



Competitiveness Newsletter

ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ เดือนมิถุนายน ๒๕๕๔

ทำไมไทยต้องพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City)	1-2
ความคืบหน้าการดำเนินงานด้านนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย	3-5
เกร็ดน่ารู้ : นิยามและขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย	5
สถานการณ์ภาคการผลิตและบริการ	5-6
ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน	7

ทำไมไทยต้องพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City)

เมื่อภาคการผลิตไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน กอปรกับกระแสการพัฒนาประเทศมุ่งสู่การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ผลักดันให้ประเทศต้องมีการปรับตัว แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง “แนวคิด การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพยากรเชิงปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งต่อความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่”

John Howkins ได้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์” โดยหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือ การนำความคิด (idea) ไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก (Core Creative Industries) ซึ่งเป็นแกนหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ (2) อุตสาหกรรมโดยรวม (Total Sector) ซึ่งประกอบด้วย อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก (Core Creative Industries)



และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมหลักนั้น (Related and Supporting Industries)

และ (3) ระบบนิเวศน์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Ecology) ซึ่งประกอบด้วย (1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) (2) การพัฒนาระบบการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (Education and Human Resources) (3) การพัฒนาแรงบันดาลใจและแรงบันดาลใจ (Creative Society and Inspiration) และ (4) การเงินและการลงทุน (Finance and Investment) เป็นปัจจัยแวดล้อมที่ช่วยสร้างบรรยากาศทางธุรกิจที่ดีสำหรับธุรกิจในการคิดสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง ตัวอย่าง การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เป็นกลไกการพัฒนา ระบบนิเวศน์เพื่อการสร้างสรรค์ (Creative Ecology) หรือสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เกิดอุตสาหกรรม และธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ขึ้นในประเทศที่สำคัญ และเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายทั่วโลก ดังตัวอย่าง เมืองเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ ได้กำหนดแผนพัฒนาเมืองระยะ 10 ปี ที่คาดว่าจะสามารถพัฒนาการลงทุนในอุตสาหกรรมภาคต่างๆ และสร้างเม็ดเงินได้ถึง 17,500 ล้านบาท (หรือประมาณ 930,000 ล้านบาท) เป็นต้น

นโยบายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของไทย

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ และกำหนดนโยบายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เป็นนโยบายหนึ่งภายใต้พันธสัญญาการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล ข้อ 6 ที่มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ภายในพื้นที่โดยการต่อยอดภูมิปัญญาไทย และเมืองสร้างสรรค์ยังเป็นแนวทางสำคัญภายใต้กรอบแนวคิดในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ไทย ที่ สศช. ได้ทำการศึกษา และได้รับความเห็นชอบจาก คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กตส.) ในคราวประชุมครั้งที่ 1/54 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2554 ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ การพัฒนาระดับอุตสาหกรรม/ธุรกิจสร้างสรรค์ (Micro Development) ทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

และสนับสนุน และการพัฒนาพื้นฐานปัจจัยแวดล้อมที่เป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Macro Foundation) หรือการพัฒนาปัจจัยระบบนิเวศน์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Ecology)

หลักการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

โดยทั่วไป ท้องถิ่นหรือพื้นที่หนึ่งๆ จะดำเนินการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ของท้องถิ่น ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ระบบการศึกษาและการพัฒนาคน การพัฒนาเทคโนโลยี และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยมีระบบการบริหารจัดการและการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนในการพัฒนา ให้เอื้อต่อการนำทุนด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาต่อเติมด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความโดดเด่นแตกต่าง และมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ทำให้ธุรกิจ/



อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เกิดขึ้นและเติบโต ส่งผลให้พื้นที่นั้นมีศักยภาพในการดึงดูดการลงทุนของธุรกิจสร้างสรรค์อื่นๆ ตลอดจนดึงดูดกำลังแรงงานด้านการสร้างสรรค์สาขาต่างๆ เข้าสู่พื้นที่/ท้องถิ่นนั้น อันจะนำไปสู่การยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่/ท้องถิ่นนั้นอย่างยั่งยืน

เมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยได้ดำเนินไปทั้งในระดับประเทศในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ และระดับนานาชาติ

