยออนไลน์สำหรับติดตั้งบนระบบฐานข้อมูล (SSL Certificate), ต่ออายุการใช้งานระบบ Adobe Creative Cloud และ Adobe Auto CAD LT สำหรับใช้ในการบริหารจัดการเนื้อหาต่างๆ บนระบบฐานข้อมูลแล้วนำไปแสดงผลบน website, ระบบการใช้บริการ google cloud dns และ google compute engine

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประม ณรวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
รวม	ลบ.	13.0550	2.4217	3.2552	4.0162	3.3619
กิจกรรม 1 พัฒนาเนื้อหาองค์ความรู้ (Content) และจัดทำระบบ ฐานข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์	ลบ.	9.7912	1.7505	2.5895	2.7405	2.7107
1.1 ฐานข้อมูลของนักออกแบบ และผู้ประกอบการไทย (Thai Designer and Entrepreneur Archive Database)	ลบ.	0.5000	0.1250	0.1250	0.1250	0.1250
1.2 ฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย (Thai Material Database)	ลบ.	1.4000	0.0550	0.4000	0.5000	0.4450

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณรวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
1.3 ฐานข้อมูลธุรกิจย่าน สร้างสรรค์ (Creative District)	ลบ.	2.0000	0.0000	0.5000	0.7000	0.8000
1.4 ฐานข้อมูลเนื้อหาองค์กร ความรู้สร้างสรรค์ (Creative Thailand Content)	ลบ.	3.3390	0.8000	0.9390	0.8000	0.8000
1.5 งานสนับสนุนระบบ Application และฐานข้อมูล	ลบ.	2.5524	0.7705	0.6255	0.6155	0.5407
กิจกรรมที่ 2 การบริหารจัดการ โครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน	ลบ.	1.3055	0.3305	0.3250	0.3250	0.3250
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	ลบ.	1.3055	0.3300	0.3300	0.3300	0.3155
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมบริหารงาน โครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและ อาคาร)	ลบ.	0.6528	0.0107	0.0107	0.6207	0.0107

รายละเอียดงบประมาณ/ค่าใช้จ่าย

13,055,000 บาท (สิบสามล้านห้าหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

หน่วย : บาท

รายการ	ราคาต่อ หน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรม 1 พัฒนาเนื้อหาองค์กรความรู้ (Content) และจัดทำระบบฐานข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์				9,791,200
1.1 ฐานข้อมูลของนักออกแบบและผู้ประกอบการ ไทย (Thai Designer and Entrepreneur Archive Database)				500,000
1.1.1 ค่าจ้างบริหารจัดการระบบและการสื่อสาร (Management and Admin)ฐานข้อมูล ผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ Connect by CEA				500,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1.2 ฐานข้อมูลด้านวัสดุไทย (Thai Material Database)				1,400,000
ค่าพัฒนาและจัดการเนื้อหา				<u>1,050,000</u>
1.2.1 พัฒนาจัดการเนื้อหาและคัดเลือกวัสดุในย่านต่างๆ และวัสดุ BCG จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ข้อมูลๆ ละ 4,000 บาท พร้อมลงพื้นที่และซื้อตัวอย่างวัสดุ	4,000	50	ข้อมูล	200,000
1.2.2 ค่าพัฒนาและผลิตโครงสร้างในการจัดแสดงตัวอย่างวัสดุในฐานข้อมูลวัสดุไทย (Thai Material Collection System)	850,000	1	งาน	850,000
ค่าใช้จ่ายกิจกรรม				<u>150,000</u>
1.2.3 จัดกิจกรรม Material Open House เพื่อนำเสนอวัสดุไทยสู่ตลาดโลก 2 ครั้งๆ ละ 20,000 บาท	20,000	2	ครั้ง	40,000
1.2.4 กิจกรรมออกแบบเชิงปฏิบัติการ Material hack 2 ครั้งๆ ละ 50,000 บาท เพื่อผลิตองค์ความรู้และการประยุกต์ใช้วัสดุ	50,000	2	ครั้ง	100,000
ค่าผลิตองค์ความรู้ด้านวัสดุและนวัตกรรม				<u>200,000</u>
1.2.5 กิจกรรมสร้างพื้นที่ต่อยอดองค์ความรู้ด้วยการจัดแสดงนวัตกรรมวัสดุ 2 ครั้ง ๆ ละ 10,000 บาท (Material Trend Updates)	10,000	2	ครั้ง	20,000
1.2.6 จัดแสดงวัสดุและนวัตกรรมจากผู้ประกอบการไทย (Material Manufacturer Showcase) พร้อมงานเผยแพร่องค์ความรู้	60,000	3	ครั้ง	180,000
1.3 ฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์ (Creative District)				2,000,000
ค่าตอบแทนบุคลากร				1,900,000
(1) ค่าจ้างผู้สำรวจและวิเคราะห์และคาดการณ์การเติบโตของธุรกิจ ธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ และแนวทางการพัฒนาธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่ เพื่อศึกษาและค้นหาแนวทางและตัวแปรที่มีผลดึงดูดให้เกิดการลงทุน การดำเนินธุรกิจ อย่าง	800,000	2	พื้นที่	1,600,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
ต่อเนื่องของย่าน จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ย่านเจริญกรุง และย่านอารีย์ - ประดิพัทธ์				
(2) ค่าจ้างพัฒนาระบบฐานข้อมูลย่านสร้างสรรค์ โดยพัฒนา จำแนกระบบการใช้งาน และการแสดงผลข้อมูลสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป และเชิงนโยบาย รวมถึงรองรับการขยายการใช้งานให้ครอบคลุมย่านสร้างสรรค์จำนวน 2 แห่ง	300,000	1	งาน	300,000
ค่าจัดทำเนื้อหา				100,000
(3) จัดทำเนื้อหาด้านธุรกิจภายในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ในการเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์	10,000	12	งาน	100,000
1.4 ฐานข้อมูลเนื้อหาองค์ความรู้สร้างสรรค์ (Creative Thailand Content)				3,339,000
ค่าจัดทำเนื้อหา				2,000,000
(1) จัดทำเนื้อหาด้านธุรกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ในการเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ 400 บทความต่อปี โดยแบ่งเป็นเนื้อหาด้านธุรกิจสร้างสรรค์และผู้ประกอบการไทยจำนวน 150 บทความต่อปี เนื้อหาด้านเทรนด์โลก 50 บทความต่อปี และเนื้อหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 200 บทความต่อปี (รวมจำนวน 400 บทความต่อปี บทความละ 5,000 บาท)	5,000	400	บทความ	2,000,000
ค่าแปลเอกสาร				108,000
(2) งานแปลเอกสารด้านธุรกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการไทยเป็นภาษาอังกฤษ (จำนวน 36 บทความต่อปี บทความละ 3,000 บาท)	3,000	36	บทความ	108,000
ค่าผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้				340,000
(3) งานผลิตสื่อสร้างสรรค์ในลักษณะอินโฟกราฟิก ภาพถ่าย วิดีโอ และ Data Visualization เพื่อใช้ใน	4	85,000	ชิ้นงาน	340,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
การประชาสัมพันธ์โครงการและให้ความรู้ (จำนวน 4 ชิ้นงานต่อปี ชิ้นงานละ 85,000 บาท)				
ค่าบรรณาธิการ และค่าจ้างออกแบบ/พัฒนา/ จัดทำเนื้อหา				600,000
(4) งานบรรณาธิการ ออกแบบ และเผยแพร่ (จำนวน 12 เดือนๆ ละ 50,000 บาท)	50,000	12	เดือน	600,000
ค่าอุปกรณ์				51,000
(5) งานจัดซื้อครุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดส่งสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (จำนวน 2 ครั้งต่อปี ครั้งละ 25,500 บาท)	25,500	2	ครั้ง	51,000
ค่าเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์				240,000
(6) ซื้อสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (จำนวน 12 เดือนๆ ละ 20,000 บาท)	20,000	12	เดือน	240,000
1.5 บำรุงรักษาเพื่อสนับสนุนการให้บริการระบบฐานข้อมูล				2,552,200
ค่าจัดจ้างพัฒนาระบบ Website และ Mobile Application สำหรับระบบฐานข้อมูล				1,180,000
1.5.1. พัฒนาระบบ website และ mobile application	107,270	11	เว็บไซต์	1,180,000
ค่าอินเทอร์เน็ต				916,200
1.5.2. พัฒนาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสาขาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	305,400	3	สาขา	916,200
1.5.3. บำรุงรักษาเพื่อสนับสนุนการให้บริการระบบฐานข้อมูล				456,000
ค่าใช้จ่ายอื่น (ค่าต่ออายุการใช้งานระบบและการบำรุงรักษา)				456,000
(1) ค่าต่ออายุใช้บริการระบบ Cloud Email Marketing ระยะเวลา 1 ปี	0.05	1,000,000	อีเมล	50,000
(2) ค่าบอกรับระบบลงทะเบียนกิจกรรมออนไลน์ของผู้ประกอบการ SMEs	18,000	12	เดือน	216,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
(3) ค่าต่ออายุโดเมนเนม	590	17	โดเมนเนม	10,000
(4) ค่าต่ออายุระบบรักษาความปลอดภัยแอนตี้ไวรัส	720	250	license	180,000
กิจกรรมที่ 2 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน				1,305,500
ค่าจัดจ้างเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ	261,100	5	คน	1,305,500
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				1,305,500
ค่าเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์				1,305,500
(1) ค่าซื้อพื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อดั้งเดิมที่ได้รับความนิยมสูง (Traditional media) และสื่อใหม่ (New media) จำนวน 12 เดือน (จำนวน 12 เดือนๆ ละ 108,791.67 บาท)	108,791.67	12	เดือน	1,305,500
กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)				652,800
(1) ค่าต่ออายุการใช้งานระบบ Adobe Creative Cloud และ Adobe Auto CAD LT	42,300	13	license	550,000
(2) ค่าต่ออายุระบบรักษาความปลอดภัยออนไลน์ (SSL Certificate)	20,000	3	certificate	60,000
(3) ค่าใช้บริการ Google cloud dns และ Google compute engine	3,560	12	เดือน	42,800
รวมงบประมาณทั้งสิ้น				13,055,000

หมายเหตุ ขอถวายทุกรายการ

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. ผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการชุมชน ทั้งผู้ประกอบการรุ่นใหม่และผู้ประกอบการรายเดิม สามารถเข้าถึงข้อมูลผลงานด้านการออกแบบ ผู้ให้บริการ/ผู้ประกอบการ รวมทั้งแหล่งข้อมูลวัสดุด้านการออกแบบจากทั่วประเทศ ที่สามารถนำไปสู่การต่อยอด/พัฒนาผลิตภัณฑ์ การจับคู่ธุรกิจ
2. ประชาชนตระหนักในความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และการออกแบบ ตามแนวคิด Creative Thailand
3. นักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการ SMEs และผู้ประกอบการชุมชน มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำองค์ความรู้และกระบวนการคิดเชิงออกแบบไปใช้ในพัฒนาธุรกิจ และต่อยอดสู่การสร้างนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

โครงการ เทศกาลความคิดสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

งบประมาณปี 2565 8,209,500 บาท (แปดล้านสองแสนเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นการท่องเที่ยว
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น
แผนย่อย	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่อยุธยา
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

ตามแนวทางในการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายปีประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 เพื่อบูรณาการเป้าหมาย “หลุดพ้นจากความยากจนสู่การพึ่งตนเอง” ดังนั้น ในการ

พัฒนาแผนงานโครงการ จำเป็นต้องกำหนดจุดแข็ง ศักยภาพของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พร้อมทั้งวางแนวทางในการแก้ไขปัญหาอุปสรรค และการเสริมสร้างข้อเสียเปรียบต่างๆ เพื่อดึงความสามารถของทักษะฝีมือแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ จากภาคการผลิตและภาคบริการ ให้ออกมาอย่างสูงสุด ซึ่งพบว่า ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคการบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มต่อหน่วยการผลิตสูงสุด ก่อให้เกิดห่วงโซ่การกระจายรายได้ และนำไปสู่การพัฒนาในภาคการผลิตอื่น อาทิ สินค้าหัตถกรรม สินค้าที่ระลึก กลุ่มธุรกิจบริการ กลุ่มธุรกิจลอจิสติกส์ เป็นต้น ทั้งนี้ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการจัดแบ่งกลุ่มการพัฒนาที่เชื่อมโยงกันตามพื้นที่ โดยในส่วนของจังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ การลงทุน อุตสาหกรรม และการศึกษาของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง (จังหวัดขอนแก่น จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด) มีความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจ ระบบคมนาคม สถานศึกษา และระบบสาธารณสุข โอกาสทั้งนี้ เป็นที่ตั้งของหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง และมีผลกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการผลิต การลงทุนและการค้าของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง เช่น ศูนย์เศรษฐกิจ การลงทุนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น โดยในด้านทุนทางวัฒนธรรม นับเป็นเขตพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ เพื่อสร้างความแตกต่างและคุณค่าให้สินค้าและบริการในพื้นที่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์มูลค่า และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

นอกจากนั้นภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาในด้านที่ตั้งของภาคอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ซึ่งมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยมีแนวชายแดนติดต่อกับ สปป. ลาว กัมพูชา และสามารถเชื่อมโยงต่อไปเวียดนามและจีนตอนใต้ได้อย่างสะดวก มีพื้นที่ทำการเกษตรมากที่สุดเป็นร้อยละ 42.8 ของพื้นที่เกษตรประเทศ และพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุด โดยสามารถปลูกข้าวหอมมะลิคุณภาพดีที่สุดของประเทศ มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ โบราณคดีบ้านเชียง อารยธรรมขอม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและธรรมชาติ และท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวนานาชาติและนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้ ตลอดจนมีสถาบันวิจัยตั้งอยู่ในพื้นที่ 12 แห่ง ซึ่งมีความสามารถเฉพาะทางที่โดดเด่น อาทิ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านสาธารณสุขและเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ด้านวิศวกรรมศาสตร์และแปรรูปอาหาร และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตสกลนคร ด้านเกษตรและประมง เป็นต้น แต่ขณะเดียวกันภาคการผลิต จำเป็นที่จะต้องได้รับการยกระดับการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดความตื่นตัวสู่การผลิตที่มีคุณภาพในมาตรฐานสากล โดยเฉพาะมีพื้นฐานเศรษฐกิจอยู่บนฐานการผลิตของอุตสาหกรรมการเกษตรเป็นหลัก การพัฒนาและการยกระดับสินค้าและบริการท้องถิ่นด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าจากความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ (Value creation) จึงต้องมุ่งเน้นการสนับสนุนและส่งเสริมการเชื่อมต่อองค์ความรู้การออกแบบ ทักษะฝีมือ การพัฒนาคุณภาพวัสดุ และการตลาดไปสู่ระดับสากล

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขอนแก่น ในฐานะองค์กรที่เป็นหน่วยส่งเสริมความคิดด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เล็งเห็นความสำคัญของการกระตุ้นให้เกิดความ

ต้นตัวต่อการยกระดับและพัฒนาการออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์ท้องถิ่น ให้ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของ
ผู้บริโภคและตลาดยุคใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาความสามารถทรัพยากรมนุษย์และธุรกิจ
สร้างสรรค์ท้องถิ่น 15 สาขาด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบและความรู้ใหม่ที่ทันสมัย นำไปสู่การยกระดับ
คุณภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และมีแผนงานหลักประกอบด้วย การเผยแพร่ความรู้ด้านการออกแบบ การ
กระตุ้นความสนใจต่อการออกแบบและกิจกรรม การบ่มเพาะนักออกแบบและผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ การ
พัฒนาและแลกเปลี่ยนเนื้อหาความรู้ระหว่างกัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมทั้งการส่งเสริมแสดงผลงาน
จากความคิดสร้างสรรค์ของท้องถิ่น

โครงการเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ ภาคตะวันออกเฉิยเหนือ จึงเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนใน
การยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของภาคการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ด้วยเครื่องมือ และกระบวนการ
ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าและโอกาสแสดงศักยภาพของภาค
ตะวันออกเฉิยเหนือในเชิงพื้นที่ เชิงธุรกิจ เชิงสังคมและวัฒนธรรม โดยสอดคล้องกัน เพื่อส่งเสริมธุรกิจและ
บริการสร้างสรรค์ มีความเชื่อมโยงเรื่องราวของย่าน ผู้คน ธุรกิจดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์โดดเด่นของท้องถิ่น พร้อม
ทั้งส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio Economy) ซึ่งนำไปสู่เทศกาลงานความคิดสร้างสรรค์
(Creative Festival) เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและธุรกิจของเมือง ตามแนวทางเมือง
สร้างสรรค์ (Creative City) เพื่อส่งเสริมให้เมืองใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่เดิม ผสมผสานกับการบริหารจัดการอย่างมี
ส่วนร่วมของภาครัฐและเอกชน กระตุ้นและส่งเสริมบรรยากาศเมืองสร้างสรรค์ เช่น เทศกาลงานออกแบบ
เทศกาลของดีเมืองอีสาน พร้อมทั้งเกื้อกูลให้ธุรกิจท้องถิ่นในพื้นที่ได้ประโยชน์จากการพัฒนา เตรียมความ
พร้อม ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาพื้นที่ มีการเคลื่อนไหวใหม่ๆ นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการกลับคืนถิ่น ความปลอดภัย
ของชีวิตและทรัพย์สินของผู้คนสูงขึ้น และกลายเป็น แหล่งท่องเที่ยวใหม่ของเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องเดินทาง
ไปเยี่ยมเยือนตามแหล่งต้นกำเนิดของวัตถุดิบท้องถิ่นนั้น เพื่อดึงดูดให้มีการหมุนเวียนเศรษฐกิจในชุมชนใน
ระดับฐานราก การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่
กายภาพ ทั้งหมดนี้จึงไม่ใช่เพียงผลลัพธ์ทางการขับเคลื่อนธุรกิจเท่านั้น แต่รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของ
สังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาตนเองของชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการส่งเสริม พัฒนา เพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของภาค
ตะวันออกเฉิยเหนือซึ่งได้แก่ เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio-Economy)
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เสริมสร้างความสามารถ ทักษะฝีมือ และโอกาสใน
การต่อยอดทางธุรกิจให้กับบุคลากรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 15 สาขา ของภาค
ตะวันออกเฉิยเหนือ
3. เพื่อส่งเสริม และเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยการพัฒนาสินค้าและอัต
ลักษณ์ชุมชนให้มีความสามารถในการแข่งขันสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นในชุมชน และส่งเสริมให้เกิด

ความเคลื่อนไหวของการพัฒนาเศรษฐกิจ ผ่านการพัฒนาพื้นที่ ธุรกิจ ชุมชนเมือง และการพัฒนา
สู่แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ภูมิภาค

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายเดิม/หลัก (ถ้ามี) และกลุ่มเป้าหมายรอง (ถ้ามี)

1. วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SMEs นักวิจัย เกษตรกร และช่างฝีมือท้องถิ่น
2. นักสร้างสรรค์ สมาคมวิชาชีพ สถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและ
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉิยเหนือ
3. นักเรียน และนักศึกษาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉิยเหนือ
4. กลุ่มนักท่องเที่ยว
5. ประชาชนทั่วไป

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ (ถ้ามี)

ภาคีเครือข่ายในประเทศ อาทิ จังหวัดขอนแก่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เทศบาลนคร
ขอนแก่น พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น การท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย และ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หอการค้าจังหวัด สมาคม
องค์กรกลุ่มนักสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉิยเหนือ

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

จังหวัดขอนแก่น พื้นที่หลัก และ 19 จังหวัด ในภาคอีสาน

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ตัวชี้วัด Output					
1. จัดงานเทศกาลด้านความคิด สร้างสรรค์ขนาดใหญ่	ครั้ง		1		
2. จำนวนผู้เข้าใช้บริการและการ เข้าถึงองค์ความรู้เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ทั้งออนไลน์และ ออฟไลน์	คน/ครั้ง (รวม 100,000)	15,000	60,000	15,000	10,000
3.จำนวนผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ได้รับการบ่มเพาะ เชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ราย (รวม 300 ราย)	20	250	20	10

และบริการ และได้รับการบ่ม เพาะเชิงลึกด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ จำนวน 150 ราย					
ตัวชี้วัด Outcome					
1. มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจาก การจัดงานเทศกาลความคิด สร้างสรรค์	ล้านบาท				60

ระดับผลลัพธ์ (Outcome)

1. ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 26 จากการเข้าร่วมกิจกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์/บริการ และการร่วมงาน เทศกาลฯ
2. ส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนต้นแบบ สร้างรายได้ หมุนเวียนสู่ชุมชน
3. เกิดการรวมกลุ่มและสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เกิดเทศกาลงานความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมธุรกิจการค้าของท้องถิ่นให้เติบโต และสนับสนุนการ สร้างผู้ประกอบการใหม่ให้เริ่มต้นสร้างธุรกิจได้ในท้องถิ่น
5. นักออกแบบและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทักษะและศักยภาพใน ด้านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ที่นำไปต่อยอดและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและ ตอบโจทย์การใช้งานผู้บริโภค รวมทั้งเกิดการรวมตัวเป็นเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน

โครงการเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 7 กิจกรรมย่อย ดังนี้

- (1) เทศกาลอีสานสร้างสรรค์ 2565 โดยกำหนดเป็นเทศกาลประจำปีของย่านและเมือง ส่งเสริม ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - การบริหารจัดการและปรับปรุงพื้นที่ งานโครงสร้าง และงานระบบที่เกี่ยวข้องของเทศกาลให้อยู่ ในสภาพพร้อมใช้งานและได้มาตรฐานสากลสำหรับจัดแสดงผลงานออกแบบ จัดกิจกรรม และ อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าชมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและแสดงผลงานส่งเสริมงานออกแบบชุมชน (Design Showcase) โดยประสานงานตรวจสอบและติดตั้งผลงานออกแบบร่วมกับผู้เข้าร่วมจัดงาน ได้แก่ ธุรกิจสร้างสรรค์ นักออกแบบวิชาชีพ นักออกแบบรุ่นใหม่ สถาบันการศึกษา และภาคีเครือข่ายต่างประเทศ
- การส่งเสริมธุรกิจ จัดพื้นที่ตลาดธุรกิจสร้างสรรค์ การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business matching) ขยายโอกาสและพื้นที่ทางธุรกิจในวงกว้างเพื่อการต่อยอดธุรกิจชุมชนสู่มาตรฐานสากล
- การส่งเสริมการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการออกแบบและธุรกิจ (Knowledge exchange) ในรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย Design Talk และ Design Workshop
- การประชาสัมพันธ์งานในระดับพื้นที่

(2) กิจกรรมส่งเสริม พัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ 15 สาขาใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Isan Creator)

- การจัดแสดงนิทรรศการปรัชญาอีสานดีไซน์ พัฒนาทักษะความสามารถเพื่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในหัวข้อต่างๆ ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ ด้านธุรกิจ ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี เป็นต้น
- กิจกรรมส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยกระบวนการ co-creation เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแบบบูรณาการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- กิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการต้นแบบเพื่อเป็นการสร้างกลุ่มเครือข่าย และสร้างโอกาสในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจท้องถิ่น และเกิดรายได้หมุนเวียน

(3) กิจกรรมเตรียมความพร้อม เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของชุมชนเศรษฐกิจฐานชีวภาพ ด้วยความคิดสร้างสรรค์

- ศึกษาวิจัยข้อมูลเศรษฐกิจฐานชีวภาพของอีสาน คุณสมบัติ สร้างอัตลักษณ์ ความเป็นไปได้ในการต่อยอดเชิงธุรกิจในวงกว้าง (Storytelling)
- การจัดสัมมนา / เสวนา / เวิร์กช็อป พัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมเศรษฐกิจฐานชีวภาพ เพื่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในหัวข้อต่างๆ
- กิจกรรมส่งเสริมอัตลักษณ์เศรษฐกิจฐานชีวภาพ ส่งเสริมผู้ประกอบการต้นแบบเพื่อเป็นการสร้างกลุ่มเครือข่าย และสร้างโอกาสในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจท้องถิ่น และเกิดรายได้หมุนเวียนผ่านรูปแบบการนำเสนอเป็นนิทรรศการหมุนเวียน

