

แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)



บทนำ

แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ.๒๕๖๒ และแผนการใช้งบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ขึ้น ทั้งนี้ พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ.๒๕๖๑ ได้กำหนดโดยมีหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๗๙) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) นโยบายรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

- ประเทศไทยจะต้องรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวใหม่มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ โดยการสร้างและใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการและผู้สูงอายุ การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตลอดจนส่งเสริมการสร้างและพัฒนาคน โครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเพื่อการเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างประทับใจตลอดการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อ

- สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นนักรบ เศรษฐกิจยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน ๓ ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดล ธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ พร้อมทั้งเป็นนักการค้าที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนเป็นชาติการค้า มีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อ เป็น ขายเป็น” บริการเป็นเลิศ สามารถขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศ รวมทั้ง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาล

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการพัฒนาและสร้างเสริมศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

- การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต มุ่งเน้นการพัฒนาคนเชิงคุณภาพในทุกช่วงวัยตั้งแต่ ช่วงการตั้งครรภ์/ปฐมวัย/วันเด็ก วัยรุ่น/ วัยเรียน วัยผู้ใหญ่ / วัยแรงงาน และวัยผู้สูงอายุ เพื่อสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ มีทักษะความรู้ เป็นคนดี มีวินัย เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ในทุกช่วงวัยมีความรู้ทางการเงิน มีความสามารถในการวางแผนชีวิตและการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมแต่ละช่วงวัย และความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

เป้าหมาย : คนในสังคมไทยทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด : วัยแรงงานมีความรู้และทักษะเป็นไปตามความต้องการของตลาดงานและมีทักษะทางการเงินเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : เศรษฐกิจรายสาขาเติบโตอย่างเข้มแข็งและเป็นฐานในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ตัวชี้วัด : อัตราการขยายตัวของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ (นอกเหนือจากบริการภาครัฐ) ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓, ๔.๕ และ ๖ ต่อปี ตามลำดับ

ยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๒.๑. การพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการค้า การลงทุน พัฒนาสู่ชาติการค้า

๒.๑.๒. การพัฒนาประสิทธิภาพและมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต บริการ การค้าและการลงทุน

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : ประเทศไทยมีการดำเนินกลยุทธ์การค้าและการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสนับสนุนให้ภาคการผลิตและบริการที่มีนวัตกรรมและมีศักยภาพทางเทคโนโลยีสูง อันจะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของประเทศ

๒.๓. การพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ยกระดับผลิต ภาพแรงงานและพัฒนา SME สู่อสากล

๒.๓.๒. การพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนา SME สู่อสากล

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการยกระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๒.๔. การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและเมือง พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน และพัฒนาระบบเมืองเป็นศูนย์กลางความเจริญ

๒.๔.๒. การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง) มีโครงสร้างพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมที่มีศักยภาพและเพียงพอ และมีการลงทุนเพิ่มขึ้น

๒.๗. การพัฒนาพื้นที่ระดับภาคด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๒.๗.๑ การพัฒนาภาคเหนือ

๒.๗.๒. การพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์: เมืองศูนย์กลางของจังหวัดเป็นเมืองน่าอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคมเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : คนในสังคมทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ส่งเสริมและพัฒนา ศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนา และยกระดับเศรษฐกิจ(๒) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา (๓) ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจ ใหม่ รวมทั้งพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น (๔) พัฒนาผู้ประกอบการ และส่งเสริมให้เกิดการนำ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ (๕) เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม (๖) ส่งเสริม และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อ แลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) กำหนดในระยะเวลา ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕) เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การ มหาชน) ดังนี้

ทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงานในปี ๒๕๖๒ ของสำนักงานฯ

๑. วิสัยทัศน์

“พัฒนาและส่งเสริมบุคลากรสร้างสรรค์และธุรกิจไทย ให้นำนวัตกรรมและความคิด สร้างสรรค์ไปใช้ยกระดับสินค้าและบริการของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีสากล”

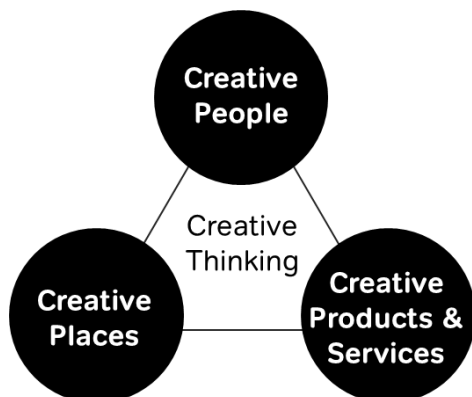
๒. ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ๓ ด้าน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์แก่ชุมชนและ สาธารณชน

ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ทั้ง ๓ ด้าน มีความเชื่อมโยงกันดังปรากฏในแผนภาพด้านล่าง



๓. เป้าหมายการดำเนินงานปีงบประมาณ ๒๕๖๒

๑. ส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ที่จำเป็นแก่ผู้ประกอบการ ในการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

๒. สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง (High Value Products and Services)

๓. ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในด้านกายภาพ กฎหมาย กฎระเบียบ และบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาและบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ศสส. ได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ.๒๕๖๒ ตามร่างพระราชบัญญัติรายจ่ายงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ภายใต้งบ สปร. โดย สปร. จะโอนให้ ศสส. จำนวน ๒๔๙,๔๗๖,๐๐๐ บาท ประกอบด้วย

๑) แผนรายจ่ายตามภารกิจของ ศสส.

- แผนพัฒนาบุคลากร จำนวน ๖๐,๗๒๗,๔๐๐ บาท
- แผนกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ จำนวน ๕๖,๘๐๓,๑๐๐ บาท
- แผนส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์ จำนวน ๔๕,๑๗๓,๖๐๐ บาท

๒) แผนงานบูรณาการ

- แผนบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการเศรษฐกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล จำนวน ๕๖,๘๐๐,๐๐๐ บาท
- แผนบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค จำนวน ๒๐,๖๒๒,๖๐๐ บาท
- แผนงานบูรณาการขับเคลื่อนเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน ๙,๓๔๙,๓๐๐ บาท

โดยแผนปฏิบัติการอ้างอิงตามแผนกลยุทธ์องค์กรของสำนักงานฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ที่จำเป็นแก่ผู้ประกอบการ ในการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ ๑. ฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จำนวน ๑ สาขา

๒. จำนวนผู้ใช้บริการไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ต่อปี

๓. จำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนกลาง/ภูมิภาค ๕ แห่ง

๔.จำนวนนักเรียน นักศึกษา ได้รับการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ จำนวน ๑,๕๐๐ คน

เชิงคุณภาพ ๑. ระดับความพึงพอใจผู้ได้รับประโยชน์ที่ได้รับร้อยละ ๘๐

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
กลยุทธ์ ๑.๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่รวบรวมองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ข้อมูลงานวิจัยพัฒนา แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา(ที่ใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถด้านการแข่งขันในระดับสากล) เพื่อให้สามารถสืบค้นและนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับสากล					
๑)โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	๔.๐๐๐๐	จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา (Creative Service) ๑.ศึกษาข้อมูล สถานการณ์ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยที่ผลกระทบต่อการค้าบริการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่ม Creative Service ได้แก่ การออกแบบ สถาปัตยกรรม และการโฆษณา ๒.ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา กลุ่ม Creative Service ที่ประกอบด้วยข้อมูลและสถิติต่าง ๆ อาทิ มูลค่าทางเศรษฐกิจ ข้อมูลผู้ประกอบการ/แรงงาน จำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และจำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น	๑.ร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา (Creative Service จำนวน ๑ สาขา ๒.ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา (Creative Service) จำนวน ๑ สาขา	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		๓.ยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขา Creative Service ที่สอดคล้องกับกับนโยบายรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย และแผนปฏิบัติการที่มีความเหมาะสมสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม			
๒)ส่งเสริมความเชื่อมั่นและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	๒.๐๐๐๐	๑. สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาวิชาชีพด้านการออกแบบระหว่างภูมิภาค ทั้งภาคเอกชน องค์กรภาครัฐ และองค์กรระหว่างประเทศ ๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อเชื่อมโยงและพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์	เครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาการออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์กับองค์กรทั้งในประเทศ และต่างประเทศจำนวน ๒ เครือข่าย	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์
๓) โครงการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center)	๑๑.๒๖๑๒	๑.สร้าง รวบรวม และเผยแพร่องค์ความรู้ และวัสดุที่เกี่ยวข้องงานออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการนำองค์ความรู้นั้นไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ พัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพ	๑.จำนวนผู้เข้าถึงและได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมและองค์ความรู้ ผ่านสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ (ยอด post reach / page view)" ไม่น้อยกว่า	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสารและการตลาด

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		<p>๒.ผลักดันให้สังคมไทยตระหนักถึงความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางปัญญา อันได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจ เอกลักษณ์และค่านิยมไทย และวัฒนธรรมไทย เพื่อรู้จักประยุกต์ใช้สินทรัพย์ของไทยให้เกิดเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ</p> <p>๓.เผยแพร่องค์ความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และความเคลื่อนไหวของแวดวงการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ให้แก่สาธารณชนอย่างทั่วถึง ผ่านเครื่องมือในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ กิจกรรม และสื่อดิจิทัล</p> <p>๔.ขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ด้านการออกแบบแก่ชุมชนในท้องถิ่นให้สามารถผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมและองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้มีศักยภาพเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น</p>	<p>๘,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง</p> <p>๒.จำนวนคนเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และนำไปใช้ประโยชน์ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน</p>		
<p>กลยุทธ์ ๑.๒ พัฒนาและบ่มเพาะความเป็นผู้ประกอบการที่ใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม และส่งเสริมให้เกิดสังคมผู้ประกอบการ</p>					
<p>๑) โครงการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์</p>	<p>๘.๐๐๐๐</p>	<p>๑. พัฒนาระบบบริการ และแผนงานส่งเสริมความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ</p>	<p>๑.ระดับความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับร้อยละ ๘๐</p>	<p>งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒</p>	<p>ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์</p>

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		<p>กรุงเทพ สู่การเป็นหน่วยงานต้นแบบในการให้บริการองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบของประเทศไทย</p> <p>๒.สร้างระบบนิเวศน์สร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ที่เอื้ออำนวยและสนับสนุนให้นักสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ SMEs วิชา หกิจ เริ่มต้น (Startups) และประชาชน ได้เข้าถึงบริการความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ต่อยอดเชิงพาณิชย์ และการศึกษาได้อย่างทั่วถึง</p>	<p>๒.จำนวนผู้เข้าใช้บริการ ไม่น้อยกว่า ๑๒๐,๐๐๐ คน</p>		
<p>๒) งานสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์สู่ภูมิภาค</p>	<p>๓.๐๐๐๐</p>	<p>๑.ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค หน่วยงานท้องถิ่น และองค์กรต่างประเทศ ให้เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านงานออกแบบและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ในลักษณะโครงการ เนื้อหาองค์ความรู้หรือกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ</p> <p>๒.พัฒนาฐานข้อมูลด้านการออกแบบท้องถิ่น (ฐานข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการ/นักออกแบบ/งานวิจัยด้านการออกแบบ เป็นต้น) ที่รักษาคุณค่าสินทรัพย์เดิมของท้องถิ่น ควบคู่กับความคิดสร้างสรรค์ และองค์ความรู้ที่พัฒนาสู่สินค้า</p>	<p>๑.จำนวนเครือข่ายความร่วมมือ ศสพ.เชียงใหม่ จำนวน ๑๕ เครือข่าย miniTCDC จำนวน ๕ เครือข่าย</p> <p>๒.จำนวนกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบ จำนวน ๒๐ กิจกรรม</p> <p>๓.จำนวนผู้ประกอบการ ในท้องถิ่นและ</p>	<p>งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒</p>	<p>ฝ่ายบริหาร และพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสาร และการตลาด</p>

