

แผนการปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. 2567

แผนปฏิบัติการ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

บทสรุปผู้บริหาร

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

การบริหารจัดการองค์การให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์แห่งการจัดตั้งที่กำหนดไว้ จำเป็นต้องมีแผนปฏิบัติการที่กำหนดกรอบแนวทางในการดำเนินงาน และเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล และติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า และประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนผู้รับบริการ และสามารถขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2566 – 2570 ขึ้น ซึ่งเป็นไปโดยสอดคล้องกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของส่วนราชการ โดยจัดทำเป็นแผนห้าปีซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา

ในปี 2567 สศส. จึงดำเนินโครงการที่ส่งเสริมกระบวนการซอฟต์แวร์ไทย ทั้งด้านการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์ พร้อมๆกับการพัฒนาทักษะของบุคลากร เครือข่ายและพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ ขณะเดียวกัน สศส. ยังตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วที่ส่งผลถึงเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลายสาขาต้องปรับตัว รวมถึงอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทย จึงได้จัดทำโครงการที่สามารถส่งเสริมและผลักดันอุตสาหกรรมโดยเฉพาะภาพยนตร์ ซีรีส์ ดิจิทัลคอนเทนต์สู่ตลาดสากล ตลอดจนดำเนินโครงการที่ส่งเสริมกระบวนการซอฟต์แวร์ไทย

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

ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ

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

1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580)
2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
3. แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)
4. ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2569
5. (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13
6. แผนปฏิบัติการดำเนินการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

วิสัยทัศน์ของ สคส.

“เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทยสู่เวทีโลก”

ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

เป้าหมายการดำเนินงาน

แผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยสนับสนุนเพื่อให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันเข้าสู่ตลาดโลก การส่งเสริมและสนับสนุนกลไกการพัฒนาพื้นที่ไปสู่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน รวมถึงการเป็นศูนย์กลางข้อมูล สถิติ ดัชนี อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

บทที่ 1 บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ได้รับการประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2561 โดยเป็นยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศก้าวไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยมุ่งเพิ่มผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยพัฒนา และนวัตกรรมไทยในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและต่อยอด



เป็นฐานรายได้ใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Value Creation) จากแนวนโยบายการพัฒนาประเทศโดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมาและนโยบายภาครัฐในปัจจุบันที่ได้กล่าวมานั้นจะนำไปสู่การเป็นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับโลกอย่างยั่งยืน

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 มีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 เป็นต้นมา โดยได้มีการกำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม ทั้งนี้ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดไว้ว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 12 สาขาหลัก ได้แก่ งานฝีมือและหัตถกรรม ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ ดนตรี ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง ซอฟต์แวร์

โฆษณา การออกแบบ สถาปัตยกรรม และแฟชั่น โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา คือ อาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

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

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

1.1 ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

1.1.1 แนวคิดสากลที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์กรในระดับสากลที่มีหน้าที่ส่งเสริมแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายหน่วยงาน ได้มีแนวคิดเรื่องระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ดังต่อไปนี้

องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization: UNIDO) เป็นหน่วยงานพิเศษในสหประชาชาติ มีบทบาทในการส่งเสริมและเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศกำลังพัฒนา และประเทศที่มีเศรษฐกิจในช่วงเปลี่ยนผ่าน และการส่งเสริมความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ ได้อธิบายว่า ระบบนิเวศสร้างสรรค์ หมายถึง การทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ และเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย ศูนย์ฝึกอบรม โดยมีระบบบริหารจัดการเพื่อสร้างและรวบรวมของนวัตกรรมและไอเดียสร้างสรรค์จากแหล่งต่าง ๆ ให้บริษัทสามารถดึงมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าได้อย่างเต็มที่¹

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

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

Inter-American Development Bank (IDB) เป็นองค์กรที่สนับสนุนทางการเงินและเทคนิคให้กับประเทศในละตินอเมริกาและแคริบเบียนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม กล่าวถึงวิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าจะทำผ่านมุมมองของระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยที่ระบบนิเวศ หมายถึง กลุ่มของผู้เล่นที่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีหน้าที่ชัดเจนแตกต่างกัน และหากปรับแนวคิดของระบบนวัตกรรมแห่งชาติ³ ซึ่งได้กำหนดให้เป็นชุดของตัวแทนและสถาบันทางเศรษฐกิจ เช่น รัฐบาล มหาวิทยาลัย หน่วยงานวิจัย และภาคเอกชน โดยการทำงานร่วมกันเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของผลงานด้านนวัตกรรมทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างการกระจายและการใช้ความรู้ในระบบการผลิตและสังคมเพื่อกำหนดการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า **ระบบนิเวศสร้างสรรค์** เป็นกลุ่มของหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ และกฎเกณฑ์ที่ส่งผลต่อการผลิต การถ่ายทอด และการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ แนวคิดของระบบนิเวศเชิงสร้างสรรค์ไม่เพียงเน้นความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน แต่ยังรวมถึงชุมชนท้องถิ่น และผู้บริโภคด้วย รวมไปถึงบทบาทของสถาบันการศึกษาด้วย ระบบนิเวศสร้างสรรค์ช่วยในการทำความเข้าใจความหลากหลาย การพึ่งพาและการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เล่นที่แตกต่างกัน เพื่อสามารถนำไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ต่อไป⁴

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

³ A national innovation system is defined as the set of economic agents and institutions (e.g., government, universities, research units, and the private sector) whose interaction determines the performance of a society in terms of innovation outputs. Such interaction is key to generating, diffusing, and using knowledge in the production system and society, determining the long-run economic development of a country (Freeman, 1989; Lundvall, 1985,1992; Nelson, 1993)

⁴ Jose Miguel Benavente and Matteo Grazzi. 2017. (Page 21) PUBLIC POLICIES FOR CREATIVITY AND INNOVATION: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean. Inter-American Development Bank

1.2 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยในอนาคต

การเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้นการรับรู้สัญญาณเตือนและการเตรียมพร้อมรับมือจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งการวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต (Foresight) ถือเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม ได้มีโอกาสทบทวนกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลง อาทิ ความเสี่ยง ข้อจำกัด ตลอดจนระบบการบริหารจัดการ ที่จะนำไปสู่การออกแบบกระบวนการเพื่อรองรับสิ่งที่เกิดขึ้นมรอนาคตได้

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

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

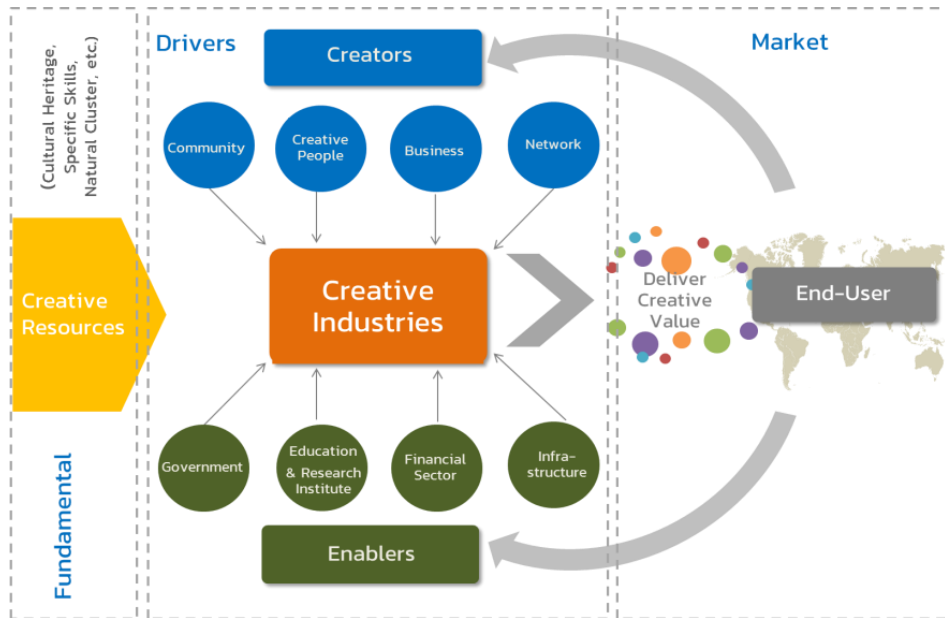
ทั้งนี้การกำหนดกรอบอนาคต (Forecasting) จะประมวลข้อมูลปัจจัยขับเคลื่อน (Drivers) จากแนวโน้ม (Trend) และสัญญาณ (Signal) ที่สำคัญผ่านการประเมินผลกระทบทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาพฉายอนาคต ของอุตสาหกรรม ซึ่งในการศึกษาสามารถระบุปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย 15 ปัจจัย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





กรอบแนวคิดระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creative Economy Ecosystem)

จากแนวคิดสากลที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพระบบนิเวศด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creative Economy Ecosystem) ได้ดังนี้



Thailand Creative Economy Ecosystem

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

องค์ประกอบของระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบพื้นฐาน.(Fundamental) ได้แก่ ทรัพยากรด้านสร้างสรรค์.(Creative Resources) ซึ่งหมายถึง มรดกวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของประเทศไทย สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียง รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อาจถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาภายหลัง โดยทรัพยากรเหล่านี้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการต่อยอดสินค้าและบริการสร้างสรรค์ได้

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

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

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

3. ตลาด (Market) หมายถึง ตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการส่งมอบสินค้าและบริการที่สามารถสร้างประสบการณ์หรือความประทับใจพิเศษให้กับผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งผู้บริโภคสามารถป้อนกลับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้แก่ผู้ขับเคลื่อนต่าง ๆ ในระบบนิเวศเพื่อใช้ปรับปรุงสินค้าและบริการได้



แผนภาพแสดงองค์ประกอบย่อยของผู้สร้างสรรค์ (Creators)



แผนภาพแสดงองค์ประกอบย่อยของผู้สนับสนุน (Enablers)

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

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม.(Cultural Asset-based) ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) หรือคุณค่าเพิ่มทางสังคม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขาหลัก โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีก 3 สาขา คือ อาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีขอบเขตดังต่อไปนี้

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

2. ศิลปะการแสดง (Performing arts) ..การจัดกิจกรรมบริการทางศิลปะการแสดงและบริการทางด้านมหรสพ เช่น ละคร ละครเวที ศิลปะ (Arts) วงดนตรีละครเวทีต่าง ๆ

3. ทัศนศิลป์ (Visual arts) งานจิตรกรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย และงานประติมากรรม

4. ดนตรี (Music) การบันทึกเสียงการทำซ้ำและเครื่องดนตรี

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

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

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

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

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

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

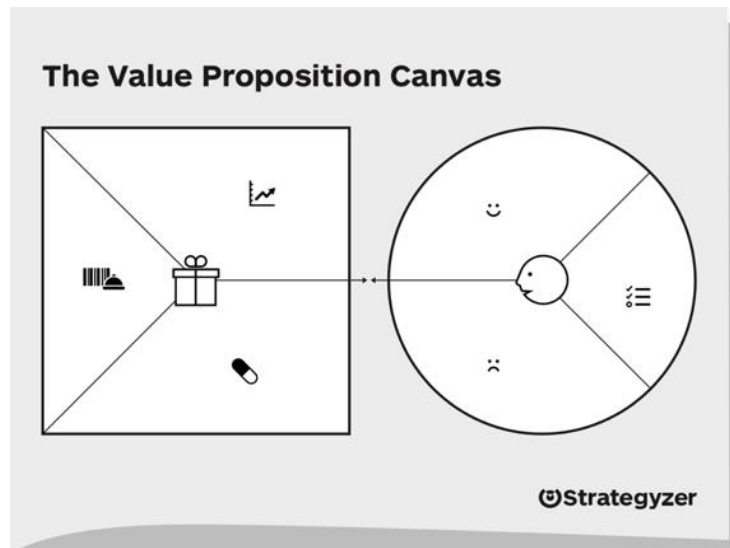
11. สถาปัตยกรรม (Architecture) การดำเนินงานเกี่ยวกับการก่อสร้างทั่วไป การก่อสร้างเฉพาะงาน และงานวิศวกรรมโยธา การต่อเติมดัดแปลง การก่อสร้างลักษณะชั่วคราว การซ่อมแซม งานวิศวกรรมโยธา ซึ่งงานดังกล่าวสามารถดำเนินการด้วยตนเองหรือโดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยการทำสัญญาจ้างงานบางส่วนทั้งหมดหรือทำสัญญารับช่วง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

12. แฟชั่น (Fashion) การผลิตเครื่องแต่งกาย การออกแบบ จัดทำตัวอย่างจัดเตรียมการผลิต การขายเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปและการรับจ้างตัดเสื้อให้ลูกค้า ยกเว้นการผลิตเสื้อผ้าจากผ้าฝ้ายที่ผลิตขึ้นเองและเครื่องสวมใส่สำหรับกีฬา

บทที่ 2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนปฏิบัติการ

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ

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



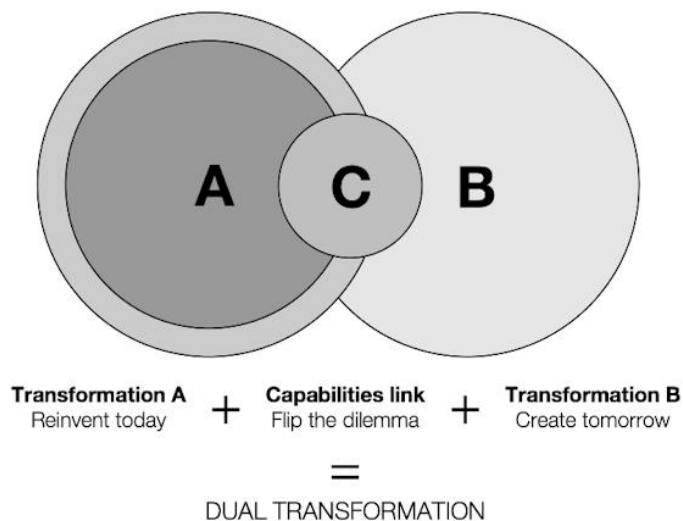
ในการวิเคราะห์ Value Proposition ยังมีการนำทฤษฎี Job to be done ของ Clayton Christensen มาช่วยในการอธิบายความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ

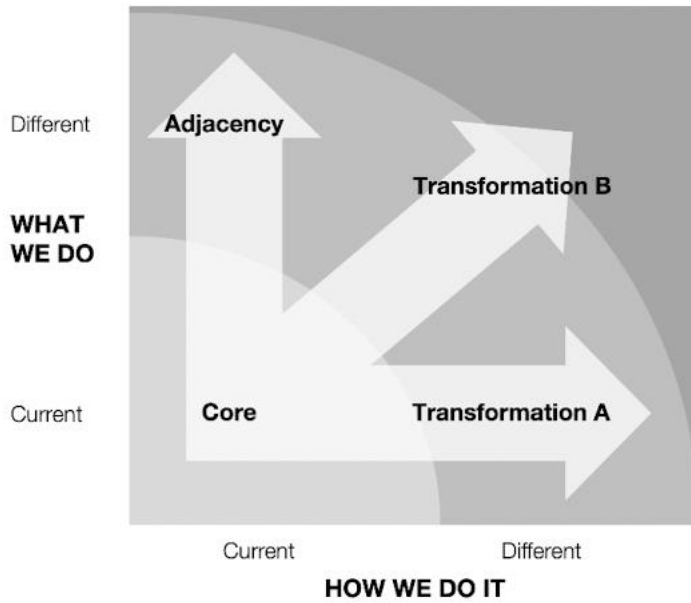


จากความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงในอนาคตหลังจากเกิดการ Disruption แล้วเครื่องมือวิเคราะห์ แนวทาง ทิศทาง ขององค์กรที่เหมาะสม ได้แก่ Dual Transformation และ Business Model Portfolio

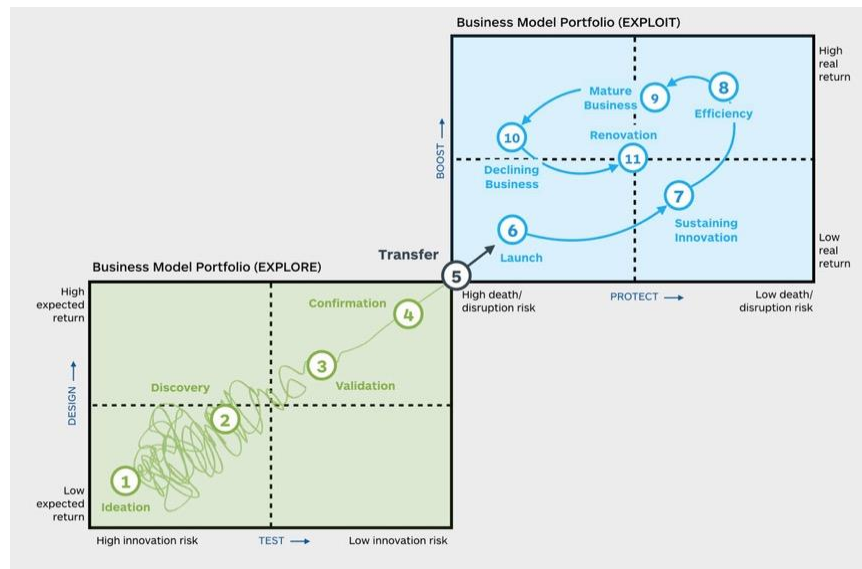
ชุดความคิดของ Dual Transformation ตั้งบนพื้นฐานว่า หลังเกิดการ Disruption (หรืออยู่ระหว่างเกิด) องค์กรที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ สามารถพิจารณาเปลี่ยนแปลง Transformation งาน สินค้า ยุทธศาสตร์ขององค์กร ในสองทิศทาง คือ Transformation A ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงจากปัจจุบันเป็นจุดตั้งต้น และ Transformation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

Dual transformation





ชุดความคิดเรื่อง Dual Transformation ที่มีเป้าหมายในการวิเคราะห์ แบ่งการ Transformation หรือ การพัฒนายุทธศาสตร์อนาคตให้กับองค์กร เป็นสองแนว นั้นสอดคล้องกับอีกแนวคิดหนึ่ง คือ Business Model Portfolio ของ Strategyzer ที่กำหนดนิยามของ Business Model หรือแนวทางการดำเนิน การกิจองค์กร ไว้สองแบบ คือ แนวทางที่อยู่ในช่วง Explore และแนวทางที่อยู่ในช่วง Exploit ที่ย่อมมีการพัฒนา มีการวัดผล ที่แตกต่างกัน



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรจุดแข็ง จุดอ่อน

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

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



2.1.ปัจจัยนำเข้า (Input)

ปัจจัยในการศึกษาเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และประเมินองค์กรจากสภาพแวดล้อม ศักยภาพ และข้อจำกัดขององค์กร ได้แก่

2.1.1 เป้าหมาย นโยบาย ยุทธศาสตร์ตามแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ และแผนระดับ 3 ที่เกี่ยวข้อง

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

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

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

1.1 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่

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

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

3. “สร้างคุณค่าใหม่ ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคูณรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุน

จากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

(2) แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งเป็นแผนระดับที่ 4 มีประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 5 การท่องเที่ยว

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น

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

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: อัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง สัดส่วน 75:25

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

เป้าหมายของแผนย่อย: เมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: จำนวนเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 15 เมือง

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องในระดับรอง ประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 6 พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิดศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: ประเทศไทยที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิด ศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อกระจายความเจริญด้านเศรษฐกิจและ สังคม จำนวน 2 ภาค (ปี 2566-2570)

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การพัฒนาเมืองนำอยู่อัจฉริยะ

เป้าหมายของแผนย่อย: เมืองในพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาเพื่อกระจาย ความเจริญและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: จำนวนเมืองขนาดกลางที่ได้รับการพัฒนา 7 เมือง

- **ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่**

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มี บทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ร้อยละ 50 (ปี 2566-2570)

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

เป้าหมายของแผนย่อย: การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (เฉลี่ยร้อยละ) ขยายตัวร้อยละ 15

- **ประเด็นที่ 20 การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ**

เป้าหมายระดับแผนแม่บท: บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ: ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐไม่ น้อยกว่าร้อยละ 90

แผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ: การพัฒนาบริการประชาชน

เป้าหมายของแผนย่อย: งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของแผนย่อย: สัดส่วนความสำเร็จของกระบวนการงานที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล ร้อยละ 100 (ปี 2566-2570)

(3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

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

หมวดหมู่ที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

เป้าหมายที่ 3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิภาพจากภาครัฐ

ตัวชี้วัดที่ 3.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ที่เข้าถึงมาตรการ/โครงการของภาครัฐและบริการพัฒนาธุรกิจภาคเอกชนโดยการสนับสนุนของรัฐ

หมวดหมู่ที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายที่ 3 การพัฒนาเมืองให้มีความน่าอยู่ อย่างยั่งยืน มีความพร้อมในการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างทั่วถึง

ตัวชี้วัดที่ 3.2 เมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนมีจำนวนมากขึ้น

หมวดหมู่ที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายที่ 1 การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ 1.1 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่า

ร้อยละ 90

(4) ร่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้เป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคคลกรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมี

วิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้นสำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) คือ “ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย” โดย แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1.การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์กลุ่ม ประกอบด้วย

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

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

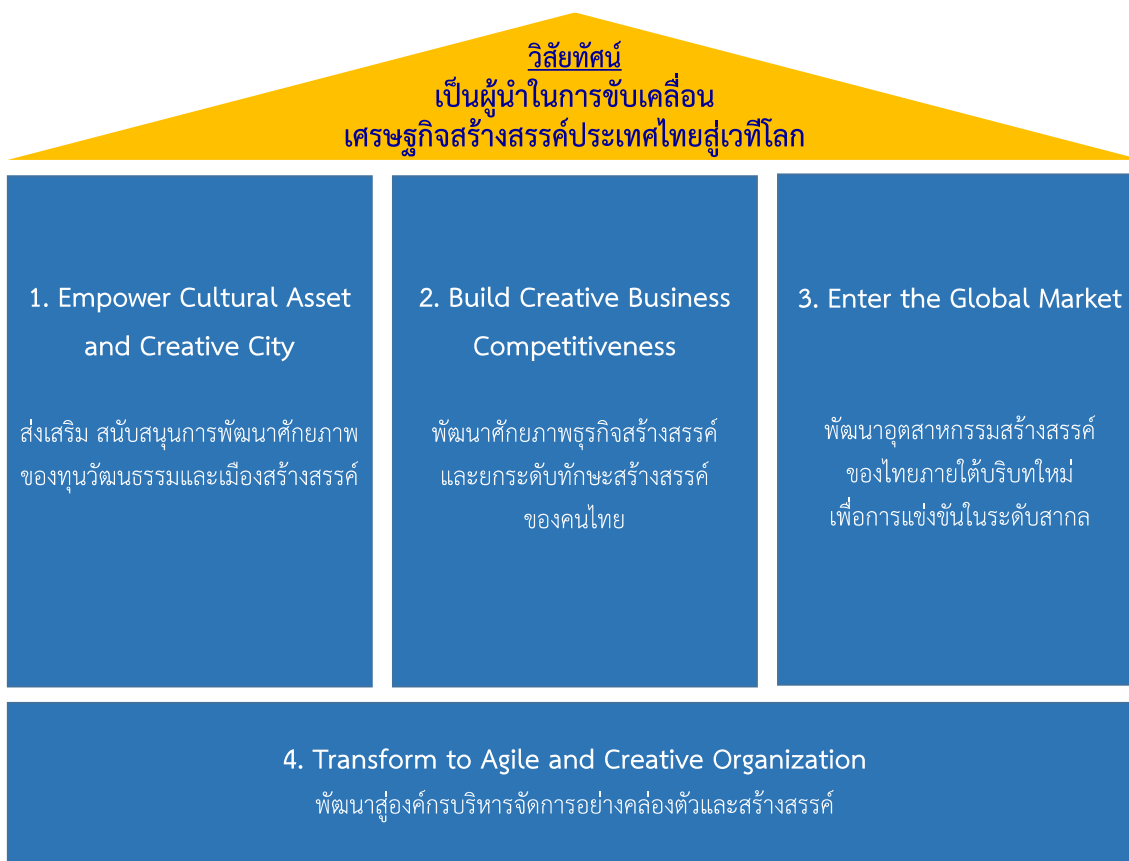
- 2.1 การพัฒนาระบบบริหารทุนทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของพื้นที่
- 2.2 การพัฒนาระบบบริหารชุมชนและกิจกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่
- 2.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความน่าอยู่ของพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

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

บทที่ 3 แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

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



ยุทธศาสตร์ที่ 1 Empower Cultural Asset and Creative City ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ
ทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
1.1 จำนวนจังหวัดที่บรรจุการพัฒนาเมือง สร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการ ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น (จังหวัด) <i>* นับสะสม</i>	1	2	3	4	5
1.2 รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ ของย่าน (ล้านบาท) <i>(คำนวณจากรายได้จากเทศกาลด้านการส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์)</i> <i>* นับรวมทั้งเทศกาล และกิจกรรมร่วมกับเครือข่าย พันธมิตรอื่น ๆ ด้วย</i>	900	1,050	1,200	1,350	1,500
1.3 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิด สร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ (ผลิตภัณฑ์) <i>* นับเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่ (สินค้าหรือบริการ) ที่เกิดจาก การดำเนินการของ สคส.ร่วมกับหน่วยงานที่เป็นเครือข่าย ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN) โดยคำนวณ จาก 50% ของเป้าหมายรวมผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2566 (ประมาณ 120 ผลิตภัณฑ์)</i>	60	60	60	60	60

เป้าประสงค์

1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายมีความเข้มแข็งสูงขึ้น
3. ทุนวัฒนธรรม ได้รับการต่อยอด พัฒนาในเชิงพาณิชย์

กลยุทธ์การดำเนินงานดังนี้

- 1.1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพเมืองขับเคลื่อนการนำร่องการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 1.2. ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือในการติดตามข้อมูล และเพิ่มปริมาณนวัตกรรมเมืองสร้างสรรค์ในท้องถิ่น
- 1.3. ส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่นสู่สินค้าและบริการ เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 Build Creative Business Competitiveness พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
2.1 ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังจากได้รับการ พัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนา ธุรกิจ	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26	ร้อยละ 26
2.2 ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น * นับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ราย ใหม่จาก 3 เรื่อง ดังนี้ 1) จำนวนการยื่นขอจดทะเบียนทรัพย์สินทาง ปัญญา (IP) 2) จำนวนการจดทะเบียนบริษัทใหม่ 3) จำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ โดยเทียบ กับ จำนวนเป้าหมายในการบ่มเพาะเชิงลึกผ่าน การสัมมนาเชิงปฏิบัติการและการให้คำปรึกษา	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
ทางด้านธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพเพิ่มขึ้น 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) <i>* การพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาค หมายถึง การส่งเสริมศักยภาพของแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่เป็นเครือข่ายสถาบันการศึกษาในภูมิภาค ผ่านการจัดกิจกรรม/โครงการร่วมกับ สตส. โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจ หรือย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</i>	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง	10 แห่ง