(4) กิจกรรมสร้างแนวร่วมย่านสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และเครือข่ายชุมชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ศรีจันทร์ และกังสดาล

- รวบรวมกลุ่มนักสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่น พร้อมในการส่งเสริมและพัฒนา จัดทำ story telling ใช้กระบวนการการมีส่วนร่วม
- กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากเมืองสู่ชนบท (Local Creative tour) อาทิ จัดโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทางตามรอยยุคก่อนประวัติศาสตร์ (Isan Dino Trip) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เส้นทางท่องเที่ยววัตถุดิบอาหารอีสาน (Isan Gastronomy) และการจัดทำแผนที่หิ้งสิ่งพิมพ์และออนไลน์
- กิจกรรมส่งเสริมพัฒนารูปร่างสร้างสรรค์ อาทิ กิจกรรมแสดงผลภัณฑ์ของย่าน เป็นต้น
- กิจกรรมส่งเสริมคุณค่าย่านทางประวัติศาสตร์ผ่านความคิดสร้างสรรค์ อาทิ กิจกรรมดนตรี กิจกรรมศิลปะ กิจกรรมเทศกาลอาหาร Street Food Festival ของดีอีสาน เป็นต้น
- กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ ด้วยการสำรวจและพัฒนาย่านสร้างสรรค์ (Creative district) และสำรวจองค์ประกอบเมืองสร้างสรรค์ด้านงานหัตถกรรมและงานออกแบบ (Creative mapping) ของจังหวัดขอนแก่น
- กิจกรรมต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่อย่างมีส่วนร่วมภายในพื้นที่ย่านสร้างสรรค์ใน 2 ย่านได้แก่ ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ศรีจันทร์ และย่านกังสดาล

(5) การบริหารจัดการโครงการ (เจ้าหน้าที่ประสานงาน)

วางแผนงานและเจ้าหน้าที่ที่กำกับดูแล ดำเนินโครงการกิจกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด covid-19 ได้อย่างทันที่และเหมาะสมกับสถานการณ์

(6) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าถึงองค์ความรู้สร้างสรรค์

วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเข้าถึงองค์ความรู้สร้างสรรค์อย่างถูกช่องทางให้เกิดประโยชน์สูงสุด

(7) บริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)

บริหารจัดการทรัพยากรและเทคโนโลยีให้เท่าทันการพัฒนาของสังคม เพื่อให้พื้นที่และบริการมีประสิทธิภาพสูงสุดในการให้บริการและดำเนินกิจกรรมด้วยความเรียบร้อยสมบูรณ์เพื่อบรรลุเป้าหมาย

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
รวม	ลบ.	8.2095	1.4131	4.6131	1.4131	0.7702
กิจกรรมที่ 1 งานเทศกาลอีสานสร้างสรรค์ 2565	ลบ.	4.0000				
ตัวชี้วัด เทศกาลงานความคิดสร้างสรรค์	ครั้ง	1				
ตัวชี้วัด ผู้เข้าร่วมงานเทศกาลและเข้าถึงข้อมูล online และ offline	คน/ครั้ง	35,000				
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ราย	250				
ตัวชี้วัด มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการจัดงานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์	ลบ.	60				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	4.0000	0.5000	3.0000	0.5000	0.0000
กิจกรรม 2 กิจกรรมส่งเสริม พัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ นิทรรศการปรัชญาอีสานดีไซน์ (Isan Creator)	ลบ.	0.3000				
ตัวชี้วัด นิทรรศการสร้างสรรค์	ครั้ง	3				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.3000	0.0000	0.1000	0.1000	0.1000
กิจกรรมที่ 3 ส่งเสริม พัฒนาผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจฐานชีวภาพอีสาน (Bio-economy)	ลบ.	0.8570				
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ราย	20				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.8570	0.1000	0.5000	0.2000	0.0570
กิจกรรมที่ 4 สร้างแนวร่วมย่านสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้นแบบศรีจันทร์-กังสดาล	ลบ.	1.0000				

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
ตัวชี้วัด ผู้ประกอบการที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ราย	30				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	1.0000	0.3000	0.5000	0.1000	0.1000
กิจกรรมที่ 5 การบริหารจัดการโครงการเจ้าหน้าที่ประสานงาน	ลบ.	0.8210				
ตัวชี้วัด						
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.8210	0.20525	0.20525	0.20525	0.20525
กิจกรรมที่ 6 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าถึงองค์ความรู้สร้างสรรค์	ลบ.	0.8210				
ตัวชี้วัด การเข้าถึงข้อมูลทางออนไลน์	ครั้ง/คน	10,000				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.8210	0.20525	0.20525	0.20525	0.20525
กิจกรรมที่ 7 บริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)	ลบ.	0.4105				
ตัวชี้วัด ผู้เข้าใช้บริการและเข้าถึงองค์ความรู้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	ครั้ง/คน	5,000				
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	0.4105	0.1026	0.1026	0.1026	0.1027

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 8,209,500 บาท (แปดล้านสองแสนเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน) ประกอบด้วย

หน่วยเป็น : บาท

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1. กิจกรรมงานเทศกาลอีสานสร้างสรรค์ 2565				4,000,000.00
1.1) ค่าจัดงานพิธีเปิดเทศกาล	200,000.00	1	งาน	200,000.00
- ค่าออกแบบ ตกแต่งเวทีและสถานที่ พิธีกร จำนวน 50,000 บาท				

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าเดินทางแขกผู้ใหญ่ จำนวน 1 คน x 5,000 บาท รวม 5,000 บาท - ค่าที่พักแขกผู้ใหญ่ จำนวน 1 คน x 850 บาท x 1 คืน รวม 850 บาท - ค่าอาหารผู้เข้าร่วม (เหมา) จำนวน 100 คน x 500 บาท รวม 50,000 บาท - ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน x 240 บาท x 3 วัน รวม 2,160 บาท - ค่าเดินทางเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน x 5,000 บาท รวม 15,000 บาท - ค่าที่พักเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน x 850 บาท x 2 คืน รวม 5,100 บาท - ค่าเช่ารถตู้ จำนวน 2 คัน x 2,500 บาท x 3 วัน รวม 15,000 บาท - ค่าแท็กซี่ จำนวน 3 คน x 400 บาท รวม 1,200 บาท - ค่าของที่ระลึก จำนวน 200 คน x 50 บาท รวม 10,000 บาท - ค่าอุปกรณ์ และขนย้าย จำนวน 15,690 บาท - ค่าเชิญสื่อประชาสัมพันธ์จากส่วนกลาง จำนวน 30,000 บาท				
1.2) งานแสดงผลงานและนำเสนอผลงานสินค้าและ บริการของผู้ที่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของ ธุรกิจสร้างสรรค์และนักออกแบบไทย และผู้ที่ได้รับการ คัดเลือกหรือผ่านการอบรมจากเครือข่ายพันธมิตร (Showcase) - ค่าออกแบบ จำนวน 25,000 บาท - ค่าผลิตโครงสร้าง จำนวน 50,000 บาท - ค่าติดตั้งรถออนโครงสร้างและไฟตกแต่งนิทรรศการ จำนวน 40,000 บาท	3,000.00	50	ผลงาน	150,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าขนส่งผลงานจัดแสดง จำนวน 15,000 บาท - ค่าผลิตสร้างป้ายกราฟฟิกประกอบนิทรรศการ จำนวน 15,000 บาท - ค่าออกแบบเสียงประกอบนิทรรศการ จำนวน 5,000 บาท				
1.3) นิทรรศการผลงานออกแบบของหลากหลายองค์กร ชั้นนำทั้งในและระหว่างประเทศ (Exhibition) - ค่าออกแบบ จำนวน 50,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 150,000 บาท - ค่าผลิตโครงสร้างนิทรรศการ จำนวน 150,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 450,000 บาท - ค่าติดตั้งรถยนต์โครงสร้างและไฟนิทรรศการ จำนวน 90,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 270,000 บาท - ค่าจัดซื้อวัตถุจัดแสดงและอุปกรณ์ประกอบ จำนวน 30,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 90,000 บาท - ค่าจัดสร้างป้ายกราฟฟิกประกอบนิทรรศการ จำนวน 30,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 90,000 บาท - ค่าออกแบบเสียงประกอบนิทรรศการ จำนวน 5,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 150,000 บาท - ค่าขนย้าย จำนวน 5,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 150,000 บาท - ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ volunteer จำนวน 40,000 บาท x 3 นิทรรศการ รวม 120,000 บาท	400,000.00	3	นิทรรศการ	1,200,000.00
1.4) การจัดแสดงผลงานศิลปะจัดวาง การจัดแสดงผลงานออกแบบ/งานศิลปะ/ประติมากรรม ในพื้นที่สาธารณะ (Art & Installation) - ค่าออกแบบ จำนวน 40,000 บาท - ค่าติดตั้งรถยนต์โครงสร้างนิทรรศการ จำนวน 50,000 บาท - ค่าขนส่งผลงานจัดแสดง จำนวน 10,000 บาท	100,000.00	2	ผลงาน	200,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าติดตั้งระบบแสง สี เสียง จำนวน 30,000 บาท - ค่าผลิตและก่อสร้างนิทรรศการ จำนวน 70,000 บาท				
1.5) กิจกรรมการสัมมนา / เสวนา / เว็ร็กชอป/ดนตรี/การแสดง/ภาพยนตร์ (Creative Program) - ค่าเช่าหุฟ่ง พร้อมตู้แปลภาษา (จำนวน 50 ชุดๆ ละ 100 บาท x 2 วัน) รวม 10,000 บาท - ค่าติดตั้ง รื้อถอน ระบบภาพ แสง สี เสียง จำนวน 30,000 บาท - ค่าล่ามแปลภาษา เป็นเงิน 10,000 บาท - ค่าออกแบบ 1 งาน จำนวน 20,000 บาท - ค่าเช่าอุปกรณ์เครื่องเสียง เวที ระบบภาพ แสง สี เสียง จำนวน 40,000 บาท - ค่าจ้างเจ้าหน้าที่บริหารจัดการคิวเวที จำนวน 15,000 บาท - ค่าอุปกรณ์และระบบการเข้าฟังบรรยายออนไลน์ จำนวน 50,000 บาท - ค่าตอบแทนวิทยากร จำนวน 15 คนๆ ละ 9,600 บาท จำนวน 1 วัน รวม 144,000 บาท - ค่าเอกสาร จำนวน 3,000 บาท - ค่าวัสดุ อุปกรณ์กิจกรรม จำนวน 28,000 บาท - ค่าออกแบบเวที แสง สี เสียง (การแสดง) พร้อม อุปกรณ์เครื่องดนตรี จำนวน 400,000 บาท - ค่าตอบแทนศิลปิน จำนวน 20 วงๆละ 15,000 บาท รวม 150,000 บาท - ค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ จำนวน 20,000 บาท จำนวน 5 เรื่อง รวม 100,000 บาท	200,000.00	5	โปรแกรม	1,000,000.00
1.6) กิจกรรมเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์และตลาดสร้างสรรค์ (Creative Business & D-kak Market) - ค่าบริหารจัดการกิจกรรม D-Kak Market จำนวน 200,000 บาท	150,000.00	2	กิจกรรม	300,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) จำนวน 100,000 บาท				
1.7) พื้นที่สำหรับจัดแสดงงาน ประกอบด้วย - ค่าเช่า จำนวน 30,000 บาท - ค่าปรับพื้นที่ จำนวน 150,000 บาท - ค่าออกแบบพื้นที่และบรรยากาศ จำนวน 150,000 บาท - ค่าตกแต่งสถานที่ จำนวน 60,000 บาท - ค่าระบบภาพ แสง สี เสียง จำนวน 30,000 บาท - ค่าเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำนวน 20,000 บาท - ค่าเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด จำนวน 20,000 บาท - ค่าวัสดุอุปกรณ์ จำนวน 10,000 บาท - ค่าสาธารณูปโภค จำนวน 30,000 บาท	100,000.00	5	พื้นที่	500,000.00
1.8) ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประเมินมูลค่าผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม และมูลค่าทางเศรษฐกิจในการจัดเทศกาล	250,000.00	1	รายงาน	250,000.00
1.9) กิจกรรมออกแบบพัฒนาเส้นทาง Creative Tour	20,000.00	5	เส้นทาง	100,000.00
1.10) ค่าพัฒนาและอัปเดตข้อมูลเทศกาลเว็บไซต์เทศกาล	100,000.00	1	เทศกาล	100,000.00
1.11) ค่าจ้างจัดทำเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาล	50,000.00	2	งาน	100,000.00
2. กิจกรรมส่งเสริม พัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ นิทรรศการ ปรัชญาอีสานดีไซน์ (Isan Creator)				300,000.00
2.1) รวบรวมเรียบเรียงเนื้อหา ออกแบบ นิทรรศการ ปรัชญาอีสานดีไซน์ เพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ สร้างสรรค์ท้องถิ่น จำนวน 3 นิทรรศการ - ค่านักออกแบบ จำนวน 30,000 บาท - ค่าจัดหาวัตถุจัดแสดง จำนวน 25,000 บาท - ค่าผลิตโครงสร้างนิทรรศการ จำนวน 50,000 บาท - ค่าจัดทำเนื้อหา นิทรรศการ จำนวน 30,000 บาท - ค่าอุปกรณ์ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5,000 บาท	100,000.00	3	นิทรรศการ	300,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าออกแบบ จัดทำกราฟิก จำนวน 5,000 บาท - ค่าติดตั้ง รื้อถอนการจัดแสดงผลงาน จำนวน 150,000 บาท - ค่าขนย้ายผลงานจัดแสดง จำนวน 5,000 บาท				
3. กิจกรรมส่งเสริม พัฒนาผลิตภัณฑ์ เศรษฐกิจฐานชีวภาพ อีสาน (Bio-economy)				857,000.00
3.1) สำรวจศึกษารวบรวมข้อมูลองค์ความรู้เรื่อง สินทรัพย์เศรษฐกิจฐานชีวภาพอีสานที่โดดเด่น จากวัฒนธรรมสู่นวัตกรรม พร้อมเรียบเรียง เนื้อหาสำหรับจัดทำนิทรรศการทั้งไทยและ อังกฤษ จำนวน 1 เรื่อง	150,000.00	1	เรื่อง	150,000.00
3.2) กิจกรรมปั๊มเพาะ สร้างอัตลักษณ์ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Story telling) - ค่าออกแบบ จำนวน 10,000 บาท x 5 ผลิตภัณฑ์ รวม 50,000 บาท - ค่าพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ x 10,000 บาท รวม 50,000 บาท - ค่าจัดกิจกรรมอบรม storytelling จำนวน 25,000 บาท x 2 ครั้ง รวม 50,000 บาท	30,000.00	5	ผลงาน	150,000.00
3.3) จัดแสดงนิทรรศการศักยภาพและโอกาสเพื่อ ต่อยอดทางธุรกิจจากสินทรัพย์เศรษฐกิจฐาน ชีวภาพสร้างสรรค์ - ค่าออกแบบ โครงสร้าง กราฟิก เนื้อหานิทรรศการ จำนวน 75,000 บาท - ค่าผลิตโครงสร้างนิทรรศการ จำนวน 200,000 บาท - ค่าผลิตกราฟิกงานนิทรรศการ จำนวน 75,000 บาท - ค่าวัสดุจัดแสดงผลงาน จำนวน 90,000 บาท	557,000.00	1	นิทรรศการ	557,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าติดตั้งรถถอน พร้อมไพนทรรศการ จำนวน 50,000 บาท - ค่าของที่ระลึก จำนวน 15,000 บาท - ค่าจัดกิจกรรมประกอบบนิทรรศการ จำนวน 15,000 บาท x 2 ครั้ง รวม 30,000 บาท - ค่าอุปกรณ์ และขนย้าย จำนวน 2,000 บาท - ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 20,000 บาท				
4. กิจกรรมสร้างแนวร่วมย่านสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้นแบบศรีจันทร์-กิงสตาล				1,000,000.00
4.1) จัดกิจกรรมเวิร์กชอปพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ชุมชนสร้างสรรค์ในย่านต้นแบบ - ค่าตอบแทนวิทยากร จำนวน 1 คน x 9,600 บาท x 2 วัน x 1 ครั้ง รวม 19,200 บาท - ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ จำนวน 50,000 บาท x 3 ด้าน รวม 150,000 บาท - ค่าเดินทางวิทยากร จำนวน 1 คน x 5,000 บาท x 1 ครั้ง รวม 5,000 บาท - ค่าที่พักวิทยากร จำนวน 1 คน x 850 บาท x 2 คืน x 1 ครั้ง รวม 1,700 บาท - ค่าอาหารผู้เข้าร่วม (เหมา) จำนวน 30 คน x 500 บาท x 1 ครั้ง รวม 15,000 บาท - ค่าเอกสาร จำนวน 30 คน x 100 บาท x 1 ครั้ง รวม 3,000 บาท - ค่าอุปกรณ์จัดกิจกรรม จำนวน 6,100 บาท - ค่าผลิตต้นแบบจำนวน 10 ต้นแบบ x 15,000 บาท รวม 150,000 บาท	35,000.00	10	ราย	350,000.00
4.2) กิจกรรมประชุมระดมความเห็น สร้างอัตลักษณ์ของย่าน District Branding/Story telling	25,000.00	2	ครั้ง	50,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าตอบแทนวิทยากร จำนวน 1 คน x 9,600 บาท x 1 วัน x 2 ครั้ง รวม 19,200 บาท - ค่าเดินทางวิทยากร จำนวน 1 คน x 5,000 บาท x 2 ครั้ง รวม 10,000 บาท - ค่าที่พักวิทยากร จำนวน 1 คน x 850 บาท x 1 คืน x 2 ครั้ง รวม 1,700 บาท - ค่าอาหารผู้เข้าร่วม (เหมา) จำนวน 50 คน x 100 บาท x 2 ครั้ง รวม 5,000 บาท - ค่าเอกสาร จำนวน 50 คน x 70 บาท x 2 ครั้ง รวม 7,000 บาท - ค่าอุปกรณ์จัดกิจกรรม จำนวน 7,100 บาท				
4.3) จัดกิจกรรมสร้างและทดสอบต้นแบบย่าน สร้างสรรค์ย่านกังสดาลและศรีจันทร์ จำนวน 2 พื้นที่ - ค่าค้นคว้าวิจัยข้อมูลศึกษาความเป็นไปได้ จำนวน 50,000 บาท - ค่าออกแบบ โครงสร้าง กราฟิก เนื้อหาผลงาน จำนวน 75,000 บาท - ค่าผลิตต้นแบบในพื้นที่ขนาด 1:1 จำนวน 300,000 บาท - ค่าผลิตกราฟิกงานนิทรรศการ จำนวน 75,000 บาท - ค่าติดตั้งรถออน พร้อมไฟนิทรรศการ จำนวน 100,000 บาท	300,000.00	2	ย่าน	600,000.00
5. กิจกรรมการบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ ประสานงาน				821,000.00
5.1) ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ด้านจัดทำเนื้อหาและบริหารกิจกรรม จำนวน 3 คน x 22,805.56 x 12 เดือน	68,416.66	12	เดือน	821,000.00

รายการ/กิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
6. กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าถึงองค์ความรู้สร้างสรรค์				821,000.00
6.1) ค่าจัดทำเนื้อหา ออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมสร้างการรับรู้ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งแบบสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์	68,416.66	12	เดือน	821,000.00
7. กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)				410,500.00
7.1) ค่าบริหารจัดการทรัพยากรด้านไอทีและบริหารอาคาร	34,208.33	12	เดือน	410,500.00
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น				8,209,500.00

****ขอถัวเฉลี่ยทุกรายการ****

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. สร้างเครือข่ายชุมชนสร้างสรรค์สู่บรรยากาศแห่งความเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Isan Creative City) จากความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเมืองให้มีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุน การท่องเที่ยว และการพาณิชย์ รวมถึงการแสดงผลงาน อาทิ Landmark และการแสดงสื่อมัลติมีเดียที่แสดงทั้งความคิดสร้างสรรค์ ทักษะฝีมือ วัสดุท้องถิ่นที่จะสร้างสีสันและความตื่นตาตื่นใจให้กับเมืองเทียบเท่ากับผลงานในต่างประเทศ เชื่อมโยงพื้นที่จากเมืองสู่ชนบท
2. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงบูรณาการและเทศกาลท่องเที่ยวใหม่จากการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าท้องถิ่นได้แก่ วัตถุดิบท้องถิ่น ข้าว เหล้า และผ้าไหม อุตสาหกรรมบันเทิง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันเป็นการสร้างจุดหมายใหม่และสินค้าท่องเที่ยวใหม่ กระตุ้นเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน
3. จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น จากการมีแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยเป็นการกระจายรายได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในย่านสร้างสรรค์ และกระตุ้นการท่องเที่ยวในภาพรวม
4. สร้างและขยายโอกาสการเข้าถึงความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์สู่ท้องถิ่น และสร้างเครือข่ายชุมชนสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
5. เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากการพัฒนาแบบบูรณาการในกลุ่มนักสร้างสรรค์ ภาคเกษตรกรรม ผู้ประกอบการชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นสินทรัพย์ที่โดดเด่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โครงการ : เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

งบประมาณ จำนวน 2,599,000 บาท ((สองล้านห้าแสนเก้าหมื่นเก้าพันบาทถ้วน))

หน่วยงาน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ข้อ 4.5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ 4.4.1 สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
ตัวชี้วัดระดับแผนแม่บท	สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ร้อยละ 45
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
เป้าหมายระดับแผนย่อย	ขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดระดับแผนย่อย	อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10)
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย 5.9 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ 5.9.1 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	● ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26) ● ผู้ได้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม (ร้อยละ 80)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	● ผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนงานบูรณาการ	บูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ตัวชี้วัดแนวทางแผนงานบูรณาการ : 3.4 ต้นแบบการพัฒนาอัตลักษณ์สินค้าชุมชนโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า 3 ต้นแบบ

ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจ สร้างสรรค์
-------------------------	--

เหตุผลความจำเป็น

โครงการการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่ภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development - EEC) โครงการต้นแบบสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth) ของประเทศ แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนและผันผวนรวมถึงสถานการณ์โควิด -19 ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและการจ้างงานในอนาคต บทวิเคราะห์ In Focus - ตลาดแรงงานไทยในภาวะวิกฤติ ผลิตเศรษฐกิจที่ขึ้นช้า จากทาง EIC หน่วยงานภายใต้ธนาคารไทยพาณิชย์นำเสนองานวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับเศรษฐกิจได้รายงานถึงแนวโน้มอัตราการว่างงานที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มอายุ โดยกลุ่มแรงงานอายุน้อย (youth unemployment) มีอัตราการว่างงานมากที่สุดถึง 8.6% ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2020 และส่วนใหญ่กลุ่มแรงงานอายุน้อยกว่า 64.6% ไม่มีประสบการณ์ทำงาน จึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการว่างงานในอนาคตมากที่สุด ประเทศไทยที่มีสถานะตกอยู่ระหว่างกึ่งกลางหรือที่เรียกว่าการติดกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) โดยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศที่ค่าแรงต่ำกว่าขณะเดียวกันก็ไม่สามารถยกระดับขึ้นไปแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงได้ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” จึงเป็นหนทางในการขับเคลื่อนให้วิสาหกิจขนาดย่อมในภูมิภาคให้ตื่นตัวในการพัฒนาธุรกิจและเกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะพัฒนา “บุคลากร” และ “วิสาหกิจ” ให้มีทักษะและยกระดับไปควบคู่กับการแนวทางพัฒนาส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกรวมถึงการส่งเสริมการจ้างงานส่งเสริมทักษะและโอกาสทางธุรกิจให้ทุกภาคส่วนสามารถมีกำลังขับเคลื่อนได้อย่างมั่นคงท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน

แนวทางการพัฒนาบุคลากรและวิสาหกิจในพื้นที่เศรษฐกิจนั้นสอดคล้องกับภารกิจของ สศส. ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี ในการส่งเสริมและขับเคลื่อนให้ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการดำเนินงานภายใต้ภารกิจทั้ง 3 ด้าน การพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ (Creative People) การเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Business) และการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Place) ผ่านร่วมมือกับหน่วยงานภาคส่วนต่างๆ อาทิ ภาครัฐ ภาคการศึกษา และ ภาคเอกชน โดย “กระบวนการคิดเชิงออกแบบ” (Design Thinking) และการออกแบบบริการ (Service Design) เป็นหนึ่งแนวทางปฏิบัติสำคัญในการพัฒนาคนและคิดค้นนวัตกรรมอย่างเป็นระบบใน 5 ขั้นตอน ได้แก่ Empathize, Define, Ideate, Prototype, และ Test ขั้นตอนที่หนึ่งและสอง (Empathize และ Define) เป็นขั้นตอนทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้งและกำหนดโจทย์อย่างแม่นยำ ขั้นตอนที่สาม (Ideate) คือขั้นตอนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากหลายๆ ด้านมาสร้างไอเดีย และขั้นตอนที่สี่และห้า (Prototype และ Test) คือการพัฒนาต้นแบบ เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์มาทดสอบก่อนนำไปพัฒนาจริงและขยายผลเชิงธุรกิจต่อไป

ในการนี้ สศส. จึงมีความประสงค์ในการจัดโครงการที่มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ ผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ/ การออกแบบบริการ (Design Thinking / Service Design) ที่เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะมาเสริมสร้างทักษะการทำงานสู่ความมั่นคงในอาชีพและการพัฒนาธุรกิจ เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยเน้นที่การสร้าง “ต้นแบบระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา” อย่างเป็นองค์รวมและเป็นระบบ

วัตถุประสงค์โครงการ

- 2.1 สร้างเสริมการพัฒนาทักษะบุคลากรในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ด้วย กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ให้แก่กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ - จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.2 ออกแบบและพัฒนาต้นแบบ - “ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา” - ระบบนิเวศน์เกษตรอุตสาหกรรม/ชุมชน (Ecosystem/ Community) ซึ่งจะประกอบด้วย ต้นแบบการดำเนินธุรกิจ (Business/ Business Models) สินค้าและบริการ และ/หรือ บรรจุภัณฑ์ (Product, Services, Packaging) ตลอดจนการจัดแสดงสินค้า (Retail) และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพาณิชย์ (E-Commerce/ Online Marketing) เป็นต้น อันจะนำมาซึ่ง การออกแบบและพัฒนา การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่ม สินค้าและบริการ และ/หรือ บรรจุภัณฑ์ผลผลิตทางการเกษตรสินค้ามะม่วง ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก - จังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มเป้าหมายโครงการ

- 3.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ/หรือ กลุ่มผู้ประกอบการ MSMEs (Micro, Small, Medium Enterprises) สาขาเกษตรกรรม อุตสาหกรรมเกษตร เกษตรแปรรูป ตลอดจนธุรกิจ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) - จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 3.2 กลุ่มสถาบันการศึกษา นักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก - จังหวัดฉะเชิงเทรา

เป้าหมายและตัวชี้วัด ปี 2565

เป้าหมายตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ระดับผลผลิต (Output)					
ผู้ประกอบการ นักศึกษา และ นักสร้างสรรค์ผ่านการอบรมเชิง ปฏิบัติการกระบวนการคิดเชิง ออกแบบ	ราย	-	50	25	25
ระดับผลลัพธ์ (Outcome)					
จำนวนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์	ต้นแบบ	-	-	-	1

ระยะเวลาดำเนินการโครงการ พ.ศ. 2565

เดือนตุลาคม 2564 – กันยายน 2565

สถานที่/พื้นที่ดำเนินการ

เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา

หน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ หน่วยงานที่ร่วมดำเนินการ (ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน
ที่ร่วมดำเนินการ) และวิธีร่วมดำเนินการ

1) ภาคการศึกษา: มหาวิทยาลัยบูรพา จ.ชลบุรี และ/หรือ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จ.
ฉะเชิงเทรา

วิธีร่วมดำเนินการ : จัดหาสถานที่และบุคลากรทั้งอาจารย์ประจำโครงการ ที่ปรึกษาหรือ
ผู้เชี่ยวชาญและนักศึกษาในการเข้าร่วมการพัฒนาทั้งในด้านการปฏิบัติ
และฐานข้อมูล

2) ภาคธุรกิจ

2.1 ภาคธุรกิจท้องถิ่น/ วิสาหกิจชุมชน ฯลฯ ที่เกี่ยวเนื่องกับ สินค้าเกษตร-มะม่วง

วิธีร่วมดำเนินการ : ผู้ประกอบการ หรือ ชุมชน เกษตรกร เป็นต้น เข้าร่วมโครงการ
และร่วมสร้างสรรค์ต้นแบบ “ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา”

2.2 ภาคธุรกิจอื่นๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า (Retails) เช่น Central King Power และ/หรือ
การค้าออนไลน์ (E-Commerce Platform) ธนาคารกรุงไทย CRS เป็นต้น

วิธีร่วมดำเนินการ : ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลการตลาด คัดเลือกผู้ประกอบการ และ
เชื่อมต่อโอกาสทางธุรกิจ

3) หน่วยงานภาครัฐ เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด / เกษตรจังหวัด และ พาณิชย์จังหวัด

วิธีร่วมดำเนินการ : สนับสนุนข้อมูลด้านการตลาด รายชื่อกลุ่มเกษตรกร ข้อมูล
จำเพาะของผลิตภัณฑ์ มะม่วง เพื่อการพัฒนาต้นแบบ “ระบบ
นิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา”

ผลการดำเนินงานของโครงการ ส่งผลหรือเกิดประโยชน์กับหน่วยงานอื่นอย่างไร

10.1 เป็นโครงการฯ ที่ต้องบูรณาการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครือข่ายการทำงานภาครัฐ/เอกชน/
ชุมชนเครือข่ายเกษตรกร ผลไม้มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

10.2 เป็นโครงการฯ ที่จะออกแบบและพัฒนา “ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา”
เพื่อให้เกิดการ ออกแบบ วางแผน และ ดำเนินการพัฒนา สินค้าและบริการ การจัดการสร้างสรรค์ มะม่วง อย่าง

เป็นองค์รวมและมีทิศทางร่วมกัน เป็นแนวทางการทำงานที่เชื่อมกันอย่างเป็นระบบ ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในจังหวัด

10.3 จะเป็นโครงการฯ ที่จะสร้าง ตัวอย่างต้นแบบฯ และ รูปแบบแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่น (Local Assets) และถ่ายทอด/ ต่อยอด ไปยังสินค้าเกษตรฯ อื่นๆ ต่อไป อย่างสร้างสรรค์

แนวทางการดำเนินงาน (อธิบายขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม)

1. การประเมินศักยภาพธุรกิจผู้ประกอบการและนักศึกษา/นักสร้างสรรค์เบื้องต้น 100 ราย

1.1 จัดทำใบสมัครกิจกรรมและแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานผู้ประกอบการรวม 100 ราย

1.2 แจกจ่ายและรวบรวมแบบสอบถามทั้งก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม

1.3 วิเคราะห์ประเมินผลเพื่อปรับปรุงแผนกิจกรรมให้สอดคล้อง

2. ผู้ประกอบการและนักศึกษา/นักสร้างสรรค์อบรมเชิงปฏิบัติการหัวข้อกระบวนการคิดเชิงออกแบบ จำนวน 10 ราย (3 วัน) - Design Thinking/ Service Design

2.1 กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ Design Thinking/ Service Design Workshop

- Empathy and Define อบรมเชิงปฏิบัติการ แนวโน้มการตลาด การเข้าใจและเข้าถึงผู้บริโภค และบริบททางเศรษฐกิจ สังคมชุมชน ผ่านเครื่องมือ Persona, Customer Journey, Competitor Analysis, Business Ecosystem, Value Exchange/ Value Co-Creation และ แนวคิด Product-Service/Experience-System
- Ideate กระบวนการสร้างสรรค์และนวัตกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการการระดมความคิดสร้างสรรค์และจัดทำต้นแบบฯ ค้นหาโอกาสและความเป็นไปได้ในเชิงระบบนิเวศน์และสายโซ่คุณค่าทั้งหมดของมะม่วง (Ecosystem และ Value Chain – ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ)
- Prototype & Test กระบวนการสร้างและทดสอบต้นแบบเบื้องต้น และทดสอบความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ/ ความพร้อมในชุมชน กับตัวแทนภาคธุรกิจ/ ชุมชน ฯลฯ เพื่อรับความคิดเห็น

2.2 กิจกรรมนำเสนอต้นแบบแนวคิด (Idea Prototypes) และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Feedback) ของผู้เข้าร่วม

2.3 ผู้เข้าร่วมกลุ่มเป้าหมาย ร่วมพิจารณาความเป็นไปได้ในการปฏิบัติจริง/ ความพร้อมของพื้นที่ การนำไปประยุกต์ต่อของ ต้นแบบแนวคิด (Idea Prototypes) เพื่อนำไปดำเนินการต่อไปในกิจกรรมที่ 3

กิจกรรมออกแบบและพัฒนา “ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา”

3.1 วิจัยและสรุปข้อมูลจำเพาะ ต้นแบบแนวคิด (Idea Prototypes) ของ มะม่วง (จากข้อ 2)

3.2 กิจกรรม Focus Group หรืออื่นๆ ที่จำเป็นในประเด็น

- วิจัยการตลาด (ข้อมูลปฐมภูมิ) และแบรนด์ (การรับรู้ว่า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีชื่อเสียงใน มะม่วง)
- ค้นหาโอกาสหรือความเป็นไปได้ในการการออกแบบสินค้าบริการ และนวัตกรรมวัสดุการผลิต ฯลฯ กับผู้เชี่ยวชาญ ร่วมกับ ตัวแทนจาก EEC และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (ข้อมูลปฐมภูมิ)

3.3 กิจกรรมดำเนินการออกแบบระบบนิเวศน์ (Ecosystem Design & Development) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

- การวิเคราะห์และวางแผน หรือ ออกแบบ ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ-มะม่วง เบื้องต้น (Agri-Business Ecosystem)
- ศึกษาความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ-มะม่วง
- การวิเคราะห์และวางแผน ห่วงโซ่อุปทานของ ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ- มะม่วง (Supply Chain/ Value Chain)
- การคัดเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติเหมาะสมแก่ผลิตภัณฑ์ อาทิ การยืดอายุของผลิตภัณฑ์ หรือการเก็บกลิ่น เป็นต้น
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมาะสมในการใช้งาน มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า เป็นต้น

3.4 กิจกรรมทดสอบต้นแบบ ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ-มะม่วง (Prototype Testing) กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Market Testing)

3.5 กิจกรรมดำเนินการผลิตต้นแบบ (Design Implementation) โดยความร่วมมือระหว่างนักออกแบบผู้เชี่ยวชาญนวัตกรรมด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และเกษตรกร เป็นต้น

กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- 4.1 รวบรวมองค์ความรู้กิจกรรม Design Thinking/ Service Design
- 4.2 รวบรวมองค์ความรู้กิจกรรมพัฒนาต้นแบบ ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ-มะม่วง
- 4.3 จัดทำเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย และวิดีโอเพื่อการสื่อสาร

กิจกรรมย่อยและหมวดเงินที่ใช้:

(หน่วย : บาท)

กิจกรรมย่อย	ดำเนินการ ในไตรมาส (✓)				เป้าหมาย ผลิต (เช่น ใคร จำนวน ครั้ง เรื่อง ฯลฯ)	ดำเนินการในพื้นที่ (✓)		หมวดเงินงบประมาณ (ระบุจำนวนเงิน : บาท)				ประเภทรายจ่าย (✓)		เงินนอก งบประมาณ (ระบุ.....)
	1	2	3	4		ส่วน กลาง	ภูมิภาค (ระบุจังหวัด)	งบ ดำเนินงาน	งบ ลงทุน	งบ เงินอุดหนุน	งบ รายจ่าย อื่น	ประจำ	ลงทุน	
1.ประเมินการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ (วิสาหกิจ ชุมชน ฯลฯ)		✓			100 ราย		ฉะเชิงเทรา			149,250				
2.อบรมเชิงปฏิบัติการ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ		✓			10 ราย		ฉะเชิงเทรา			350,000				
3. ออกแบบและพัฒนา “ระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา”		✓	✓	✓	1 ต้นแบบ ระบบนิเวศน์		ฉะเชิงเทรา			1,450,000				
4. บริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน	✓	✓	✓	✓						259,900				
5. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓	✓						259,900				

6. บริหารโครงการ (ค่าใช้จ่าย ด้านไอทีและอาคาร)	✓	✓	✓	✓						129,950				
งบประมาณรวมทั้งโครงการ										2,599,000				

รายละเอียดกิจกรรมและงบประมาณ (ตัวคูณแต่ละกิจกรรมตามเกณฑ์)

(หน่วย : บาท)

หมวดเงิน/กิจกรรม/รายการ	งบประมาณ	รายละเอียดตัวคูณ
งบดำเนินงาน : (ตอบแทน ใช้สอย วัสดุ ลงรายการ)		
กิจกรรมที่1 ประเมินการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (วิสาหกิจชุมชน ฯลฯ)	149,250	
- ค่าจ้างนักวิจัย	52,500	52,500 บาท x 1 คน
- ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย	50,000	25,000 บาท x 2 คน
- ค่าเจ้าหน้าที่สำหรับการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่/ อุตสาหกรรม/ ชุมชน	25,000	1,000 บาท x จำนวน 5 คน x 5 วัน
- ค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วม กิจกรรมต่าง ๆ ในงาน และ ค่าใช้จ่ายในการบันทึกข้อมูล ตรวจสอบ และวิเคราะห์ประเมินผล	21,750	300 ตัวอย่าง ๆ ละ 72.50 บาท
กิจกรรมที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการกระบวนการคิดเชิงออกแบบ	350,000	
ค่าผู้เชี่ยวชาญกระบวนการคิดเชิงออกแบบ	165,000	เหมาจ่าย 165,000 บาท ต่อครั้ง/ 1 ครั้ง
ค่าวิทยากร (ผู้ช่วยวิทยากร) คนละ	86,400	9,600 บาท ต่อคน จำนวน 3 คน 3 วัน
ค่าเช่าสถานที่	45,000	(เฉลี่ย 15,000 บาท/วัน เป็นเวลา 3 วัน) 1 ครั้ง
ค่าอาหารไม่ครบมื้อ / อาหารว่างและเครื่องดื่ม	30,000	เหมาจ่าย 200 บาท 150 ชุด เป็นเวลา 1 ครั้ง
ค่าเช่าเหมารถตู้รวมน้ำมัน	6,000	2,000 บาท/วัน ต่อคัน เป็นจำนวน 3 วัน / 1 ครั้ง
ค่าที่พัก ผู้เชี่ยวชาญ	2,400	1,200 บาท ต่อคน ต่อคืน 2 คืน / 1 ครั้ง
ค่าที่พัก วิทยากร	7,200	1,200 บาท ต่อคน ต่อคืน (วิทยากร 3 คน) 2 คืน / 1 ครั้ง
ค่าที่พัก 1,000 บาท ต่อคน ต่อคืน	4,800	(เจ้าหน้าที่ 2 คน) 2 คืน / 1 ครั้ง (1,200 บาท ต่อคน ต่อคืน)
ค่าวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ	3,200	
กิจกรรมที่ 3 ออกแบบและพัฒนา “ระบบนิเวศเศรษฐกิจ มะม่วง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา”	1,450,000	

หมวดเงิน/กิจกรรม/รายการ	งบประมาณ	รายละเอียดตัวคูณ
ค่าผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ การตลาด / พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	125,000	เหมาจ่าย 125,000 บาท ต่อ 1 ต้นแบบ-ระบบนิเวศน์อุตสาหกรรม/ชุมชน
ค่าผู้เชี่ยวชาญการด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์/บริการ/บรรจุภัณฑ์	100,000	เหมาจ่าย 100,000 บาท ต่อ 1 ต้นแบบ-ระบบนิเวศน์อุตสาหกรรม/ชุมชน
ค่าผู้เชี่ยวชาญการออกแบบสร้างสรรค์ (Creative Director)	150,000	เหมาจ่าย 150,000 บาท ต่อ 1 ต้นแบบ-ระบบนิเวศน์อุตสาหกรรม/ชุมชน
ค่าจัดทำต้นแบบฯ และ ทดสอบต้นแบบฯ	1,000,000	เหมาจ่าย 1,000,000 บาท ต่อ 1 ต้นแบบ-ระบบนิเวศน์อุตสาหกรรม/ชุมชน
ค่าเช่าเหมารถตู้รวมน้ำมัน	18,000	ในอัตรา 2,000 บาท/วัน ต่อคัน จำนวน 3 วัน/ 3 ครั้ง
ค่าที่พัก	27,000	1,000 บาท ต่อคน ต่อคืน (ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน) 3 คืน / 3 ครั้ง
ค่าที่พัก	18,000	1,000 บาท ต่อคน ต่อคืน (เจ้าหน้าที่ 2 คน) 3 คืน / 3 ครั้ง
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (อุปกรณ์ต่างๆ ค่าบริการการประชุมออนไลน์ Zoom รายปี)	12,000	
กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน	259,900	ผู้ประสานงาน เดือนละ 25,990 บาท/เดือน เป็นเวลา 10 เดือน
กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	259,900	ค่าเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การทำสื่อ Social Media ของ โครงการฯ (เหมาจ่าย)
กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมบริหารโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)	129,950	ค่าใช้จ่ายด้านอุปกรณ์การทำงาน ค่าเช่าสถานที่อบรม ฯลฯ
รวมทั้งสิ้น	2,599,000	

หมายเหตุ : ขอถัวเฉลี่ยจ่าย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (โปรดระบุ)

บุคลากรและผู้ประกอบการใน EEC สามารถปรับตัวและใช้ทักษะความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการออกแบบบริการ (Service Design) ที่สามารถช่วยยกระดับอุตสาหกรรมได้ในอนาคตและมีความมีโอกาสในการเติบโตไปพร้อมกับการพัฒนาของ EEC

ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ (รายได้/ คร่าวๆ) (โปรดระบุ)

1. นักศึกษา นักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมศักยภาพกระบวนการคิดเชิงออกแบบฯ เพื่อนำไปประกอบอาชีพและพัฒนาธุรกิจรวมถึงโอกาสในการต่อยอดธุรกิจร่วมกันและกับคู่ค้าในอนาคต เกิดการสร้างงาน จ้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง

2. ต้นแบบ “ระบบนิเวศน์” ที่เกิดขึ้นในโครงการจะเป็นกรณีศึกษา เป็นตัวอย่างความสำเร็จและนำไปประยุกต์เป็นแนวทางสู่การขยายผลต่อไป

แผนการปฏิบัติงานและแผนการเบิกจ่าย (แผนการดำเนินงานและแผนการเบิกจ่ายรายเดือน)

(หน่วย : ล้านบาท)

[illegible]

[illegible]

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา (2562-2563)

1. การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาด้านการออกแบบและผู้ประกอบการในเขต EEC

สศส. ส่งเสริมการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการออกแบบ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการจัดกิจกรรมบรรยาย (Lecture) และกิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) รวมไปถึงกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาในเขต EEC สรุปสถิติจำนวนนักศึกษาและผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่ EEC ได้รับความรู้ด้านการออกแบบและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งสิ้น 1,186 คนและ 20 กิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กิจกรรมบรรยาย “Packaging Design” วิทยาการโดยคุณบุญฤทธิ์ อรัญกุล นักออกแบบผลิตภัณฑ์บริษัท ไอแฮปสตูดิโอ จำกัด จัดวันที่ 14 มีนาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จ.ฉะเชิงเทรา จำนวนผู้เข้าร่วม 93 คน
2. กิจกรรมบรรยายและสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “เรียนรู้โลกแห่งการออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ ว่าด้วยการจัดการตัวอักษรและภาพ” ทีมวิทยากรจากบริษัท คัดสรร ดีมาก จำกัด

2. กิจกรรมการออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการและต่อยอดสู่การจัดจำหน่าย

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นขึ้นชื่อประจำจังหวัดชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ (40 แบบ) คือ ปลาหมึกกรอบ ปลาหมึกบด ปลาทุบหอม ขนมเปี๊ยะ กาละแม ฝอยทองกรอบ มะม่วงกวน ทุเรียนกวน มะยมเชื่อม ทุเรียนทอด โดยเผยแพร่ในรูปแบบหนังสือคู่มือ EAT EAST: Food packaging for everyone ให้บริการในห้องสมุดด้านการออกแบบ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ กรุงเทพฯ และเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ TCDC

	https://web.tcdc.or.th/th/Publication/Detail/eat-east-packaging-for-everyone
	

2. ‘East is Craft’ กิจกรรมส่งเสริมงานคราฟต์ในฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง 3 จังหวัดเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน ช่างฝีมือท้องถิ่น จำนวน 20 กิจกรรมยังได้ขยายผลไปยังการทดสอบการจำหน่ายจริงโดยคัดเลือก

ผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตและขายได้จริง นำไปเข้าร่วมขายในงาน “Change Pop-Up Store by CEA” ภายใต้แนวคิด “Crafted Craft” พื้นที่นำเสนอผลงานการออกแบบและงานกราฟต์ของนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่ผ่านมาโปรแกรมการอบรมเฉพาะของ สศส. จำหน่ายระหว่างวันที่ 1 – 30 กันยายน 2562 ณ บริเวณไอคอนคราฟต์ ชั้น 4 ICONSIAM ถนนเจริญนคร



และขยายผลไปยังการเข้าร่วมจัดแสดงงาน STYLE Bangkok เดือนตุลาคม 2562 เป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์นานาชาติชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย ที่ครอบคลุมสินค้าไลฟ์สไตล์ทุกหมวด ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ระหว่างวันที่ 17 – 21 ตุลาคม 2562 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

3. การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาด้านการออกแบบและผู้ประกอบการในเขต EEC (2563)

ยังได้ขยายจำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบ miniTCDC LINK เพิ่มขึ้นจำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง (อยู่ระหว่างการลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ) โดยจะเปิดให้บริการเดือนตุลาคม 2563

3.1 การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาด้านการออกแบบและผู้ประกอบการในเขต EEC

ด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)) ทำให้เครือข่ายสถาบันการศึกษาขอความร่วมมือในการชะลอการจัดกิจกรรมอบรมบรรยายและสัมมนาเชิงปฏิบัติการไว้ก่อน จนกว่าสถานการณ์จะกลับเข้าสู่สภาวะปกติ ทางคณะทำงานจะขอปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเป็นการจากเดิมที่จะต้องจัดกิจกรรมอบรมบรรยายและสัมมนาเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ เปลี่ยนเป็นการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบออนไลน์แทน ด้วยการจัดทำแพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์ CEA Online Academy สำหรับนักเรียน นักศึกษา นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการ ที่ต้องการเสริมความรู้และเพิ่มทักษะพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการยกระดับวิชาชีพและการพัฒนาธุรกิจที่สำคัญสำหรับโลกยุคใหม่ ซึ่งการพัฒนาทักษะเดิมให้ทันกับยุคสมัย (Upskill) และการเพิ่มทักษะใหม่ที่จำเป็น (Reskill) สำหรับการทำงานและประกอบธุรกิจในอนาคต โดยเน้นไปที่ 3 แกนหลัก (1) เตรียมความพร้อมสำหรับนักเรียน/นักศึกษา (2) เติมทักษะสร้างสรรค์สำหรับนักสร้างสรรค์ และ (3) ต่อเสริมธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ เปิดให้เรียนฟรีได้ทุก Device และทุกที่ ทุกเวลา โดยเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2563 จำนวนสมาชิก ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 ทั้งหมด 18,156 คน ปัจจุบัน เปิดคอร์สให้เรียนมากถึง 30 วิชา

28 รายการ

< 1 2 >

นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาหลักสูตรกระบวนการคิดเชิงออกแบบในรูปแบบคอร์สออนไลน์ในชื่อวิชา Design Thinking 101 เป็นการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎี วิธีการ เครื่องมือที่ใช้ในการทำ Design Thinking รูปแบบการเรียนการสอนคอร์สเรียนจะเน้นไปที่การสร้างความเข้าใจในกระบวนการทำ Design Thinking ด้วย

