

พิมพ์เขียว

Thailand 4.0

โมเดลขับเคลื่อนสู่
ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

• บทนำ	1 – 6
• เป้าหมายและวาระขับเคลื่อน Thailand 4.0	7 – 15
• 5 วาระขับเคลื่อน Thailand 4.0	15 – 147
- เตรียมคนไทย 4.0 เพื่อก้าวสู่โลกที่หนึ่ง	17 - 32
- พัฒนาคลัสเตอร์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต	33 - 78
- บ่มเพาะผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพาะเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม	79 - 106
- การเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านกลไกของ 18 กลุ่มจังหวัด และ 77 จังหวัด	107 - 138
- บูรณาการอาเซียน เชื่อมประเทศไทยสู่ประชาคมโลก	139 - 149
• ระบบบริหารจัดการการขับเคลื่อน Thailand 4.0	150 – 172

Thailand 4.0:

โมเดลขับเคลื่อนสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

โชติช่วง ชัชวาล

ปี พ.ศ. 2524 ประเทศไทย
สามารถนำกาชธรรมชาติจาก
อ่าวไทยมาใช้ประโยชน์
ทดแทนเชื้อเพลิงซึ่งมีราคา
แพงได้เป็นครั้งแรก และนับ
เป็นจุดเริ่มต้นแห่งการพัฒนา
เศรษฐกิจอุตสาหกรรมของ
ประเทศสู่ยุคโชติช่วงชัชวาล
อย่างแท้จริง

เปลี่ยนสนามรบ เป็นสนามการค้า

เป็นการทูตแนวใหม่โดยทำให้
ประเทศที่มีอุดมการณ์และ
ระบอบการปกครองต่างกัน หัน
มารวมมือกันในด้านที่ไม่มี
ความขัดแย้งกันใด นั่นก็คือ
ทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้ทุก
ประเทศในอินโดจีนหันมา
เจรจาหรือกับไทยด้านการค้า
การลงทุน นอกจากนี้แนวคิดดัง
กล่าวยังนำไปสู่การสร้าง
สันติภาพในภูมิภาค โดยไทย
ได้เข้าไปช่วยเหลือในการ
เจรจา นำสันติภาพมาสู่กัมพูชา
เป็นผลสำเร็จ

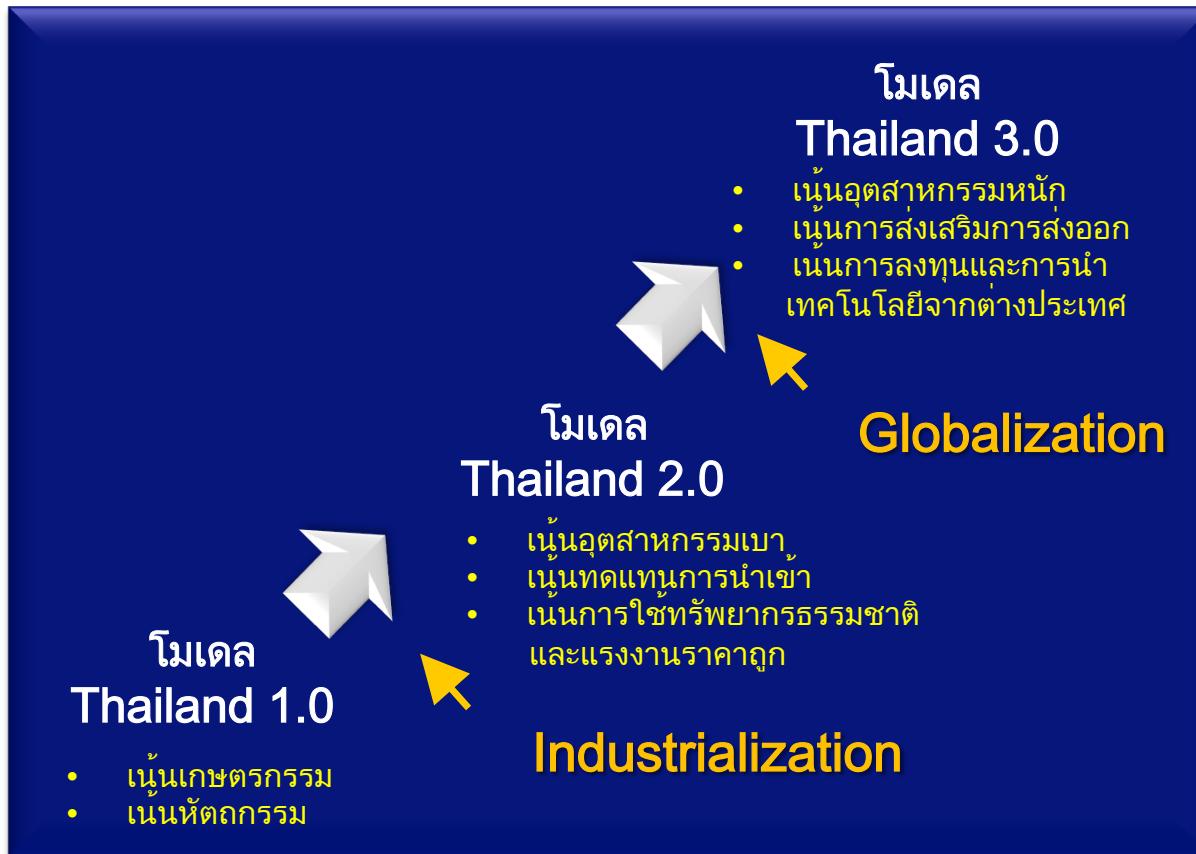
Thailand 4.0

นำพาประเทศให้หลุดพ้นจาก
กับดักประเทศรายได้ปานกลาง
กับดักความเหลื่อมล้ำและกับดัก
ความไม่สมดุลในการพัฒนา
พร้อมกับปฏิรูปประเทศไทยสู่
ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน
อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการ
สร้างความเข้มแข็งจากภายใน
ขับเคลื่อนตามแนวคิดปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง ผ่านกลไก
ประชารัฐ จนสามารถเป็น
ประเทศโลกที่หนึ่งในศตวรรษ
ที่ 21

โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

การเผชิญ
3 กัดกันใน
Thailand 3.0

ความมั่งคั่งของชาติ



กัดกับประเทศ
รายได้ปานกลาง

กัดกับ
ความเหลื่อมล้ำ

กัดกับ
ความไม่สมดุล

การเปลี่ยนผ่านจาก Thailand 3.0 สู่ Thailand 4.0

3 กัดักใน
Thailand 3.0

3 กลไกขับเคลื่อน
Thailand 4.0

กัดักประเทศ
รายได้ปานกลาง

สร้างความมั่งคั่ง
ผ่าน Competitive
Growth Engine

กัดัก
ความเหลื่อมล้ำ

สร้างความมั่นคงผ่าน
Inclusive
Growth Engine

กัดัก
ความไม่สมดุล

สร้างความยั่งยืนผ่าน
Green
Growth Engine

ประเทศใน
โลกที่หนึ่ง
ภายในปี
2575

Thailand 4.0

ประเทศในโลกรunning ภายใตปี 2575

สร้างความมั่งคั่ง ผ่านCompetitive Growth Engine

- การยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา
- การสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- การบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์
- การพัฒนาวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม
- กิจกรรมร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่
- การพัฒนาทักษะและงานใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
- การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ
- การบริหารจัดการสมัยใหม่

สร้างความมั่นคงผ่าน Inclusive Growth Engine

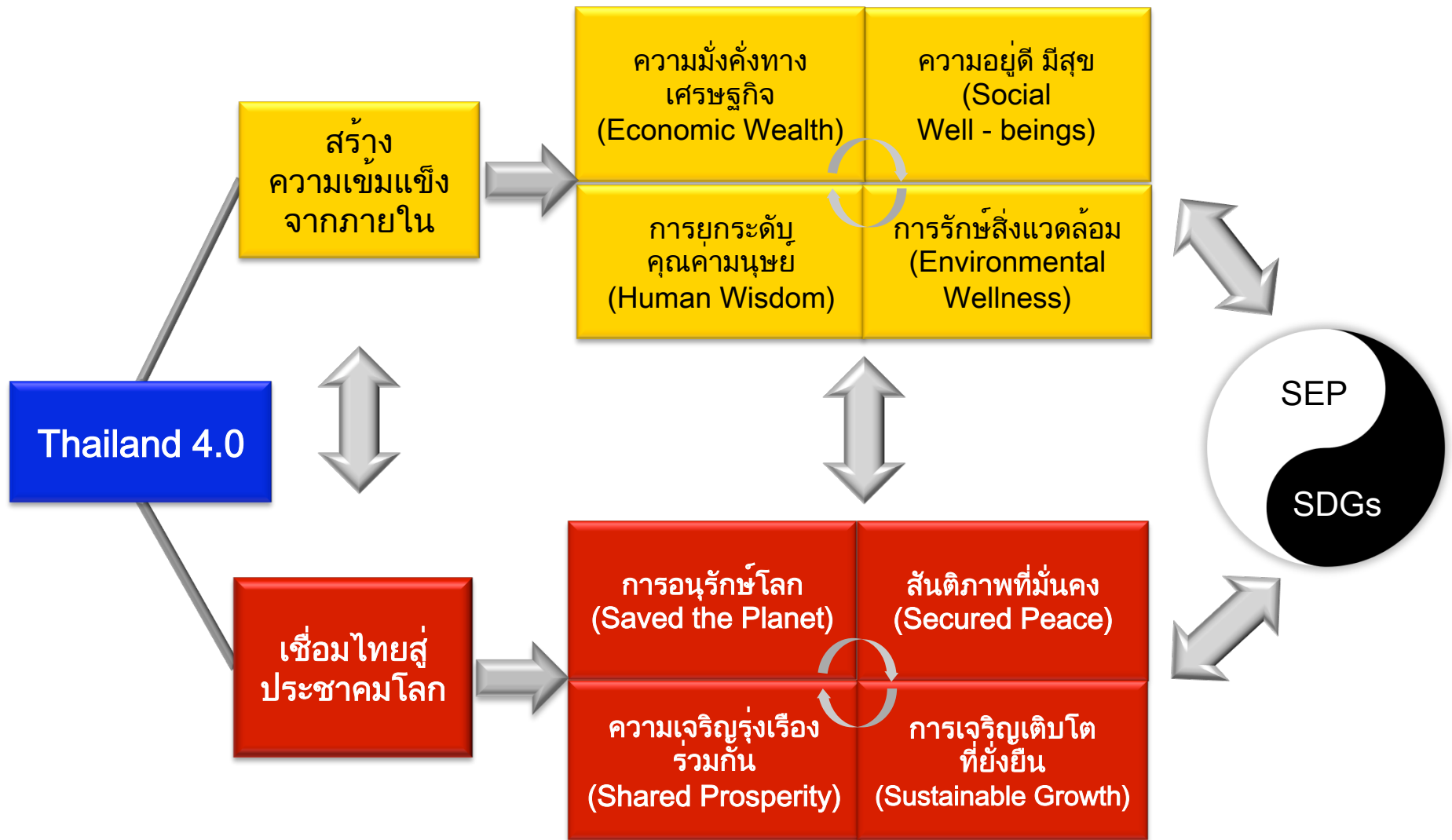
- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ
- การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัดและจังหวัด
- การสร้างเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน
- การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม
- การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก
- การยกระดับขีดความสามารถ การเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก
- การจ่ายภาษีให้แก่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข

สร้างความยั่งยืนผ่าน Green Growth Engine

- การมุ่งเน้นธุรกิจ การผลิต และการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน
- การปรับแนวคิดจากเดิมที่คำนึงถึงรายได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage)
- การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเป็นองค์กรที่คิดดีทำดี (Doing Good, Doing Well)

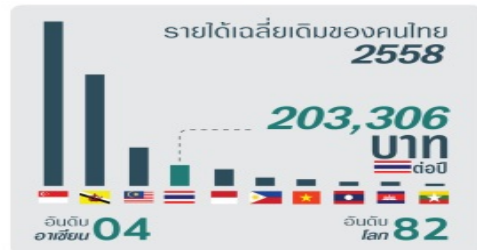
สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก

โมเดลประเทศไทย 4.0 : การพัฒนาสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน



เราจะเดินหน้าไปด้วยกัน ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

Thailand 4.0



Source : Office of National Economic and Social Development Board, 15 August 2016

ประเทศไทยในอดีต



ประเทศไทย 1.0
สังคมเกษตรกรรม



ประเทศไทย 2.0
มุ่งเน้นอุตสาหกรรมเบา



ประเทศไทย 3.0
มุ่งสู่อุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

ทำให้ประเทศไทยติดอยู่ในกับดัก



อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยได้ลดระดับลง



ถึงเวลาที่เราต้องเปลี่ยน

ทำมากได้น้อย



ทำน้อยได้มาก



ยกขีดความสามารถใน 4 กลุ่มเป้าหมาย



เกษตรแบบดั้งเดิม
เกษตรสมัยใหม่



SMEs เดิม
Smart SMEs และ Startups



บริการมูลค่าต่ำ
บริการมูลค่าสูง



แรงงานทักษะต่ำ
แรงงานมีความรู้

เปลี่ยนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ : ความหลากหลายทางชีวภาพ และ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม
สู่ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ด้วยนวัตกรรม และ ความคิดสร้างสรรค์



1 กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ



2 กลุ่มสาธารณสุข และเทคโนโลยีการแพทย์



3 กลุ่มหุ่นยนต์อัจฉริยะ และระบบเครื่องกล อิเล็กทรอนิกส์ควบคุม



4 กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อ



5 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการ ที่มีมูลค่าสูง

รวมพลังประชารัฐ

มหาวิทยาลัย ภาคเอกชน ภาคการเงิน



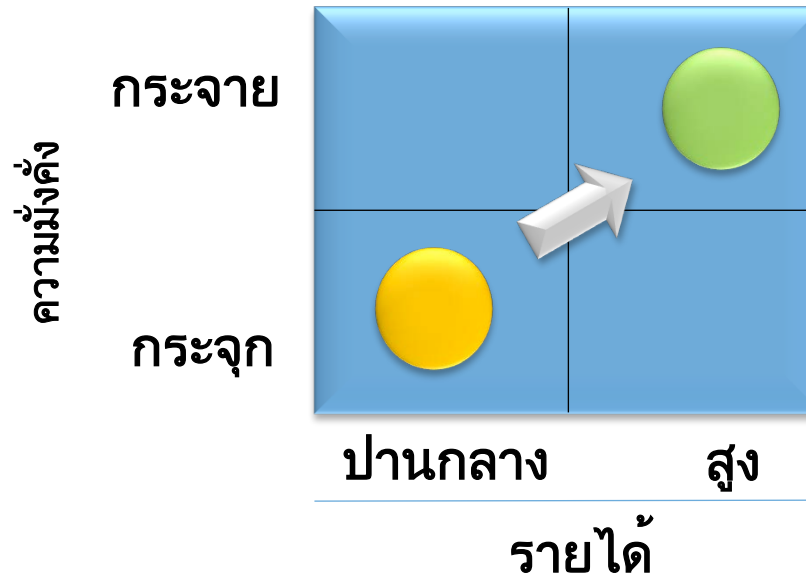
เครือข่ายจากต่างประเทศ สถาบันวิจัย

โดยมีภาครัฐคอยสนับสนุน

เป้าหมายและวาระขับเคลื่อน Thailand 4.0

เป้าหมาย Thailand 4.0 : ประเทศรายได้สูงที่กระจายตัว

Roadmap



เป้าหมาย

- อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจจากระดับ 3-4% เป็น 5-6% ตามศักยภาพที่ควรจะเป็นของประเทศไทยใน 5 ปี
- การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) จาก 1.3% ในปี 2556 เป็น > 5% ต่อปีอย่างต่อเนื่อง ภายใน 5 ปี
- พ้นจากประเทศรายได้ปานกลาง รายได้ต่อหัวประชากรที่เพิ่มขึ้นจาก 5,410 \$ ในปี 2557 เป็น 15,000 ในปี 2575
- ระดับความเหลื่อมล้ำในสังคม (วัดผลจาก Gini Coefficient) จาก 0.465 ในปี 2556 เป็น 0.2-0.4 ตามมาตรฐาน OECD ภายในปี 2575

เป้าหมาย Thailand 4.0 : สังคมที่มีคุณภาพ

สร้างสังคมคุณภาพใน 4 มิติ

- สร้างโอกาสที่เป็นธรรมอย่างถ้วนทั่ว (Social Inclusiveness)
- สร้างหลักประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคม (Social - Economic Security)
- เติบโตศักยภาพของบุคคลในสังคม (Social Empowerment)
- ฟื้นฟูความสมานฉันท์ความเป็นปึกแผ่นของคนในสังคม (Social Cohesion)



เป้าหมาย Thailand 4.0 : คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเน้น นวัตกรรมสามารถแข่งขันระดับโลก

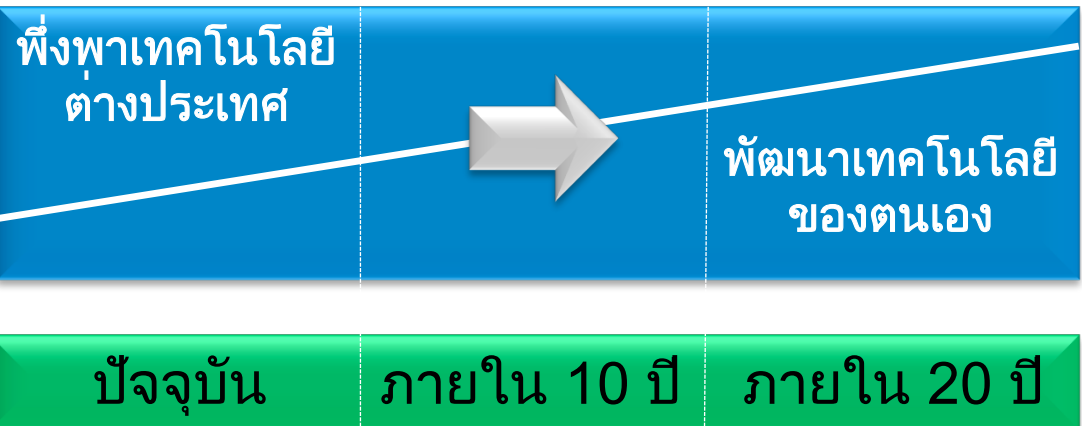
First S-Curve
ยกระดับอุตสาหกรรมปัจจุบัน
เพื่อต่อยอดการเจริญเติบโต

New S-Curve
พัฒนาอุตสาหกรรมอนาคต
เพื่อยกระดับเศรษฐกิจไทย
แบบก้าวกระโดด

- ยานยนต์แห่งอนาคต
- อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
- ท่องเที่ยวระดับคุณภาพ
- เกษตรเชิงประสิทธิภาพ และเทคโนโลยีชีวภาพ
- อาหารแห่งอนาคต
- หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม
- อุตสาหกรรมการขนส่งและการบิน
- อุตสาหกรรมชีวภาพ: พลังงาน-เคมีชีวภาพ
- อุตสาหกรรมดิจิทัล
- อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ

Roadmap

เป้าหมาย



เป้าหมาย Thailand 4.0 : จากรากแขนงสู่รากแก้ว

5 เทคโนโลยี เป้าหมาย

- Biotech
- Bio-Med
- Mechatronics
- Embedded Technologies
- Service Design & Technology

Roadmap 5 เทคโนโลยี เป้าหมาย

ภายใน 1 ปี

ภายใน 5 ปี

ภายใน 10 ปี

สร้างพื้นฐาน
ในการพัฒนาเทคโนโลยี

สัดส่วนการพัฒนา
เทคโนโลยีของตนเอง
40:60

สัดส่วนการพัฒนา
เทคโนโลยีของตนเอง
70:30

เป้าหมาย

- ระดับการวิจัยและพัฒนา จาก 0.25 % GDP ในปี 2553 เป็น 4.0% (เทียบเท่าเกาหลีใต้)
- พัฒนานักวิจัยจาก X เป็น Y
- มหาวิทยาลัยติดอันดับ Top 100 ของโลกจำนวน 5 สถาบัน ภายในปี 2575
- นักวิทยาศาสตร์ไทยได้รับรางวัล Noble Prize อย่างน้อย 1 ท่าน ภายในปี 2575

เป้าหมาย Thailand 4.0 : วิสาหกิจและ Startup ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

