
บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา หลายประเทศเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานองค์ความรู้ที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (knowledge-based/innovation driven economy) สำหรับประเทศไทย การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นับว่ายังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่ก็ได้รับความสนใจและมีการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องและต่อยอดจากแนวทางการพัฒนาด้วยการเพิ่มคุณค่า (Value creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม ซึ่งได้ขับเคลื่อนการพัฒนาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จนถึง ฉบับที่ 10 และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการในภูมิภาคบนฐานปัญญา นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางที่สำคัญในการขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยได้จัดตั้งคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กคส.) เป็นกลไกหลักในการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ รวมทั้งตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (สคส.) เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ กคส.กำหนด

ในระยะเริ่มต้นของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายองค์ความรู้และสร้างความเข้าใจกับภาคีการพัฒนาทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างจริงจัง และมีบูรณาการ เพื่อให้สามารถปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ แนวทางและกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน มีดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาภายใต้กรอบการพัฒนา 3 ด้านหลัก ได้แก่ (1) นโยบายรัฐบาล (2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ (3) แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง (แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2: SP2) โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

2. กลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาในปัจจุบัน มีหน่วยงานภาครัฐและองค์การมหาชนหลายแห่งที่เริ่มมีบทบาทหน้าที่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการ

ดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ รวมทั้งการให้บริการด้านโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่หน่วยงานเหล่านี้ยังคงแยกส่วนกันทำงานเนื่องจากขาดการมองภาพรวม โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาในมิติต่างๆ ดังนี้ หน่วยงานด้านนโยบาย หน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา หน่วยงานด้านการพัฒนาองค์ความรู้ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา หน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมมาตรฐานต่างๆ และหน่วยงานด้านการตลาด

ดังนั้น การมุ่งหวังให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนที่ทรงประสิทธิภาพในระยะยาว จึงควรพิจารณาให้มีหน่วยงานหรือกลไกที่ทำหน้าที่ประสาน เชื่อมโยง บูรณาการทั้งในระดับยุทธศาสตร์/นโยบายและระดับปฏิบัติที่ชัดเจน เพราะถึงแม้ว่าปัจจุบันรัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ ตามหน้าที่แล้วก็ตาม หากแต่ยังขาดการกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอย่างเป็นองค์รวม ที่จะใช้เป็นแผนที่นำทางการพัฒนาสำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาที่มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในทุกมิติ ซึ่งครอบคลุมไปถึงสังคมและคนที่มีโครงสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะมีส่วนสำคัญในการทำให้ประเทศไทยก้าวสู่ประเทศที่เน้นการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกันในทุกมิติอย่างจริงจัง

เนื่องด้วยการสร้างสรรค์สินค้าเชิงนวัตกรรมเป็นแนวทางสำคัญในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้บรรลุผลสำเร็จ อันจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การขับเคลื่อนส่งเสริมให้ภาคการผลิตและบริการของประเทศสร้างสรรค์สินค้าเชิงนวัตกรรมนั้นมีความซับซ้อน ต้องมีการทำงานอย่างมีบูรณาการของหลายหน่วยงาน และต้องอาศัยฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจและวางแผนเชิงกลยุทธ์ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยยังขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลด้านสินค้าเชิงนวัตกรรมและสินค้าเชิงสร้างสรรค์ที่ครบถ้วนและเป็นระบบ ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญในการกำหนดทิศทางและวางแผนแนวทางการพัฒนาที่มีความชัดเจนและมีบูรณาการ อีกทั้งการกำหนดขอบเขตของสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของไทยยังไม่ชัดเจนและครอบคลุม ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเพื่อกำหนดขอบเขตและสร้างฐานข้อมูลของสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของไทยให้ชัดเจน เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการผลักดันขับเคลื่อนในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อทบทวนและปรับปรุงกรอบแนวคิดการพัฒนาและขอบเขตของสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของประเทศที่ สศช. กำหนดเบื้องต้น ให้มีความครอบคลุมและชัดเจน
2. เพื่อจัดเก็บข้อมูลและพัฒนาระบบฐานข้อมูลของสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของภาคการผลิตและบริการของประเทศ ให้ครอบคลุมอย่างน้อย 15 สาขา
3. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์สำหรับภาคการผลิตและบริการของประเทศ ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