❖ เมืองสร้างสรรค์ระดับประเทศ

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ๒๕๕๕ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือก 10 เมืองในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ที่เป็นต้นแบบของการบริหารจัดการเมืองที่ดี ที่ทำให้เกิดการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดและเติบโตของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก 4 ประการ คือ (1) มีศักยภาพด้านทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาพื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยว หรือสินค้าที่มีเอกลักษณ์ (2) มีจุดเด่น จุดขายที่ชัดเจน เป็นที่ยอมรับและมีโอกาสทางการตลาด การพัฒนา และการต่อยอด (3) มีระบบการบริหารจัดการและการวางแผนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่ชัดเจน (4) มีการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้นำชุมชน เครือข่าย องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ภาคประชาชน และภาคการศึกษา ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2554 คณะกรรมการคัดเลือกเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่จัดตั้งโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้ประกาศผลการตัดสิน 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยตัวแทนของทั้ง 10 เมืองต้นแบบได้เข้ารับโล่ประกาศเกียรติคุณ จากปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2554 ประกอบด้วย จังหวัดชัยนาท เมืองแห่งเมล็ดพันธุ์ข้าว (นางลิ้นจี่-ท่าชัย) จังหวัดเชียงราย เมืองแห่งการพัฒนา (ดอยตุง) จังหวัดเชียงใหม่ เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์ จังหวัดน่าน น่านเมืองเก่าที่มีชีวิต จังหวัดเพชรบุรี เมืองเพชร เมืองตาลโตนด จังหวัดมหาสารคาม เมืองแห่งการเรียนรู้สู่การพัฒนาชุมชน จังหวัดยะลา Bird City ศูนย์กลางเศรษฐกิจนก จังหวัดลพบุรี เมืองนวัตกรรมแห่งพลังงานทดแทน จังหวัดลำปาง ลำปางเมืองเชรามิก จังหวัดอ่างทอง ชุมชนเอกราชหมู่บ้านท่ากลอง



❖ เมืองสร้างสรรค์ของไทยในระดับนานาชาติ

จังหวัดเชียงใหม่ได้สมัครเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities Network) โดย UNESCO ในฐานะเมืองแห่งงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Cities of Crafts and Folk Art) โดยมุ่งเน้นไปที่การออกแบบและวัฒนธรรม ปัจจุบันมี 27 เมืองทั่วโลกได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ใน 7 สาขา อาทิ สาขาภาพยนตร์ ได้แก่ เมืองแบร์ดฟอร์ด

(Bradford) ประเทศอังกฤษ สาขาการออกแบบ ได้แก่ เมืองเซี่ยงไฮ้ (Shanghai) เป็นต้น

การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (2555-2559)

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ควบคู่กับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ

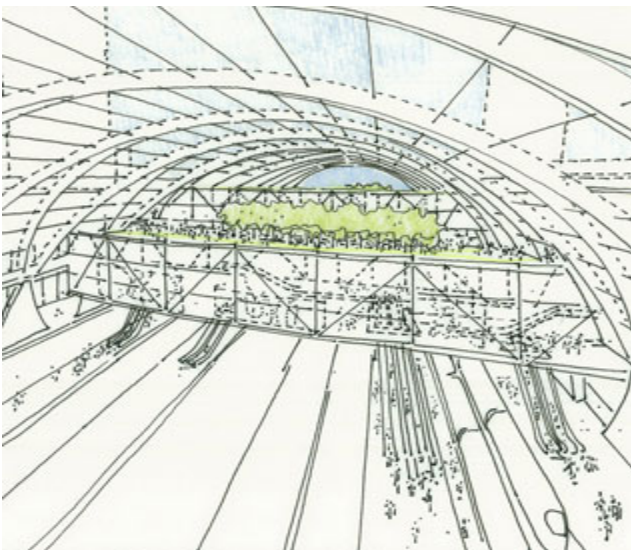


และบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ พัฒนาระบบการเงินเพื่อสนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ส่งเสริมการจดทะเบียน การใช้ และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุนการศึกษาวิจัยในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเร่งพัฒนาฐานข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีคุณภาพและทันสมัย เพื่อสร้างบรรยากาศและสถานะที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ อาทิ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ พื้นที่สาธิตรูปแบบต่างๆ การจัดกิจกรรม และงานแสดงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพื่อเป็นช่องทางหรือเวทีในการพัฒนาและแสดงออก ของนักคิดและนักสร้างสรรค์สาขาต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเครือข่ายการผลิต การค้า และการบริการของธุรกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาคอาเซียน (Creative Hub of ASEAN)