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		และบริการที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตยุคใหม่ ๓. เชื่อมโยงกิจกรรมร่วมกับ miniTCDC และสถาบันการศึกษาในเครือข่ายส่งเสริมการนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน	นักออกแบบในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงความรู้และได้รับการพัฒนาไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ ราย		
๓) โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์สู่สถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาค (เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก - Eastern Economic Corridor Development :EEC)	๙.๓๔๙๐	๑.ขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ด้านการออกแบบและองค์ความรู้ในการเริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์สู่สถาบันการศึกษาในเขต EEC ๒.สร้างความร่วมมือระหว่าง ศสพ. และสถาบันการศึกษาในเขต EEC ในรูปแบบของการจัดตั้งแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ (miniTCDC CENTER) ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์และเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการในระดับภูมิภาค ๓.พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้าง branding EEC Product เพื่อรองรับการขยายตัวด้านการลงทุนและท่องเที่ยว	๑.miniTCDC Center จำนวน ๑ แห่ง ๒. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา จำนวน ๑๐ ผลิตภัณฑ์ ๓. จำนวนนักเรียน นักศึกษาและผู้ประกอบการในพื้นที่ EEC ได้รับความรู้ด้านการออกแบบ และกระบวนการคิดเชิงการออกแบบ (Design Thinking จำนวน ๑,๐๐๐ คน	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสารและการตลาด

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
๔)โครงการเตรียมความพร้อมนักเรียน/นักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่	๓.๐๐๐๐	<p>๑. สร้างความรู้ความเข้าใจผ่านประสบการณ์จริงแก่นักเรียน/นักศึกษาในด้านความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาธุรกิจด้วยกลยุทธ์การออกแบบสำหรับนำไปใช้ในการศึกษาทั้งในและนอกห้องเรียน การศึกษาต่อ และการประกอบอาชีพ</p> <p>๒. พัฒนาหลักสูตรและจัดกิจกรรมสำหรับนักเรียน/นักศึกษา เพื่อปมเพาะและให้คำปรึกษาเชิงลึกผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ในอนาคต</p>	จำนวนนักเรียน นักศึกษา ได้รับการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ จำนวน ๑,๕๐๐ คน	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายบริหาร และพัฒนาพื้นที่ สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสาร และ การตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง (High Value Products and Services)

ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ

๑. จำนวนนักออกแบบ ผู้ประกอบการ SME ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ ได้รับองค์ความรู้ ๓,๐๐๐ คน
๒. จำนวนผู้ประกอบการชุมชนได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และคุณภาพมาตรฐาน ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน
๓. SME ผู้ประกอบการชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และนำไปใช้ประโยชน์ จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ คน

เชิงคุณภาพ

๑. SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการรายใหม่ รายได้เฉลี่ยเพิ่ม ร้อยละ ๒๖/ปี
๒. ผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐/ปี
๓. SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ฯ ได้รับโอกาสทางธุรกิจ เกิดธุรกรรมทางธุรกิจ ๕ รายการ

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
กลยุทธ์ ๒.๑	ส่งเสริมการใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ				
กลยุทธ์ ๒.๒	สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจและการต่อยอดเชิงพาณิชย์				
กลยุทธ์ ๒.๓	ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของภาคความคิดสร้างสรรค์และภาคการผลิตจริง				
๑)โครงการพัฒนาศักยภาพและสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	๓๔.๐๐๐๐	๑.พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ๒.ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์	จำนวนนักออกแบบผู้ประกอบการ SME ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ ได้รับองค์ความรู้ ๓,๐๐๐ คน	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสารและการตลาด

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		ที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ			
๒) โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Community-Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค	๕.๐๐๐๐	<p>๑.พัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถแก่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนและ SMEs ด้วยการนำองค์ความรู้เรื่องกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการออกแบบบริการ (Service Design) ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจ ยก ระดับมาตรฐาน ทักษะและองค์ความรู้ (Re-skill) แก่ผู้ประกอบการให้เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญทั้งฝีมือและทักษะที่มีมาตรฐานเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต</p> <p>๒.ส่งเสริมการถ่ายทอดและการแลกเปลี่ยนเนื้อหาความรู้ด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยนำแนวคิดการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์</p> <p>๓.ส่งเสริมภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและ OTOP ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ อันจะนำไปสู่</p>	จำนวนผู้ประกอบการชุมชนได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และคุณภาพมาตรฐานไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		การขยายฐานลูกค้าและโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น			
๓โครงการฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	๑๔.๘๐๐๐	<p>๑. พัฒนาเนื้อหาและจัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย ประกอบด้วย ฐานข้อมูลนักร้องแบบและผู้ประกอบการไทย วัสดุไทย ธุรกิจย่านสร้างสรรค์ เนื้อหาสร้างสรรค์ รวมทั้งกิจกรรมเสริมสร้างองค์ความรู้และการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งจะเป็ประโยชน์และนำไปใช้ได้กับผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการชุมชน (ทั้งกลุ่ม Early Stage, Regular, Strong, Turn Around และ Community-Based) ในแต่ละช่วงของวงจรการประกอบธุรกิจ ในการนำความรู้ไปเพิ่มมูลค่าในผลงานของตนเองและการต่อยอดธุรกิจ</p> <p>๒. เผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้สร้างสรรค์ที่สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจของไทยผ่านทางช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการก้าวสู่การเป็น Smart SME โดยนำองค์ความรู้และกระบวนการคิดเชิงออกแบบไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ และต่อยอดสู่การสร้างนวัตกรรมที่</p>	ผู้ประกอบการชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และนำไปใช้ประโยชน์ (๑๐๐,๐๐๐ ราย)	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้สร้างสรรค์

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้			

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์แก่ชุมชนและ สาธารณชน

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในด้าน

กายภาพ กฎหมาย กฎ ระเบียบ และบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาและบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ ๑. จำนวนพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาพื้นที่ธุรกิจใหม่ จำนวน ๑ แห่ง

เชิงคุณภาพ ๑. ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับ ร้อยละ ๘๐/ปี

๒. จำนวนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ล้านบาท

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
กลยุทธ์ ๓.๑ พัฒนาและส่งเสริมการขยายแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ต้นแบบทั้งในด้านดิจิทัลและด้านกายภาพ					
กลยุทธ์ ๓.๒ จัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนากฎหมาย กฎ ระเบียบ และสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์					
กลยุทธ์ ๓.๓ ส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์					
๑)โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านสร้างสรรค์ (Creative District)	๑๑.๙๕๒๔	๑.ส่งเสริมการกระตุ้นการสร้างธุรกิจภายในย่านสร้างสรรค์รวมทั้งสร้างการรับรู้ และดึงดูดให้คนเห็นประโยชน์และเข้ามาใช้พื้นที่ย่านสร้างสรรค์ ๒.พัฒนาย่านสร้างสรรค์ตามแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาเมือง/ย่านสร้างสรรค์ และเป็นต้นแบบของการสร้างย่านสร้างสรรค์ของประเทศ ๓.สร้างโอกาสในการเผยแพร่องค์ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเข้าถึงและนำมาใช้ประโยชน์จากผลงาน	๑.พัฒนาพื้นที่ธุรกิจใหม่ จำนวน ๑ แห่ง ๒.ส่งเสริม นักออกแบบสู่การพัฒนาย่านสร้างสรรค์ จำนวน ๑๐ ราย ๓. จำนวนคนรวมกิจกรรมสร้างเครือข่าย ๘๐๐ คน	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสารและการตลาด

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		การออกแบบของนักออกแบบ และนักศึกษาทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการออกแบบ ด้านธุรกิจ สร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ด้านสังคม ด้านเทคนิค นำไปสู่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน			
๒) โครงการเสนอตัวเป็นเมืองหลวงแห่งการออกแบบโลก (World DesignCapital ๒๐๒๒)	๔.๙๖๐๐	๑.เสนอตัวเป็นเจ้าภาพเมืองหลวงแห่งการออกแบบโลก (World Design Capital) ๒.สนับสนุนให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทยได้เป็นที่รู้จักในนานาประเทศ ๓.ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ระดับสากล ๔.สร้างกลไกให้หน่วยงานภาครัฐ หน่วยราชการ และภาคเอกชน ได้มีส่วนในการขับเคลื่อนโครงการในระดับประเทศไปด้วยกัน	๑.จำนวนกิจกรรมนำร่องเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในเมือง ๑ กิจกรรม ๒.จำนวนต้นแบบจากโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในเมือง ๑ ต้นแบบ	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสารและการตลาด
๓) ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือตอนบน	๙.๑๒๒๖	๑.ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการออกแบบในประเทศและระหว่างประเทศให้แก่ภาคธุรกิจสร้างสรรค์และภาคการศึกษา	๑.จัดงานเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ จำนวน ๑ ครั้ง	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		<p>ในท้องถิ่น นำไปใช้พัฒนาการขยายตัวของธุรกิจการค้าและยกระดับผลงานออกแบบสู่มาตรฐานสากล</p> <p>๒. เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือด้านการออกแบบระหว่างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาคเหนือตอนบน กับองค์กรอื่นในประเทศและระหว่างประเทศนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนให้เติบโตและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีความยั่งยืน</p> <p>๓. ส่งเสริมการพัฒนากองท่องเที่ยว โดยการพัฒนาพื้นที่และสินทรัพย์เก่าให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตสมัยใหม่และส่งเสริมให้เกิดความเคลื่อนไหวของการพัฒนาเศรษฐกิจ ผ่านการพื้นที่ธุรกิจ ชุมชนเมือง และการพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของเมือง</p>	<p>๒. จัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียน จำนวน ๑ นิทรรศการ</p> <p>๓. จัดกิจกรรมส่งเสริมเผยแพร่ความรู้ธุรกิจสร้างสรรค์ จำนวน ๑๐ ครั้ง</p> <p>๔. จัดทำวิจัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาคเหนือตอนบน จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๕. สำรวจย่านสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ย่าน</p>		ฝ่ายสื่อสารและการตลาด
๔) ส่งเสริมย่านสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Creative Tourism)	๑๑.๕๐๐๐	<p>๑. จัดทำโครงการและกิจกรรมนำร่องส่งเสริมย่านสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p> <p>๒. ส่งเสริมการพัฒนากองท่องเที่ยว โดยการพัฒนาพื้นที่และสินทรัพย์เก่าให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตสมัยใหม่</p>	<p>๑. เทศกาลงานคว้ามคิดสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๒. ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และการเข้าถึงข้อมูล</p>	งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒	ฝ่ายบริหารและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ฝ่ายสื่อสารและการตลาด

โครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)	แผนปฏิบัติการ	ตัวชี้วัด	แหล่ง งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		และส่งเสริมให้เกิดความ เคลื่อนไหวของการพัฒนา เศรษฐกิจ ผ่านการพื้นที่ ธุรกิจ ชุมชนเมือง และการ พัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์ของเมือง	ออนไลน์ จำนวน ๑๕๐,๐๐๐ บาท		

๔. แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

แผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒ ของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ ภายใต้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) โดยจะโอนให้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จำนวน ๒๔๙,๔๗๖,๐๐๐ บาท ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายบุคลากร จำนวน ๖๐,๗๒๗,๔๐๐ บาท ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน จำนวน ๕๖,๘๐๓,๑๐๐ บาท และค่าใช้จ่ายภารกิจโครงการ จำนวน ๑๓๑,๙๔๕,๕๐๐ บาท

หน่วย : บาท

รายการ	พ.ร.บ. งบประมาณ ปี ๒๕๖๒	หมายเหตุ
๑. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	๖๐,๗๒๗,๔๐๐	
๒. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	๕๖,๘๐๓,๑๐๐	
๓. ค่าใช้จ่ายภารกิจ	๑๓๑,๙๔๕,๕๐๐	
รวมทั้งสิ้น	๒๔๙,๔๗๖,๐๐๐	

๕. แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ รายไตรมาส

แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ ของ สคส. ไตรมาสที่ ๑ เบิกจ่ายจำนวน ๘๖.๘๕๘๓ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๘๒ ของงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ไตรมาสที่ ๒ เบิกจ่ายจำนวน ๖๕.๖๖๔๘ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๓๒ ไตรมาสที่ ๓ เบิกจ่ายจำนวน ๕๖.๔๙๒๓ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๖๔ และ ไตรมาสที่ ๔ เบิกจ่ายจำนวน ๔๐.๔๖๐๘ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๒๒

แผนงาน	ไตรมาส ๑		ไตรมาส ๒		ไตรมาส ๓		ไตรมาส ๔		รวม	
บุคลากร	๑๕.๑๘๑๙	๒๕	๑๕.๑๘๑๙	๒๕	๑๕.๑๘๑๘	๒๕	๑๕.๑๘๑๘	๒๕	๖๐.๗๒๗๔	๑๐๐
ดำเนินงาน	๒๗.๗๑๒๙	๔๙	๑๐.๘๑๗๔	๑๙	๙.๑๓๖๔	๑๖	๙.๑๓๖๔	๑๖	๕๖.๘๐๓๑	๑๐๐
ภารกิจ	๔๓.๙๖๓๕	๓๓	๓๙.๖๖๕๕	๓๐	๓๒.๑๗๔๐	๒๔	๑๖.๑๔๒๕	๑๓	๑๓๑.๙๔๕๕	๑๐๐
รวม	๘๖.๘๕๘๓	๓๕	๖๕.๖๖๔๖	๒๖	๕๖.๔๙๒๓	๒๓	๔๐.๔๖๐๘	๑๖	๒๔๙.๔๗๖๐	๑๐๐

๖. ตัวชี้วัดองค์กร ปี พ.ศ. ๒๕๖๒

ประเด็นการประเมิน	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
๑. ความสำเร็จในการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	๑.๑ การจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา* (* อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จำนวน ๑๒ สาขา แบ่งเป็น กลุ่มอุตสาหกรรมฯ ไว้ ๔ กลุ่ม กลุ่ม ๑ Creative Originals กลุ่ม ๒ Creative Content/Media กลุ่ม ๓ Creative Services กลุ่ม ๔ Creative Goods/Products)	๑ สาขา (กลุ่ม ๑)
	๑.๒ ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และนำไปสู่การปฏิบัติ	ร้อยละ ๘๐
๒. ความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์	๒.๑ จำนวนแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาคทั้งในเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม	๕ แห่ง
๓. ความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ (ต่อ)	๓.๑ ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	
	๑) ผู้รับบริการได้รับประโยชน์จากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์	ร้อยละ ๘๐

ประเด็นการประเมิน	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	๒) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์	ร้อยละ ๘๐
๔. ระดับความสำเร็จของย่านสร้างสรรค์	๔.๑ ระดับความสำเร็จของย่านสร้างสรรค์ (ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามแผน)	สำรวจข้อมูลพื้นฐานในการเปรียบเทียบแล้วเสร็จ ร้อยละ ๑๐๐
๕. ความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	๕.๑ ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการรายใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ ๒๖
	๕.๒ ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐
๖. ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการรายใหม่ เกิดธุรกรรมจากกิจกรรมของเครือข่ายความร่วมมือ	๖.๑ ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการรายใหม่ เกิดธุรกรรมจากกิจกรรมของเครือข่ายความร่วมมือ	๕ รายการ

งบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒

หน่วย : ล้านบาท

ยุทธศาสตร์	วงเงินคำขอ งบประมาณปี (๑)	สำนักงบประมาณ พิจารณา (๒)	กรมการ พิจารณา (๓)	ส่วนต่างของงบที่ ได้กับคำขอ (๔) = (๑) - (๓)
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างและพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	๘๑.๐๐๐๐	๔๑.๒๖๑๒	๔๐.๖๑๐๕	-๔๐.๓๘๘๕
๑)โครงการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งบ่ม เพาะธุรกิจสร้างสรรค์	๒๐.๐๐๐๐	๘.๐๐๐๐	๘.๐๐๐๐	-๑๒.๐๐๐๐
๒)โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา	๘.๐๐๐๐	๔.๐๐๐๐	๔.๐๐๐๐	-๔.๐๐๐๐
๓)โครงการส่งเสริมความเชื่อมั่นและ พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศ	๕.๐๐๐๐	๒.๐๐๐๐	๒.๐๐๐๐	-๓.๐๐๐๐
๔)โครงการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อบ่ม เพาะธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Information Center)	๒๓.๐๐๐๐	๑๑.๒๖๑๒	๑๑.๒๖๑๒	-๑๑.๗๓๘๘
๕)งานสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์สู่ภูมิภาค	๑๐.๐๐๐๐	๓.๐๐๐๐	๓.๐๐๐๐	-๗.๐๐๐๐
๖)โครงการเตรียมความพร้อมนักเรียน/ นักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ สร้างสรรค์รุ่นใหม่	๕.๐๐๐๐	๓.๐๐๐๐	๓.๐๐๐๐	-๒.๐๐๐๐
๗)โครงการสร้างแหล่งบ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์สู่สถาบันการศึกษาส่วน ภูมิภาค (เขตเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออก - Eastern Economic Corridor Development :EEC)	๑๐.๐๐๐๐	๑๐.๐๐๐๐	๙.๓๔๙๓	-๐.๖๕๐๗

ยุทธศาสตร์	วงเงินคำขอ งบประมาณปี (๑)	สำนักงบประมาณ พิจารณา (๒)	กรมการพิจารณา พิจารณา (๓)	ส่วนต่างของงบฯที่ ได้กับคำขอฯ (๔) = (๑) - (๓)
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง	๕๘.๐๐๐๐	๕๓.๘๐๐๐	๕๓.๘๐๐๐	-๔.๒๐๐๐
๑)โครงการพัฒนาศักยภาพและสร้าง โอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างสรรค์ Creative Business	๓๕.๐๐๐๐	๓๔.๐๐๐๐	๓๔.๐๐๐๐	-๑.๐๐๐๐
๒)โครงการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการชุมชน (Community Based) เชิงสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค	๕.๐๐๐๐	๕.๐๐๐๐	๕.๐๐๐๐	-
๓)โครงการฐานข้อมูลสนับสนุนธุรกิจ สร้างสรรค์	๑๘.๐๐๐๐	๑๔.๘๐๐๐	๑๔.๘๐๐๐	-๓.๒๐๐๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนา พื้นที่สร้างสรรค์แก่ชุมชนและ สาธารณชน	๓๗.๐๐๐๐	๓๗.๖๒๒๖	๓๗.๕๓๕๐	-๓๙.๔๖๕๐
๑๑)โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่าน สร้างสรรค์ Creative District	๑๒.๐๐๐๐	๑๒.๐๐๐๐	๑๑.๙๕๒๔	-๐.๐๔๗๖
๑๒)โครงการเสนอตัวเป็นเมืองหลวง แห่งการออกแบบโลก (World Design Capital ๒๐๒๒)	๕.๐๐๐๐	๕.๐๐๐๐	๔.๙๖๐๐	-๐.๐๔๐๐
๑๓)งานส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ภูมิภาค เหนือตอนบน	๔๐.๐๐๐๐	๙.๑๒๒๖	๙.๑๒๒๖	-๓๐.๘๗๗๔
๑๔)โครงการส่งเสริมย่านสร้างสรรค์เพื่อ การท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Creative Tourism)	๒๐.๐๐๐๐	๑๑.๕๐๐๐	๑๑.๕๐๐๐	-๘.๕๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๒๑๖.๐๐๐๐	๑๓๒.๖๘๓๘	๑๓๑.๙๔๕๕	-๘๔.๐๕๔๕