การลงมือทำให้เห็นผ่านโจทย์ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการตีความโจทย์เพื่อหาจุดเริ่มต้นที่ สนใจ การประยุกต์ใช้วิธีการ และวิธีการเลือกใช้เครื่องมือให้เหมาะสมตามหัวข้อในการทำ Design Thinking ที่แตกต่างกันของพี่ตัวอย่าง โดยเปิดให้เริ่มเข้าเรียนวันที่ 15 กรกฎาคม 63 จำนวนผู้เข้าเรียน ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 ทั้งหมด 18,156 คน



3.2 กิจกรรมการออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการและต่อยอดสู่การจัดจำหน่าย (2563)

จัดทำกิจกรรมพัฒนานวัตกรรมผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (ออนไลน์) - Eastern Economic Corridor Innovation Development Online Program: (INNO-EEC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้พร้อมจำหน่าย โดยการสนับสนุนของผู้เชี่ยวชาญนวัตกรรมและนักออกแบบเพื่อตอบโจทย์ตลาดและเพิ่มเติมต่อธุรกิจสู่อนาคต โดยเปิดรับสมัครผู้ประกอบการ 10 ราย



กิจกรรมพัฒนานวัตกรรมผู้ประกอบการ
ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
ในรูปแบบออนไลน์



FREE !
เปิดรับสมัครเพียง
10 ท่านเท่านั้น
วันนี้ - 1 พฤษภาคม 2563



เปิดรับสมัครผู้ประกอบการเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
(Eastern Economic Corridor : EEC)
ฉะเชิงเทรา / ชลบุรี / ระยอง
พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ / บรรจุภัณฑ์ใหม่ให้พร้อมจำหน่าย
และเพิ่มเติบต่อธุรกิจ



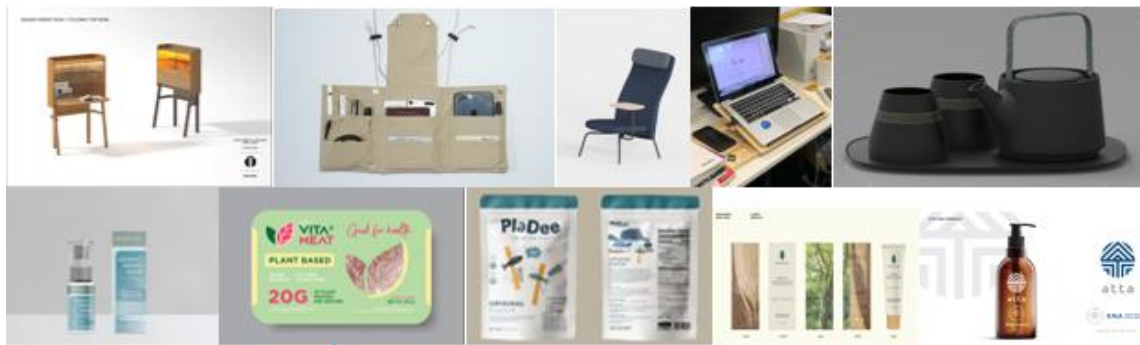
การประชาสัมพันธ์รับสมัครผู้ประกอบการและคัดเลือกผู้ประกอบการ 10 ราย

ขั้นตอนการพัฒนา

1. Empathy & Define ผ่าน Online meeting เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย / ที่ปรึกษาด้านนวัตกรรม และนักออกแบบผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์



2. Design Development จนไปสู่การขึ้นต้นแบบ (Prototype) ที่อยู่ระหว่างการพัฒนา



3. กระบวนการ R & D และทดสอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนผลิตจริงและออกตลาด



4. ต้นแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว 10 ผลงาน



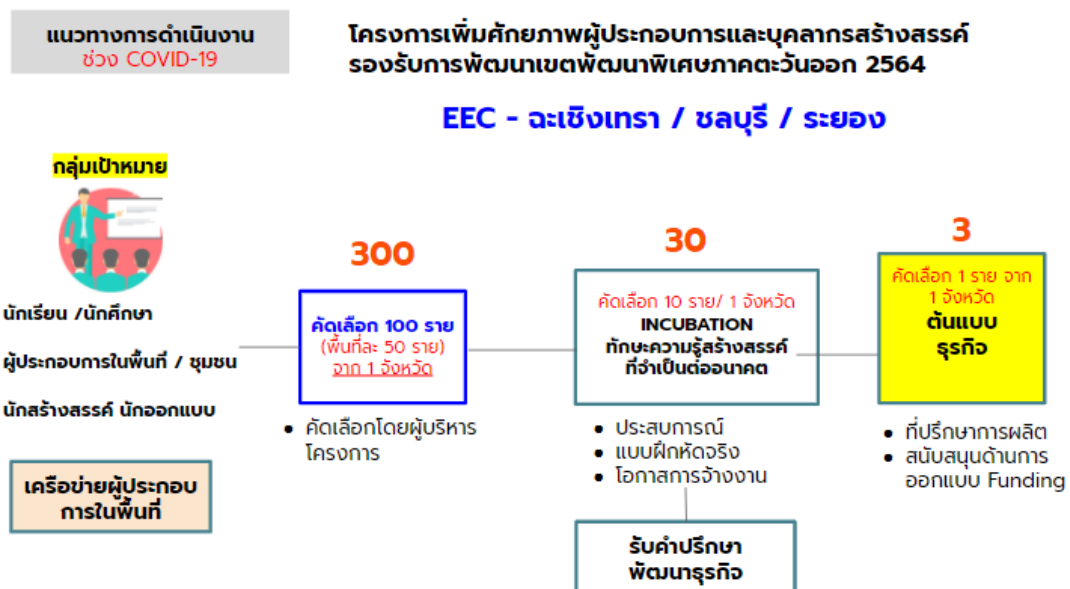
5. สรุปรายละเอียดกิจกรรมในรูปแบบ Presentation



6. ดำเนินการทดสอบตลาดในงานเทศกาลออกแบบกรุงเทพ Bangkok Design Week 2021 ระหว่างวันที่ 30 มกราคม - 7 กุมภาพันธ์ 2564 (** งานเทศกาลฯ ถูกเลื่อน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ขยาย โควิด-19 รอบที่2)

3.3 กิจกรรมโครงการและพัฒนาต้นแบบฯ เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรสร้างสรรค์ รองรับการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ปี 2564

(ณ วันที่ 5 เมษายน 2564 ของการจัดทำเอกสารฉบับนี้ โครงการอยู่ระหว่างการดำเนินงาน โดยมีกระบวนการทำงานดังนี้ คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย รวมไม่ต่ำกว่า 300 ราย ใน 3 พื้นที่ EEC เข้าร่วมกิจกรรม Hackatron เพื่อหาโอกาสและความเป็นไปได้ต่างๆ ในพื้นที่ และพิจารณาคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย 30 รายเพื่อให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านธุรกิจการออกแบบ ฯลฯ และสุดท้ายคัดเลือกเหลือเพียง 3 รายเพื่อให้เงินทุนจัดทำต้นแบบ ต่อไป (ดังรูป)



แนวทางการทำงานโครงการฯ ปี 64

โครงการ

งบประมาณปี 2565

หน่วยงานดำเนินการ

โครงการพัฒนาบริการดิจิทัลเพื่อประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจ

รวม 6,322,000 บาท บาท (หกล้านสามแสนสองหมื่นสองพันบาทถ้วน)

สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

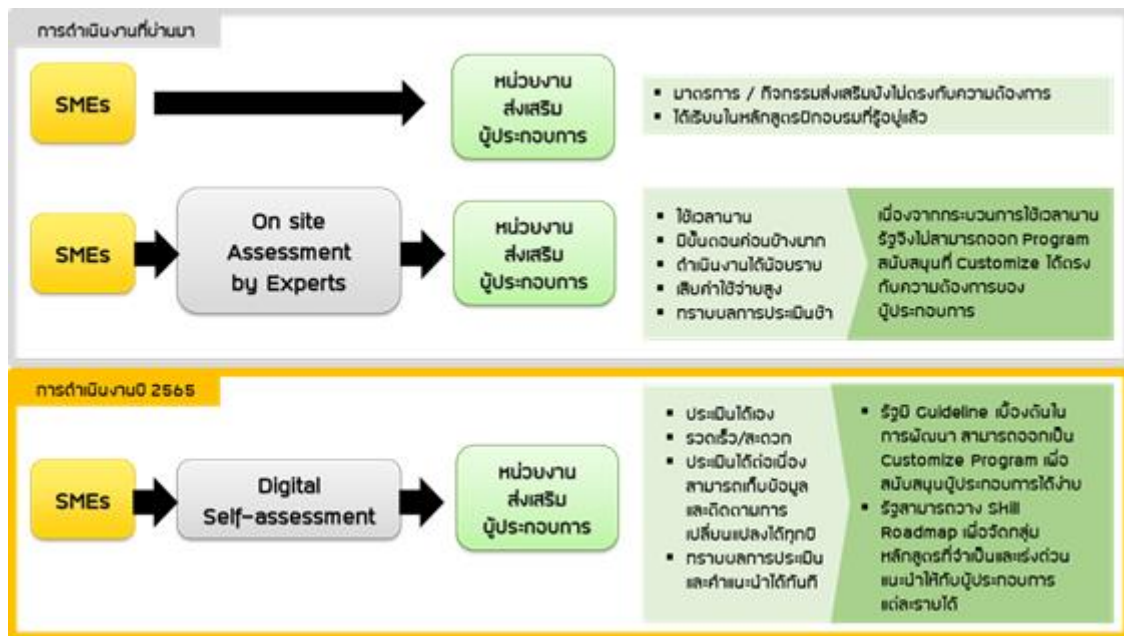
หลักการและเหตุผล

ตามคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ 25 กรกฎาคม 2562 ข้อที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย ข้อย่อยที่ 5.9 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการสนับสนุนผู้ประกอบการยุคใหม่ให้สามารถพัฒนา นวัตกรรม สินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย โดยการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์/บริการ และส่งผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม อย่างไรก็ตามการพัฒนาต่อยอดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้สร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมไปถึงการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อเข้าถึงตลาดและเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริงด้วย

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (สศส.) เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ ทำหน้าที่บ่มเพาะองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เชื่อมโยงประสบการณ์ ภูมิปัญญา สันทริพย์ทางวัฒนธรรม จนเกิดเป็นแนวคิดใหม่ อันเป็นแก่นของการสร้างนวัตกรรม ช่วยสร้างคุณค่าและความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดทั้งไทยและต่างประเทศ จากภารกิจหลักของสำนักงานในข้างต้น สศส. จึงมีความประสงค์ที่อยากจะทราบข้อมูลผลลัพธ์จากการบ่มเพาะความรู้และการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์ในมิติต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ เพื่อทำความเข้าใจถึงระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ศักยภาพการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายและความต้องการพัฒนารูปร่างของกิจการ นำไปสู่การออกแบบชุดความรู้และกิจกรรมสนับสนุนที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา สศส. มีการเก็บข้อมูลผลลัพธ์จากการส่งเสริมของสำนักงานหรือการสอบถามความคิดเห็นกับผู้ประกอบการอยู่บ้าง แต่ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเฉพาะกิจ จึงขาดความต่อเนื่องในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อพิจารณาหน่วยงานส่งเสริมผู้ประกอบการบางหน่วยงาน การประเมินสถานะกิจการ ส่วนใหญ่จะดำเนินการในช่วงต้นก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมหรือโปรแกรมสนับสนุนที่จัดไว้ให้ แต่รูปแบบการประเมินมักจะใช้ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ไปประเมินยังสถานประกอบการ (On-site Assessment)

ซึ่งมีขั้นตอนและใช้เวลาค่อนข้างมาก ประเมินผู้ประกอบการได้น้อยราย รวมถึงไม่สามารถเก็บข้อมูลและติดตามการเติบโตของกิจการในแต่ละปีได้ และการพัฒนามาตรการหรือกิจกรรมสนับสนุนส่วนใหญ่ จะเป็นแบบพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการโดยทั่วไป ไม่สามารถออกแบบมาตรการหรือกิจกรรมสนับสนุนเฉพาะเจาะจงได้ ส่วนผลของการประเมินที่ได้นั้น เมื่อได้ชุดข้อมูลแล้วก็ยังไม่สามารถที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างทันที หน่วยงานที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการจะต้องนำข้อมูลดังกล่าว มาวางแผนโครงการ ตั้งกรอบงบประมาณ ซึ่งอย่างน้อยจะต้องใช้เวลาอีก 1 ปีงบประมาณ ที่จะพร้อมเข้าให้ความช่วยเหลือได้ กระบวนการอาจจะซ้ำเกินไปที่ผู้ประกอบการจะอยู่รอดในอุตสาหกรรมต่อไปได้ และมีค่าใช้จ่ายสูงในการดำเนินงาน



ภาพที่ 1 แผนภาพเปรียบเทียบการประเมินศักยภาพกิจการในอดีต และแผนงานโครงการปี 2565

ด้วยข้อจำกัดของกระบวนการประเมินสถานะกิจดังกล่าว สศส. จึงมุ่งหวังที่จะพัฒนางานบริการดิจิทัล หรือ Creative Maturity Self-assessment Service เพื่อให้บริการประเมิน วิเคราะห์ ให้คำแนะนำ และจัดทำมาตรการ/โครงการส่งเสริมให้กับผู้ประกอบการแบบครบวงจร ผ่าน Web Application ที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน ผู้ประกอบการสามารถเข้ามาใช้ประเมินตนเองได้สะดวก สามารถทราบผลการประเมินและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ได้ทันที ช่วยให้ภาคธุรกิจใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ นำไปสู่การวางแผนปรับตัวและพัฒนาศักยภาพธุรกิจได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมกันนี้ สศส. ก็จะได้รับข้อมูลสำคัญที่สะท้อนสถานภาพของธุรกิจไทย สามารถค้นหาช่องว่างในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจที่จำเป็นและสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการจริงของผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งข้อมูลผลการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการชุดดังกล่าว จะถูกส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อต่อยอดยกระดับการบ่มเพาะเชิงลึกให้มีความเฉพาะเจาะจงรายการกิจการ ที่สอดคล้องกับบริบทตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ช่วยให้ออกมาตราการ/กิจกรรมที่สนับสนุนได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์และสามารถเอาตัวรอดในธุรกิจที่มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วได้ อันจะส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศในองค์กรวม นอกจากนี้ ผลการประเมินที่ได้ ยังสามารถเปิดเป็นข้อมูลสาธารณะ เพื่อการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ เป็นการยกระดับภาครัฐเข้าสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล และขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. พัฒนาเครื่องมือในรูปแบบดิจิทัลสำหรับการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการพร้อมทั้งให้คำแนะนำกับผู้ประกอบการเพื่อยกระดับขีดความสามารถของธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น
2. เพื่อให้ประเทศไทยมีข้อมูลระดับศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสามารถนำไปวิเคราะห์วางแผนเพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการได้สอดคล้องกับความต้องการช่วยให้เกิดการใช้งบประมาณภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อบูรณาการเชื่อมโยงและใช้ทรัพยากรทางข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งเปิดข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดการนำไปใช้พัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อเป็นการยกระดับภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลและขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และสมาคมวิชาชีพ
2. ผู้ประกอบการ ที่นำร่องการประเมินระดับศักยภาพฯ ครอบคลุม
 - ในและนอกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
 - ขนาดธุรกิจทั้งกิจการขนาดใหญ่และกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่จดทะเบียนในรูปแบบนิติบุคคล วิสาหกิจชุมชน หรือ บุคคลธรรมดา (Freelance)

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินการ:

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับผลผลิตและผลลัพธ์)

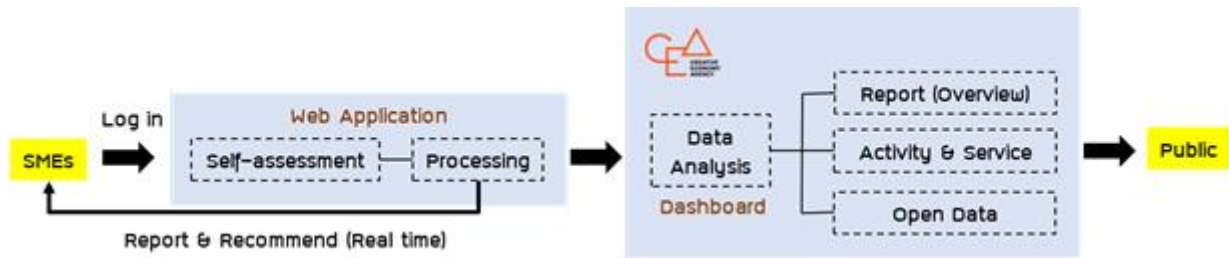
เป้าหมาย / ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วยนับ	ไตรมาส ที่ 1	ไตรมาส ที่ 2	ไตรมาส ที่ 3	ไตรมาส ที่ 4
ผลผลิต (Output)						
1. ระบบบริการประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัล	60	ระบบ	-	-	-	1
2. SMEs ที่ผ่านกระบวนการประเมินศักยภาพ และการรับคำแนะนำเพื่อพัฒนาธุรกิจรายกิจการ	20	กิจการ	-	-	50	100
3. รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินภาพรวมและจำแนกระดับอุตสาหกรรม	10	ฉบับ	-	-	-	1
4. Dataset ชุดข้อมูลเปิดด้านศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในรูปแบบ Machine readable	5	ชุดข้อมูล	-	-	-	1
ผลลัพธ์ (Outcome)						
บริการดิจิทัลที่พัฒนาขึ้น ภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง วัดจากร้อยละความพึงพอใจของผู้รับข้อมูล	5	ร้อยละ	-	-	-	85

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 - 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน / วิธีดำเนินงาน

แนวคิดของโครงการพัฒนาบริการดิจิทัลเพื่อประเมินระดับศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจ ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า หากธุรกิจได้มีการลงทุนด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในธุรกิจ จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) หรือ ผลกำไรที่เติบโตให้กับธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ จึงมีความตั้งใจที่จะพัฒนาโครงการที่จะทำการศึกษาองค์ประกอบสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และประเมินถึงผลกระทบทางด้านรายได้หรือผลกำไร (Contribution) ที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบเหล่านั้น รวมไปถึงรูปแบบของการปรับธุรกิจสู่ความเป็นดิจิทัล (Digital Transformation) พัฒนาเป็นงานบริการดิจิทัล หรือ Creative Maturity Self-assessment Service ซึ่งมีการะบวนการทำงานแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพการทำงานของระบบประเมิน

การทำงานของระบบประเมิน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามสิทธิ์การใช้งาน

- ส่วนของ SMEs – เมื่อผู้ประกอบการมีความประสงค์จะประเมินตนเอง สามารถใช้งานได้ทางเว็บไซต์ ซึ่งจะต้องผ่านระบบลงทะเบียนเพื่อระบุตัวตน และสร้าง Username & Password สำหรับ Log in เข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง จากนั้นผู้ใช้สามารถทำการป้อนข้อมูลเพื่อประเมินตนเองได้ เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ระบบจะทำการสรุปผลระดับศักยภาพของกิจการนั้น ๆ และทำการเปรียบเทียบระดับศักยภาพของกิจการกับค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการในประเภทอุตสาหกรรมเดียวกัน พร้อมทั้งให้คำแนะนำถึงแนวทางการพัฒนาในแต่ละมิติการประเมิน โดยผู้ประกอบการจะได้รับข้อมูลเหล่านี้ทันที ภายหลังการประเมิน ซึ่งผลการประเมินนี้ จะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้พิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน มองเห็นโอกาส และช่องว่างในการยกระดับขีดความสามารถทางธุรกิจ รวมถึงมีช่องทางในการแสดงความต้องการ เพื่อให้ได้รับคำแนะนำที่เหมาะสม ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจให้เติบโตยิ่งขึ้นได้
- ส่วนของ สศส. – สามารถเข้าถึงผลการประเมินรายกิจการ และผลภาพรวมได้ผ่าน Dashboard ซึ่งสามารถ Export ออกเป็นรายงานได้แบบอัตโนมัติ ช่วยให้ สศส. ได้รับทราบข้อมูลตั้งต้นในการให้คำแนะนำและพัฒนากิจกรรมสนับสนุนเพื่อเสริมทักษะความรู้ให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพที่เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงระบบนี้จะถูกออกแบบให้สามารถเชื่อมต่อ API Dataset ข้อมูลผลประเมินเข้าสู่ ระบบข้อมูลเปิดภาครัฐ (Open Data Platform) ของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.) เพื่อให้หน่วยงานอื่น ๆ ที่สนใจ นำไปพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ต่อไปได้



ภาพที่ 3 แผนการพัฒนา Creative Maturity Self-assessment Service ระยะเวลา 3 ปี ของ สศส.

สศส. วางแผนที่จะพัฒนา Creative Maturity Self-assessment Service ใน 3 ช่วง เริ่มตั้งแต่ปี 2564 – 2566 (ภาพที่ 3) โดยในปี 2564 จะดำเนินการศึกษาและพัฒนารอบแนวคิด มิติการประเมิน เกณฑ์การวัดผล และชุดคำถามให้แล้วเสร็จ โดยจะทำการค้นคว้ารายละเอียดเครื่องมือ

ประเมินที่สำคัญ (ทั้งในส่วนที่เป็นการลงทุนและไม่เป็นการลงทุน) ของหน่วยงานส่งเสริมแนวคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หลากหลายจากทั้งในและต่างประเทศ (ตารางที่ 1) ออกมาเป็นตัวชี้วัดและเครื่องมือประเมินต้นแบบ (Prototype) ที่ผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เพื่อให้ตัวชี้วัดและเครื่องมือนี้มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับให้ได้มากที่สุด

ตารางที่ 1 ขอบเขตการศึกษากรอบแนวคิดและเครื่องมือชี้วัดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ

แนวคิด / เครื่องมือ	แหล่งที่มา	ประเด็นที่สนใจ
1) 7S model	McKinsey	การวัดประสิทธิภาพขององค์กร
2) Creative Space Index (CSI)	The EU Member States	มิติตัวชี้วัดที่ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญต่อผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
3) The New Design Frontier	InVision	ประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร และผลกระทบทางธุรกิจ จากการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนกิจการ
4) Digital Maturity Model	Deloitte / Stratford	Digital Transformation ประเมินการเข้าถึงและใช้ประโยชน์เรื่องดิจิทัล เพื่อการขับเคลื่อนองค์กร
5) ผลิิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP)	-	ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับปัจจัยการผลิต ได้แก่ ที่ดิน ทุน แรงงาน การเพิ่มของผลผลิตที่เกิดจากส่วนที่มิได้มาจากการเพิ่มของปัจจัยการผลิต (แรงงาน ที่ดิน ทุน) เช่น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หรือ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
6) เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA)	สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	มุมมองเชิงระบบ การบริหารจัดการองค์ประกอบทั้งหมดขององค์กรให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

ปี 2565 วางแผนนำผลที่ได้จากการดำเนินงานปี 2564 มาพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินแบบดิจิทัล เพื่อความสะดวกในการวัดประเมินกับผู้ประกอบการเป้าหมาย โดยจะเปิดกว้างให้กับผู้ประกอบการไม่จำกัดขนาดกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม และระดับการเติบโตของธุรกิจ (Business Life Cycle) ทั้งนี้ เพื่อให้ได้เห็นภาพสะท้อนความเป็นจริงของกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างที่มีความแตกต่างหลากหลาย นำไปสู่การวิเคราะห์และสกัดข้อมูลเชิงลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขอบเขตการทำงานแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ขอบเขตการดำเนินงานปี 2565