เป้าประสงค์

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

มีกลยุทธ์การดำเนินงานดังนี้

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

ยุทธศาสตร์ที่ 3 Enter the Global Market พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
<p>3.1 จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล</p> <p><i>* เครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ หมายถึง เครือข่ายที่เป็นสมาคม สมาพันธ์ องค์กร หรือผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ ที่ได้รับการสนับสนุน หรือร่วมมือกับ สคส. ในการเข้าถึงช่องทางตลาดสากลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประกวดรางวัล การนำเสนอผลงานในระดับนานาชาติ รวมถึงการเข้าสู่แพลตฟอร์มการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เป็นต้น</i></p>	10 ราย	10 ราย	10 ราย	15 ราย	15 ราย
<p>3.2 ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน</p> <p><i>* การเข้าถึงแหล่งทุน หมายถึง สามารถผ่านเกณฑ์ในการเข้าขอรับทุนสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยคำนวณร้อยละ จากผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพจาก สคส. ที่ประสงค์ขอทุน</i></p>	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50	ร้อยละ 50

เป้าประสงค์

1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
2. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

มีกลยุทธ์การดำเนินงานดังนี้

- 3.1 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
- 3.2 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม
- 3.3 ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวีปเอเชียและพหุภาคี

ยุทธศาสตร์ที่ 4 Transform to Agile and Creative Organization พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

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

เป้าประสงค์

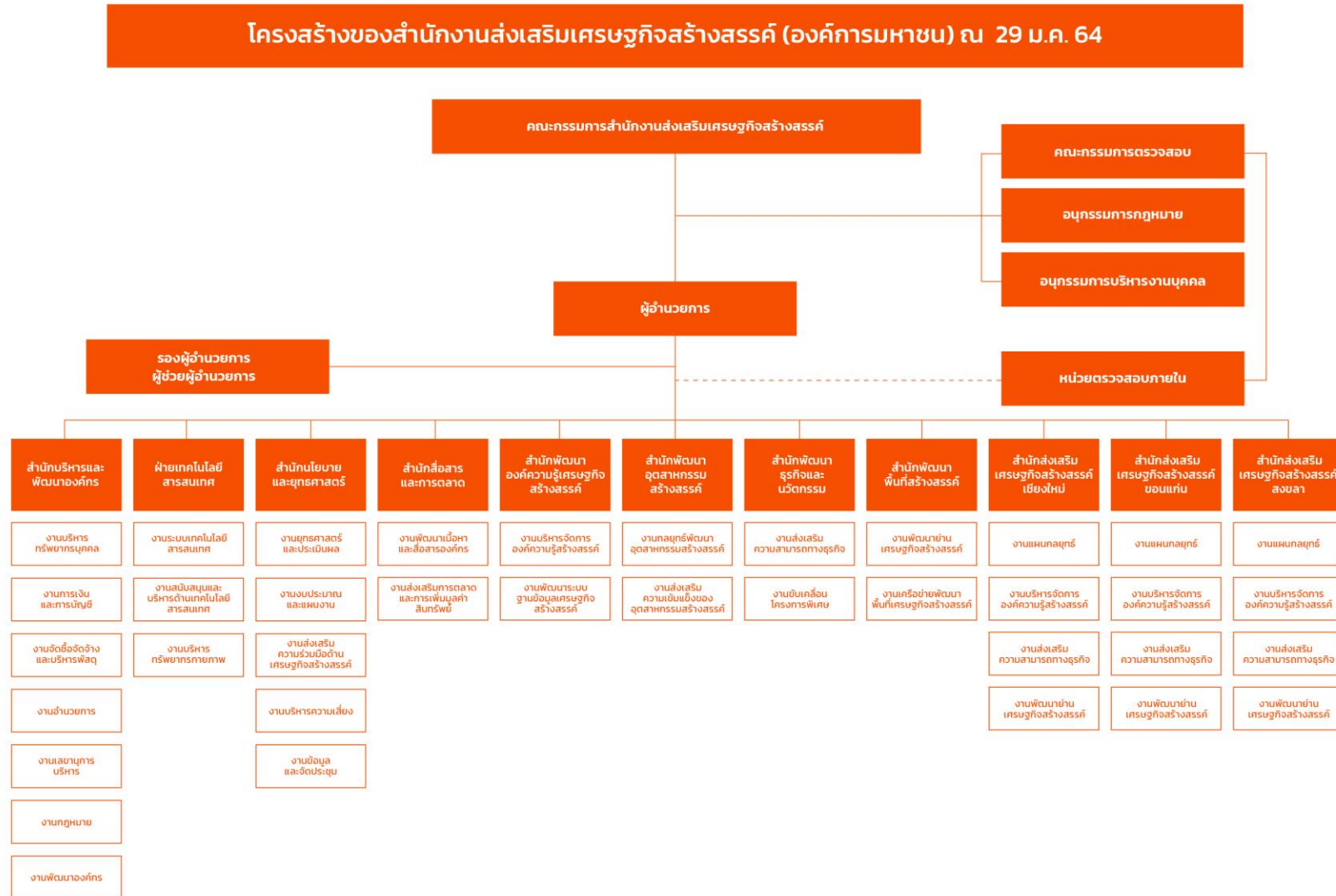
1. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น
2. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชน เป็นศูนย์กลาง
3. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

มีกลยุทธ์การดำเนินงานดังนี้

- 4.1 พัฒนาบุคลากรขีดสมรรถนะสูงและมีทักษะอนาคต เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลง
- 4.2 กระจายอำนาจการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล
- 4.3 พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลโดยเชื่อมโยงกับระบบรัฐบาลดิจิทัล และยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง
- 4.4 สร้างวัฒนธรรมการทำงานมืออาชีพ กระตุ้นส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิดกล้าทำ

3.2 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย 11 ส่วนงาน ดังภาพ



3.3 วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

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

แผนงานในการกิจหลัก ระยะ 5 ปี ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ

- 1 : ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์
- 2 : พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย
- 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของคนไทยภายใต้บริบทใหม่เพื่อการแข่งขันในระดับสากล
- 4 : พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์รวม 11 เป้าประสงค์ ดังนี้

1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายเข้มแข็งสูงขึ้น
3. ทุนวัฒนธรรม ได้รับการต่อยอด พัฒนา ในเชิงพาณิชย์
4. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น
5. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย มีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น
6. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้ เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

7. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
8. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
9. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น
10. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง
11. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

3.4. เป้าหมายการให้บริการหน่วยงานของ สศส. (ตามพรบ. งบประมาณรายจ่าย)

ผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 26

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน/ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด					
	หน่วยนับ	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
1. ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์นำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปพัฒนาธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการสู่สากล						
1) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	คน	7,000	7,000	7,500	8,000	8,000
2) จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	คน	250,000	250,000	275,000	300,000	325,000
3) มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ล้านบาท	750	750	1,050	1,200	1,200
4) จำนวนผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ	26	26	28	30	30

5) ผู้ให้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80	80	80	80	80
--	--------	----	----	----	----	----

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

การถ่ายทอดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ สู่กลยุทธ์การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	1. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	2. พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	3. พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล	4. พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์
เป้าประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. จังหวัด/ท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 2. ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายเข้มแข็งสูงขึ้น 3. ทุนวัฒนธรรม ได้รับการต่อยอด พัฒนาในเชิงพาณิชย์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจสร้างสรรค์มีศักยภาพสูงขึ้น 2. แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย มีความพร้อม สมรรถนะสูงขึ้น 3. ประชาชนและสังคมไทยรับรู้ เข้าใจ เกิดความต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น 2. มีแหล่งทุนที่มีศักยภาพรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการองค์กรและการตัดสินใจ มีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น 2. ยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง 3. มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์	1. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	2. พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	3. พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล	4. พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์
กลยุทธ์	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเจ้าภาพเมืองขับเคลื่อนการนำร่องการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือในการติดตามข้อมูล และเพิ่มปริมาณวัดกรเมืองสร้างสรรค์ในท้องถิ่น ส่งเสริมนักสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่น ผู้สินค้าและบริการ เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ในและต่างประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาโมเดลธุรกิจ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการลดข้อจำกัดทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (เงินลงทุน/การปกป้องสิทธิ) ยกระดับเครือข่าย สถาบันการศึกษาในการพัฒนา เตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์ ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย 	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้สร้างความสามารถในการแข่งขันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าถึงแหล่งทุนจากในและต่างประเทศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม ส่งเสริมการหาโอกาสทางตลาดแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในตลาดต่างประเทศ เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กร หน่วยงาน ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งทวิภาคีและพหุภาคี 	<ol style="list-style-type: none"> มีวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการทำงานที่กระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ กระจายอำนาจการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนการบริหารองค์กรด้วยข้อมูล พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลโดยเชื่อมโยงกับระบบรัฐบาลดิจิทัล และยกระดับบริการดิจิทัล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง สร้างวัฒนธรรมการทำงานมืออาชีพ กระตุ้นส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิดกล้าทำ

ประเด็นยุทธศาสตร์	1. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทุนวัฒนธรรมและเมืองสร้างสรรค์	2. พัฒนาศักยภาพธุรกิจสร้างสรรค์และยกระดับทักษะสร้างสรรค์ของคนไทย	3. พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยภายใต้บริบทใหม่ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล	4. พัฒนาสู่องค์กรบริหารจัดการอย่างคล่องตัวและสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	<p>1. จำนวนจังหวัดที่บรรลุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนยุทธศาสตร์/โครงการระดับจังหวัด/ท้องถิ่น จำนวน 1 จังหวัด</p> <p>2. รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของย่าน จำนวน 900 ล้านบาท</p> <p>3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำความคิดสร้างสรรค์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ จำนวน 60 ผลิตภัณฑ์**</p> <p>** นับเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่ (สินค้าหรือบริการ) ที่เกิดจากการดำเนินการของ สศส.ร่วมกับหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN) โดยคำนวณจาก 50% ของเป้าหมายรวม</p> <p>ผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2566</p>	<p>1. ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้น และผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ภายหลังได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ ร้อยละ 26</p> <p>2. ร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น</p> <p>3. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีทักษะเพิ่มขึ้น จำนวน 6,250 ราย</p> <p>4. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ขยายในภูมิภาค จำนวน 10 แห่ง</p>	<p>1. จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล จำนวน 10 ราย</p> <p>2. ร้อยละของผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน ร้อยละ 50* (* การเข้าถึงแหล่งทุน หมายถึง สามารถผ่านเกณฑ์ในการเข้าขอรับทุนสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยคำนวณร้อยละจากผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพจาก สศส. ที่ประสงค์ขอทุน)</p>	<p>1. จำนวนกระบวนการ/ระบบงาน/นวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร 1 ผลงาน</p> <p>2. การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data) 1 กลุ่มชุดข้อมูล</p> <p>3. ระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรในการแสดงออก เสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ระดับ 4.5 (90%)</p>

สรุปรายละเอียดโครงการตามร่าง พรบ.งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 แยกแหล่งเงิน

แผนงาน/โครงการ	แผนงานยุทธศาสตร์		
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์ SME	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการแข่งขัน
งบประมาณ (ล้านบาท)	51.3023	153.0642	122.4530
โครงการ	<p>1.โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรม (Northern creative Economic Corridor : NCEC)</p> <p>2.โครงการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ธุรกิจจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)</p> <p>3.โครงการเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์(Soft Power) ภาคใต้</p>	<p>1.โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้าเกษตรสร้างสรรค์ Global OTOP : Value Creation for Agriproduct</p> <p>2.โครงการสร้างอัตลักษณ์เมืองด้วย Visual Character ไทย ให้เกิด Soft Power</p> <p>3.โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model)</p>	<p>1.โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์</p> <p>2.โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>3. โครงการกระจายองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนทางความคิดและเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานสร้างสรรค์</p>

แผนงาน/โครงการ	แผนงานยุทธศาสตร์		
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์ SME	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการแข่งขัน
		<p>4.โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมอาหาร เพื่อความยั่งยืน SDG gastronomy</p> <p>5.โครงการศึกษาทักษะและความสามารถ ในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ และพัฒนา แพลตฟอร์มแนะแนวอาชีพ สำหรับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์</p> <p>6.โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน Soft power ไทย ต้นโกลสู่สากล</p> <p>7. โครงการส่งเสริม มรดกและภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรม สู่ Soft power ระดับสากล</p>	<p>4. โครงการพัฒนาคอนเทนต์ภาพยนตร์ และโทรทัศน์สมัยใหม่สู่ตลาดเอเชีย เพื่อ ยกระดับ Soft Power ไทย (Thailand Content Lab)</p> <p>5. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน</p> <p>6.โครงการพัฒนาย่านสร้างสรรค์เพื่อสร้าง มูลค่าเศรษฐกิจและส่งเสริมการพัฒนา เมืองอย่างยั่งยืน</p> <p>7.โครงการพัฒนาและส่งเสริมเมือง สร้างสรรค์ไทยสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ยูเนสโก (UNESCO Creative City Network)</p>

แผนงาน/โครงการ	แผนงานยุทธศาสตร์		
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์ SME	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการแข่งขัน
			<p>8.โครงการพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างการสร้าง Soft power ของประเทศไทย</p> <p>9.โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)</p> <p>10.โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ</p> <p>11.โครงการส่งเสริมกลไกการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>