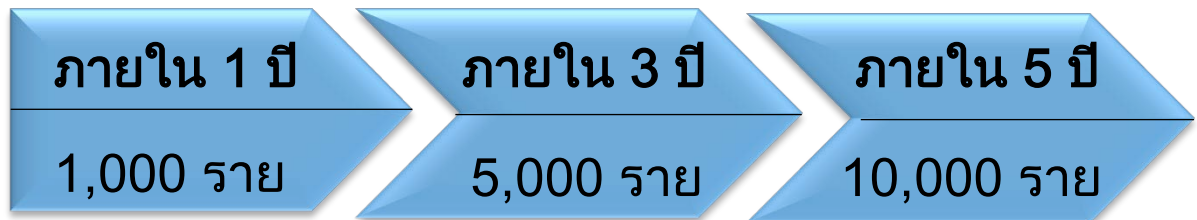


- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Biotech | <ul style="list-style-type: none">• Food & Agriculture | <ul style="list-style-type: none">• Agritech• Foodtech |
| <ul style="list-style-type: none">• Bio-Med | <ul style="list-style-type: none">• Health & Wellness | <ul style="list-style-type: none">• Healthtech |
| <ul style="list-style-type: none">• Mechatronics | <ul style="list-style-type: none">• Smart Devices & Robotics | <ul style="list-style-type: none">• Robotech |
| <ul style="list-style-type: none">• Embedded Technology | <ul style="list-style-type: none">• Digital & IOT | <ul style="list-style-type: none">• Fintech• Edtech• E-Marketplace• E-Commerce |
| <ul style="list-style-type: none">• Service Design & Technology | <ul style="list-style-type: none">• Creative, Culture & High Value Services | <ul style="list-style-type: none">• Service Enhancing• Designtech• Lifestyle Business• Traveltech |

Roadmap

เป้าหมาย

วิสาหกิจและ Startup
ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม



เป้าหมาย Thailand 4.0: คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21

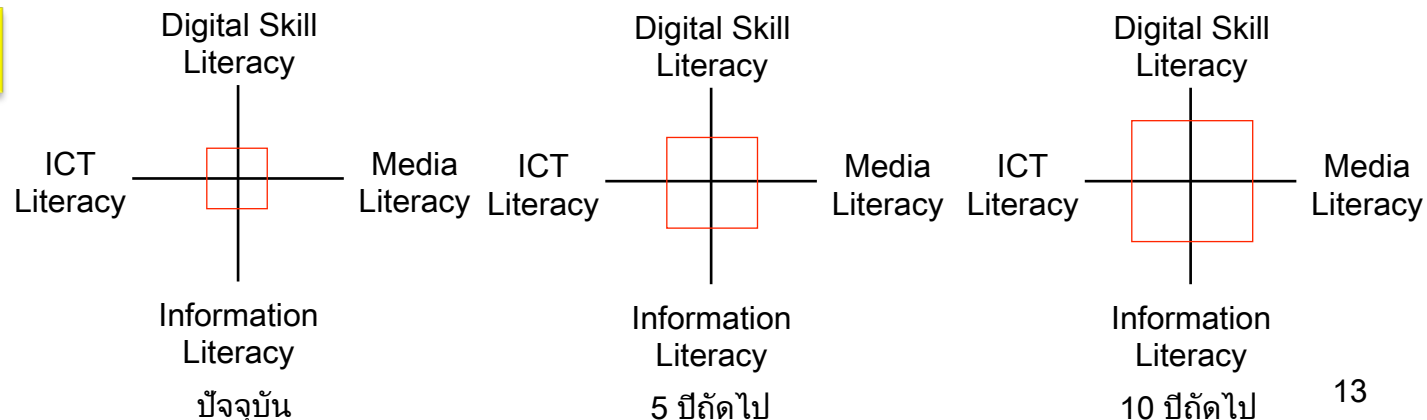
คนไทย 3.0

คนไทย 4.0

Roadmap

- คนไทยที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถจำกัด
 - คนไทยที่เห็นแต่ประโยชน์ส่วนตน
 - คนไทยที่เป็น Analog Thai
 - คนไทยแบบ Thai - Thai
 - คนไทยที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถสูง
 - คนไทยที่มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคม
 - คนไทยที่เป็น Digital Thai
 - คนไทยสากล (Global – Thai)
- PISA score จากลำดับ 47 จาก 76 ประเทศ เป็น 1 ใน 20 ประเทศแรก
 - ดัชนีการพัฒนามนุษย์ (HDI) จาก 0.722 (ในปี 2556) หรืออันดับ 89 เป็น 0.80 (กลุ่ม Very High Human Development) 50 อันดับแรก

เป้าหมาย



เป้าหมาย Thailand 4.0 : ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ในเวทีโลก

ศูนย์กลาง
ตลาดทุนของ
ASEAN
ภายใน 10 ปี

ความยากง่ายในการ
ประกอบธุรกิจ อยู่ใน
10 ลำดับแรกของโลก
ภายใน 10 ปี

Trading & Service
Nation
ในระดับภูมิภาค
ภายใน 10 ปี

5
Smart Cities
ภายใน 10 ปี

สังคมคาร์บอนต่ำเต็มรูปแบบ
ภายใน 10 ปี

5 ุบรชัษั
ชาวมชาติ
สัญชาติไทย
ภายใน 5 ปี

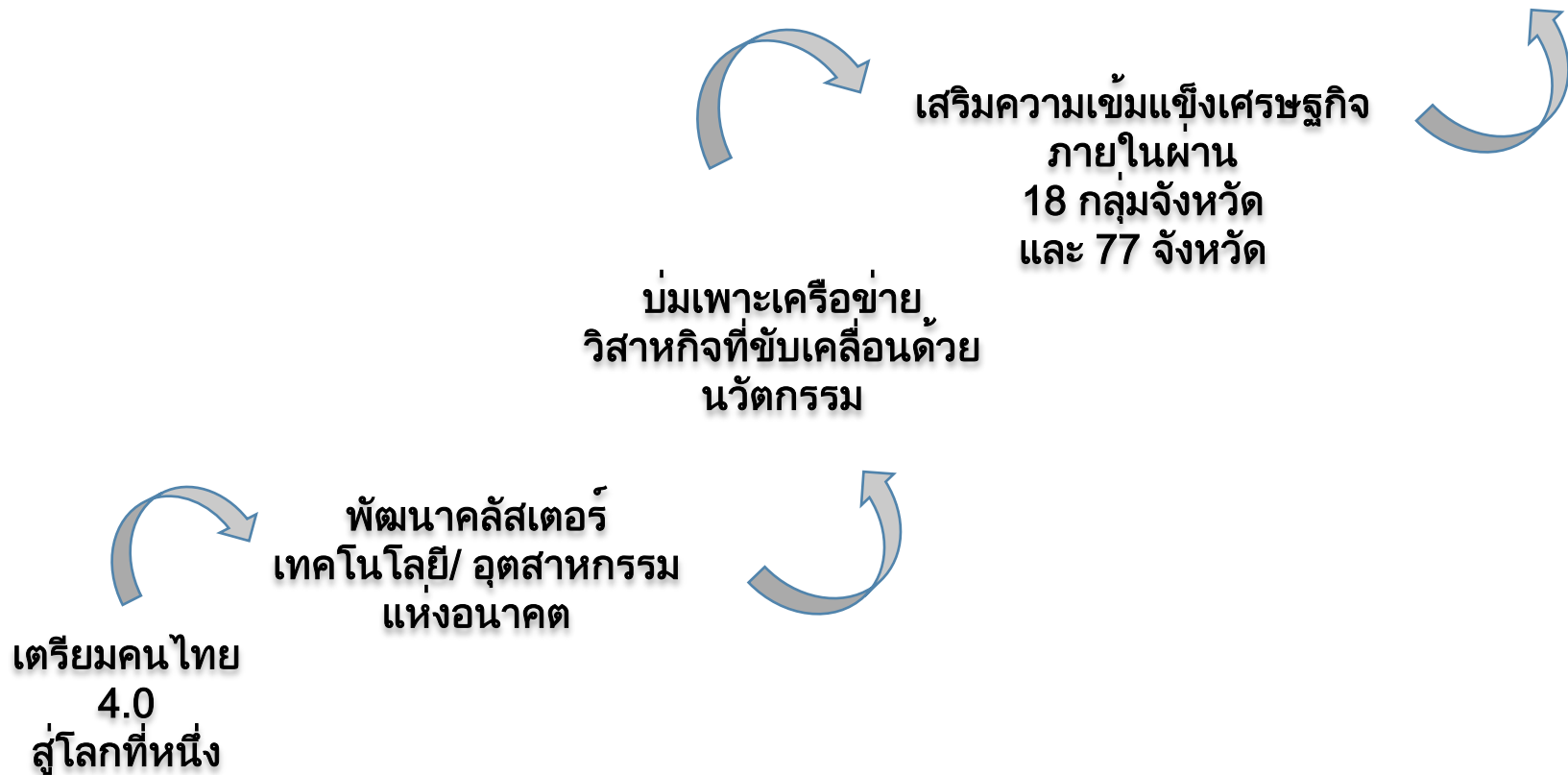
10
Liveable Cities
ภายใน 5 ปี

ระบบเศรษฐกิจที่สามารถ
ปรับสภาพตามภูมิอากาศ
เต็มรูปแบบ
ภายใน 10 ปี

5 วาระขับเคลื่อน Thailand 4.0

บูรณาการอาเซียน
เชื่อมไทยสู่
ประชาคมโลก

มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน



เมล็ดพันธุ์
ชุดใหม่

จากปักชำ
สู่รากแก้ว

จากลำต้นที่แข็งแรง
สู่การแผ่กิ่งก้านสาขา

เป็นส่วนหนึ่งของ
ระบบนิเวศน์โลก

เปลี่ยนจากคำถามว่า “จะทำได้หรือ ?”
เป็นคำถามว่า “จะทำอย่างไร ?”