นอกจากนี้ สศช. ได้พิจารณาวางกรอบแนวทางในการพัฒนาเชิงพื้นที่ และส่งเสริมการวางแผนเมืองที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ใหม่ ให้มีทิศทางและจุดเน้นในการพัฒนาที่ชัดเจน โดยมีแนวคิดหลัก (theme) ในการพัฒนาเมือง 4 themes ได้แก่ (1) Coastal City (2) Border Town (3) Business City และ (4) Livable City โดยคำนึงถึงปัจจัยทุนที่มีอยู่ในพื้นที่และศักยภาพในการสร้างเสน่ห์ของพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์/เรื่องเล่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางกายภาพ นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งการบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในท้องถิ่น โดยในเบื้องต้น จะเริ่มนำร่องศึกษาการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ใหม่ 10 เมือง ได้แก่ กรุงเทพฯ เป็น Creative Harbour City สุโขทัย เป็น Dawn of Happy Heritage ปายเป็น Shangri-La of Culture เชียงคาน เป็น Charming Legend of Mekong สมุย เป็น Smart Island of Joyfulness เกาะช้าง เป็น Island of Green Enjoyment ภูเก็ต เป็น Pearl of Creative MICE หัวหิน เป็น Royal Creative City ระนอง เป็น Onsen Paradise

แนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในระยะต่อไป

1. ต่อยอด ติดตาม เสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน ของ 10 เมืองต้นแบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการคัดเลือก และสนับสนุนการวางแผนทาง ที่ชัดเจนและเป็นระบบในการพัฒนา เมือง เพื่อให้เมืองต้นแบบฯ ดังกล่าว มีความเข้มแข็ง สามารถต่อยอดการ พัฒนารกิจสร้างสรรค์ในท้องถิ่นได้ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และ ยกระดับไปสู่ระดับสากลได้ โดยเร็ว
2. ส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือของเมืองต้นแบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับเมือง อื่นๆ โดยเมืองต้นแบบฯ ทำ หน้าที่เป็นเสมือน “พี่เลี้ยง” ของเมืองอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง หรือมีจุดเด่นหรือแนวทางการพัฒนาเมืองใกล้เคียงกัน
3. จัดทำแผนการพัฒนาเชิงพื้นที่ เพื่อสร้างเมืองสร้างสรรค์ใหม่ 10 เมือง ที่มีทิศทาง จุดเน้น และแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน รวมทั้ง กำหนดกลไก และแนวทางการทำงานร่วมกันของหน่วยงานต่างๆ ที่ เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาเมือง และ



การสร้างเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเมือง ต่างๆ อย่างเป็นระบบและมีบูรณาการ

ความคืบหน้าการดำเนินงานด้านนโยบายและกลไก ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

❖ หลังจากรัฐบาลได้ประกาศพันธสัญญาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2552 คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กตส.) มี นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้ประชุมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งหมด 3 ครั้ง ครั้งแรกเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2553 กตส.ได้เห็นชอบแนวทางการ ดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ ร่างระเบียบ สำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. ... การแต่งตั้ง คณะกรรมการบริหารสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ การแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการเตรียมการจัดมหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ (Thailand International Creative Economy Forum: TICEF) และ คณะอนุกรรมการโครงการสร้างองค์ความรู้เพื่อต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Academy) การแต่งตั้งกรรมการในคณะกรรมการนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ การดำเนินโครงการสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ๒๕๕๔

❖ ความคืบหน้าโครงการความร่วมมือระหว่าง สศช. และ UNDP เรื่อง Thailand's National Strategy on Creative Economy ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ พฤหัสบดีที่ 23 ธันวาคม 2553 กตส. ได้มีมติเห็นชอบการแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รับทราบ ความก้าวหน้าการดำเนินโครงการสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้แผนปฏิบัติ การไทยเข้มแข็ง ๒๕๕๔ ในส่วนของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย ผลการจัดงานมหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ (Thailand International Creative Economy Forum: TICEF) เมื่อวันที่ 20-30 พฤศจิกายน 2553 เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นให้ทุกภาคส่วนของไทยตระหนักถึง ความสำคัญของการพัฒนาประเทศด้วยนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้าง ภาพลักษณ์ และประชาสัมพันธ์ศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยต่อ ประชาคมโลก โดยมีผู้เข้าร่วมจากในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนผู้แทน ระดับสูงจากองค์กรระหว่างประเทศ เช่น องค์การการค้าโลก องค์การทรัพย์สินทางปัญญา โลก ยูเนสโก และยูเอ็นอีพี เป็นต้น ประมาณ 1,500 คน