แผนงาน/โครงการ	แผนงานยุทธศาสตร์		
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์ SME	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการแข่งขัน
พื้นที่ดำเนินการ	ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 14 จังหวัด และ ภาคใต้ 14 จังหวัด	ภาคเหนือจำนวน 10 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 8 จังหวัด ภาคกลางและตะวันออก จำนวน 8 จังหวัด ภาคใต้ จำนวน 6 จังหวัด กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล และจังหวัด เครือข่าย Thailand Creative District Network (TCDN) 33 จังหวัด	จำนวน 33 จังหวัดเครือข่าย Thailand Creative District Network (TCDN)
ผลลัพธ์	1.เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในการจัดกิจกรรม รวม 410 ล้านบาท 2.จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึง ข้อมูลออนไลน์และออฟไลน์ ไม่น้อยกว่า 100,000 ราย 3.จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการที่ได้รับการพัฒนา	1.ผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้รับการบ่มเพาะ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวม 4,700 ราย 2.จำนวนต้นแบบได้รับการพัฒนาส่งเสริม และผลักดันเพื่อการพาณิชย์ และทรัพย์สิน	1.จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน 2.จำนวนมหาวิทยาลัยที่ได้รับการพัฒนา ไม่ต่ำกว่า 10 มหาวิทยาลัย

แผนงาน/โครงการ	แผนงานยุทธศาสตร์		
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์ SME	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการแข่งขัน
	<p>ต่อยอดสินทรัพย์ Soft power จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์</p> <p>4.จำนวนผู้ประกอบการชุมชนได้รับการพัฒนาไม่น้อยกว่า 400 ราย</p>	<p>ทางปัญญา จำนวน 497 ต้นแบบหรือราย</p> <p>3. จำนวนผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 100 ราย</p>	<p>3.พื้นที่ชุมชนเป้าหมายในกรุงเทพมหานครได้รับการกระตุ้นและส่งเสริมตามแนวทางนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่สร้างโอกาสและรายได้เพิ่มขึ้น จำนวน 8 ชุมชน</p> <p>4.เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดงานเทศกาลออกแบบกรุงเทพ 2567 จำนวน 350 ล้านบาท</p> <p>5.จำนวนผู้เข้าร่วมหลักสูตรการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 500 ราย</p> <p>5.เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเพื่อรักษาสถานะ จำนวน 2 เมือง</p>

แผนงาน/โครงการ	แผนงานยุทธศาสตร์		
	ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ	ยุทธศาสตร์ SME	ยุทธศาสตร์สนับสนุนด้านการแข่งขัน
ผลลัพธ์ของโครงการ	1. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ จำนวน 7,000 ราย 2. จำนวนผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 250,000 ราย 3. มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 750 ล้านบาท 4. จำนวนผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการใหม่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับการพัฒนา ศักยภาพและนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ ร้อยละ 26 5. ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งเชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ร้อยละ 80		

สรุปรายละเอียดโครงการตามร่าง พรบ.งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 แยกตามยุทธศาสตร์ สคส.

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
<p>ประเด็นที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์</p>	<p>เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการประยุกต์ใช้ความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ผลลัพธ์: มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์</p> <p>กลยุทธ์ 1.1 ส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน</p> <p>1. โครงการโครงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้าเกษตรสร้างสรรค์</p> <p>Global OTOP : Value Creation for Agriproducts</p> <p><i>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</i></p> <p>งบประมาณ: 8.7597 ล้านบาท</p> <p>เป้าหมาย:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรม เรียนรู้ผ่านสื่อ Online / ออฟไลน์จำนวน 1,000 ราย 2. กลุ่มวิสาหกิจ / ผู้ประกอบการชุมชน ที่ได้รับการฝึกอบรมและเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ จำนวน 300 ราย 3. ผลิตภัณฑ์/บริการ ได้รับการพัฒนา จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์/บริการ <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>จังหวัดในเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย Thailand Creative District Network (TCDN) 33 จังหวัด</p>	<p>1. การสร้างมุมมอง ทักษะคิด ชุดเครื่องมือ ในการดำเนินธุรกิจ OTOP/ ธุรกิจภูมิภาค ในศตวรรษที่ 21 (เช่น Global Perspective, Growth Mindset, Business + Creative & Design Integration) ผ่านการอบรม ให้คำปรึกษาเชิงลึก (Consult) การระดมสมองผ่านกระบวนการ Design Thinking & Ideation, Coaching หรืออื่นๆที่เหมาะสม และ จัดทำต้นแบบต่างๆ ที่มาจากการทำงานร่วมกันและสะท้อนความต้องการและ “สินทรัพย์ของพื้นที่” ตลอดจนการสร้างโอกาสและต่อยอดทางธุรกิจ</p> <p>2. เป็นโครงการฯ ที่เน้นให้ผู้ประกอบการ รวมกลุ่ม ในพื้นที่ สร้างเครือข่าย (Networking) หรือรวมกันเป็น คลัสเตอร์ธุรกิจอุตสาหกรรม (Cluster) เป็นการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ เช่น รวมกลุ่มด้วยการเป็นพื้นที่/ชุมชน ที่ใกล้เคียงกัน (Area-Based) และ/หรือ</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมเตรียมความพร้อม และเพิ่มขีดความสามารถพร้อมยกระดับให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP สู่มหาสมุทร (Global OTOP)</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งต่อและต่อยอด สนับสนุนส่งเสริม เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ "โครงการและต้นแบบ" ในเชิงพาณิชย์และทดสอบตลาด (Commercialization & Market Testing)</p>	<p>รวมด้วยประเภทกลุ่มธุรกิจ/สายโซ่คุณค่าธุรกิจ (Business Value Chain-Based)</p> <p>3.การระดมสมองค้นหา ถอดรหัส “สินทรัพย์ของพื้นที่ Genius Loci” ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และสร้างทางเลือกหรือฉากทัศน์อนาคตที่หลากหลาย (Future Scenarios) อันนำไปสู่การมองเห็นเป้าหมายของกลุ่ม (พื้นที่ / ธุรกิจ) และแนวทางการไปถึงจุดหมาย (ระดมสมอง สร้างทางเลือกที่หลากหลาย เห็นภาพอนาคต และ คิดพิจารณาตัดสินใจ)</p> <p>4.นำไปสู่การออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่ หรือ สร้างเครือข่าย Cluster เพิ่มเติม ซึ่งจะมีทิศทางการดำเนินธุรกิจ (แต่ละราย และ/หรือ กลุ่ม Cluster) ที่มีความสร้างสรรค์และมียุทธศาสตร์ (Creative & Strategic) มากขึ้น ก่อนการออกแบบสินค้า/บริการ ต่อไป ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว</p>
	<p>2. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model) งบประมาณ: 4.000 ล้านบาท <i>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</i></p>	<p>1. เกิดการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ด้านโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p> <p>2. เกิดการซื้อขายลิขสิทธิ์งานออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>เป้าหมาย:</p> <ol style="list-style-type: none"> พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสร้างสรรค์ตามหลักเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (เชิงลึก) จำนวน 28 ราย เกิดการออกแบบเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรไปสู่การใช้งานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาอื่น ๆ จำนวน 7 ผลิตภัณฑ์ การจัดแสดงผลงานและนิทรรศการผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model) จำนวน 1 นิทรรศการ <p>พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียง</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมอบรมบ่มเพาะผู้ประกอบการและนักออกแบบ</p> <p>กิจกรรม 2 กิจกรรมการพัฒนาสินค้าเกษตรด้วยความคิดสร้างสรรค์</p>	<p>ระหว่างผู้ประกอบการและนักออกแบบที่เข้าร่วมโครงการ อันเป็นการยกระดับคุณค่าและมูลค่าของงานออกแบบภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p>
	<p>กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์</p> <p>3.โครงการสร้างอัตลักษณ์ เมืองด้วย Visual Character ไทยให้เกิด Soft Power</p> <p>งบประมาณ 6.7300 ล้านบาท</p> <p><i>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</i></p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> จำนวนจำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ได้พัฒนาศักยภาพ จำนวน 1,000 ราย 	<ol style="list-style-type: none"> การเผยแพร่ในวงกว้างถึงการใช้ระบบ Visual Character Style Guide (การออกแบบคาแรกเตอร์เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์) เป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจในภูมิภาค จากการจัดกิจกรรมประกวด

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>2. จำนวนผลิตภัณฑ์/ผลงาน Visual Character จำนวน 80 ชิ้น</p> <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>จังหวัดในเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย Thailand Creative District</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมประกวดคาแรกเตอร์สร้างสรรค์ประจำ 5 จังหวัดนำร่องในเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมสนับสนุนส่งเสริมคาแรกเตอร์ที่ได้รับคัดเลือกให้เป็น Soft Power ประจำจังหวัด</p>	<p>2. เกิดต้นแบบการใช้ Visual Character เพื่อ City Branding ที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ , การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการในภูมิภาค เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในภูมิภาค</p>
	<p>4.โครงการส่งเสริม มรดกและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สู่ Soft Power ระดับสากล</p> <p>งบประมาณ 13.4080 ล้านบาท</p> <p>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ที่มีผลงานเชิงประจักษ์และมีศักยภาพฯ (Thai Creatives Talents to Soft Power) จำนวน 300 ราย 2. ผลงานนักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ (Thai Creative Talents Profiles) จำนวน 300 ผลงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเทศไทย จะมีฐานข้อมูลที่รวบรวม บุคลากรนักสร้างสรรค์ไทย ศิลปินไทย ช่างฝีมือไทยรุ่นใหม่ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่จำเป็นและครบถ้วนและสามารถนำไปใช้ต่อยอดในเชิงเศรษฐกิจ 2. ระบบฐานข้อมูล และการกำหนดระดับเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmark & Best Practices) นักออกแบบ/นักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ เพื่อการส่งเสริม/ต่อยอดสินทรัพย์ไทยสู่รสนิยมสากล และมีแนวคิดการสร้างสรรคงานที่ตอบสนอง Global Trend ที่เปลี่ยนไป

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>3. นักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ได้รับการส่งเสริมสู่ตลาดภายในประเทศ และตลาดสากล (Thai Creative Talents Exposure) 300 ราย</p> <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>ในประเทศ และ ต่างประเทศ</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมกำหนดกฎเกณฑ์ สรรหาและคัดเลือก นักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ที่มีผลงานเชิงประจักษ์และมีศักยภาพในการต่อยอดส่งเสริมมรดกและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทย สู่ Soft Power ระดับสากล</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สื่อแสดงผลงานนักออกแบบสร้างสรรค์ไทย เพื่อนำไปสู่การเข้าถึงตลาดและการจ้างงานสร้างสรรค์ ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนนักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ในการเข้าถึงแหล่งตลาดและการจ้างงานสร้างสรรค์ ทั้งในและต่างประเทศ</p>	<p>และได้รับการต่อยอด สำหรับการวางแผนพัฒนาทักษะ (Upskill, Reskill และ Newskill) ที่จำเป็น</p> <p>3.เกิดการรวมกลุ่ม การสร้างเครือข่ายบุคลากรนักสร้างสรรค์ไทยฯ ผ่านสมาคมสร้างสรรค์ ต่างๆ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมาย</p>
	<p>5.โครงการศึกษาทักษะและความสามารถในการสาขาอาชีพสร้างสรรค์และพัฒนาแพลตฟอร์มแนะนำอาชีพสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์</p> <p>งบประมาณ 2.7800 ล้านบาท</p> <p>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</p> <p>เป้าหมาย</p> <p>1. รายงานวิจัยสาขาอาชีพสร้างสรรค์ สถิติแรงงาน รายการทักษะ/ความสามารถ</p>	<p>1.ผลการศึกษาเรื่องสาขาอาชีพสร้างสรรค์ที่ครบถ้วนของประเทศ จัดเก็บเป็นฐานข้อมูลที่สืบค้นและนำไปใช้ประโยชน์ได้ง่าย</p> <p>2.หลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาสร้างสรรค์ได้รับการทบทวนให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>ระดับความเชี่ยวชาญ Career path และ Training program ของสาขาอาชีพในกลุ่มสร้างสรรค์ 4 ฉบับ</p> <p>2. แพลตฟอร์มออนไลน์นำเสนอข้อมูลสาขาอาชีพสร้างสรรค์ เพื่อให้ความรู้และแนะแนวอาชีพให้กับแรงงานและนักเรียน/นักศึกษา 1 ระบบ</p> <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>จังหวัดกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมศึกษาสาขาอาชีพสร้างสรรค์ สติติแรงงาน รายการทักษะ/ความสามารถ ระดับความเชี่ยวชาญ Career path และ Training program ของสาขาอาชีพในกลุ่มสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมระดมความคิดเห็นและบูรณาการการทำงานร่วมกับสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมเชื่อมโยงข้อมูลรายการทักษะตามสาขาอาชีพ กับหลักสูตรการเรียนการสอนในวิทยาลัย/มหาวิทยาลัยทั้งรัฐและเอกชน และแพลตฟอร์มฝึกอบรมของเอกชน</p> <p>กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมพัฒนา Creative career service platform เพื่อแนะแนวอาชีพในสาขาสร้างสรรค์</p>	<p>3.การจ้างงานในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ อ้างอิงตามกรอบทักษะและความสามารถ ที่ได้รับการยอมรับจากสมาคมวิชาชีพ แรงงานสร้างสรรค์ได้รับอัตราค่าจ้างที่เหมาะสม</p> <p>4.เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นจากผลงานสร้างสรรค์มูลค่าสูง ที่ผลิตจากแรงงานสร้างสรรค์สมรรถนะสูง</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p align="center">6. โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน Soft Power ไทย ดันไกลสู่สากล งบประมาณ 112.1779 ล้านบาท <i>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</i></p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนนักสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับองค์ความรู้และทักษะ 3,500 ราย 2. จำนวนนักสร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาทักษะเชิงลึก เชิงปฏิบัติการ 25 ราย 3. จำนวนเครือข่ายตลาดสากลที่นักสร้างสรรค์เข้าถึง 25 เครือข่าย/บริษัท/เทศกาล/ราย 4. จำนวนผลงานสร้างสรรค์ได้รับการส่งเสริมเพื่อส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ 100 ผลงาน/ราย <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p align="center">จังหวัดกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมงานมอบรางวัลความเป็นเลิศทางความคิดสร้างสรรค์ หรือ Creative Excellence Awards (CE Awards)</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยสู่ระดับสากล (Content Lab)</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการส่งเสริมศิลปินไทยสู่เทศกาลดนตรีระดับนานาชาติเพื่อส่งเสริม Soft Power</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เกิดปริมาณคอนเทนต์ไทยเป็นกระแสออกสู่ตลาดในภูมิภาคเอเชีย และส่งเสริมให้เกิดการภาพลักษณ์ของประเทศด้วย Soft Power 2. นักศึกษา และแรงงาน ในอุตสาหกรรมคอนเทนต์สร้างสรรค์ (Creative Contents) สามารถสร้าง สรรค์ และส่งออกสินค้าคอนเทนต์ไทย ไปสู่ตลาดคอนเทนต์สากล (Global Market) 3. เกิดผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจต่อเนื่องไปยังภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว อาหาร