เตรียมคนไทย 4.0
เพื่อก้าวสู่โลกที่หนึ่ง

“คนไทย 4.0
คือหัวใจที่สำคัญที่สุดของ
Thailand 4.0”

การปรับเปลี่ยนสู่โลกในศตวรรษที่ 21

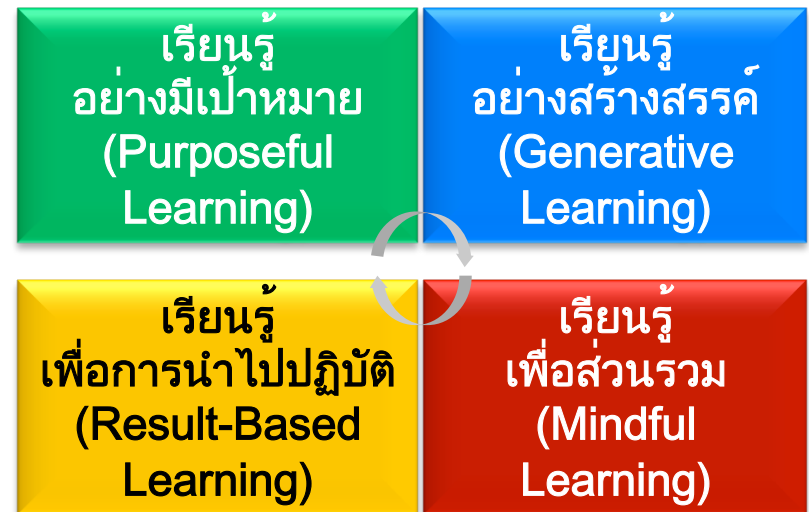
พลวัตโลกใน
ศตวรรษที่ 21

เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม
การดำรงอยู่

เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม
การเรียนรู้

เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม
การทำงาน

เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม
การดำเนินธุรกิจ



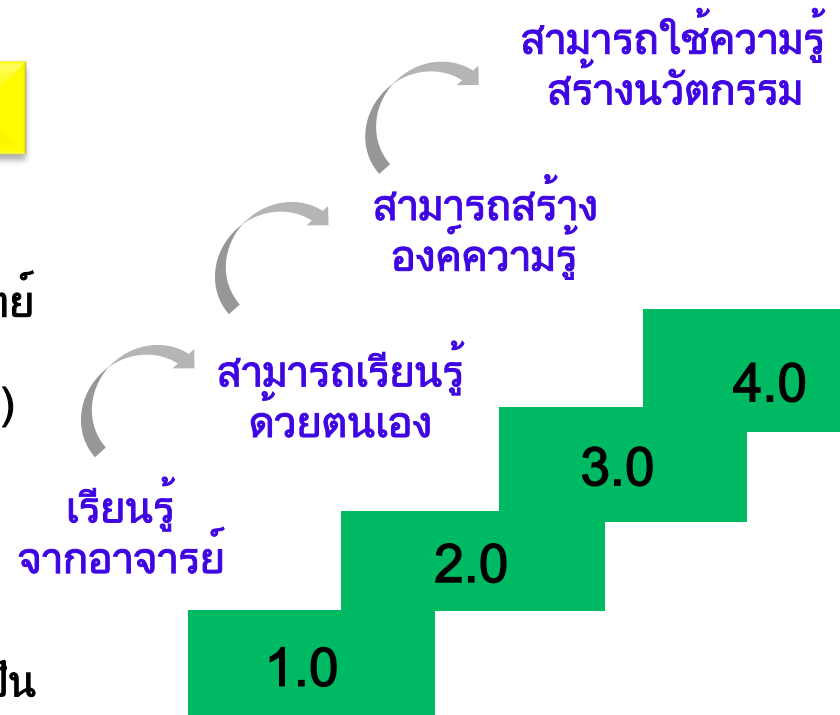
เรียนรู้อย่างมีเป้าหมาย เน้นการใช้ความรู้สร้างนวัตกรรม

คนไทย 3.0

- การเรียนตามมาตรฐาน (Standardized)
- การเรียนตามภาคบังคับ (Duty-Driven)

คนไทย 4.0

- การเรียนเพื่อตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalized)
- การเรียนที่เกิดจากความอยากรู้อยากทำ และอยากเป็น (Passion-Driven)



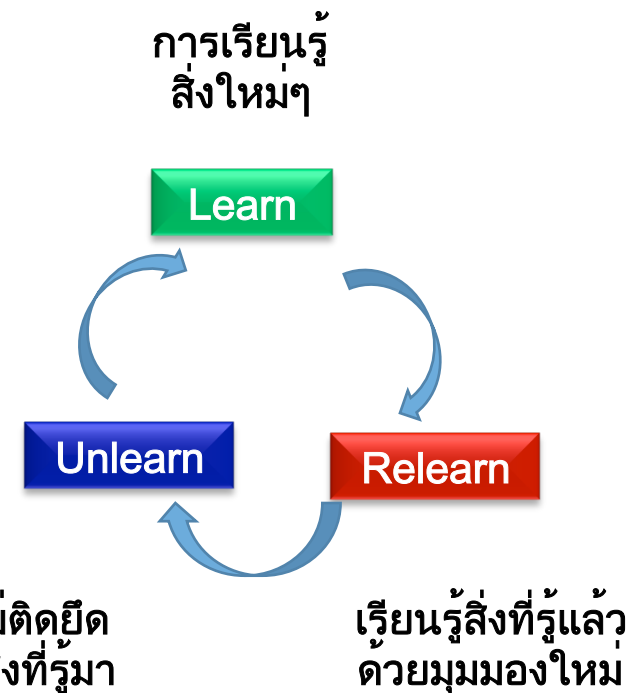
เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ เน้นการใช้ความคิด กระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

คนไทย 3.0

- การเรียนรู้ในห้องเรียน/
ในโรงเรียน/ในระบบ
- การเรียนจากข้อเท็จจริง
(Fact-Based)
- การเรียนแบบเฉื่อยชา
(Passive Learning)
- การเรียนแบบถ่ายทอด
(Transmitting)
- คิดในกรอบ

คนไทย 4.0

- การเรียนรู้นอกห้องเรียน/
นอกโรงเรียน/นอกระบบ
- การเรียนที่เริ่มจากการใช้
ความคิด (Idea-Based)
- การเรียนด้วยความกระตือรือร้น
(Active Learning)
- การชี้แนะอยู่ห่างๆ
(Mentoring)
- คิดนอกกรอบ



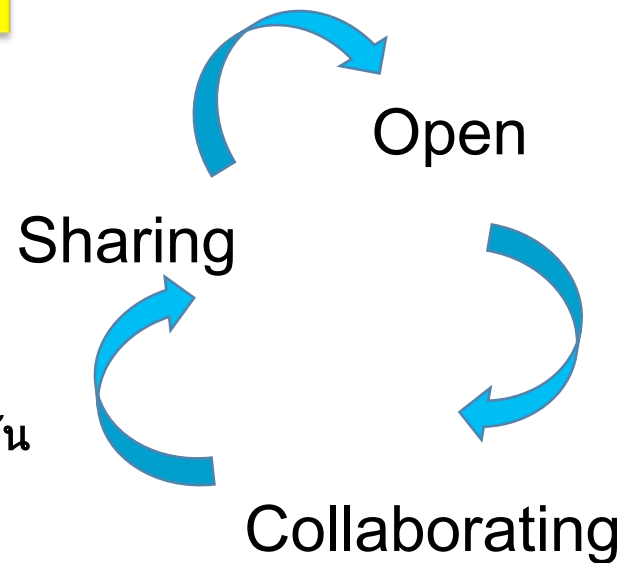
เรียนรู้เพื่อส่วนรวม เน้นปลูกจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

คนไทย 3.0

- การรังสรรค์ส่วนบุคคล
(Individual Creating)
- รางวัลจากการแข่งขัน
(Competing Incentive)
- ผลประโยชน์ร่วม
(Common Interest)

คนไทย 4.0

- การรังสรรค์ร่วม
(Common Creating)
- รางวัลจากการทำงานร่วมกัน
(Sharing Incentive)
- คุณค่าร่วม
(Sharing Value)



เรียนรู้เพื่อการนำไปปฏิบัติ ผ่าน STEAM

คนไทย 3.0

- เน้นการเรียนรู้จากทฤษฎี
- เน้นการเรียนรู้แบบฟังบรรยาย
- ความสำเร็จวัดจากการเรียนให้จบครบหน่วยกิต
- ใบปริญญา

คนไทย 4.0

- เน้นการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา
- เน้นการทำโครงการในรูปแบบต่างๆ
- ความสำเร็จวัดจากการบรรลุผลสัมฤทธิ์
- จบแล้วต้องม้งานทำ

Technology

Engineering

Art

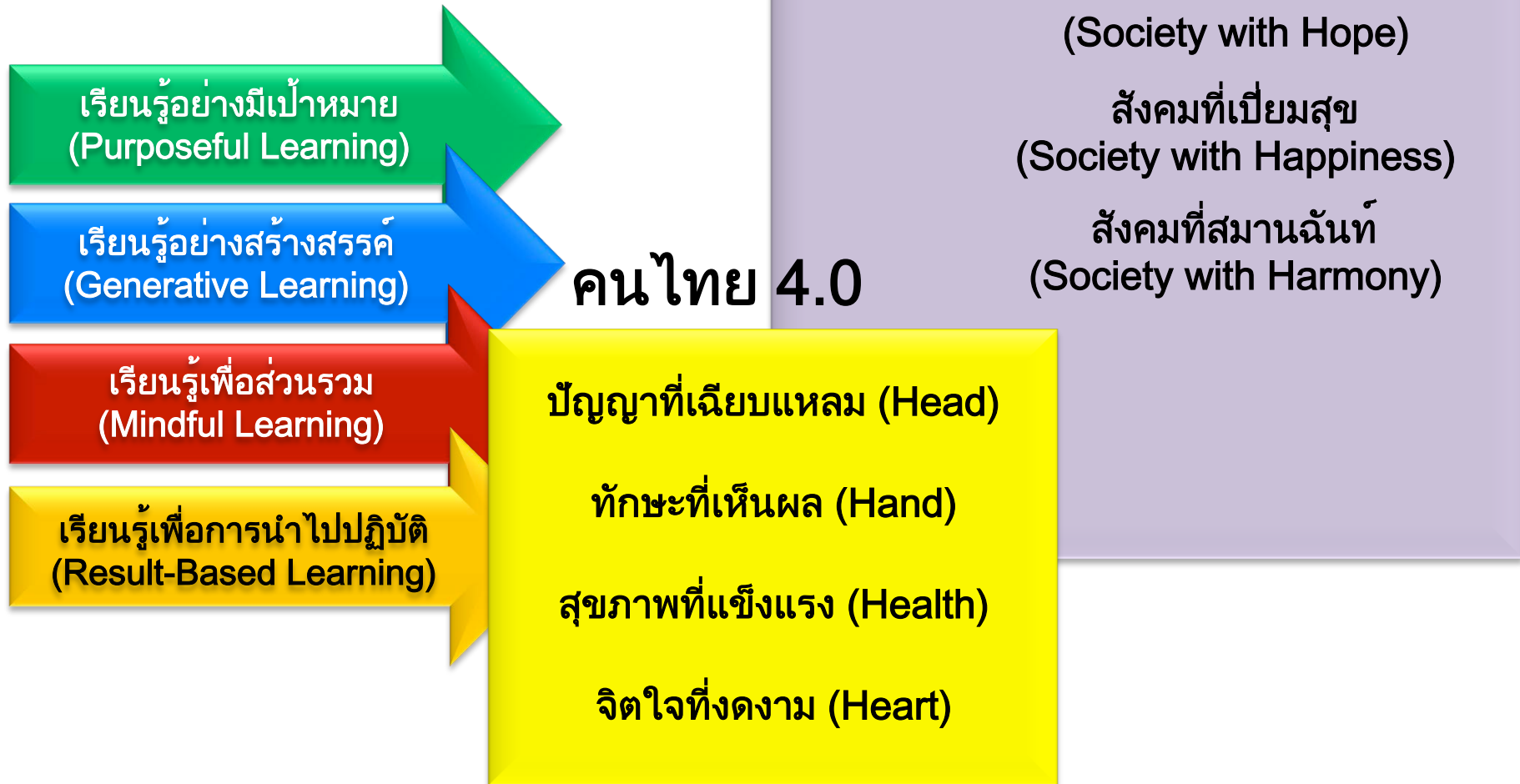
Science

Mathematics



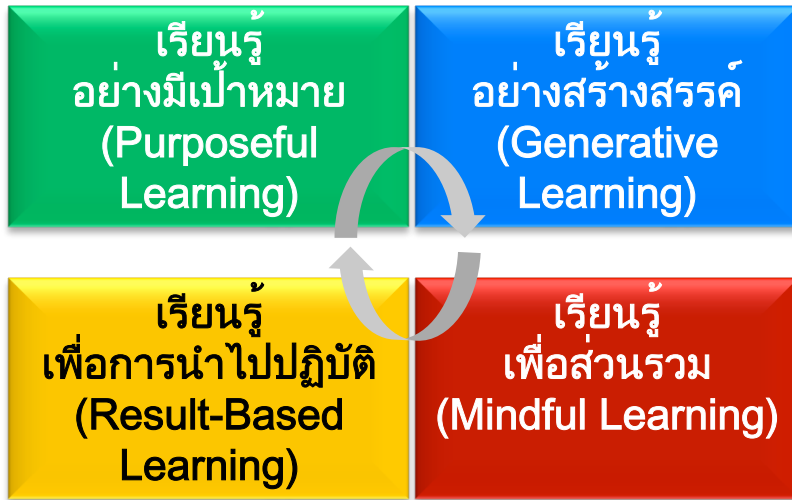
4 กระบวนการเรียนรู้ จะเตรียมนคนไทย 4.0 เพื่อ เปลี่ยนผ่านสู่สังคมไทย 4.0

สังคมไทย 4.0



ปฏิรูปการศึกษา เพื่อเตรียมคนไทย 4.0 สู่โลกที่หนึ่ง

หลักคิด



หลักปฏิบัติ

เปลี่ยนแปลงเป้าหมายของการเรียนรู้

เปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์และทักษะครู

เปลี่ยนแปลงหลักสูตรการเรียนการสอน

เปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนการสอน

เปลี่ยนแปลงระบบนิเวศของการเรียนรู้

Roadmap ขับเคลื่อนการศึกษา เพื่อเตรียมคนไทย 4.0 สู่โลกที่หนึ่ง

ภายใน 1 ปี

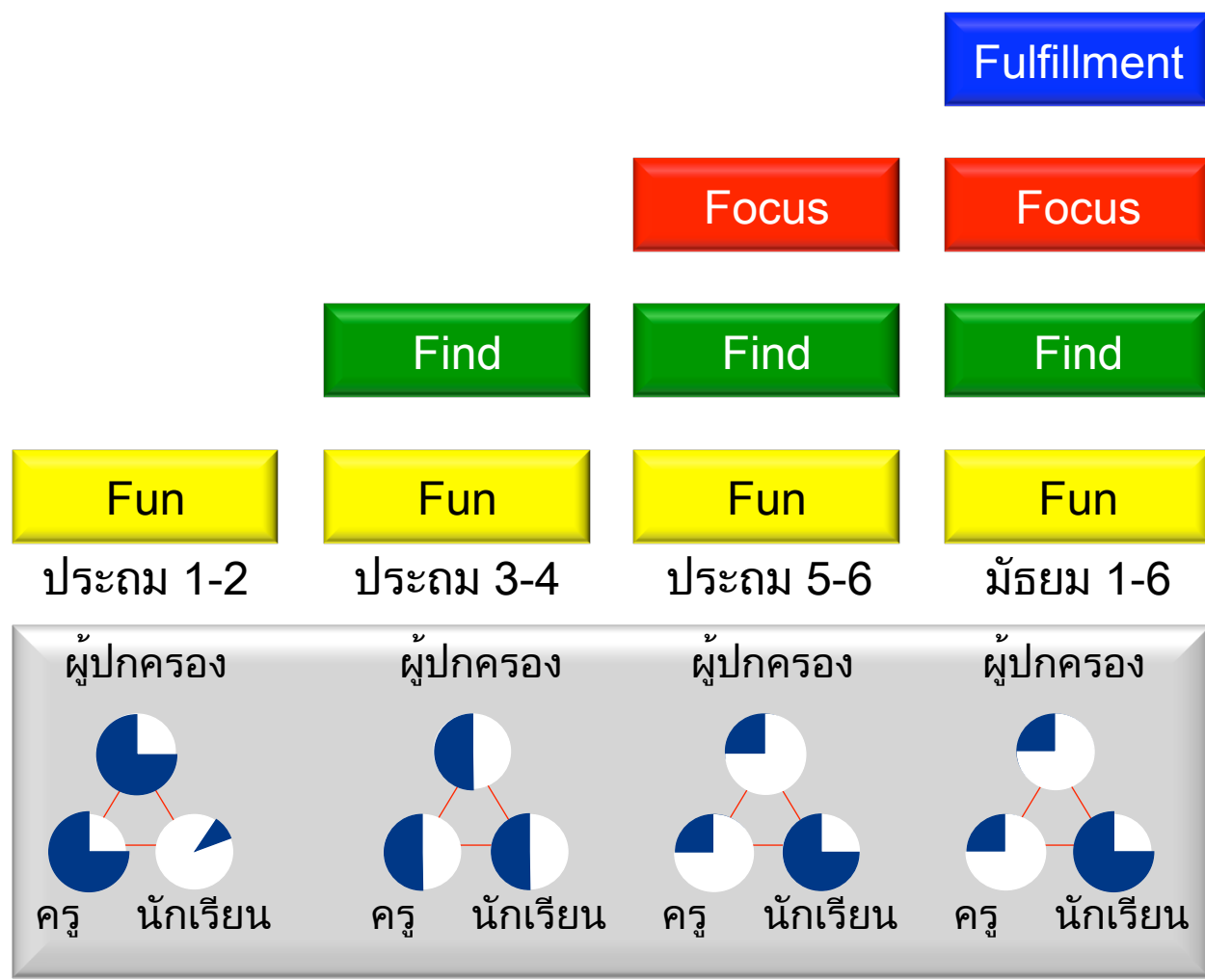
- Education for All
- ลดเวลาเรียน เพิ่มเวลาเล่น
- เด็กทุกคนต้องอ่านออกเขียนได้
- ปลุกฝังรักการเรียนรู้
- บริหารจัดการภาระหนี้ครู



ภายใน 3-5 ปี

- Good Education for All
- 4F Model : Fun, Find, Focus, Fulfillment
- เด็กทุกคนต้องมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง
- สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- ครูมีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นวิชาชีพที่มั่นคง มีรายได้สูง

4F Model



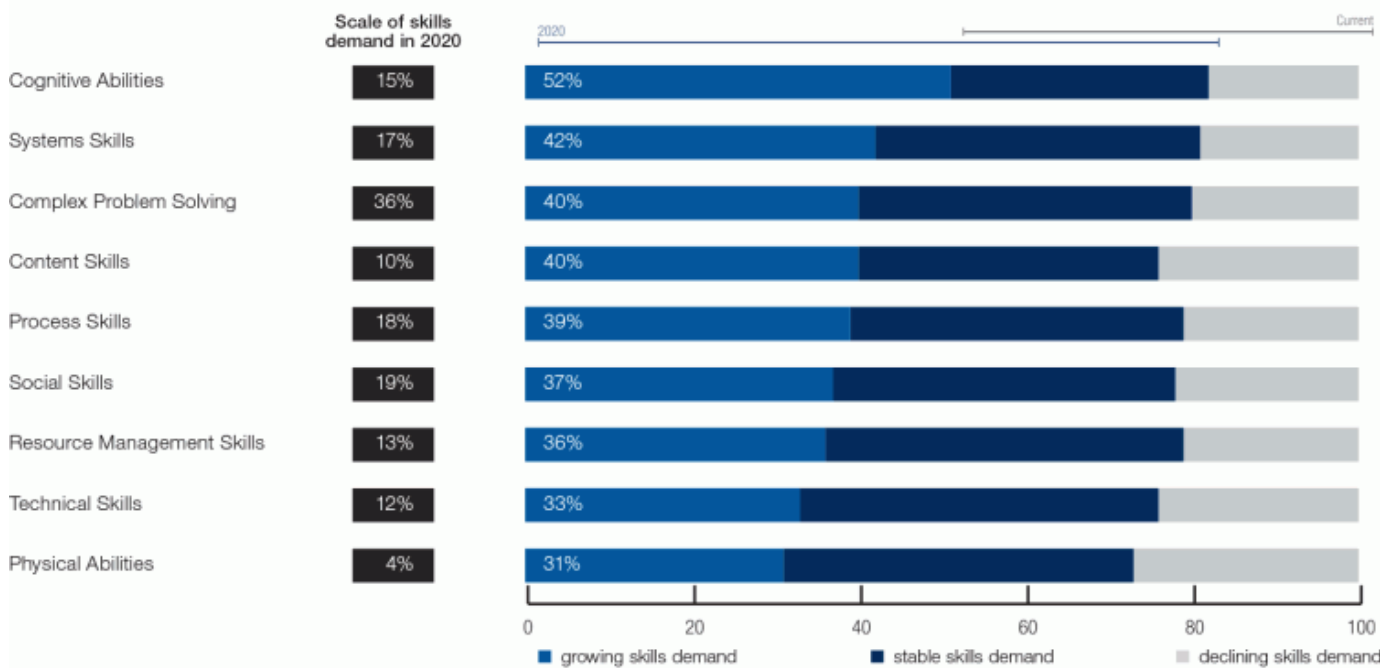
10 มาตรการเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการภายใน 1 ปี

- ปรับเปลี่ยนค่านิยมและทัศนคติในเรื่องการศึกษาและการเรียนรู้ใหม่
- การศึกษาหน้าที่พลเมือง (Civic Education)
- ยกย่องครูเป็นวิชาชีพที่มีเกียรติ เป็น Nation Builder
- บูรณาการเชื่อมโยงการศึกษาระดับหลักและการศึกษาทางเลือก
- พัฒนาโครงการ “บวร” และ ปราชญ์ชาวบ้าน
- เชื่อมโยง Internet ครอบคลุม 30,000 หมู่บ้าน
- Free Wifi 10,000 แห่ง ทั่วประเทศ
- สร้างแพลตฟอร์มกลางสำหรับ E-Learning ของประเทศ
- ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม Edutainment และสื่อการเรียนรู้
- ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมช่วยกันเปลี่ยนผ่านการศึกษารูปแบบ

ทักษะที่สำคัญในปี 2020

ทักษะที่สำคัญ ในปี 2020

ยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยน และพัฒนาทักษะ



Source: Future of Jobs Survey, World Economic Forum.