1) พัฒนาเครื่องมือในรูปแบบดิจิทัล	2) การทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย	3) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)
1.1 พัฒนาเครื่องมือในรูปแบบ Web Application 1.2 ออกแบบและพัฒนาโครงสร้างการเก็บข้อมูล ฐานข้อมูล และพัฒนาระบบประมวลผล (ระบบ Back-End และระบบ Front-End) จำนวน 4 ระบบงานสำคัญ	2.1 ทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย จำนวน 150 กิจการ 2.2 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบระบบประเมินฯ พร้อมจัดทำรายงานผลวิเคราะห์รายการกิจการ	3.1 จัดตั้ง Steering Committee เพื่อร่วมบริหารโครงการในทุกกระบวนการโดยเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหลายภาคส่วน 3.2 จัดกิจกรรม Focus group โดยเชิญสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย มาร่วมให้ความเห็นระบบประเมินและระบบให้คำแนะนำที่พัฒนาขึ้น
4) การสรุปผลการวิเคราะห์เป็นรายงานเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ พร้อมทั้งเชื่อมโยงข้อมูลเปิด	5) การขยายผลการใช้เครื่องมือประเมินสู่ผู้ประกอบการในวงกว้าง	
4.1 จัดทำรายงานผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจในภาพรวม และรายอุตสาหกรรม 4.2 เผยแพร่ข้อมูลเปิดจากการสรุปผลการวิเคราะห์ในรูปแบบอัตโนมัติ	5.1 จัดทำคู่มือการใช้งานระบบประเมินฯ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ 5.2 จัดกิจกรรมแถลงข่าว ถ่ายทอดองค์ความรู้ และส่งเสริมการใช้ระบบการประเมินฯ เพื่อขยายผลการประเมินสู่ผู้ประกอบการในภูมิภาค 5.3 เชื่อมโยงข้อมูลผลการประเมินกับระบบฐานข้อมูลภายใน สศส. เพื่อพัฒนากิจกรรมสนับสนุน	

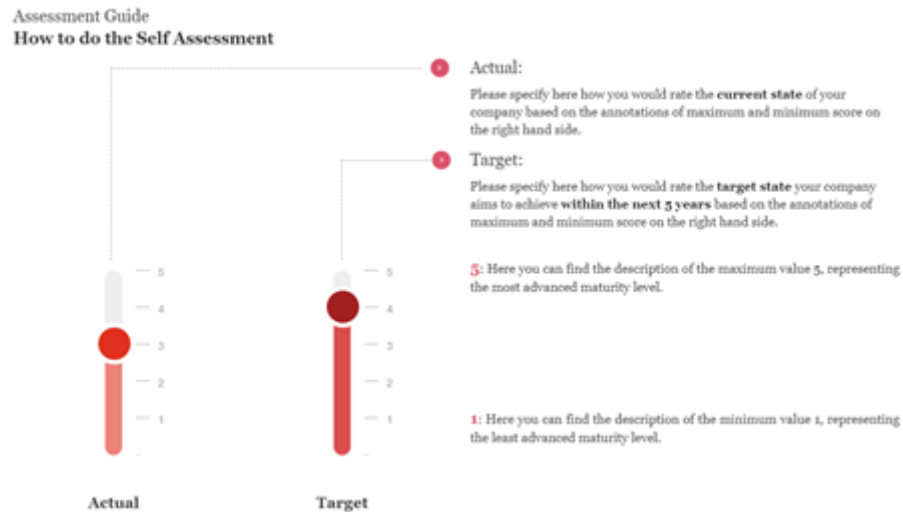
1) พัฒนาเครื่องมือ Creative Maturity Self-assessment Service ในรูปแบบดิจิทัล

1.1 มุ่งเน้นพัฒนาเครื่องมือประเมินบน Web Application ที่มีการออกแบบ User Experience (UX) และ User Interface (UI) ให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้ง่าย (User-friendly) และมีการแสดงผลข้อมูลที่ชัดเจนสอดคล้องกับการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยพัฒนาในลักษณะของ Progressive Web Apps ซึ่งเป็นการผสมผสานจุดเด่นของระบบเว็บไซต์และโมบายแอปพลิเคชัน สามารถแสดงผลได้อย่างมีประสิทธิภาพบนทุกอุปกรณ์ (ภาพที่ 4 และ 5)

1.2 ออกแบบและพัฒนาโครงสร้างการเก็บข้อมูล และพัฒนาระบบประมวลผล (ระบบ Back-End และระบบ Front-End) จำนวน 4 ระบบงานสำคัญ ได้แก่

- ระบบการลงทะเบียนข้อมูลทั่วไป
- ระบบการประเมินระดับศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจ ที่มีการกำหนดฟังก์ชันในการจัดการบัญชีและสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประเมินแต่ละกลุ่ม โดยผลการประเมินของแต่ละกิจการจะถูกบันทึกสะสมไว้ใช้ประกอบการประมวลผลในแต่ละปี เพื่อให้สามารถติดตามการเติบโตของกิจการได้ ทั้งนี้ผลการประเมินดังกล่าว สามารถแสดงข้อมูลจำแนกได้ทั้งขนาดกิจการ ประเภทธุรกิจ พื้นที่ และระดับการเติบโตของธุรกิจ (Business Life Cycle) โดยแสดงผลข้อมูลในลักษณะ Dashboard
- ระบบการให้คำแนะนำ (Recommendation System) แนวทางการยกระดับกิจการจากผลการประเมินรายการกิจการแบบ Real time



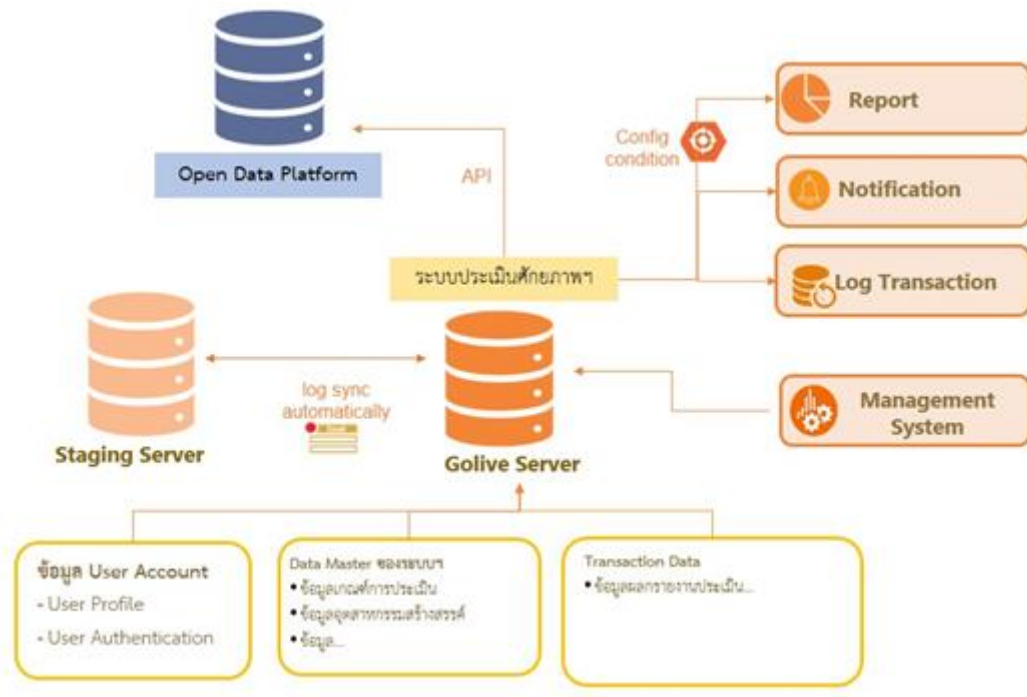


ภาพที่ 4 ตัวอย่างเครื่องมือประเมินออนไลน์ของ Price Waterhouse Coopers (PWC)
เป็นการประเมินกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมตามแนวทาง Industry 4.0



ภาพที่ 5 ตัวอย่างลักษณะการแสดงผลข้อมูลตัวชี้วัดในลักษณะของ Dashboard

- ระบบฐานข้อมูลภายใน ประกอบไปด้วย ฐานข้อมูลสำคัญใน 3 หมวด (ภาพที่ 6) ได้แก่
 1. ฐานข้อมูลผู้ใช้งาน (User Account) จัดเก็บข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้งาน และข้อมูลการระบุตัวตนของผู้ใช้
 2. ฐานข้อมูล Master Data ของระบบ จัดเก็บข้อมูลเกณฑ์ การคิดคะแนน ตัวแปรต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประมวลผล และข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
 3. ฐานข้อมูลผลการประเมิน ทั้งแบบรายกิจการ และภาพรวม



ภาพที่ 6 แผนผังโครงสร้างฐานข้อมูลภายในระบบประเมิน

- ระบบการเปิดเผยข้อมูล (Open Data) ผลการประเมินระดับอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ พระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 มาตรา 17 ที่ระบุให้หน่วยงานรัฐต้องจัดทำการเปิดเผยข้อมูล โดย สศส.จะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลผ่าน Platform ข้อมูลเปิดภาครัฐที่สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.) เป็นผู้ดำเนินการ โดยการเปิดเผยข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบ Machine Readable ตามมาตรฐานที่สพร.เป็นผู้กำหนดแนวทาง

2) ทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย

2.1 ทดสอบการใช้เครื่องมือพร้อมประเมินประสิทธิภาพของระบบและผลลัพธ์ของเครื่องมือกับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มที่จะมาเป็นผู้ใช้ (Potential User) จำนวน 150 กิจการ ผ่าน Online self-assessment และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นทั้งในเรื่องการใช้งาน แนวทางการคำนวณ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการประเมิน และความคาดหวังต่อการพัฒนาต่อยอดกิจการภายหลังรับทราบผลการประเมินแล้ว

2.2 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบระบบประเมินฯ พร้อมจัดทำรายงานผลวิเคราะห์ส่งให้กับผู้ประกอบการที่นำร่องการประเมิน 150 กิจการ

3) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)

3.1 ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการอำนวยการ (Steering Committee) ที่ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานรัฐ / สมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมบริหารโครงการในทุกกระบวนการ

3.2 จัดกิจกรรม Focus group โดยเชิญสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย มาร่วมให้ความเห็นระบบประเมิน และระบบให้คำแนะนำที่พัฒนาขึ้น

4) การสรุปผลการวิเคราะห์เป็นรายงานเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ

จัดทำรายงานผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจในการรวม และรายอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่จัดทำขึ้น สำหรับเป็นแนวทางให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ ไปปรับใช้ได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับบริบทของหน่วยงานได้อย่างเหมาะสมต่อไป

5) การขยายผลการใช้เครื่องมือประเมินผู้ประกอบการในวงกว้าง

5.1 จัดทำคู่มือการใช้งานระบบประเมินฯ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

5.2 จัดกิจกรรมแถลงข่าว ถ่ายทอดองค์ความรู้ และส่งเสริมการใช้ระบบการประเมินฯ เพื่อขยายผลการประเมินผู้ประกอบการในภูมิภาค

5.3 ให้การบริการดิจิทัล โดยผลประเมินที่ได้รับ สศส. จะใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการให้คำแนะนำและพัฒนากิจกรรมสนับสนุนเพื่อเสริมทักษะความรู้ให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพที่เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลดังกล่าวจะมีการเชื่อมโยงไปยังระบบฐานข้อมูลภายใน สศส. ที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว อาทิ ฐานข้อมูลวิสาหกิจ, ฐานข้อมูลแหล่งบ่มเพาะทางธุรกิจ, ฐานข้อมูลผลงานศิลปิน, ฐานข้อมูลแหล่งเงินทุนและมาตรการสนับสนุน เพื่อเป็นการต่อยอดและสนับสนุน ภาคธุรกิจสร้างสรรค์อย่างครบวงจรมากยิ่งขึ้น

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทัศนียม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณรวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
รวม	ลบ.	6.3220	1.0244	1.5366	2.4488	1.3122
กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาระบบและทดสอบระบบประเมินระดับศักยภาพการใช้ ความคิดสร้างสรรค์	ลบ.	2.4000				
ตัวชี้วัด: ระบบบริการประเมินศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัล	ระบบ	1	-	-	1	-
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	2.4000	0.4800	0.7200	0.9600	0.2400
กิจกรรมที่ 2 สรุปผลการพัฒนาระบบและทดสอบระบบประเมินระดับศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์	ลบ.	1.1415				
ตัวชี้วัดที่ 1: SMEs ที่ผ่านกระบวนการประเมินศักยภาพ และการรับคำแนะนำเพื่อพัฒนาธุรกิจรายกิจการ	กิจการ	150	-	-	50	100
ตัวชี้วัดที่ 2: รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินภาพรวมและจำแนกระดับอุตสาหกรรม	ฉบับ	1	-	-	-	1
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.	1.1415	0.2283	0.34245	0.4566	0.11415
กิจกรรมที่ 3 เชื่อมโยงข้อมูลผลการประเมินในภาพรวมสู่ระบบฐานข้อมูลเปิดกลางภาครัฐ Open Data		0.6000				

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณรวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
ตัวชี้วัด: ชุดข้อมูลเปิดด้านศักยภาพด้าน การใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการ ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการใน รูปแบบ Machine readable	ชุดข้อมูล	1	-	-	-	1
ระยะเวลา					←→	
งบประมาณ	ลบ.	0.6000	-	-	0.4000	0.2000
กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมการใช้ระบบ การประเมินฯ	ลบ.	0.6000				
ตัวชี้วัด: บริการดิจิทัลที่พัฒนาขึ้น ภาค รัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้จริง วัดจากร้อยละความพึง พอใจของผู้รับข้อมูล	ร้อยละ		-	-	-	85
ระยะเวลา						←→
งบประมาณ	ลบ.	0.6000	-	-	-	0.6000
กิจกรรมที่ 5-7 การบริหารจัดการ	ลบ.	1.5805				
ระยะเวลา			←→			
งบประมาณ	ลบ.	1.5805	0.3161	0.47415	0.6322	0.15805

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ รวม 6,322,000 บาท บาท (หกล้านสามแสนสองหมื่นสองพันบาทถ้วน) ประกอบด้วย

หน่วย: บาท

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 1 ศึกษาข้อมูลพร้อมทั้งออกแบบและพัฒนาระบบประเมิน (Web Application)				2,400,000
1.1 ค่าพัฒนาและออกแบบระบบฐานข้อมูล (Database Design)	300,000	-	-	300,000
1.2 ค่าพัฒนาระบบหน้าบ้าน (Frontend) และระบบหลังบ้าน (Backend)	850,000	-	-	850,000
1.3 ค่าออกแบบระบบในการประมวลผลข้อมูลชี้วัดผลตอบแทนจากการลงทุนด้าน ความคิดสร้างสรรค์และดิจิทัลในภาคธุรกิจ (UX และ UI)	400,000	-	-	400,000
1.4 ค่าพัฒนาชุดข้อมูล Algorithm สำหรับให้คำแนะนำ (Recommendation System)	300,000	-	-	300,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1.5 ค่าพัฒนาระบบรายงาน (Report) และระบบการเชื่อมโยงข้อมูลส่วนต่างๆ (API)	250,000	-	-	250,000
1.6 ค่าติดตั้งและตั้งค่าระบบให้พร้อมใช้งาน (Installation and Configuration) และค่าบำรุงรักษาระบบเป็นเวลา 2 ปี	300,000	-	-	300,000
กิจกรรมที่ 2 สรุปผลการพัฒนาระบบและทดสอบระบบประเมินระดับศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์				1,141,500
2.1 ค่าทดสอบระบบประเมินกับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย ด้วยวิธีการทำ Online Self-assessment และ In-depth Interview	2,000	150	ราย	300,000
2.2 ค่าใช้จ่ายในการประมวลผล วิเคราะห์ และจัดทำรายงานผลการประเมินสำหรับผู้ประกอบการที่นำร่องการประเมิน	2,000	150	ราย	300,000
2.3 ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม Focus group ร่วมกับสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย 3 ครั้ง (ค่าอาหารและสถานที่)	1,500	270	ราย	405,000
2.4 ค่าใช้จ่ายในการจัดทำคู่มือและรายงานผลการวิเคราะห์ ภาพรวมและรายอุตสาหกรรม	68,250	2	ฉบับ	136,500
กิจกรรมที่ 3 เชื่อมโยงข้อมูลผลการประเมินในภาพรวม สู่ระบบฐานข้อมูลเปิดกลางภาครัฐ Open Data				600,000
3.1 จัดทำชุดข้อมูลเปิดด้านศักยภาพด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในรูปแบบ Machine readable	600,000	-	-	600,000
กิจกรรมที่ 4 จัดกิจกรรมแถลงข่าว ถ่ายทอดองค์ความรู้ และส่งเสริมการใช้ระบบการประเมินฯ				600,000
4.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมแถลงข่าว	200,000	-	-	200,000
4.2 ค่าครุภัณฑ์สำหรับขยายผลเครื่องมือประเมินสู่สาขา/เครือข่ายของ สคส. 4 พื้นที่				
- เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก สำหรับงานประมวลผล : หน่วยประมวลผลกลาง (CPU) ไม่น้อยกว่า 4 แกนหลัก / RAM ไม่น้อยกว่า 8 GB / หน่วยจัดเก็บข้อมูล ชนิด SATA ขนาดความจุไม่น้อยกว่า 1 TB	30,000	4	เครื่อง	120,000
- ชุดโปรแกรมจัดการสำนักงาน ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย	20,000	4	ชุด	80,000
- คอมพิวเตอร์แท็บเล็ต แบบที่ 2 : หน่วยความจำขนาดไม่น้อยกว่า 32 GB / RAM ไม่น้อยกว่า 2 GB / หน้าจอสัมผัสขนาดไม่น้อยกว่า 9.7 นิ้ว	20,000	4	เครื่อง	80,000
4.3 ค่าเดินทางในการลงพื้นที่ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ และเพื่อขยายผลการประเมินสู่ผู้ประกอบการในภูมิภาค				
- ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินภายในประเทศ (ไป-กลับ) 3 คน	18,000	4	ครั้ง	72,000
- ค่าที่พัก 3 ห้อง	8,400	3	คืน	25,200

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ค่าเช่ารถตู้	5,700	4	วัน	22,800
กิจกรรมที่ 5 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน				632,200
5.1 การบริหารจัดการโครงการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน (12 เดือน)	52,683	12	เดือน	632,200
กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				632,200
6.1 กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (12 เดือน)	52,683	12	เดือน	632,200
กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมบริหารงานโครงการ (ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร)				316,100
7.1 กิจกรรมบริหารงานโครงการ ค่าใช้จ่ายด้านไอทีและอาคาร (12 เดือน)	26,342	12	เดือน	316,100
รวมทั้งสิ้น (หกล้านสามแสนสองหมื่นสองพันบาทถ้วน)				6,322,000

* หมายเหตุ ขออภัยทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

- 1) ผลประโยชน์ทางตรงในรูปตัวเงิน

เครื่องมือนี้มีส่วนช่วยประเมินความคุ้มค่า และทิศทางการลงทุนทางด้านคิดสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 2) ผลประโยชน์ทางอ้อมในรูปตัวเงิน
 - ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความเข้มแข็งขึ้นและประเทศไทยมีทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงของผู้ประกอบการ
 - เกิดปัจจัยส่งเสริมการจ้างงานในกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น
 - ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มสูงขึ้น
- 3) ผลประโยชน์ด้านการประหยัด

หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการที่ผ่านการประเมินจาก Creative maturity self-assessment สามารถนำผลการประเมินของแต่ละกิจการ ไปวิเคราะห์และสรรหาแนวทางการสนับสนุนที่สอดคล้องกับระดับศักยภาพได้ ช่วยประหยัดเวลาในการตรวจสอบสถานะของธุรกิจ

โครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามบทบาทภารกิจของ สศส.

งบประมาณปี 2565 รวม 3,865,800 บาท (สามล้านแปดแสนหกหมื่นห้าพันแปดร้อยบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักการสื่อสารและการตลาด สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(องค์การมหาชน) หรือ สศส.

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

หลักการและเหตุผล

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นหลักการสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญในยุคปัจจุบันและอนาคต หลายประเทศจึงมีการจัดตั้งองค์กรเฉพาะด้านเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของการพัฒนาประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ต้องก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ด้วยการผลักดันนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน): สศส. หรือ Creative Economy Agency (Public Organization) : CEA ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2561 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป โดยเป็นหน่วยงานในกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานเฉพาะด้านที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริม พัฒนา รวมทั้งการเผยแพร่หลักการและองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมุ่งสร้างการรับรู้และความเข้าใจความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและประชาชนโดยทั่วไปที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ รวมทั้งการพัฒนาปัจจัยที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เติบโต สามารถต่อยอดทุนวัฒนธรรมและเชื่อมต่อกับภาคการผลิตจริง เพื่อยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และส่งเสริมเผยแพร่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่สาธารณชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ประกอบด้วย 15 กลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญ ดังนี้ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม 2) กลุ่มอุตสาหกรรมดนตรี 3) กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดง 4) กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ 5) กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ 6) กลุ่มอุตสาหกรรมการแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ 8) กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ 9) กลุ่มอุตสาหกรรมโฆษณา 10) กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบ 11) กลุ่มอุตสาหกรรมการให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น 13) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย 14) กลุ่มอุตสาหกรรมการแพทย์แผนไทย 15) กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งหมดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งจัดได้ว่าผู้ประกอบการใน 15 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นี้ เป็นฟันเฟืองสำคัญในการพัฒนาประเทศสอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งนำพาประเทศไปสู่ความเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ตระหนักถึงความสำคัญของหลักการและองค์ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ประชาชนโดยทั่วไปสามารถนำไปปรับใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ จึงได้มุ่งมั่นส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณชน รวมทั้งส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและ

ภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและศักยภาพผู้ประกอบการสร้างสรรค์ของไทย ให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่สูงขึ้น เช่น การจัดทำเทศกาลงานออกแบบระดับประเทศ การร่วมมือกับหน่วยงานราชการจัดทำโครงการพัฒนาและปรับปรุงบริการของภาครัฐเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน การจัดให้มีพื้นที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การกระจายโอกาสการเข้าถึงองค์ความรู้สร้างสรรค์ต่างๆ การจัดทำนิทรรศการที่ส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผ่านการอบรมเฉพาะให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น การให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปปรับใช้ในการพัฒนาธุรกิจ ไปจนถึงการจัดกิจกรรมหรือเวทีแสดงศักยภาพของผู้ประกอบการไทยสู่สากล และการจัดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการไทยสู่สาธารณชน รวมทั้งการดำเนินการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลายสอดคล้องวิถีชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จึงดำเนินงาน “โครงการสร้างการรับรู้และความเข้าใจหลักการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมเผยแพร่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่สาธารณชน” โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและประชาชนโดยทั่วไป พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ให้ได้รับการยอมรับในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเอื้อให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ ส่งเสริมบริการ เพิ่มยอดขาย และโอกาสในการก้าวสู่ตลาดระดับสากล จึงได้วางแผนงานกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายในรูปแบบต่างๆ เช่น การผลิตวิดีโอ ทัศน การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดทำเนื้อหาในเว็บไซต์ การบริหารจัดการสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย การเขียนคอนเทนต์และแปลภาษาสำหรับการเผยแพร่ การออกแบบและจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ การจัดงานแถลงข่าว การเขียนข่าวและจัดทำสื่อบริษัทผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อในประเทศและต่างประเทศ

ดังนั้น เพื่อให้มีความสอดคล้องและสนับสนุนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบดังกล่าว สศส. จึงได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์รูปแบบการรับสารของผู้คนในยุคปัจจุบันรวมทั้งครอบคลุมการรับรู้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ 1. สื่อดั้งเดิมที่ได้รับความนิยมสูง (Traditional Media) เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อในพื้นที่สาธารณะ สื่อวิทยุ ฯลฯ 2. สื่อใหม่ที่กำลังสอดประสานวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน (New Media) เช่น สื่อเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย ฯลฯ นอกจากนั้นแล้ว ทาง สศส. ยังมุ่งเน้นการแสวงหาวิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นๆ ที่น่าสนใจและได้รับความนิยมในกระแสสากล ที่สามารถจะเอื้อประโยชน์สูงสุดในเชิงการรับรู้และความเข้าใจหลักการเศรษฐกิจสร้างสรรค์แก่ประชาชนโดยทั่วไป พร้อมทั้งสนับสนุนการเผยแพร่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของไทยสู่สาธารณชนทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างการรับรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของไทยสู่สาธารณชนให้ได้รับการยอมรับในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเอื้อให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ ส่งเสริมการบริการเพิ่มยอดขาย และโอกาสในการก้าวสู่ตลาดระดับสากล
3. เพื่อเผยแพร่บทบาทและภารกิจสำคัญของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในการพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการจัดงานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ประจำปี