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p align="center">7. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารเพื่อความยั่งยืน SDG gastronomy</p> <p>งบประมาณ 4.2086 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนนักสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับองค์ความรู้และทักษะ 500 ราย 2. จำนวนนักสร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาธุรกิจ 50 ราย 3. จำนวนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้านอาหารที่ได้รับการเพิ่มมูลค่า 30 ผลิตภัณฑ์ <p>พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมนำร่อง ด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบให้เกิดความคุ้มค่า และเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร ที่ต่อยอดจากผลิตผลทางการเกษตรพื้นถิ่นภาคเหนือ</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้านอาหารด้วยการออกแบบด้วยแนวทางการพัฒนาเพื่อความคุ้มค่าและยั่งยืนอย่าง SDG gastronomy</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เกิดการพัฒนาศักยภาพธุรกิจจากการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภาคการเกษตรพื้นถิ่นภาคเหนือ โดยการสร้างความคุ้มค่าทางการบริโภค และสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ รวมถึงสร้างประสิทธิภาพการแข่งขันในระดับสากลเกิดการดึงดูดการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภูมิภาคเหนือมากขึ้น 2. สามารถสร้างรายได้ที่สามารถขยายสู่ตลาดนานาชาติ (Soft Power)เพิ่มเติมเข้ามาในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือและ สามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 3. เกิดนิเวศน์สร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดของธุรกิจสร้างสรรค์จากฐานทุนทางวัฒนธรรม สร้างความหลากหลายทางอาชีพในพื้นที่ภาคเหนือ สามารถเติบโตเชื่อมต่อกับอุตสาหกรรมและการค้าอื่นๆในอนาคต (New S-Curve) ในกลุ่มที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Non-High Tech) ได้

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>เป้าประสงค์ที่ 2 มีแหล่งบ่มเพาะสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจสร้างสรรค์รายใหม่</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการพัฒนาความรู้และทักษะแก่ผู้ประกอบการรายใหม่</p> <p>8.โครงการกระจายองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างทุนทางความคิดและเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานสร้างสรรค์</p> <p>งบประมาณ 2.1570 ล้านบาท</p> <p>(แผนยุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนมหาวิทยาลัยในเครือข่าย miniTCDC ได้รับการพัฒนา 11 มหาวิทยาลัย 2. จำนวนกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ 2,200 ราย 3. จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ (นักเรียน นักศึกษา ผู้เพิ่งจบการศึกษา-เริ่มต้นวัยทำงาน) ได้รับการพัฒนาทักษะในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงลึก 400 ราย 4. จำนวนต้นแบบผลิตภัณฑ์ (สินค้าบริการ ฯลฯ) จำนวน 4 ต้นแบบ <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>กรุงเทพมหานคร/ขอนแก่น/เชียงใหม่/สงขลา สถาบันการศึกษาในเครือข่าย miniTCDC ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาศักยภาพด้วยกิจกรรมอบรมระดับพื้นฐานไปจนถึงระดับบ่มเพาะเชิงลึกสู่การเป็นบุคลากรสร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์ความต้องการแรงงานในธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศ 2. สร้างการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมพัฒนาและต่อยอดพื้นที่สร้างสรรค์ผ่านความร่วมมือในระดับต่าง ๆ ในท้องถิ่น ตลอดจนภาคส่วนต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมพัฒนาแหล่งปมเพาะฯ เพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายในการต่อยอดแรงงานสร้างสรรค์ผ่านเยาวชนและนักสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมพัฒนาหลักสูตรสำหรับ CEA Academy</p> <p>กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมกระตุ้นการเรียนรู้และเตรียมความพร้อมนักเรียนสู่การเป็นนักสร้างสรรค์รุ่นเยาว์ (YDC)</p> <p>กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมเตรียมความพร้อมแรงงานสร้างสรรค์สู่ระดับสากล</p>	
	<p>9.โครงการพัฒนาคอนเทนต์ภาพยนตร์และโทรทัศน์สมัยใหม่สู่ตลาดเอเชีย เพื่อยกระดับ Soft Power ไทย (Thailand Content Lab)</p> <p>งบประมาณ 9.0052 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรได้รับการถ่ายทอดความรู้ 500 ราย 2. จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาและได้รับการส่งเสริมให้มีการจ้างงานต่อในอุตสาหกรรม 30 ราย 3. จำนวนข้อเสนอโครงการและตัวอย่างเนื้อหา (Teaser) สำหรับการส่งออก 10 ชิ้นงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรได้รับการยกระดับขีดความสามารถให้ผลิตคอนเทนต์ที่ตรงตามความต้องการของตลาด และสามารถส่งออกผลงานคุณภาพสู่สากล 2. เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตคอนเทนต์ สร้างการจ้างงานแก่บุคลากรที่เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 3. เกิดการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ศักยภาพของนักสร้างสรรค์คอนเทนต์ไทย ให้ทั่วโลกได้รู้จักผลงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ผลิตผลงานต่อยอดในแขนงต่างๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p><u>พื้นที่ดำเนินการ</u> กรุงเทพมหานคร และในประเทศกลุ่มเป้าหมายการผลักดันนโยบายซอฟพาวเวอร์</p> <p><u>กิจกรรม</u></p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมยกระดับทักษะการสร้างคอนเทนต์แก่บุคลากรในกลุ่มคอนเทนต์เพื่อการส่งออก</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์และองค์กรในต่างประเทศ</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมศึกษาหรือจัดทำแนวทางการส่งเสริมซอฟต์แวร์ของประเทศ</p>	
<p>ประเด็นที่ 2 พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์</p>	<p>กลยุทธ์ที่ 1 พัฒน่าย่านและเมืองสร้างสรรค์</p> <p>10. โครงการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจ และส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (TCDN : Thailand Creative District Network)</p> <p><u>งบประมาณ</u> 44.1228 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p><u>เป้าหมาย</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3 ครั้ง 2. ผู้เข้าร่วมหลักสูตรการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 500 ราย 3. พื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการขยายผลไปสู่ชุมชน จำนวน 8 ชุมชน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒน่าย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ช่วยขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ที่มีความน่าอยู่ในด้านคุณภาพชีวิต มีโอกาสทางเศรษฐกิจ สามารถดึงดูดนักสร้างสรรค์ให้เข้ามาอยู่เป็นกลุ่มขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน 2. พัฒนาและยกระดับนักสร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ ผู้ขับเคลื่อนในพื้นที่ จากการแลกเปลี่ยนแนวคิด ความรู้ และทักษะ รวมทั้งการใช้พื้นที่ย่านและงานเทศกาลเป็นพื้นที่ทดลองสร้างผลงานสร้างสรรค์ และขยายโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>4. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) จำนวน 1 ครั้ง</p> <p>5. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม 150,000 ราย</p> <p>6. เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดงานเทศกาลนอกแบบกรุงเทพ 2567 จำนวน 350 ล้านบาท</p> <p>พื้นที่ดำเนินการ กรุงเทพมหานคร และในจังหวัดเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN)</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมพัฒนาเครื่องมือและกลไกขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ทางกายภาพ (Place making)</p> <p>กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ (Bangkok Design Week)</p> <p>กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมเทศกาลสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>ท้องถิ่น</p> <p>กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน</p>	<p>3. สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างโอกาสการลงทุนของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และการจ้างงานจากการจัดกิจกรรมจากการมีส่วนร่วมของชุมชน นักสร้างสรรค์ ตลอดจน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน</p> <p>4. ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย</p> <p>5. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาย่านเป้าหมาย หรือนำไปปรับใช้ในการพัฒนาย่านอื่นๆ ต่อไป</p>
	<p>เป้าประสงค์ มีการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับสากล ผลลัพธ์ : เพิ่มช่องทางการตลาดในประเทศให้แก่ผู้ประกอบการ/นักสร้างสรรค์ ต่อยอดทางธุรกิจและการส่งออกอย่างครบวงจร เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับนานาชาติ</p> <p>กลยุทธ์ พัฒนามาตรฐานแบรนด์สินค้า/บริการสร้างสรรค์ของไทย</p>	

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>11. โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือ ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา (Northern Creative Economic Corridor : NCEC)</p> <p>งบประมาณ 18.9534 ล้านบาท (แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองอัจฉริยะ)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์ขนาดใหญ่ จำนวน 1 ครั้ง/พื้นที่ 2. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึงข้อมูลออฟไลน์ และออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 100,000 คน/ครั้ง 3. มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นการจัดเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 250 ล้านบาท <p>พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน และจังหวัดลำปาง</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรสร้างสรรค์ 7 สาขา (อาหาร การออกแบบ หัตถกรรม ทัศนศิลป์ ดนตรี แฟชั่น และสถาปัตยกรรม) ผ่านการนำศิลปินนักร้องออกแบบในพำนัก (Designer in Residence) ทำงานกับศิลปินนักร้องออกแบบ และชุมชน (กลางทาง)</p> <p>กิจกรรมที่ 2 การจัดเทศกาลงานความคิดสร้างสรรค์นานาชาติ (Creative Festival) ที่ผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (กลางทาง-ปลายทาง)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เกิดแกนกลางการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และชุมชนท้องถิ่น รองรับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือให้มีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2. เกิดฐานข้อมูลสำหรับการวางแผน จัดทำโมเดล วิเคราะห์ผลทางเศรษฐกิจ และกำกับติดตามการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูงทั้งในมิติพื้นที่และมิติอุตสาหกรรม 3. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นการสร้างจุดหมายใหม่ในระดับภูมิภาคอาเซียน และสินค้าท่องเที่ยวใหม่ที่จะสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจสร้างสรรค์ และธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ 4. เกิดนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดของธุรกิจ SME และชุมชนท้องถิ่น เช่น เกษตรกรรม หัตถกรรม สามารถเติบโต เชื่อมต่อกับอุตสาหกรรมและการค้าในอนาคต (New S-

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>กิจกรรมที่ 3 การจัดทำเรื่องราวความคิดสร้างสรรค์และการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น (Story-telling) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดธุรกิจสร้างสรรค์และเชื่อมต่อกับธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ NEC (จ.เชียงราย จ.เชียงใหม่ จ.ลำพูน จ.ลำปาง) (ปลายทาง)</p>	<p>Curve) ในกลุ่มที่ไม่ใช่เทคโนโลยีขั้นสูง (Non-High Tech) ได้</p>
	<p>12. โครงการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)</p> <p>งบประมาณ 16.5010 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองอัจฉริยะ)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) จำนวน 1 ครั้ง 2. จำนวนผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ จำนวน 150 ราย 3. ผู้เข้าร่วมงานเทศกาลและเข้าถึงข้อมูล online และ offline จำนวน 100,000 คน/ครั้ง 4. มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการจัดงานเทศกาลความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 100 ล้านบาท <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>จังหวัดขอนแก่น นครราชสีมา ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร อุบลราชธานี ศรีสะเกษ อุตรธานี</p> <p>กิจกรรม</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ดึงดูดผู้ประกอบการและนักลงทุนให้เข้ามาทำงานสร้างธุรกิจใหม่ หรือเกิดการรวมกลุ่มนักสร้างสรรค์ที่แลกเปลี่ยนแนวคิด ความรู้ และทักษะ รวมทั้งการใช้พื้นที่ย่านเป็นพื้นที่ทดลองสร้างผลงานสร้างสรรค์ เกิดโอกาสและความเป็นไปได้ใหม่ๆ เกิดช่องทางการขายธุรกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 2. นักออกแบบ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ ทั้งในพื้นที่ และนอกพื้นที่ ได้รับแรงบันดาลใจและความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การต่อยอดสินทรัพย์ ทุนวัฒนธรรม เรื่องราวเอกลักษณ์ของพื้นที่ด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิต 3. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงบูรณาการจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือสร้างกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กลุ่มเกษตรกร ชุมชน วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SME และนักสร้างสรรค์จากรุ่นพ่อแม่ สู่รุ่นลูกหลาน (local Entrepreneur