❖ ความก้าวหน้าการดำเนินโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้ แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 ในส่วนของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 9 โครงการ และแนวทางการบริหารจัดการสำนักงาน เศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติและครั้งล่าสุด เมื่อวันที่พุธที่ 2 มีนาคม 2554 ณ ห้องประชุมงบประมาณ อาคารรัฐสภา ที่ประชุมได้รับทราบความก้าวหน้าการ ดำเนินงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญหลายด้าน อาทิเช่น การดำเนินโครงการ ความร่วมมือระหว่าง สศช. และ UNDP เรื่อง Thailand's National Strategy on Creative Economy และกรอบการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย รวมทั้ง เห็นชอบแนวคิดสร้างสรรค์ทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่ สศช. ได้รับมอบหมายให้ทำการศึกษา และจัดทำแผนปฏิบัติการที่มีบูรณาการอย่าง ชัดเจน เพื่อให้สามารถแปลงกรอบแนวคิดดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็น รูปธรรม โดยมีสาระสำคัญจากการประชุม ดังนี้

❖ โครงการความร่วมมือระหว่าง สศช. และ UNDP เรื่อง Thailand's National Strategy on Creative Economyโครงการการศึกษาดังกล่าวได้ นายจอห์น ฮาว กินส์ นักวิจัยผู้มีชื่อเสียงในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับโลก มาเป็นที่ปรึกษา โครงการฯ ซึ่งรายงานฉบับสมบูรณ์ได้จัดส่งไปยัง UNDP เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2554 จากผลการศึกษา สศช. ได้เสนอให้มีการปรับปรุงคำนิยามของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความชัดเจน และเป็นไปตามแก่นของแนวคิดเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น โดย สศช.ได้นำเสนอนิยามใหม่ไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง “การพัฒนากระบวนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ” โดย กศส. มีมติให้คงนิยามเดิมตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ และให้ใช้นิยามใหม่เป็นกรอบการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ



รายงานดังกล่าว ยังได้ชี้ให้เห็นถึงกรอบแนวทางการกำหนดนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและกรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

กรอบแนวทางการกำหนดนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ผลการศึกษาของ สศช. กรอบนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรเน้นการพัฒนา 2 ส่วนหลัก คือ 1) การพัฒนาพื้นฐานปัจจัยแวดล้อมที่เป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Macro Foundation) ประกอบด้วย (1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (2) ด้านการพัฒนาระบบการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (3) ด้านการพัฒนาแรงบันดาลใจและสังคมสร้างสรรค์ และ (4) ด้านการเงินและการลงทุน



2) การพัฒนาระดับอุตสาหกรรม/ธุรกิจสร้างสรรค์ (Micro Development) เป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลักและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน โดยพัฒนากิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและมีบูรณาการ นอกจากนั้นจะต้องพัฒนาครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน รวมถึงการวิเคราะห์บุคลากรด้านการสร้างสรรค์ที่สำคัญในแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานด้วย

กรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ของไทย

ประเทศไทยจำเป็นต้องเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากที่เน้นการพัฒนาเป็นรายสินค้า/บริการ เป็นการพัฒนาเป็นกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (cluster) โดยปรับเปลี่ยนแนวทางการจัดกลุ่มอุตสาหกรรม/ธุรกิจสร้างสรรค์ใหม่ จากที่เน้นการรวมกลุ่มกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันเป็นการจัดกลุ่มโดยมุ่งเน้นเป้าหมายเพื่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยรวมในลักษณะของการพัฒนาทั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจสร้างสรรค์ (Creative Cluster) ซึ่งจะทำให้รัฐบาลมีจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ ส่งผลให้การพัฒนามีทิศทางที่ชัดเจน โดยอาจกำหนด 3-4 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงจากสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยุทธศาสตร์ที่เป็นแกนกลางของการพัฒนาในช่วงแรก เพื่อเป็นหัวหอก (spearhead) ที่ช่วยยกระดับการพัฒนาของธุรกิจสร้างสรรค์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งระบบควบคู่กับการพัฒนาบุคลากรด้านการสร้างสรรค์ตามสายอาชีพของแต่ละธุรกิจสำคัญในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพที่มีความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์นั้น เพื่อยกระดับความสามารถของทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยุทธศาสตร์ทั้งระบบ

แนวคิดสร้างสรรค์ทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เพื่อสร้างสรรค์สินค้าให้กับการท่องเที่ยว สามารถจำแนกตามประเภทสินค้าได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกายภาพเป็นสินค้าหลัก จุดขายจะอยู่ที่ตัวแหล่งท่องเที่ยว คือ แหล่งโบราณสถานและประวัติศาสตร์
2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นวิถีชีวิตและกิจกรรมของชุมชนเป็นสินค้าหลัก จุดขาย คือ วิถีชีวิตและกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนทั้งในชนบทและเมือง ซึ่งควรทำควบคู่กับการสร้างบรรยากาศและปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการลงทุน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุนพัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจที่พักแรม เป็นต้น โดยอาศัยสถาบันการศึกษาในการนำความรู้ทางวิชาการหรือภูมิปัญญาสากล มาใช้ในการวิจัยและพัฒนาที่เชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการรวมถึงการจัดการด้านลิขสิทธิ์ของทุนวัฒนธรรม โดยทั้งหมดต้องคำนึงถึง **รหัสวัฒนธรรม** หรือ **Culture DNA** เนื่องจากสามารถสะท้อนหรือถ่ายทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตได้จนถึงปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศมากขึ้น

ความคืบหน้าการดำเนินงานกองทุน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์

สืบเนื่องจากพันธสัญญาที่ 9 ของรัฐบาลภายใต้โครงการเศรษฐกิจในการจัดตั้งกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสนับสนุนแหล่งเงินทุนต่างๆ เพื่อรองรับการเริ่มต้นธุรกิจจนถึงต่อยอดธุรกิจของภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2553 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามที่คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติเสนอให้จัดตั้งกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใน สศช. และต่อมาได้จัดสรรงบประมาณ จำนวน 300 ล้านบาท ให้เป็นทุนประเดิมสำหรับกองทุนดังกล่าว ซึ่งคณะกรรมการบริหารกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย เลขาธิการ

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นประธานกรรมการ อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นรองประธานกรรมการ ผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คนประกอบด้วย ดร.ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์ นายกิตติรัตน์ ณ ระนอง และ นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร เป็นกรรมการ โดยมี นายปรเมธี วิมลศิริ รองเลขาธิการ ศสช. เป็นกรรมการและเลขานุการ และ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการบริหารกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ประชุมครั้งแรกเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2554 ณ ห้องเดช สนิทวงศ์ ศสช. ที่ประชุมมีมติให้ ศสช. เร่งศึกษาและพิจารณาการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่นที่ดำเนินการเกี่ยวกับการการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้การบริหารกองทุนมีประสิทธิภาพสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง รวมทั้ง เร่งกำหนดกรอบหลักเกณฑ์ในการพิจารณาผู้ประกอบการที่ต้องการขอรับการสนับสนุน และจัดทำงบประมาณเพื่อให้สามารถเริ่มให้การสนับสนุนได้โดยเร็ว

เกร็ดน่ารู้

นิยามและขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

คนทั่วไปมักเข้าใจว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นหลักเพียงอย่างเดียว แม้ว่าวัฒนธรรมจะเป็นพื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่ไม่ได้หมายความว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรมทุกประเภทเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แท้จริงแล้วอุตสาหกรรมวัฒนธรรม หรือ อุตสาหกรรมใดๆ ที่นำความคิด (idea) ไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ได้ จึงจะถือว่าเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หน่วยงานระหว่างประเทศ และประเทศที่พยายามขับเคลื่อนประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 แนวคิด คือ กลุ่มที่แยกประเภทตามชนิดสินค้า/บริการ และกลุ่มที่แยกประเภทตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต ทั้งหมด 6 รูปแบบ ได้แก่ การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศสหราชอาณาจักร (UK DCMS Model) แบ่งออกเป็น 13 กลุ่ม แยกตามสินค้าและบริการ การจัดประเภทโดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก (Symbolic Texts Model) แบ่งออกเป็น 11 กลุ่ม การจัดประเภทโดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model) แบ่งออกเป็น 14 กลุ่ม การจัดประเภทโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model) ใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งออกเป็น 20 กลุ่ม การจัดประเภทโดย UNCTAD แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) การจัดประเภทโดย UNESCO แบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นเฉพาะด้านวัฒนธรรมออกเป็น 5 กลุ่มหลัก (Core Cultural Domains) Visual and Digital Media) และกลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้อง (Related Domains) เพื่อเป็นทางเลือกในการจัดประเภทให้เหมาะสมกับลักษณะวัฒนธรรม