กลุ่มเป้าหมาย

1. ประชาชนทั่วไป (Public)
2. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ (Business Sectors)
3. นักออกแบบและสร้างสรรค์ (Creative Sectors)
4. ผู้วางนโยบายรัฐ (Policy Makers)
5. ภาครัฐ (Federal Departments and Ministries)
6. ผู้ผลิต (Manufacturers)
7. สมาคมวิชาชีพ (Professional Associations)
8. ภาคการศึกษา (Academic Sectors)

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินงาน

1. กรุงเทพมหานคร และอีก 75 จังหวัดทั่วประเทศ
2. พื้นที่สื่อมวลชน และพื้นที่การประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ ตัวชี้วัด	รวม	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ระดับ Output						
1. ผู้ติดตาม/รับรู้สารการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และ SMEs ผ่าน						

เป้าหมายผลผลิต/ ตัวชี้วัด	รวม	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
สื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ และสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ						
1.1. มูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ (PR Value)	100	ล้านบาท	25	40	25	10
1.2. จำนวนการรับรู้ (Reach)	20,000,000	คน/ครั้ง	5,000,000	8,000,000	5,000,000	2,000,000
2. ผู้รับบริการและกลุ่มเป้าหมายมี engagement	1,500,000	ครั้ง	375,000	375,000	375,000	375,000
ระดับ Outcome						
1. ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจจากแหล่ง บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ใน เชิงพื้นที่ดิจิทัลแพลตฟอร์ม	80	ร้อยละ				80

ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ตุลาคม 2564 - 30 กันยายน 2565

ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

1. การสร้างการรับรู้และความเข้าใจหลักการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สู่สาธารณชน

จัดทำสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในการทำหน้าที่ในการส่งเสริม พัฒนา รวมทั้งการเผยแพร่ หลักการและองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและประชาชนโดยทั่วไป เพื่อนำไปปรับ ใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ

2. การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่มีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและ ศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่สูงขึ้น

จัดทำสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การ มหาชน) เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายและประชาชนโดยทั่วไป พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อ เอื้อให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ ส่งเสริมการบริการ เพิ่มยอดขาย และโอกาสในการก้าวสู่ตลาดระดับสากล

3. การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเทศกาลงานออกแบบของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สู่สาธารณชน
- จัดทำสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมองค์การมหาชน) เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายและประชาชนโดยทั่วไป ประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565 ของโครงการ

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค. 63	ม.ค.-มี.ค. 64	เม.ย.-มิ.ย. 64	ก.ค.-ก.ย. 64
รวม		3.8658	1.0000	2.0000	0.6000	0.2658
กิจกรรมที่ 1 การสร้างการรับรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	ลบ.	2.8658	1.0000	1.0000	0.6000	0.2658
กิจกรรมที่ 2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ประจำปี	ลบ.	1.0000	-	1.0000	-	-

รายละเอียดงบประมาณ/ค่าใช้จ่าย

3,865,800 บาท (สามล้านแปดแสนหกหมื่นห้าพันแปดร้อยบาทถ้วน)

หน่วย : บาท

รายการ		จำนวนเงิน
กิจกรรมที่ 1 การสร้างการรับรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)		2,865,800.00
1.1	ค่าบริการส่งข่าวประชาสัมพันธ์รายครั้ง จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 60,000 บาท	120,000.00
1.2	ค่าบริการจัดการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์รายปี	1,200,000.00
1.3	ค่าเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน 12 เดือน เดือนละ 43,900 บาท	526,800.00
1.4	ค่าสร้างสัมพันธ์ภาพกับสื่อมวลชน	100,000.00

รายการ		จำนวนเงิน
1.5	ค่าจัดทำของที่ระลึกเผยแพร่ภาพลักษณ์จำนวน 500 ชิ้น ชิ้นละ 200 บาท	100,000.00
1.6	ค่าบริหารเนื้อหาบนสื่อเว็บไซต์	504,000.00
1.7	ค่าออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	300,000.00
1.8	ค่าจัดซื้อวัสดุสำหรับงานบริการพื้นที่เช่าเพื่อจัดกิจกรรม	15,000.00
กิจกรรมที่ 2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ประจำปี 2565		1,000,000.00
2.1	เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ 2565	
2.1.1	จ้างจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์เทศกาลในรูปแบบวิดีโอและบทความ	300,000.00
2.1.2	ค่าบริหารจัดการงานแถลงข่าวและพิธีเปิดเทศกาลงานออกแบบ	200,000.00
2.1.3	ค่าซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์	200,000.00
2.1.4	ค่าจ้างเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และดูแลสื่อมวลชน	300,000.00

หมายเหตุ: : ขอล้างหนี้ทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดการรับรู้ บทบาทและภารกิจสำคัญของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย ให้ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชนในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชนเล็งเห็นถึงความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาธุรกิจ ซึ่งสร้างประโยชน์เชิงการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตต่อไป
3. ผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และประชาชนทั่วไป รับรู้และเข้าร่วมงานเทศกาลออกแบบประจำปีกรุงเทพฯ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

โครงการแผนพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. 2565 จำนวน

งบประมาณ 1,500,000 บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

- งบประมาณ จำนวน 1,000,000 บาท
- เงินนอกงบประมาณ จำนวน 500,000 บาท

หน่วยงานดำเนินการ สำนักบริหารและพัฒนาองค์กร

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

ตามที่ สศส. ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง สศส. พ.ศ. 2561 โดยแยกตัวและรับโอนเจ้าหน้าที่จากองค์กรเดิม ซึ่ง สศส. มีบทบาทภารกิจเพิ่มมากขึ้นในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งได้มีการปรับโครงสร้างและยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อให้การดำเนินงานตามบทบาทภารกิจใหม่ของ สศส. ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ สศส. จึงมีความจำเป็นต้องสร้างความรู้ความ

เข้าใจบทบาทภารกิจ พัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญและสมรรถนะของบุคลากร ให้รองรับกับการขับเคลื่อนองค์กรตามยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในปัจจุบัน ทั้งในด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ และการรับรู้ข้อมูลของประชาชน สศส. มุ่งเน้นที่จะพัฒนาองค์กรให้ก้าวสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยเสริมสร้างสมรรถนะให้แก่เจ้าหน้าที่ให้มีทักษะความสามารถในการบริหารจัดการได้สูงขึ้น ปฏิบัติงานได้หลากหลาย ทักษะ สามารถปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของชาติ นโยบายภาครัฐ รวมทั้งให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ ของหน่วยงานราชการ อีกทั้งยังสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้อย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น สศส. จึงมีความจำเป็นต้องจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรประจำปี 2565 โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรของ สศส. ได้รับการพัฒนาศักยภาพโดยมุ่งเน้นตามสมรรถนะ (Competency) ที่เหมาะสมตามตำแหน่งงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อบทบาทภารกิจให้บุคลากรปฏิบัติงานได้ตามบทบาทภารกิจใหม่ และสนับสนุนแผนการดำเนินงานของ สศส.
2. เพื่อพัฒนาให้บุคลากรมีสมรรถนะที่พึงประสงค์ คือ มีความรู้และทักษะที่ในการปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพ ก้าวทันเทคโนโลยี มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองและพัฒนางานในหน้าที่ให้มีคุณภาพสูงสุด
3. เพื่อสร้างจิตสำนึกให้เกิดความรักองค์กร สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และคุณธรรม เพื่อร่วมผลักดันองค์กรให้สามารถดำเนินไปในทิศทางที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มเป้าหมายโครงการ

เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 123 อัตรา และเจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงาน 70 ราย โดยเจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มที่	ประเภท	อัตรา	สมรรถนะที่มุ่งเน้น
1	ประเภทผู้บริหาร (รองผู้อำนวยการ / ผู้ช่วยผู้อำนวยการ / ผู้อำนวยการสำนัก / หัวหน้าฝ่าย)	14	ส่งเสริมทักษะในการนำการเปลี่ยนแปลง การกำหนดกลยุทธ์ และการสร้างมีส่วนร่วม ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก
2	ประเภทวิชาชีพระดับสูง	19	- ส่งเสริมมีสภาวะผู้นำ การควบคุมตนเอง มีทักษะการสอนงานและมอบหมายงาน

			- ส่งเสริมสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงาน
3	ประเพณีวิชาชีพระดับต้น และระดับกลาง	90	ส่งเสริมสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงาน เช่น การคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ ความเข้าใจผู้อื่น ความเข้าใจในระบบราชการ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ดี ความผูกพันต่อองค์กร การทำงานเป็นทีม ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีหรือช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ระดับ Output					
1.บุคลากร สศส. ได้รับการพัฒนาศักยภาพโดยมุ่งเน้นตามสมรรถนะ (Competency) ที่เหมาะสมตามตำแหน่งงานของบุคลากร 1 หลักสูตร/คน/ปี	หลักสูตร				1/94
ระดับ Outcome					
1.ระบบ PMS ได้รับการพัฒนาแล้วเสร็จ 1 ระบบ และนำมาใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร สศส.	ระบบ				1

ขอบเขตการดำเนินงาน

สศส. จึงได้กำหนดแผนเส้นทางการพัฒนาบุคลากร (Development Roadmap) ในปีงบประมาณ 2565 ขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมสร้างความเข้มแข็งภายในองค์กร plugged จิตสำนึก

รณรงค์รณรงค์ให้แก่เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะการทำงานในระดับที่สูงขึ้น มีความพร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมการพัฒนาประเทศของรัฐบาลและตามนโยบายการบริหารงานที่จะต้องปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ ดังนี้

1) ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจองค์กรและระบบราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทิศทางการดำเนินงานขององค์กร นโยบายของหน่วยงานภาครัฐ แผนยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการปรับปรุงระบบงาน กฎระเบียบใหม่ๆ ทั้งในหน่วยงาน และองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมาย และเป็นไปด้วยความถูกต้อง รวมทั้งการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน เช่น การทำงานร่วมกันเป็นทีม การสร้างเสริมคุณธรรมความโปร่งใส

เครื่องมือในการดำเนินงาน :

- การปฐมนิเทศให้ความรู้เบื้องต้นแก่เจ้าหน้าที่ใหม่ การจัดประชุมสัมมนาภายในองค์กร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร/ แผนปฏิบัติการ ส่งเสริมให้เข้าร่วมฝึกอบรม-เข้าร่วมประชุมรับฟังแนวทางการปฏิบัติงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- จัดฝึกอบรมเทคนิคขั้นตอนการดำเนินการตามระเบียบข้อบังคับที่มีการประกาศใช้ใหม่ๆ

- การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) เพื่อมุ่งเน้นให้พัฒนาตนเองผ่าน ช่องทางการเรียนรู้ และสื่อต่างๆ

- จัดการพัฒนาทักษะแบบกลุ่มใหญ่ เพื่อเสริมสร้างการทำงานเป็นทีม การใช้ความคิดสร้างสรรค์

- ส่งเสริมให้เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างสุขในการทำงาน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมายและเป็นไปด้วยความถูกต้อง

2) การเสริมสร้างสมรรถนะด้านการจัดการ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานในระดับสูง / ผู้บริหาร / คณะกรรมการ (Management Competency) ให้มีทักษะในการคิดวิเคราะห์แผนกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กร รวมถึงแผนกลยุทธ์ของหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถนำพาองค์กรไปสู่การเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือในการดำเนินงาน :

- ส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพระดับสูง / ผู้บริหาร / คณะกรรมการ เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม-สัมมนาในหลักสูตรด้านบริหารจัดการหรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดทำกลยุทธ์องค์กร การจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงปฏิบัติการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์และแผนงานให้แก่องค์กรให้บรรลุผลสำเร็จ

3) การเสริมสร้างสมรรถนะด้านวิชาชีพ เช่น งานด้านการจัดการความรู้ทางธุรกิจ การพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ งานบรรณารักษ์-ภัณฑารักษ์ ตรวจสอบภายใน การเงินและการบัญชี งานบุคคล กฎหมาย

เครื่องมือในการดำเนินงาน

- การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) เพื่อมุ่งเน้นให้พัฒนาตนเอง ผ่านช่องทางการเรียนรู้และสื่อต่างๆ
- ส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับเข้ารับฝึกอบรม-สัมมนา การประชุมวิชาการในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง
- การเข้าร่วมกิจกรรมศึกษาดูงานเพื่อสร้างเสริมวิสัยทัศน์ เรียนรู้นวัตกรรมหรือวิธีการทำงานใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนาเป้าหมายการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนตุลาคม 2564 – กันยายน 2565

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

หลักสูตรการพัฒนา	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด	วิธีการ	ระยะเวลาดำเนินการ (ไตรมาส)				งบประมาณ (บาท)
				1	2	3	4	
รวมงบประมาณที่ใช้จ่าย (ไตรมาส)				375,000	375,000	375,000	375,000	1,500,000
1. กิจกรรมที่ 1 หลักสูตรการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจองค์กรและระบบราชการที่เกี่ยวข้อง (สมรรถนะด้าน Authentic,Ideation)								
1.1 จัดกิจกรรม ปฐมนิเทศ ผู้ปฏิบัติงานที่ รับเข้าทำงานใหม่	ผู้ปฏิบัติงาน ใหม่	ผู้ปฏิบัติ งานใหม่	จัด ปฐมนิเทศ / Coaching /OJT	กรณีที่มีผู้ปฏิบัติงานเข้าทำงานใหม่				-
งบประมาณ (ไตรมาส)				-	-	-	-	-
1.2 กิจกรรมการ ส่งเสริมความเข้าใจ บทบาทภารกิจของ องค์กร	ผู้บริหาร และ ผู้ปฏิบัติงาน	ไตรมาส ละ 1 ครั้ง	Town hall	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	50,000

งบประมาณ (ไตรมาส)				12,500	12,500	12,500	12,500	50,000
2. กิจกรรมที่ 2 การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน (สมรรถนะด้าน Game Changing/ Ideation/Leading and Engaging/Entrepreneurship)								
2.1 หลักสูตรการ พัฒนาทักษะด้าน การจัดการ/การ ให้บริการ / การ จัดการการเรียนรู้ที่ เป็นประโยชน์	ผู้บริหาร และ ผู้ปฏิบัติงาน	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	100,000
งบประมาณ (ไตร มาส)				25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
2.2 จัดฝึกอบรมสร้าง สุขในการทำงาน / คุณธรรม จริยธรรม ในการทำงาน	ผู้บริหาร และ ผู้ปฏิบัติงาน	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	50,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				12,500	12,500	12,500	12,500	50,000
3. กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานระดับสูง / ผู้บริหาร (พัฒนาผู้บริหาร)								
3.1 หลักสูตรผู้บริหาร เช่น หลักการ บริหารองค์กรที่ดี / การพัฒนาสภาวะ ผู้นำ / บริหารการ เปลี่ยนแปลง/การ จัดการ	ผู้บริหาร/ ผู้เชี่ยวชาญ	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	120,000
งบประมาณ (ไตร มาส)				30,000	30,000	30,000	30,000	120,000
3.2 หลักสูตรด้านการ พัฒนายุทธศาสตร์- กลยุทธ์องค์กร- งบประมาณ	ผู้บริหาร / ผู้เชี่ยวชาญ	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	80,000

งบประมาณ (ไตรมาส)				20,000	20,000	20,000	20,000	80,000
4. กิจกรรมที่ 4 หลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะด้านวิชาชีพ (Function Competency)								
4.1 หลักสูตรด้านนโยบายและยุทธศาสตร์/พัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์/สื่อสารและการตลาด	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร/คน/ปี	Training / Workshop	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	100,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
4.2 หลักสูตรการอบรมเรื่องการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร/คน/ปี	Training / Workshop	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	100,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
4.3 หลักสูตรด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ / การพัฒนาธุรกิจนวัตกรรม	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร/คน/ปี	Training / Workshop	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	100,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
4.4 จัดฝึกอบรมเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุภาครัฐ / การเงินการคลัง / การพัฒนาระบบตรวจสอบภายใน / การ	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร/คน/ปี	Training / Workshop	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	100,000

บริหารงานบุคคล/ เทคโนโลยีสารสนเทศ/ กฎหมาย								
งบประมาณ (ไตรมาส)				25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
5. กิจกรรมที่ 5 หลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะเชิงเทคนิค (Technical Competency)								
5.1 หลักสูตรด้านนโยบายและยุทธศาสตร์/ พัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์/สื่อสารและการตลาด	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	150,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				37,500	37,500	37,500	37,500	150,000
5.2 หลักสูตรการอบรมเรื่องการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	150,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				37,500	37,500	37,500	37,500	150,000
5.3 หลักสูตรด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ / การพัฒนาธุรกิจนวัตกรรม	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	150,000
งบประมาณ (ไตรมาส)				37,500	37,500	37,500	37,500	150,000
5.4 จัดฝึกอบรมเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุภาครัฐ / การเงินการคลัง / การพัฒนาระบบตรวจสอบภายใน / การบริหารงาน	ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	1 หลักสูตร /คน/ปี	Training / Worksh op	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	250,000

บุคคล/เทคโนโลยี สารสนเทศ/กฎหมาย								
งบประมาณ (ไตรมาส)				62,500	62,500	62,500	62,500	250,000

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- บุคลากรมีสมรรถนะและปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับบทบาทภารกิจใหม่ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงาน ได้รับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีม และสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สามารถปฏิบัติงานตามแนวทางกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กร ภายใต้เป้าหมายความสำเร็จเดียวกัน
- เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานระดับบริหารได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง และเพิ่มพูนทักษะความเป็นผู้นำการบริหาร การวางกลยุทธ์การทำงาน มีความสามารถการบริหารงานบุคคลอย่างมืออาชีพ เพื่อให้มีทักษะที่เหมาะสมต่อการก้าวสู่ระดับบริหาร และเป็นผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม และเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

งบประมาณปี 2565 รวม 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

สืบเนื่องจากมาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้องค์การมหาชนอยู่ภายใต้ระบบการประเมินผลขององค์การมหาชนที่ กพม. กำหนด เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งมีสำนักงาน ก.พ.ร. เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การมหาชน โดยมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2547 ประกอบมติคณะรัฐมนตรี 9 สิงหาคม 2559 มอบหมายให้ กพม. และสำนักงาน ก.พ.ร. เป็นผู้ประเมินผลงานขององค์การมหาชนและรายงานต่อคณะรัฐมนตรี

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว ด้วยการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ พัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้

เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งเป็นไปโดยสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยเน้นบทบาทด้านการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย สนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหาด้านการออกแบบสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ SME รวมทั้งมุ่งเน้นการออกแบบให้เกิดมูลค่าสูงสุดเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และสังคม รวมถึงการส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย และการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ดำเนินการตามบทบาทภารกิจตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งโดยคำนึงถึงบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและของโลก รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทั้งด้านการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นย่านและเมืองที่เป็นกลไกสนับสนุนธุรกิจการเติบโตของธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน รวมถึงการยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย ดังนั้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 สสส. จึงจำเป็นต้องดำเนินการติดตามประเมินผลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สสส. ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำเร็จตามเป้าหมายที่สำคัญขององค์กร โดยใช้หลักวิชาการที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือและสามารถอ้างอิงได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สสส. ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์และผลกระทบอันเกิดจากการดำเนินงานของ สสส.
2. เพื่อดำเนินการและติดตามประเมินผลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย

กิจกรรมที่ 1 ประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์และผลกระทบอันเกิดจากการดำเนินงานของ สศส. กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล) คือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาศักยภาพเพื่อการพัฒนาธุรกิจด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ และผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม

กิจกรรมที่ 2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมาย คือ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

-

พื้นที่ / ขอบเขตการดำเนินงาน

● พื้นที่

กิจกรรมที่ 1 ประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส.: ดำเนินงานในรูปแบบ Online/Onsite ดำเนินการสำรวจแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงกายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และเครือข่ายสถาบันการศึกษา miniTCDC) ดำเนินงานในรูปแบบ Online/Onsite

กิจกรรมที่ 2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์: ดำเนินงานในรูปแบบ Online/Onsite

● ขอบเขตการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 ประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส.

1.1 การประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมจากการดำเนินงานของ สศส.

1) สรุปผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดเทศกาลงานออกแบบหรือเทศกาลความคิดสร้างสรรค์กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และขอนแก่น และในจังหวัดอื่น (หากมี) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการจัดงานเทศกาลที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ได้จัดแสดงผลงาน สร้างเครือข่ายธุรกิจ และเชื่อมโยงโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งผู้เข้าร่วมงาน รวมไม่น้อยกว่า 300,000 คน (ใช้ข้อมูลสรุปผลการประเมินส่วนนี้ จาก สศส.) รวมถึงการสำรวจเพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมจากการติดตามประเมินผลกิจกรรม/โครงการที่ส่งเสริมการแสดงศักยภาพและเชื่อมโยงโอกาสของผู้ประกอบการที่ สศส. จัดขึ้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

2) การประเมินรายได้ ธุรกรรม และโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการอันเกิดจากแผนงาน/โครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย ตามตัวชี้วัดที่สำคัญของ สศส. คือ

- (1) ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการรายใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ
- (2) ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่เพิ่มขึ้น

(3) ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการรายใหม่ เกิดธุรกรรมจากกิจกรรมของเครือข่าย (ความร่วมมือระหว่าง สศส. กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทั้งนี้ ค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด

3) การประเมินมูลค่าทางสังคม ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมหรือโครงการจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ นำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์/กระบวนการคิดเชิงออกแบบ มาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้งบริการสาธารณะและการพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และสังคม

1.2 การประเมินประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ที่ได้รับจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงกายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์มทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประกอบด้วย คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และขอนแก่น และสถาบันการศึกษาที่เป็นเครือข่ายแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาค ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้รับบริการรวมไม่น้อยกว่า 250,000 ราย

1.3 การประเมินคุณค่าในการดำเนินโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณสูงสุด ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ ซึ่งต้องเป็นไปตามกรอบการประเมินผลของสำนักงาน ก.พ.ร. อาทิ การดำเนินการประเมินมูลค่าทางสังคมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยจัดให้มีการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Focus Group) เพื่อที่จะหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) หรือวิธีการอื่นแล้วแต่ความเหมาะสม พร้อมทั้งนำเสนอวิธีการที่ใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ดำเนินการให้ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (หากรวมทั้งหมดในทุกกลุ่มน้อยกว่า 10 ราย ควรดำเนินการสัมภาษณ์ทุกราย)

กิจกรรมที่ 2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป้าหมายและตัวชี้วัด ปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

ผลผลิต (Output)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
1. รายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ปี 2565 จำนวน 1 ฉบับ	80	ฉบับ	-	-	-	1
2. ความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร้อยละ 100 ของแผน	20	ร้อยละ	25	50	75	100

ผลลัพธ์ (Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วยนับ	เกณฑ์การให้คะแนน				
			1	2	3	4	5
1. รายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่า นำไปใช้ในการรายงานผล KPI ต่อหน่วยงานภายนอก 4 ตัวชี้วัด* (*รายได้, ธุรกรรม, ความพึงพอใจ, ความคุ้มค่าโครงการ)	100	ร้อยละ	50	-	75	-	100

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน / วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 ประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 จัดจ้างผู้ประเมินจากภายนอกเป็นผู้ดำเนินงาน ตามเงื่อนไขของตัวชี้วัดและเป้าหมายตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร และแนวทางการประเมินองค์การมหาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของสำนักงาน กพร. โดยเป็นหน่วยงาน องค์กร สถาบันการศึกษา คณะบุคคล หรือนิติบุคคลที่มีความเป็นกลางโดยมีความเชี่ยวชาญในด้านการประเมินผล เพื่อดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ตามขอบเขตของงาน

1.2 การเตรียมการเพื่อการประเมิน ประกอบด้วย

1.2.1 ศึกษาความเชื่อมโยงของวัตถุประสงค์การจัดตั้ง ยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายหลักของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เพื่อนำมาเชื่อมโยงกรอบแนวคิดการประเมินเครื่องมือ และวิธีการที่ใช้ในการประเมินผล

1.2.2 กำหนดกรอบแนวคิด เครื่องมือ และวิธีการประเมินผล ที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดและเป้าหมาย ที่เป็นไปตามหลักการทางสถิติอย่างเหมาะสม ครอบคลุมวิธีการที่ชัดเจนในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง ตามขอบเขตการดำเนินงานในกิจกรรมที่ 1 ประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ประกอบด้วย 1) การประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมจากการดำเนินงานของ สศส. 2) การประเมินประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ และ 3) การประเมินคุณค่าในการดำเนินโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