• Reskilling

• Upskilling

• Multiskilling

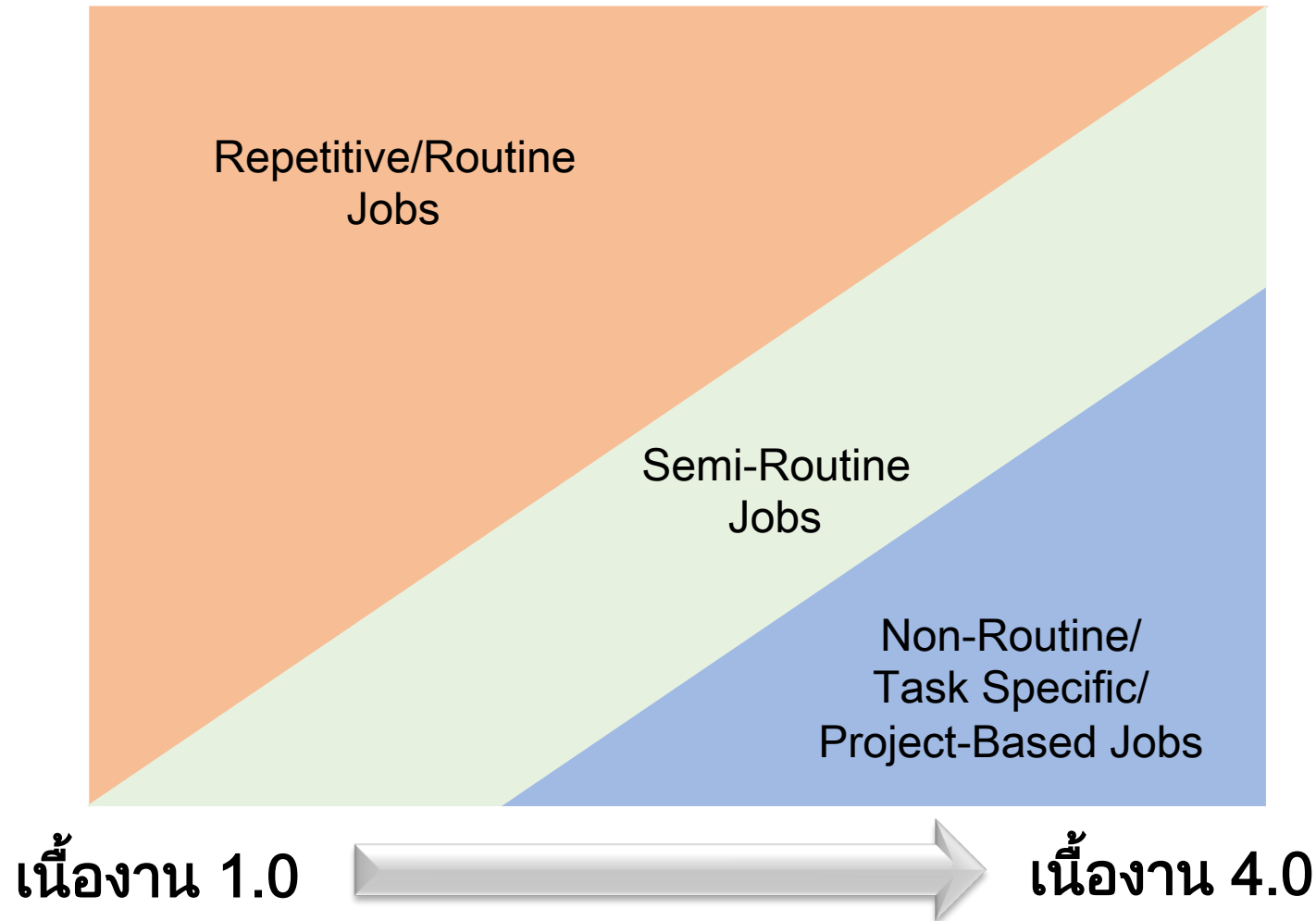
ทักษะที่มีความสำคัญมากขึ้น

- Cognitive Abilities
- Systems Skills
- Complex Problem Solving
- Content Skills
- Process Skills

ทักษะที่มีความสำคัญน้อยลง

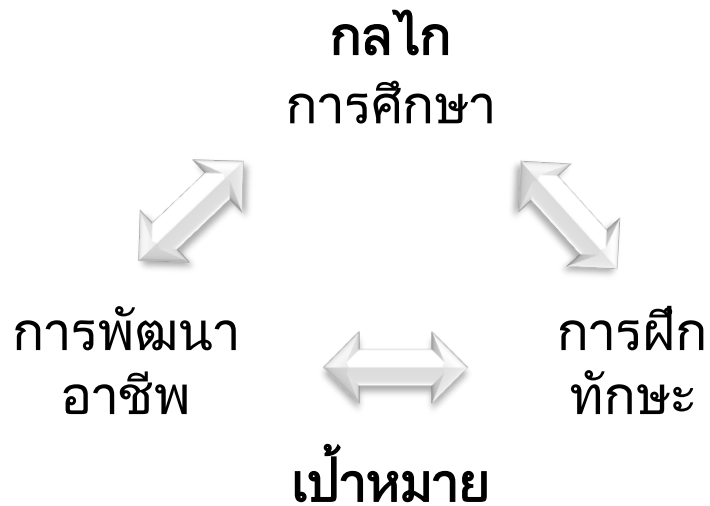
- Social Skills
- Resource Management Skills
- Technical Skills
- Physical Abilities

การเปลี่ยนแปลงในเนื้องาน



- งาน Repetitive/Routine Jobs จะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์ และ Automation
- งาน Non-Routine/Task Specific/Project-Based Jobs ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ต้องใช้ High Skill

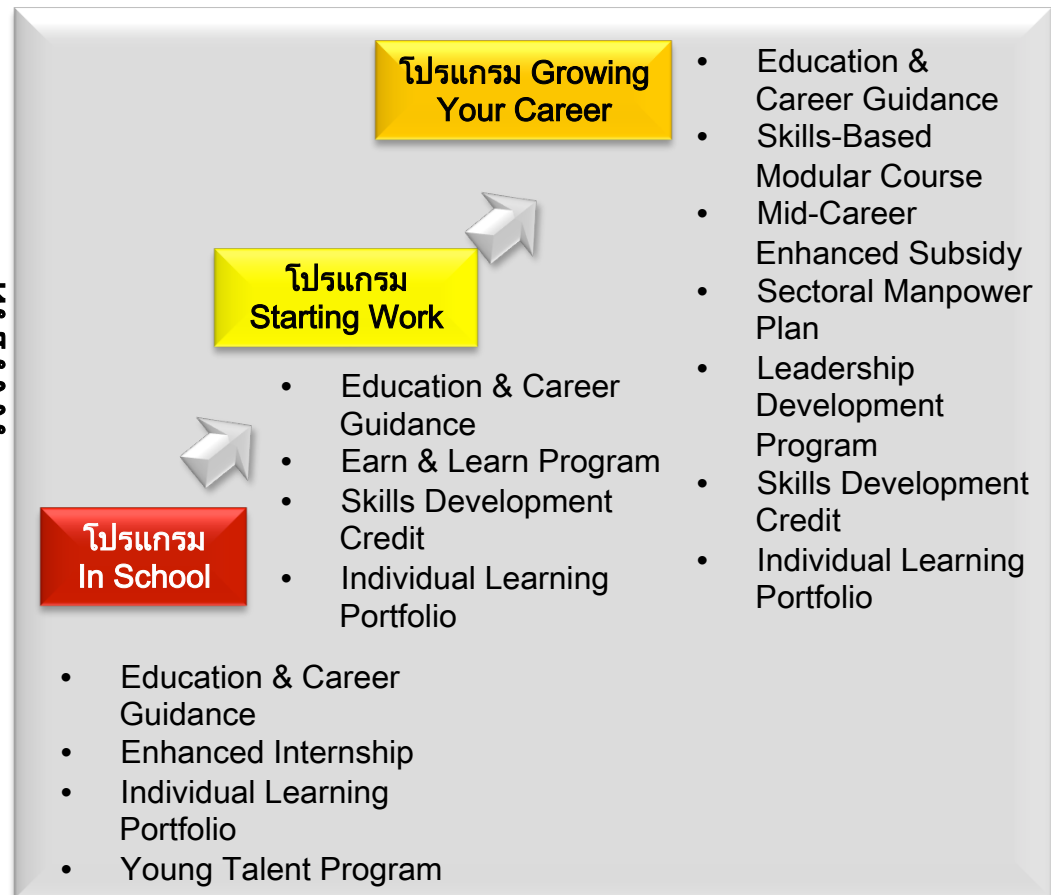
สร้างกลไกบูรณาการการศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนา อาชีพให้คนไทยปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงและกำหนด เส้นทางชีวิตในอนาคต



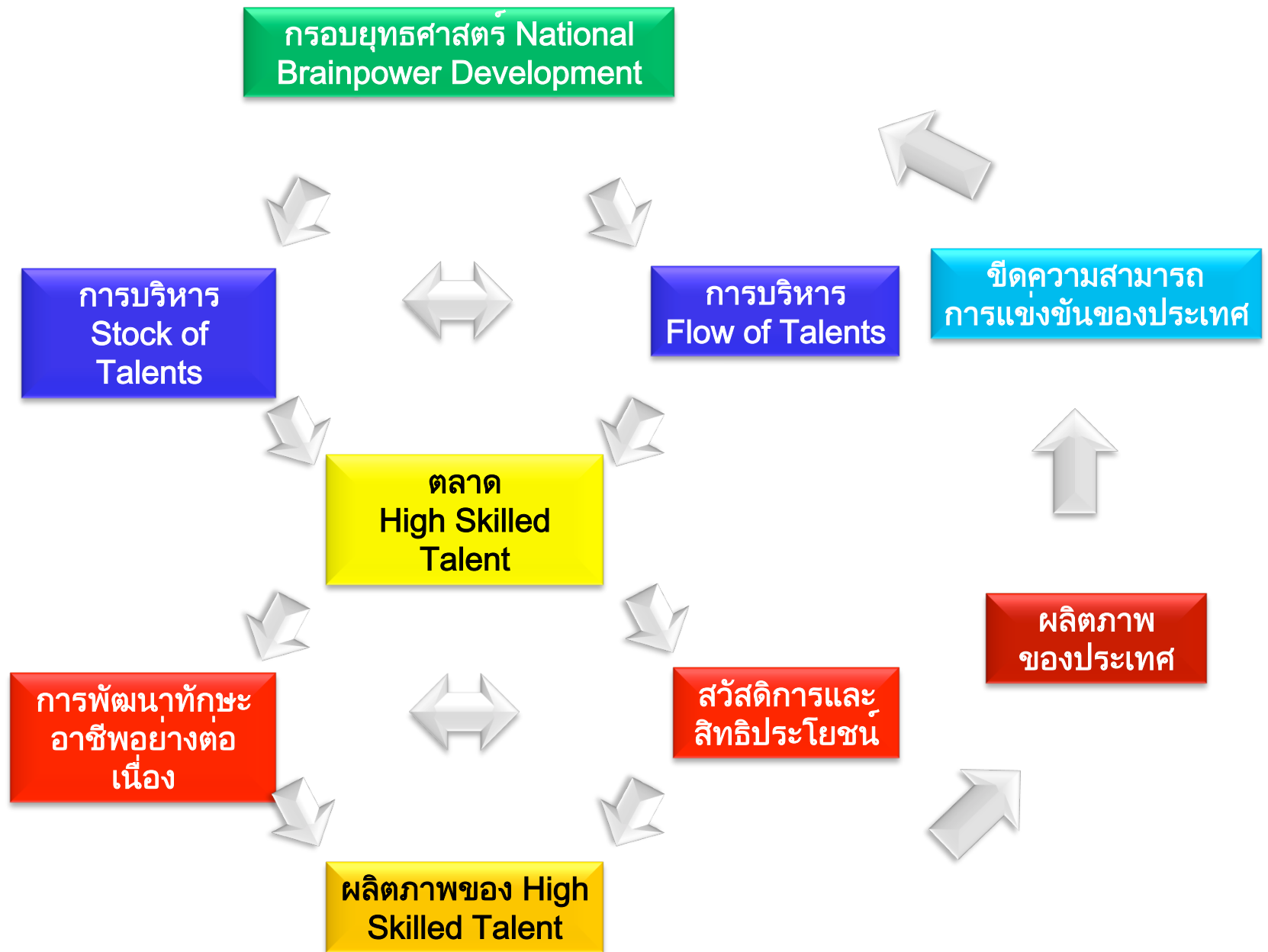
- 1) ช่วยบุคคลให้รู้ถึงทางเลือกในการศึกษา ฝึกอบรม และพัฒนาอาชีพ
- 2) พัฒนาระบบการศึกษา ฝึกอบรม และ พัฒนาทักษะให้ตอบสนองความต้องการ ภาคอุตสาหกรรม
- 3) ส่งเสริมการพัฒนาเส้นทางวิชาชีพบนฐานทักษะและความเชี่ยวชาญ
- 4) สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วงจรชีวิต

สร้างโปรแกรมพัฒนาทักษะอาชีพ ภายใน 1 ปี



กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ National Brainpower Development



จัดเตรียม National Brainpower Development Strategy ภายใน 1 ปี

ตัวอย่าง กลุ่มอุตสาหกรรม/ เทคโนโลยีเป้าหมาย	ทักษะ/ อาชีพ	เป้าหมายกำลังคน		
		1 ปี	3 ปี	5 ปี
กลุ่มเกษตรและอาหาร ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ (Food & Agriculture - Biotech)	- วิศวกรอาหาร - วิศวกรเกษตร - โภชนากร			
กลุ่มสุขภาพ ใช้เทคโนโลยีชีวการแพทย์ (Health & Wellness – Biomedical)	วิศวกรชีวการแพทย์			
กลุ่มเครื่องมืออัจฉริยะและหุ่นยนต์ ใช้เทคโนโลยีเมคาทรอนิกส์ (Smart Devices & Robotics – Mechatronics)	- วิศวกรเมคาทรอนิกส์ - วิศวกรระบบราง - วิศวกรอากาศยาน			
กลุ่มดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตออฟติง ใช้เทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital & IOT - Embedded Technology)	- AI - System Integrator			
กลุ่มสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ใช้ความรู้ด้านการบริการเพิ่มมูลค่า (Creative & Culture - High Value Services)	- Cultural Design - Fashion Design - Graphic Design - Industrial Design - Universal Design - Travel Technology			

พัฒนาคลัสเตอร์
เทคโนโลยีและ
อุตสาหกรรมแห่งอนาคต

Becoming
the Global Niches

พัฒนา 5 กลุ่มเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมาย

เป้าหมาย

กลุ่มเกษตรและอาหาร
ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ
(Food & Agriculture
– Biotech)

กลุ่มสร้างสรรค์
วัฒนธรรม
และบริการเพิ่มมูลค่า
(Creative & Culture
- High Value
Services)

5 กลุ่มเทคโนโลยี/
อุตสาหกรรมเป้าหมาย

กลุ่มสุขภาพ
ใช้เทคโนโลยีชีวการแพทย์
(Health & Wellness
– Biomedical)

กลุ่มดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตออฟติง
ใช้เทคโนโลยีสมองกลฝังตัว
(Digital & IOT
- Embedded Technology)

กลุ่มเครื่องมืออัจฉริยะและหุ่นยนต์
ใช้เทคโนโลยีเมคาทรอนิกส์
(Smart Devices & Robotics
– Mechatronics)

1. การส่งออกสินค้าที่ผลิตจากเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเป้าหมายเพิ่มขึ้นจาก X เป็น Y
2. ระดับการพึงพิงการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศลดลงจาก X เป็น Y ในปี Z
3. มีนักวิจัยที่สามารถทำงานในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจาก X เป็น Y ในปี Z
4. Brain Power ใน 5 กลุ่มเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมจำนวน X ราย ในปี Z
5. มหาวิทยาลัยมีขีดความสามารถในการวิจัยที่สูงขึ้นติดอันดับ X ของโลกจำนวน แห่งในปี

กลุ่มเกษตรและอาหาร ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ (Food & Agriculture – Biotech)

“ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของผลิตผลเกษตรและอาหารระดับพรีเมียม โดยอาศัยฐานความหลากหลายทางชีวภาพและเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นผู้ส่งออก เทคโนโลยีด้านการเกษตร เมล็ดพันธุ์ วัคซีน อาหารสัตว์”