จลนพงศ์ วัฒนวรางกูร

ถึงแม้การจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่รูปแบบจะมีความแตกต่างกัน แต่ทั้งหมดมาจากพื้นฐานแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน ในระดับ

(Concentric Circle Model) แบ่งออกเป็น 14 กลุ่ม การจัดประเภทโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model) ใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งออกเป็น 20 กลุ่ม การจัดประเภทโดย UNCTAD แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) การจัดประเภทโดย UNESCO แบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นเฉพาะด้านวัฒนธรรมออกเป็น 5 กลุ่มหลัก (Core Cultural Domains) Visual and Digital Media) และกลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้อง (Related Domains) เพื่อเป็นทางเลือกในการจัดประเภทให้

สถานการณ์ภาคการผลิตและบริการ

- ❖ **ด้านการผลิต ภาคเกษตร** ในไตรมาส ๑ ปี ๒๕๕๔ เกษตรกรรมขยายตัวร้อยละ 6.7 ตามผลผลิตข้าวเปลือก ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และยางพารา ที่เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 71.7 75.3 และ 10.2 ตามลำดับ เป็นผลจากที่เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูกตามแรงจูงใจของโครงการประกันรายได้เกษตรกรและราคาในปีที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนผลผลิตปาล์มน้ำมัน และมันสำปะหลังลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 26.1 และ 1.1 ตามลำดับ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภาวะอุทกภัยต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2553 จนถึงต้นปี 2554 สำหรับราคาพืชผลขยายตัวสูงถึงร้อยละ 30.0 ตามราคาปาล์มน้ำมัน ยางแผ่นดิบ ขึ้น 3 และมันสำปะหลัง ที่ขยายตัวร้อยละ 90.6 61.4 และ 55.8 ตามลำดับ เนื่องจากอุปสงค์ในตลาดโลกและภายในประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเกิดภาวะขาดแคลนปาล์มน้ำมันภายในประเทศ เนื่องจากปริมาณผลผลิตต่ำกว่าระดับความต้องการบริโภค สำหรับราคาข้าวเปลือกเจ้าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 5.8 เนื่องจากภาวะการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงในตลาดโลก ประกอบกับการระบายสต็อกข้าวของรัฐในช่วงปลายปี 2553 ส่งผลให้ราคาลดลง ราคาปศุสัตว์ทั้งไข่ไก่ และไก่เนื้อขยายตัว ร้อยละ 14.5 และ 6.7 ตามลำดับ เนื่องจากสภาพอากาศร้อนทำให้ผลผลิตลดลง ส่วนราคาสุกรลดลงร้อยละ 1.7 จากที่ขยายตัวร้อยละ 4.5 ในไตรมาสที่ผ่านมา เนื่องจากเกษตรกรขยายการผลิตตามแรงจูงใจของราคาที่อยู่ในเกณฑ์ดีในปีก่อนหน้า ส่วนราคาในหมวดประมงขยายตัวร้อยละ 23.7 ตามราคากุ้งที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากอุปทานกุ้งในตลาดโลกลดลงจากปัญหาโรคระบาดในประเทศอินโดนีเซียที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญ ทั้งนี้ผลผลิตและและราคาสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้นส่งผลให้รายได้เกษตรกรในไตรมาสนี้ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 41.0
- ❖ **ภาคอุตสาหกรรม** ขยายตัวร้อยละ 1.7 ในไตรมาส ๑ ปี ๒๕๕๔ ชะลอตัวลงจากไตรมาสที่ผ่านมาที่ขยายตัวร้อยละ 4.8 เนื่องจากอุตสาหกรรมบางประเภทชะลอตัวลงและบางกลุ่มหดตัว โดยการผลิตรถยนต์ ผลิตภัณฑ์พลาสติก และยานยนต์ ยังคงขยายตัว ร้อยละ 16.5 3.0 และ 11.0 ตามลำดับ ตามอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้ผลิตมีการเปิดตัวรถยนต์รุ่น