1.2.3 จัดทำแบบสอบถามและแผนการดำเนินงานในการเก็บข้อมูล และลงพื้นที่สำรวจหรือสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์หรือโทรศัพท์ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ในช่วงเวลาที่ดำเนินการตามแผนการจัดเก็บข้อมูล และมีความน่าเชื่อถือได้ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงการจัดประชุมกลุ่มย่อยหรือการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก จากนั้นบันทึกข้อมูลในระบบประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลจัดทำเป็นรายงานผล

กิจกรรมที่ 2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 ดำเนินกิจกรรมความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2 ผู้บริหารและผู้แทนของ สศส. เข้าร่วมสัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ ศึกษาดูงาน หรือประชุมหารือกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย เพื่อประโยชน์ในเชิงนโยบายหรือการดำเนินการตามภารกิจหลักและเป้าหมายของสำนักงานในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

2.3 จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของคณะกรรมการสำนักงานฯ ได้แก่ การศึกษาดูงานหรือเยี่ยมชมการปฏิบัติงาน และเข้าร่วมกิจกรรมของ สศส. กับหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลกิจการของสำนักงานฯ

2.4 ศึกษาวิเคราะห์และจัดทำค่าเฉลี่ยของตัวคูณมูลค่าเพิ่ม (Value-Added Multiplier) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อใช้ในการอธิบาย/แสดงถึงคุณูปการของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ และใช้สำหรับอ้างอิงการประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการดำเนินงานของ สศส. ต่อไป

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย : ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณรวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
รวม	ลบ.	2.0000		0.5000	1.0000	0.5000
1. กิจกรรมประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส.		1.5000	-	0.3750	0.7500	0.3750
ตัวชี้วัด 1 รายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ปี 2565 จำนวน 1 ฉบับ	ฉบับ	-	-	-	-	1
2. กิจกรรมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์		0.5000		0.1250	0.2500	0.1250
ตัวชี้วัด 2 ความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร้อยละ 100 ของแผน	ร้อยละ		25	50	75	100

รายละเอียดงบประมาณ

จำนวน รวม 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน)

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณปี 2565	
1. กิจกรรมประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส.				1,500,000	
1.1 ค่าตอบแทนบุคลากรประเมินผล				1,260,000	
1) ค่าจ้างหัวหน้าโครงการ 1 คนๆ ละ 45,000 บาท	45,000	7	เดือน		315,000
2) ค่าจ้างนักวิจัยและประเมินผล 2 คน ๆ ละ 35,000 บาท/เดือน x 7 เดือน	35,000	7	เดือน		490,000
3) ค่าจ้างผู้ช่วยวิจัยและประเมินผล 2 คน ๆ ละ 25,000 บาท/เดือน x 7 เดือน	25,000	7	เดือน		350,000
4) ค่าจ้างผู้ประสานงานโครงการ 1 คนๆละ 15,000 บาท x 7 เดือน	15,000	7	เดือน		105,000
1.2 ค่าจัดประชุมกลุ่มย่อย Focus Group ประเมินมูลค่าทางสังคม				87,500	
1) ค่าสถานที่ (สถานที่เอกชน) ครั้งละ 5,000 บาท x 5 ครั้ง	5,000	5	ครั้ง		25,000
2) ค่าอาหารไม่ครบมื้อ 10 คน ๆ ละ 500 บาท x 5 ครั้ง	500	10	คน		25,000
3) ค่าเช่าเหมารถตู้ พร้อมพนักงานขับรถ และน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 1 วัน ๆ ละ 2,000 บาท x 5 ครั้ง	2,000	5	ครั้ง		10,000
4) ค่าพาหนะเดินทางผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 5 คน ๆ ละ 500 บาท x 5 ครั้ง	500	5	คน		12,500
5) ค่าใช้จ่ายอื่น ครั้งละ 3,000 บาท x 5 ครั้ง	3,000	5	ครั้ง		15,000
1.3 ค่าใช้สอย ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลประเมินประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 3 ครั้ง				107,500	
1) ค่าเช่าเหมารถตู้ พร้อมพนักงานขับรถ และน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 5 วัน ๆ ละ 2,000 บาท x 3 ครั้ง	2,000	3	ครั้ง		30,000
2) ค่าที่พัก จำนวน 3 คน ๆ ละ 2,000 บาท/วัน จำนวน 5 วัน/ครั้ง x 3 ครั้ง	2,000	3	ครั้ง		30,000
3) ค่าแท็กซี่ จำนวน 3 คน ๆ ละ 500 บาท/เที่ยว ไปและกลับ x 3 ครั้ง	500	3	ครั้ง		4,500
4) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินชั้นประหยัดไป-กลับ จำนวน 3 ที่นั่งๆละ 4,000 บาท/เที่ยวไปและกลับ x 3 ครั้ง	4,000	3	ครั้ง		36,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณปี 2565	
5) ค่าใช้จ่ายอื่น ครั้งละ 3,500 บาท x 3 ครั้ง	3,500	2	ครั้ง		7,000
1.4 ค่าวัสดุ				45,000	
1) ค่าเอกสารแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ๆ ละ 80 บาท (เหมาจ่ายค่าออกแบบสอบถาม ค่าทดสอบแบบสอบถาม และพิมพ์แบบสอบถาม)	80	400	ชุด		32,000
2) ค่าจัดพิมพ์รายงาน 100 บาท/หน่วย x 10 หน่วย	100	10	หน่วย		1,000
3) ค่าวัสดุอุปกรณ์ จำนวน 4,000 บาท x 3 ครั้ง	4,000	3	ครั้ง		12,000
2. กิจกรรมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์				500,000	
2.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อสร้างความร่วมมือเครือข่าย จำนวน 2 ครั้ง				96,000	
1) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินชั้นประหยัดไป-กลับ จำนวน 3 ที่นั่ง ๆ ละ 5,500 บาท x 2 ครั้ง	5500	3	คน		33,000
2) ค่าที่พัก จำนวน 2 คืน ๆ ละ 2,000 บาท x 3 คน x 2 ครั้ง	2,000	3	คน		24,000
3) ค่าพาหนะเดินทางจากที่พักไป-กลับ สนามบิน จำนวน 3 คน ๆ ละ 1,000 บาท x 2 ครั้ง	1,000	3	คน		6,000
4) ค่าสถานที่ (สถานที่เอกชน) ครั้งละ 5,000 บาท x 2 ครั้ง	5,000	2	ครั้ง		10,000
5) ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ระดับสูง จำนวน 2 คน x 2 วัน ๆ ละ 650 บาท x 2 ครั้ง	650	2	คน		5,200
6) ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ระดับกลาง จำนวน 1 คน x 2 วัน ๆ ละ 450 บาท x 2 ครั้ง	450	1	คน		1,800
7) ค่ารับรอง ครั้งละ 3,000 บาท x 2 ครั้ง	3,000	2	ครั้ง		6,000
8) ค่าเช่าเหมารถตู้ พร้อมพนักงานขับรถ และน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 2 วัน ๆ ละ 2,000 บาท x 2 ครั้ง	2,000	2	ครั้ง		8,000
9) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ครั้งละ 1000 x 2 ครั้ง	1,000	2	ครั้ง		2,000
2.2 ค่าใช้จ่ายในการศึกษาวิเคราะห์ Value-added Multiplier				369,000	
1) ค่าจ้างหัวหน้าโครงการ 1 คนๆ ละ 45,000 บาท	45,000	3	เดือน		135,000
2) ค่าจ้างนักวิจัย/นักประเมินผล 2 คน ๆ ละ 35,000 บาท/เดือน x 5 เดือน	35,000	3	เดือน		210,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณปี 2565	
3) ค่าใช้จ่ายในการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน	8,000	3	เดือน		24,000
2.3 ค่าใช้จ่ายในการสมัครสมาชิกองค์กรด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์				35,000	
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น				2,000,000	

หมายเหตุ : ขออภัยเหลือทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

1. การประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม นำไปใช้เพื่อการจัดทำนโยบาย/แผนการดำเนินงานตามเป้าหมายด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการเพื่อให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งนำไปปรับปรุงกระบวนการทำงานและการให้บริการอย่างมีคุณภาพและสอดคล้องกับนโยบายและความต้องการของประชาชน

2. การดำเนินการและติดตามประเมินผลการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก่อให้เกิดความร่วมมือในรูปแบบใหม่ ๆ ที่นำไปสู่การกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ รวมถึงการจัดทำ Value-Added Multiplier ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความน่าเชื่อถือและอ้างอิงได้ในระดับประเทศ

วิธีการติดตามและประเมินผล

1. ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการเป็นรายไตรมาส ต่อคณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. รายงานผลการดำเนินงานรายเดือน/รายไตรมาสต่อผู้บริหาร สศส. ผ่านระบบ e-office

ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สศส. ได้ดำเนินการการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งนำไปใช้ในการรายงานผลต่อคณะกรรมการ สศส. รัฐมนตรีที่กำกับดูแล และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานงบประมาณ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงาน ก.พ.ร. รวมถึงดำเนินการด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศอันนำไปสู่ความร่วมมือในรูปแบบใหม่ กับภาคีเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. และแผนพัฒนาองค์กรที่เกี่ยวข้อง

เงินนอกงบประมาณปี 2565 รวม 4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน)

หน่วยงานดำเนินการ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ และสำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพผู้องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลักการและเหตุผล

สืบเนื่องจากพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการโดยจัดทำเป็นแผนห้าปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยในวาระเริ่มแรก การจัดทำแผนปฏิปัติราชการของส่วนราชการ ให้จัดทำเป็นแผนสามปีโดยมีห้วงระยะเวลาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ทั้งนี้ ตามแนวทางของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การจัดทำแผนปฏิปัติราชการระยะห้าปีดังกล่าวจัดเป็นแผนระดับที่ 3 ซึ่งเป็นแผนที่จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด เช่น แผนของส่วนราชการ และหน่วยงานของรัฐต่าง ๆ แผนบูรณาการ รวมถึงแผนปฏิบัติการทุกระดับ

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 กำหนดให้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

สศส. จึงจำเป็นต้องจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566 – 2570 ขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางดำเนินการที่ตอบสนองต่อบทบาทภารกิจที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งฯ และสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติงานของ องค์การที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และหลักธรรมาภิบาล รวมถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ (พ.ศ. 2564-2565) ของสำนักงาน ก.พ.ร. ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อให้ส่วนราชการ จังหวัด และองค์การมหาชน ใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาหน่วยงาน ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อบูรณาการการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายการพัฒนาระบบราชการที่มุ่งเน้นให้ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและฐานข้อมูล (Data Driven) และนำนวัตกรรมมาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารงานภาครัฐ (Innovation Driven) อันจะส่งผลให้ภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ประชาชนได้รับการบริการภาครัฐที่ตรงตามความต้องการ และมีความเชื่อมั่นในภาครัฐ (Public Trust) ทั้งนี้ ต้องเป็นไปโดยสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือ PDPA ด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566 – 2570
2. เพื่อจัดทำแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)
3. เพื่อจัดทำนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เป็นไปโดยสอดคล้องกับ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สศส.

ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

-

พื้นที่ / ขอบเขตการดำเนินงาน

● พื้นที่

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรุงเทพฯ

● ขอบเขตการดำเนินงาน

1. การจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส. ที่มุ่งเน้นให้เกิดผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน ในการผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีความสอดคล้องกับกฎหมายและแนวทางการดำเนินงานที่องค์การมหาชนจะต้องดำเนินการ

1.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการแนวนโยบายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ รวมถึงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสอบถามและสัมภาษณ์ผู้บริหารของ สศส. รวมทั้งหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง (กรณีที่เป็น)

1.2 วิเคราะห์และประเมินศักยภาพของ สศส. โดยในทฤษฎีและเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สศส. เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงขององค์กรต่อไป

1.3 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ/Focus Group เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารระดับสูงและบุคลากรของ สศส. ต่อการปฏิบัติงานและการจัดทำแผนปฏิบัติการของ สศส. เพื่อกำหนดทิศทางองค์กรที่ชัดเจน

1.4 วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษา ผลการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ และจัดทำร่างแผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2566 – 2570 โดยควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บริบทของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เช่น หลักการ วัตถุประสงค์ ขอบเขตในการจัดทำแผน และภารกิจหลัก ส่วนที่ 2 บทวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร โดยต้องนำประเด็นที่เป็นจุดอ่อนไปกำหนดเป็นกลยุทธ์อย่างครบถ้วน รวมถึงการวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยง และส่วนที่ 3 แผนปฏิบัติการของ สศส. ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดสำคัญทั้งในระดับผลผลิตและผลลัพธ์เพื่อสามารถใช้ในการเสนอเป็นตัวชี้วัดขององค์กรตามแนวทางทางประเมินองค์การมหาชนของสำนักงาน ก.พ.ร. รวมถึงกลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการ พร้อมกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

1.5 จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2566 – 2570 เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างน้อย 1 ครั้ง (ออนไลน์หรือออฟไลน์ตามความเหมาะสม)

1.6 จัดให้มีการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2566 – 2570 แก่ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานของ สศส. อย่างน้อย 1 ครั้ง (ออนไลน์หรือออฟไลน์ตามความเหมาะสม)

2. การจัดทำแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA 4.0) และการดำเนินตามเกณฑ์ของสำนักงาน ก.พ.ร. ซึ่งเป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐพัฒนาไปสู่ระบบราชการ 4.0 อันมุ่งเน้นระบบราชการที่เปิดกว้างเชื่อมโยงกัน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย

2.1 ชี้แจงกรอบการดำเนินงานตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA 4.0) แก่ผู้บริหารและคณะทำงานด้านการพัฒนาองค์กรของ สศส.

2.2 รวบรวมและสำรวจข้อมูล/สัมภาษณ์ผู้บริหาร เพื่อวิเคราะห์นโยบาย ทิศทาง และแนวทางการบริหารองค์กรในภาพรวมของ สศส. ตามเกณฑ์การประเมิน PMQA 4.0 ทั้ง 7 หมวด

2.3 จัดเวิร์กช็อปโดยรวมกับผู้บริหารและคณะทำงานด้านการพัฒนาองค์กร เพื่อวิเคราะห์และประเมินผลตนเองเบื้องต้นขององค์กร

2.4 จัดทำแนวทาง/ข้อเสนอแนะในการเก็บข้อมูลสำหรับประเมินตนเอง และการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองการตรวจประเมินองค์กร และสามารถคาดการณ์แนวโน้มต่อไปในอนาคต

2.5 จัดเก็บหลักฐานและจัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตามเกณฑ์การประเมิน PMQA 4.0 ทั้ง 7 หมวด เพื่อเสนอต่อผู้บริหารของ สศส. พิจารณา และนำไปใช้ในการรายงานผลตามเกณฑ์ PMQA 4.0 ที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด

2.6 วิเคราะห์เปรียบเทียบและจัดทำช่องว่างการพัฒนา (Identity Gaps) เพื่อจัดลำดับความสำคัญ และจัดทำแผนพัฒนาองค์กรสำหรับปีงบประมาณปัจจุบัน รวมถึงติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาองค์กร และจัดทำรายงานผลการประเมินตนเองของ สศส.

2.8 จัดทำแผนพัฒนาองค์กรสำหรับปีงบประมาณถัดไป

3. การจัดทำนโยบาย/แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้เป็นไปตามโดยสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

3.1 ศึกษาและทำความเข้าใจแนวปฏิบัติในการดำเนินการของส่วนราชการให้สอดคล้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทั้งด้านกฎหมาย ด้านการบริหารจัดการ กระบวนการทำงาน และ/หรือซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

3.2 วิเคราะห์และสำรวจข้อมูล (Data Inventory) ของ สศส. ทั้งในด้านการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล การจัดทำ Data Protection Policy/Data Protection Notice การจัดทำ Data map/ Data Flow Mapping รวมถึงการปรับปรุงการทำงานให้สอดคล้องกับ PDPA การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล มาตรการรองรับการใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ตาม PDPA และมาตรการการรายงานการแจ้งการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล

3.3 จัดทำนโยบาย/แผนการดำเนินงานด้านการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของ สศส. ที่มีกำหนดเป้าหมายและมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สามารถปกป้องข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัยจากการคุกคาม โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตามหลักการประการสำคัญ อาทิ 1) การรวบรวม จัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็น 2) การใช้และเปิดเผยข้อมูลอย่างจำกัด 3) การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล 4) การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน 5) การจัดการคุณภาพข้อมูลองค์รวมของสำนักงาน 6) คุณภาพของข้อมูลส่วนบุคคล 7) การมีส่วนร่วมของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล 8) การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่สอดคล้องกับกฎหมาย 9) ความรับผิดชอบของบุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมข้อมูล ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

3.4 จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับ PDPA และเผยแพร่ให้บุคลากรของ สศส. นำไปใช้

เป้าหมายและตัวชี้วัด ปี 2565 (ระดับ Output และ Outcome)

ผลผลิต (Output)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
1. แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570)	1	ฉบับ	-	-	1	-
2. แผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0 ปี 2565-2566	1	ฉบับ	-	-	-	1

3. แผนปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	1	ฉบับ	-	-	-	1
---	---	------	---	---	---	---

ผลลัพธ์ (Outcome)

เป้าหมายผลผลิต/ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วยนับ	เกณฑ์การให้คะแนน				
			1	2	3	4	5
1. แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี แผนพัฒนาองค์กรฯ และ นโยบาย/แผนปฏิบัติการที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูล ส่วนบุคคล ได้รับความเห็น ชอบจากคณะกรรมการ/ผู้ บริหารและนำไปใช้ทั้ง 3 ฉบับ	100	ร้อยละ	50 (แล้วเสร็จ ไม่ครบถ้วน ทั้ง 3 ฉบับ)	-	75 (แล้วเสร็จครบ ถ้วนทั้ง 3 ฉบับ และเสนอ คณะกรรมการ/ ผู้บริหารให้ความ เห็นชอบ)	-	100 (แล้วเสร็จได้รับ ความเห็นชอบ และ นำไปใช้ทั้ง 3 ฉบับ)

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน / วิธีดำเนินงาน

1. จัดจ้างที่ปรึกษาจากภายนอกเป็นผู้ดำเนินงาน ตามขอบเขตการดำเนินงาน โดยเป็นหน่วยงาน องค์กร
สถาบันการศึกษา คณะบุคคล หรือนิติบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดทำแผนปฏิบัติการ (แผนยุทธศาสตร์)
ของหน่วยงานภาครัฐ แผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์การพัฒนาระดับความเป็นเลิศตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการ
ภาครัฐ (PMQA) และนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เป็นไปตามสอดคล้อง
กับ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
2. ที่ปรึกษาศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้เครื่องมือหรือวิธีการที่เหมาะสม อาทิ การ
ประชุมระดมความคิดเห็น การประชุมกลุ่มย่อย หรือการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และกำหนด
กรอบแนวคิด วิธีการดำเนินงาน และกรอบเวลาสำหรับการจัดทำ (ร่าง) แผน ทั้ง 3 ฉบับ
3. ที่ปรึกษาจัดทำ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ แผนบริหารความเสี่ยง แผนควบคุมภายใน และแผนบริหาร
ทรัพยากรบุคคล และส่งมอบงานตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด
4. เผยแพร่แผนทั้ง 3 ฉบับเพื่อให้บุคลากรของ สศส. ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึง
เผยแพร่สู่สาธารณะต่อไป

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย : ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-มี.ค.	เม.ย.-มิ.ย.	ก.ค.-ก.ย.
			64	65	65	65
รวม	ลบ.	4.0000	0.2500	1.2500	1.5000	1.0000

กิจกรรม	หน่วยนับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
1. การจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570) ของ สศส.	ลบ.					
ตัวชี้วัด 1 แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-2570)	ฉบับ	-	-	-	1	-
2. การจัดทำแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA 4.0) และการดำเนินตามเกณฑ์ของสำนักงาน ก.พ.ร.						
ตัวชี้วัดที่ 2 แผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ PMQA 4.0 ปี 2565-2566			-	-	1	-
3. การจัดทำนโยบาย/แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล						
ตัวชี้วัดที่ 3 แผนปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล			-	-	1	-

รายละเอียดงบประมาณ

4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน)

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณปี 2565	
1. กิจกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (2566-250) ของ สศส.				3,476,000	
1.1 ค่าตอบแทนบุคลากรจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี PMQA และ PDPA (ใช้ที่ปรึกษาชุดเดียวกันดำเนินการทั้ง 3 กิจกรรม)				3,060,000	
1) ค่าจ้างหัวหน้าโครงการ 1 คนๆ ละ 70,000 บาท (จบการศึกษาระดับปริญญาโท หรือ ประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 7 ปี)	70,000	9	เดือน		630,000
2) ค่าจ้างนักวิจัย/นักวางยุทธศาสตร์/นักวิเคราะห์แผน 3 คน ๆ ละ 50,000 บาท/เดือน x 9 เดือน (จบการศึกษาระดับปริญญาโท หรือ ประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี)	55,000	9	เดือน		1,485,000
3) ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย/นักวางยุทธศาสตร์/นักวิเคราะห์แผน 3 คน ๆ ละ 25,000 บาท/เดือน x 9 เดือน	25,000	9	เดือน		675,000
4) ค่าจ้างผู้ประสานงานโครงการ 2 คนๆ ละ 15,000 บาท x 9 เดือน	15,000	9	เดือน		270,000
1.2 ค่าบริหารจัดการโครงการ (แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี)				416,000	
1) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเครื่องมือหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผน	400,000	1	ชุด		400,000
2) ค่าจัดพิมพ์รายงาน 100 บาท/หน่วย x 10 หน่วย	100	30	หน่วย		3,000
3) ค่าวัสดุอุปกรณ์ จำนวน 3,000 บาท x 3 ครั้ง	3,000	3	ครั้ง		9,000
4) ค่าใช้จ่ายอื่น	4,000	1	ครั้ง		4,000

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณปี 2565	
2. กิจกรรมการจัดทำแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA 4.0) และการดำเนินงานตามเกณฑ์ของสำนักงาน ก.พ.ร.				162,000	
2.1 ค่าบริหารจัดการโครงการ (แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี)				162,000	
1) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเครื่องมือหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผน	150,000	1	ชุด		150,000
2) ค่าจัดพิมพ์รายงาน 100 บาท/หน่วย x 10 หน่วย	100	30	หน่วย		3,000
3) ค่าวัสดุอุปกรณ์ จำนวน 3,000 บาท x 3 ครั้ง	3,000	3	ครั้ง		9,000
3. กิจกรรมการจัดทำนโยบาย/แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล				362,000	
3.1 ค่าบริหารจัดการโครงการ (แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี)				362,000	
1) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเครื่องมือหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผน	350,000	1	ชุด		350,000
2) ค่าจัดพิมพ์รายงาน 100 บาท/หน่วย x 10 หน่วย	100	30	หน่วย		3,000
3) ค่าวัสดุอุปกรณ์ จำนวน 3,000 บาท x 3 ครั้ง	3,000	3	ครั้ง		9,000
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น				4,000,000	

หมายเหตุ : ขออภัยเหลือทุกรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สศส. มีแผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2566 – 2570 เพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการดำเนินงานของ สศส. ที่สอดคล้องนโยบาย ทิศทาง และเป้าหมายของประเทศ และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดสัมฤทธิ์ผล

2. มีแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ที่ใช้เป็นแนวทางในการยกระดับองค์กรให้มีการดำเนินการไปสู่ระบบราชการ 4.0

3. มีการจัดทำนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ที่สอดคล้องกับ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อนำไปใช้ในการให้บริการประชาชน

วิธีการติดตามและประเมินผล

1. ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการเป็นรายไตรมาส ต่อคณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. รายงานผลการดำเนินงานรายเดือน/รายไตรมาสต่อผู้บริหาร สศส. ผ่านระบบ e-office

โครงการจัดทำแผนภาพอนาคตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) ของประเทศไทย
งบประมาณปี 2565 (เงินนอกงบประมาณ) รวม 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)
หน่วยงานดำเนินการ สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ 20 ปี	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับแผนแม่บท	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
แผนย่อย	การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ความสอดคล้องนโยบายรัฐบาล	นโยบายด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
เป้าหมายบริการหน่วยงาน	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
ตัวชี้วัดระดับหน่วยงาน	SME ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 26)
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์สำนักงาน สศส.	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

หลักการและเหตุผล

การเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกในปัจจุบันมักเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ล้วนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตและการดำเนินธุรกิจค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในช่วงที่โลกกำลังเผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งได้สร้างให้เกิดความปกติใหม่ (New Normal) เข้ามาเปลี่ยนมุมมองการใช้ชีวิต การทำงาน และการทำธุรกิจไปอย่างสิ้นเชิง บางอย่างที่เคยจำเป็นในอดีต ในโลกหลังโควิดอาจไม่มีความจำเป็นอีกต่อไป

สภาพการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างกระทันหันนี้ ในแง่ของธุรกิจอาจปรับตัวให้ทันได้ยาก พิสูจน์ได้จากข่าวที่นำเสนอความหายนะของอุตสาหกรรมบางประเภท ที่ไม่มีโอกาสให้เตรียมตัวตั้งรับได้ทัน ตัวอย่างเช่น ธุรกิจสายการบินที่ต้องหยุดให้บริการแรมปี หลายสายการบินที่สายป่านไม่ยาวพอ รายได้ลดลงหนักถึงขั้นต้องปลดพนักงานเพื่อรักษาสถานภาพของกิจการ ในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ก็ได้รับผลกระทบตามมาเป็นลูกโซ่ จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจประเภทนี้บุคคลในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย¹ พบว่า ภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งมีจำนวนกิจการนิติบุคคลอยู่ประมาณ 79,096

¹ ที่มา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า วิเคราะห์ข้อมูลจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามรหัส TSIC 5 หลัก โดย ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CIC)

กิจการ ในช่วงสถานการณ์โควิดปี 2563 ธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ยังคงประคองตัวอยู่ได้ แต่แนวโน้มการจัดตั้งใหม่เริ่มลดลงราวร้อยละ 20 หากพิจารณาในส่วนของความสามารถในการทำกำไร จะพบว่า สัดส่วนเริ่มลดลง เฉลี่ยร้อยละ 17.1 ยกเว้นธุรกิจในกลุ่ม ได้แก่ ซอฟต์แวร์ อาหารไทย และงานฝีมือและหัตถกรรม (สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ ของแต่งบ้านเครื่องประดับ และ Stationery) มีอัตราการทำกำไรเติบโตสวนทาง ผลพลอยได้จากมาตรการควบคุมโรคและ Work form home ทั้งนี้เมื่อสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่จะต้องเร่งอัดฉีดมาตรการช่วยเหลือ หรือ ฟื้นฟูศักยภาพอย่างหนัก ประกอบไปด้วย แพทย์แผนไทย ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพยนตร์ และดนตรี เป็นต้น

จากสถิติในช่วงต้นจะเห็นได้ว่า ความไม่แน่นอนของบริบทโลกล้วนมีผลกระทบกับทุกธุรกิจทั้งเชิงบวกและลบ ดังนั้นการรับรู้ค่าเตือนล่วงหน้าและเตรียมความพร้อมรับมือจึงสำคัญ การวิเคราะห์และประเมินเหตุการณ์ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต (Foresight) จึงถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม ได้มีโอกาสขบคิดถึงกระแสการเปลี่ยนแปลง มองทางออกของปัญหาอย่างรอบด้านและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ตามนิยาม ความหมายของการมองอนาคต (Foresight) คือ การวิเคราะห์ คาดการณ์ และอธิบายการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (Yawson & Greiman, 2017) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง หรือ เพื่อออกแบบอนาคตที่พึงประสงค์ (Lu et al., 2016) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการคาดการณ์และสร้างภาพอนาคตที่มีโอกาสเกิดขึ้นในระยะสั้น กลาง และยาว ทั้งในบริบทโลก ภูมิภาค และประเทศ เป็นศาสตร์ที่ต้องใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และจินตนาการ (Imagination) โดยอาศัยข้อมูลและองค์ความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ผสมผสานกับกระบวนการตัดสินใจร่วม (Participatory Deliberative Process) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดทำแผนภาพอนาคต (Foresight) นั้น ประกอบด้วยหลักการชี้นำ (Guiding Principles) อยู่ 3 ประการ อันได้แก่ 1) เชื่อมโยงกับบริบทโลก (Global Context) 2) นำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shifts) และ 3) เกิดการออกแบบระบบใหม่ (System Design) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาแผนภาพอนาคตนี้จะนำไปจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (White Paper) เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Option) สำหรับขับเคลื่อนประเทศและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไปสู่เป้าหมายที่ต้องการต่อไป

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สสส. ในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รับมือกับความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอย่างครอบคลุมและรอบด้าน ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน จึงได้เสนอให้มีการจัดทำ **“โครงการจัดทำแผนภาพอนาคตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) ของประเทศไทย”** ขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลเชิงพยากรณ์ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในอนาคตที่อิงกับบริบทโลก โดยนำเสนอรายงานในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และประชาชนทั่วไปที่สนใจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก (Global Megatrends) ในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า ทั้งในด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม สิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. เพื่อศึกษาภาพรวมสถานการณ์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันของไทย พร้อมวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย อันเป็นผลจากการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก (Global Megatrends)
3. จัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) ที่สอดคล้องกับความต้องการและระดับศักยภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key stakeholders) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. เพื่อให้ สสส. มีนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนการดำเนินงานยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับบริบทการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทัน่วงที่

กลุ่มเป้าหมาย / ภาศึเครือข่ายที่มีส่วนร่วมดำเนินการ

1. หน่วยงานภาครัฐและสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ
2. ผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
3. นักวิจัย / นักวิชาการในสถาบันการศึกษาด้านสร้างสรรค์
4. ประชาชนทั่วไปที่สนใจ

พื้นที่/ขอบเขตการดำเนินการ:

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา

เป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการปี 2565 (ระดับผลผลิตและผลลัพธ์)

เป้าหมาย / ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วย นับ	ไตรมาส ที่ 1	ไตรมาส ที่ 2	ไตรมาส ที่ 3	ไตรมาส ที่ 4
ผลผลิต (Output)						
1. รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันรายครึ่งปีและรายปี จำนวน 2 ฉบับ	30.00	ฉบับ	-	1	-	1
2. รายงานการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative	40.00	ฉบับ	-	-	1	-

เป้าหมาย / ตัวชี้วัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	หน่วย นับ	ไตรมาส ที่ 1	ไตรมาส ที่ 2	ไตรมาส ที่ 3	ไตรมาส ที่ 4
Industries Foresight) จำนวน 1 ฉบับ						
3. จำนวนผู้เข้าร่วมรับฟังและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากภาคส่วนต่าง ๆ อย่างน้อย 50 หน่วยงาน	10.00	หน่วย งาน	-	-	50	-
4. จัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้และสัมมนาออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาแก่ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของ สศส. และสาธารณะ อย่างน้อย 2 ครั้ง	5.00	ครั้ง	-	-	-	2
ผลลัพธ์ (Outcome)						
รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และรายงาน Creative Industries Foresight ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร และนำไปสู่การปฏิบัติได้ร้อยละ 100 ตามแผนที่กำหนด	15.00	ร้อยละ	-	-	-	100

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ตุลาคม 2564 - 30 กันยายน 2565

ขั้นตอน / วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1: รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน

- ศึกษา ค้นคว้า ทบทวนนโยบายและแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อศึกษาถึงทิศทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมของประเทศ รวมไปถึงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละอุตสาหกรรมย่อย
 - ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)
 - ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570)

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

เพื่อช่วยให้เห็นถึงประเด็น (Issue) สำคัญจากนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศไทย ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight)

2. อัปเดตข้อมูล/สถิติที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามกรอบการจัดเก็บและวิเคราะห์ของศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center) สศส.
3. ประมวลผลและรายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งในภาพรวม รายสาขาอุตสาหกรรม และรายพื้นที่สร้างสรรค์ทั้งเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อพิจารณาถึงปัจจัยนำเข้า การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละภาคส่วน ตลอดจนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจองค์ความรู้ ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. วิเคราะห์ช่องว่างและทิศทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยอาศัยการศึกษาข้อมูลทิศทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ นำมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันของไทย เพื่อกำหนดเป็นแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทยต่อไป
5. นำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาต้นแบบผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ อย่างน้อย 10 กรณีตัวอย่างสำหรับลงในรายงานสถานการณ์ฯ เพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวคิดในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ สินค้าและบริการ หรือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองหรือพื้นที่ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจทั้งในระดับหน่วยธุรกิจ ชุมชน จนถึงระดับประเทศ
6. ออกแบบและจัดทำรูปแบบรายงาน จำนวนทั้งสิ้น 2 ฉบับ ประกอบด้วย ฉบับครึ่งปี (เผยแพร่ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2565) และฉบับรายปี (เผยแพร่ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2565)
 - ออกแบบการจัดวางเนื้อหา กราฟ ตาราง Infographic จัดหาภาพประกอบ ภายในเล่มและหน้าปกรายงาน
 - จัดทำรายงานในรูปแบบดิจิทัล (eBook) พร้อมสำหรับนำขึ้นเว็บไซต์ของ สศส.
 - จัดพิมพ์เล่มรายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (เฉพาะฉบับรายปี)

กิจกรรมที่ 2: จัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight)

1. กำหนดแนวคิดในการศึกษาและแผนการดำเนินงานโครงการ
2. ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้
 - 2.1 ต้นแบบแผนภาพอนาคตในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น Creative Industries Foresight 2030 ของสหราชอาณาจักร
 - 2.2 รวบรวมข้อมูลนโยบาย กรอบยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาฯ และบริบทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่สืบเนื่องจากกิจกรรมที่ 1 รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน
3. วิเคราะห์แนวโน้มสำคัญในบริบทโลก (Megatrend in Global context) ที่จะมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับโลกและประเทศไทย ทั้งทางตรงและทางอ้อม ในระยะเวลา

5-20 ปีข้างหน้า โดยรวบรวมข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกในมิติที่หลากหลายทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี เป็นต้น

4. ระดมสมองเพื่อวิเคราะห์ “มุมมองต่ออนาคต (Perspectives about the Futures)” พร้อมกำหนด “กรอบอนาคต (Futures Frame)” ที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยอาศัยผลการศึกษาจากข้อที่ 2 และ 3 รวมไปถึงโจทย์ความต้องการที่จะนำผลการศึกษา Foresight ไปประยุกต์ใช้ เพื่อกำหนดทิศทางที่ชัดเจนให้แก่ “อนาคต” สำหรับนำไปใช้เป็นแผนที่นำทางการพัฒนา และสื่อสารไปยังสังคมภายนอก
5. ทบทวนแนวทาง กระบวนการ และระเบียบวิธีที่ใช้ศึกษาวิจัยอนาคต เนื่องด้วยวิธีการวิจัยอนาคตมีหลากหลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ เงื่อนไขและข้อจำกัดของการวิจัย อาทิ ลักษณะของข้อมูล (เชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ) ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา และงบประมาณ ยกตัวอย่างวิธีการศึกษาวิจัยอนาคต² ดังนี้
 - 5.1 ระบุกรอบระยะเวลาสำหรับกระบวนการมองอนาคตที่สนใจ ไม่ว่าจะเป็นระยะสั้น (Short Term) 3-5 ปี ระยะปานกลาง (Middle Term) 6-10 ปี หรือ ระยะยาว (Long Term) 11-20 ปี
 - 5.2 กำหนดวัตถุประสงค์การมองอนาคตที่จะเป็นการ “วิเคราะห์ (Analyze)” หรือ “ออกแบบ (Design)” หรือ ผสมผสานกัน ขึ้นอยู่กับความสลับซับซ้อนของสภาพความเป็นจริง เป็นบริบทของการมองอนาคต ที่สัมพันธ์กับกรอบระยะเวลาการมองอนาคตที่คัดเลือก
 - 5.3 วิเคราะห์บริบทของอนาคตด้วยวิธีการสำรวจสภาพแวดล้อมเชิงลึก (Deep Horizon Scanning) หรือ การวิเคราะห์ความสลับซับซ้อนของอนาคต (Futures Complexity Analysis) โดยอาจเลือกวิธีใดวิธีหนึ่งในการวิเคราะห์ เพื่อทำให้เห็นว่าอนาคตที่ต้องการศึกษานั้นเป็น “อนาคตที่มีโครงสร้างชัดเจน (Structured Futures)” หรือเป็น “อนาคตที่มีโครงสร้างสลับซับซ้อน (Ill-structured Futures)”
 - 5.4 สรุปแนวทางการมองอนาคต (Foresight Pathway) 4 แนวทาง ที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และบริบทของการมองอนาคต ดังนี้
 - การสร้างความคิดและจินตนาการ (Ideation)
 - การกำหนดทิศทางอนาคต (Formulation)
 - การสอบเทียบข้อมูลกับโน้ตสแนร์แห่งอนาคต (Calibration)
 - การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคาดการณ์อนาคต (Projection)
 - 5.5 คัดเลือกชุดเครื่องมือการมองอนาคต ที่สอดคล้องกับการกำหนด Foresight Pathway

Foresight Pathway	Foresight Tools
1. การสร้างความคิดและจินตนาการ (Ideation)	● การสร้างวิสัยทัศน์ (Visioning) ● เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique)

² อ้างอิง “เครื่องมือการมองอนาคต (Foresight Tools)” จาก สถาบันการมองอนาคตนวัตกรรม (IFI) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

2. การกำหนดทิศทางอนาคต (Formulation)	● การสร้างและวิเคราะห์ฉากทัศน์แห่งอนาคต (Future Scenario Building and Analysis) ● การสร้างต้นแบบจากนิยายวิทยาศาสตร์ (Science Fiction Prototyping: SFP)
3. การสอบเทียบข้อมูลกับโนทัศน์แห่งอนาคต (Calibration)	● การวิเคราะห์แนวโน้มและแนวโน้มระดับโลก (Trend and Megatrend Analysis) ● การสร้างแบบจำลอง (Modelling and Simulation)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคาดการณ์อนาคต (Projection)	● การพยากรณ์ย้อนหลัง (Backcasting) ● แผนที่นำทางเทคโนโลยี (Technology Roadmap: TRM) ● บรรณมิติ (Bibliometrics)

ทั้งนี้อาจผสมผสานชุดเครื่องมือการมองอนาคตเพื่อใช้ตอบโจทย์เฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็น

- การแสวงหาและกำหนดขอบเขตประเด็นหรือนโยบาย (Exploring and Defining Issue/Policy Boundary)
- การสร้างวิสัยทัศน์และทิศทางการเปลี่ยนผ่าน (Visioning and Transforming)
- การทดสอบนโยบายหรือแผนกลยุทธ์ (Policy and Strategy Sandbox)
- การบุกเบิกนวัตกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Setting Trends for Science, Technology, and Innovation)
- การแสวงหาโจทย์วิจัยและประเด็นที่สำคัญในอนาคต (Exploring Research Topics and Issues of the Future)

- จัดทำร่างแผนภาพอนาคตภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) ตามระเบียบวิธีการ และเครื่องมือการมองอนาคตที่คัดเลือก
- ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact Assessment) เพื่อศึกษาถึงโอกาส ความเป็นไปได้ และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย หากเกิดการพัฒนาตามกรอบแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight)
- จัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจร่วม (Participatory and Deliberative Process) โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ต่อร่างแผนภาพอนาคต โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และเอกชน เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำภาพจำลองอนาคต และให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผ่านการจัดกิจกรรม ยกตัวอย่างเช่น การระดมสมอง (Brainstorming) การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Expert Interview) การสำรวจข้อมูลด้วยวิธีออนไลน์ (Survey) หรือ การประชุมร่วมผู้เชี่ยวชาญ (Expert panel) เป็นต้น โดยกำหนดให้ต้องมีผู้แทนจากภาคส่วนต่าง ๆ เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น อย่างน้อย 50 หน่วยงาน

9. สรุปผลเพื่อจัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) ในเชิงยุทธศาสตร์ ที่จะนำไปสู่การกำหนดประเด็นสำคัญ (Agenda Setting) ที่ผ่านการจัดลำดับความสำคัญ (Priority Setting) รวมทั้งระบุประเด็นความเสี่ยงในอนาคต (Risk Identification) เพื่อใช้เป็นกรอบ (Framework) ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศาหกรรมสร้างสรรค์ของ สศส. ต่อไป
10. เสนอแนะแนวทางการร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) โดยนำประเด็นสำคัญ (Key Agenda) ที่เกิดจากการวิเคราะห์แผนภาพอนาคต สรรหา Stakeholders ที่มีความสนใจร่วมมา ดำเนินการผลักดันให้เห็นผลในเชิงปฏิบัติ ยกตัวอย่างเช่น การจัดตั้งคณะ Creative Consortium ที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนที่สนใจในประเด็นเดียวกัน มาร่วมกันวางกรอบงาน แผนปฏิบัติ พร้อมกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกัน
11. จัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และผลลัพธ์ในการจัดทำภาพอนาคต (Foresight) ให้แก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สศส. ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค อย่างน้อย 2 ครั้ง
12. จัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) สู่อสาธารณะผ่านทางออนไลน์ โดยมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึง (Page View) อย่างน้อย 10,000 ครั้ง

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2565

(หน่วย: ล้านบาท / ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
รวม	ลบ.	5.0000	1.0000	2.0000	1.5000	0.5000
กิจกรรมที่ 1 รายงาน สถานการณ์และความ เคลื่อนไหวของเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในปัจจุบัน	ลบ.	1.0000	0.2000	0.4000	0.3000	0.1000

กิจกรรม	หน่วย นับ	งบประมาณ รวม	ต.ค.-ธ.ค. 64	ม.ค.-มี.ค. 65	เม.ย.-มิ.ย. 65	ก.ค.-ก.ย. 65
ตัวชี้วัด 1. รายงาน สถานการณ์ฯ รายครึ่งปีและ รายปี	ฉบับ	2	-	1	-	1
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.		0.2000	0.4000	0.3000	0.1000
กิจกรรมที่ 2 จัดทำแผนภาพ อนาคตของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight)	ลบ.	4.0000	0.8000	1.6000	1.2000	0.4000
ตัวชี้วัด 1. รายงานการศึกษา แผนภาพอนาคตของ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ฉบับ	1	-	-	1	-
ตัวชี้วัด 2. จัดกิจกรรมเชิญ Stakeholders ใน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แสดง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ร่างแผนภาพอนาคต	หน่วย งาน	50	-	-	50	-
ตัวชี้วัด 3. จัดกิจกรรมอบรม ถ่ายทอดความรู้และสัมมนา ออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผล การศึกษาแก่ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของ สศส. และ สาธารณะ	ครั้ง	2	-	-	-	2
ระยะเวลา						
งบประมาณ	ลบ.		0.8000	1.6000	1.2000	0.4000

รายละเอียดงบประมาณ

งบประมาณ 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ประกอบด้วย

หน่วย: บาท

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
1) ค่าตอบแทนนักวิจัยตลอดทั้งโครงการ				3,480,000
1.1 หัวหน้าโครงการ วุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก ประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ท่าน	80,000	12	เดือน	960,000
1.2 นักวิเคราะห์ข้อมูล วุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท ประสบการณ์ 11-15 ปี จำนวน 3 ท่าน ๆ ละ 60,000 บาท	180,000	12	เดือน	2,160,000
1.3 เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ 5-10 ปี จำนวน 1 ท่าน	30,000	12	เดือน	360,000
2) ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมที่ 1 รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน				500,000
2.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดทำต้นฉบับรายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 2 ฉบับ/ปี โดยมีขอบเขตงานประกอบด้วย - การศึกษา ค้นคว้า ทบทวนนโยบายและแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - อัปเดตข้อมูล/สถิติที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - ประมวลผลและรายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวม รายอุตสาหกรรมและพื้นที่ - วิเคราะห์ช่องว่างและทิศทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	150,000	2	ฉบับ/ปี	300,000
2.2 ประสานติดต่อสัมภาษณ์ข้อมูล วิธีการและผลลัพธ์ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ ของผู้ประกอบการต้นแบบที่น่าสนใจ อย่างน้อย 10 กรณีตัวอย่าง สำหรับลงในรายงานทั้งฉบับครึ่งปีและรายปี	2,000	10	กรณีตัวอย่าง	20,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคา ต่อหน่วย	จำนวน	หน่วย นับ	งบประมาณ
2.3 ค่าใช้จ่ายในการออกแบบ จัดวางเนื้อหา จัดทำกราฟ ตาราง Infographic และจัดหาภาพประกอบรูปเล่มรายงาน	30,000	2	ต้นฉบับ รายงาน	60,000
2.4 ค่าจ้างแปลรายงานเป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 50 หน้า 2 ต้นฉบับรายงาน (200 บาท/หน้า)	10,000	2	ต้นฉบับ รายงาน	20,000
2.5 ค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์เล่มรายงานสถานการณ์ฯ ฉบับรายปี เพื่อเผยแพร่ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2565 พิมพ์ 4 สี จำนวนไม่เกิน 50 หน้าต่อเล่ม	500	200	เล่ม	100,000
3) ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมที่ 2 จัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight)				900,000
3.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดทำแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) โดยมีขอบเขตงานประกอบด้วย ● กำหนดแนวคิดในการศึกษาและแผนการดำเนินงานโครงการ ● ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ● วิเคราะห์แนวโน้มสำคัญในบริบทโลก (Megatrend in Global context) ● ระดมสมองเพื่อกำหนดกรอบอนาคต (Futures Frame) ● ทบทวนแนวทาง กระบวนการ และระเบียบวิธีที่ใช้ศึกษาวิจัยอนาคต ● ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact Assessment)	500,000	1	ฉบับ	500,000
3.2 จัดการประชุมเพื่อหารือในประเด็นการวิเคราะห์ร่วมกับผู้บริหารของ สศส. อย่างน้อย 6 ครั้งตลอดทั้งโครงการ	5,000	6	ครั้ง	30,000
3.3 จัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อร่างแผนภาพอนาคต โดยกำหนดให้มีผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ อย่างน้อย 50	35,000	2	ครั้ง	70,000

กิจกรรม/รายการ/ค่าใช้จ่าย	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	หน่วยนับ	งบประมาณ
หน่วยงาน				
3.4 สรรหา Stakeholders ที่มีความสนใจใน Key Agenda เดียวกันมาร่วมดำเนินการผลักดันให้เห็นผลในเชิงปฏิบัติ ผ่านการจัดตั้งคณะ Creative Consortium อย่างน้อย 1 คณะ	150,000	1	คณะ	150,000
3.5 จัดฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และผลลัพธ์จากการจัดทำภาพอนาคต (Foresight) ให้แก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สศส. จำนวน 2 หัวข้อ 1. ความสำคัญและกระบวนการจัดทำ Foresight 2. ผลการวิเคราะห์แผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight)	25,000	2	ครั้ง	50,000
3.6 จัดสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) สู่อุตสาหกรรมผ่านทางออนไลน์ โดยมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึง (Page View) อย่างน้อย 10,000 ครั้ง	100,000	1	ครั้ง	100,000
4) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				120,000
4.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดทำรายงาน (Hard copy) จำนวน 4 งาน 5 เล่ม	1,000	20	เล่ม	20,000
4.2 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (10 เดือน ๆ ละ 10,000 บาท)	10,000	10	เดือน	100,000
รวมทั้งสิ้น (ห้าล้านบาทถ้วน)				5,000,000

* หมายเหตุ ขออภัยเนื่องจากรายการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

- การวิเคราะห์และประเมินเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต (Foresight) ภายใต้ความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นข้างหน้า ช่วยให้รัฐบาลเห็นภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรอบด้าน สามารถประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ และนำไปสู่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Option) เพื่อขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้

2. สศส. ทราบถึงแนวโน้มของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต สามารถจัดทำนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนการดำเนินงาน เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง
3. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีความตระหนักรู้ สามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมและมีการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน