แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(องค์การมหาชน)

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร *3*
คำนำ *0*
บทที่ 1 แนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี *1*
บทที่ 2 บทบาทและภารกิจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) *8*
บทที่ 3 ความสอดคล่องกับนโยบายรัฐบาล และแผน 3 ระดับ *10*
3.1 นโยบายรัฐบาล 10
3.2 แผน 3 ระดับ 10
1) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 13
2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 19
1) แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570) 24
2) ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2569 25
3) ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566-2570 28
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร *29*
3.1 ความเชื่อมโยงบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับบริบทสังคมไทย 29
3.2 ดัชนีชี้วัดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้าสรรค์ 31
3.3 ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 – 2565 33
3.4 บทวิเคราะห์แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมส่งผลกระทบสูงต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Mega Trend) 42
3.4.1 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ด้านการเมือง กฎหมาย กฎระเบียบ 42
3.4.2 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ 43
3.4.3 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ด้านสังคม 44
3.4.4 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี 45
3.4.5 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ด้านสิ่งแวดล้อม 47
3.5 บทวิเคราะห์แนวทางการดำเนินการในอนาคตด้วย Creative Industries Foresight 48
3.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร 49
4. สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) *50*
4.1 วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์การจัดตั้ง 50
4.2 ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัด 51
4.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม ปี 2566 - 2570 62
4.4 กำกับ ติดตาม และประเมินผล 62

บทสรุปผู้บริหาร

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ได้รับการจัดตั้งในปี 2561 โดยมีเป้าหมายเพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยไปสู่สมดุลและเกิดความยั่งยืนในระยะยาว ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ผ่านการพัฒนาผู้ประกอบและกำลังแรงงาน การสร้างนิเวศที่เหมาะสม และสนับสนุนบุคลากรสร้างสรรค์ให้เกิดการเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาวัฒนธรรมและภาคการผลิตจริงซึ่งเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป

สศส. ได้จัดทำ **แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570 ขึ้น** โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยสนับสนุนเพื่อให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันเข้าสู่ตลาดโลก การส่งเสริมและสนับสนุนกลไกการพัฒนาพื้นที่ไปสู่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน รวมถึงการเป็นศูนย์กลางข้อมูล สถิติ ดัชนีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ โดยมีสาระสำคัญของแผนฯ ดังนี้

วิสัยทัศน์ เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทยสู่เวทีโลก

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์
2. พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย
3. พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล
4. พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น
3. ทุนวัฒนธรรมได้รับการต่อยอดพัฒนาในเชิงพาณิชย์
4. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น
5. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายมีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น
6. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้ เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น
7. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
8. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
9. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น
10. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง
11. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย
1. ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น 3. ทุนวัฒนธรรม ได้รับการต่อยอดพัฒนาในเชิงพาณิชย์	1.ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพเมืองขับเคลื่อนการนำร่องการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน 2.ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือในการติดตามข้อมูล และเพิ่มปริมาณนวัตกรเมืองสร้างสรรค์ในท้องถิ่น 3.ส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมหรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่น สู่สินค้าและบริการ 4.เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ในและต่างประเทศ	1. จำนวนจังหวัดที่บรรจุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการระดับจังหวัด/ท้องถิ่น 2. รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของย่าน 3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์
2. พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	1. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น 2. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายมีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น 3. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น	1.พัฒนาโมเดลธุรกิจ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการลดข้อจำกัดทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2.กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (เงินลงทุน, การปกป้องสิทธิ) 3.ยกระดับเครือข่าย สถาบันการศึกษาในการพัฒนา เตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์ 4.ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	1. ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ 2. ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น 3. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น 4. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาค
3. พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่เพื่อการแข่งขันในระดับสากล	1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น 2. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1. ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี 2. เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม 3. ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ 4. เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กร หน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวิภาคีและพหุภาคี	1. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล 2. ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน
4. พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์	1. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น 2. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชน เป็นศูนย์กลาง 3. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์	1. พัฒนาบุคลากรขีดสมรรถนะสูงและมีทักษะอนาคตเท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลง 2. กระจายอำนาจการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล 3. พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลโดยเชื่อมโยงกับระบบรัฐบาลดิจิทัล และยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง	1. จำนวนกระบวนงาน/ระบบงาน/นวัตกรรม ที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร 2. การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data) 3. ระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรในการแสดงออกเสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์

คำนำ

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 กำหนดให้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งเป็นไปโดยสอดคล้องกับการกำหนดนิยามของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งหมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566 – 2570 ขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางดำเนินการที่ตอบสนองต่อบทบาทภารกิจที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งฯ และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ที่กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการโดยจัดทำเป็นแผนห้าปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ (พ.ศ. 2564-2565) ของสำนักงาน ก.พ.ร. ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อให้ส่วนราชการ จังหวัด และองค์การมหาชน ใช่เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาหน่วยงาน ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อบูรณาการการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายการพัฒนาระบบราชการที่มุ่งเน้นให้ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและฐานข้อมูล (Data Driven) และนำนวัตกรรมมาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารงานภาครัฐ (Innovation Driven) อันจะส่งผลให้ภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ประชาชนได้รับการบริการภาครัฐที่ตรงตามความตองการ และมีความเชื่อมั่นในภาครัฐ (Public Trust)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

กันยายน 2565

บทที่ 1 แนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี

1.1 ขั้นตอนและแนวทางการจัดทำแผนฯ

ขั้นตอนและแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) มีดังนี้

1. **Preparation** เป็นการรวบรวมและศึกษาข้อมูลขององค์กร ได้แก่ ผลการดำเนินงานในอดีต ทั้งในส่วนของ แผนปฏิบัติการของ สศส. ตัวชี้วัดตามแบบประเมินของสำนักงาน ก.พ.ร. ความสำเร็จระดับผลลัพธ์ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ ผลการประเมินความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ รวมถึงข้อมูลการบริหารงานภายในของ สศส. ได้แก่ การบริหารทรัพยากรบุคคล ประสิทธิภาพของระบบงาน กระบวนงาน และการบริหารงานเครือข่าย
2. **Analysis** เป็นการ วิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของ สศส. ในปัจจุบัน (As is) จัดทำเป็นการประเมินจุดแข็งจุดอ่อน (SWOT) การวิเคราะห์ร่วมกับการประเมินสภาพแวดล้อมการแข่งขันของ สศส. โดยคำนึงสภาพการณ์ ฉากทัศน์ที่อาจเกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นในอนาคต รวมถึงการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงสอดคล้องในคุณค่าผลลัพธ์ ผลผลิต ผ่านการวิเคราะห์ Value Proposition ระบุ Job to be done ของผู้รับบริการ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าและการบริหารทรัพยากรของ สศส. ระบบงาน และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน
3. **Decision-making** เป็นการนำผลการวิเคราะห์มากำหนดภาพเป้าหมายหลักในการพัฒนาองค์กรในอนาคต (To be) เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ แนวทางในการพัฒนาที่มุ่งไปสู่องค์กรตามที่คาดหวัง
4. **Implementation** เป็นการนำแผนปฏิบัติการที่ได้จัดทำขึ้นไปสู่การปฏิบัติ โดยระบุกิจกรรม โครงการ งบประมาณ เป้าหมายโครงการในแต่ละปีงบประมาณ ซึ่งมีส่วนเชื่อมโยงไปยังการกำหนดเป้าหมายด้านแผนงานนวัตกรรม การกำหนดกิจกรรมควบคุมผลกระทบทางลบ กำหนดขอบเขตความต้องการด้านการบริหารความเสี่ยง รวมถึงการกำหนดความต้องการด้านระบบงาน ด้านบุคลากร และด้านดิจิทัล

- **เครื่องมือในการวิเคราะห์และจัดทำแผนปฏิบัติการ**

SWOT	วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา อุปสรรค
PESTEL	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
5 Forces	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน
Value Proposition	วิเคราะห์คุณค่าส่งมอบ
Job to be Done	วิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ
Dual Transformation	วิเคราะห์ความเสี่ยงจากการถูก Disrupt และแนวทางโอกาสในการพัฒนา
Scenario Cone	วิเคราะห์ โอกาส ความเปลี่ยนแปลงในฉากทัศน์แห่งอนาคตขององค์กร

Strategy Clock for Positioning	วิเคราะห์โอกาสทางยุทธศาสตร์
Business Model Portfolio	วิเคราะห์โอกาสในการขยายผลหรือการก่อเกิดนวัตกรรมของ ผลลัพธ์สำคัญ โครงการสำคัญ ยุทธศาสตร์สำคัญขององค์กร

1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 แนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์ ก่อนยุค Disruption

The ABCs of Strategic Planning, Bryson & Alston, 2004

ในอดีตเครื่องมือในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์มีหลักการสำคัญ คือ การกำหนดเป้าหมายที่มีความชัดเจน กำหนดสถานะเป้าหมายที่ต้องการ (Where You Want to Be) โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ซึ่งจะขยายความอธิบายได้ถึง ลักษณะโครงสร้างองค์กรที่จำเป็น ระบบงานที่มีประสิทธิภาพควรเป็น ระบบการสื่อสาร ระบบงาน กิจกรรม ผลผลิตสำคัญที่มีความจำเป็น และสามารถอธิบายได้ถึงลักษณะของบุคลากรที่ควรเป็น ทักษะสำคัญที่จำเป็น รวมถึงงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมและโครงสร้างตามที่นิยามขึ้นมา

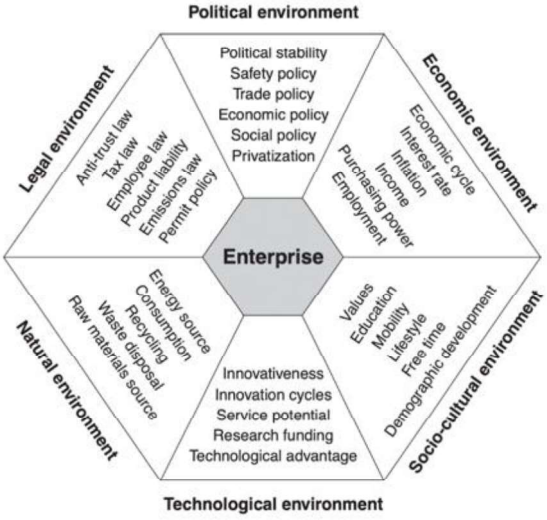
การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือแนวทางในการพัฒนาองค์กรพัฒนาไปสู่เป้าหมาย องค์กรควรต้องประเมินสถานะปัจจุบัน (As is – Where You Are) โดยเปรียบเทียบแนวทางการประเมินในลักษณะเดียวกับการนิยาม Where You Want to Be จากนั้นจึงนำความแตกต่างที่เกิดขึ้นมากำหนดแนวทางในการพัฒนา (How to Get There) เป็นจุดเริ่มต้นของการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานะขององค์กร ในส่วนของสภาพแวดล้อมการดำเนินงานภายในและภายนอกขององค์กร SWOT Analysis เป็นเครื่องมือค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสอุปสรรค ในการดำเนินงานขององค์กร และนำ TOWS Matrix มาใช้ประกอบการวิเคราะห์

TOWS Strategic Alternatives Matrix

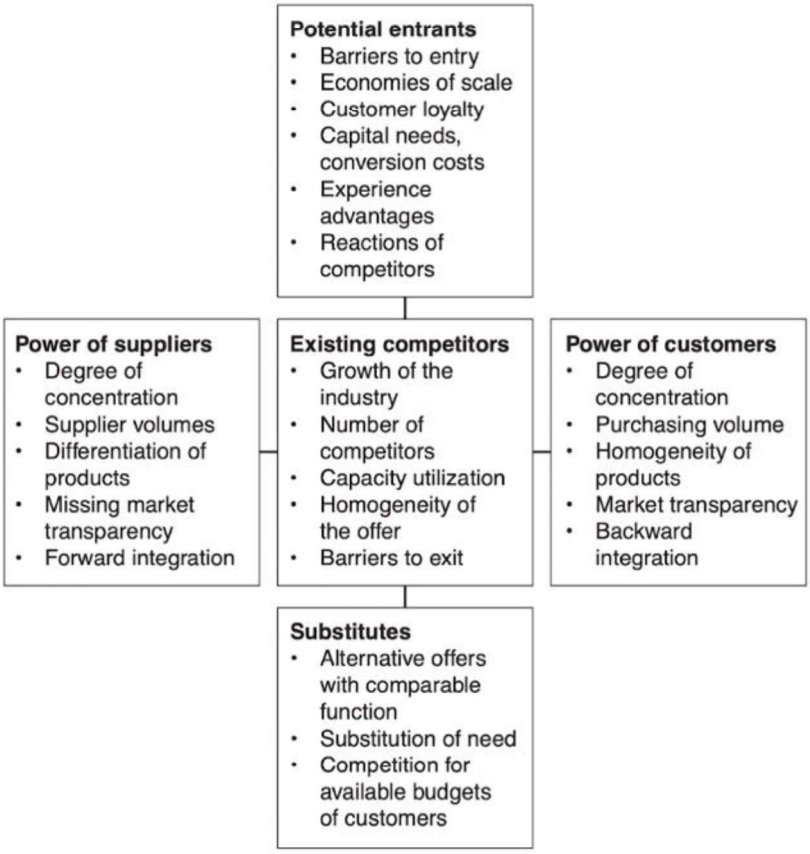
	External Opportunities (O) 1. 2. 3. 4.	**External Threats (T)** 1. 2. 3. 4.
Internal Strengths (S) 1. 2. 3. 4.	**SO** *"Maxi-Maxi" Strategy* Strategies that **use strengths** to **maximize opportunities.**	**ST** *"Maxi-Mini" Strategy* Strategies that **use strengths** to **minimize threats.**
Internal Weaknesses (W) 1. 2. 3. 4.	**WO** *"Mini-Maxi" Strategy* Strategies that **minimize weaknesses** by **taking advantage of opportunities.**	**WT** *"Mini-Mini" Strategy* Strategies that **minimize weaknesses** and **avoid threats.**

โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis หรือ TOWS Matrix มักวิเคราะห์โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกร่วมกับเครื่องมือ PESTEL Ananalysis ซึ่งเป็นการวิเคราะห์และตรวจสอบปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเข้ามากระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับองค์กร ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพิจารณาสำหรับการจัดทำแผนขององค์กร โดยพิจารณาว่าปัจจัยภายนอกที่ได้จาก PESTEL นั้น เป็นอุปสรรคหรือโอกาสสำหรับองค์กร



Pestel analysis, J.Aguilar, 1967

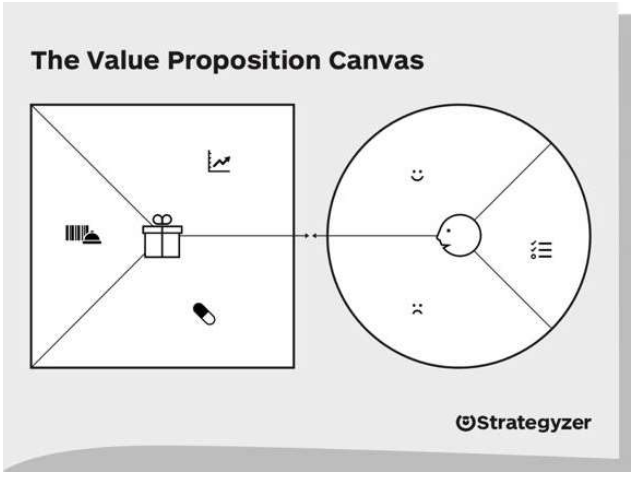
ทั้งนี้ ในการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมการแข่งขัน การดำเนินงานภายใต้ความกดดันในสถานการณ์จริง ได้นำเครื่องมือการวิเคราะห์การกดดัน การแข่งขันจากปัจจัยภายนอก โดยกำหนดเป็นแรงกดดันภายนอกที่เรียกว่า 5 FORCES โดย 5 forces model ดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรที่เป็นแนวคิดพื้นฐานของการประเมินว่ามีการแข่งขันกันรุนแรงมากน้อยแค่ไหน คู่แข่งมีศักยภาพเหนือกว่าในด้านไหนบ้าง และควรพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้นได้อย่างไร ในยุคปัจจุบันปัจจัยที่เข้ามามีบทบาทต่อการแข่งขันคือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามาขับเคลื่อนให้การแข่งขันกันมีความเข้มข้นมากขึ้น เพื่อให้องค์กรรอดพ้นจากการถูก Disrupt จากคู่แข่งที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาแข่งขัน ช่วยให้องค์กรสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ในยุคดิจิทัล



5 Forces Model, Porter, 1983

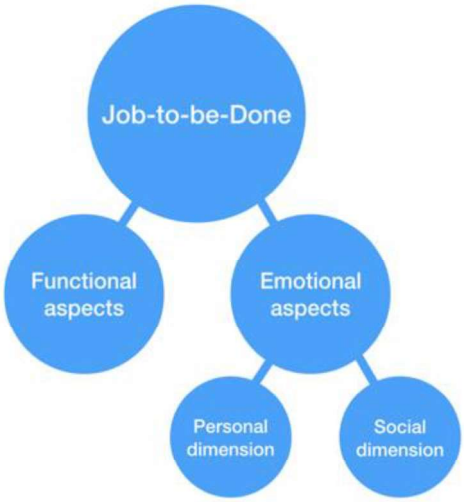
1.2.2 แนวคิดด้านยุทธศาสตร์ ยุค Disruption

1) การออกแบบคุณค่า (Value Proposition Design) ในยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงสูงและเทคโนโลยีพัฒนาอย่างก้าวกระโดด จึงเกิด Disruption แนวคิดในการพัฒนาองค์กร โดยในการจัดทำยุทธศาสตร์ได้เพิ่มความละเอียดในแนวคิดการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับบริการและผู้แข่งขันมากยิ่งขึ้น โดยมีเครื่องมือที่สำคัญ คือ Value Proposition Canvas (VPC) VPC เป็นเครื่องมือแนว design thinking ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบหรือปรับปรุงภารกิจหรืองานบริการให้สอดรับกับความต้องการและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการได้จริง



Value Proposition Canvas, Osterwalder et al., 2014

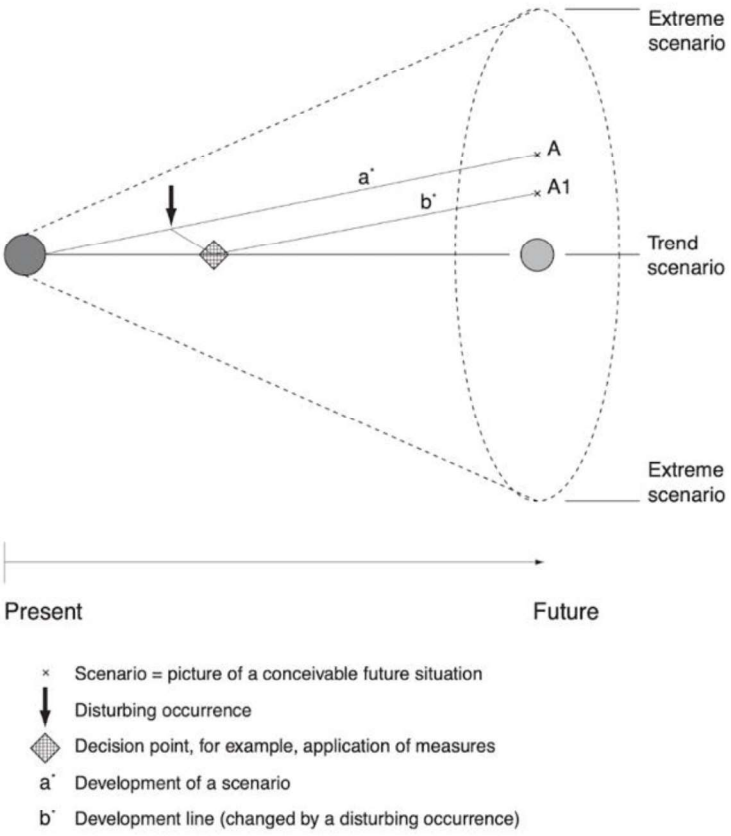
การออกแบบคุณค่า (Value Proposition Design) ควรนำ Jobs to Be Done ไปใช้ร่วมด้วย โดย Jobs to Be Done มีแนวคิดหลักว่าลูกค้าหรือผู้รับบริการจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการ ไม่ได้ต้องการสินค้าหรือบริการนั้น ๆ แต่ต้องการให้ “งาน” ของตนสำเร็จลุล่วง ดังนั้น องค์กรควรต้องเข้าใจว่า Jobs to Be Done ของผู้รับบริการคืออะไรและเป็นงานด้านใดบ้าง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ งานตามหน้าที่ (Functional Job) งานด้านสังคม (Social Job) และงานด้านอารมณ์ (Emotional Job) ดังนั้น Jobs to Be Done จึงช่วยให้สามารถวิเคราะห์และอธิบายความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งในมิติของความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมโครงการสำคัญขององค์กร



The Theory of Jobs To Be Done & Compete Against Luck, Christensen, 2016

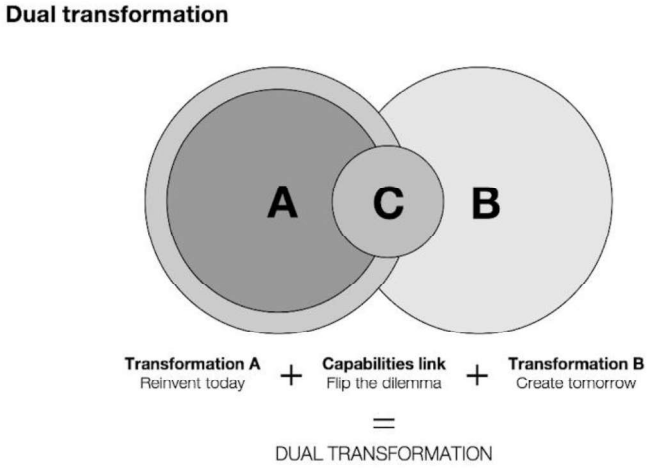
2) การวิเคราะห์ความท้าทายของความเปลี่ยนแปลงในอนาคต

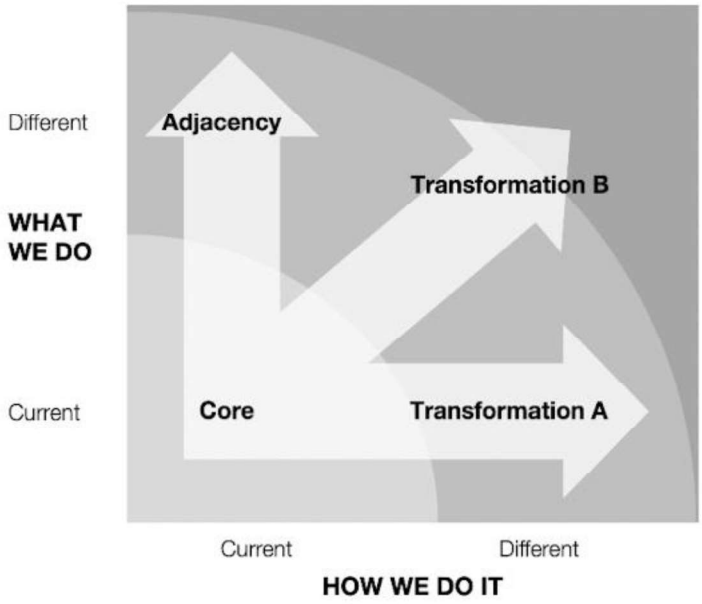
ในการวิเคราะห์เพื่อฉายภาพอนาคตขององค์กรสามารถใช้เครื่องมือการคาดการณ์อนาคตเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Foresight) ซึ่ง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการคาดการณ์และสร้างภาพอนาคตที่มีโอกาสเกิดขึ้นในระยะกลางและระยะยาวในระดับโลก ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และในประเด็นสำคัญ (Key Agendas) Strategic Foresight จึงเป็นกระบวนการเพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็นสำคัญ (Agenda Setting) รวมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่ควรดำเนินการ (Priority Setting) สำหรับนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นกรอบ (Framework) ในการจัดทำแผนการดำเนินงานขององค์กรต่อไป โดยมีกระบวนการหลัก คือ การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มของโลกและไทย (Horizon Scanning) การสร้างภาพอนาคตและในประเด็นสำคัญ (Scenario Building) โดยเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการวิเคราะห์กรอบอนาคตประเภทต่าง ๆ คือ Scenario Cone



Scenario Cone, Geschka and Hammer, 1999

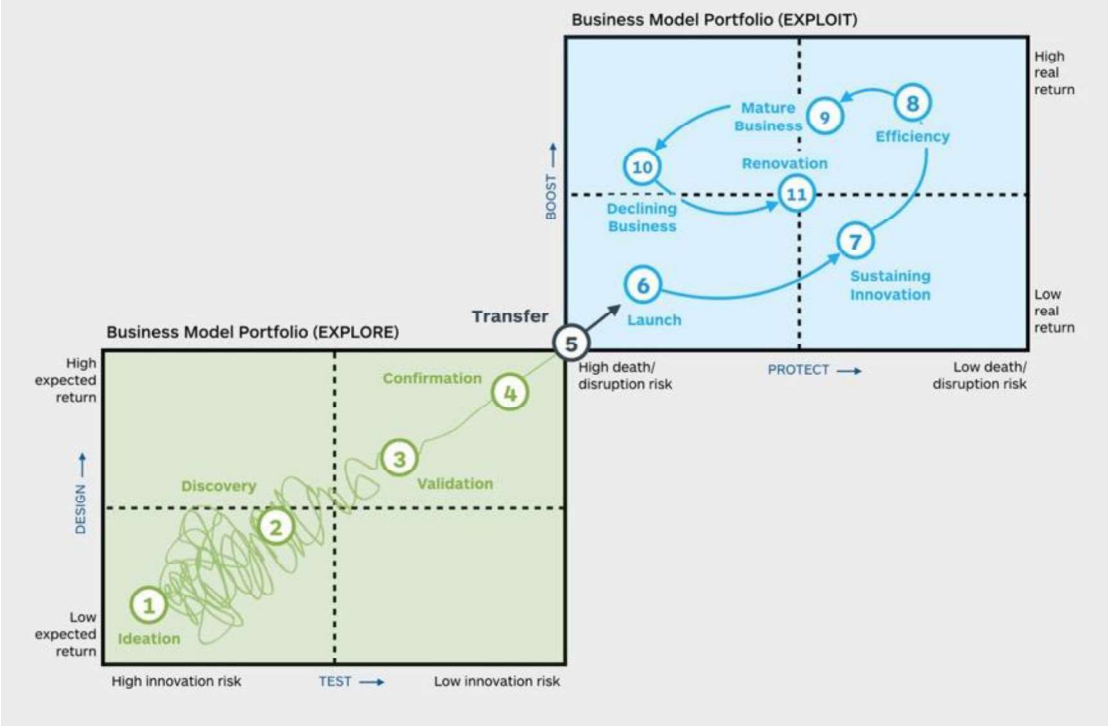
จากความท้าทายของความเปลี่ยนแปลงในอนาคต เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของโอกาส และท้าทาย หลังจากเกิดการ Disruption พบว่าเครื่องมือวิเคราะห์แนวทาง ทิศทาง ขององค์กร ที่เหมาะสม ได้แก่ Dual Transformation และ Business Model Portfolio โดยชุดความคิดของ Dual Transformation ตั้งบนพื้นฐานที่ว่า หลังเกิดการ Disruption (หรืออยู่ระหว่างเกิด) องค์กรที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ สามารถพิจารณาเปลี่ยนแปลง Transformation ของงาน สินค้า/บริการ ยุทธศาสตร์ขององค์กรในสองทิศทาง คือ Transformation A ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงจากปัจจุบันเป็นจุดตั้งต้น และ Transformation B ที่มองไปยังอนาคตใหม่ โดยมีจุดเชื่อมโยงคือ Capabilities link (C)





Dual Transformation/ Clark Gilbert, Mark W. Johnson, and Scott D. Anthony, 2017

ทั้งนี้ ชุดความคิดเรื่อง Dual Transformation แบ่งการ Transformation หรือ การพัฒนายุทธศาสตร์อนาคตให้กับองค์กรเป็นสองแนวนั้นสอดคล้องกับแนวคิด Business Model Portfolio ของ Strategyzer ที่กำหนดนิยามของ Business Model หรือแนวทางการดำเนินภารกิจองค์กร ไว้สองแบบ คือ แนวทางที่อยู่ในช่วง Explore และแนวทางที่ในช่วง Exploit ที่ย่อมมีการพัฒนาและมีการวัดผลที่แตกต่างกัน



Business Model Portfolio Map, Invincible Company/ Strategyzer, 2019

บทที่ 2 บทบาทและภารกิจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่ผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสังคม โดยใช้ความสร้างสรรค์และความรู้เป็นฐาน และมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตของประเทศ ซึ่งในหลาย ๆ ประเทศได้นำ Creative Economy และ Digital Economy มาใช้เป็นกลไกร่วมกันในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างกันภายในระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางใหม่สำหรับประเทศที่ต้องการให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด (Competitive Growth)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาวให้กับประเทศไทย ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย โดยเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ได้กำหนดนิยาม “**เศรษฐกิจสร้างสรรค์** คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรคบ์นฐานขององค์ความรู้ทรัพย์สินทางปัญญาและการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิต สินค้า และบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่า ทางสังคม”

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งฯ กำหนดให้สำนักงานฯ มีวัตถุประสงค์การจัดตั้ง ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา
3. ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น
4. พัฒนาผู้ประกอบการ และส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ
5. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม
6. ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นระบบนิเวศที่ประกอบด้วยอาชีพที่หลากหลาย โดดเด่นด้วยการสร้างความมั่งคั่งและงานผ่านความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลที่ขับเคลื่อนการสร้างและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา คือ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ลำดับที่ 13 – 15 เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง)

บทที่ 3 ความสอดคลองกับนโยบายรัฐบาล และแผน 3 ระดับ

3.1 นโยบายรัฐบาล

นโยบายรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2562 โดยรัฐบาลได้กำหนดแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 3 การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม โดยส่งเสริมวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เพื่อกระตุ้นกระแสนิยมวัฒนธรรมไทย **พัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมอย่างเหมาะสม**

ประเด็นที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยเฉพาะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ อาทิ เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจวัฒนธรรม** พร้อมทั้งปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยุคใหม่สามารถพัฒนาแอปพลิเคชัน นวัตกรรม สินค้าและบริการที่หลากหลาย ตลอดจนสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม

3.2 แผน 3 ระดับ

ความเชื่อมโยงของแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) กับแผน 3 ระดับ ตามนัยของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 เป็นดังนี้

แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580)

1) ยุทธศาสตร์ชาติ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (หลัก)

(1) เป้าหมาย

1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
2) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

ตัวชี้วัด

1) รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้
2) ผลิตภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน
3) การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา
4) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นประเด็นที่ 1 การเกษตรสร้างมูลค่า เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้าง

รายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น

1.1 เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง พร้อมทั้งส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีในการพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ

1.4 เกษตรแปรรูป ปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งนวัตกรรมจากภูมิปัญญาในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร สนับสนุนการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการสร้างสรรค์ บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ เพื่อป้องกันการปลอมปน การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย การติดตามผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่ง รวมถึงยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้แก่สินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างแบรนด์

<u>ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว</u> มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดรับกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่

3.1 ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ มีการคุ้มครองและปกป้องด้านทรัพย์สินทางปัญญา และส่งเสริมให้ก้าวสู่เมืองที่ได้รับการยอมรับในเวทีสากล

3.3 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย โดยยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการ ด้านการส่งเสริมสุขาพและการเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์การให้บริการตามแบบความเป็นไทยที่โดดเด่นในระดับสากล โดยผสานองค์ความรู้จากเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่เข้ากับองค์ความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย

<u>ประเด็นที่ 4 โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก</u> โดยครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐาน ทางเศรษฐกิจ

4.3 เพิ่มพื้นที่เมืองและเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมการพัฒนาในเชิงพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาเมือง ซึ่งครอบคลุมประเด็นการส่งเสริมและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้เมืองเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดึงดูดการลงทุนใหม่ โดยการส่งเสริมให้เมืองเป็นเจ้าภาพจัดเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมระดับสากล โดยให้ความสำคัญกับการใช้มหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาค และสถาบันการศึกษาท้องถิ่น ขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาค

<u>ประเด็นที่ 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่</u> สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือ

วิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน

5.1 สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ โดยการสร้างและพัฒนาทักษะองค์ความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง ส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรมในอนาคต

5.3 สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศตามศักยภาพการประกอบการ โดยสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการผลิต โดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง

5.4 สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล ให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนธุรกิจ โดยการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและฐานข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อต่อยอดธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างและพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐให้มีมาตรฐาน รวมถึงฐานข้อมูลองค์ความรู้วิจัยและนวัตกรรม

2) ยุทธศาสตร์ชาติ 6 การปรับสมดุลและการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ (รอง)

(1) เป้าหมาย

1) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
2) ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
3) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
4) กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

ตัวชี้วัด

1) ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ
2) ประสิทธิภาพของการบริการภาครัฐ
3) ระดับความโปร่งใส
4) การทุจริต ประพฤติมิชอบและ
5) ความเสมอภาคในกระบวนการยุติธรรม

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นประเด็นที่ 1 ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น

1.1 การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากลและเป็นระดับแนวหน้าของภูมิภาค

1.2 ภาครัฐมีความเชื่อมโยงในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้

ประเด็นที่ 2 ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่

2.1 ให้ยุทธศาสตร์ชาติเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

2.3 ระบบติดตามประเมินผลที่สะท้อนการบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติในทุกระดับ

ประเด็นที่ 3 ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

3.2 ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

3.3 ส่งเสริมการกระจายอำนาจและสนับสนุนบทบาทชุมชนท้องถิ่นให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีสมรรถนะสูง ตั้งอยู่บนหลักธรรมาภิบาล

ประเด็นที่ 4 ภาครัฐมีความทันสมัยทันการเปลี่ยนแปลงและมีขีดสมรรถนะสูง

4.2 พัฒนาและปรับระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ทันสมัย โดยมีการกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการที่ตั้งอยู่บนข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีความโปร่งใส ยืดหยุ่นและคล่องตัวสูง นำนวัตกรรม เทคโนโลยี ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทางานที่เป็นดิจิทัล มาใช้ในการบริหารและการตัดสินใจรวมทั้งนำองค์ความรู้ ในแบบสหสาขาวิชาเข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างคุณค่าและแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศในการตอบสนองกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันเวลา พร้อมทั้งมีการจัดการความรู้และถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาภาครัฐให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ประเด็นที่ 5 บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสานึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ

5.1 ภาครัฐมีการบริหารกำลังคนที่มีความคล่องตัว ยึดระบบคุณธรรม

5.2 บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทางานเพื่อประชาชน มีคุณธรรม และมีการพัฒนาตามเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ

ประเด็นที่ 6 ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

6.2 บุคลากรภาครัฐยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต

แผนระดับที่ 2

1) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(1) ประเด็น 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ (หลัก)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัด สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่น้อยกว่า 40

(1.2) แผนย่อย การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

เป้าหมาย 1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่น้อยกว่า 15

เป้าหมาย 2. ความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลดีขึ้น

ตัวชี้วัด ความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล (อันดับ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่เกิน 30

(1.3) แผนย่อย การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

เป้าหมาย 1. มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด การขยายตัวของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ต่อปี)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 1 เท่า

เป้าหมาย 2. ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

ตัวชี้วัด ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ (อันดับ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่เกิน 5

เป้าหมาย 3. การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด สัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกรวมของประเทศ (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่น้อยกว่า 20

(1.4) แผนย่อยการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม

เป้าหมาย 1. อันดับนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจและผู้ประกอบการด้านการสนับสนุนและความสอดคล้องของนโยบายดีขึ้น

ตัวชี้วัด ประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ (1) จำนวนวันที่ต้องใช้ติดต่อกับหน่วยงานราชการเพื่อจัดตั้งธุรกิจ (อันดับ ภายในปี 2570) (2) กระบวนการในการจัดตั้งธุรกิจ (อันดับ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566–2570 (1) ไม่เกิน 17 22) ไม่เกิน 20

(2) ประเด็น 5 การท่องเที่ยว (รอง)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 25

เป้าหมาย 2. รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรองสูงกว่าอัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมของประเทศ (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 5

(1.2) แผนย่อย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

เป้าหมาย 1. รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (ร้อยละต่อปี)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 12

เป้าหมาย 2. เมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด จำนวนเมืองและชุมชนเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล (เมือง/ชุมชน ภายในปี2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 15

เป้าหมาย 3. สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมได้รับการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวของจำนวนสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ

วัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (ร้อยละต่อปี)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 7

(3) ประเด็น 6 พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ (รอง)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิดศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม ในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อกระจายความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

ตัวชี้วัด อัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเฉลี่ยของเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 3.6

เป้าหมาย 2. ประเทศไทยมีพื้นที่ที่มีแผนผังภูมินิเวศเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาเมืองน่าอยู่ ชนบท มั่นคง เกษตรยั่งยืน และอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ รวมทั้งผังพื้นที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งโบราณคดี

ตัวชี้วัด แผนผังภูมินิเวศระดับภาค (ผัง ภายในปี 2570/2575/2580)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1

(1.2) แผนย่อย การพัฒนาเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

เป้าหมาย 1. เมืองในพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาเพื่อกระจายความเจริญและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

ตัวชี้วัด จำนวนเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นเมืองอัจฉริยะ(จำนวนเมืองสะสม)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 105

(1.3) แผนย่อย การพัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ที่มีการบริหารจัดการตามแผนผังภูมินิเวศอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย 1. ความยั่งยืนทางภูมินิเวศ ภูมิสังคม และภูมิวัฒนธรรม

ตัวชี้วัด พื้นที่ที่มีแผนผังภูมินิเวศ (ผัง/ภาคภายในปี 2570/2575/2580)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 6/1

(4) ประเด็น 2 การต่างประเทศ

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. การต่างประเทศไทยมีเอกภาพ ทำให้ประเทศไทยมีวามมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มีมาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในประชาคมโลก

ตัวชี้วัด คะแนนตัวชี้วัดการต่างประเทศไทย (คะแนนต่อปี)

**แนวทางการพัฒนาหลัก คือ ส่งเสริมเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ศิลปะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมไปถึงองค์ความรู้และงานสร้างสรรค์ของไทย เพื่อมุ่งสร้างความนิยมไทยในต่างประเทศ และสร้างมูลค่าให้แก่แบรนด์ประเทศไทย และเสริมสร้างอำนาจแบบนุ่มนวลของไทยอย่างเป็นระบบ –Soft Power*

(5) ประเด็น 3 การเกษตร

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. สินค้าเกษตรชีวภาพมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวของมูลค่าของสินค้าชีวภาพ (เฉลี่ยร้อยละ)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 15

** ประเด็นย่อยคือ มูลค่าของสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น*

(6) ประเด็น 11 การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต (รอง)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. คนไทยทุกช่วงวัยมีคุณภาพเพิ่มขึ้น ได้รับการพัฒนาอย่างสมดุลทั้งด้านร่างกาย สติปัญญาและคุณธรรม จริยธรรม เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะในศตวรรษที่ 21 รักการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

ตัวชี้วัด ดัชนีการพัฒนามนุษย์(คะแนน ภายในปี 2570/2575/2580)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 0.82

(7) ประเด็น 20 การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ (รอง)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัด ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ (ร้อยละ ภายในปี 2570/2575/2580)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 90

(8) ประเด็น 23 การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม (รอง)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

เป้าหมาย 1. ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของประเทศเพิ่มสูงขึ้น

ตัวชี้วัด ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ (อันดับ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่เกิน 30

เป้าหมาย 2. มูลค่าการลงทุนวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด สัดส่วนมูลค่าการลงทุนวิจัย พัฒนา และนวัตกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ร้อยละภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 1.7

(1.2) แผนย่อยการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ด้านเศรษฐกิจ

เป้าหมาย 1. ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นจากการวิจัยและนวัตกรรมส่งผลให้เกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน

ตัวชี้วัด การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน (ร้อยละ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 30

เป้าหมาย 2. วิสาหกิจในกลุ่มเป้าหมายด้านเศรษฐกิจที่มีนวัตกรรมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด ความสามารถด้านนวัตกรรม (อันดับ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 - 2570 ไม่เกิน 40

(1.3) แผนย่อยการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ด้านสังคม

เป้าหมาย 1. คุณภาพชีวิต ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และความเสมอภาคทางสังคมได้รับการยกระดับเพิ่มขึ้นจากผลการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเชิงสังคม

ตัวชี้วัด งบประมาณสนับสนุนงานวิจัยเชิงสังคม (ล้านบาทต่อปี)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่น้อยกว่า 4,500

(1.4) แผนย่อย การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ด้านองค์ความรู้พื้นฐาน

เป้าหมาย 1. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านนวัตกรรมและทคโนโลยีขั้นสูงทัดเทียมประเทศที่ก้าวหน้าในเอเชีย

ตัวชี้วัด สัดส่วนมูลค่าการส่งออกเทคโนโลยีขั้นสูงของไทยต่อค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศในเอเชีย 6 อันดับแรก (ร้อยละ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่น้อยกว่า 19

(1.5) แผนย่อย ด้านปัจจัยสนับสนุนในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

เป้าหมาย 1. จำนวนโครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของดัชนีความสามารถด้านนวัตกรรม (อันดับ ภายในปี 2570)

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 ไม่เกิน 50

เป้าหมาย 2. สัดส่วนการลงทุนวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนต่อภาครัฐเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด สัดส่วนการลงทุนวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนต่อภาครัฐ

ค่าเป้าหมาย เป้าหมายปี 2566 – 2570 สัดส่วน 75:25

2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

เป้าหมายการพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13

2.1) เป้าหมายหลัก

การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญ ผ่านการผลักดันส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม

2.2) เป้าหมายรอง

การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ มุ่งพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับโลกยุคใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม และเร่งรัดการเตรียมพร้อมกำลังคนให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และเอื้อต่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ภาคการผลิตและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพและผลิตภาพสูงขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างหลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมที่สามารถส่งเสริมความมั่นคงในชีวิต

หมุดหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ตามลำดับหมุดหมาย) มีดังนี้ โดยมีหมุดหมายการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

หมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

เป้าหมายและตัวชี้วัด

เป้าหมายที่ 1 การท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพอื่น

ตัวชี้วัดที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีค่าใช้จ่ายต่อวันเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 1.2 อันดับดัชนีชีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวดีขึ้น โดยมีอันดับรวมไม่เกินอันดับที่ 25 ด้านความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัยไม่เกินอันดับที่ 50 ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมไม่เกินอันดับที่ 50 ด้านสุขภาพและสุขอนามัยไม่เกินอันดับที่ 50 และด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ไม่เกินอันดับที่ 25

ตัวชี้วัดที่ 1.3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.05 คะแนนต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางซ้ำ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี

กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการการท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง

กลยุทธ์ย่อยที่ 1.1 พัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดีมีความสุข ในแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ ฉบับปรับปรุง สนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ ชีวภาพ และวัฒนธรรม รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์และนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าและบริการสำหรับการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ และยังสามารถสร้างประสบการณ์และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว

หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้

เป้าหมายและตัวชี้วัด

เป้าหมายที่ 2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่

ตัวชี้วัดที่ 2.1 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40 และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ในปี 2570

กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

กลยุทธ์ย่อย 4.1 เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจโดยเฉพาะความรู้และทักษะของเยาวชนและผู้ประกอบการด้านดิจิทัล การเงิน การตลาดยุคใหม่ การเข้าถึงตลาดส่งออก รูปแบบธุรกิจต่าง ๆ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม รวมทั้งทักษะ

เชิงลึกตามความต้องการเฉพาะด้านของสาขาและประเภทธุรกิจ ตลอดจนเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถรับมือกับสภาพการแข่งขันของตลาดยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง รวมถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

หมุดหมายที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายและตัวชี้วัด

เป้าหมายที่ 3 การพัฒนาเมืองให้มีความน่าอยู่ อย่างยั่งยืนมีความพร้อมในการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างทั่วถึง

ตัวชี้วัดที่ 3.1 เมืองอัจฉริยะมีจำนวนเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 4 เมือง ตามเป้าหมายในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2680 ประเด็น 6 พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

ตัวชี้วัดที่ 3.2 เมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนมีจำนวนมากขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก

กลยุทธ์ย่อยที่ 1.2 สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน สร้างเสริมองค์ความรู้ให้กับชุมชนจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความปลอดภัย โดยใช้งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลเพื่อการวางแผนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมกลไกความร่วมมือภาครัฐ เอกชน ประชาชน และประชาสังคมเพื่อการพัฒนาพื้นที่และเมือง

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.1 สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่และเมืองด้วยความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ โดยส่งเสริมการพัฒนาเมืองด้วยรูปแบบต่าง ๆ อาทิ กฎบัตรการพัฒนาเมือง บริษัทพัฒนาเมือง ด้วยการศึกษาความเหมาะสมในการยกระดับกลไกขับเคลื่อนกฎบัตรการพัฒนาเมืองให้เกิดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน การถอดบทเรียนจากพื้นที่ซึ่งประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.2 พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการพัฒนาพื้นที่และเมืองร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน โดยปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคีการพัฒนา สนับสนุนการเปิดเผยและแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ ระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาพื้นที่และเมือง ส่งเสริมการศึกษาวิจัยนวัตกรรม การรวบรวมและประมวลผลข้อมูลสารสนเทศที่เข้าถึงได้โดยสาธารณะเพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการพื้นที่และเมือง เช่น ระบบจัดเก็บและบริหารข้อมูลเมือง ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงบประมาณโครงการพัฒนาระดับพื้นที่ และการพัฒนาทักษะดิจิทัล เป็นต้น

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.3 ส่งเสริมการพัฒนาเมืองอัจฉริยะที่พร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงและภัยพิบัติ รวมทั้งตอบสนองความต้องการของประชาชนทุกกลุ่มในพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองอัจฉริยะที่คำนึงถึงคุณค่าดั้งเดิมของชุมชนตามเป้าหมายในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ด้วยความร่วมมือจากภาคเอกชน ประชาชน และประชาสังคมในพื้นที่ ในการประเมินความพร้อม

ด้านดิจิทัลของเมืองและเสริมสร้างความสามารถเมืองที่มีศักยภาพให้พร้อมยกระดับเป็นเมืองอัจฉริยะ ด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลที่เหมาะสม ออกแบบกลไกภาคประชาชนเพื่อร่วมวางแผนการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการบริหารจัดการเมืองอย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน โลจิสติกส์และดิจิทัลรองรับพื้นที่เศรษฐกิจหลักและเมือง

กลยุทธ์ย่อยที่ 3.2 พัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้มีคุณภาพ เพียงพอและปรับตัวได้ทันต่อความต้องการของอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายในพื้นที่ เพื่อรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมและบริการได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบุคลากรด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยว เกษตรและอุตสาหกรรมชีวภาพ และอุตสาหกรรมอนาคตที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูง โดยสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาสถาบันวิจัย ภาครัฐและเอกชน ในการผลิตบุคลากรด้านงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองการแก้ปัญหาและพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ ทั้งด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีคุณภาพสูงเทียบเท่าระดับสากล ตรงกับความต้องการของตลาด ควบคู่ไปกับพัฒนาวิสาหกิจทุกระดับในพื้นที่ให้มีความสามารถในการแข่งขันและเชื่อมต่อกับห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจภายนอก ยกระดับความสามารถเกษตรกร ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจเริ่มต้น สู่เกษตรกรอัจฉริยะ และวิสาหกิจเริ่มต้นด้านเทคโนโลยี ตลอดจนพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานรองรับบริการสร้างสรรค์

กลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างความเข้มแข็งในการบริหารจัดการพื้นที่และเมือง

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.1 เสริมสร้างสมรรถนะของท้องถิ่นทุกระดับให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการพื้นที่และเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมการวางแผนพัฒนาพื้นที่และเมืองในอนาคตให้น่าอยู่อย่างยั่งยืน ซึ่งกำหนดขอบเขตพื้นที่ตามแผนผังภูมินิเวศ ใช้ระบบข้อมูลและตัวชี้วัดในการประเมินความยั่งยืนของเมือง และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคีในพื้นที่ทุกขั้นตอน ผลักดันให้พื้นที่และเมืองจัดทำแผนการลงทุนที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเมืองที่จัดทำโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน อาทิ แผนพัฒนาเมืองในอนาคตให้น่าอยู่อย่างยั่งยืน กฎบัตรการพัฒนาเมือง เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เช่น แผนการลงทุนฟื้นฟูเศรษฐกิจของเมืองในพื้นที่เฉพาะหรือย่านที่มีเศรษฐกิจมูลค่าสูง

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.3 สร้างระบบตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการพัฒนาพื้นที่และเมือง ซึ่งมุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรมสร้างสรรค์การพัฒนาท้องถิ่น โดยสนับสนุนทุนวิจัย เพื่อประเมินผลการพัฒนาพื้นที่และเมือง ซึ่งเน้นเป้าหมาย ผลลัพธ์ และผลกระทบโดยเฉพาะโครงการที่มีความสำคัญในเชิงงบประมาณและความครอบคลุมของพื้นที่ สร้างการมีส่วนร่วมและการรับรู้ของประชาชนในกระบวนการประเมินผลการพัฒนาพื้นที่และเมือง เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อสร้างภาระรับผิดชอบของท้องถิ่นต่อประชาชนในพื้นที่

หมุดหมายที่ 12 ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

เป้าหมายและตัวชี้วัด

เป้าหมายที่ 2 กำลังคนมีสมรรถนะสูง สอดคล้องกับความต้องการของภาคการผลิตเป้าหมาย และสามารถสร้างงานอนาคต

ตัวชี้วัดที่ 2.1 ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของสภาเศรษฐกิจโลกด้านทักษะ คะแนนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อสิ้นสุดแผน

ตัวชี้วัดที่ 2.2 การจัดอันดับในด้านบุคลากรผู้มีความสามารถของสถาบันการจัดการนานาชาติ มีคะแนนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 2.3 จำนวนและมูลค่าของธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.1 พัฒนากำลังคนสมรรถนะสูง สอดคล้องกับความต้องการของภาคการผลิตเป้าหมาย และสามารถสร้างงานอนาคต โดยส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนบูรณาการและเชื่อมโยงความร่วมมือด้านการศึกษาฝึกอบรมและร่วมจัดการระบบการเรียนรู้ที่เป็นระบบเปิด และเข้าถึงง่าย รวมทั้งพัฒนาและยกระดับระบบรองรับ และสภาพแวดล้อมที่สามารถดึงดูดและเก็บรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง ตามโลกสมัยใหม่ที่ครอบคลุมทั้งความสามารถในงาน ทักษะในการใช้ชีวิต สมรรถนะดิจิทัลเพื่อการประกอบอาชีพ การมีแนวคิดของผู้ประกอบการ เพื่อการพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูงที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.3 สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะที่มีความสามารถในการสร้าง ออกแบบ และใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดกระบวนการผลิตและบริการ การจัดการและการตลาด โดยการสร้างและพัฒนาทักษะองค์ความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจยุคใหม่ โดยการสร้างความเชื่อใหม่ที่ส่งผลต่อการปรับพฤติกรรม ให้ตระหนักรู้ รับรู้องค์ความรู้ใหม่ ฝึกทักษะ สามารถนำไปวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจ และสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจได้ รวมถึงการสร้างชุมชน ผู้ประกอบการแบ่งปันการเรียนรู้และแรงบันดาลใจเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรม เพื่อต่อยอดสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมในอนาคต โดยการสร้างพื้นที่ให้ผู้ประกอบการได้แข่งขันทดลองความคิด ส่งเสริมการลงทุนสำหรับการสร้างนวัตกรรม การจับคู่ทางธุรกิจ รวมถึงสนับสนุนด้านเงินทุน

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กลยุทธ์ย่อยที่ 3.1 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยส่งเสริมให้ภาคส่วนต่าง ๆ สร้างและพัฒนาเมืองเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ และพื้นที่สร้างสรรค์ที่หลากหลาย ทั้งพื้นที่กายภาพ และพื้นที่เสมือนจริง โดยก าหนดมาตรการจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคเอกชนโดยเฉพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ สร้างพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และพื้นที่สร้างสรรค์ที่มีคุณภาพ

หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายและตัวชี้วัด

เป้าหมายที่ 1 การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ 1.1 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 1 การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น เชื่อมโยง เปิดกว้าง และมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.2 สร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ โดยเปิดเผยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ประชาชน องค์กร เครือข่าย และภาคีการพัฒนาต่าง ๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และตรวจสอบการด าเนินงานของหน่วยงานรัฐผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่หลากหลาย มีการบูรณาการการบริหารจัดการและนำไปประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานของรัฐในการแก้ปัญหาและการพัฒนาร่วมกัน เพื่อลดการทุจริตคอร์รัปชัน

แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง

1) แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570)

เป้าหมายของแผน

SME มีบทบาททางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งมากขึ้นในทุกระดับสามารถสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจและมีสวนชวยลดความเหลื่อมล้ำได

ตัวชี้วัดของแผน

สัดส วนผลิตภัณฑมวลรวมของ SME ต อผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศเปนรอยละ 40 ในป 2570

ประเด็นการส่งเสริม SME

ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 สร้างการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม

การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมมุงเนนการพัฒนาผู ประกอบการในแต ละกลุมซึ่งมีระดับศักยภาพต างกัน มีสถานภาพ ปญหาและความต องการที่แตกต างกัน (Portfolio Approach/ Segmentation) ประเด็นการสงเสริมนี้ประกอบดวย 7 กลยุทธ ดังนี้

1) พัฒนาธุรกิจในระยะเริ่มต นให เริ่มธุรกิจได อย างมั่นคง
2) ยกระดับธุรกิจที่มุงเติบโตให มีศักยภาพในการแขงขัน
3) ยกระดับธุรกิจสูการแขงขันระดับโลก
4) ฟนฟูธุรกิจที่ประสบปญหาให ฟนตัว
5) ชวยเหลือธุรกิจยังชีพให สามารถอยู รอดได
6) สนับสนุนผู ประกอบการสูงอายุในการดำเนินธุรกิจ
7) สงเสริมเกษตรกรสูการทำธุรกิจแบบมืออาชีพ

ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า

การสร้างการเติบโตแบบมุงเปาให ความสำคัญกับการพัฒนาการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เข มขน จึงมีทั้งเรื่องการสนับสนุนการตลาดที่รอบด านให กับ SME และการสงเสริม SME กลุมที่มีศักยภาพให สามารถก าวขึ้นมาเปนผู ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได ประเด็นการสงเสริมนี้ประกอบด วย 2 กลยุทธ ดังนี้

1) สรางสวนแบงตลาดในประเทศให เพิ่มขึ้น
2) สงเสริมการเขาสูสากล

ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

การชวยพัฒนาป จจัยแวดล อมในการดำเนินธุรกิจ SME เปนเรื่องสำคัญที่จะชวยให SME สามารถเริ่มธุรกิจและเติบโตได เต็มศักยภาพ โดยสภาพแวดล อมที่สำคัญมีทั้งเรื่องแหลงเงินทุน แรงงานที่มีทักษะ การเข าถึงเทคโนโลยีและงานวิจัย การเข าถึงข อมูล เข าถึงบริการต าง ๆ ได อย างสะดวก

การมีกฎหมาย กฎระเบียบที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการมีโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ ที่เพียงพอกับการพัฒนาธุรกิจ ประเด็นการส่งเสริมนี้ประกอบด้วย 6 กลยุทธ ดังนี้

1) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
2) สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3) สร้างความพร้อมของแรงงานและบุคลากร
4) มีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์ความรู้ และบริการ
5) ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ
6) พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย

2) ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 - 2569

โมเดลเศรษฐกิจ BCG มุ่งไปที่การสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจจากฐานทรัพยากรที่มีความหลากหลายด้วยการใช้ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ร่วมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ใน 4 สาขา คือ 1) การเกษตรและอาหาร 2) สุขภาพและการแพทย์ 3) พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ และ 4) การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 - 2570 ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ 14 แผนงาน โดยมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง ด้วยทุนทรัพยากร อัตลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่

มาตรการ/แนวทาง : 4) พัฒนาตลาดและศักยภาพในการเข้าถึงตลาดทั้งในและนอกพื้นที่ด้วยการพัฒนาทักษะด้านไอทีรวมถึงความคิดสร้างสรรค์

แผนงานที่ 2.2 การพัฒนาเชิงพื้นที่ (BCG - Area Based Development) มุ่งเน้นการกระจายการเติบโตสู่ภูมิภาค นำไปสู่การยกระดับรายได้ของประชาชน และลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ประกอบด้วย 5 โปรแกรม

<u>โปรแกรมที่ 1 ระเบียงเศรษฐกิจภาคเหนือ</u> เน้นการพัฒนาระบบเกษตรปลอดภัย มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร การจัดการสิ่งแวดล้อม พัฒนาเศรษฐกิจตลอดโซ่คุณค่าของพืชสำคัญในพื้นที่ เช่น กาแฟ กล้วย และมะม่วง ตั้งแต่การพัฒนาเกษตรกรในการเพาะปลูกแบบเกษตรอัจฉริยะ การแปรรูปขั้นต้นเพื่อเป็นอาหาร อาหารสัตว์จนกระทั่งการแปรรูปขั้นสูงเพื่อเป็นอาหารเสริมเป็นส่วนผสมของอาหาร รวมถึง**การนำวัฒนธรรมล้านนา (Creative Lanna) มาต่อยอดและสร้างเรื่องราว พัฒนาเป็นพื้นที่สร้างสรรค์** และต่อยอดผ่านสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และลดความเหลื่อมล้ำของประชาชนในพื้นที่

<u>โปรแกรมที่ 2 ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</u> เน้นแก้ไขปัญหาสุขภาพหลักของประชากรในพื้นที่ และส่งเสริมการผลิตสัตว์เศรษฐกิจชนิดใหม่เพื่อยกระดับรายได้ การเพาะเลี้ยงแมลงเพื่อเป็นแหล่งอาหารโปรตีนใหม่เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในพื้นที่ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำผ่านระบบบริหารจัดการแหล่งน้ำขนาดเล็ก ทำให้การใช้น้ำเพื่อการเกษตรกรรมมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์หรือผลิตภาพการใช้น้ำสูงขึ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเชื่อมริมฝั่งโขง

โปรแกรมที่ 3 ระเบียงเศรษฐกิจภาคกลาง เน้นพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจเกษตรคุณภาพสูง การแปรรูปผลผลิตเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า ยกระดับแหล่งอาหารริมทาง (Street Food) ให้มีคุณภาพ มาตรฐานเชื่อมโยงการท่องเที่ยว รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการนวดไทยและวัฒนธรรมอาหารไทยที่ส่งผลดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มรดกโลกและการท่องเที่ยวนานาชาติ

โปรแกรมที่ 4 ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก มุ่งเน้นการพัฒนาผลผลิตทางด้านการเกษตรโดยเฉพาะกลุ่มไม้ผล ด้วยการส่งเสริมการเพาะปลูกแบบเกษตรอัจฉริยะ การแปรรูปเพื่อเป็นอาหาร การสกัดสารมูลค่าสูงจากผลไม้หรือพืชสมุนไพรเพื่อใช้เป็นเวชสำอาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการสร้างแหล่งและกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในลักษณะ Man-Made ขึ้นมา

โปรแกรมที่ 5 ระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ ส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจและการพัฒนาสัตว์น้ำตัวใหม่ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เช่น การแปรรูปผลผลิตเป็นอาหารที่มีมูลค่าสูง รวมถึงการนำเสนอเรื่องราวของปักษ์ใต้ยุคใหม่ **พัฒนาพื้นที่และกิจกรรมสร้างสรรค์เชิงพหุวัฒนธรรม**

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

3.6 สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แผนงานที่ 3.6.1 **การพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์** (BCG – Tourism & Creative Economy Development) การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจ คุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ชุมชน โดยคำนึงถึง “ความสะอาด ความสะดวก เข้าถึงง่าย ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน คุณภาพของการบริการ ความสร้างสรรค์ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” ประกอบด้วย 1 โปรแกรม

โปรแกรมการพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ดำเนินการต่อยอดและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เพื่อสนับสนุนและเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ**เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่น**ที่มีคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ มุ่งเน้นการสร้างความสมดุลโดยจัดให้มีการบริหารจัดการปริมาณนักท่องเที่ยว ติดตามผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ดูแลรักษา และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมของไทย

แผนงานที่ 3.6.2 การเตรียมกำลังคน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ (BCG Talent & Entrepreneur Development) สร้างความเข้าใจ ในการใช้คำจำกัดความของ Happy Model ให้ทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชน รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนา ผู้ประกอบการและบุคลากรสาขาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมกับการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ประกอบด้วย 1 โปรแกรม

โปรแกรมที่ 1 การพัฒนากำลังคนสาขาท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนากำลังคน ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงผู้ประกอบการในสาขาท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นภารกิจที่สำคัญในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการปรับพฤติกรรมของผู้ผลิตและผู้บริโภค และพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

แผนงานที่ 3.6.3 การสร้างและพัฒนาตลาด (BCG Market Development) กำหนดแนวทางขับเคลื่อน พร้อมผลักดันให้เกิดการปฏิบัติจริงในพื้นที่ ให้ได้มาตรฐานในทิศทางเดียวกัน

ใช้ประโยชน์จากเนื้อหา (Content) ที่มี ให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ด้วยและสามารถสร้างเป็น Creative Content เช่น ภาพยนตร์ ละคร ประกอบด้วย 2 โปรแกรม

โปรแกรมที่ 1 การยกระดับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบไร้รอยต่อด้วย Digital Platform การยกระดับระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบไร้รอยต่อด้วย Digital Platform เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี ในบางครั้งจังหวัดที่อยู่ติดกันกลับมีจำนวนนักท่องเที่ยวห่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ ระยองกับจันทบุรี หรือ พังงากับระนอง การเชื่อมต่อทางกายภาพและดิจิทัล จึงมีความสำคัญ

โปรแกรมที่ 2 การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวไทยด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการดำเนินธุรกิจของโลกในอนาคต ผลิตภัณฑ์และบริการดั้งเดิมจะต้องปรับเปลี่ยนเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ สร้างแบรนด์สินค้าไทยไปสู่ระดับโลกจากอัตลักษณ์ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประกอบกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นใช้ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม การออกแบบ เทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงการบูรณาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก

มาตรการ/แนวทาง : 1) การปรับโครงสร้างสู่การผลิตสินค้าและบริการแห่งอนาคตด้วยการเร่งรัดพัฒนาเทคโนโลยีและองค์ความรู้แนวหน้า (Frontier Research/ Knowledge)

แผนงานที่ 4.2 การยกระดับความสามารถของกำลังคน (BCG Capacity Building)

โปรแกรมที่ 1 พัฒนากำลังคนเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีเพื่อรองรับการพัฒนาสู่สังคมความรู้ และเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม การยกระดับความสามารถของกำลังคนเพื่อรองรับเศรษฐกิจ BCG จำเป็นต้องดำเนินการในหลายระดับเพื่อเสริมความรู้และสร้างทักษะ BCG อาทิ การพัฒนาบุคลากรวิชาชีพเฉพาะ ปรับปรุงหรือเพิ่มหลักสูตรที่เกี่ยวข้องรองรับความต้องการของทั้งนิสิตนักศึกษาบุคคลทั่วไป หรือแม้กระทั่งบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบัน ที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้และทักษะเฉพาะด้านเพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมถึงการเสริมความรู้และสร้างทักษะเพื่อสร้างเส้นทางอาชีพในระบบเศรษฐกิจ BCG อาทิ สตาร์ทอัพ (Startups) ผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise, IDEs) สมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers) **ผู้ให้บริการมูลค่าสูง (High Value Service Providers)** ผู้สร้างเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง (Digital Deep Technology Developers) **ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurs)** โดยดำเนินการได้ทั้งในระบบการศึกษาและนอกระบบการศึกษา

3) ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566 - 2570

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ในฐานะฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กสศ.) ได้จัดทำร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2566 - 2570) ขึ้น โดยมีกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศให้สามารถแสดงศักยภาพในเวทีโลกอย่างยั่งยืนได้ กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบด้วย มิติด้านการพัฒนาพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทุกสาขา การพัฒนาธุรกิจ และผู้ประกอบการทั้งธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจทั่วไปที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการพัฒนานิเวศและย่านซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สร้างความเติบโตให้แก่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม

วิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยแข่งขันได้ในระดับสากลด้วยงานสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ผสานกับเทคโนโลยีขั้นสูงและการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนภายในปี พ.ศ. 2570”

เป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566-2570

1. ผลผลิตจากความคิดสร้างสรรค์ของไทยที่มีเอกลักษณ์สามารถแข่งขันได้ระดับสากล

2. ประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการยอมรับและเป็นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะยาวอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดหลัก

1. ผลผลิตจากความคิดสร้างสรรค์ (Creative Outputs) ของไทย จากดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index) ติดอันดับ 1 ใน 3 ของอาเซียน

2. จำนวนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก เพิ่มขึ้น 2 เมือง

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1	พลิกโฉมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่การแข่งขันระดับโลก
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2	เพิ่มมูลค่าภาคการผลิตและบริการด้วยความสร้างสรรค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3	พัฒนาและเพิ่มเมืองสร้างสรรค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4	ยกระดับและเชื่อมโยงปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความสอดคลองกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs) ในมิติด้านเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายหลักที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เป้าหมายที่ 8 Decent Work and Economic Growth : ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

เป้าหมายที่ 9 Industry, Innovation and Infrastructure: สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม

เป้าหมายที่ 11 Sustainable cities and communities : ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ มีความครอบคลุม ปลอดภัย ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง และยั่งยืน

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2566 – 2570 ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) กับแผน 3 ระดับ

แผนระดับที่ 1	**ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580)**	**ยุทธศาสตร์ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน** ประเด็น 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ประเด็น 4 โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก ประเด็น 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่				**ยุทธศาสตร์ 6 การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ** ประเด็น 1 ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ประเด็น 2 ภาครัฐบริหารงแบบบูรณาการ ประเด็น 3 ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ เปิดกว้างประเด็น 4 ภาครัฐมีความทันสมัย ประเด็น 5 บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ประเด็น 6 ภาครัฐมีความโปร่งใส			
แผนระดับที่ 2	**แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ**	**ประเด็น 2** การต่างประเทศ	**ประเด็น 3** การเกษตร	**ประเด็น 5** การท่องเที่ยว	**ประเด็น 6** พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ	**ประเด็น 8** ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	**ประเด็น 11** การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต	**ประเด็น 20** การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	**ประเด็น 23** การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13	**หมุดหมายที่ 2** ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน		**หมุดหมายที่ 7** ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้		**หมุดหมายที่ 8** ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน	**หมุดหมายที่ 12** ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต		**หมุดหมายที่ 13** ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน
แผนระดับที่ 3	**แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 – 2570)**	**ประเด็น 1** สร้างการเติบโตที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม พัฒนาผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มซึ่งมีระดับศักยภาพต่างกัน มีสถานภาพ ปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกัน		**ประเด็น 2** สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น และส่งเสริมการเข้าสู่สากล		**ประเด็น 3** พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ แหล่งเงินทุน แรงงานที่มีทักษะ เข้าถึงเทคโนโลยี งานวิจัย ข้อมูล บริการได้อย่างสะดวก มีกฎหมาย กฎระเบียบที่ไม่เป็นอุปสรรค โครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ			
	ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566 – 2570	**ประเด็นยุทธศาสตร์ 1** พลิกโฉมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่การแข่งขันระดับโลก		**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2** เพิ่มมูลค่าภาคการผลิตและบริการด้วยความสร้างสรรค์		**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3** พัฒนาและเพิ่มเมืองสร้างสรรค์		**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4** ยกระดับและเชื่อมโยงปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์	
	ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2569	**ยุทธศาสตร์ 2** การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งด้วยทุนทรัพยากร อัตลักษณ์ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ 2.2 การพัฒนาเชิงพื้นที่ (พัฒนาพื้นที่และกิจกรรมสร้างสรรค์)		**ยุทธศาสตร์ 3** ยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน 3.6 สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3.7 สาขาเศรษฐกิจหมุนเวียน		**ยุทธศาสตร์ 4** เสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก 4.2 การยกระดับความสามารถของกำลังคน (พัฒนาผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ Creative Entrepreneurs)			
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	**เป้าหมายที่ 8 Decent Work and Economic Growth** ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน				**เป้าหมายที่ 9 Industry, Innovation and Infrastructure** สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม			

บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร

3.1 ความเชื่อมโยงบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับบริบทสังคมไทย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของหลากหลายประเทศ โดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยพื้นฐานของความรู้ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative product) ที่เป็นได้ทั้งสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) และจับต้องได้ (Tangible) เพื่อความสามารถในการแข่งขันของระบบเศรษฐกิจ การสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณจากภาครัฐโดยมีหน่วยงานหลักรับผิดชอบด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำหน้าที่เชื่อมโยงการดำเนินงานระหว่างทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมโยงกับภาคการผลิตจริง (Real Sector) เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลากหลายประเทศอย่างต่อเนื่อง

- **แผนปฏิบัติการด้านการส่งสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

ประเทศไทยได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 พ.ศ. 2563-2565 ขึ้นฉบับแรก โดยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ กสศ. ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 โดยมี สศส. ปฏิบัติหน้าที่เป็นฝ่ายเลขาฯ แผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าว กำหนดวิสัยทัศน์ของแผนในการ “ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และกำหนดเป้าหมายหลักของแผนฯ ไว้ 2 ประการ คือ 1) อัตราการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 และ 2) ประเทศไทยมีเมืองที่ได้รับการคัดลือกและประเทศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) จาก UNESCO จำนวน 1 เมือง และกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนแผนฯ ไว้ 4 ประการ คือ 1) สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย 3) ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ 4) พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์

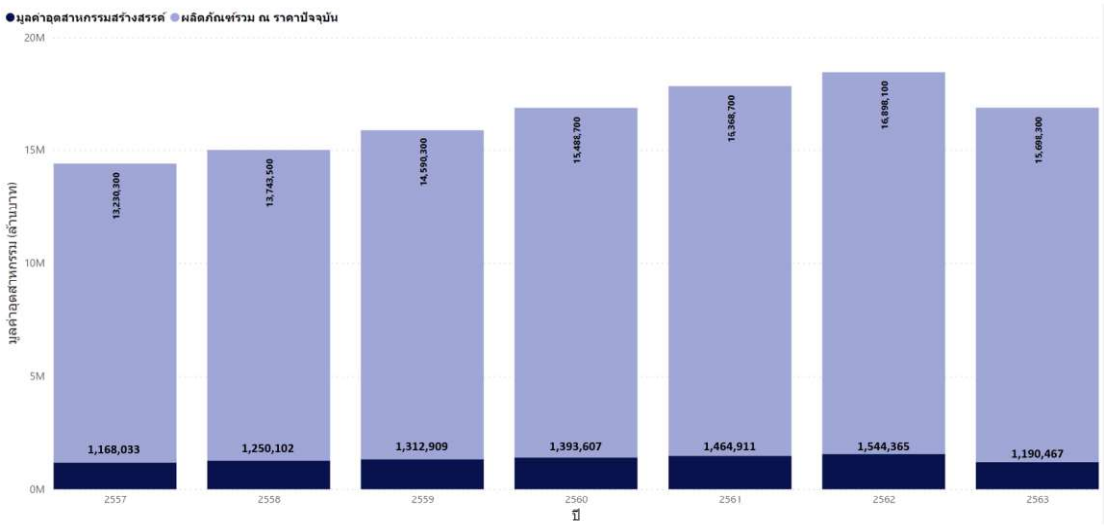
ทั้งนี้ เมื่อสิ้นสุดแผนฯ เมื่อปี 2565 แผนปฏิบัติการด้านส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 ดังกล่าว สามารถบรรลุเป้าหมายหลักของแผนฯ ดังนี้

เป้าหมายที่ 1 อัตราการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5

ผลการดำเนินงาน

- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม 5.74% (CAGR ระหว่างปี 57 – 62)*
- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม 0.32% (CAGR ระหว่างปี 57 – 63)*

** เนื่องจากผลกระทบสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้ปี 63 หดตัวลง 22.92 % จากปี 62 (YoY)*



ภาพแสดงมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาปัจจุบัน
ที่มา : https://data.cea.or.th/

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีมูลค่า 1,168,033 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 และเติบโตจนมีมูลค่า 1,544,365 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2562 มีอัตราเติบโตเฉลี่ยทบต้น (%CAGR) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - 2562 ร้อยละ 5.74 แต่ในปี พ.ศ. 2563 ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เป็นผลจากการระบาดของโรคโควิด 19 ไปทั่วโลก อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีมูลค่าลดลงเหลือ 1,190,467 ล้านบาท ซึ่งหากพิจารณาอัตราการเติบโตเฉลี่ยทบต้น (%CAGR) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - 2563 จะเป็นร้อยละ 0.32

เป้าหมายที่ 2 ประเทศไทยมีเมืองที่ได้รับการคัดเลือกและประกาศให้เป็น “เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) จาก UNESCO 1 เมือง

ผลการดำเนินงาน 3 เมือง ได้แก่

1) กรุงเทพมหานคร เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (City of Design)
2) สุโขทัย เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts and Folk Art)
3) เพชรบุรี เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (City of Gastronomy)

ต่อมา กสศ. ได้จัดทำร่างแผนปฏิบัติการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2566-2570) ขึ้น และอยู่ระหว่างการเสนอต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณา โดยได้มีการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัด ดังนี้

วิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยแข่งขันได้ในระดับสากลด้วยงานสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ผสานกับเทคโนโลยีขั้นสูงและการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนภายในปี พ.ศ. 2570”

เป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2566-2570

1. ผลผลิตจากความคิดสร้างสรรค์ของไทยที่มีเอกลักษณ์สามารถแข่งขันได้ระดับสากล
2. ประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการยอมรับและเป็นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะยาวอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดหลัก

1. ผลผลิตจากความคิดสร้างสรรค์ (Creative Outputs) ของไทย จากดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index) ติดอันดับ 1 ใน 3 ของอาเซียน
2. จำนวนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก เพิ่มขึ้น 2 เมือง

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. พลิกโฉมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่การแข่งขันระดับโลก
2. เพิ่มมูลค่าภาคการผลิตและบริการด้วยความสร้างสรรค์
3. พัฒนาและเพิ่มเมืองสร้างสรรค์
4. ยกระดับและเชื่อมโยงปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- **การติดตามผลการลงทุนภาครัฐด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

สศส. ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายได้ติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 รวมถึงแผนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา โดยมีรายงานผลการลงทุนภาครัฐด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลงบประมาณ และผลผลิตของแผนงาน/โครงการของหน่วยงานภาครัฐที่ได้รับจัดสรรสอดคล้องกับแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละสาขา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 – 2565 จากระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (Electronic Monitoring and Evaluation System of National Strategy and Country Reform: eMENSCR) ของสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งครอบคลุมแผนงาน/โครงการ ระดับภารกิจของหน่วยงาน (Function) กระทรวง กรม และในระดับพื้นที่ (Area) ของกลุ่มจังหวัดและจังหวัด ซึ่งมีข้อมูลที่สำคัญโดยสรุป ดังนี้

แผนงาน/โครงการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 15 สาขา ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีจำนวน 235 โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น 6,322.43 ล้านบาท โดยเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 มีโครงการจำนวน 311 โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น 7,313.48 ล้านบาท และมีหน่วยงานดำเนินการ 16 หน่วยงาน โดยมีกระทรวงหลักที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ เรียงลำดับตามจำนวนงบประมาณ อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 2,819.45 ล้านบาท กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 1,743.49 ล้านบาท กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 743.35 ล้านบาท จังหวัดและกลุ่มจังหวัดมีจำนวนโครงการ ในระดับพื้นที่ 130 โครงการ งบประมาณรวม 554.17 ล้านบาท ทั้งนี้ จากการเปรียบเทียบแผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 - 2565 จำแนกตามหน่วยงาน พบว่า กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงพาณิชย์ ได้รับการจัดสรรงบประมาณแผนงาน/โครงการสูงที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนัก ด้านการยกระดับองค์ความรู้และการพัฒนาศักยภาพ ด้านการตลาดและการจัดกิจกรรมแสดงสินค้า

ทั้งนี้ มีหน่วยงานภาครัฐได้รับจัดสรรงบประมาณที่ส่งผลต่อการสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 23 ช่วงปี พ.ศ. 2653-2565 คิดเป็นร้อยละ 1.2-1.4 ของงบประมาณประจำปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาประเทศให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดทรัพยากรทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าและการจ้างงานให้กับประเทศ และยังสามารถสร้าง “Multiplier Effect” หรือผลทวีคูณต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ และต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศได้อีกด้วย ซึ่งจากการศึกษาของ สศส. พบว่ามูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาพรวมของเศรษฐกิจทั้งประเทศ 1.955 บาท

3.2 ดัชนีชี้วัดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- **นโยบาย Soft Power** ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปรากฏการณ์การส่งออก Soft Power นับว่าเป็นกระแสมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะกระแสความสำเร็จของวงการดนตรีและภาพยนตร์ในหลายประเทศที่นำ DNA ของแต่ละชาติมาเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลักดันการสร้าง

แบรนด์ชาติดังจะเห็นได้จากนโยบาย Creative Korea ของเกาหลีใต้ และ Cool Japan ของญี่ปุ่น ซึ่งล้วนแล้วแต่อาศัยต้นทุนทางด้านวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม จนประสบความสำเร็จไปทั่วโลก จากการจัดอันดับ Global Soft Power Index 2022 โดย Brand Finance ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 35 จาก 120 ประเทศทั่วโลก ได้ 40.2 คะแนน โดยเพิ่มขึ้นจาก 38.7 คะแนนในปี 2021 สำหรับในเอเชีย ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 6 รองจากจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และอินเดีย

- **ดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index-GII)** ซึ่งจัดทำโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) เปรียบเทียบข้อมูลจาก 132 ประเทศทั่วโลก ใน 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) มิติด้านสถาบัน (Institute) 2) มิติด้านทุนมนุษย์และการวิจัย (Human capital & research) 3) มิติด้านโครงสร้างพื้นบาน (Infrastructure) 4) มิติด้านความซับซ้อนของตลาด (Market sophistication) 5) มิติด้านความซับซ้อนของธุรกิจ (Business sophistication) 6) มิติด้านผลลัพธ์ทางความรู้และเทคโนโลยี (Knowledge & technology outputs) และ 7) มิติด้านผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative outputs)

ในปี ค.ศ. 2021 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับความสามารถทางด้านนวัตกรรมอยู่อันดับที่ 43 จาก 132 ประเทศทั่วโลก เมื่อพิจารณารายละเอียดของมิติด้านผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative outputs) พบว่าประเทศไทยได้คะแนนเป็นอันดับที่ 55 และเป็นอันดับที่ 4 ในอาเซียน โดยอันดับที่ 1 สิงคโปร์ (อันดับที่ 17 ของโลก) อันดับที่ 2 มาเลเซีย (อันดับที่ 37 ของโลก) อันดับที่ 3 เวียดนาม (อันดับที่ 42 ของโลก) โดยดัชนีในหมวดสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (Creative goods & services) ประเทศไทยมีคะแนนเป็นอันดับที่ 15

		Score/Value	Rank	
	Creative outputs	**27.3**	**55**	
7.1	**Intangible assets**	**30.2**	**68**	
7.1.1	Trademarks by origin/bn PPP$ GDP	24.2	85	
7.1.2	Global brand value, top 5,000, % GDP	62.5	31	
7.1.3	Industrial designs by origin/bn PPP$ GDP	2.6	41	
7.1.4	ICTs and organizational model creation†	60.3	43	◆
7.2	**Creative goods and services**	**37.1**	**15**	● ◆
7.2.1	Cultural and creative services exports, % total trade	n/a	n/a	
7.2.2	National feature films/mn pop. 15–69	1.5	74	
7.2.3	Entertainment and media market/th pop. 15–69	10.7	35	◆
7.2.4	Printing and other media, % manufacturing	0.8	71	
7.2.5	Creative goods exports, % total trade	6.9	8	● ◆
7.3	**Online creativity**	**11.9**	**84**	
7.3.1	Generic top-level domains (TLDs)/th pop. 15–69	5.5	52	
7.3.2	Country-code TLDs/th pop. 15–69	0.4	102	
7.3.3	Wikipedia edits/mn pop. 15–69	39.3	86	
7.3.4	Mobile app creation/bn PPP$ GDP	3.9	61	

ภาพแสดง GII 2021 Rank, WIPO, ผลคะแนนและอันดับ Creative Outputs ประเทศไทย

ในปี 2022 ประเทศไทยยังคงมีคะแนน GII เป็นอันดับที่ 43 จาก 132 ประเทศทั่วโลก เมื่อพิจารณารายละเอียดของมิติด้านผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative outputs) พบว่าประเทศไทยได้คะแนนเป็นอันดับที่ 49 และเป็นอันดับที่ 4 ในอาเซียน โดยอันดับที่ 1 สิงคโปร์ (อันดับที่ 21 ของโลก) อันดับที่ 2 เวียดนาม (อันดับที่ 35 ของโลก) อันดับที่ 3 มาเลเซีย (อันดับที่ 41 ของโลก) โดยดัชนีในหมวดสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (Creative goods & services) **ประเทศไทยมีคะแนนเป็นอันดับที่ 1** ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดแข็งของประเทศในด้านดังกล่าว

		Score/Value	Rank
Creative outputs		**25.2**	**49**
7.1	**Intangible assets**	**35.6**	**47**
7.1.1	Intangible asset intensity, top 15, %	62.0	38
7.1.2	Trademarks by origin/bn PPP$ GDP	26.1	83
7.1.3	Global brand value, top 5,000, % GDP	71.9	30 ◆
7.1.4	Industrial designs by origin/bn PPP$ GDP	3.3	34
7.2	**Creative goods and services**	**26.3**	**42** ◆
7.2.1	Cultural and creative services exports, % total trade	0.0	103 ○
7.2.2	National feature films/mn pop. 15-69	1.0	59
7.2.3	Entertainment and media market/th pop. 15-69	9.7	35 ◆
7.2.4	Printing and other media, % manufacturing	0.8	65
7.2.5	Creative goods exports, % total trade	8.4	1 ● ◆
7.3	**Online creativity**	**3.1**	**70**
7.3.1	Generic top-level domains (TLDs)/th pop. 15-69	5.5	51
7.3.2	Country-code TLDs/th pop. 15-69	0.4	100
7.3.3	GitHub commit pushes received/mn pop. 15-69	2.3	80
7.3.4	Mobile app creation/bn PPP$ GDP	4.2	59

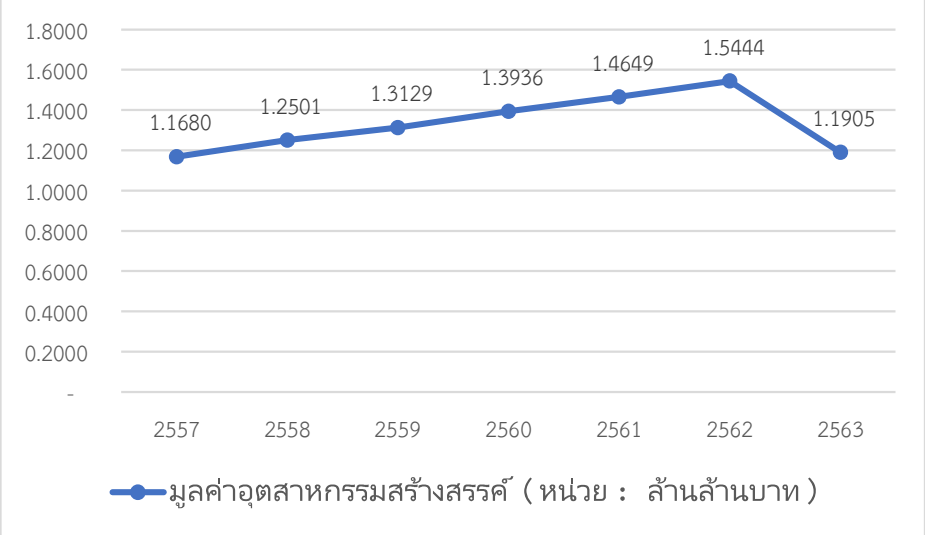
ภาพแสดง GII 2022 Rank, WIPO, ผลคะแนนและอันดับ Creative Outputs ประเทศไทย

3.3 ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 – 2565

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการสร้างความรับรู้และการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในสังคม การพัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ การพัฒนาย่านสร้างสรรค์ ร่วมพัฒนาสนับสนุนให้เกิดเมืองสร้างสรรค์ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) การเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

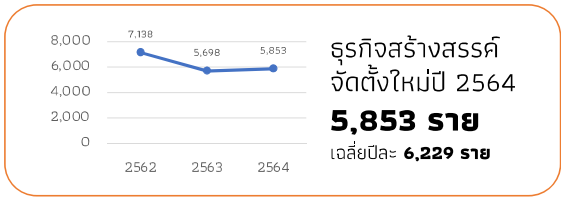
เมื่อพิจารณาจากมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่า มีมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับจากปี 2557 เป็นต้นมา คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีระหว่างปี 2558 – 2562 คิดเป็นร้อยละ 5.37 จนกระทั่งมีมูลค่าลดลงในปี 2563 ซึ่งเป็นปีที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 (ที่มาข้อมูล สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้วยรหัส TSIC 4 หลัก)

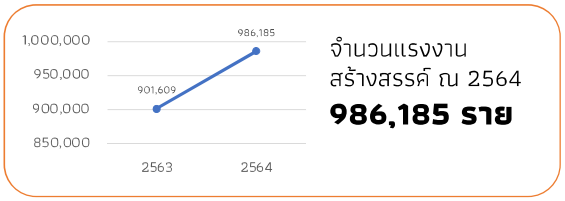


แผนภาพแสดงมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปี 2557 – 2563

ในระหว่างปี 2562 – 2564 เกิดผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ทั้งสิ้น 18,689 ราย เฉลี่ยปีละ 6,229 ราย ขณะที่ในระหว่างปี 2562 – 2563 เกิดการจ้างงานแรงงานสร้างสรรค์ใน

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 901,609 ราย และ 986,185 ราย ตามลำดับ โดยมีการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาซอฟต์แวร์ รองลงมา คือ สาขาอาหารไทย และสาขาบริการสถาปัตยกรรม ตามลำดับ



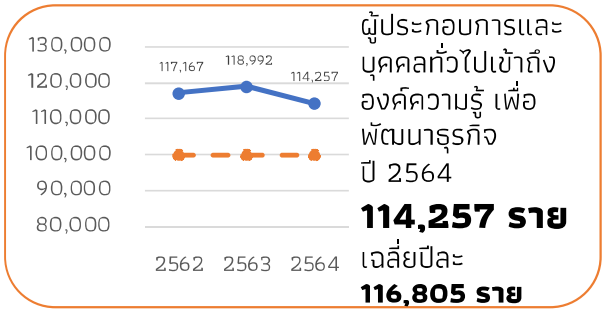


ทั้งนี้ จากข้อมูลในปี 2563 ที่ผ่านมาพบว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีมูลค่าสูงถึง 1.2 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น 7.5% ของ GDP ประเทศ มีอัตราการจ้างงานสูงถึงกว่า 900,000 ราย และระหว่างปี 2555 - 2563 มีอัตราเติบโตเฉลี่ยทบต้น 1.23 % ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและวิกฤตโควิด 19 ประเทศไทยมีมรดกและทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและสามารถแข่งขันได้

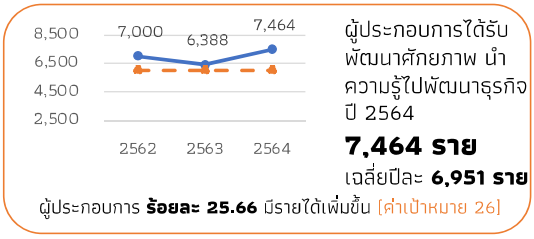
2) การสร้างความเข้าใจและใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้กับภาคธุรกิจ

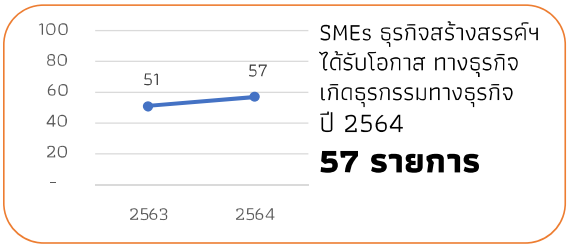
2.1) ภาคธุรกิจไทยใช้ความคิดสร้างสรรค์ยกระดับธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ

- การพัฒนาความคิดและทักษะด้านความสร้างสรรค์ให้กับภาคธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จัดทำและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปเข้าถึงองค์ความรู้ 350,416 ราย ในช่วงปี 2562 – 2564 เฉลี่ยปีละ 116,805 ราย



- การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยมากกว่า 25,500 ราย โดยมีธุรกิจที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกและรับคำปรึกษาเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น มากกว่า 1,500 ราย ผู้ประกอบการสามารถนำความคิดสร้างสรรค์ไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ หรือประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการสู่สากล โดยในระยะสั้นช่วยให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 26 ต่อปี และในระยะยาวคาดว่าจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และจำนวนการจ้างงานแรงงานสร้างสรรค์มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น





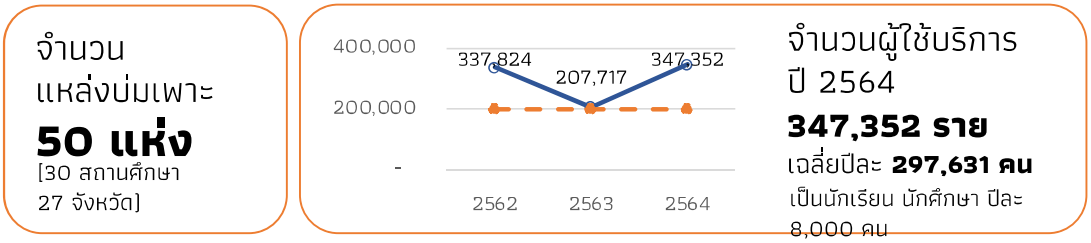
- การสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นมากกว่า 400 ราย และได้รับโอกาสในการขยายช่องทางธุรกิจให้กว้างขวางขึ้นจนนำไปสู่การเกิดธุรกรรมแล้วมากกว่า 150 ราย ทั้งในช่องทางออฟไลน์ และช่องทางออนไลน์ เช่น NFT และแพลตฟอร์มออนไลน์
- การพัฒนาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการประเมินศักยภาพผู้ประกอบการด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Maturity Seft-Assessment) โดยการประเมินแบ่งเป็นประเภทบุคคลทั่วไป รวมถึงฟรีแลนซ์ และประเภทนิติบุคคล ซึ่งจะนำผลที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์ปัญหา (Pain point) ความต้องการ และระดับของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อระดับความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงระบบการให้คำแนะนำเพื่อการยกระดับธุรกิจ และการจัดทำรายงานผลการประเมินซึ่งจำแนกเป็นในระดับธุรกิจและระดับอุตสาหกรรม โดยจะพัฒนาเป็นบริการดิจิทัลเพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไป

2.2) การส่งเสริมให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน

- การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน มากกว่า 12,000 ราย ในการยกระดับฝีมือและทักษะที่มีมาตรฐานและองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และคุณภาพมาตรฐานให้รองรับตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบและการออกแบบบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต รวมถึงการต่อยอดสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและ OTOP ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ อันจะนำไปสู่การขยายฐานลูกค้าและโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น

2.3) การพัฒนาแหล่งบ่มเพาะสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่

- การสนับสนุนการพัฒนาความรู้และทักษะเพื่อการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ผ่านการให้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในเชิงภายภาพ ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการจัดตั้งเครือข่ายให้บริการ โดยมีแหล่งบ่มเพาะรวมทั้งสิ้น 53 แห่ง ประกอบด้วย สศส. กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และเครือข่ายสถาบันการศึกษา miniTCDC รวมถึง TCDC COMMONs ซึ่งเป็นเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ซึ่งเปิดให้บริการเพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงส่งเสริมองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการที่มีความครบถ้วนและหลากหลาย ทั้งมิติของการพัฒนาทักษะธุรกิจ สร้างแบรนด์ สร้างอาชีพ และการประยุกต์ใช้เทรนด์โลก ซึ่ง สศส. เป็นหน่วยงานแรกของประเทศที่วิเคราะห์เจาะลึกเทรนด์โลกด้วยกระบวนการศึกษาวิเคราะห์ การตีความเทรนด์ใหญ่ของโลก และรวบรวมองค์ความรู้จากสำนักเทรนด์ทั่วโลก มีผู้เข้ารับบริการแล้วมากกว่า 1,000,000 คน



3) พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

3.1) การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์

การพัฒนาเมืองและย่านเป็นกลไกสำคัญเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจระดับเมืองขยายผลสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายสำคัญของแผนฯ ได้แก่

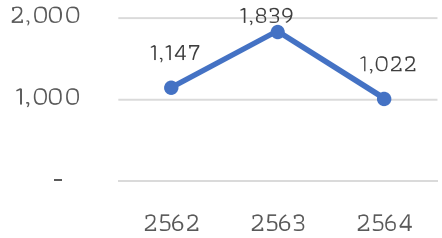
- พัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ 5 พื้นที่ ประกอบด้วย ย่านเจริญกรุง กรุงเทพฯ, ย่านช้างม่อย เชียงใหม่, ย่านศรีจันทร์ ขอนแก่น, ย่านเมืองเก่า สงขลา และย่านเจริญเมือง แพร่
- สนับสนุนให้เกิดย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 30 แห่ง โดยร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและจังหวัดดำเนินการผ่านโครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN) ซึ่งเปิดให้พื้นที่/จังหวัดแจ้งความจำนงค์เข้าร่วมเครือข่ายด้วยการกรอกแบบประเมินศักยภาพย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เบื้องต้น ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีจำนวนจังหวัด/พื้นที่สมัครเข้าร่วม 57 พื้นที่ ใน 28 จังหวัด และมีจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกและพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วจำนวน 30 พื้นที่ ประกอบด้วยจังหวัดเชียงราย พะเยา น่าน ลำพูน สุโขทัย เลย สกลนคร สุพรรณบุรี นครราชสีมา อุบลราชธานี นครปฐม ระยอง นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี แพร่ อุตรดิตถ์ พิจิตร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สระแก้ว ภูเก็ต ลำปาง พิษณุโลก เพชรบุรี พัทลุง ตรัง อุดรธานี ชลบุรี (พัทยา) จันทบุรี
- ร่วมกับภาคีเครือข่ายในการส่งเสริมให้เมืองมีความพร้อมและสมัครเข้ารับการคัดเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกแล้ว โดยดำเนินการได้ตามเป้าหมายแล้ว 2 เมือง ได้แก่ กรุงเทพฯ City of Design ปี 2562 และเพชรบุรี City of Gastronomy ปี 2564 และได้ร่วมกับจังหวัดแพร่จัดทำฐานข้อมูล และแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อใช้ประกอบการสมัครเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์

ของ UNESCO ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองเครือข่ายสร้างสรรค์ของยูเนสโกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้จังหวัดต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญและเตรียมการพัฒนาพื้นที่เชิงภายภาพ รวมถึงการรพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมกระตุ้นย่าน เพื่อใช้เป็นกิจกรรมในการสมัครเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกเพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งในส่วนที่ดำเนินการร่วมกับ สศส. และจังหวัดดำเนินการเองโดยขอรับคำปรึกษาจาก สศส.

- พัฒนาองค์ความรู้การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์และการสมัครเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก ร่วมกับ อพท. และจัดทำเป็นคู่มือการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Thailand Creative Cities Handbook) โดยใช้กรุงเทพมหานคร เป็นต้นแบบในการดำเนินการจนได้รับการคัดเลือกเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (Design) โดยกระทรวงวัฒนธรรมได้นำคู่มือดังกล่าวไปใช้เผยแพร่ให้จังหวัดต่าง ๆ ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ และการสมัครเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในอนาคต โดยมี สศส. เป็นพี่เลี้ยงในการคำปรึกษา

3.2) ส่งเสริมให้เมืองตระหนักถึงความสำคัญของการใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับสากล

- เป็นหน่วยงานหลักที่ร่วมกับเมืองและชุมชนในการจัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นต้นแบบให้กับย่าน/เมืองต่าง ๆ เป็นแพลตฟอร์มการจัดงานเทศกาลระดับสากลที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้จัดแสดงผลงาน สร้างเครือข่ายธุรกิจและเชื่อมโยงโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ และเทศกาลอีสานสร้างสรรค์ขอนแก่น ซึ่งในช่วงปี 2562 - 2665 ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดงานสูงถึง 4,103.79 ล้านบาท โดยมีผู้เข้าร่วมงานรวมไม่น้อยกว่า 1 ล้านคน ทั้งนี้ การจัดเทศการด้านการออกแบบดังกล่าวนอกจากจะเป็นต้นแบบในการจัดเทศกาลระดับดังหวัด/ประเทศแล้ว ยังเป็นกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีการจัดงาน/กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างบรรยากาศและกระตุ้นเศรษฐกิจของเมืองอย่างต่อเนื่อง อันก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่อีกด้วย
- เมือง/จังหวัดต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการจัดงาน/กิจกรรมกระตุ้นการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ มีความตื่นตัวและริเริ่มการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ อาทิ “สกลจังซั่น” ซึ่งเป็นงานเทศกาลงานสร้างสรรค์ย่านเมืองเก่าสกลนคร แพร่คราฟต์ จังหวัดแพร่ และเทศกาลงานสร้างสรรค์ Creative Nakhon นครศรีธรรมราช เป็นต้น
- สศส. ได้จัดให้เกิดงานเทศกาลงานออกแบบในพื้นที่ Chiang Mai Design Week, Bangkok Design Week, Isan Creative Festival ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ กรุงเทพฯ และขอนแก่น ตามลำดับโดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่จัดเทศกาล เฉลี่ยปีละ 1,336 ล้านบาท และมีผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ เข้าแสดงผลงานในเทศกาลออกแบบ เฉลี่ยปีละ 1,142 ราย



มูลค่าทางเศรษฐกิจเทศกาลงานออกแบบ
ปี 2564
1,022 ล้านบาท
เฉลี่ยปีละ **1,336 ล้านบาท**

4.) ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

4.1) พัฒนาความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับคนไทย

- ส่งเสริมให้ภาครัฐและภาคเอกชนนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และการออกแบบไปใช้ทั้งในขั้นตอนการทำงาน (Process) หรือกระบวนการออกแบบกระบวนงาน รวมถึงการใช้ design thinking process ในการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสิ่งใหม่ และในขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategy) ที่ช่วยในการทำงานหรือการกำหนดทิศทางของธุรกิจหรือการพัฒนากระบวนงานของภาครัฐ ตลอดจนใช้ในกระบวนการแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนสูงในสเกลใหญ่ เช่น ระดับสังคมหรือระดับภาคธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อการปรับเปลี่ยนหรือสร้างผลกระทบสูงต่อชีวิตคนหมู่มาก ดังจะเห็นได้จากการที่ภาคการเมืองได้หันมาให้ความสนใจและกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน/ชุมชนในพื้นที่ การจัดเทศกาล/กิจกรรมสร้างสรรค์ตลอดทั้งปี การส่งเสริมการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ เป็นต้น

- เป็นหน่วยงานขับเคลื่อน (Facilitator) Soft Power ของประเทศไทยให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้กลไกขับเคลื่อนสำคัญที่จำเป็นในกระบวนการ Soft Power คือ การใช้ ‘ความคิดสร้างสรรค์’ และ ‘เทคโนโลยี’ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ต่อยอดต้นทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ให้พัฒนาทั้งรายได้และคุณภาพชีวิตของผู้คน ก่อให้เกิด ‘ระบบนิเวศสร้างสรรค์’ ที่เอื้อให้เกิดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม และโครงสร้างสังคมที่ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้อย่างอิสระเสรี โดย สศส. ดำเนินการผ่านการส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้แก่คนไทย และเอื้อให้เกิดระบบนิเวศสร้างสรรค์ และผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยให้มีศักยภาพพร้อมแข่งขัน รวมถึงเป็นตัวกลางเชื่องโยงภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เห็นคุณค่าและมูลค่าของการส่งออก Soft Power ทั้งนี้ จากการจัดอันดับ Global Soft Power Index 2022 โดย Brand Finance ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 35 จาก 120 ประเทศทั่วโลก ได้ 40.2 คะแนน โดยเพิ่มขึ้นจาก 38.7 คะแนนในปี 2021 ในเอเชียประเทศไทยอยู่อันดับที่ 6 รองจากจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และอินเดีย จากตัวชี้วัดหลัก 7 ด้าน โดยตัวชี้วัด Soft Power ที่ประเทศไทยได้คะแนนสูง คือ ธุรกิจและการค้า (Business and Trade) วัฒนธรรมและมรดก (Culture and Heritage) รวมถึงผู้คนและค่านิยม (People and Values)

4.2) ส่งเสริมการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ให้กับเยาวชน

- ขยายโอกาสการเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ CEA Online Academy ซึ่งเป็นหลักสูตรออนไลน์ที่ให้ความรู้ด้านการพัฒนาธุรกิจ การใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ปัจจุบันมีหลักสูตรที่ได้รับการพัฒนา 55 หลักสูตร มีผู้ได้รับความรู้แล้วมากกว่า 71,000 คน โดยหลักสูตรดังกล่าวจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมแนวคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) ให้แก่ นักเรียน นักศึกษา นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการ ที่ต้องการเพิ่มความรู้และทักษะบนฐานของความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการเตรียมความพร้อมและยกระดับวิชาชีพ พัฒนาธุรกิจที่สำคัญสำหรับโลกยุคใหม่ ได้แก่ พัฒนาทักษะเดิมให้ทันสมัย

(Upskill) และเพิ่มทักษะใหม่ที่จำเป็น (Reskill) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับมือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจ 4.0 ประกอบไปด้วย 3 กระบวนการหลัก คือ 1) "เตรียมความพร้อม" หลักสูตรเสริมความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2) "เติมทักษะสร้างสรรค์" หลักสูตรเสริมทักษะสำหรับการพัฒนาผลงานและการเติบโตทางธุรกิจ และ 3) "ต่อเสริมธุรกิจ" หลักสูตรสำหรับการปรับตัวรับสถานการณ์และต่อยอดไอเดียสู่ธุรกิจ

5.) พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

5.1) ฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

- พัฒนาและให้บริการฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และจัดทำ Online Dashboard เพื่อนำข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและเป็นประโยชน์กับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาเผยแพร่บนเว็บไซต์ https://www.data.cea.or.th ซึ่งเป็นฐานข้อมูลในการเผยแพร่สร้างความตระหนักรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย มูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวมของประเทศ มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา 15 สาขา, สัดส่วน (%) มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาเมื่อเทียบกับ GDP ของประเทศ, อัตราการเติบโตของมูลค่าอุตฯสร้างสรรค์รายสาขา สัดส่วนของอุตสาหกรรมเฉลี่ย 7 ปี (%) ข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์นิติบุคคลจำแนกรายสาขา สถิติแรงงานสร้างสรรค์ มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ งบประมาณรายจ่ายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสร้างสรรค์ การติดตามผลของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สถิติทรัพย์สินทางปัญญาด้านสร้างสรรค์ ผู้สำเร็จการศึกษาสาขา Arts and Humanity ของไทย

5.2) รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย/มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

- นำรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการวิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย/มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยดำเนินงานผ่านการร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดทำเครื่องมือหรือมาตรการ เพื่อแก้ไขปัญหาหรือยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น มาตรการสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย เป็นต้น โดยผู้ประกอบการ ผู้บริหารภาครัฐ และภาคการศึกษา จะได้รับข้อมูลทิศทางเศรษฐกิจที่รอบด้าน ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการวางนโยบายและแผนพัฒนาในระดับหน่วยงาน พื้นที่ หรือระดับประเทศรวมถึงนักพัฒนาข้อมูลที่สนใจ สามารถนำชุดข้อมูลด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ ไปต่อยอดทางความคิดเพื่อใช้ประโยชน์ตามประเด็นที่ต้องการอื่น ๆ ได้

5.3) ดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและเชื่อมโยงกับดัชนีสากล (Thailand Creativity Index)

- จัดทำดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและเชื่อมโยงกับดัชนีสากล (Thailand Creativity Index) ซึ่งเป็นดัชนีหลักในการชี้วัดแนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถนำดัชนีฯ ไปเปรียบเทียบในระดับนานาชาติเพื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยในส่วนของดัชนีระดับประเทศ (Country Level Index) สศส. จัดเก็บข้อมูลความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CI) ในมิติต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยการจัดเก็บ Baseline Data จากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีองค์ประกอบ: 1) มูลค่าและการเติบโตของ CI (Current Price) ตามรหัส TSIC 4 หลัก 2) การจ้างงานในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) การส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ 4) การส่งออกบริการสร้างสรรค์ 5) สถิติการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา 6) ข้อมูลสถานศึกษาและนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านความคิดสร้างสรรค์ 7) งบประมาณของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

5.4) จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมสรรพากร สมาคม สมาพันธ์ และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จัดทำมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยเพื่อปลดล็อคข้อจำกัดด้านการลงทุนและกฎหมายที่มีความซับซ้อน โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นแหล่งถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ ดึงดูดชาวต่างชาติให้รู้จักและเข้ามาในประเทศไทย และการนำเสนอความเป็นไทยผ่านเนื้อหาของไทยที่ส่งออกไปสู่ตลาดโลก ซึ่งมาตรการดังกล่าวมีการพิจารณาเกี่ยวกับ 1) การจ้างงาน 2) ภาษีและกฎระเบียบ 3) การลงทุนและมาตรการจูงใจ และ 4) การอำนวยความสะดวก เช่น การขอใบอนุญาตทำงานที่มีขั้นตอนซับซ้อน การตรวจคนเข้าเมือง และการภาษีหัก ณ ที่จ่าย เป็นต้น ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวจะช่วยให้เกิดการฟื้นฟูรายได้จากการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยให้เท่ากับช่วงก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 รวมถึงรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันให้คงระดับเดิมและขยายผลไปสู่การส่งเสริม Soft Power ของประเทศไทยต่อไป

5.5) จัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- จัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคม สมาพันธ์ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เข้ามามีส่วนในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ / การจัดทำมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรค ความต้องการ รวมถึงกำหนดทิศทางการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการประสานความร่วมมือในการผลักดันให้มาตรการหรือแนวทางที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาไปดำเนินการร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจ บุคลากรและเครือข่ายในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละสาขา

6) การพัฒนาศักยภาพองค์กรเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

6.1) การประเมินผลการปฏิบัติการขององค์การมหาชน ตามแนวทางของสำนักงาน ก.พ.ร.

- การประเมินผลการปฏิบัติการขององค์การมหาชน ตามแนวทางของสำนักงาน ก.พ.ร. มีผลคะแนนปี 2562 ผลการประเมินอยู่ในระดับมาตรฐาน (ไม่วัดเป็นเกณฑ์คะแนน) ปี 2563 ผลคะแนน 96.12 (ระดับดีมาก-สูงสุด) ปี 2564 ผลคะแนน 92.92 (ระดับดีมาก-สูงสุด) ปี 2565 ผลคะแนน 97.63 (ระดับดีมาก-สูงสุด)

6.2) การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน

- สศส. มีการแนวทางการดำเนินงานตามแนวทางของ ป.ป.ช. และมีผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) อยู่ในระดับ A โดยปี 2562 – 2565 มีผลคะแนน 89.49, 91.91 94.94 และ 93.97 คะแนน โดยลำดับ

6.3) การพัฒนาระบบราชการ 4.0

- สศส. พัฒนาระบบราชการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาระบบราชการ 4.0 ซึ่งสำนักงาน ก.พ.ร. ได้มีการประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) ซึ่งเป็นกรอบการบริหารจัดการองค์การตามที่สำนักงาน ก.พ.ร. ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ส่วนราชการนำไปใช้ในการประเมินองค์การด้วยตนเองที่ครอบคลุมภาพรวมในทุกมิติ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยครอบคลุม 7 ด้าน คือ การนำองค์การ การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวัดการวิเคราะห์และการจัดการความรู้ การมุ่งเน้นทรัพยากร

บุคคล การจัดการกระบวนการ และผลลัพธ์การดำเนินการ โดยในปี 2564 ซึ่งเป็นปีแรกที่เข้าร่วมกับการประเมิน มีผลคะแนน 419 คะแนน และปี 2565 มีผลคะแนน 456.40 คะแนน (คะแนนเต็ม 500 คะแนน)

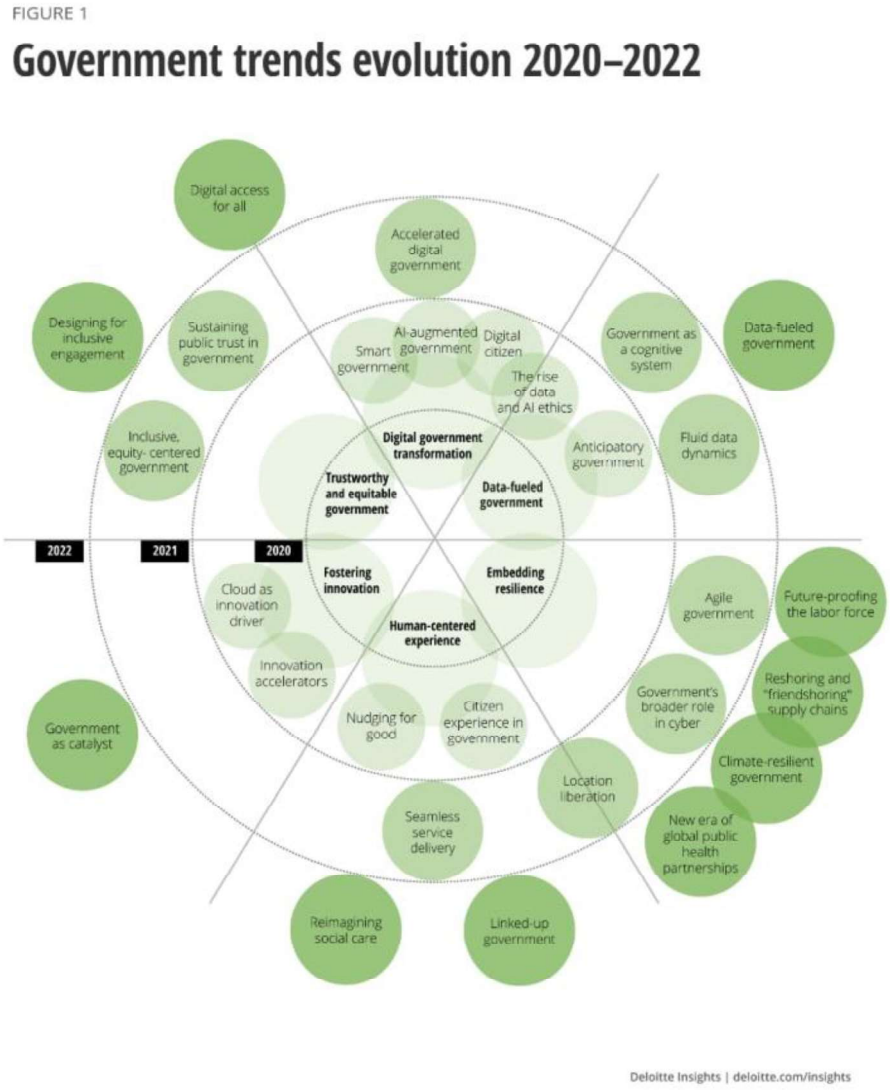
6.4) การพัฒนาประสิทธิภาพและความคล่องตัวของระบบงาน

- การมุ่งสู่การเป็น Agile Organization โดยใช้ Agile Management เป็นแนวการบริหารยุคใหม่ ที่สอดคล้องกับ VUCA World โดยมีหลักการสำคัญ คือ การยึดผู้รับบริการเป็นศูนย์กลางและสร้างการมีส่วนร่วม (co-creation) ลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น พัฒนากระบวนการทำงานให้เป็นดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นและนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งกระบวนการบริหารจัดการภายในและการให้บริการพัฒนาอาทิ การพัฒนาระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (e-Office) มาใช้เพื่อการปฏิบัติงานด้านสารบรรณ การขออนุมัติดำเนินการ และการจัดซื้อจัดจ้าง (ใบสั่งซื้อ ใบสั่งจ้าง สัญญา) เป็นต้น

6.5) การพัฒนาสมรรถนะและผลักดันศักยภาพขององค์กร

- พัฒนาสู่องค์กรสมรรถนะสูงรองรับยุคดิจิทัล โดยพัฒนาบุคลากร กระบวนการทำงาน และระบบงานต่าง ๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด (HPO) เพื่อรองรับยุคดิจิทัล (Digitalization) ซึ่งผลลัพธ์ที่คาดหวังคือ ผลการดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่าง ๆ โดยดำเนินการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล ระยะ 3 ปี เพื่อสนับสนุนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ลดระยะเวลาในการทำงานและลดความผิดพลาด โดยดำเนินการทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัย ด้านการจัดเตรียมระบบพื้นฐานในการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการบูรณาการข้อมูลขององค์กร และด้านการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและระบบบริการเพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.4 บทวิเคราะห์แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมส่งผลกระทบสูงต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Mega Trend)



แผนภาพ Government Ttrend Evaluation 2020-2022, Deloitte Insights

3.4.1 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ด้านการเมือง กฎหมาย กฎระเบียบ[1]

- **ความเปลี่ยนแปลงด้านภูมิรัฐศาสตร์** การแข่งขันระหว่างขั้วอำนาจการเมืองของอเมริกาและจีน ซึ่งรวมไปถึงพันธมิตรของสองขั้วอำนาจด้วย กลุ่มของอเมริกามีประเทศพันธมิตร เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และกลุ่มประเทศยุโรป ในส่วนของจีนมีพันธมิตรกับ รัสเซีย เกาหลีเหนือ รวมถึงการพัฒนาของจีนยังคงครอบงำแนวโน้มสำหรับเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับตลาดเกิดใหม่ในเอเชีย

[1] ข้อมูลอ้างอิง
https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/public-sector/government-trends/2022/government-rebuilding-post-pandemic-world.html
https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/public-sector/government-trends.html
https://apolitical.co/solution-articles/en/ten-government-trends-2022-deloitte-apolitical

- **การปรับปรุงการบริหารที่ยืดหยุ่น** จากความขัดแย้งระหว่างขั้วอำนาจ การเกิดสงคราม การแบ่งขั้วส่งผลถึงความไม่แน่นอนในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รัฐบาลหลายประเทศเริ่มหันมาใช้กระบวนการผลิตภายในทดแทนการผลิตจากประเทศอื่น เพื่อลดความเสี่ยงของการขาดแคลนอาหาร สินค้า

- **การแบ่งปันข้อมูลและการทำงานอย่างเชื่อมโยงกันไร้รอยต่อ** แนวโน้มความท้าทายในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความท้าทายของระบบการทำงานข้ามหน่วยงาน การแบ่งปันข้อมูลมีบทบาทสำคัญในความพยายามทลายกำแพงการทำงานแนวดิ่ง (Silo) โดยกลายเป็นหัวข้อเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่าง ๆ และรัฐบาลยังทำหน้าที่เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาในระบบนิเวศนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมความร่วมมือที่ดีขึ้นและการแก้ปัญหาทางสังคมที่ครอบคลุมมากขึ้น ความร่วมมือระหว่างประเทศกำลังได้รับแรงผลักดันเพื่อช่วยเตรียมโลกให้พร้อมสำหรับปัญหาสุขภาพในอนาคต การระบาดใหญ่ของโควิด 19 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการแบ่งปันข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

- **การเข้าถึงข้อมูลของประชาชน** การทำงานทางไกล การเรียนออนไลน์และบริการสุขภาพทางไกลเป็นเพียงส่วนหนึ่งของวิธีที่รัฐบาลใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อรับมือกับการระบาดใหญ่ของโควิด 19 อย่างไรก็ตาม สิ่งนี้ยังนำมาซึ่งปัญหาการความเหลื่อมล้ำทั้งเงินทุนและดิจิทัล เช่น ร้อยละ 40 ของประชากรโลกยังคงขาดโอกาสในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทำให้รัฐบาลนานาชาติต้องปรับปรุงการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ความพร้อมใช้งาน ความสามารถในการจ่าย และการยอมรับเพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัล

<u>ความท้าทายเชิงกลยุทธ์</u>

- สศส. มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้หน่วยงานรัฐปรับปรุงบริการ เพื่อให้สามารถพัฒนางานบริการอย่างสร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ทำน้อยได้มาก ส่งเสริมให้ภาครัฐนำความคิดสร้างสรรค์ และความคิดเชิงออกแบบไปใช้ในการปรับปรุงงาน

- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อาจได้รับผลกระทบจากห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนแปลง การโยกย้ายฐานการผลิตในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์บางส่วน แต่ก็มีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทบันเทิงที่อาจได้รับผลกระทบเชิงบวกจากสถานการณ์

- ความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองระหว่างประเทศ จะส่งผลให้การทำตลาดของสินค้าสร้างสรรค์ของไทยมีความยากขึ้น การทำการตลาดในแต่ละภูมิภาคจะมีต้นทุนเพิ่ม ข้อมูลในอดีตอาจไม่สามารถนำมาช่วยนักธุรกิจไทยได้ สศส. ควรประสานงานร่วมกับหน่วยงานระหว่างประเทศมากขึ้นในการส่งเสริมตลาดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเวทีโลกที่มีความผันผวนมากขึ้นในทางขั้วอำนาจและการแบ่งห่วงโซ่อุปทาน

3.4.2 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ[2]

- **วิกฤตเศรษฐกิจจากภาวะสงคราม** การคว่ำบาตรรัสเซียกรณีสงครามกับยูเครน จะมีผลกระทบที่สำคัญต่อเศรษฐกิจโลก ส่งกระทบทางอ้อมต่อประเทศอื่น ๆ ผ่านราคาสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลก การค้าและการเชื่อมโยงทางการเงิน อุปทานแรงงาน กระจายผลกระทบในวงกว้างมากขึ้น ในปี 2566 คาดว่าจะเพิ่มการขาดแคลนพลังงานรวมถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น โลหะหายากและก๊าซ IMF ได้คาดการณ์ว่าราคาสินค้า อุปทานทั่วโลกของสินค้าโภคภัณฑ์หลายอย่างลดลงในสถานการณ์นี้ เป็นผลให้ราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น 10%

[2] ข้อมูลอ้างอิง
https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesSlideInfographic_465Slide_Economic_Outlook_2022.pdf
https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022

ในปี 2565 และ 15% ในปี 2566 ในขณะที่ราคาโลหะเพิ่มขึ้น 5% ในปี 2565 และ 7.5% ในปี 2566 ราคาสินค้าโภคภัณฑ์อาหารก็เพิ่มขึ้นเช่นกันและจะค่อย ๆ ลดลงไปหลังจากปี 2023

- **การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสีเขียว (Green economic)** เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยมลพิษสุทธิเป็นศูนย์ (net zero emissions) จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในด้านการจ้างงาน งานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและก่อมลพิษมากกว่านั้นกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มคนงานกลุ่มเล็ก ๆ แรงงงานจะเลือกย้ายไปทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น กฎหมายและมาตรการภาครัฐต่าง ๆ จะส่งผลให้การปล่อยมลพิษสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี ค.ศ.2050

- **การเกิดขึ้นของเงินเฟ้อโลก** เงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น อัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และธนาคารกลางหลายแห่งก็ได้ปรับนโยบายการเงินให้เข้มงวดขึ้น สิ่งนี้มีส่วนทำให้อัตราดอกเบี้ยเล็กน้อยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปคาดว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะสูงขึ้นอีก และงบดุลของธนาคารกลางที่สูงเป็นประวัติการณ์จะเริ่มคลี่คลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเศรษฐกิจขั้นสูง ในตลาดเกิดใหม่และประเทศกำลังพัฒนา ธนาคารกลางหลายแห่งได้ปรับนโยบายให้เข้มงวดขึ้น โดยเพิ่มไปยังนโยบายที่เคยทำไปแล้วในปี 2564

<u>ความท้าทายเชิงกลยุทธ์</u>

- Green Economic เป็นแนวโน้มที่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มักใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

- เศรษฐกิจที่เกิดความผันผวน การลงทุนเริ่มชะลอตัว และการเกิดเงินเฟ้อ อาจส่งผลให้ตลาดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บางส่วนได้รับผลกระทบ สศส. อาจต้องให้ความสำคัญกับการช่วยธุรกิจสร้างสรรค์สามารถปรับตัวกับสภาพเศรษฐกิจแบบใหม่ ตลาดใหม่ที่อาจเกิดขึ้น และตลาดเดิมที่อาจหายไป

3.4.3 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ด้านสังคม[3]

- **ด้านการศึกษา แนวโน้มการให้ความสำคัญกับ Soft Skills** โดยทักษะที่โดดเด่น คือ ความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำ ความยืดหยุ่น การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน (Education and Skills: Dynamic Briefing (World Economic Forum, August 2021))

- **แนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิต** โดย ความต้องการทักษะแรงงานและการทำงานในรูปแบบที่ทำซ้ำจะลดลงร้อยละ 30 ภายในทศวรรษข้างหน้า ความต้องการทักษะด้านเทคโนโลยีจะมีเพิ่มขึ้น รูปแบบการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ถูกให้ความสำคัญ เพื่อให้ผู้คนมีแนวโน้มที่จะฟื้นฟูความสามารถของตน (Education and Skills: Dynamic Briefing (World Economic Forum, August 2021))

<u>ความท้าทายเชิงกลยุทธ์</u>

- สศส. มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของคนไทย ตอบสนองความต้องการในการพัฒนาตนเอง Up Skill, Re Skill เกิดเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่ง สศส. ในฐานะของหน่วยงานรัฐที่ให้ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพ และอาจเกิดนักสร้างสรรค์จากกระบวนการให้ความรู้เหล่านี้ สถานการณ์แนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะส่งผลดีต่อภารกิจของ สศส.

[3] ข้อมูลอ้างอิง
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Catalysing_Education_4.0_2022.pdf
https://www3.weforum.org/docs/Global_Social_Mobility_Report.pdf

- ประเด็นความเท่าเทียมทางสังคมอาจทำให้ สศส. ต้องพิจารณาการเข้าถึงของประชาชนในแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความเป็นไปว่าจะยังมีกลุ่มคนที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการ เข้าถึงองค์ความรู้ที่ สศส. ต้องการส่งมอบและเผยแพร่

3.4.4 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี[4]

- **Computing Power พลังประมวลผล** จะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ธุรกิจและภาคบริการสามารถปรับบริการบนระบบ Cloud ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความสามารถการเชื่อมต่อความเร็วสูงของ 5G, 6G ร่วมกับ Edge Computing ทำให้สามารถใช้พลังประมวลผลขนาดใหญ่บน Cloud ได้จากโทรศัพท์มือถือ จากรถยนต์ (โดยเฉพาะรถยนต์ไร้คนขับ) รวมถึงอุปกรณ์สวมใส่ประเภทต่าง ๆ อาจพัฒนาเกิดเป็น Cloud-native platforms แพลตฟอร์มที่พัฒนาใช้งานบน Cloud ได้อย่างยืดหยุ่น ตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ผลงานจากการสร้างสรรค์ด้วยคอมพิวเตอร์จะมีขอบเขตความเป็นไปได้มากขึ้น สะท้อนจินตนาการของศิลปิน นักสร้างสรรค์ สามารถทดลองการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ในโลก Metaverse

- **Smarter Device อุปกรณ์อัจฉริยะ** ที่ฉลาดมากขึ้น จากพลังประมวลผลที่มากขึ้น ทำให้เกิดอุปกรณ์อัจฉริยะ ที่ทำงานได้มากขึ้น เช่น ทีวีอัจฉริยะ รถยนต์ไร้คนขับ และหุ่นยนต์ที่สามารถทำงานร่วมกับมนุษย์ได้อย่างได้หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น แนวโน้มการเกิดขึ้นของหุ่นยนต์ประจำบ้าน

- **Quantum Computing การประมวลผลควอนตัม** แนวโน้มการใช้งานการประมวลผลควอนตัมในการประมวลผลข้อมูลสามารถสร้างประสิทธิภาพในการประมวลผลที่แตกต่างจากการประมวลแบบดั้งเดิม (ที่พบใน computer ปัจจุบัน) สูงกว่าปัจจุบันมากกว่าพันล้านเท่า และจะถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์โลจิสติกส์ การวิจัยอุตสาหกรรมยาได้ต่อไป

- **Datafication** แนวโน้มการให้ความสำคัญกับการใช้ชุดข้อมูลในการวิเคราะห์ ทั้งในส่วนของภาคธุรกิจ การทำความเข้าใจลูกค้า การทำวิจัยเฉพาะเจาะจง ในหลากหลายสาขาวิชา Data Fabric การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างบูรณาการยืดหยุ่น (resilent integration) ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเรียกใช้ข้อมูลจากทุกที่ทุกเวลา โดยมีลดต้นทุนการบริหารข้อมูลได้ถึงร้อยละ 70

- **Privacy-Enhancing Computation** แนวโน้มการมุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้งานบนสภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถไว้วางใจได้ ซึ่งเป็นทั้งแนวโน้มของกฎหมายและเทคโนโลยี แต่จะเป็นส่วนเพิ่มขยายความต้องการระบบในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล

- **Decision Intelligence / Artificial Intelligence and Machine Learning** แนวโน้มการใช้งาน AI มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็น Machine Vision ซึ่งคอมพิวเตอร์จะสามารถมองเห็น แยกแยะวัตถุ วิดีโอ รูปภาพรูปถ่าย สามารถประมวลผลภาษา ซึ่งจะทำให้ความก้าวหน้าอย่างมากจากการที่คอมพิวเตอร์สามารถเข้าใจภาษาและตอบโต้กับมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และแนวโน้มการใช้งาน AI ในลักษณะของ Low-Code/ No-Code กล่าวคือ ผู้ใช้สามารถใช้งาน AI โดยไม่จำเป็นต้องเขียนโปรแกรม ใช้หน้าจอแบบลากและวาง(drag and drop) ก็เพียงพอต่อการสร้างและพัฒนา AI, Machine Learning เป็นของตนเองได้แล้ว รวมถึงอาจมีการเกิดขึ้นของ AI Engineering สายงานที่มีความเชี่ยวชาญใน AI ที่จะให้บริการ AI delivery เพื่อตอบสนองภาคธุรกิจได้

---

[4] ข้อมูลอ้างอิง
https://www.weforum.org/agenda/2022/05/17-ways-technology-could-change-the-world-by-2027/
https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/02/21/the-top-10-tech-trends-in-2022-everyone-must-be-ready-for-now/?sh=47bdab56827d
https://www.gartner.com/en/information-technology/insights/top-technology-trends

- **Generative AI** นอกจาก AI, Machine Learning ที่มีความสามารถพัฒนาจากการทำงานซ้ำแล้ว แนวโน้มของ AI ประเภทที่สามารถสร้างชิ้นงานที่มีความสร้างสรรค์ ความใหม่ ความเป็นนวัตกรรม โดยเรียนรู้จะชิ้นงาน ผลงานเดิม แล้วสร้างใหม่โดยไม่ได้เป็นการทำซ้ำ

- **Hyperautomation** ระบบการทำงานต่อเนื่องอัตโนมัติ จะถูกพัฒนาให้ทำงานเชื่อมโยงข้ามระบบ ข้ามธุรกิจ อย่างต่อเนื่องลื่นไหล

- **Extended Reality การต่อยอดการสัมผัสความเป็นจริง** ในปัจจุบันจะพบเห็น เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Aumented Reality : AR) และความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality : VR) มีใช้งานอย่างแพร่หลายบนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต รวมถึงแว่นตา AR,VR ที่มีจำหน่ายในราคาที่ไม่สูงมากนัก ในอนาคตอันใกล้อุปกรณ์ VR, AR จะมีราคาถูกลง ทั้งอุปกรณ์และราคาค่าใช้บริการ โดยมีประสิทธิภาพในการสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งจะต่อยอดประสบการณ์ของผู้ใช้งานไปสู่ระดับของ Metaverse ต่อไป

- **Digital Trust** จากการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) การใช้งานในลักษณะ distributed ledgers ที่พัฒนาต่อยอดเป็น Crypto assets ประเภทต่าง ๆ รวมถึง non-fungible tokens (NFTs) ที่มุ่งเน้นการใช้งานได้อย่างมั่นใจ ปลอดภัย มีความเจ้าของโดยตรงไม่มีตัวกลาง

- **3D Printing** ในปัจจุบันการผลิตชิ้นงานสามมิติด้วย 3D Printing มีให้เห็นอย่างแพร่หลายในหลายอุตสาหกรรม ทั้งงานศิลปะ งานทำต้นแบบชิ้นงานนวัตกรรม การทำชิ้นงานสั่งผลิตจำนวนมาก การสร้างบ้านที่อยู่อาศัย เฟอร์นิเจอร์ รวมถึงการผลิตอาหาร วัสดุทดแทนประเภทต่าง ๆ ได้

- **Genomics** การตัดต่อดัดแปลงพันธุกรรม สามารถทำได้ในทางปฏิบัติ ตัวอย่างของเทคโนโลยีนี้ คือ การพัฒนาวัคซีนป้องกันโควิด-19 ซึ่งมีคุณประโยชน์ต่อมนุษยชาติในระดับสากล แนวโน้มในการรักษาโรคที่มีความยาก โรคทางพันธุกรรมจะสามารถเป็นไปได้มากขึ้น

- **New Energy Solutions** แนวโน้มของพลังงานใหม่ยังคงมีการพัฒนาต่อเนื่อง การใช้งานแบตเตอรี่ไฟฟ้าในรถยนต์ไฟฟ้าแทนการใช้พลังงานน้ำมัน การใช้พลังงานนิวเคลียร์แบบสะอาด การใช้พลังงานไฮโดรเจน

<u>ความท้าทายเชิงกลยุทธ์</u>

- สศส. ยังมีความท้าทายในการติดตามการใช้ประโยชน์ของพลังประมวลผล Quantum ที่ยังไม่มีความชัดเจนในการนำมาประยุกต์ใช้ในงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

- การใช้ประโยชน์จาก AI, Machine Learning จะเป็นความท้าทายใหม่ของ สศส. ทั้งในส่วนของการประยุกต์ใช้ AI ในภาคการผลิต การสร้างผลงาน ชิ้นงานสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ใช้ประโยชน์จาก AI รวมถึงการใช้ประโยชน์จากการประมวลผล การตัดสินใจต่าง ๆ ในภาพรวม และอาจส่งผลต่อการออกแบบนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้

- การพัฒนาเทคโนโลยีในสาขา VR, AR ที่พัฒนาต่อเนื่อง ส่งผลต่อโอกาสในการสร้างสรรค์ผลงานทั้งส่วนของ ซอฟท์แวร์เกมส์ แอพลิเคชั่นในสายงานสถาปัตยกรรม และธุรกิจอื่น ที่จะได้ประโยชน์เพิ่มขึ้น ตลาดที่น่าจะขยายตัวอย่างรวดเร็วนี้อาจเพิ่มความต้องการการสนับสนุนจาก สศส. ในอนาคต

- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวพันกับการใช้ประโยชน์จากบล็อกเชนในระดับสูง ทั้งการใช้เป็นส่วนส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์บริการ เช่น การใช้ AR, VR ใน Metaverse หรือการใช้บล็อกเชนเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการทรัพยากร การจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา การออก NFTs หรือเป็นส่วนของการระดมทุนผ่าน Token, ICO สศส. จึงควรศึกษาแนวทางที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะได้ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนรวมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

- แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงาน จะผลักดันให้เกิดการนำมาใช้ในการผลิตสินค้าอุปโภค บริโภค นักสร้างสรรค์ควรได้รับโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ซึ่งอาจมีประโยชน์ในการพัฒนาอาชีพในอนาคต

3.4.5 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ด้านสิ่งแวดล้อม[5]

- **ผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืน (Sustainable Product)** มีแนวโน้มกลายเป็นข้อบังคับสำหรับสินค้าอุปโภค บริโภค โดยได้รับความสนใจจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ Gen Z ซึ่งให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและเป็นประเด็นพิจารณาในการซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์ ดังนั้น องค์กรจึงต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนอย่างจริงจังเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น สินค้าแฟชั่นที่ใช้วัสดุที่ยั่งยืน ทำให้ห่วงโซ่อุปทานโปร่งใสและมีจริยธรรม และสร้างระบบแฟชั่นหมุนเวียนผ่านการออกแบบ ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่และรีไซเคิลสิ่งทอหลังการบริโภค
- **ต้นทุนทางพลังงานทางเลือกต่ำลง** เชื้อเพลิงฟอสซิลเคยมีราคาถูกกว่าพลังงานหมุนเวียนมาก แต่ก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โรงไฟฟ้าพลังงานลมและพลังงานแสงอาทิตย์มีราคาถูกลง 70% และ 89% ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และกำลังการผลิตจะเกินถ่านหินและก๊าซภายในเวลาไม่ถึงห้าปี ตามรายงานของ IEA's Renewables 2020 จากวิกฤตการด้านทรัพยากรน้ำมันซึ่งเป็นผลกระทบจากสงครามระหว่างยูเครนและรัสเซีย ทำให้เกิดการปิดกั้นการซื้อขายและส่งผ่านน้ำมันจากรัสเซียซึ่งเป็นผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ของโลก จึงเป็นที่มาของภาวะเชื้อเพลิงขาดแคลน นานาประเทศพิจารณาถึงความเสี่ยงด้านพลังงาน และพิจารณาทางเลือกเสริมสำหรับพลังงานทางเลือก ได้แก่ พลังงานน้ำ พลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งในภาพรวมเป็นผลดีต่อด้านสิ่งแวดล้อม

<u>ความท้าทายเชิงกลยุทธ์</u>

- **การ**สร้างสรรค์ผลงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการนำกลับมาใช้การหมุนเวียนวัสดุ การนำขยะกลับมาใช้ นักสร้างสรรค์ของไทยสามารถผลิตได้ในชิ้นงานจำนวนหนึ่ง แต่หากต้องการเข้าถึงภาคการผลิตขนาดใหญ่ สศส. ยังคงต้องสนับสนุนการเชื่อมต่อกับแหล่งทุนสนับสนุน หรือการหาหุ้นส่วนธุรกิจในการผลิตจำนวนมาก

[5] ข้อมูลอ้างอิง
https://www.weforum.org/agenda/2022/01/climate-change-action-trends-2022-un/
https://watchwire.ai/sustainability-trends-2022/
https://www.esseltek.com/blog/environmental-ecological-trends-to-watch-for-in-2020/

3.5 บทวิเคราะห์แนวทางการดำเนินการในอนาคตด้วย Creative Industries Foresight

นอกจากการวิเคราะห์แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมส่งผลกระทบสูงต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Mega Trends) เพื่อแสดงให้เห็นถึงโอกาสของ สศส. ในการกำหนดแนวทางตอบสนองต่อสถานการณ์ในอนาคต สามารถวิเคราะห์แนวทางการดำเนินการต่อฉากทัศน์ในอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย ซึ่งกำหนดเป็น 4 ฉากทัศน์[6] ดังนี้

ประเด็น	Creative Industries Foresight (4 Scenarios)			
	Continuation (Cultural Value Added)	New Equilibrium (Sustainability Rebalanced)	Transformation (Technological Blending for Every Scale)	Collapse (Prosperity Downturn)
การพัฒนาผู้ประกอบการ	• การเข้าถึงแหล่งทุนที่มีศักยภาพ • พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บริบทใหม่ • ความพร้อมด้านงานวิจัยสถิติสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป	• ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทความยั่งยืนเศรษฐกิจหมุนเวียน	• พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เทคโนโลยี CreaTech • สนับสนุนงานวิจัย รองรับความเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล	
เครือข่ายความร่วมมือ	• เป็นตัวกลางเชื่อมโยงสร้างให้เกิดความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ		• กระตุ้นให้ธุรกิจสร้างสรรค์ปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา	• ร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นป้องกันความเสี่ยงการใช้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในทางมิชอบ
การส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์	• Digital Platform ผลิต การตลาด ช่องทางจำหน่าย • ส่งเสริมความเข้าใจการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์อย่างทั่วถึง เข้าถึงความหลากหลายกลุ่มประชากร		• ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์จาก CreaTech ในการพัฒนาธุรกิจ อุตสาหกรรมอื่น ๆ และในบุคคลทั่วไป	
การพัฒนาย่านสร้างสรรค์	• สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ประโยชน์จาก Local Content	• มุ่งเน้นเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับท้องถิ่น		
การพัฒนาองค์กร	• สร้างความเชื่อมั่นในสศส. ในการเป็นผู้ส่งเสริมผลักดันเชื่อมประสานได้อย่างมีประสิทธิภาพ • ส่งเสริมการรู้เท่าทันเทคโนโลยี		• องค์กรดิจิทัล • พัฒนาบุคลากรสมรรถนะสูง เชี่ยวชาญในทักษะดิจิทัล • พัฒนาสถาปัตยกรรมดิจิทัลรองรับองค์กรดิจิทัล	• นำเสนอ นโยบาย ระเบียบข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับการสื่อสารสร้างความเข้าใจ • สร้างความเข้มแข็งภาพลักษณ์องค์กร พัฒนาศักยภาพการทำงานร่วมกับเครือข่ายและพันธมิตร

[6] โครงการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2565

3.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

- **การวิเคราะห์ SWOT Analysis**

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพขององค์กร ณ ปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดด้อย โอกาสและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นกับทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาวิธีพัฒนาหรือแก้ไข กับปัญหาที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ๆ คือ Internal origin (ปัจจัยภายในองค์กร) และ External origin (ปัจจัยภายนอกองค์กร) โดยจากผลการวิเคราะห์นำไปสู่การจัดทำมาตรการเชิงกลยุทธ์เบื้องต้นตามแนวทาง TOWS Matrix โดยสรุปดังนี้

มาตรการเชิงรุก S-O	มาตรการพลิกฟื้น W-O
- เพิ่มพื้นที่และการเข้าถึงของนักเรียน นักศึกษา เน้นความคิดสร้างสรรค์อย่างเปิดกว้าง - ส่งเสริมความรู้บุคลากรในด้านดิจิทัล - สนับสนุนมาตรการ แนวทางการดำเนินงาน หรือมิติทางกฎหมายที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย	- ใช้การจัดการ Data และใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการวางแผนอนาคตได้แม่นยำ - กำหนดกลุ่มเป้าหมายธุรกิจที่ต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ - อบรมให้ความรู้บุคลากรสร้างสรรค์ในประเด็นที่ได้รับความสำคัญ อาทิ BCG, Circular Design
มาตรการเพื่อการขยายงาน S-T	**มาตรการเพื่อการปรับปรุง W-T**
- เน้นการวางทิศทางด้านยุทธศาสตร์ให้รองรับความเปลี่ยนแปลงในระดับสากล พร้อมปรับตัวเมื่อยุทธศาสตร์ชาติเปลี่ยนแปลง - วางแผนใช้จ่ายงบประมาณอย่างประสิทธิภาพ - เศรษฐกิจย้ายฐานสู่เศรษฐกิจที่อิงบนเทคโนโลยีใหม่ จึงมุ่งเน้นหลักสูตรที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่ เช่น Metaverse, DeFi การเพิ่มทักษะนักสร้างสรรค์ในการประยุกต์ใช้ Web3 - จัดทำแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์บรรจุในแผนพัฒนาจังหวัดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระดับจังหวัด	- เน้นทำน้อยได้มาก ลดจำนวนโครงการที่วัดผลได้ไม่ชัดเจนลง และโฟกัสโครงการที่สร้าง impact - บริหารจัดการโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการโดยเครือข่ายและการสนับสนุนภายนอก - พัฒนาบุคลากรของ สศส. อย่างต่อเนื่องให้สอดรับกับการปรับตัวของโลกและโลกธุรกิจ - เข้าถึง แนะนำตัวและนำเสนอแนวทางการพัฒนาย่านกับองค์การส่วนปกครองท้องถิ่นระดับผู้บริหาร อาทิ ผู้ว่าราชการ นายกเทศมนตรี

4. สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

4.1 วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์การจัดตั้ง

<u>วัตถุประสงค์การจัดตั้ง</u>

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา
3. ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น
4. พัฒนาผู้ประกอบการ และส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ
5. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม
6. ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทยสู่เวทีโลก”

ประเด็นยุทธศาสตร์

ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	**พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย**	**พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่เพื่อการแข่งขันในระดับสากล**	**พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์**
Empower Cultural Asset & Creative City	*Build Creative Business Competitiveness*	*Enter the Global Market*	*Transform to Agile& Creative Organization*

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1) จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 2) ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น 3) ทุนวัฒนธรรมได้รับการต่อยอดพัฒนาในเชิงพาณิชย์	4) ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น 5) แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายมีความพร้อมสมรรถนะสูงขึ้น 6) ประชาชนและสังคมไทยรับรู้ เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น	7) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น 8) มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	9) การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น 10) ยกระดับบริการดิจิทัลโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง 11) มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

4.2 ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 Empower Cultural Asset and Creative City
ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์

เป้าประสงค์

1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น
3. ทุนวัฒนธรรมได้รับการต่อยอดพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
1.1 จำนวนจังหวัดที่บรรจุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการระดับจังหวัด/ท้องถิ่น (จังหวัด) * *นับสะสม*	1	2	3	4	5
1.2 รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของย่าน (ล้านบาท) (คำนวณจากรายได้จากเทศกาลด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์) * *นับรวมทั้งเทศกาล และกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรอื่น ๆ ด้วย*	900	1,050	1,200	1,350	1,500
1.3 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ (ผลิตภัณฑ์) * *นับเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่ (สินค้าหรือบริการ) ที่เกิดจากการดำเนินการของ สศส.ร่วมกับหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN) โดยคำนวณจาก 50% ของเป้าหมายรวมผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2566 (ประมาณ 120 ผลิตภัณฑ์)*	60	60	60	60	60

กลยุทธ์

1.1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพเมืองขับเคลื่อนการนำร่องการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
1.2. ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือในการติดตามข้อมูล และเพิ่มปริมาณนวัตกรเมืองสร้างสรรค์ในท้องถิ่น
1.3. ส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่นสู่สินค้าและบริการ
1.4. เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ในและต่างประเทศ

ตัวอย่างโครงการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์

- โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District)
- โครงการบ่มเพาะและส่งเสริมเครือข่ายกลุ่มขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- โครงการพัฒนาและส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์ไทยสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก (UNESCO Creative City Network)
- โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา (Northern Creative Economic Corridor : NCEC)
- โครงการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)
- โครงการเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) ภาคใต้
- โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสร้างกลไกการสืบทอดของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน ระดับสากล (Global OTOP)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 Build Creative Business Competitiveness พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย

เป้าประสงค์

1. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น
2. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย มีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น
3. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้ เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
2.1 ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26
2.2 ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น * *นับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่จาก 3 เรื่อง ดังนี้ 1) จำนวนการยื่นขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (IP) 2) จำนวนการจดทะเบียนบริษัทใหม่* 3) จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ โดยเทียบกับ จำนวนเป้าหมายในการบ่มเพาะ	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
เชิงลึกผ่านการสัมมนาเชิงปฏิบัติการและการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจเพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพเพิ่มขึ้น 500 คน					
2.3 จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น	5% (6,250 ราย)	5% (6,250 ราย)	5% (6,250 ราย)	6% (7,500 ราย)	6% (7,500 ราย)
2.4 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาค (ไม่สะสม) * *การพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาค หมายถึง การส่งเสริมศักยภาพของแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่เป็นเครือข่ายสถาบันการศึกษาในภูมิภาค ผ่านการจัดกิจกรรม/โครงการร่วมกับ สศส. โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจ หรือย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์*	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง

กลยุทธ์

2.1 พัฒนาโมเดลธุรกิจ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการลดข้อจำกัดทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2.2 กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (เงินลงทุน, การปกป้องสิทธิ)
2.3 ยกระดับเครือข่าย สถาบันการศึกษาในการพัฒนา เตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์
2.4 ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย

ตัวอย่างโครงการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์

- โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์
- โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- โครงการพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย
- โครงการพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาโลกเสมือนจริง (CEA Metaverse Ecosystem Lab)
- โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและการระดมทุนแบบไม่อาศัยตัวกลางด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน สำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการเกษตรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model)
- โครงการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ (CEA Entrepreneurship, Design & Tech Program)
- โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจ Micro-SMEs ให้เกิด Soft Power
- โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (ChangeX2)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 Enter the Global Market
พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล

เป้าประสงค์

1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
2. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
3.1 จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล ** เครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ หมายถึง เครือข่ายที่เป็นสมาคม สมาพันธ์ องค์กร หรือผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ ที่ได้รับการสนับสนุน หรือร่วมมือกับ สศส. ในการเข้าถึงช่องทางตลาดสากลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประกวดรางวัล การนำเสนอผลงานในระดับนานาชาติ รวมถึงการเข้าสู่แพลตฟอร์มการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เป็นต้น*	10 ราย	10 ราย	10 ราย	15 ราย	15 ราย
3.2 ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
** การเข้าถึงแหล่งทุน หมายถึง สามารถผ่านเกณฑ์ในการเข้าขอรับทุนสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยคำนวณร้อยละ จากผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพจาก สศส. ที่ประสงค์ขอทุน*	50	50	50	50	50

กลยุทธ์

3.1 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

3.2 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม

3.3 ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ

3.4 เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กร หน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวิภาคีและพหุภาคี

ตัวอย่างโครงการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์

- โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จำนวน 15 สาขา
- โครงการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยสู่ระดับสากล
- โครงการพัฒนาฐานองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เทคโนโลยี(Creative Technology)
- โครงการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
- โครงการวิเคราะห์จัดทำแนวทางการประสานความร่วมมือแหล่งทุนจากในและต่างประเทศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม
- โครงการจัดแสดงสินค้าบริการสร้างสรรค์ และ Business Matching ในตลาดต่างประเทศ
- งานพัฒนาความสัมพันธ์เครือข่ายองค์กร หน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวิภาคีและพหุภาคี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 Transform to Agile and Creative Organization
พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์

1. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น
2. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชน เป็นศูนย์กลาง
3. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
4.1 จำนวนกระบวนงาน/ระบบงาน/นวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร	1 ผลงาน	1 ผลงาน	1 ผลงาน	1 ผลงาน	1 ผลงาน
4.2 การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data)	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล
4.3 ระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรในการแสดงออก เสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์	4.5 (90%)	4.5 (90%)	4.5 (90%)	4.5 (90%)	4.5 (90%)

กลยุทธ์

4.1 พัฒนาบุคลากรขีดสมรรถนะสูงและมีทักษะอนาคต เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลง
4.2 กระจายอำนาจการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล
4.3 พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลโดยเชื่อมโยงกับระบบรัฐบาลดิจิทัล และยกระดับบริการดิจิทัลโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง
4.4 สร้างวัฒนธรรมการทำงานมืออาชีพ กระตุ้นส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิดกล้าทำ

ตัวอย่างโครงการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์

- โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
- โครงการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับความมั่นคงปลอดภัยและสนับสนุนการเข้าสู่รัฐบาลดิจิทัล
- โครงการยกระดับบริการดิจิทัลทดแทนบริการรูปแบบเดิม
- โครงการส่งเสริมจูงใจการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในสำนักงาน
- โครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานรูปแบบ Agile

ตารางสรุปตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ประจำปีงบประมาณ				
				2566	2567	2568	2569	2570
1. ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์ Empower Cultural Asset and Creative City	1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น 3. ทุนวัฒนธรรมได้รับการต่อยอดพัฒนาในเชิงพาณิชย์	1.1 ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพเมืองขับเคลื่อนการนำร่องการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน 1.2 ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้เครื่องมือในการติดตามข้อมูลและเพิ่มปริมาณนวัตกรเมืองสร้างสรรค์ในท้องถิ่น 1.3 ส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่น สู่สินค้าและบริการ 1.4 เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ในและต่างประเทศ	1. จำนวนจังหวัดที่บรรจุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการระดับจังหวัด/ท้องถิ่น	1 จังหวัด	2 จังหวัด	3 จังหวัด	4 จังหวัด	5 จังหวัด
			2. รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของย่าน	900 ล้านบาท	1,050 ล้านบาท	1,200 ล้านบาท	1,350 ล้านบาท	1,500 ล้านบาท
			3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์	60 ผลิตภัณฑ์	60 ผลิตภัณฑ์	60 ผลิตภัณฑ์	60 ผลิตภัณฑ์	60 ผลิตภัณฑ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ประจำปีงบประมาณ				
				2566	2567	2568	2569	2570
2. พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย *Build Creative Business Competitiveness*	1. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น 2. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย มีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น 3. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น	2.1 พัฒนาโมเดลธุรกิจ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการลดข้อจำกัดทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2.2 กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (เงินลงทุน, การปกป้องสิทธิ) 2.3 ยกระดับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในการพัฒนา เตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์ 2.4 ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	4. ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26
			5. ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)	ร้อยละ 30.80 (154 ราย)
			6. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 5 (6,250 ราย)	ร้อยละ 5 (6,250 ราย)	ร้อยละ 5 (6,250 ราย)	ร้อยละ 6 (7,500 ราย)	ร้อยละ 6 (7,500 ราย)
			7. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาค	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ประจำปีงบประมาณ				
				2566	2567	2568	2569	2570
3. พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่เพื่อการแข่งขันในระดับสากล *Enter the Global Market*	1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น 2. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	3.1 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี 3.2 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม 3.3 ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ 3.4 เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวิภาคีและพหุภาคี	8. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล	10 ราย	10 ราย	10 ราย	15 ราย	15 ราย
			9. ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ประจำปีงบประมาณ				
				2566	2567	2568	2569	2570
4. พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์ *Transform to Agile and Creative Organization*	1. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น 2. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชน เป็นศูนย์กลาง 3. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์	4.1 พัฒนาบุคลากรขีดสมรรถนะสูงและมีทักษะอนาคต เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลง 4.2 กระจายอำนาจการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล 4.3 พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัล โดยเชื่อมโยงกับระบบรัฐบาลดิจิทัล และยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง 4.4 สร้างวัฒนธรรมการทำงานมืออาชีพ กระตุ้นส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิดกล้าทำ	10. จำนวนกระบวนงาน/ระบบงาน/นวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร	**1** ผลงาน	**1** ผลงาน	**1** ผลงาน	**1** ผลงาน	**1** ผลงาน
			11. การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data)	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล	1 กลุ่มชุดข้อมูล
			12. ระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรในการแสดงออก เสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์	ระดับ 4.5 (90%)	ระดับ 4.5 (90%)	ระดับ 4.5 (90%)	ระดับ 4.5 (90%)	ระดับ 4.5 (90%)

4.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม ปี 2566 - 2570

แผนการใช้จ่ายงบประมาณ	เป้าหมาย ปี 2566	เป้าหมาย ปี 2567	เป้าหมาย ปี 2568	เป้าหมาย ปี 2569	เป้าหมาย ปี 2570	เป้าหมาย รวม
ประมาณการงบประมาณค่าใช้จ่ายตามแผนการใช้จ่ายเงินประจำปี	340.85 ล้านบาท	400 ล้านบาท	450 ล้านบาท	450 ล้านบาท	450 ล้านบาท	**2,090.85 ล้านบาท**

4.4 กำกับ ติดตาม และประเมินผล

คณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานของแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570 ดังต่อไปนี้

1) การติดตามความก้าวหน้าระหว่างปี

คณะกรรมการ สศส. กำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานเป็นรายไตรมาส พร้อมทั้งจัดให้มีเครื่องมือสนับสนุนที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามผลสัมฤทธิ์ของแผนฯ เช่น การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุน ซึ่งจะมุ่งเน้นการติดตามเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าของโครงการ กิจกรรมสำคัญต่าง ๆ รวมทั้งเป็นการประเมินความเบี่ยงเบนแปรปรวนระหว่างผลงานที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

2) การติดตามและสรุปผลการดำเนินงานประจำปี

คณะกรรมการ สศส. กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติการประจำปี เพื่อจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานซึ่งจำแนกเป็นรายโครงการ แผนงาน และภาพรวม รวมถึงตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายสำคัญของแผนปฏิบัติการประจำปีที่กำหนดไว้ และทบทวนถึงปัญหาอุปสรรค รวมทั้งประเมินสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นข้อมูลนำเข้าที่สำคัญในการทบทวน ปรับปรุงเป้าหมาย กลยุทธ์ ตลอดจนโครงการหรือกิจกรรมสำคัญของการจัดทำแผนในปีถัดไป

3) การประเมินเมื่อสิ้นสุดแผนฯ

สศส. กำหนดให้มีการประเมินผลแบบรวบยอด เพื่อสรุปผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570 ทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและมิติทางสังคม รวมถึงความสำเร็จในการดำเนินการตามตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายสำคัญของแผนฯ ซึ่งผลสรุปนี้สามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลนำเข้าในการจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2571 – 2575 ต่อไป

****