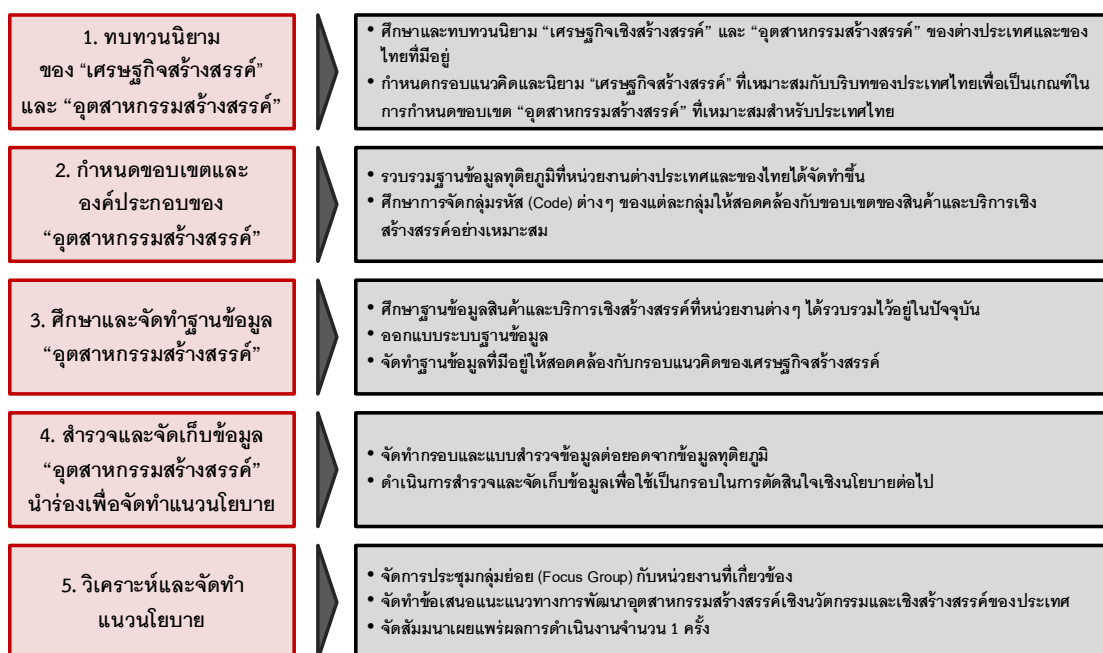
1. ทบทวนและปรับปรุงกรอบแนวคิดการพัฒนาและขอบเขตของสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของประเทศที่ สศช. กำหนดเบื้องต้น
 - 1.1 ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งกรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งในส่วนที่ สศช. ได้จัดทำและจากแหล่งอื่นทั้งในและต่างประเทศ
 - 1.2 วิเคราะห์ทบทวนกรอบแนวคิดเบื้องต้นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ สศช. จัดทำ และนำเสนอแนวทางปรับปรุงให้ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น
2. จัดเก็บข้อมูลและพัฒนาระบบฐานข้อมูลของสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของภาคการผลิตและบริการของประเทศ ให้ครอบคลุมอย่างน้อย 15 สาขา
 - 2.1 ศึกษาฐานข้อมูลสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ที่หน่วยงานต่างๆ ได้รวบรวมไว้ในปัจจุบัน
 - 2.2 จัดทำกรอบและแบบการสำรวจข้อมูลต่อยอดจากที่หน่วยงานต่างๆ ได้รวบรวมไว้ในปัจจุบันเพื่อพัฒนาให้ครอบคลุม สมบูรณ์ และชัดเจน สอดคล้องกับกรอบแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสินค้านวัตกรรมที่ได้เสนอไว้ในข้อ 1.2
 - 2.3 ดำเนินการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานของสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคต่างๆ ของไทย เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ สศช. จะพัฒนาให้เป็นระบบต่อไป
3. จัดทำข้อเสนอแนวทางการพัฒนาสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์สำหรับภาคการผลิตและบริการของประเทศในแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้ในการผลักดันการพัฒนาในช่วง

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 โดยครอบคลุมเป้าหมายการพัฒนา ประเด็นสำคัญ แนวทางการพัฒนา และกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาสำหรับสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์แต่ละสาขา

1.4 กรอบแนวทางการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานของที่ปรึกษา ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินงาน



1) การทบทวนนิยาม “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” และ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

