



Creative Economy Agency (Organization)

แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

แผนปฏิบัติการ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

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. 2566 – 2570 ขึ้น ซึ่งเป็นไปโดยสอดคล้องกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการ โดยจัดทำเป็นแผนห้าปีซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 สศส. พร้อมเดินหน้าขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยอย่างเข้มข้น ภายใต้บริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเสริมสร้างทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ พร้อมยกระดับแบรนด์เมืองสร้างสรรค์สู่สากล พัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยทรัพย์สินทางปัญญา และรองรับการเติบโตด้วยแพลตฟอร์มเชิงพาณิชย์ ควบคู่กับการพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ เพื่อผลักดันประเทศไทยสู่การเป็น "Creative Nation" ที่สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ยืดหยุ่น และแข่งขันได้จริงในเวทีโลก

ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ

แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570 มีความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
3. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13
4. ร่างแผนปฏิบัติการดำเนินการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566 – 2570

วิสัยทัศน์ของ สสส.

“เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทยสู่เวทีโลก”

ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์

(Empower Cultural Asset and Creative City)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย

(Build Creative Business Competitiveness)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน

ระดับสากล (Build Creative Business Competitiveness)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

(Transform to Agile and Creative Organization)

เป้าหมายการดำเนินงาน

แผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยสนับสนุนเพื่อให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันเข้าสู่ตลาดโลก การส่งเสริมและสนับสนุนกลไกการพัฒนาพื้นที่ไปสู่พัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน รวมถึงการเป็นศูนย์กลางข้อมูล สถิติ ดัชนีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

บทที่ 1 บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ได้รับการประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 โดยการปรับปรุงยุทธศาสตร์ชาติยังให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศก้าวไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วโดยมุ่งเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยพัฒนา และนวัตกรรมไทยในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการ



บริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Value Creation) จากแนวนโยบายการพัฒนาประเทศโดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมาและนโยบายภาครัฐในปัจจุบันที่ได้กล่าวมานั้นจะนำไปสู่การเป็นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับโลกอย่างยั่งยืน

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

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Development) เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจหรือการสร้างความสำเร็จเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจทั้งในโครงสร้างด้านการผลิต (สินค้าและบริการ) โครงสร้างตลาด โครงสร้างปัจจัยการผลิตและการแจกจ่ายผลผลิต ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญาและการศึกษาวิจัย 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 การทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ และเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย ศูนย์ฝึกอบรม โดยมีระบบบริหารจัดการเพื่อสร้างและรวบรวมของนวัตกรรมและไอเดียสร้างสรรค์จากแหล่งต่าง ๆ ให้บริษัทสามารถดึงมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าได้อย่างเต็มที่¹

การประชุม World Conference on Creative Economy ในเดือนพฤษภาคม 2561 ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย² Marisa Henderson ผู้อำนวยการโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังค์ถัด (The chief of UNCTAD's creative economy programme) ได้กล่าวถึงระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Ecosystem) ว่าประกอบด้วย อุตสาหกรรมและภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงผู้มีส่วน

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;

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

Inter-American Development Bank (IDB) เป็นองค์กรที่สนับสนุนทางด้านการเงินและเทคนิคให้กับประเทศในละตินอเมริกาและแคริบเบียนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม 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 รวมไปถึงบทบาทของสถาบันการศึกษาด้วย ระบบนิเวศสร้างสรรค์ช่วยในการทำความเข้าใจความหลากหลาย การพึ่งพาและการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เล่นที่แตกต่างกัน เพื่อสามารถนำไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไป⁴

1.2 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยในอนาคต

การเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้นการรับรู้สัญญาณเตือนและการเตรียมพร้อมรับมือจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งการวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต (Foresight) ถือเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม ได้มี

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)

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

โอกาสพบทวนกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลง อาทิ ความเสี่ยง ข้อจำกัด ตลอดจนระบบการบริหารจัดการ ที่จะนำไปสู่การออกแบบกระบวนการเพื่อรองรับสิ่งที่เกิดขึ้นมรอนาคตได้

สศส. จึงวิเคราะห์ภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระยะ 10 ปีข้างหน้า พ.ศ. 2566-2575 จากหลักการชี้แนะ (Guiding Principles) 3 ประการ ประกอบด้วย

1. เชื่อมโยงกับบริบทโลก (Global Context)
2. นำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shifts)
3. เกิดการออกแบบระบบใหม่ (System Design)

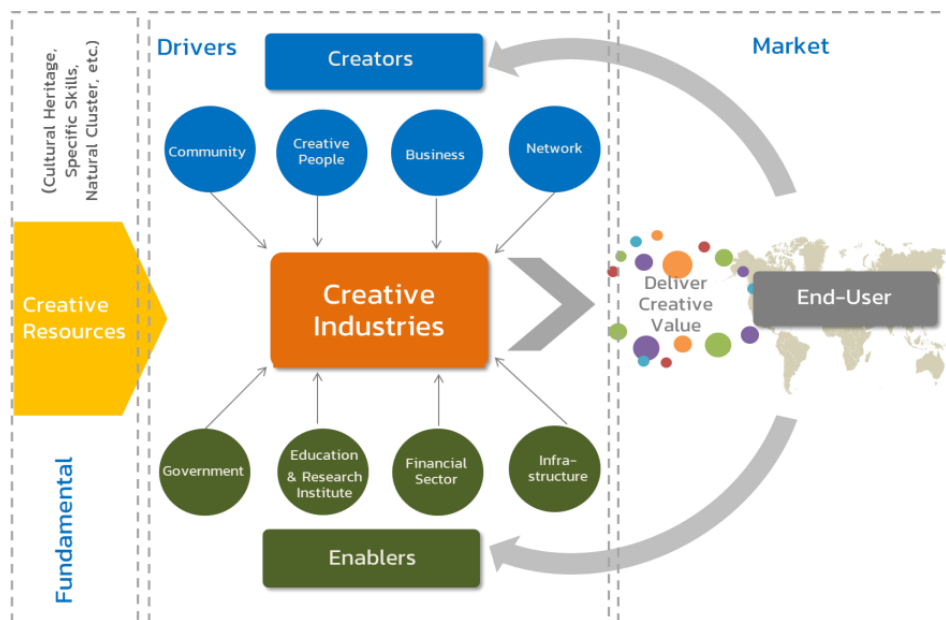
ทั้งนี้การกำหนดกรอบอนาคต (Forecasting) จะประมวลข้อมูลปัจจัยขับเคลื่อน (Drivers) จากแนวโน้ม (Trend) และสัญญาณ (Signal) ที่สำคัญผ่านการประเมินผลกระทบทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาพฉายอนาคต ของอุตสาหกรรม ซึ่งในการศึกษาสามารถระบุปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย 15 ปัจจัย และสามารถจัดทำภาพฉายอนาคตด้วยวิธีการคาดการณ์ที่เรียกว่าการสร้างแม่แบบ (Archetype) โดยนำปัจจัย (Drivers) มาวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคตที่แตกต่างกัน 4 รูปแบบ ดังนี้





กรอบแนวคิดระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creative Economy Ecosystem)

จากแนวคิดสากลที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creative Economy Ecosystem) ได้ดังนี้



Thailand Creative Economy Ecosystem

ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย หมายถึง การทำงานร่วมกัน ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 15 อุตสาหกรรม และรวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา ซึ่งมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย..บนพื้นฐานทรัพยากรสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ไปยังผู้บริโภค โดยการทำงานร่วมกัน ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงก่อให้เกิดบรรยากาศสร้างสรรค์และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนและเอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้ต่อไป

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 ระบำ คอนเสิร์ตศิลปะ (Arts) วงดนตรีละครเวทีต่าง ๆ

3. หัตถศิลป์ (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 สื่อบันทึกเสียงอื่นๆ และงานออกแบบงานโฆษณา งานบริการทางการโฆษณาและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

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

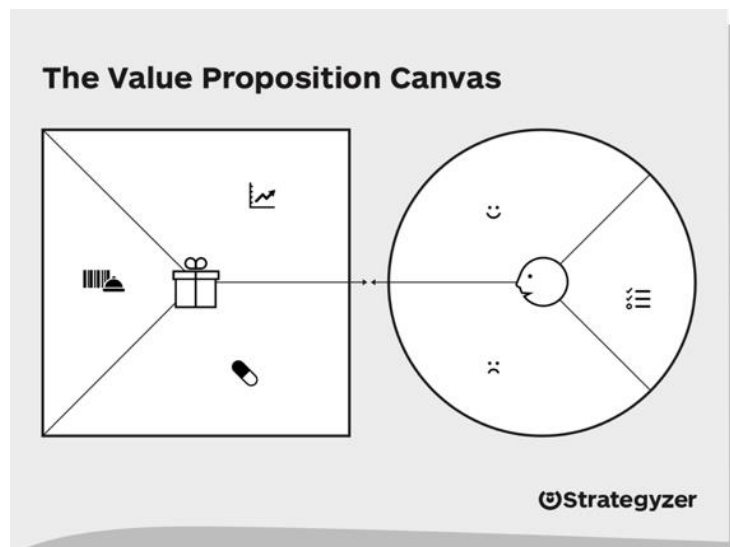
11. สถาปัตยกรรม (Architecture) การดำเนินงานเกี่ยวกับการก่อสร้างทั่วไป การก่อสร้างเฉพาะงาน และงานวิศวกรรมโยธา การต่อเติมดัดแปลง การก่อสร้างลักษณะชั่วคราว การซ่อมแซม งานวิศวกรรมโยธา ซึ่งงานดังกล่าวสามารถดำเนินการด้วยตนเองหรือโดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยการทำสัญญาจ้างงานบางส่วนทั้งหมดหรือทำสัญญารับช่วง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

12. แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกาย การออกแบบ จัดทำตัวอย่างจัดเตรียมการผลิต การขายเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปและการรับจ้างตัดเสื้อให้ลูกค้า ยกเว้นการผลิตเสื้อผ้าจากผ้าฝ้ายที่ผลิตขึ้นเองและเครื่องสวมใส่สำหรับกีฬา

บทที่ 2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนปฏิบัติการ

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ

การจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 - 2570 เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจน และผลักดันให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง มีเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดดทำให้เกิดแนวคิดที่เรียกว่า Disruption เพื่อเพิ่มความละเอียดในแนวคิดการทำความเข้าใจผู้รับบริการและผู้แข่งขันมากยิ่งขึ้น เช่น Value Proposition Canvas เพื่อนำมาใช้อธิบายความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการละแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการหรือกิจกรรม โครงการสำคัญของหน่วยงานได้ ดังปรากฏตามแผนภาพ



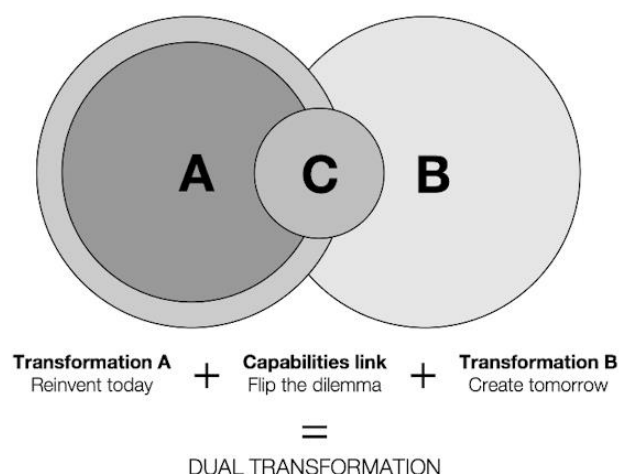
ในการวิเคราะห์ Value Proposition ยังมีการนำทฤษฎี Job to be done ของ Clayton Christensen มาช่วยในการอธิบายความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ

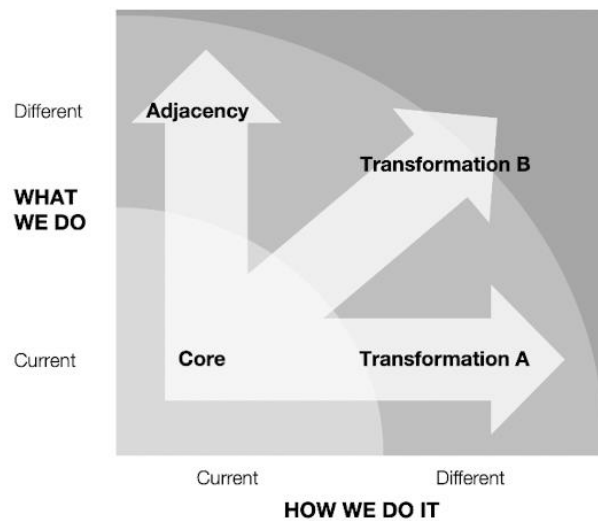


จากความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงในอนาคตหลังจากเกิดการ Disruption แล้วเครื่องมือวิเคราะห์ แนวทาง ทิศทาง ขององค์กรที่เหมาะสม ได้แก่ Dual Transformation และ Business Model Portfolio

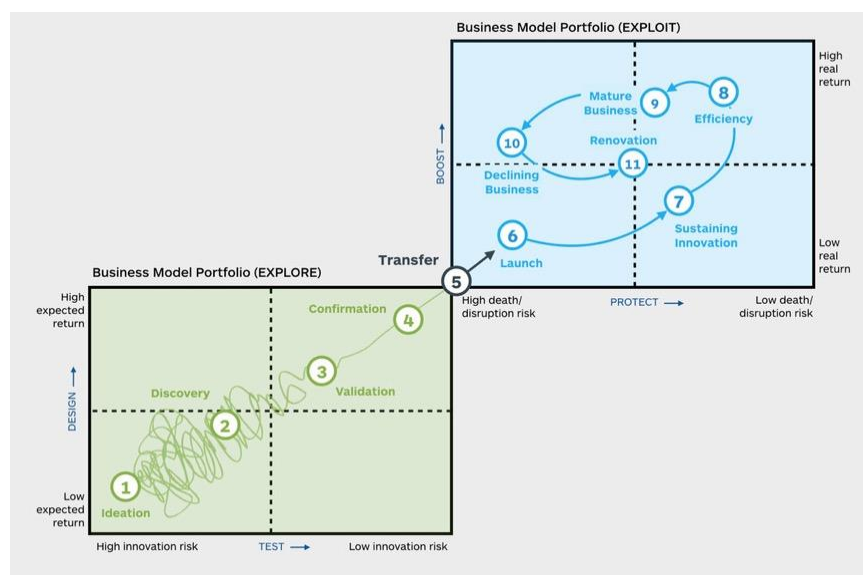
ชุดความคิดของ Dual Transformation ตั้งบนพื้นฐานว่า หลังเกิดการ Disruption (หรืออยู่ระหว่างเกิด) องค์กรที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ สามารถพิจารณาเปลี่ยนแปลง Transformation งาน สินค้า ยุทธศาสตร์ขององค์กร ในสองทิศทาง คือ Transformation A ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงจากปัจจุบันเป็นจุดตั้งต้น และ Transformation B ที่มองไปยังอนาคตใหม่ โดยมีจุดเชื่อมโยงคือ Capabilities link (C)

Dual transformation





ชุดความคิดเรื่อง Dual Transformation ที่มีเป้าหมายในการวิเคราะห์ แบ่งการ Transformation หรือ การพัฒนายุทธศาสตร์อนาคตให้กับองค์กร เป็นสองแนว นั้นสอดคล้องกับอีกแนวคิดหนึ่ง คือ Business Model Portfolio ของ Strategyzer ที่กำหนดนิยามของ Business Model หรือแนวทางการดำเนิน การกิจกรรม ไว้สองแบบ คือ แนวทางที่อยู่ในช่วง Explore และแนวทางที่ในช่วง Exploit ที่ย่อมมีการพัฒนา มีการวัดผลที่แตกต่างกัน



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรจุดแข็ง จุดอ่อน

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพขององค์กร ณ ปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาวิธีพัฒนาหรือแก้ไข กับปัญหาที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ๆ ก็คือ Internal origin (ปัจจัยภายใน องค์กร) ซึ่งทำให้รู้จุดแข็งและจุดอ่อนของเราเอง และ External origin (ปัจจัยภายนอกองค์กร) ซึ่งจะทำให้ มองเห็นโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินงานได้



2.1. ปัจจัยนำเข้า (Input)

ปัจจัยในการศึกษาเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และประเมินองค์กรจากสภาพแวดล้อม ศักยภาพ และข้อจำกัดขององค์กร ได้แก่

2.1.1 เป้าหมาย นโยบาย ยุทธศาสตร์ตามแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และแผนระดับ 3 ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเพื่อพิจารณาความสอดคล้องในส่วนของแผนระดับชาติ ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2565-2570) รวมถึงแผนระดับ 3 ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ร่างแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2566-2570)

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



ภาพยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580), จากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

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

โดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญและมีผลต่อทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในประเด็นดังนี้

1.1 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่

1. “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเคยทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่

2. “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคตผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต

3. “สร้างคุณค่าใหม่ ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่ รวมถึงปรับปรุงแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

เป้าหมาย

1. ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
2. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

ตัวชี้วัด

1. รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้
2. ผลภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน
3. การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา

4. ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(2) แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งเป็นแผนระดับที่ 4 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 75:25

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

เป้าหมายของแผนย่อย: เมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: จำนวนเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 15 เมือง

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องในระดับรอง ประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 6 พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิดศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: ประเทศไทยที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิดศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อกระจายความเจริญด้านเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 2 ภาค (ปี 2566-2570)

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บท: การพัฒนาเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

เป้าหมายของแผนย่อย: เมืองในพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาเพื่อกระจายความเจริญและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: จำนวนเมืองขนาดกลางที่ได้รับการพัฒนา 7 เมือง

- ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บท: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ร้อยละ 50 (ปี 2566-2570)

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บท: การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

เป้าหมายของแผนย่อย: การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (เฉลี่ยร้อยละ) ขยายตัวร้อยละ 15

- ประเด็นที่ 20 การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: บริการของรัฐบาลมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัดของแผนแม่บท: ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บท: การพัฒนาบริการประชาชน

เป้าหมายของแผนย่อย: งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: สัดส่วนความสำเร็จของกระบวนการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล ร้อยละ 100 (ปี 2566-2570)

(3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 จะเน้น พลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่า อย่างยั่งยืน” ซึ่งหมายถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่ง เสริมสร้างสังคมที่ก้าวหน้าพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการยกระดับกิจกรรมการผลิตและการให้บริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น โดยอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ดังนี้

หมวดหมู่ที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

เป้าหมายที่ 2 การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้พึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศ และมีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจมากขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 2.1 รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองเฉลี่ยทุกเมือง เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี(ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเมืองรองทั้งหมด)

หมวดหมู่ที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

เป้าหมายที่ 3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิภาพจากภาครัฐ

ตัวชี้วัดที่ 3.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ที่เข้าถึงมาตรการ/โครงการของภาครัฐและบริการพัฒนาธุรกิจภาคเอกชนโดยการสนับสนุนของรัฐ

หมวดหมู่ที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายที่ 3 การพัฒนาเมืองให้มีความน่าอยู่ อย่างยั่งยืน มีความพร้อมในการรับมือและปรับตัวต่อ การเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างทั่วถึง

ตัวชี้วัดที่ 3.2 เมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนมีจำนวนมากขึ้น

หมวดหมู่ที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายที่ 1 การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ 1.1 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

(4) ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2566 - 2570)

แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้

เป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคคลกรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้นสำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) คือ “ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย” โดย แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1.การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์กลุ่ม Creative & Cultural Goods/Content
- 1.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์กลุ่ม Creative Service
- 1.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์กลุ่ม National Competitive Advantage Industries
- 1.4 การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์กลุ่ม Distribution Channel/Platform

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

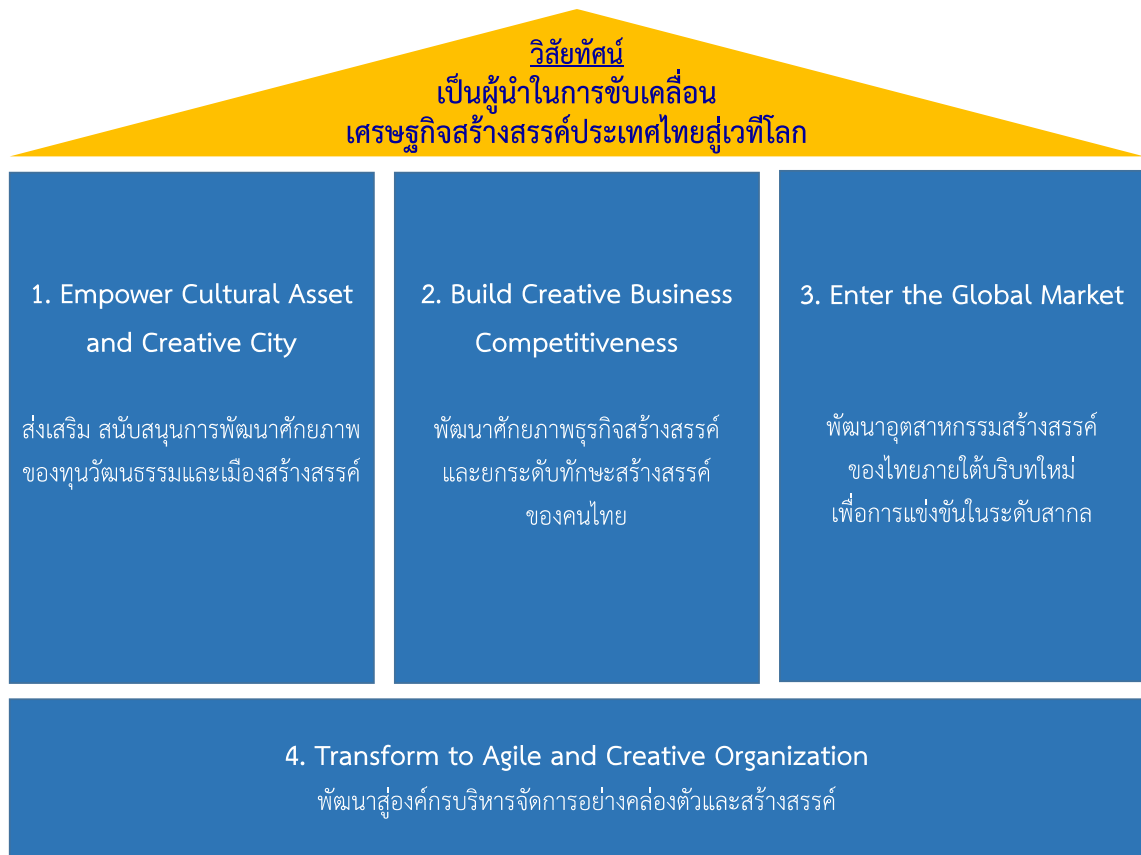
- 2.1 การพัฒนาระบบบริหารทุนทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของพื้นที่
- 2.2 การพัฒนาระบบบริหารชุมชนและกิจกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่
- 2.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความน่าอยู่ของพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- 3.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ Platform ดิจิทัล
- 3.2 พัฒนาระบบเงินทุนสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 3.3 พัฒนาระบบฐานข้อมูล การติดตาม ประเมินผล และการคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์
- 3.4 ปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรค
- 3.5 สร้างความเข้มแข็งระบบบริหารทรัพยากรสินทางปัญญา

บทที่ 3 แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ที่ปรึกษาได้จัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับคณะทำงานของ สศส. เพื่อวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร รวมถึงระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารระดับสูงและบุคลากรของ สศส. ต่อการปฏิบัติงานและการจัดทำแผนปฏิบัติการของ สศส. เพื่อกำหนดทิศทางองค์กรที่ชัดเจน



ยุทธศาสตร์ 1 : ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์

- เป้าประสงค์** (1) จังหวัด/ท้องถิ่นมีความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
- (2) ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น
- (3) ทุนวัฒนธรรมได้รับการต่อยอดเชิงพาณิชย์

กลยุทธ์

- (1) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- (2) ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือ และนวัตกรรมเมืองในท้องถิ่น
- (3) ส่งเสริมการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม/สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่สินค้าและบริการ
- (4) เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					(ตัวอย่าง) โครงการปี 2567	ผู้รับผิดชอบ
	66	67	68	69	70		
1) จำนวนจังหวัด ที่บรรจุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์ (นับสะสม-จังหวัด)	1	2	3	4	5	โครงการ Creative District	สำนักพัฒนาพื้นที่ฯ
2) รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของย่าน (ล้านบาท)	900	1,050	1,200	1,350	1,500	- โครงการ Creative District - โครงการพัฒนาศักยภาพภาคเหนือ - โครงการพัฒนาพื้นที่ฯ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) - โครงการเทศกาลฯ ภาคใต้	- สำนักพัฒนาพื้นที่ฯ - สำนักส่งเสริมฯ เชียงใหม่ - สำนักส่งเสริมฯ ขอนแก่น - สำนักส่งเสริมฯ สงขลา
3) จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอด (ผลิตภัณฑ์)	60	60	60	60	60	- โครงการสร้างมูลค่าเพิ่ม Global OTOP - โครงการสร้างอัตลักษณ์เมืองด้วย Visual Character	สำนักพัฒนาธุรกิจฯ

ยุทธศาสตร์ 2 : พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย

เป้าประสงค์

- (1) ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น
- (2) แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย มีสมรรถนะสูงขึ้น
- (3) ประชาชนรับรู้ เข้าใจ ต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์

กลยุทธ์

- (1) พัฒนาโมเดล/ข้อเสนอแนะเพื่อลดข้อจำกัดของธุรกิจ
- (2) กระตุ้นการปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา
- (3) ยกระดับเครือข่ายสถาบันการศึกษา เตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์
- (4) ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					(ตัวอย่าง) โครงการปี 2567	ผู้รับผิดชอบ
	66	67	68	69	70		
1) รายได้ผู้ประกอบการเฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพ (ร้อยละ)	26	26	26	26	26	- โครงการสร้างมูลค่าเพิ่ม Global OTOP - โครงการสร้างอัตลักษณ์เมืองด้วย Visual Character	สำนักพัฒนาธุรกิจฯ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					(ตัวอย่าง) โครงการปี 2567	ผู้รับผิดชอบ
	66	67	68	69	70		
2) ร้อยละผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ/ราย)	30.80 (154)	30.80 (154)	30.80 (154)	30.80 (154)	30.80 (154)	• โครงการพัฒนาศักยภาพภาคเหนือ	• สำนักส่งเสริมฯ เชียงใหม่
3) จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ฯ มีทักษะเพิ่มขึ้น (ร้อยละ/ราย)	5 (6,250)	5 (6,250)	5 (6,250)	5 (7,500)	5 (7,500)	• โครงการกระจายองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ • โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะฯ	• สำนักพัฒนาองค์ความรู้ฯ
4) ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะฯ (แห่ง)	10	10	10	10	10	• โครงการกระจายองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์	• สำนักพัฒนาองค์ความรู้ฯ

ยุทธศาสตร์ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล

เป้าประสงค์ (1) อุตสาหกรรมเป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(2) มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กลยุทธ์

(1) สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

(2) เชื่อมโยงให้เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศ

(3) ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดในต่างประเทศ

(4) เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรทั้งทวีและพหุภาคี

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					(ตัวอย่าง) โครงการปี 2567	ผู้รับผิดชอบ
	66	67	68	69	70		
1) จำนวนเครือข่ายธุรกิจฯ สามารถ เข้าถึงช่องทางตลาดสากล (ราย)	10	10	10	15	15	• โครงการ Thailand Content lab • โครงการสร้างอัตลักษณ์เมืองด้วย Visual Character	• สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมฯ • สำนักพัฒนาธุรกิจฯ
2) ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน (ร้อยละ)	50	50	50	50	50	• โครงการสร้างมูลค่าเพิ่ม Global OTOP	• สำนักพัฒนาธุรกิจฯ

ยุทธศาสตร์ 4 : พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์ (1) การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็ว

(2) ยกระดับบริการดิจิทัล

(3) วัฒนธรรมองค์กรส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์

กลยุทธ์

(1) พัฒนาบุคลากรมีทักษะอนาคต เท้าทันต่อความเปลี่ยนแปลง

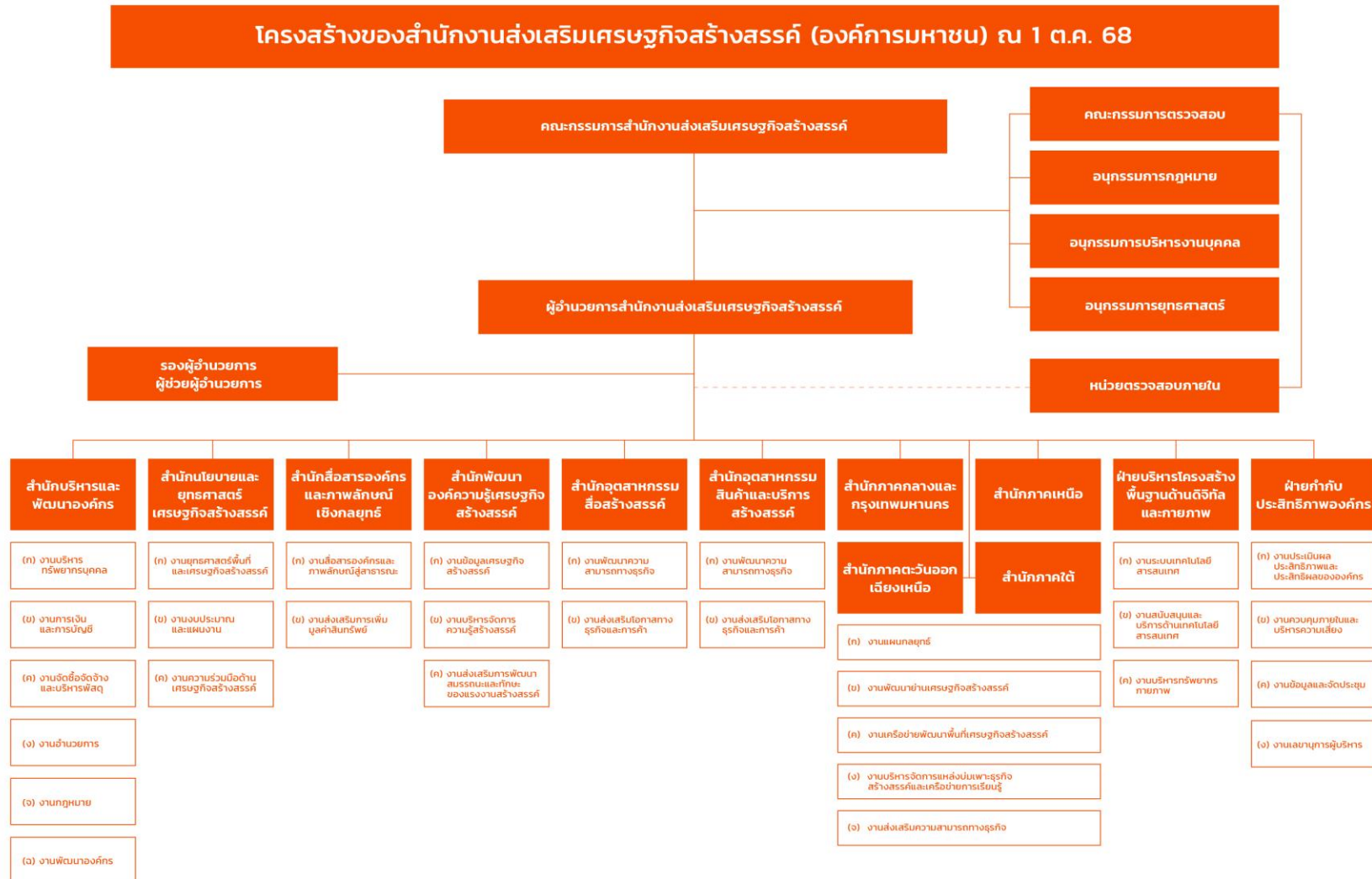
(2) ขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล

- (3) พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง
- (4) สร้างวัฒนธรรมการทำงานมืออาชีพ ส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิดกล้าทำ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					(ตัวอย่าง) โครงการปี 2567	ผู้รับผิดชอบ
	66	67	68	69	70		
1) จำนวนระบบงาน/นวัตกรรมฯ (ผลงาน)	1	1	1	1	1	โครงการพัฒนาบุคลากรฯ	สำนักบริหารฯ
2) การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่ Open Data (กลุ่มชุดข้อมูล)	1	1	1	1	1	โครงการศูนย์กลางการรวบรวมฯ	สำนักพัฒนาองค์ความรู้ฯ
3) ระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรฯ (ระดับความเชื่อมั่น/ร้อยละ)	4.5 (90)	4.5 (90)	4.5 (90)	4.5 (90)	4.5 (90)	- อยู่ระหว่างดำเนินการ -	สำนักบริหารฯ

3.2 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย 12 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

3.4 เป้าหมายการให้บริการหน่วยงานของ สศส. (ตาม พรบ. งบประมาณรายจ่าย)

ผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน/ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด					
	หน่วยนับ	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
1. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์นำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปพัฒนาธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการสู่สากล						
1) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	คน	7,000	7,000	7,500	8,000	7,000
2) จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	คน	250,000	250,000	275,000	300,000	325,000

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน/ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด					
	หน่วยนับ	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
3) มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ล้านบาท	750	750	1,050	1,200	1,200
4) จำนวนผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ	26	26	28	30	28
5) ผู้ได้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80	80	80	80	80

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

การถ่ายทอดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ สู่กลยุทธการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
เป้าประสงค์	1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจใน การจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่าย เข้มแข็งสูงขึ้น 3. ทุนวัฒนธรรม ได้รับการต่อยอด พัฒนา ในเชิงพาณิชย์	1. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น 2. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย มีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น 3. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้ เข้าใจ เกิด ความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น	1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมี ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น 2. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1. การบริหารจัดการองค์กรและการ ตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น 2. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึด ประชาชนเป็นศูนย์กลาง 3. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศ การทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้ เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
กลยุทธ์	- ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพเมืองขับเคลื่อนการนำร่องการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน - ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือในการติดตามข้อมูล และเพิ่มปริมาณวัดกรเมืองสร้างสรรค์ในท้องถิ่น - ส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมและบริการ - เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาสร้างสรรค์ในและต่างประเทศ	- พัฒนาโมเดลธุรกิจ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการลดข้อจำกัดทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ - กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (เงินลงทุน/การปกป้องสิทธิ) - ยกระดับเครือข่าย สถาบันการศึกษาในการพัฒนา เตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์ - ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	- ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี - เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศ - ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ - เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กร หน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวีปเอเชียและพหุภาคี	- มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ - กระจายอำนาจการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล - พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลโดยเชื่อมโยงกับระบบรัฐบาลดิจิทัล และยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง - สร้างวัฒนธรรมการทำงานมืออาชีพ กระตุ้นส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิด กล้าทำ

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	- จำนวนจังหวัดที่บรรจุการพัฒนาเมือง สร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการ ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น จำนวน 1 จังหวัด - รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรม สร้างสรรค์ของย่าน จำนวน 1,200 ล้านบาท - จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิด สร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อ ยอตในเชิงพาณิชย์ จำนวน 60 ผลิตภัณฑ์** ** นับเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่ (สินค้าหรือบริการ) ที่ เกิดจากการดำเนินการของ สคส.ร่วมกับหน่วยงาน ที่เป็นเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศ ไทย(TCDN) โดยคำนวณจาก 50% ของเป้าหมาย รวมผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2566	- ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการ พัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนา ธุรกิจ ร้อยละ 26 - ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างสรรค์รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 30 - จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ใน อุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น จำนวน 6,250 ราย - ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่ง บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายใน ภูมิภาค จำนวน 10 แห่ง	- จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่ สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล จำนวน 10 ราย - ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์ การเข้าถึงแหล่งทุน ร้อยละ 50* (* การเข้าถึงแหล่งทุน หมายถึง สามารถ ผ่านเกณฑ์ในการเข้าขอรับทุนสนับสนุน ของภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยคำนวณ ร้อยละ จากผู้ประกอบการที่ได้รับการ พัฒนาศักยภาพจาก สคส. ที่ประสงค์ขอ ทุน)	- จำนวนกระบวนการ/ระบบงาน/ นวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร 1 ผลงาน - การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผย ข้อมูลภาครัฐ (Open Data) 1 กลุ่ม ชุดข้อมูล - ระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรใน การแสดงออก เสนอแนวคิดเชิง สร้างสรรค์ ระดับ 4.5 (90%)

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
งบประมาณ/ (บุคลากร/ ดำเนินงาน)	งบบุคลากรภาครัฐ รวมทั้งสิ้น 104,158,800 บาท (1) งบประมาณ : 89,858,800 บาท (2) เงินนอกงบประมาณ : 14,300,000 บาท งบดำเนินงาน รวมทั้งสิ้น 94,786,800 (1) งบประมาณ : 66,729,800 บาท (2) เงินนอกงบประมาณ : 28,057,000 บาท			
งบประมาณ/ กิจกรรม/ โครงการ	122.6277 ลบ.	204.5690 ลบ. - งบประมาณ 189.5696 ลบ. - เงินนอกงบประมาณ 15.0000 ลบ.	43.4388 ลบ. - งบประมาณ 40.4388 ลบ. - เงินนอกงบประมาณ 3.0000 ลบ.	29.5531 ลบ.

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
โครงการ/กิจกรรม	1. โครงการส่งเสริมการจัดเทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติประจำภูมิภาค (International Creative Festival) 68.2023 ลบ. 2. โครงการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมการสร้างแบรนด์เมือง 25.6421 ลบ. 3. โครงการต่อยอดเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโกประเทศไทยสู่การพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์" (Thailand UNESCO Creative Cities Enhancement Project: Towards Creative Ecosystem) 6.2454 ลบ.	1. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาคทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์ 3.0083 ลบ. 2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 16.3684 ลบ. 3. โครงการยกระดับทักษะและพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ (Creative Talent Upskill) 3.0019 ลบ. 4. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน 21.1116 ลบ.	1. โครงการพัฒนาและเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย 10.0815 ลบ. 2. ค่าใช้จ่ายกิจกรรมมุ่งเป้าตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม 1.8941 ลบ. 3. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์สู่ตลาดศักยภาพสูง (Market Global) 13.6524 ลบ. 4. โครงการส่งเสริมการส่งออกสินค้าดนตรีสู่ต่างประเทศ (Music Exchange) 17.8108 ลบ.	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมซอฟต์แวร์ 8.1556 ลบ. 2. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) 5.0000 ลบ. 3. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ 13.8465 ลบ. 4. โครงการยกระดับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 2.5510 ลบ.

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
	4. โครงการ ส่งเสริมผู้ขับเคลื่อนการจัด เทศกาลสร้างสรรค์ไทยสู่สากล (Design Thinking 14) 18.3957 ลบ. 5. โครงการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ย่านถนน หนังสือ 4.1422 ลบ.	5. ค่าใช้จ่ายติดตามธุรกิจสร้างสรรค์ระดับ ภูมิภาค 20.2324 ลบ. 6. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์และ สื่อสร้างสรรค์ด้วยระบบเสมือนจริง (Virtual Production for Creative Content Industry) 8.3747 ลบ. 7. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการใช้โฆษณาเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์และมูลค่าธุรกิจ 9.2311 ลบ. 8. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมความเข้าใจและการใช้ นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI) 15.1222 ลบ. 9. ค่าใช้จ่าย การยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรม คอนเทนต์ไทยสู่ระดับสากล (Content Lab) 33.3768 ลบ.		

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และ ยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันใน ระดับสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่าง คล่องตัวและสร้างสรรค์
		10. ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีของไทยสู่ระดับสากล (Music Talent Studio) 7.6041 ลบ. 11. หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 2569 (CreativEX 2026) 4.0000 ลบ.		

สรุปรายละเอียดโครงการตามร่าง พรบ.งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 แยกแหล่งเงิน

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์			แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์แวร์	แผนงานบูรณาการดิจิทัล
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมื่อนำอยู่อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งแข่งขันได้ (SMEs)	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		
งบประมาณ	68.2023	111.5935	114.3554	103.4870	2.5510
โครงการ/กิจกรรม	1. โครงการส่งเสริมการจัดเทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติประจำภูมิภาค (International Creative Festival) - กิจกรรมเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ (Bangkok Design Week) - กิจกรรมเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ (Chiang Mai Design Week) - กิจกรรมเทศกาลงานอีสานสร้างสรรค์ (ISAN Creative Festival) - กิจกรรมเทศกาลงานออกแบบปักษ์ใต้	1. ค่าใช้จ่ายติดอาวุธธุรกิจสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค 2. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ด้วยระบบเสมือนจริง (Virtual Production for Creative Content Industry) 3. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการใช้โฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าธุรกิจ 4. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมความเข้าใจและการใช้นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI) 5. ค่าใช้จ่าย การยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยสู่ระดับโลก (Content Lab)	1. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาคทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์ 2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3. โครงการยกระดับทักษะและพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ (Creative Talent Upskill) 4. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	1. โครงการ ส่งเสริมผู้ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ไทยสู่สากล (Design Thinking 14) 2. โครงการ Thailand as Brand 3. โครงการส่งเสริมการส่งออกสินค้าดนตรีสู่ต่างประเทศ (Music Exchange) 4. โครงการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ย่านถนนหนังสือ	1. โครงการยกระดับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์				แผนงานบูรณาการ
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมือง นำอยู่อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ (SMEs)	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน	แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน นโยบายซอฟต์แวร์	บูรณาการรัฐบาล ดิจิทัล
	- กิจกรรมเทศกาลสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาย่าน สร้างสรรค์ สร้างเศรษฐกิจ ชุมชน	6. ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่ม อุตสาหกรรมดนตรีของไทยสู่ระดับ สากล (Music Talent Studio) 7. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์สู่ ตลาดศักยภาพสูง (Market Global) 8. หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการสร้าง แบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 2569 (CreativEX 2026)	5. โครงการพัฒนาย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และส่งเสริมการสร้างแบ รนด์เมือง 6. โครงการต่อยอดเมืองสร้างสรรค์ องค์การยูเนสโกประเทศไทยสู่การ พัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์" (Thailand UNESCO Creative Cities Enhancement Project: Towards Creative Ecosystem) 7. โครงการพัฒนาและเผยแพร่องค์ ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย 8. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริม ซอฟต์แวร์ 9. โครงการพัฒนาบุคลากรของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)		

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์				แผนงานบูรณาการ
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมือง นำอยู่อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ (SMEs)	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน	แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน นโยบายซอฟต์แวร์	บูรณาการรัฐบาล ดิจิทัล
			10. โครงการสนับสนุนงานบริการและ การบริหารจัดการระบบเทคโนโลยี สารสนเทศและทรัพยากรทาง กายภาพ 11. ค่าใช้จ่ายกิจกรรมมุ่งเป้าหมาย แผนพัฒนาอุตสาหกรรม		
พื้นที่ ดำเนินการ	ภาคเหนือ 10 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ภาคกลางและตะวันออก 8 จังหวัด ภาคใต้ 6 จังหวัด กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาคเหนือ 10 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ภาคกลางและตะวันออก 8 จังหวัด ภาคใต้ 6 จังหวัด กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาคเหนือ 10 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ภาคกลางและตะวันออก 8 จังหวัด ภาคใต้ 6 จังหวัด กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ทั่วประเทศ	สศส. กรุงเทพฯ, เชียงใหม่, ขอนแก่น และ สงขลา
ผลลัพธ์	1. เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในการจัด กิจกรรม รวม 1,200 ล้านบาท 2. จำนวนย่านสร้างสรรค์ที่ได้รับการ พัฒนา 11 แห่ง	1. จำนวนการจัดงานแสดงผลงานใน งานเทศกาลหรือต่อยอดทาง การตลาด/เจรจาธุรกิจ/จับคู่ธุรกิจ 1 พื้นที่/งานแสดง 2. ผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับความรู้ และพัฒนาทักษะ รวม 5,000 ราย 3. จำนวนนักสร้างสรรค์ได้รับการ	1. จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วม กิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วน ภูมิภาค 300,000 คน 2. จำนวนมหาวิทยาลัยที่ได้รับการ พัฒนา ไม่ต่ำกว่า 10 มหาวิทยาลัย 3. พื้นที่ชุมชนเป้าหมายใน กรุงเทพมหานครได้รับการกระตุ้น	1. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรม เป้าหมายมีทักษะเพิ่มขึ้น 400 ราย 2. จำนวนวัสดุต้นแบบ (Raw Material) ของไทยที่ได้รับการ พัฒนา 5 ผลิตภัณฑ์ 3. จำนวนต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ 5 พื้นที่	1. บุคลากรภาครัฐ ด้านไอทีหรือ ปฏิบัติงานด้าน ดิจิทัลมีความรู้ และทักษะ ร้อย ละ 70

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์				แผนงานบูรณาการ
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมือง นำอยู่อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ (SMEs)	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน	แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน นโยบายซอฟต์แวร์	บูรณาการรัฐบาล ดิจิทัล
		พัฒนาทักษะเชิงลึกหรือเชิงปฏิบัติการ 30 ราย 4. จำนวนผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ได้รับการพัฒนาคอนเทนต์สร้างสรรค์ จำนวน 100 ผลิตภัณฑ์/บริการ 5. จำนวนนักสร้างสรรค์ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ได้รับการส่งเสริมสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 100 ราย	และส่งเสริมตามแนวทางนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่สร้างโอกาสและรายได้เพิ่มขึ้น จำนวน 8 ชุมชน 4. เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 150 ล้านบาท 5. จำนวนผู้เข้าร่วมหลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ จำนวน 500 ราย 6. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ 2,100 ราย 7. เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเพื่อรักษาสถานะ จำนวน 2 เมือง	4. จำนวนผลงานประกวดการออกแบบสถาปัตยกรรม 5 พื้นที่ 5. จัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์นักสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ 2 ครั้ง 6. การพัฒนาบุคลากร สร้างผู้ขับเคลื่อนการจัดทำเทศกาลสร้างสรรค์ โดยกระบวนการ Design Thinking 4 ครั้ง 7. ทดสอบการจัดเทศกาลตามแนวคิดของการประชุมเชิงปฏิบัติการ 4 ครั้ง 8. เครือข่ายผู้ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลได้รับการพัฒนาและทดสอบจัดเทศกาล 800 ราย 9. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายสามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล 10 เครือข่าย	

แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์				แผนงานบูรณาการ
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมือง นำอยู่อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ (SMEs)	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน	แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน นโยบายซอฟต์แวร์	บูรณาการรัฐบาล ดิจิทัล
				10. จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ/นัก สร้างสรรค์กลุ่มดนตรีได้รับการ สนับสนุนเข้าถึงตลาดสากล 40 ราย 11. จำนวนย่านหนังสือที่ได้รับการ สำรวจเพื่อรวบรวมจัดทำ ฐานข้อมูลดิจิทัล 3 พื้นที่ 12. จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตร พัฒนาบุคลากรสำหรับย่าน สร้างสรรค์หนังสือ 60 คน	
ผลลัพธ์ของ โครงการ		1. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ จำนวน 8,000 ราย 2. จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 300,000 ราย 3. มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 1,200 ล้านบาท 4. จำนวนผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพ และ นำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ ร้อยละ 30 5. ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ร้อยละ 80			

สรุปรายละเอียดโครงการงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 แยกตามแผนงานงบประมาณ

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
รวมทั้งสิ้น	599.1348		1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สศส.
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	104.1588		1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สศส.
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	94.7868		1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สศส.
แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	114.3554			
1. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์	3.0083	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
พื้นที่ดำเนินงาน	-	1. จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม 210,000 คน/ครั้ง 2. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 1,000 ราย		
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ทั่วประเทศ	-	ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
กิจกรรม	-	1. ร้อยละประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83 2. สศส. สามารถพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ครบถ้วน และมีบริการที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์		
กิจกรรมที่ 1 บริหารและพัฒนาการบริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์	-			
กิจกรรมที่ 2 พัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์				

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์	16.3684	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินงาน</u>	-	1. รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand's Creative Movement Report) จำนวน 5 ฉบับ		
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา		2. ระบบศูนย์กลางข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการดูแล อัปเดต ข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และมีบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่ การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data) อย่างมีประสิทธิภาพ		
<u>กิจกรรม</u>	-	3. จำนวนผู้เข้าถึงฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านช่องทางออนไลน์ 500,000 ราย		
กิจกรรมที่ 1 พัฒนาและจัดการข้อมูลเชิงนโยบาย (Policy Intelligence)		4. เครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล 1 เครือข่าย		
กิจกรรมที่ 2 ส่งเสริมข้อมูลเพื่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ (Business Intelligence)	-			
กิจกรรมที่ 3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพื่อการเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียม (Digital Infrastructure for Access)		ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
กิจกรรมที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและวัสดุ (Library & Material Services)		1. ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CIC) ทำหน้าที่เป็นรากฐานของ การรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถใช้ สนับสนุนนโยบายสาธารณะ กำหนดยุทธศาสตร์ และการตัดสินใจ เชิงระบบ ช่วยให้ประเทศไทยมีความพร้อมด้านรัฐบาลดิจิทัล และ การจัดการข้อมูลที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล		
		2. ข้อมูลของ CIC ส่งเสริมให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนสามารถ พัฒนาแนวคิดทางธุรกิจ นวัตกรรม และบริการใหม่ ๆ ที่มีความ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นำไปสู่การขยายการลงทุน และเพิ่มโอกาสในการส่งออกสินค้า คอนเทนต์ และบริการ สร้างสรรค์สู่ตลาดสากล		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
3. โครงการยกระดับทักษะและพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ (Creative Talent Upskill)	3.0019	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักพัฒนาองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> กรุงเทพมหานคร/ขอนแก่น/เชียงใหม่/สงขลา สถาบันการศึกษาในเครือข่าย miniTCDC ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	-	1. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 2,050 ราย 2. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 1,000 ราย 3. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ที่ขยายในภูมิภาค 23 แห่ง		
<u>กิจกรรม</u> กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมพัฒนาหลักสูตรออนไลน์สำหรับ CEA Online Academy กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาแหล่งบ่มเพาะฯ	-	<u>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</u> 1. เยาวชน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปได้รับโอกาสในการเรียนรู้ ผ่านประสบการณ์จริง มีความเข้าใจเส้นทางอาชีพในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ และสามารถเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่ ตลาดแรงงาน 2. เกิดการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อส่งเสริมระบบนิเวศของ แรงงานสร้างสรรค์ที่เข้มแข็งและยั่งยืนในระดับประเทศ		
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมฝึกทักษะสร้างสรรค์เชิงปฏิบัติ	-			
4. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาคเพื่อส่งเสริมและพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	21.1116	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักพัฒนาองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินงาน</u>	-	1. จำนวนจังหวัดที่บรรลุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผน ยุทธศาสตร์/โครงการระดับจังหวัด/ท้องถิ่น 5 จังหวัด 2. สรรหาหรือออกแบบศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ส่วนภูมิภาค แล้วเสร็จ 10 แห่ง		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์สวนภูมิภาค (แห่งใหม่) จำนวน 10 แห่งทั่วประเทศ	-	3. จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่ กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม 30,000 คน		
กิจกรรม		ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
กิจกรรมที่ 1 การสรรหา หรือออกแบบศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (New TCDC) 10 แห่งใหม่	-	1. สศส. สามารถพัฒนาศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ประจำ จังหวัด ที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และองค์ความรู้ทางด้านวัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์		
กิจกรรมที่ 2 การเตรียมความพร้อมในการเปิดให้บริการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (New TCDC) 10 แห่งเดิม		2. ส่งเสริมกลุ่มเป้าหมายให้สามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางกิจกรรม ทรัพยากร สารสนเทศ ฐานข้อมูลออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ กิจกรรม และสื่อดิจิทัล ซึ่งจะก่อให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้พัฒนาและ ต่อยอดทางธุรกิจ		
5. โครงการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และส่งเสริมการสร้างแบรนด์เมือง	25.6421	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักภาคกลางและ กรุงเทพมหานคร
พื้นที่ดำเนินงาน	-	1. นักสร้างสรรค์หรือผู้ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ หรือผู้นำใน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายได้รับทักษะ จำนวน 50 ราย		
ทั่วประเทศ		2. เกิดการเชื่อมโยงสู่ตลาดสากล อาทิ การเข้าร่วมประกวด รางวัล/ การนำเสนอผลงานในนานาชาติ/เข้าสู่แพลตฟอร์ม การตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จำนวน 2 เครือข่าย		
กิจกรรม	-	ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
		1. เกิดภาพจำใหม่ของเมืองที่โดดเด่นและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรมที่ 1 การคัดเลือกเมืองต้นแบบเพื่อการสร้างแบรนด์เมืองเชิงกลยุทธ์ กิจกรรมที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ และแผนเชิงนโยบายการสร้างแบรนด์เมือง เพื่อยกระดับอัตลักษณ์และคุณค่าของเมือง กิจกรรมที่ 3 การขับเคลื่อนและเผยแพร่แนวทางการสร้างแบรนด์เมืองอย่างเป็นรูปธรรม	-	2. ยกระดับเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ของเมือง 3. เพิ่มศักยภาพในการดึงดูดการลงทุน พร้อมวางระบบกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาในระยะยาว		
6. โครงการต่อยอดเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโกประเทศไทยสู่การพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์" (Thailand UNESCO Creative Cities Enhancement Project: Towards Creative Ecosystem)	6.2454	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร
พื้นที่ดำเนินงาน เมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโก (ประเทศไทย) จำนวน 7 เมือง กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมวิเคราะห์และเสริมสร้างระบบนิเวศเมืองสร้างสรรค์ (Ecosystem Analysis and Capacity Building Program) กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมเสริมสร้างทักษะที่ส่งเสริมระบบนิเวศเมือง สร้างสรรค์ ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 1 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมสร้างการรับรู้ สื่อสารคุณค่าเมือง และส่งเสริมการมีส่วนร่วมต่อเมืองสร้างสรรค์ (Creative City Awareness and Public Engagement Program)	- - -	1. รายงานกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เมืองระยะเริ่มต้น จำนวน 1 ชุด 2. จำนวนบุคลากรสร้างสรรค์ ได้รับการพัฒนาศักยภาพ 800 ราย 3. ผลิตภัณฑ์ใหม่/เมือง (Branding ใหม่) ที่นำความคิดและอัตลักษณ์ไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์/เมือง ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. กระตุ้นให้เกิดกิจกรรมหรือโครงการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ที่เอื้อต่อการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ 2. เกิดการดึงดูดกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์หลากหลายสาขาให้เข้ามาทำงานและใช้ชีวิตในเมืองสร้างสรรค์ ที่ได้รับการพัฒนาที่สอดคล้องกับเกณฑ์เมืองสร้างสรรค์		
7. โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	10.0815	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่นและสงขลา <u>กิจกรรม</u> กิจกรรมที่ 1 การเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรเชิงกลยุทธ์ กิจกรรมที่ 2 การจัดงานประกาศรางวัล Creative Excellence Awards 2026 -	- - -	1. ร้อยละ 69 ของผู้เข้าถึงบริการฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางออนไลน์ นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ 2. การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรบรรลุผลลัพธ์เชิงปริมาณ ได้แก่ มีผู้เข้าถึงสื่อสารสนเทศและแพลตฟอร์มของ สศส. (Reach) ไม่น้อยกว่า 1,000,000 ครั้งต่อปี 3. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล 3 เครือข่าย 4. จำนวนผลงานหรือรางวัลของนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการผลักดันสู่เวทีสากล จำนวน 15 ราย ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. ประเทศไทยได้รับการยอมรับในฐานะศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค และมีบทบาทโดดเด่นในเวทีนานาชาติ 2. ผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ไทยได้รับโอกาสทางธุรกิจและการยอมรับในระดับสากลมากขึ้น สะท้อนถึงความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย		
8. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมซอฟต์แวร์	8.1556	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา และจังหวัดที่เป็นเครือข่ายด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์	-	1. ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแผนปฏิบัติการสำนักงานฯ ระยะ 5 ปี พร้อมทั้งแผนที่เกี่ยวข้อง 3 ฉบับ 2. ชุดตัวชี้วัดที่นำไปใช้ในการประเมินระดับองค์กร (ระยะ 3-5 ปี) 1 ชุดตัวชี้วัด		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 การจัดทำร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแผนปฏิบัติการสำนักงานฯ ระยะ 5 ปี พร้อมทั้งแผนที่เกี่ยวข้อง กิจกรรมที่ 2 การจัดทำชุดตัวชี้วัดที่นำไปใช้ในการประเมินองค์กร (ระยะ 3-5 ปี) และจัดทำรายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศส. กิจกรรมที่ 3 การบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงภาคเครือข่ายในประเทศ/ต่างประเทศ กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการเพื่อการติดตามผลการดำเนินงานของ สศส.	-	3. รายงานผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์ 1 ฉบับ ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อยกระดับศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่การผลักดันซอฟต์แวร์ของไทย ได้รับการนำไปใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อน Creative Outputs ของประเทศไทยในดัชนีนวัตกรรมโลก และดัชนีซอฟต์แวร์		
9. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	5.0000	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักบริหารและพัฒนาองค์กร
พื้นที่ดำเนินงาน กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการเรียนรู้และพัฒนาเจ้าหน้าที่ (Learning and Development) กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการกระตุ้นการขับเคลื่อนค่านิยมองค์กร กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร (Effective Communication)	-	1. เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการพัฒนาและเสริมสร้างสมรรถนะด้านวิชาชีพ (Functional Competency) 3 ครั้ง 2. เจ้าหน้าที่ต้องมีทักษะด้านดิจิทัลสามารถใช้งาน Digital / AI Tool ในการทำงานได้ 3 ครั้ง 3. พฤติกรรมหลักที่พึงประสงค์ (Key Behavior) ที่สอดคล้องกับค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร 1 ชุด 4 เจ้าหน้าที่ที่สามารถแสดงพฤติกรรมตามวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรได้อย่างเหมาะสม (Core Value) 1 ครั้ง ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานได้รับการพัฒนาตามสมรรถนะตาม		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
		ตำแหน่งงานอย่างเหมาะสม		
10. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และทรัพยากรทางกายภาพ	13.8465	2. เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานได้รับการสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจ		
		ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	ฝ่ายบริหารโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและกายภาพ
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u>	-	1. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และสถานที่อุปกรณ์ มีความพร้อมใช้งานและให้บริการแก่ประชาชน ไม่น้อยกว่า (เฉลี่ยทุกไตรมาส) ร้อยละ 98		
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่นและสงขลา		2. จำนวนบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) หรือระบบ/นวัตกรรมการทำงานที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร 3 ระบบ		
<u>กิจกรรม</u>	-	3. บำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพพื้นฐานมีความพร้อมให้บริการ 3 แห่ง		
กิจกรรมที่ 1 งานระบบโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ		ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
กิจกรรมที่ 2 งานพัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	-	1. เกิดการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคต่าง ๆ นำไปสู่การเพิ่มรายได้ของประชาชน		
กิจกรรมที่ 3 งานระบบโครงสร้างพื้นฐานทรัพยากรทางกายภาพ		2. สามารถขยายการเข้าถึงองค์ความรู้ ข้อมูลและสถิติด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอาชีพสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ประชาชน เพื่อสนับสนุนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาตนเองหรือยกระดับธุรกิจได้สะดวกและทั่วถึง		
กิจกรรมที่ 4 งานพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรทางกายภาพ				

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
11. กิจกรรมมุ่งเป้าตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม	1.8941	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรุงเทพฯ	-	1. นักสร้างสรรค์ได้รับทักษะ รวม 400 ราย 2. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล รวม 3 เครือข่าย		
<u>กิจกรรม</u> กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมความร่วมมือผ่านเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา กิจกรรมที่ 2 การติดตามผลการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การ พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จำนวน 5 กลุ่ม รวม 15 สาขา	- - -	ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ตามเป้าหมายของแผนรายสาขาระยะ 5 ปี และ สนับสนุนการเพิ่ม อันดับในดัชนีซอฟต์แวร์ของประเทศ		
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองอัจฉริยะ	68.2023			
1. โครงการส่งเสริมการจัดเทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติประจำปีภาค (International Creative Festival)	68.2023	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	รับผิดชอบหลัก : สำนัก กรุงเทพมหานครและภาค กลาง
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้	-	1. มูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดเทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติประจำปี ภูมิภาค 1,200 ล้านบาท 2. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4 ครั้ง	กิจกรรม 1 : กิจกรรม 2 : กิจกรรม 3 :	สนับสนุน สำนักกรุงเทพมหานครและ ภาคกลาง สำนักภาคเหนือ สำนักภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
<u>กิจกรรม</u> กิจกรรมที่ 1 เทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติในกรุงเทพมหานคร/เทศกาลงานออกแบบ กรุงเทพฯ (Bangkok Design Week)		ผลที่คาดว่าจะได้รับ		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรมที่ 2 เทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติในภูมิภาคเหนือ/เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ (Chiang Mai Design Week) กิจกรรมที่ 3 เทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ/เทศกาลงานอีสานสร้างสรรค์ (ISAN Creative Festival) กิจกรรมที่ 4 เทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติในภูมิภาคใต้ กิจกรรมที่ 5 ส่งเสริมเทศกาลสร้างสรรค์ท้องถิ่น เพื่อพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์สร้างเศรษฐกิจชุมชน	-	1. เกิดการจ้างงานนักสร้างสรรค์รวม และจ้างงานทั่วไปรวมไม่น้อยกว่า 600 ราย 2. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีส่วนในการพัฒนาและยกระดับเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมือง สู่ระดับนานาชาติ	กิจกรรม 4 :	สำนักภาคใต้
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	111.5935			
1. ค่าใช้จ่ายติดอาวุธธุรกิจสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค	20.2324	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	รับผิดชอบหลัก : สำนักกรุงเทพมหานครและภาคกลาง
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u>	-	1. จำนวนผู้ใช้บริการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสาขาส่วนภูมิภาค และ NEW TCDC ไม่น้อยกว่า 60,000/ปี (กทม. 17,500 / ชม. 17,500 / ขก. 17,500 / สข 7,500) 2. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 2,100		สนับสนุน
ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้				สำนักกรุงเทพมหานครและภาคกลาง
<u>กิจกรรม</u>	-	3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์ หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ 150 ผลิตภัณฑ์/บริการ		สำนักภาคเหนือ
กิจกรรมที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค		ผลที่คาดว่าจะได้รับ		สำนักภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรมที่ 2 การส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถทางธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการระดับภูมิภาค กิจกรรมที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายพื้นที่เมือง/ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับภูมิภาคด้วยความคิดสร้างสรรค์	-	1. เกิดระบบนิเวศที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในพื้นที่ส่วนภูมิภาคจากกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ และย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความหลากหลายของสินค้าและบริการ และกระตุ้นการลงทุนของผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ 2. พัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ในภาคใต้ที่มีคุณภาพให้เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ		สำนักภาคใต้
2. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ด้วยระบบเสมือนจริง (Virtual Production for Creative Content Industry)	8.3747	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสินค้าและบริการสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ <u>กิจกรรม</u> กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมพัฒนาทักษะการใช้ Virtual Production ให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมการผลิตคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ กิจกรรมที่ 2 บริหารห้องปฏิบัติการสื่อดิจิทัลและโลกเสมือน Virtual Media Lab (ระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และสโตนูปกรณ์)	-	1. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในทุกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 1,700 ราย 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่นำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 20 ผลงาน 3. จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ เพิ่มขึ้น 20 ราย ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. สร้างแรงงานและความเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดสู่ ธุรกิจและอุตสาหกรรมคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
3. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมความเข้าใจและการใช้นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI) พื้นที่ดำเนินการ สถาบันการศึกษาในเครือข่ายทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา รวมไปถึง New TCDC ใน 10 จังหวัด กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 พัฒนาศักยภาพและถ่ายทอดความรู้ (Capacity Building & Knowledge Transfer) กิจกรรมที่ 2 สนับสนุนการทดลองใช้และพัฒนานวัตกรรม (Applied Innovation & Product Development) กิจกรรมที่ 3 พัฒนาคู่มือความรู้เชิงระบบและขับเคลื่อนกลยุทธ์ (Strategic Planning & Ecosystem Development)	15.1220 - - -	ตัวชี้วัด 1. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 450 ราย 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดหรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 20 ผลิตภัณฑ์ 3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่นำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 20 ชิ้นงาน ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. แรงงานสร้างสรรค์มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำเทคโนโลยี AI ไปใช้ในงานได้อย่างเหมาะสม 2. สร้างแรงงานและความเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดสู่ ธุรกิจและอุตสาหกรรมคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ 3. เกิดการยกระดับศักยภาพของแรงงานสร้างสรรค์ไทยสู่ยุคเศรษฐกิจปัญญาประดิษฐ์ (AI-driven Creative Economy) 4. บุคลากรในอุตสาหกรรมคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักพัฒนาองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์
4. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการใช้โฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าธุรกิจ งบประมาณ 9.2311 ล้านบาท พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดในภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน	9.2311 - -	ตัวชี้วัด 1 จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ ได้รับการพัฒนาทักษะ 1,030 ราย 2. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเพิ่มสาขาคอนเทนต์ 500 ราย 3. จำนวนการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ 100 ผลงาน 4. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสินค้า และบริการสร้างสรรค์

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ขอนแก่น เลย ศรีสะเกษ นครราชสีมา สกลนคร จังหวัดในภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต สงขลา ตรัง นครศรีธรรมราช จังหวัดในภาคกลาง ได้แก่ เพชรบุรี สุโขทัย นครปฐม	-	สากล 2 เครือข่าย ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. สินค้าและบริการของผู้ประกอบการรายย่อยในภูมิภาคเป็นที่รู้จัก รับรู้เพิ่มขึ้นในวงกว้าง 2. สินค้าและบริการประจำจังหวัดจำนวนมากเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีผลต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดที่เด่นชัดขึ้น ทำให้เกิดแบรนด์จังหวัด (Local Branding)		
กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมเสริมศักยภาพผู้ประกอบการด้านการโฆษณา (CHANGEX2) กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมและยกระดับความเข้มแข็งนักสร้างสรรค์สู่ระดับนานาชาติ (Young Lions)	-			
5. ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยสู่ระดับสากล (Content Lab)	33.3768	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสื่อ สร้างสรรค์
พื้นที่ดำเนินการ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา	-	1 จำนวนนักสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้รับทักษะ เพิ่มขึ้น 750 ราย 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาคอนเทนต์สร้างสรรค์ไป ต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 48 ผลงาน		
กิจกรรม	-	3. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาด ต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ 125 ราย		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการบ่มเพาะเชิงลึกยกระดับศักยภาพโปรเจกต์และทักษะบุคลากรวิชาชีพด้านคอนเทนต์สู่ระดับสากล กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมโอกาสทางธุรกิจเพื่อส่งออกโปรเจกต์คอนเทนต์ไทยสู่ตลาดสากล (Content Project Market) กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีและจัดทำข้อมูลนักสร้างสรรค์ กลุ่มศิลปินนักดนตรีที่มีศักยภาพสูงสู่ตลาดสากล	-	4. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล 3 เครือข่าย ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. ปริมาณนักสร้างสรรค์ไทยที่ได้รับการยกระดับทักษะความเชี่ยวชาญและมีสมรรถนะสูงเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และปริมาณคอนเทนต์ไทยเป็นกระแสออกสู่ตลาดของตลาดประเทศเป้าหมายในภูมิภาคเอเชีย มีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาลักษณ์ของประเทศ 2. โครงสร้างพื้นฐานซอฟต์แวร์ของประเทศมีความเข้มแข็ง และกลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์จากการสร้างระบบนิเวศสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เกิดการเติบโต สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตต่อเนื่อง		
6. ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีของไทยสู่ระดับสากล (Music Talent Studio)	7.6041	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u> กรุงเทพมหานคร กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 การบ่มเพาะเชิงลึกเพื่อยกระดับทักษะและศักยภาพบุคลากรวิชาชีพด้านดนตรีของไทยสู่ระดับสากล	-	1 จำนวนนักสร้างสรรค์ หรือผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมดนตรีได้รับทักษะเพิ่มขึ้น 120 ราย 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 10 ผลงาน ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจากสศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรมที่ 2 ส่งเสริมการสร้างโอกาสทางธุรกิจด้านดนตรีเพื่อการส่งออก	-	2. อุตสาหกรรมดนตรีของไทย มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ตามเป้าหมายของแผนรายสาขาระยะ 5 ปี และสนับสนุนการเพิ่มอันดับในดัชนีซอฟต์แวร์ของประเทศไทย		
7. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์สู่ตลาดศักยภาพสูง	13.6524	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสินค้าและบริการ
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u>	-	1 จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ 60 ราย		
กรุงเทพมหานคร		2. จำนวนเครือข่ายตลาดสากล การเข้าร่วมประกวดรางวัล/ การนำเสนอผลงานในนานาชาติ/เข้าสู่แพลตฟอร์มการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 15 เครือข่าย		
<u>กิจกรรม</u>	-	3. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ 15 ราย		
กิจกรรมที่ 1 การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศในงานเทศกาลไทย (Thai Festival)	-	ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
กิจกรรมที่ 2 การส่งเสริมการเจรจาธุรกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และกลุ่มบริการสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ		1. ผู้ประกอบการธุรกิจ บริษัทธุรกิจ เครือข่าย สมาคม/สมาคมฯ ในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และกลุ่มอุตสาหกรรม การให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ได้รับการให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ได้รับการส่งเสริมและต่อยอดเป็นซอฟต์แวร์ไทยที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กิจกรรมที่ 3 การส่งเสริมความพร้อมทางการตลาดและการค้าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่		2. นักออกแบบสร้างสรรค์/ นักสร้างสรรค์คอนเทนต์ไทย สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานระดับสากล และได้รับการจ้างงานในตลาดและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ		
8. โครงการหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 2569 (CreativEX 2026)	4.0000	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์
พื้นที่ดำเนินการ	-	1 หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 1 หลักสูตร		
กรุงเทพมหานคร และเมืองหลักที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น และเมืองสร้างสรรค์ต่างประเทศที่มีชื่อเสียงด้าน City Branding		2. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนไม่น้อยกว่า 50 คน (โดยเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาศักยภาพอย่างน้อย 20 คน)		
กิจกรรม	-	3. องค์ความรู้ใหม่หรือกรณีศึกษาเชิงลึกอย่างน้อย 1 เรื่อง จากความร่วมมือกับเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญหรือสถาบันการศึกษา ระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อใช้ต่อยอดในการเรียนการสอน และการพัฒนาเชิงนโยบาย		
กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรผู้บริหาร	-	ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับนานาชาติ	-	1. ประเทศไทยมีผู้นำและผู้กำหนดนโยบายที่มีศักยภาพในการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรในระดับชาติและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน		
	-	2. เกิดเครือข่ายผู้ประกอบการและพันธมิตรความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศที่สามารถพัฒนาโครงการหรือยุทธศาสตร์ City Branding / Creative City ได้อย่างต่อเนื่อง		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์แวร์	103.4870			
1. โครงการ Thailand as Brand	63.1383	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสินค้าและบริการสร้างสรรค์
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u>	-	1 จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 400 ราย		
กรุงเทพมหานคร และพื้นที่ที่มีศักยภาพ		2. พัฒนาหลักสูตร 5 หลักสูตร		
<u>กิจกรรม</u>	-	3. จำนวนเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 10 พื้นที่		
กิจกรรมที่ 1 พัฒนาแซนด์บ็อกซ์ (Sandbox) ศูนย์บ่มเพาะสร้างสรรค์หลักสูตร OFOS ด้านการออกแบบ	-	4. จำนวนต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ที่ได้รับทุนสนับสนุน		
กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาย่านและพื้นที่สร้างสรรค์ด้วยการออกแบบ Creative Cultural District		5. จำนวนผลงานประกวดการออกแบบสถาปัตยกรรม 3 ผลงาน		
กิจกรรมที่ 3 RAW MATERIAL RAW POWER-Root to Global-Elevating Thai Materials	-	6. จำนวนวัสดุ (Raw Material) ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์		
กิจกรรมที่ 4 พัฒนาสถาปัตยกรรมและออกแบบพื้นที่สร้างประสบการณ์ A Place Showcase: Pavilion and Installation	-	ผลที่คาดว่าจะได้รับ		
	-	1. นักออกแบบไทยและผู้ประกอบการได้รับการเพิ่มศักยภาพและได้มีโอกาสในการสร้างผลงานและส่งเสริมอาชีพ		
	-	2. เกิดความต่อเนื่องในการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและโอกาสในการต่อยอด		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
2. โครงการ Design Thinking 14 : ส่งเสริมผู้ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ไทยสู่สากล	18.3957	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร
<u>พื้นที่ดำเนินการ</u>		1. การพัฒนาบุคลากร สร้างผู้ขับเคลื่อนการจัดทำเทศกาลสร้างสรรค์ โดยกระบวนการ Design Thinking จำนวน 4 ครั้ง		
ทั่วประเทศ		2. การจัดเทศกาลตามแนวคิดของการประชุมเชิงปฏิบัติการจำนวน 4 ครั้ง ในพื้นที่ส่วนกลางหรือภูมิภาค		
<u>กิจกรรม</u>		3. ผู้ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลได้รับการพัฒนาและจัดเทศกาลระดับนานาชาติ 800 ราย		
กิจกรรมที่ 1 ประชุมเชิงปฏิบัติการ Design Thinking	-	4. จำนวนเมือง/ผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการใหม่ที่นำความคิดหรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ จำนวน 4 เมือง/ราย		
กิจกรรมที่ 2 ทดสอบจัดเทศกาลในพื้นที่ จากผลการประชุมเชิงปฏิบัติการทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	-			
กิจกรรมที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลและถอดบทเรียน งานเทศกาลกับกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และจัดทำเป็นสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่	-	1. แนวคิดและรูปแบบของเทศกาลระดับสากล ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเทศกาลสร้างสรรค์ที่มีการจัดในพื้นที่ส่วนกลางและภูมิภาค ซึ่งจะช่วยส่งเสริมซอฟต์แวร์ของไทย		
	-	2. นักสร้างสรรค์และเครือข่ายผู้จัดเทศกาลสร้างสรรค์ ทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่นมีโอกาสได้รับการพัฒนาความรู้และนำไปต่อยอดและยกระดับเทศกาลของไทยให้เป็นเทศกาลระดับสากล ที่สามารถสร้างรายได้ สร้างการจ้างงาน และสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)		
3. โครงการส่งเสริมการส่งออกสินค้าดนตรีสู่ต่างประเทศ (Music Exchange)	17.8108	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
งบประมาณ 17.8108 ล้านบาท พื้นที่ดำเนินการ ในประเทศ เช่น กรุงเทพมหานคร ต่างประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ เป็นต้น กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 การส่งเสริมศิลปินที่มีศักยภาพเข้าสู่เทศกาลดนตรีระดับนานาชาติ (PUSH) กิจกรรมที่ 2 การเจรจาธุรกิจและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้จัดเทศกาลดนตรีในประเทศ เป้าหมาย กับธุรกิจค่ายเพลงในประเทศ (PULL)		1. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล จำนวน 10 เครือข่าย 2. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์กลุ่มดนตรีที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ จำนวน 40 ราย ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ 2. อุตสาหกรรมดนตรีของไทย มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ตามเป้าหมายของแผนรายสาขาระยะ 5 ปี และสนับสนุนการเพิ่มอันดับในดัชนีซอฟต์แวร์ของประเทศไทย		
4. โครงการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ย่านถนนหนังสือ	4.1422	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร
พื้นที่ดำเนินการ กรุงเทพมหานคร (ย่านผ่านฟ้า วังบูรพา เพื่อนคร นาคเกษม) และพื้นที่อื่นๆ ที่มีศักยภาพในการพัฒนา		1. ฐานข้อมูลดิจิทัลรวบรวมข้อมูลย่านสร้างสรรค์หนังสือ 1 ฐานข้อมูล 2. ผู้เข้าร่วมอบรม/พัฒนาทักษะบุคลากรในระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์หนังสือ และนิเวศอุตสาหกรรมหนังสือ 200 คน 3. จำนวนกิจกรรม/โครงการส่งเสริมการขับเคลื่อนย่านสร้างสรรค์		

โครงการ / กิจกรรม	งบประมาณ	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
		หนังสือ 6 ครั้ง		
กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 การส่งเสริมศิลปินที่มีศักยภาพเข้าสู่เทศกาลดนตรีระดับนานาชาติ (PUSH) กิจกรรมที่ 2 การเจรจาธุรกิจและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้จัดเทศกาลดนตรีในประเทศ เป้าหมาย กับธุรกิจค่ายเพลงในประเทศ (PULL)		4. จำนวนพื้นที่ที่ได้รับการปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อส่งเสริมการใช้พื้นที่ย่านสร้างสรรค์หนังสือ 1 ชุด ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. การพัฒนาย่านหนังสือสร้างสรรค์จะนำไปสู่การสร้างรูปแบบการพัฒนาย่านที่มีระบบ ซึ่งสามารถขยายผลไปยังพื้นที่หรือเมืองอื่นๆ ได้ พร้อมยกระดับภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯ ในฐานะเมืองแห่งการอ่านและวรรณกรรม 2. ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจร้านหนังสืออิสระและอุตสาหกรรมหนังสือ ผู้ประกอบการและชุมชนในย่านจะได้รับการเสริมสร้างทักษะและองค์ความรู้ใหม่ในการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการพื้นที่ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาย่านในระยะยาว		
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	2.5510			
1. โครงการยกระดับเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.5510	ตัวชี้วัด	1 ต.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	ฝ่ายบริหารโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและ
งบประมาณ 2.5510 ล้านบาท	-	1. หน่วยงานมีเครื่องมือการทำงานเป็นรูปแบบคลาวด์ (เฉลี่ยทุกไตรมาส) 9 เครื่องมือ		กายภาพ
พื้นที่ดำเนินงาน กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา	-	ผลที่คาดว่าจะได้รับ 1. สดส. มีระบบสารสนเทศและเครื่องมือดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพทันสมัย และรองรับการปฏิบัติงานในรูปแบบดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการทำงานของบุคลากรทั้งในและนอกสถานที่		
กิจกรรม กิจกรรมที่ 1 จัดหาบริการและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบคลาวด์				

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (แยกแหล่งเงิน)

กระทรวง สำนักงานกฤษฎามนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน	งบประมาณ	แผนการใช้จ่ายเงิน			
	(ทุกแหล่ง)	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
รวมทั้งสิ้น	599,134,800	147,053,600	166,990,600	162,344,600	122,746,000
เงินงบประมาณ	538,777,800	139,483,600	149,781,300	144,117,500	105,395,400
เงินนอกงบประมาณ	60,357,000	7,570,000	17,209,300	18,227,100	17,350,600
1. แผนงานบุคลากรภาครัฐ	104,158,800	25,464,700	25,464,700	26,464,700	26,764,700
เงินงบประมาณ	89,858,800	22,464,700	22,464,700	22,464,700	22,464,700
เงินนอกงบประมาณ	14,300,000	3,000,000	3,000,000	4,000,000	4,300,000
2. แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	94,786,800	17,590,300	25,834,100	26,977,900	24,384,500
เงินงบประมาณ	66,729,800	17,590,300	16,656,000	17,385,800	15,097,700
เงินนอกงบประมาณ	28,057,000	-	9,178,100	9,592,100	9,286,800
3. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ	68,202,300	13,832,000	24,758,200	18,467,100	11,145,000
เงินงบประมาณ	68,202,300	13,832,000	24,758,200	18,467,100	11,145,000
เงินนอกงบประมาณ	-	-	-	-	-

แผนงาน	งบประมาณ	แผนการใช้จ่ายเงิน			
	(ทุกแหล่ง)	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
4. แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	111,593,500	27,893,800	33,113,500	29,641,200	20,945,000
เงินงบประมาณ	108,593,500	27,143,800	32,363,500	28,891,200	20,195,000
เงินนอกงบประมาณ	3,000,000	750,000	750,000	750,000	750,000
5. แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	114,355,400	37,476,200	25,943,200	25,830,000	25,106,000
เงินงบประมาณ	99,355,400	33,656,200	21,662,000	21,945,000	22,092,200
เงินนอกงบประมาณ	15,000,000	3,820,000	4,281,200	3,885,000	3,013,800
6) แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์แวร์	103,487,000	23,696,600	31,701,900	33,803,700	14,284,800
เงินงบประมาณ	103,487,000	23,696,600	31,701,900	33,803,700	14,284,800
เงินนอกงบประมาณ	-	-	-	-	-
7. แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	2,551,000	1,100,000	175,000	1,160,000	116,000
เงินงบประมาณ	2,551,000	1,100,000	175,000	1,160,000	116,000
เงินนอกงบประมาณ	-	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (รายไตรมาส/แหล่งเงินงบประมาณ)

กระทรวง สำนักงานรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รวมทั้งสิ้น	ประเภทรายจ่าย	แผน	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.)	
งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับงบประมาณ		538.7778	538.7778	100.00%	139.4836	25.89%	149.7813	27.80%	144.1175	26.75%	105.3954	19.56%
1) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		66.7298	66.7298	100.00%	17.5903	26.36%	16.6560	24.96%	17.3858	26.05%	15.0977	22.63%
1. ค่าใช้จ่ายค่าสาธารณูปโภค	รายจ่ายประจำ	6.9112	6.9112	100.00%	1.5130	21.89%	1.4822	21.45%	2.2120	32.01%	1.7040	24.66%
สศส. กรุงเทพฯ		6.9112	6.9112		1.5130		1.9822		1.9120		1.5040	
2. ค่าใช้จ่ายเชื้อสอย	รายจ่ายประจำ	25.8587	25.8587	100.00%	6.9097	26.72%	6.9097	26.72%	6.9097	26.72%	5.1296	19.84%
สศส. กรุงเทพฯ		20.5184	20.5184		5.1296		5.1296		5.1296		5.1296	
สศส. เชียงใหม่		2.8290	2.8290		0.9430		0.9430		0.9430		-	
สศส. ขอนแก่น		2.5113	2.5113		0.8371		0.8371		0.8371		-	
3. ค่าเช่าสำนักงาน สศส ขอนแก่น 1 แห่ง	รายจ่ายประจำ	0.1862	0.1862	100.00%	0.1862	100.00%	-	-	-	-	-	-
4. ค่าเช่าสำนักงาน สศส กรุงเทพฯ 1 แห่ง	รายจ่ายประจำ	33.0564	33.0564	100.00%	8.2641	25.00%	8.2641	25.00%	8.2641	25.00%	8.2641	25.00%
5. ค่าเช่าสำนักงาน สศส เชียงใหม่ 1 แห่ง	รายจ่ายประจำ	0.5173	0.5173	100.00%	0.5173	100.00%	-	-	-	-	-	-
6. ค่าเช่าสำนักงาน สศส สงขลา 1 แห่ง	รายจ่ายประจำ	0.2000	0.2000	100.00%	0.2000	100.00%	-	-	-	-	-	-
2) แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		99.3554	99.3554	100.00%	33.6562	33.87%	21.6620	21.80%	21.9450	22.09%	22.0922	22.24%
	รายจ่ายประจำ	80.5089	80.5089	100.00%	25.1562	31.25%	18.4620	22.93%	17.7450	22.04%	19.1457	23.78%
	รายจ่ายลงทุน	13.8465	13.8465	100.00%	8.0000	57.78%	2.2000	15.89%	2.2000	15.89%	1.4465	10.45%

รวมทั้งสิ้น	ประเภทรายจ่าย	แผน	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.)	
(1) โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาคทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์	รายจ่ายประจำ	3.0083	3.0083	100.00%	1.6401	54.52%	0.1000	3.32%	0.5404	17.96%	0.7278	24.19%
(2) โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์	รายจ่ายประจำ	11.3684	11.3684	100.00%	6.5843	57.92%	2.0480	18.01%	0.6420	5.65%	2.0941	18.42%
(3) โครงการยกระดับทักษะและพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ (Creative Talent Upskill)	รายจ่ายประจำ	3.0019	3.0019	100.00%	0.6631	22.09%	0.7331	24.42%	0.9331	31.08%	0.6726	22.41%
(4) โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	รายจ่ายประจำ	14.1116	14.1116	100.00%	4.8214	34.17%	3.7216	26.37%	3.5216	24.96%	2.0470	14.51%
(5) โครงการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และส่งเสริมการสร้างแบรนด์เมือง	รายจ่ายประจำ	25.6421	25.6421	100.00%	6.9000	26.91%	5.0000	19.50%	6.5000	25.35%	7.2421	28.24%
(6) โครงการต่อยอดเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโกประเทศไทยสู่การพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์" (Thailand UNESCO Creative Cities Enhancement Project: Towards Creative Ecosystem)	รายจ่ายประจำ	6.2454	6.2454	100.00%	2.5000	40.03%	1.5000	24.02%	1.0700	17.13%	1.1754	18.82%
(7) โครงการพัฒนาและเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย	รายจ่ายประจำ	7.0815	7.0815	100.00%	1.3086	18.48%	2.6086	36.84%	1.8101	25.56%	1.3542	19.12%
(8) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมซอฟต์แวร์	รายจ่ายประจำ	8.1556	8.1556	100.00%	0.4387	5.38%	2.4507	30.05%	2.4278	29.77%	2.8384	34.80%
(9) โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	รายจ่ายประจำ	5.0000	5.0000	61.31%	0.5000	6.13%	1.0000	12.26%	2.0000	24.52%	1.5000	18.39%
(10) โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	รายจ่ายลงทุน	13.8465	13.8465	100.00%	8.0000	57.78%	2.2000	15.89%	2.2000	15.89%	1.4465	10.45%

รวมทั้งสิ้น	ประเภทรายจ่าย	แผน	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.)	
(11) กิจกรรมมุ่งเป้าตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม	รายจ่ายประจำ	1.8941	1.8941	100.00%	0.3000	15.84%	0.3000	15.84%	0.3000	15.84%	0.9941	52.48%
3) แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ		68.2023	68.2023	100.00%	13.8320	20.28%	24.7582	36.30%	18.4671	27.08%	11.1450	16.34%
โครงการที่ 1 : โครงการส่งเสริมการจัดเทศกาล สร้างสรรค์นานาชาติประจำภูมิภาค (International Creative Festival)	รายจ่ายประจำ	68.2023	68.2023	100.00%	13.8320	20.28%	24.7582	36.30%	18.4671	27.08%	11.1450	16.34%
4) แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้		108.5935	108.5935	100.00%	27.1438	25.00%	32.3635	29.80%	28.8912	26.60%	20.1950	18.60%
1.ค่าใช้จ่ายติดอาวุธธุรกิจสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค	รายจ่ายประจำ	20.2324	20.2324	100.00%	6.3500	31.39%	4.2000	20.76%	5.3347	26.37%	4.3477	21.49%
2.ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์และสื่อ สร้างสรรค์ด้วยระบบเสมือนจริง (Virtual Production for Creative Content Industry)	รายจ่ายประจำ	8.3747	8.3747	100.00%	2.1750	25.97%	2.7000	32.24%	2.5900	30.93%	0.9097	10.86%
3.ค่าใช้จ่ายส่งเสริมความเข้าใจและการใช้นวัตกรรม ปัญญาประดิษฐ์ (AI)	รายจ่ายประจำ	15.1220	15.1220	100.00%	3.5536	23.50%	3.8390	25.39%	3.7294	24.66%	4.0000	26.45%
4.ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการใช้โฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และมูลค่าธุรกิจ	รายจ่ายประจำ	9.2311	9.2311	100.00%	2.5000	27.08%	2.8400	30.77%	2.1300	23.07%	1.7611	19.08%
5.ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ ไทยสู่ระดับโลก (Content Lab)	รายจ่ายประจำ	30.3768	30.3768	100.00%	8.0000	26.34%	10.0000	32.92%	7.7060	25.37%	4.6708	15.38%
6. .ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีของ ไทยสู่ระดับโลก (Music Talent Studio)	รายจ่ายประจำ	7.6041	7.6041	100.00%	2.5652	33.73%	2.0155	26.51%	2.1071	27.71%	0.9163	12.05%
7. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์สู่ตลาดศักยภาพสูง	รายจ่ายประจำ	13.6524	13.6524	341.31%	1.0000	25.00%	5.7690	144.23%	4.2940	107.35%	2.5894	64.74%
8. โครงการหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 2569 (CreativEX 2026)	รายจ่ายประจำ	4.0000	4.0000	100.00%	1.0000	25.00%	1.0000	25.00%	1.0000	25.00%	1.0000	25.00%

รวมทั้งสิ้น	ประเภทรายจ่าย	แผน	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.)	
5) แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์แวร์		103.4870	103.4870	100.00%	23.6966	22.90%	31.7019	30.63%	33.8037	32.66%	14.2848	13.80%
โครงการที่ 1 : โครงการ Thailand as Brand		63.1383	63.1383	100.00%	14.7353	23.34%	18.8231	29.81%	20.0951	31.83%	9.4848	15.02%
ค่าใช้จ่ายการพัฒนาแซนด์บ็อกซ์ (Sandbox) ศูนย์บ่มเพาะ สร้างสรรค์หลักสูตร OFOS ด้านการออกแบบ	รายจ่ายประจำ	16.9878	16.9878	100.00%	3.9071	23.00%	5.0770	29.89%	5.7567	33.89%	2.2470	13.23%
ค่าใช้จ่ายRAW MATERIAL RAW POWER-Root to Global-Elevating Thai Materials	รายจ่ายประจำ	12.6067	12.6067	100.00%	3.0760	24.40%	5.0508	40.06%	3.3282	26.40%	1.1517	9.14%
ค่าใช้จ่ายCreative Cultural District (ระยะที่ 2)	รายจ่ายประจำ	18.5780	18.5780	100.00%	4.3101	23.20%	4.4029	23.70%	6.5204	35.10%	3.3446	18.00%
ค่าใช้จ่ายพัฒนาสถาปัตยกรรมและออกแบบพื้นที่สร้าง ประสบการณ์ A Place Showcase: Pavilion and Installation	รายจ่ายประจำ	14.9658	14.9658	100.00%	3.4421	23.00%	4.2924	28.68%	4.4898	30.00%	2.7415	18.32%
โครงการที่ 2 :Design Thinking 14 : ส่งเสริมผู้ ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ไทยสู่สากล	รายจ่ายประจำ	18.3957	18.3957	100.00%	3.1600	17.18%	6.3700	34.63%	7.5200	40.88%	1.3457	7.32%
โครงการที่ 3 : โครงการ Music Exchange (Emerging Exchange)	รายจ่ายประจำ	17.8108	17.8108	100.00%	5.2338	29.39%	4.0963	23.00%	5.0964	28.61%	3.3843	19.00%
โครงการที่ 4 :โครงการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ย่าน ถนนหนังสือ	รายจ่ายประจำ	4.1422	4.1422	100.00%	0.5675	13.70%	2.4125	58.24%	1.0922	26.37%	0.0700	1.69%
6. งบประมาณรายจ่ายบูรณาการ		2.5510	2.5510	100.00%	1.1000	43.12%	0.1750	4.22%	1.1600	28.00%	0.1160	2.80%
1) แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	รายจ่ายประจำ	2.5510	2.5510	100.00%	1.1000	43.12%	0.1750	6.86%	1.1600	28.00%	0.1160	2.80%
7. งบประมาณรายจ่ายบุคลากร	รายจ่ายประจำ	89.8588	89.8588	100.00%	22.4647	25.00%	22.4647	25.00%	22.4647	25.00%	22.4647	25.00%
ค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ	รายจ่ายประจำ	89.8588	89.8588	100.00%	22.4647	25.00%	22.4647	25.00%	22.4647	25.00%	22.4647	25.00%

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (รายไตรมาส/แหล่งเงินนอกงบประมาณ)

กระทรวง สำนักงานกฤษฎามนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รวมทั้งสิ้น	ประเภทรายจ่าย	แผน	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.)	
		60.3570	60.5570	100.33%	7.5700	12.54%	17.2093	28.51%	18.2271	30.20%	17.5506	29.08%
รายจ่ายประจำ		60.3570	60.5570	100.33%	7.5700	12.54%	17.2093	28.51%	18.2271	30.20%	17.5506	29.08%
งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับงบประมาณ		60.3570	60.5570	100.33%	7.5700	12.54%	17.2093	28.51%	18.2271	30.20%	17.5506	29.08%
1) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		28.0570	28.0570	100.00%	0.0000	0.00%	9.1781	32.71%	9.5921	34.19%	9.2868	33.10%
1.ค่าใช้จ่ายค่าสาธารณูปโภค	รายจ่ายประจำ	6.5820	6.5820	100.00%	0.0000	0.00%	1.9180	29.14%	2.3320	35.43%	2.3320	35.43%
สศส. กรุงเทพฯ		2.9220	2.9220	-	-	-	0.9740	-	0.9740	-	0.9740	-
สศส. เชียงใหม่		1.2960	1.2960	-	-	-	0.4320	-	0.4320	-	0.4320	-
สศส. ขอนแก่น		1.5360	1.5360	-	-	-	0.5120	-	0.5120	-	0.5120	-
สศส. สงขลา		0.8280	0.8280	-	-	-	-	-	-	-	0.4140	-
2.ค่าใช้จ่ายเชื้อเพลิง	รายจ่ายประจำ	21.4750	21.4750	100.00%	0.0000	0.00%	7.2601	33.81%	7.2601	33.81%	6.9548	32.39%
สศส. กรุงเทพฯ		10.7487	10.7487	-	-	-	3.7000	-	3.7000	-	3.3487	-
สศส. เชียงใหม่		1.0803	1.0803	-	-	-	0.3601	-	0.3601	-	0.3601	-
สศส. ขอนแก่น		1.2180	1.2180	-	-	-	0.4000	-	0.4000	-	0.4180	-
สศส. สงขลา		8.4280	8.4280	-	-	-	2.8000	-	2.8000	-	2.8280	-
2) แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		15.0000	15.2000	101.33%	3.8200	25.47%	4.2812	28.54%	3.8850	25.90%	3.2138	21.43%
	รายจ่ายประจำ	15.0000	15.2000	101.33%	3.8200	25.47%	4.2812	28.54%	3.8850	25.90%	3.2138	21.43%

รวมทั้งสิ้น	ประเภทรายจ่าย	แผน	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.)	
(2) โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์	รายจ่ายประจำ	5.0000	5.0000	100.00%	1.2500	25.00%	1.2500	25.00%	1.2500	25.00%	1.2500	25.00%
(4) โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	รายจ่ายประจำ	7.0000	7.2000	102.86%	1.8200	26.00%	2.2812	32.59%	1.8850	26.93%	1.2138	17.34%
(7) โครงการพัฒนาและเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย	รายจ่ายประจำ	3.0000	3.0000	100.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%
4) แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้		3.0000	3.0000	100.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%
1.ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยสู่ระดับสากล (Content Lab)	รายจ่ายประจำ	3.0000	3.0000	100.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%	0.7500	25.00%
7. งบประมาณรายจ่ายบุคลากร	รายจ่ายประจำ	14.3000	14.3000	100.00%	3.0000	20.98%	3.0000	20.98%	4.0000	27.97%	4.3000	30.07%
ค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ	รายจ่ายประจำ	14.3000	14.3000	100.00%	3.0000	20.98%	3.0000	20.98%	4.0000	27.97%	4.3000	30.07%

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ไตรมาสที่ 2

(ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569)

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
รวมทั้งสิ้น						599.1348	431.5609
แผนงานบุคลากรภาครัฐ						104.1588	62.9294
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน						94.7868	71.5489
แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน						114.3554	72.1933
1. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์	ตัวชี้วัด	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์				3.0083	1.2034
	1. จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม		คน/ครั้ง	210,000	122,422		
	2. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น		ราย	1,000	286		
	3. ร้อยละประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 83		ร้อยละ	83	-		
2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ตัวชี้วัด	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์				16.3684	14.6142

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
	1. รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand's Creative Movement Report) 2. ระบบศูนย์กลางข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการดูแลอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และมีบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data) อย่างมีประสิทธิภาพ 3. จำนวนผู้เข้าถึงฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านช่องทางออนไลน์ 4. เครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล		ฉบับ	5	1	-	
			ระบบ	1	-		
			ราย	500,000	984,542	-	
			เครือข่าย	1	1		
3. โครงการยกระดับทักษะและพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ (Creative Talent Upskill)	ตัวชี้วัด	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์				3.0019	0.5023
	1. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น		ราย	2,050	1,355	-	
	2. จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น (ทั่วไป)		ราย	1,000	161		
	3. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาค		แห่ง	23	-		
4. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาคเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	ตัวชี้วัด	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์				21.1116	9.5269
	1. จำนวนจังหวัดที่บรรลุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการระดับจังหวัด/ท้องถิ่น		จังหวัด	5	5	-	
	2. สรรหาหรือออกแบบศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ส่วน		แห่ง	10	10		

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
	ภูมิภาค แล้วเสร็จ						
5. โครงการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และส่งเสริมการสร้างแบรนด์เมือง	3. จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งมรดกเฉพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม		คน	30,000	1,084	-	
	ตัวชี้วัด	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร				25.6421	10.0691
6. โครงการต่อยอดเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโกประเทศไทยสู่การพัฒนาาระบบนิเวศสร้างสรรค์" (Thailand UNESCO Creative Cities Enhancement Project: Towards Creative Ecosystem)	1. นักสร้างสรรค์หรือผู้ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ หรือผู้นำในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายได้รับทักษะ		ราย	800	-	-	
	2. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์เมืองระยะเริ่มต้น จำนวน 1 ชุด		ชุด	1	-		
	3. เมืองที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ จำนวน 5 แห่ง		แห่ง	5	7		
	ตัวชี้วัด	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร				6.2454	4.0276
7. โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	1. รายงานกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เมืองระยะเริ่มต้น		ชุด	1	-	-	
	2. จำนวนบุคลากรสร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาศักยภาพ		ราย	800	-		
	3. ผลิตภัณฑ์ใหม่/เมือง (Branding ใหม่) ที่นำความคิดและอัตลักษณ์ไปต่อยอดเชิงพาณิชย์		ผลิตภัณฑ์/เมือง	5	-	-	
	ตัวชี้วัด	สำนักสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์				10.0815	8.4249

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
	1. ร้อยละ 69 ของผู้เข้าถึงบริการฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางออนไลน์นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ 2. การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรบรรลุผลลัพธ์เชิงปริมาณได้แก่ มีผู้เข้าถึงสื่อสารสนเทศและแพลตฟอร์มของ สศส. (Reach) ไม่น้อยกว่า 1,000,000 ครั้งต่อปี 3. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล 3 เครือข่าย 4. จำนวนผลงานหรือรางวัลของนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการผลักดันสู่เวทีสากล จำนวน 15 ราย		ร้อยละ	69	-	-	
			ครั้ง/ปี	1,000,000	13,589,935		
			เครือข่าย	3	8	-	
			ราย	15	19		
8. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมซอฟต์แวร์	ตัวชี้วัด	สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์				8.1556	7.1577
	1. ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแผนปฏิบัติการสำนักงานฯ ระยะ 5 ปี พร้อมทั้งแผนที่เกี่ยวข้อง 3 ฉบับ 2. ชุดตัวชี้วัดที่นำไปใช้ในการประเมินระดับองค์กร (ระยะ 3-5 ปี) 1 ชุดตัวชี้วัด 3. รายงานผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์ 1 ฉบับ		ฉบับ	3		-	
			ชุด	1			
			ฉบับ	1		-	
9. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	ตัวชี้วัด	สำนักบริหารและพัฒนาองค์กร				5.0000	3.5621

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
	1. เจ้าหน้าที่ได้รับการพัฒนาและเสริมสร้างสมรรถนะด้านวิชาชีพ (Functional Competency) 2. เจ้าหน้าที่ต้องมีทักษะด้านดิจิทัลสามารถใช้งาน Digital / AI Tool ในการทำงานได้ 3. พฤติกรรมหลักที่พึงประสงค์ (Key Behavior) ที่สอดคล้องกับค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร 4. เจ้าหน้าที่สามารถแสดงพฤติกรรมตามวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรได้อย่างเหมาะสม (Core Value)		ครั้ง	3		-	
			ครั้ง	3			
			ชุด	1		-	
			ครั้ง	1			
10. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	ตัวชี้วัด	ฝ่ายบริหารโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและกายภาพ				13.8465	12.2185
	1. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และสถานที่อุปกรณ์ มีความพร้อมใช้งานและให้บริการแก่ประชาชน ไม่น้อยกว่า (เฉลี่ยทุกไตรมาส) 2. จำนวนบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) หรือระบบ/นวัตกรรมการทำงานที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร 3. บำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพพื้นฐานมีความพร้อมให้บริการ		ร้อยละ	98	99.97	-	
			ระบบ	3	3		
			แห่ง	3	4	-	
11. กิจกรรมมุ่งเป้าตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรม	ตัวชี้วัด	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์				1.8941	0.8866
	1. นักสร้างสรรค์ได้รับทักษะ 2. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล		ราย	400	168	-	
			เครือข่าย	3	3		

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองอัจฉริยะ						68.2023	58.4507
1. โครงการส่งเสริมการจัดเทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติประจำปีภาค (International Creative Festival)	ตัวชี้วัด	รับผิดชอบหลัก : สำนัก กรุงเทพมหานครและ ภาคกลาง				68.2023	58.4507
	1. มูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดเทศกาลสร้างสรรค์นานาชาติประจำปีภาค		ล้านบาท	1,200	1,882		
	2. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์		ครั้ง	4	5	-	
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						111.5935	93.5705
1. ค่าใช้จ่ายติดอาวุธธุรกิจสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค	ตัวชี้วัด	รับผิดชอบหลัก : สำนัก กรุงเทพมหานครและ ภาคกลาง				20.2324	16.3232
	1. จำนวนผู้ใช้บริการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสาขาส่วนภูมิภาค และ NEW TCDC ไม่น้อยกว่า (กทม. 17,500 / ชม. 17,500 / ขก. 17,500 / สข 7,500)		คน	60,000	21,451	-	
	2. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น		ราย	2,100	55		
	3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์ หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดเชิงพาณิชย์		ผลิตภัณฑ์/ บริการ	150	10	-	
2. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ด้วยระบบเสมือนจริง (Virtual Production for Creative Content Industry)	ตัวชี้วัด	สำนักอุตสาหกรรม สินค้าและบริการ สร้างสรรค์				8.3747	7.9140

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
3. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมความเข้าใจและการใช้นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI)	1. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในทุกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่นำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 3. จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ เพิ่มขึ้น	สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ราย	1,700		-	
	ตัวชี้วัด		ผลงาน	20		-	
4. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการใช้โฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าธุรกิจ	1. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่นำความคิดหรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ 3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่นำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์	สำนักอุตสาหกรรมสินค้าและบริการสร้างสรรค์	ราย	450	270	-	
	ตัวชี้วัด		ผลิตภัณฑ์	20	-	-	
5. ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยสู่ระดับสากล (Content Lab)	1. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ ได้รับการพัฒนาทักษะ 2. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเพิ่มสาขาคอนเทนต์ 3. จำนวนการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ 4. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์	ราย	1,030	1,141	-	
	ตัวชี้วัด		ราย	500	1,557	-	
	1 จำนวนนักสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์		ผลงาน	100	-	-	
			เครือข่าย	2	3		
						33.3768	32.5560
			ราย	750	54	-	

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
	ได้รับทักษะเพิ่มขึ้น						
6. ค่าใช้จ่ายการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีของไทยสู่ระดับสากล (Music Talent Studio)	2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาคอนเทนต์สร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์		ผลงาน	48	-		
	3. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ		ราย	125	-	-	
	4. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล		เครือข่าย	3	-		
	ตัวชี้วัด	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์				7.6041	7.1015
7. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์สู่ตลาดศักยภาพสูง	1 จำนวนนักสร้างสรรค์ หรือผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมดนตรีได้รับทักษะเพิ่มขึ้น		ราย	120	48	-	
	2. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์		ผลงาน	10	-		
	ตัวชี้วัด	สำนักอุตสาหกรรมสินค้าและบริการ				13.6524	5.4577
	1 จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ		ราย	60	10	-	
	2. จำนวนเครือข่ายตลาดสากล การเข้าร่วมประกวดรางวัล/ การนำเสนอผลงานในนานาชาติ/เข้าสู่แพลตฟอร์มการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์		เครือข่าย	15	12		

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
8. โครงการหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 2569 (CreativEX 2026)	3. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ	สำนักสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์	ราย	15	24	-	
	ตัวชี้วัด					4.0000	3.5000
	1 หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์เมืองและองค์กรสร้างสรรค์ 1 หลักสูตร		หลักสูตร	1	-	-	
	2. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนไม่น้อยกว่า 50 คน (โดยเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาศักยภาพอย่างน้อย 20 คน)		คน	50	-		
	3. องค์ความรู้ใหม่หรือกรณีศึกษาเชิงลึกอย่างน้อย 1 เรื่อง จากความร่วมมือกับเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญหรือสถาบันการศึกษาระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อใช้ต่อยอดในการเรียนการสอนและการพัฒนาเชิงนโยบาย		เรื่อง	1	-	-	
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์แวร์	ตัวชี้วัด	สำนักอุตสาหกรรมสินค้าและบริการสร้างสรรค์				103.4870	70.3940
1. โครงการ Thailand as Brand						63.1383	51.0855
	1 จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น		ราย	400	-	-	

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
	2. พัฒนาหลักสูตร 3. จำนวนเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 4. จำนวนต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ที่ได้รับทุนสนับสนุน 5. จำนวนผลงานประกวดการออกแบบสถาปัตยกรรม 6. จำนวนวัสดุ (Raw Material) ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์		หลักสูตร	5	-		
			พื้นที่	10	-	-	
			พื้นที่	5	-	-	
			ผลงาน	3	-		
			ผลิตภัณฑ์	5	-	-	
2. โครงการ Design Thinking 14 : ส่งเสริมผู้ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ไทยสู่สากล	ตัวชี้วัด	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร				18.3957	8.6746
	1. การพัฒนาบุคลากร สร้างผู้ขับเคลื่อนการจัดทำเทศกาลสร้างสรรค์ โดยกระบวนการ Design Thinking		ครั้ง	4	1		
	2. การจัดเทศกาลตามแนวคิดของการประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ส่วนกลางหรือภูมิภาค		ครั้ง	4	-		
	3. ผู้ขับเคลื่อนการจัดเทศกาลได้รับการพัฒนาและจัดเทศกาลระดับนานาชาติ		ราย	800	702		
	4. จำนวนเมือง/ผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการใหม่ที่นำความคิดหรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์		เมือง/ราย	4	-	-	
3. โครงการส่งเสริมการส่งออกสินค้าดนตรีสู่ต่างประเทศ (Music Exchange)	ตัวชี้วัด	สำนักอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์				17.8108	6.4919
	1. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล		เครือข่าย	10	35		

โครงการ / กิจกรรม	ตัวชี้วัด / ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด			งบประมาณ	
			หน่วยนับ	แผน	ผล	แผน	ผลการใช้จ่าย
4. โครงการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ย่านถนนหนังสือ	2. จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์กลุ่มดนตรีที่ได้รับการสนับสนุนจาก สศส. สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เกิดโอกาสทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศ หรือได้รับรางวัลระดับนานาชาติ	สำนักภาคกลางและกรุงเทพมหานคร	ราย	40	63		
	ตัวชี้วัด					4.1422	4.1420
	1. ฐานข้อมูลดิจิทัลรวบรวมข้อมูลย่านสร้างสรรค์หนังสือ		ฐานข้อมูล	3	-		
	2. ผู้เข้าร่วมอบรม/พัฒนาทักษะบุคลากรในระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์หนังสือ และนิเวศอุตสาหกรรมหนังสือ		คน	200	-		
	3. จำนวนกิจกรรม/โครงการส่งเสริมการขับเคลื่อนย่านสร้างสรรค์หนังสือ		ครั้ง	6	1		
	4. จำนวนพื้นที่ที่ได้รับการปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อส่งเสริมการใช้พื้นที่ย่านสร้างสรรค์หนังสือ		พื้นที่	3	3		
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล						2.5510	2.4741
1. โครงการยกระดับเทคโนโลยีสารสนเทศ	ตัวชี้วัด	ฝ่ายบริหารโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและกายภาพ				2.5510	2.4741
	1. หน่วยงานมีเครื่องมือการทำงานเป็นรูปแบบคลาวด์ (เฉลี่ยทุกไตรมาส)		เครื่องมือ	9	5	-	

หมายเหตุ : ระยะเวลาในการดำเนินงานของทุกโครงการ เริ่มต้นตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2568 – 30 กันยายน 2569

รายละเอียดโครงการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569



สามารถดาวน์โหลดจาก QR CODE เพื่อดูรายละเอียดโครงการประจำปีงบประมาณ 2569