ประหยัดพลังงาน(Eco Car) ออกสู่ตลาดมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศและอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออก หดตัวร้อยละ 0.9 และ 6.5 ตามลำดับ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตปิโตรเลียมหดตัวร้อยละ 7.3 เนื่องจากหยุดการผลิตเพื่อซ่อมโรงกลั่นน้ำมันเป็นเวลานานกว่า 3 สัปดาห์ การผลิตเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กลดลง เนื่องจากการดำเนินมาตรการ Anti-dumping จากจีน การผลิตปูนซีเมนต์ลดลงร้อยละ 0.2 ตามการหดตัวของการก่อสร้างรวมทั้งการผลิต Hard Disk Drive ที่ลดลงร้อยละ 13.8 จากฐานการผลิตที่ขยายตัวสูงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน อัตราการใช้กำลังการผลิตในไตรมาสนี้อยู่ที่ร้อยละ 62.6 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตร้อยละ 62.8 กลุ่มอุตสาหกรรมที่ยังมีการใช้กำลังการผลิตสูง ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ (ร้อยละ 83.9) จักรยานยนต์ (ร้อยละ 89.7) เคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน (ร้อยละ 87.8) เครื่องดื่ม (ร้อยละ 93.7) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง (ร้อยละ 82.5) และ เม็ดพลาสติก (ร้อยละ 76.4)

- ❖ **ภาคบริการ สาขาโรงแรม และภัตตาคารสาขาโรงแรมและภัตตาคาร**
ในไตรมาส ๑ ปี ๒๕๕๔ ขยายตัวร้อยละ 8.1 เทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน ไตรมาสนี้มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยจำนวน 5.4 ล้านคน สูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.0 ตามการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียและยุโรป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน เกาหลี ฝรั่งเศส และมาเลเซีย เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.5 17.9 17.0 และ 14.7 ตามลำดับ ส่งผลให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 64.6 ปรับตัวดีขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนและไตรมาสที่ผ่านมาที่ร้อยละ 61.0 และ 54.3 ตามลำดับ