ที่ปรึกษาได้ทำการทบทวนนิยาม “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” และ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ของต่างประเทศและของประเทศไทยที่มีอยู่ และได้กำหนดกรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยที่เหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักคือ การอยู่บนพื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Asset-Based) การใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Commercialization) ซึ่งถือเป็นหลักการหรือเกณฑ์ในการกำหนดขอบเขต “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย โดยที่ปรึกษาได้เสนอการให้ความสำคัญกับ 7 สาขาที่ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยแท้จริง โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จและแสดงไว้ดังที่ได้กล่าวในบทที่ 2

2) กำหนดขอบเขตและองค์ประกอบของ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

ที่ปรึกษาได้ทำการรวบรวมฐานข้อมูลทุติยภูมิที่มีอยู่ของต่างประเทศและของไทย และศึกษาการจัดกลุ่มรหัส (Code) ที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และรายละเอียดของข้อมูลที่จัดเก็บทั้งของต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ DCMS UNCTAD และ UNESCO และของไทย เพื่อใช้ประกอบในการกำหนดขอบเขตและองค์ประกอบข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จะทำการจัดเก็บ โดยมีการปรับขอบเขตและองค์ประกอบของข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงฐานข้อมูลที่มีอยู่ในไทยร่วมด้วยเพื่อความเป็นไปได้ในการจัดเก็บ จากการศึกษาและจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของทั้ง 3 แหล่งดังกล่าว พบว่า ข้อมูลหลักที่มีการจัดเก็บประกอบด้วย

- มิติสัดส่วนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)
- มิติด้านมูลค่าการส่งออก-นำเข้า
- มิติด้านจำนวนการจ้างงาน
- มิติด้านจำนวนทรัพย์สินทางปัญญา

ที่ปรึกษาจึงได้กำหนดขอบเขตและองค์ประกอบของข้อมูลที่จะทำการจัดเก็บให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยที่ปรึกษามีความเห็นว่า กรอบการจัดเก็บข้อมูลควรประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

(1) ส่วนที่เป็นข้อมูลพื้นฐาน (Basic Data) ซึ่งเป็นไปตามกรอบการจัดเก็บข้อมูลของ DCMS และ UNCTAD ดังกล่าวข้างต้น โดยข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วย

- มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสัดส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)
- ด้านมูลค่าการส่งออก-นำเข้า
- ด้านจำนวนการจ้างงาน
- ด้านจำนวนทรัพย์สินทางปัญญา

(2) ส่วนที่เป็นข้อมูลเฉพาะเจาะจง (Specific Data) ที่จัดเก็บเพิ่มเติมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก โดยข้อมูลเฉพาะเจาะจงนี้ ได้แก่ จำนวนบุคลากรตามสายอาชีพหลักที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นๆ (Creative

Workforce) จำนวนบริษัท (Number of Businesses) และรายได้ (Revenue) ของแต่ละธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จและได้แสดงไว้ในฐานข้อมูลบนเว็บไซต์

3) ศึกษาและจัดทำฐานข้อมูล “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

ที่ปรึกษาได้ทำการศึกษาฐานข้อมูลทั้งของต่างประเทศและประเทศไทยที่มีอยู่เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการจัดเก็บข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย และทำการจัดกลุ่มรหัส (Code) ต่างๆ ของแต่ละกลุ่มให้สอดคล้องกับขอบเขตของสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม โดยที่ปรึกษาได้นำแม่แบบของ UNCTAD และ DCMS เป็นแนวทางในการจัดเก็บรหัสอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นแม่แบบที่มีความใกล้เคียงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยมากที่สุด โดยที่ปรึกษาได้นำรหัสอุตสาหกรรมของต่างประเทศมาประมวล และเชื่อมโยง (Code correspondence) จากระหัสอุตสาหกรรมต้นฉบับ สู่รหัสอุตสาหกรรม TSIC ของประเทศไทย นอกจากนี้ ที่ปรึกษาได้ประสานงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อจัดเก็บข้อมูลดังนี้

- การประสานงานร่วมกับ สศช. เพื่อจัดเก็บข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสัดส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) โดยใช้รหัสอุตสาหกรรมของไทย TSIC 3 และ TSIC 4
- การประสานงานร่วมกับกรมศุลกากร เพื่อจัดเก็บข้อมูลการนำเข้าส่งออก โดยใช้รหัส Harmonized Code 2007
- การประสานงานร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ เพื่อจัดเก็บข้อมูลจำนวนสถานประกอบการ และจำนวนการจ้างงาน โดยใช้รหัสอุตสาหกรรมของไทย TSIC 3 และ TSIC 4
- การประสานงานร่วมกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อจัดเก็บข้อมูลด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ทั้งนี้ ที่ปรึกษาได้จัดทำรายละเอียดรหัสอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย พร้อมกับฐานข้อมูลพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก 12 สาขา เรียบร้อยแล้ว โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จและแสดงไว้ดังที่ได้กล่าวในบทที่ 3 และ 4