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>กิจกรรมที่ 1 พัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p> <p>กิจกรรมที่ 2 เทศกาลอีสานสร้างสรรค์ (Isan Creative Festival)</p>	<p>Next Gen) เพื่อการต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน</p>
	<p>13. โครงการเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) ภาคใต้ งบประมาณ 15.8479 ล้านบาท <i>(แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองอัจฉริยะ)</i></p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมเทศกาล ไม่น้อยกว่า 60 ล้านบาท จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดสินทรัพย์ soft power 10 ผลิตภัณฑ์/บริการ จัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 1 ครั้ง <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>จังหวัดสงขลา และกลุ่มจังหวัดภาคใต้</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรม 1 กิจกรรมบ่มเพาะและจัดแสดงผลงานสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรม 2 กิจกรรมเทศกาลหนังสือ และกิจกรรมบ่มเพาะนักสร้างสรรค์ สาขาภาพยนตร์</p>	<ol style="list-style-type: none"> เกิดนิเวศน์ที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ในพื้นที่ภาคใต้จากกระบวนการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความหลากหลายของสินค้าการท่องเที่ยวภาคใต้ และกระตุ้นการลงทุนของผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ พัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ในภาคใต้ที่มีคุณภาพให้เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>กิจกรรม 3 กิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ตลาดแรงงานสร้างสรรค์ (Academic program) สำหรับงานเทศกาลฯ</p> <p>กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมเทศกาลงานออกแบบปักษ์ใต้ 2567 (Pakk Taii Design Week 2024)</p>	
	<p>กลยุทธ์ ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>14. โครงการพัฒนาและส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์ไทยสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก (UNESCO Creative City Network)</p> <p>งบประมาณ 8.1397 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ศักยภาพเพื่อรักษาสถานะเมืองสร้างสรรค์จำนวน 2 เมือง 2. สร้างการรับรู้ การตระหนักรู้เกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ จำนวน 1 เมือง <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>เมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโก จำนวน 2 แห่ง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. นักสร้างสรรค์ในพื้นที่ได้รับการพัฒนาจากการได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนและพัฒนาผลงานภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ฯซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดการจ้างงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมในห่วงโซ่ที่เกี่ยวข้อง 2. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมตามกรอบแนวคิดขององค์การยูเนสโกที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ทั้งไทยและต่างประเทศ 3. พัฒนากลไกการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ผ่านหน่วยงานและเครือข่ายในท้องถิ่นที่นำไปสู่การพัฒนา ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก</p> <p>กิจกรรมที่ 2 การสร้างการรับรู้และการตระหนักรู้เกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (Creative City Awareness) สำหรับเตรียมความพร้อมสู่การสร้างภาพลักษณ์เมืองสร้างสรรค์ (Creative City Branding)</p>	
<p>ประเด็นที่ 3 ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย</p>	<p>เป้าประสงค์ที่ 1 พัฒนาความคิดและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับคนไทย</p> <p>ผลลัพธ์ คนไทยมีค่านิยมในการคิดสร้างสรรค์และให้คุณค่ากับการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3.1. ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน</p> <p>15. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์</p> <p>งบประมาณ 15.2406 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งใน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สามารถพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ครบถ้วน และมีบริการที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์ 2. กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 250,000 คน</p> <ol style="list-style-type: none"> จำนวนกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ 1,000 ราย ผู้ใช้บริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งเชิงพื้นที่กายภาพและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 <p>พื้นที่ดำเนินงาน</p> <ol style="list-style-type: none"> สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมบริหารและพัฒนาการบริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและวัสดุ</p>	<p>สร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่อย่างเป็นระบบและทั่วถึง ผ่านเครื่องมือในรูปแบบกิจกรรม ทรัพยากรสารสนเทศ ฐานข้อมูลออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ กิจกรรมและสื่อดิจิทัล ซึ่งจะก่อให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้พัฒนาธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ</p> <ol style="list-style-type: none"> กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปนั้นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของตน เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศ กลุ่มเป้าหมายที่ได้เข้าถึงองค์ความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ผ่านทางศูนย์บ่มเพาะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 80
	<p>16. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>งบประมาณ 6.1980 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p>	<ol style="list-style-type: none"> สศส. หน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา สมาคมวิชาชีพ และภาคเอกชน มีช่องทางในการรับทราบข้อมูลดัชนีชี้วัดหลักและข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่อย่างเป็นระบบ

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>1. รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand's Creative Movement Report) 4 ฉบับ</p> <p>2. เครื่องมือในการรวบรวม วิเคราะห์ แสดงผล และเผยแพร่ข้อมูลสำคัญด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 1 ระบบ</p> <p>พื้นที่ดำเนินงาน</p> <p>สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมจัดทำรายงานภาวะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาพรวม รายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และรายพื้นที่ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะอย่างครอบคลุมและรอบด้าน</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมบำรุงรักษาและปรับปรุงระบบประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Maturity Assessment)</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมบำรุงรักษาและจัดกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใช้ประโยชน์จาก Blockchain-based timestamp platform</p> <p>กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมต่ออายุฐานข้อมูลและสื่อออนไลน์ สำหรับการวิเคราะห์ธุรกิจวัสดุ และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>	<p>และทั่วถึง ผ่านเครื่องมือบริการดิจิทัล ฐานข้อมูลออนไลน์ และสื่อดิจิทัล ซึ่งจะทำให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้วางกรอบนโยบาย มาตรการสนับสนุน และพัฒนากิจการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ</p> <p>2. กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการธุรกิจสร้างสรรค์ ด้วยข้อมูล และสามารถนำเอาข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์นี้ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม องค์กร และธุรกิจสร้างสรรค์ ช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศ</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>17. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาคเพื่อส่งเสริมและพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน จำนวน 10 แห่ง (New TCDC Branches)</p> <p><u>งบประมาณ</u> 12.6540 ล้านบาท (แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p><u>เป้าหมาย</u></p> <p>1. สำรวจพื้นที่และออกแบบศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค 10 แห่ง</p> <p><u>พื้นที่ดำเนินงาน</u></p> <p>พื้นที่ตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค จำนวน 1 แห่ง</p> <p><u>กิจกรรม</u></p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการสำรวจพื้นที่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการสรรหาคู่มือออกแบบ เพื่อออกแบบพื้นที่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์</p>	<p>1. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การ มหาชน) สามารถพัฒนาศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ประจำจังหวัด ที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ทางด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์และองค์ความรู้ทางด้านวัสดุ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งในเชิง กายภาพและออนไลน์</p> <p>2. ส่งเสริมกลุ่มเป้าหมายให้สามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทาง กิจกรรม ทรัพยากรสารสนเทศ ฐานข้อมูลออนไลน์ สื่อ สิ่งพิมพ์ กิจกรรม และสื่อดิจิทัล ซึ่งจะทำให้เกิดการนำ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้พัฒนาและต่อยอด ทางธุรกิจ</p> <p>3. กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา ธุรกิจด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถนำองค์ ความรู้ที่ได้รับไปนั้นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ของตน เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของจังหวัด</p> <p>4. สามารถเผยแพร่ความรู้ด้านการออกแบบและ</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
		<p>กระบวนการคิดเชิงออกแบบไปสู่ผู้ประกอบการ ธุรกิจสร้างสรรค์ และสถาบันการศึกษาในจังหวัดได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง สศส. สถาบันการศึกษา สถาบันวิชาชีพ และผู้ประกอบการในจังหวัด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ</p>
	<p>กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมการสร้างค่านิยมและทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับประชาชน</p> <p>18. โครงการพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย</p> <p>งบประมาณ 6.6019 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนเนื้อหาองค์ความรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น บทความ วิดีโอคลิป พอดคาสต์ การบรรยาย ฯลฯ ไม่น้อยกว่า 300 2. จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 9 ล้านคน/ครั้ง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชน และกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ เกิดการรับรู้และเล็งเห็นถึงความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ Soft Power สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาธุรกิจ ซึ่งสร้างประโยชน์เชิงการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตต่อไป 2. เกิดการรับรู้บทบาทและหน้าที่สำคัญของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>3. มูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ (PR Value) ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท</p> <p>พื้นที่ดำเนินการ กรุงเทพมหานคร และทั่วประเทศ</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมพัฒนาเนื้อหาองค์ความรู้และฐานข้อมูลดิจิทัลองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมเผยแพร่องค์ความรู้สร้างสรรค์และฐานข้อมูลดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทยสู่สากล ผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์</p>	<p>ให้ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชนในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>3.เกิดการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญและความโดดเด่นของ Soft Power ไทยในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากต่างประเทศ อันจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีโลก</p>
<p>ประเด็นที่ 5 พัฒนาศักยภาพองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>	<p>เป้าประสงค์ที่ 1 องค์กรสมรรถนะสูงที่มีความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาคุณภาพบริการ</p> <p>19. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)</p> <p>งบประมาณ 2.3775 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p>	<p>1.เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานมีสมรรถนะและปฏิบัติงานได้สอดคล้อง และสนับสนุนแผนปฏิบัติงาน</p> <p>2.เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานได้รับการพัฒนาตามสมรรถนะตามตำแหน่งงานอย่างเหมาะสม</p> <p>3.เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานได้รับการสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจ</p> <p>4.เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานมีพฤติกรรมสอดคล้องกับค่านิยม วัฒนธรรมขององค์กร</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>1.บุคลากรของ สศส. ได้รับการพัฒนาสมรรถนะ (ด้าน Managerial และ Functional Competency) อย่างน้อยคนละ 4 ครั้ง</p> <p>2 ชุดพฤติกรรมหลักที่พึงประสงค์ (Key Behavior) ที่สอดคล้องกับค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร</p> <p>1 ชุด</p> <p>พื้นที่ดำเนินงาน</p> <p>สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และสาขา</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการเรียนรู้และพัฒนาเจ้าหน้าที่</p> <p>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการกระตุ้นการขับเคลื่อนค่านิยมองค์กร</p> <p>กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร</p>	
	<p>20. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และทรัพยากรทางกายภาพ</p> <p>งบประมาณ 12.9564 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p> <p>1.ระบบสารสนเทศต้องมีความพร้อมใช้งาน โดยสามารถให้บริการได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 98</p> <p>2. การบริหารจัดการทรัพยากรให้มีความพร้อมใช้งาน โดยสามารถให้บริการได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 98</p> <p>3.พัฒนางานบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-service) สำหรับผู้ใช้บริการทั้งให้สอดคล้องกับ</p>	<p>1. สมาชิก TCDC และผู้ที่สนใจสามารถทำการสืบค้นระบบฐานข้อมูลต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ</p> <p>2. สมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องที่มาใช้บริการภายในพื้นที่ได้รับความสะดวก มีความมั่นคง ปลอดภัยต่อการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>3. เจ้าหน้าที่ส่วนสำนักงานของ สศส. สามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็วพร้อมใช้งานเมื่อเกิดสถานะฉุกเฉิน</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p>ยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน 1 ระบบ</p> <p>4.พัฒนาระบบการทำงานให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล 2 ระบบ</p> <p>พื้นที่ดำเนินการ</p> <p>สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่นและสงขลา</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรมที่ 1 งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน</p> <p>กิจกรรมที่ 2 งานพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>กิจกรรมที่ 3 งานระบบบริหารทรัพยากรทางกายภาพพื้นฐาน</p> <p>กิจกรรมที่ 4 งานพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรทางกายภาพ</p>	<p>4. เจ้าหน้าที่ สศศ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศที่ทันสมัย และเป็นมาตรฐานสากลในการทำงาน รองรับเทคโนโลยีสารสนเทศได้เต็มประสิทธิภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต</p> <p>5. ผู้รับบริการ/กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้และภาคใต้ชายแดน สามารถเข้าถึงองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจและคุณภาพชีวิต บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ผ่านการให้บริการของ สศศ. สงขลา</p>
	<p>21. โครงการส่งเสริมกลไกการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>งบประมาณ 3.0000 ล้านบาท</p> <p>(แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)</p> <p>เป้าหมาย</p> <p>1.รายงานการประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม 1 ฉบับ</p> <p>2. รายงานการประเมินความคุ้มค่าเพื่อพัฒนาองค์กรมหาชน 1 ฉบับ</p> <p>3.รายงานการประเมินสถานะในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) 1 ฉบับ</p>	<p>1.การประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าของ สศศ. นำไปสู่แนวทางการพัฒนาองค์กร ทั้งในมิติ การประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม</p> <p>องค์กรมหาชน และการประเมินสถานะในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0)</p>

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	<p><u>พื้นที่ดำเนินการ</u> สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรุงเทพฯ</p> <p><u>กิจกรรม</u></p> <p> กิจกรรมที่ 1 ประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่า</p> <p> กิจกรรมที่ 2 การส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์</p> <p>การจัดตั้ง</p>	

ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจบริการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ สามารถนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ
2. เกิดย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบขึ้นในประเทศไทย ก่อให้เกิดการดึงดูดนักลงทุนจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ และเพิ่มอัตราการจ้างงาน รวมทั้งส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มคลัสเตอร์ธุรกิจสร้างสรรค์ และธุรกิจสนับสนุน
3. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยว และการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
4. ประชาชนทั่วไปได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปนั้นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของตน เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศ

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

กระทรวง สำนักนายกรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท

แผนงาน	งบประมาณ (ทุกแหล่ง)	แผนการใช้จ่ายเงิน			
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
รวมทั้งสิ้น	499.4823	88.4518	101.0151	158.5623	151.4531
1. แผนงานบุคลากรภาครัฐ	99.1577	25.8306	25.8307	25.8307	21.6657
2. แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	74.5051	19.2205	18.1660	18.5109	18.6077
3. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองนำอยู่อัจฉริยะ	51.3023	14.3910	11.1450	17.4650	8.3013
4. แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	152.0642	2.8251	9.6914	66.6051	72.9426
5. แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน	122.4530	26.1846	36.1820	30.1506	2.9358

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (เฉพาะเงินงบประมาณ)

กระทรวง สำนักนายกรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

กลุ่ม	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
ยอดรวมทั้งสิ้น	459.6564	80.9960	94.8370	144.6740	139.1764
1. งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับงบประมาณ	372.9939	59.3304	73.1714	122.9814	117.5107
1) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	47.1744	15.9297	16.1530	8.7607	6.3310
2) แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	122.4530	26.1846	36.1820	30.1506	29.9358
1. โครงการบริหารจัดการศูนย์ประมวลผลธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์	15.2406	6.1554	3.0259	4.1467	1.9126
2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์	6.1980	2.1356	0.6270	0.5713	2.8641
3. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	2.3775	0.6750	0.6900	0.8364	0.1760
3. โครงการพัฒนาคอนเทนต์ภาพยนตร์และโทรทัศน์สมัยใหม่สู่ตลาดเอเชีย เพื่อยกระดับ Soft Power ไทย (Thailand Content Lab)	9.0052	2.6345	3.1475	3.2232	-
5. โครงการกระจายองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนับสนุนทางความคิดและเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานสร้างสรรค์	2.1570	0.0800	0.7762	0.4119	0.8889

กลุ่ม	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
6. โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	12.6540	-	-	3.0363	9.6177
7. โครงการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและส่งเสริม การพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (TCDN : Thailand Creative District Network)	44.1228	7.8570	21.0964	7.9422	7.2272
8. โครงการพัฒนาและส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์ไทยสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก (UNESCO Creative City Network)	8.1397	1.0000	2.0000	2.5000	2.6397
9. โครงการส่งเสริมกลไกการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3.0000	0.3500	0.5500	1.0500	1.0500
10. โครงการพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft power ของประเทศไทย	6.6019	1.6504	1.6505	1.6505	1.6505
11. โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	12.9564	3.6467	2.6185	4.7821	1.9091
3) แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และเมืองนำอยู่อัจฉริยะ	51.3023	14.3910	11.1450	17.4650	8.3013
1. โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา (Northern Creative Economic Corridor : NCEC)	18.9534	9.9000	0.8000	7.0000	1.2534
2. โครงการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	16.5010	1.5260	5.3250	6.3250	3.3250
3.โครงการเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) ภาคใต้	15.8479	2.9650	5.0200	4.1400	3.7229

กลุ่ม	งบประมาณ				
	รวมทั้งสิ้น	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
4) แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	152.0642	2.8251	9.6914	66.6051	72.9426
1. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้าเกษตรสร้างสรรค์ Global OTOP : Value Creation for Agriproducts	8.7597	1.9479	2.2706	2.2706	2.2707
2. โครงการสร้างอัตลักษณ์ เมืองด้วย Visual Character ไทยให้เกิด Soft Power	6.7300	0.2285	0.6055	4.5454	1.3506
3. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model)	4.0000	0.2500	1.7500	1.0000	1.0000
4.โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อ ความยั่งยืน SDG gastronomy	4.2086	-	2.0000	2.0000	0.2086
4. โครงการศึกษาทักษะและความสามารถในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ และพัฒนาแพลตฟอร์มแนะแนว อาชีพสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	2.7800	-	-	0.1975	2.5825
5.โครงการยกระดับโครงสร้าง พื้นฐาน Soft power ไทยต้นไกลสู่สากล	112.1779	-	-	51.9500	60.2279
7. โครงการส่งเสริม มรดก และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่ Soft power ระดับสากล	13.4080	0.3987	3.0653	4.6416	5.3023
2.) งบประมาณรายจ่ายบุคลากร	86.6625	21.6656	21.6656	21.6656	51.6657

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (จำแนกตามแผนงาน/ผลผลิต/โครงการ)

กระทรวง สำนักนายกรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
รวมทั้งสิ้น			459.6564	-	80.9960	-	94.8370	-	144.6470	-	139.1764
1. งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับ งบประมาณ			459.6564	-	80.9960	-	94.8370	-	144.6470	-	139.1764
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน			47.1744		15.9297		16.1530		8.7607		6.3310
ผลผลิตที่ 1 : ส่งเสริมและพัฒนา พื้นที่แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์			47.1744		15.9297		16.1530		8.7607		6.3310
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ผู้รับบริการที่ ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจาก แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิง พื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80		-		-		-		80	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	เป้าหมาย	เป้าหมาย	เป้าหมาย	เป้าหมาย	เป้าหมาย
1. กิจกรรมสนับสนุนการพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	ล้านบาท		47.1744		15.9297		16.1530		8.7607		6.3310
ค่าสาธารณูปโภค	ล้านบาท		6.9112		2.1467		1.8670		1.4965		1.4010
ค่าใช้สอย	ล้านบาท		20.9177		5.5190		5.6589		4.8098		4.9300
สำนักงาน สศส. ขอนแก่น	ล้านบาท		0.1689		-		-		0.1689		-
สำนักงาน สศส. กรุงเทพมหานคร	ล้านบาท		18.8135		8.2640		8.2640		2.2855		-
สำนักงาน สศส. เชียงใหม่	ล้านบาท		0.3631		-		0.3631		-		-
แผนงานยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุน ด้านการสร้างความสามารถในการ แข่งขัน			122.4530		26.1846		36.1820		30.1506		29.9358
ผลผลิตที่ 1 : พัฒนาและส่งเสริม บุคลากรสร้างสรรค์และธุรกิจไทย ให้ น่านวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ไปใช้ยกระดับสินค้าและบริการ			122.4530		26.1846		36.1820		30.1506		29.9358
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผู้ใช้บริการแหล่งบ่มเพาะธุรกิจ สร้างสรรค์ทั้งส่วนกลางและส่วน ภูมิภาค	ราย	250,000		62,500		62,500		62,500		62,500	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ศักยภาพเพื่อเข้าสู่ตลาดยุคใหม่	ราย	7,000		1,750		1,750		1,750		1,750	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : มูลค่าทาง เศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้น พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ล้านบาท	750		-		-		750		-	
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : จำนวน ผู้ประกอบการ SME ธุรกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการ ใหม่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นภายหลัง ได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำ ความรู้ไปพัฒนาธุรกิจ	ร้อยละ	26		-		-		-		26	
1 .กิจกรรมพัฒนาความสามารถของ ผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์			47.6323		11.6805		8.2666		12.2258		15.4593
1.1. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่ม เพาะธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อบริการ องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายใน ภูมิภาค ทั้งในเชิงกายภาพและ ออนไลน์			15.2406		6.1554		3.0259		4.1467		1.9126

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
1.2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์			6.1980		2.1356		0.6270		0.5713		2.8641
1.3. โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)			2.3775		0.6750		0.6900		0.8364		0.1760
1.4 โครงการพัฒนาคอนเทนต์ภาพยนตร์และโทรทัศน์สมัยใหม่สู่ตลาดเอเชีย เพื่อยกระดับ Soft Power ไทย (Thailand Content Lab)			9.0052		2.6345		3.1475		3.2232		-
1.5. โครงการกระจายองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนับสนุนทางความคิดและเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานสร้างสรรค์			2.1570		0.0800		0.7762		0.4119		0.8889
1.6 โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน			12.6540		-		-		3.0363		9.6177

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
2. กิจกรรมพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และ กลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์			52.2625		8.8570		23.0964		10.4422		9.8669
2.2 โครงการพัฒนาย่าน สร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจ และส่งเสริม การพัฒนาเมืองอย่าง ยั่งยืน			44.1228		7.8570		21.0964		7.9422		7.2272
2.3 โครงการพัฒนาและส่งเสริม เมืองสร้างสรรค์ไทยสู่เครือข่ายเมือง สร้างสรรค์ยูเนสโก			8.1397		1.0000		2.0000		2.5000		2.6397
3. กิจกรรมพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ เพื่อการยกระดับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ให้กับคนไทย			22.5583		5.6471		4.8190		7.4826		4.6096
3.1. โครงการส่งเสริมกลไกการ ขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์			3.0000		0.3500		0.5500		1.0500		1.0500
3.2. โครงการพัฒนาและเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย			6.6019		1.6504		1.6505		1.6505		1.6505

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
3.3. โครงการสนับสนุนงานบริการ และการบริหารจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากร ทางกายภาพ			12.9564		3.6467		2.6185		4.7821		1.9091
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่และ เมืองนำอยู่อัจฉริยะ			51.3023		14.3910		11.1450		17.4650		8.3013
โครงการที่ 1 : โครงการพัฒนา ศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขต เศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วย การท่องเที่ยวและการสร้าง มูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา (Northern Creative Economic Corridor : NCEC)			18.9534		9.9000		0.8000		7.0000		1.2534
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จัดงานเทศกาล ด้านความคิดสร้างสรรค์ขนาดใหญ่	พื้นที่	1		1		-		-		-	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึงข้อมูล ออฟไลน์ และออนไลน์ ไม่น้อยกว่า	ราย	100,000		100,000		-		-		-	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ล้านบาท	250		250		-		-		-	
กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมล้านนา (Northern Creative Economic Corridor : NCEC)			18.9534		9.9000		0.8000		7.0000		1.2534
โครงการที่ 2 : โครงการ : โครงการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)			16.5010		1.5260		5.3250		6.3250		3.3250
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ราย	150		38		38		37		37	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ล้านบาท	100		-		100		-		-	
กิจกรรมพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจจากรฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)			16.5010		1.5260		5.3250		6.3250		3.3250
โครงการที่ 3 : โครงการเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) ภาคใต้			15.8479		2.9650		5.0200		4.1400		3.7229
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ล้านบาท	60		-		60		-		-	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดสินทรัพย์ Soft Power	ผลิตภัณฑ์/ บริการ	10		-		-		10		-	
กิจกรรมเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) ภาคใต้			15.8479		2.9650		5.0200		4.1400		3.7229

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัด/กิจกรรม											
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ เข้มแข็ง แข่งขันได้			152.0642		2.8251		9.6914		66.6051		72.9426
โครงการที่ 1 : โครงการสร้าง มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้า เกษตรสร้างสรรค์ Global OTOP : Value Creation for Agriproducts			8.7597		1.9479		2.2706		2.2706		2.2707
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนบุคลากร สร้างสรรค์ กลุ่มธุรกิจ ธุรกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน เข้าสู่กระบวนการ คัดเลือก ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	ราย	300		-		-		-		300	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผู้ประกอบการ ที่เข้าอบรม พัฒนา ศักยภาพและเพิ่มทักษะบูรณาการ ทางด้านการออกแบบ/ธุรกิจ/ เทคโนโลยี ความรู้ระดับต้น	ราย	1,000		-		-		-		1,000	
กิจกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มทาง เศรษฐกิจให้แก่สินค้าเกษตร สร้างสรรค์ Global OTOP : Value Creation for Agriproducts			8.7597		1.9479		2.2706		2.2706		2.2707

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
โครงการที่ 2 : โครงการสร้างอัตลักษณ์ เมืองด้วย Visual Character ไทยให้เกิด Soft Power			6.7300		0.2285		0.6055		4.5454		1.3506
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ MSMEs เข้าร่วมกิจกรรมบรรยาย ฝึกอบรมฯ และ/หรือ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ	ราย	1,000		100		200		500		200	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผลผลิตจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ใน Sand Box	ชิ้นงาน	80						80			
กิจกรรม สร้างอัตลักษณ์ เมืองด้วย Visual Character ไทยให้เกิด Soft Power			6.7300		0.2285		0.6055		4.5454		1.3506
โครงการที่ 3 : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model)			4.0000		0.2500		1.7500		1.0000		1.0000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : พัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ตามหลักเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน	ราย	28		100		200		500		200	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : เกิดการ ออกแบบเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทาง การเกษตรไปสู่การใช้งานใน อุตสาหกรรม	ผลิตภัณฑ์	7		-		-		80		-	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : การจัดแสดงผล งานและนิทรรศการผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ ยั่งยืน (BCG Model)	นิทรรศการ ร	1		-		-		15		15	
กิจกรรม การพัฒนา ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดล เศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model)			4.0000		0.2500		1.7500		1.0000		1.0000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
โครงการที่ 4 : โครงการพัฒนา ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อ ความยั่งยืน SDG gastronomy			4.2086		-		2.0000		2.0000		0.2086
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ได้รับการ เผยแพร่ความรู้	ราย	500		-		-		-		500	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผู้ประกอบการ ได้รับการพัฒนาธุรกิจ	ราย	50		-		-		-		50	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวน ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้านอาหารที่ ได้รับการเพิ่มมูลค่า	ผลิตภัณฑ์	30		-		-		-		30	
กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมอาหาร เพื่อ ความยั่งยืน SDG gastronomy			4.2086		-		2.0000		2.0000		0.2086
โครงการที่ 5 : โครงการศึกษาทักษะ และความสามารถในสาขาอาชีพ สร้างสรรค์ และพัฒนาแพลตฟอร์ม แนะนำอาชีพสำหรับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์			2.7800		-		-		0.1975		2.5825

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : รายงานวิจัยใน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ฉบับ	1		-		-		-		1	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : แพลตฟอร์ม ออนไลน์นำเสนอข้อมูลสาขาอาชีพใน กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ระบบ	1		-		-		-		1	
กิจกรรมการศึกษาทักษะและ ความสามารถในสาขาอาชีพ สร้างสรรค์ และพัฒนาแพลตฟอร์ม แนะแนวอาชีพสำหรับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์			2.7800		-		-		0.1975		2.5825
โครงการที่ 6 : โครงการยกระดับ โครงสร้าง พื้นฐาน Soft power ไทยต้นไกลสู่สากล			112.1779		-		-		51.9500		0.2279
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนนัก สร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้รับองค์ความรู้และทักษะ	ราย	3,500		-		-				3,500	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนนัก สร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาทักษะเชิง ลึก	ราย	250		-		-		-		250	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผลงาน สร้างสรรค์ที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อ ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ	ผลงาน	100								100	
กิจกรรมการศึกษาทักษะและ ความสามารถในสาขาอาชีพ สร้างสรรค์ และพัฒนาแพลตฟอร์ม แนะแนวอาชีพสำหรับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์			112.1779		-		-		51.9500		0.2279
โครงการที่ 7 : โครงการส่งเสริม มรดก และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สู่ Soft power ระดับสากล			13.4080	-	0.3987	-	3.0653	-	4.6416	-	5.3023
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : นักออกแบบ สร้างสรรค์รุ่นใหม่ ที่มีผลงานเชิง ประจักษ์	ราย	300		-		-				300	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ผลงานนัก ออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่	ราย	300		-		-		-		300	
ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : นักออกแบบ สร้างสรรค์รุ่นใหม่ ได้รับการส่งเสริมสู่ ตลาดภายในประเทศ และตลาดสากล	ผลงาน	100								100	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
กิจกรรมการศึกษาทักษะและ ความสามารถในสาขาอาชีพ สร้างสรรค์ และพัฒนาแพลตฟอร์ม แนะแนวอาชีพสำหรับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์	13.4080		13.4080		0.3987		3.0653		4.6416		5.3023
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	ล้านบาท		72.7554		18.1888	-	18.1888	-	18.1888	-	18.1890
ค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ	ล้านบาท		86.6625		21.6656		21.6656		21.6656		21.6657

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินสะสม (ทุน) และเงินนอกงบประมาณ (เงินรายได้และเงินบริจาค) พ.ศ.2567

กระทรวง สำนักงานนายกรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

หน่วย : ล้านบาท

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
รวมทั้งสิ้น			39.8259	-	7.4558	-	6.1781	-	13.9153	-	12.2767
1. งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับ งบประมาณ (เงินสะสม)			17.1370	-	6.3508	-	4.1651	-	6.3878	-	0.1400
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	ล้านบาท		12.4952	-	4.1650	-	4.1651	-	4.1651	-	-
ค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ	ล้านบาท		12.4952	-	4.1650	-	4.1651	-	4.1651	-	-
1.1) เงินเดือน	ล้านบาท		12.4952	-	4.1650	-	4.1651	-	4.1651	-	-
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน			4.6418		2.1858		0.0933		2.2227		0.1400
ผลผลิตที่ 1 : ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์			4.6418		2.1858		0.0933		2.2227		0.1400

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80		-		-		-		80	
1. กิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	ล้านบาท		4.6418		2.1858		0.0933		2.2227		0.1400
ค่าเช่าสำนักงาน	ล้านบาท		2.0927		-				2.0927		-
ค่าสาธารณูปโภค	ล้านบาท		0.0400		0.0150		0.0150		0.0100		-
ค่าใช้สอย/วัสดุ	ล้านบาท		2.5091		2.1708		0.0783		0.1200		0.1400
2. งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับงบประมาณ (เงินรายได้)			22.6889	-	1.1050	-	1.9197	-	7.5275	-	12.1367
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			22.6889	-	1.1050	-	1.9197	-	7.5275	-	12.1367
ผลผลิตที่ 1 : ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่แหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์			22.6889	-	1.1050	-	1.9197	-	7.5275	-	12.1367
ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ผู้รับบริการที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากแหล่งบ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่และดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ร้อยละ	80		-		-		-		80	

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ	หน่วยนับ	รวมทั้งสิ้น		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ	เป้าหมาย	งบประมาณ
1. กิจกรรมสนับสนุนการพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	ล้านบาท		22.6889	-	1.1050	-	1.9197	-	7.5275	-	12.1367
ค่าเช่าสำนักงาน	ล้านบาท		12.5972		-		0.1542		4.1791		8.2639
ค่าสาธารณูปโภค	ล้านบาท		2.9168		0.0403		0.3200		1.1555		1.4010
ค่าใช้สอย/วัสดุ	ล้านบาท		7.1749		1.0647		1.4455		2.1929		2.4718

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ไตรมาสที่ 2 (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567)

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
1. โครงการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อบริการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชนและเครือข่ายในภูมิภาคทั้งในเชิงกายภาพและออนไลน์	- จำนวนผู้ใช้บริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ราย	250,000	303,435	15.2406	9.8486
	- จำนวนกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์	ราย	3,700	5,375		
	- ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ร้อยละ	80	-		
2. โครงการพัฒนาศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์	- รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand's Creative Movement Report)	ฉบับ	5	4	6.1980	3.3836
	- ระบบศูนย์กลางข้อมูลเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้มีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ใช้ประโยชน์	ระบบ	1	1		
3. โครงการพัฒนาคอนเทนต์ภาพยนตร์และโทรทัศน์สมัยใหม่สู่ตลาดเอเชีย เพื่อยกระดับ Soft Power ไทย (Thailand Content Lab)	- บุคลากรได้รับการถ่ายทอดความรู้	ราย	600	917	9.0052	7.0060
	- จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาและได้รับการส่งเสริมให้มีการจ้างงานต่อในอุตสาหกรรม	ราย	30	-		
	- จำนวนข้อเสนอโครงการและตัวอย่างเนื้อหา (Teaser) สำหรับการส่งออก	ชิ้นงาน	10	-		
	- เครือข่ายในประเทศและต่างประเทศ	เครือข่าย	2	3		

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
4.โครงการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	-บุคลากรของ สศส. ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะ -ชุดพฤติกรรมหลักที่พึงประสงค์ (Key Behavior) ที่สอดคล้องกับค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร -บุคลากรของ สศส.มีสมรรถนะเฉพาะด้านวิชาชีพเพิ่มขึ้น -บุคลากรของ สศส.มีความรู้ความเข้าใจในชุดพฤติกรรมหลักที่พึง (Key Behavior)	หลักสูตร ชุด ร้อยละ ร้อยละ	4 1 100 100	3 1 - -	2.3775	0.3407
**5.โครงการกระจายองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับความคิดและเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานสร้างสรรค์	-จำนวนกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ - การพัฒนาหลักสูตรร่วมกับสถาบันการศึกษาทั้งในและตปท. - จำนวนมหาวิทยาลัยในเครือข่าย miniTCDC ได้รับการพัฒนา -จำนวนนักสร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาทักษะ -จำนวนต้นแบบที่ได้จากการพัฒนาเชิงลึก -เครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์เข้าถึงช่องทางตลาดสากล	ราย หลักสูตร แห่ง ราย ต้นแบบ เครือข่าย	2,200 3 11 400 4 1	- - - - - -	2.1570	-
**6.โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ประชาชน	-สำรวจพื้นที่และออกแบบศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาค -ออกแบบพื้นที่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ส่วนภูมิภาคแล้วเสร็จ ตามแผนการดำเนินงานและระยะเวลาที่กำหนด	แห่ง ร้อยละ	10 100	- -	12.6540	-

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
7.โครงการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและส่งเสริม การพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (TCDN : Thailand Creative District Network)	-การอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ -ผู้เข้าร่วมหลักสูตรการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ -พื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการขยายผลไปสู่ชุมชน -จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม -มูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรม -จังหวัดที่บรรจุการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผน	ครั้ง ราย ชุมชน ราย ล้านบาท จังหวัด	3 500 8 150,000 350 1	- - 14 409,445 1,649.20 -	44.1228	33.3922
8.โครงการพัฒนาและส่งเสริม เมืองสร้างสรรค์ไทยสู่เครือข่ายเมือง สร้างสรรค์ยูเนสโก (UNESCO Creative City Network)	-เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเพื่อรักษาสถานะ -สร้างการรับรู้ การตระหนักรู้เกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์	เมือง แห่ง	2 1		8.1397	1.8356
9.โครงการพัฒนาและเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย	-จำนวนเนื้อหาองค์ความรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย -เผยแพร่องค์ความรู้สร้างสรรค์และฐานข้อมูลดิจิทัลผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ -มูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ -กลุ่มเป้าหมายมี engagement กับองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ชิ้นงาน ล้าน/ครั้ง /คน ล้านบาท ครั้ง	300 9 50 600,000		6.6019	2.7172

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
10.โครงการส่งเสริมกลไกการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	-รายงานการประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม -รายงานการประเมินความคุ้มค่าเพื่อพัฒนาองค์การมหาชน -รายงานการประเมินสถานะในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) -รายงานผลการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่า นำไปใช้ในการรายงานผล KPI ต่อหน่วยงานภายนอก	ฉบับ ฉบับ ฉบับ ร้อยละ	1 1 1 100		3.0000	2.7399
11.โครงการสนับสนุนงานบริการและการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรทางกายภาพ	-ระบบสารสนเทศมีความพร้อมใช้งาน -การบริหารจัดการทรัพยากรให้มีความพร้อมใช้งาน -พัฒนางานบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-service) -พัฒนาระบบการทำงานให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล	ร้อยละ ร้อยละ ระบบ ระบบ	98 98 1 2		12.9564	7.9208
12.โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคเหนือด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากวัฒนธรรมล้านนา (Northern creative Economic Corridor : NCEC)	-จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์และออนไลน์ไม่น้อยกว่า -มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น -จัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์ -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ราย ล้านบาท พื้นที่ ร้อยละ	100,000 250 1 30		18.9534	5.6799

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
13.โครงการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจจากฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	-จำนวนผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ได้รับการบ่มเพาะเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ -มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ -จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและการเข้าถึงข้อมูลออฟไลน์และออนไลน์ -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ราย ล้านบาท ราย ร้อยละ	150 100 100,000 30	- - -	16.5010	6.5682
14.โครงการเทศกาลส่งเสริมและยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ (Soft Power) ภาคใต้	-จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดสินทรัพย์ Soft Power -มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ -จัดงานเทศกาลด้านความคิดสร้างสรรค์ -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ผลิตภัณฑ์ /บริการ ล้านบาท ครั้ง ร้อยละ	10 60 1 30	- - - -	15.8479	4.3643

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
15.โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการเกษตรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model)	-จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ได้พัฒนาศักยภาพ (เชิงลึก 28 ราย) -จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เกิดการออกแบบเพิ่มมูลค่า -จัดแสดงผลงานและนิทรรศการผลิตภัณฑ์ต้นแบบ -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ราย ผลิตภัณฑ์ นิทรรศการ ร้อยละ	528 7 1 30	- - -	4.0000	2.7122
16.โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้าเกษตรสร้างสรรค์ Global OTOP : Value Creation for Agriproducts	-จำนวนบุคลากรสร้างสรรค์ เข้าสู่กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ -จำนวนผู้ประกอบการ ที่เข้าอบรมพัฒนาศักยภาพ -จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการ ได้รับการพัฒนา -จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางตลาดสากล -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น -ผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน	ราย ราย ผลิตภัณฑ์ เครือข่าย ร้อยละ ร้อยละ	300 1,000 30 3 30 50	- - - - -	8.7597	5.3434

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
17.โครงการสร้างอัตลักษณ์ เมืองด้วย Visual Character ไทยให้เกิด Soft Power	-จำนวนผู้ประกอบการ และนักสร้างสรรค์ได้พัฒนาศักยภาพ -จำนวนผลิตภัณฑ์/ผลงาน Visual Character -จำนวนผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ที่นำคาแรกเตอร์ประจำจังหวัดไปพัฒนาต่อยอดสินค้าและผลงานสร้างสรรค์ -จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางการตลาดสากล -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ราย ชิ้น ราย เครือข่าย ร้อยละ	1,000 80 80 2 30	- - - - -	6.7300	4.0467
18.โครงการส่งเสริม มรดก และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่ Soft power ระดับสากล	-จำนวนผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ได้รับการฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ -จำนวนธุรกิจได้รับการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพ -นักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ที่มีผลงานเชิงประจักษ์ -ผลงานนักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ -นักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ได้รับการส่งเสริมสู่ตลาดภายในประเทศ และตลาดสากล -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ราย กิจการ ราย ผลงาน ราย ร้อยละ	1,300 30 300 300 100 30	- - - - - -	13.4080	4.7584

โครงการ	เป้าหมาย/ผลผลิต	หน่วยนับ	แผน	ผล	งบประมาณ	ผลการเบิกจ่าย
**19.โครงการศึกษาทักษะและความสามารถในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ และพัฒนาแพลตฟอร์มแนวอาชีพสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	-รายงานวิจัยในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ -แพลตฟอร์มออนไลน์นำเสนอข้อมูลสาขาอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ -ชุดข้อมูลเปิดจำนวนแรงงานสร้างสรรค์ที่จัดกลุ่มตามสาขาอาชีพ	ฉบับ ระบบ ชุดข้อมูล	1 1 1	- - -	2.7800	-
**20.โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน Soft power ไทยต้นไถ่สู่สากล	-จำนวนนักสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้ร้บองค์ความรู้และทักษะ -จำนวนนักสร้างสรรค์ได้รับการพัฒนาทักษะเชิงลึก -จำนวนผลงานสร้างสรรค์ -จำนวนเครือข่ายตลาดสากลที่นักสร้างสรรค์เข้าถึง	ราย ราย ผลงาน เครือข่าย	3,500 250 100 250	- - - -	112.1779	-
**21.โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารเพื่อความยั่งยืน SDG gastronomy	-จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ได้รับการเผยแพร่ความรู้ -จำนวนผู้ประกอบการ ได้รับการพัฒนาธุรกิจ -จำนวนผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่ได้รับการเพิ่มมูลค่า -ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น -จำนวนเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์ที่สามารถเข้าถึงช่องทางการตลาดสากล -ผู้ประกอบการผ่านเกณฑ์การเข้าถึงแหล่งทุน	ราย ราย ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ เครือข่าย ร้อยละ	500 50 30 30 3 50	- - - - - -	4.2086	-

หมายเหตุ : ระยะเวลาในการดำเนินงานของทุกโครงการ เริ่มต้นตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2566 – 30 กันยายน 2567

** ระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการ เริ่มต้นตั้งแต่ 1 พฤษภาคม – 30 กันยายน 2567

รายละเอียดโครงการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567



สามารถดาวน์โหลดจาก QR CODE เพื่อดูรายละเอียดโครงการประจำปีงบประมาณ 2567