เครื่องชี้วัดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ

อันดับความสามารถในการแข่งขันของไทย			2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553		
International Institute for Management Development (IMD)			26	25	29	33	27	26	26		
จำนวนประเทศที่นำมาจัดอันดับ			51	60	61	55	55	57	58		
World Economic Forum (WEF)			32	33	35	28	34	36	38		
จำนวนประเทศที่นำมาจัดอันดับ			104	117	125	131	134	133	139		
เครื่องชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของไทย	2552	2553	2552				2553				2554
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
สมรรถนะเศรษฐกิจโดยรวม											
1. อัตราเพิ่มของ GDP (ณ ราคาคงที่, %)	-2.3	7.8	-7.0	-5.2	-2.8	5.9	12.0	9.2	6.7	3.8	3.0
เกษตร	1.3	-2.3	5.2	-1.1	0.6	0.4	-2.2	1.5	-3.3	-305	6.7
อุตสาหกรรม	-6.1	4.8	-15.0	-9.7	-7.1	8.7	22.9	17.6	11.5	4.8	1.7
อุตสาหกรรมเบา	-3.9	0.6	-1.8	-4.3	-8.9	-1.0	-2.2	0.8	5.1	3.2	0.6
อุตสาหกรรมวัตถุดิบ	-1.7	3.2	10.2	-6.1	0.8	9.6	13.5	8.6	5.4	8.2	-0.1
อุตสาหกรรมสินค้าทุนและเทคโนโลยี	-9.2	8.2	27.6	-14.8	-9.0	15.8	56.5	36.1	18.4	4.8	3.1
บริการ	-0.3		-3.0	-2.2	-0.3	4.6	8.6	5.6	4.4		
2. มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการ (พันล้านบาท)	5,155	6,122	1,176	1,176	1,380	1,424	1,444	1,557	1,569	1,552	1,711
3. ปริมาณการส่งออก (% การขยายตัว)	-11.6	14.7	-12.8	-20.8	-17.3	7.2	22.8	32.4	13.7	-9.5	15.9
สินค้า	-13.6	17.3	-17.5	-22.4	-15.5	3.1	16.8	28.4	13.1	-12.2	18.6
บริการ	-7.7	3.9	-13.8	-14.8	-9.9	7.7	15.8	-5.8	5.0	-1.0	5.9
4. มูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการ (พันล้านบาท)	4,486	5,679	903	1,041	1,205	1,337	1,374	1,407	1,467	1,430	1,609
5. ปริมาณการนำเข้า (% การขยายตัว)	-23.3	21.5	-32.7	-28.1	-28.2	-2.9	52.1	35.1	21.8	10.5	16.2
สินค้า	-23.1	26.5	-35.1	-28.9	-24.1	-3.7	44.8	31.3	24.9	12.0	18.5
บริการ	-14.6	2.0	-13.4	-6.1	-17.5	-20.4	-2.3	1.3	5.4	3.5	5.6
6. การลงทุนรวม (% การขยายตัว)	-9.2	9.4	-16.9	-9.6	-5.6	-4.7	12.1	11.3	8.0	6.4	9.3
ภาคเอกชน	-13.1	13.8	-19.1	-15.3	-11.3	-6.2	13.8	17.8	14.5	9.2	12.6
ภาครัฐ	2.7	-2.2	-9.3	8.8	8.4	0.6	6.9	-4.9	-5.2	-3.1	-1.4
7. การส่งเสริมลงทุนจาก BOI											
จำนวนกิจการที่ขอรับการส่งเสริมสุทธิ	1,489	1,591	210	215	340	727	290	333	451	517	431
เงินลงทุน (พันล้านบาท)	638.1	447.4	120.6	59.5	118.7	425.1	109.1	80.8	93.1	167.2	111
จำนวนกิจการที่ได้รับอนุมัติส่งเสริม	1,003	1,566	213	210	264	316	354	346	389	472	407
เงินลงทุน (พันล้านบาท)	281.3	491.3	32.4	64.0	79.6	105.4	88.2	139.4	148.4	115.3	110
จำนวนกิจการที่ได้รับบัตรส่งเสริม	962	1,338	249	221	221	271	320	287	326	409	374
เงินลงทุน (พันล้านบาท)	293.0	448	88.0	68.5	57.8	78.7	93.2	150.2	129.8	114.8	92.6
8. ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ	44.5	50.9	37.9	43.6	45.6	36.5	37.9	49.3	50.4	51.4	
9. รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (พันล้านบาท)	543.8	586.0	195.9	141.7	152.8	96.7	119.3	175.1	199.1	135.6	170.8
10.จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)	14,149	15,841.7	3,645	2,964	3,284	4,256	4,660	2,857	3,694	4,588.5	5,334.0
11.ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรม	166.1	190.0	146.2	158.5	174.6	185.2	191.8	186.4	191.8	190.6	187.6
12.อัตราการใช้กำลังการผลิตภาคอุตสาหกรรม	56.1	63.2	52.1	53.9	57.8	60.5	63.1	62.6	64.2	63.6	62.6
ประสิทธิภาพของภาครัฐ											
13. การเบิกจ่ายงบประมาณ (%)	91.8	95.8	26.8	10.7	21.7	24.7	23.3	25.4	22.3	24.7	26.7
14.งบลงทุนรัฐวิสาหกิจ (พันล้านบาท)	227.6	228.6	43.4	64.7	56.6	62.9	91.5	308.6	282.8	392.8	60.73
15. สัดส่วนหนี้สาธารณะคงค้างต่อ GDP (%)	44.3	41.9	40.8	41.6	42.4	44.2	43.9	42.4	42.6	42.7	41.3*
ประสิทธิภาพของภาคเอกชน											
16.อัตราเพิ่มของผลิตภาพแรงงานรวม (%)	-4.1		-8.9	-7.0	-4.1	4.0	9.1	-	-	-	
เกษตร	-0.5		1.9	-3.7	-0.7	0.3	-1.6	-	-	-	
อุตสาหกรรม	-3.4		-10.3	-5.1	-6.8	9.3	22.4	-	-	-	
บริการ	-4.8		-7.4	-6.1	-4.0	-1.6	2.3	-	-	-	
โครงสร้างพื้นฐาน											
17.จำนวนโทรศัพท์พื้นฐานต่อ 100 คน (เลขหมาย)	98.1		99.5	98.9	98.5	98.1	97.4	-	-	-	
18.จำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อ 100 คน (เลขหมาย)	98.58		93.55	95.73	96.66	98.58	101.32	102.69	104.16	-	

ที่มา : 1/ 3/ 5/ 6/ 14/ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

13/ สำนักงบประมาณ 15/ กระทรวงการคลัง

2/ 4/ 8/ 9/ 11/ 12/ ธนาคารแห่งประเทศไทย

16/ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

7/ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

10/ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