4) **สำรวจและจัดเก็บข้อมูล “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” นำร่องเพื่อจัดทำ นโยบาย**

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐาน (Basic Data) ดังกล่าวข้างต้น รวมทั้งได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเฉพาะเจาะจง (Specific Data) เพิ่มเติมจากข้อมูลพื้นฐาน ในการจัดเก็บข้อมูลเฉพาะเจาะจงเพิ่มเติมนี้ ที่ปรึกษาได้ทำการคัดเลือกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นำร่องจำนวน 4 สาขา ได้แก่ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ อุตสาหกรรมโฆษณา ธุรกิจให้บริการสถาปัตยกรรม และอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่รวมถึงดิจิทัล คอนเทนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญโดยแท้จริง (Core Creative Industries) จากนั้น ที่ปรึกษาได้ทำการเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจจัดเก็บข้อมูลเฉพาะเจาะจง (Specific Data) และจัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจประเด็นสภาพการแข่งขัน ประเด็นด้านอุปสงค์ ประเด็นด้านปัจจัยการผลิต และประเด็นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องกัน พร้อมกับประมวลผลข้อมูลเรียบร้อยแล้ว โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จและแสดงไว้ดังที่ได้กล่าวในบทที่ 5

5) **วิเคราะห์และจัดทำนโยบาย**

ที่ปรึกษาได้ทำการประมวลผลข้อมูลและพัฒนาระบบฐานข้อมูล รวมทั้งดำเนินการจัดการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของประเทศ ตลอดจนจัดการสัมมนาเผยแพร่ผลการดำเนินงานจำนวน 1 ครั้ง โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จและแสดงผลการสัมมนาดังกล่าวในบทที่ 7

1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลผลิต

- 1.1 มีข้อเสนอสำหรับการปรับปรุงกรอบแนวคิดและขอบเขตของสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของประเทศ
- 1.2 มีฐานข้อมูลของสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของภาคการผลิตและบริการของประเทศ ให้ครอบคลุมอย่างน้อย 15 สาขา ซึ่งสามารถพัฒนาต่อเนื่องได้อย่างเป็นระบบและสามารถใช้เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ได้
- 1.3 มีแนวทางการพัฒนาสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์สำหรับภาคการผลิตและบริการของประเทศ ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

2. ผลลัพธ์

- 2.1 มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของประเทศมีความชัดเจน ครอบคลุม และมีบูรณาการ
- 2.2 การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีประสิทธิผล อันจะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

1.6 กรอบระยะเวลาการดำเนินงาน

การดำเนินโครงการมีกรอบระยะเวลาการดำเนินงานดังแสดงในแผนภาพที่ 2 ดังนี้

แผนภาพที่ 2 กรอบระยะเวลาการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรม -	ช่วงเวลาดำเนินการ														กำหนดการ
		2554							2555							
		ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	วัน/เดือน/ปี
1	ทบทวนและปรับปรุงกรอบแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามที่ สศช.															
	1.1 ทบทวนนิยามของ "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" ให้เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย															
	1.2 ระบุขอบเขตและองค์ประกอบของ "อุตสาหกรรมสร้างสรรค์"															
	ส่งรายงานการศึกษาขั้นต้น															
2	รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์															
	2.1 ศึกษาฐานข้อมูลที่มีอยู่เดิม															
	2.2 วิเคราะห์ความต้องการ และออกแบบระบบฐานข้อมูล															
	2.3 จัดทำและพัฒนาระบบฐานข้อมูล															
	ส่งรายงานการศึกษานักกลาง															
3	สำรวจและจัดทำข้อมูล "อุตสาหกรรมสร้างสรรค์" นำร่อง															
	3.1 กำหนดกรอบ วิธีการ และออกแบบการสำรวจข้อมูล															
	3.2 สำรวจ และจัดเก็บข้อมูล															
4	วิเคราะห์ และ จัดทำข้อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาสินค้าเชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ของประเทศ															
	4.1 จัดสัมมนา Focus Group															6-8 ส.ค. 2555
	ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์															14 ส.ค. 2555
5	จัดสัมมนาเผยแพร่ผลงาน															3 ก.ย. 2555
	ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์															10 ก.ย. 2555