พัฒนา Advanced Bio-Based Industry

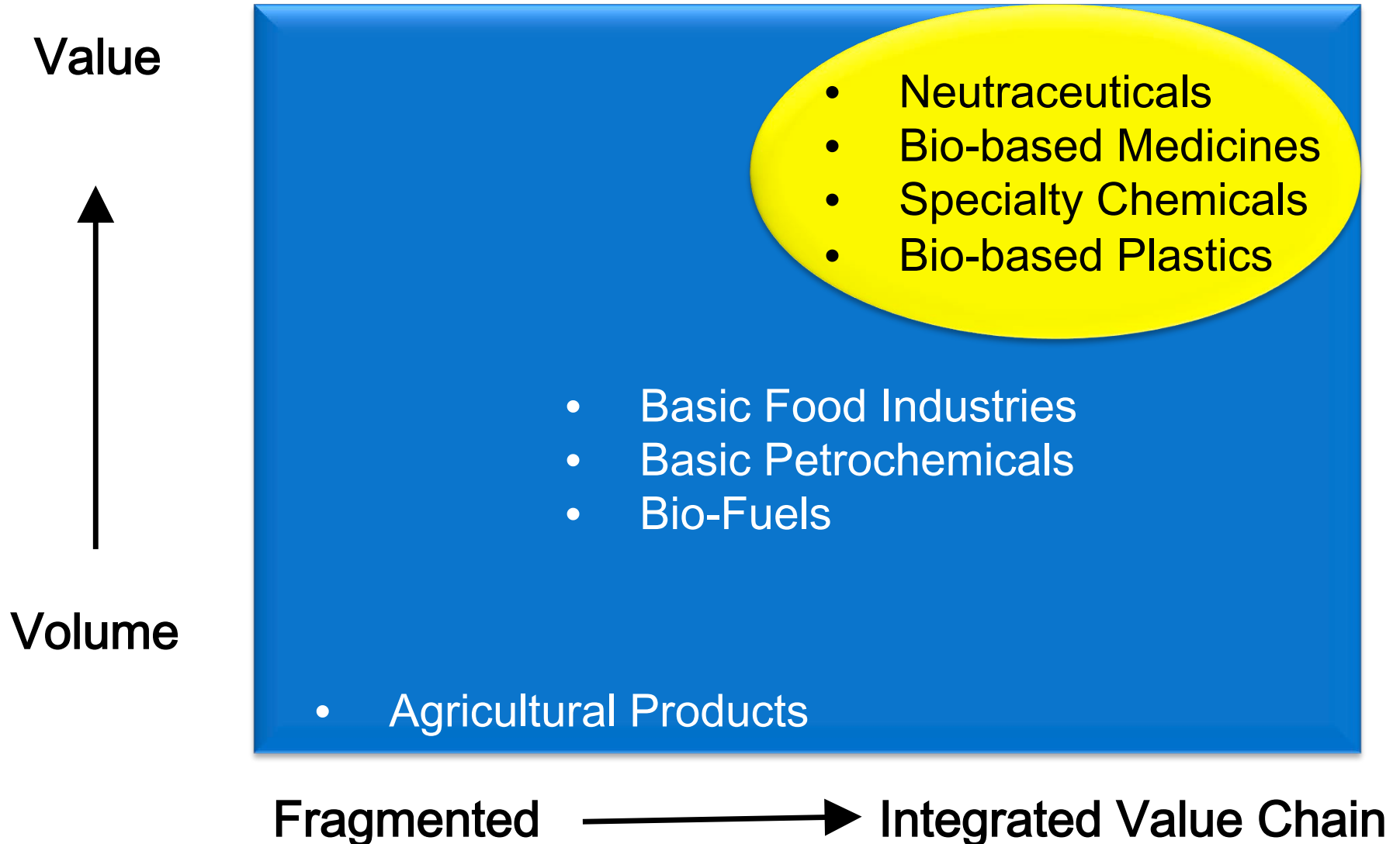


พัฒนาการส่งออกเทคโนโลยีการเกษตร

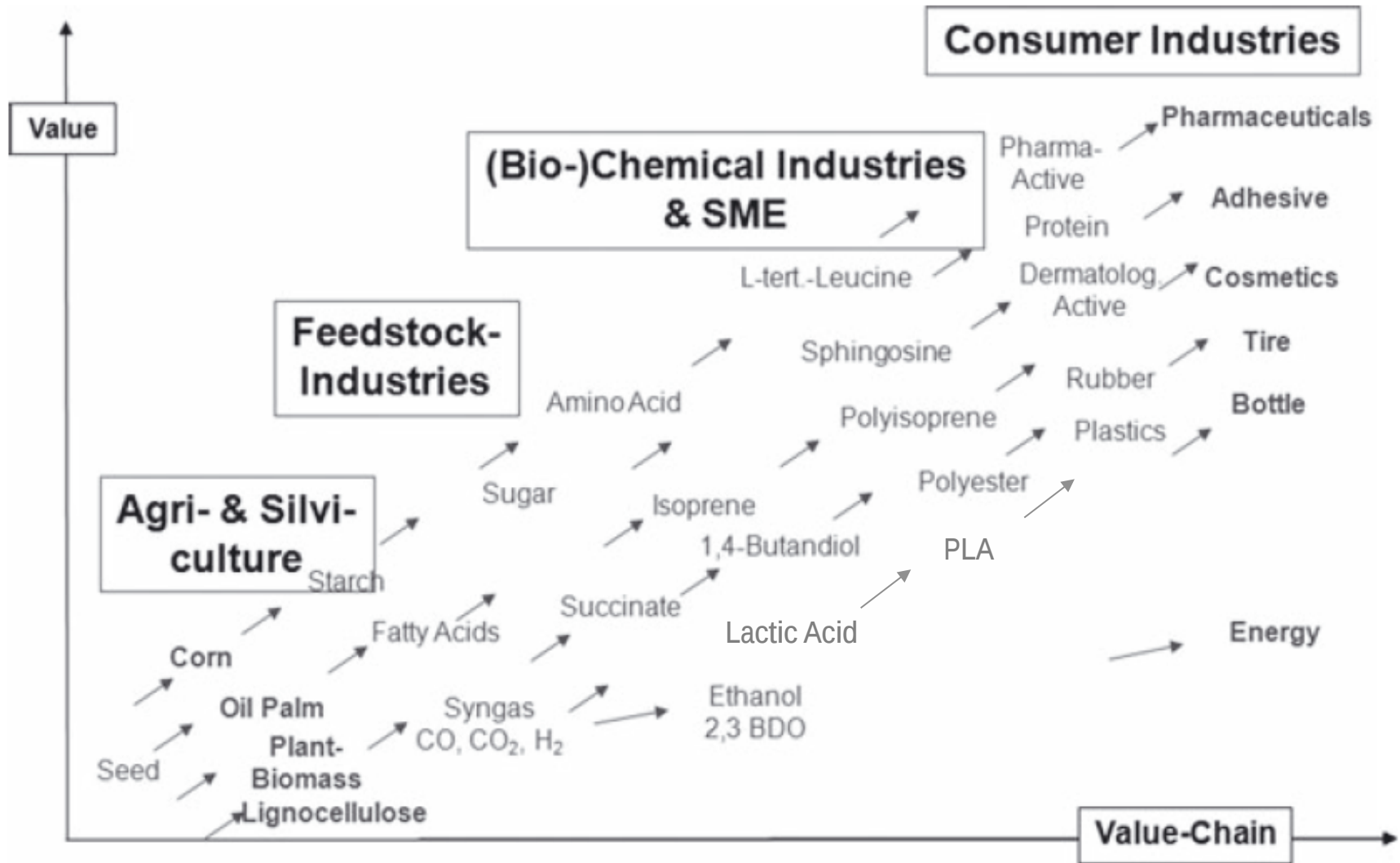


พัฒนาอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร

Roadmap การพัฒนาสู่ Advanced Bio-Based Industry



ยกระดับ Bio-Based Industry สู่ Consumer Value Chain ภายใน 5 ปี



ผู้ส่งออกเทคโนโลยีการเกษตร



- Precision Agriculture
- Digital Agriculture



- อุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์



- อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร



- พืชเครื่องเทศ สมุนไพร แมลงที่มีมูลค่าสูง

- ปุ๋ยสั่งตัด
- Application สำหรับเกษตรกร

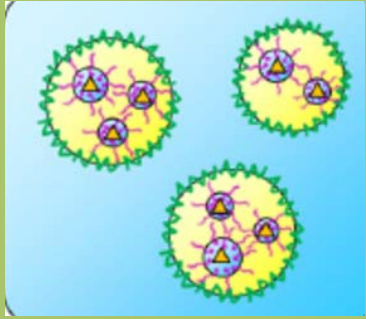
เมล็ดพันธุ์ผัก พริก มะเขือเทศ ัญพืช

- เครื่องปลูกข้าว
- เครื่องควบคุมการให้น้ำ

- เกษตรกร
- SME



อุตสาหกรรมอาหารครบวงจร



- | | | | |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • ส่วนประกอบอาหาร • By products | <ul style="list-style-type: none"> • อาหารแปรรูป • อาหารสุขภาพ | <ul style="list-style-type: none"> • เครื่องมือแปรรูป • Robotics • Microwave Process • High Pressure Process | <ul style="list-style-type: none"> • Smart Packaging สำหรับอาหาร |
|--|--|--|---|



เป้าหมายกลุ่มเกษตรและอาหาร ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ (Food & Agriculture – Biotech)

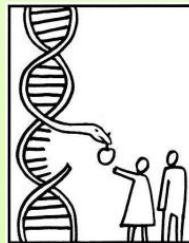
ภายใน 1 ปี

- App สำหรับเกษตรกร
- ศูนย์กลางเมล็ดพันธุ์คุณภาพ
- Smart Farmers



ภายใน 3 ปี

- ระบบการแชร์ข้อมูลการจัดการ Big data
- ศูนย์กลางอาหาร, ingredient คุณภาพระดับพรีเมียม
- ศูนย์กลางอาหารสัตว์



ภายใน 5 ปี

- การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร / Biotechnology มูลค่าสูง
- ศูนย์กลางการส่งออกเทคโนโลยีสำหรับการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร บรรจภัณฑ์



กลุ่มสุขภาพ ใช้เทคโนโลยีชีวการแพทย์ (Health & Wellness – Biomedical)

“ประเทศไทยเป็น Medical Hub ของอาเซียนภายในปี 2025”



พัฒนาชีววัตถุ / วัคซีน



พัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพร



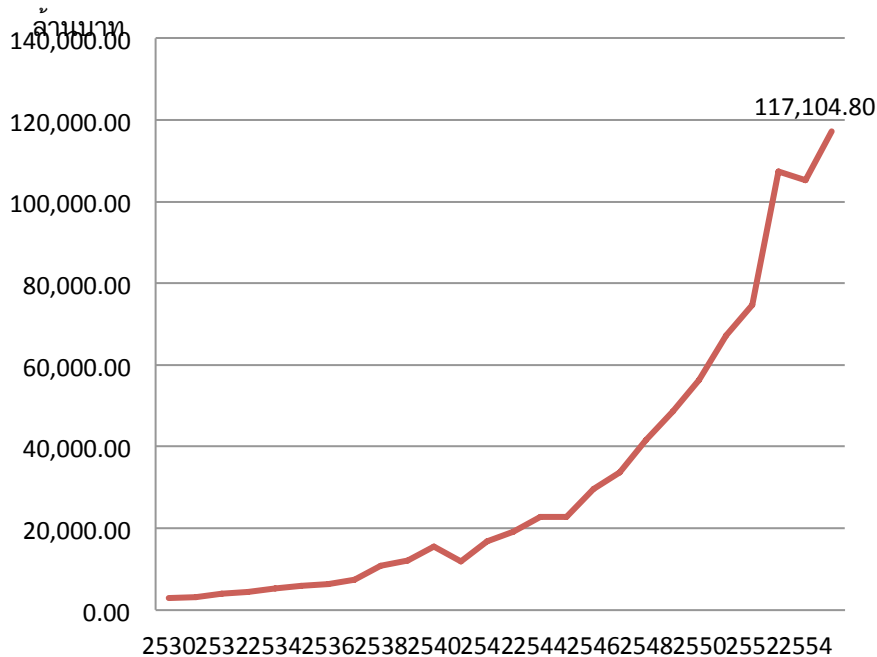
พัฒนา Aging Industry

การผลิตยาประเภทชีววัตถุ วัคซีน และชุดตรวจ สำหรับ ยารักษาโรคไต โรคมะเร็ง และ โรคแพภูมิตนเอง



การพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพร

มูลค่าการผลิตและการนำส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร
สำหรับยาแผนปัจจุบัน ตั้งแต่ ปี 2530-2555



ที่มา : สำนักยา กระทรวงสาธารณสุข

- แพทย์แผนไทย เพิ่มทางเลือก
- ลดการนำเข้ายา 2,600 ล้านบาทต่อปี
- สร้างอาชีพ สร้างรายได้
- มูลค่าการตลาด 10,000 ล้านบาทต่อปี

สมุนไพรเป้าหมาย

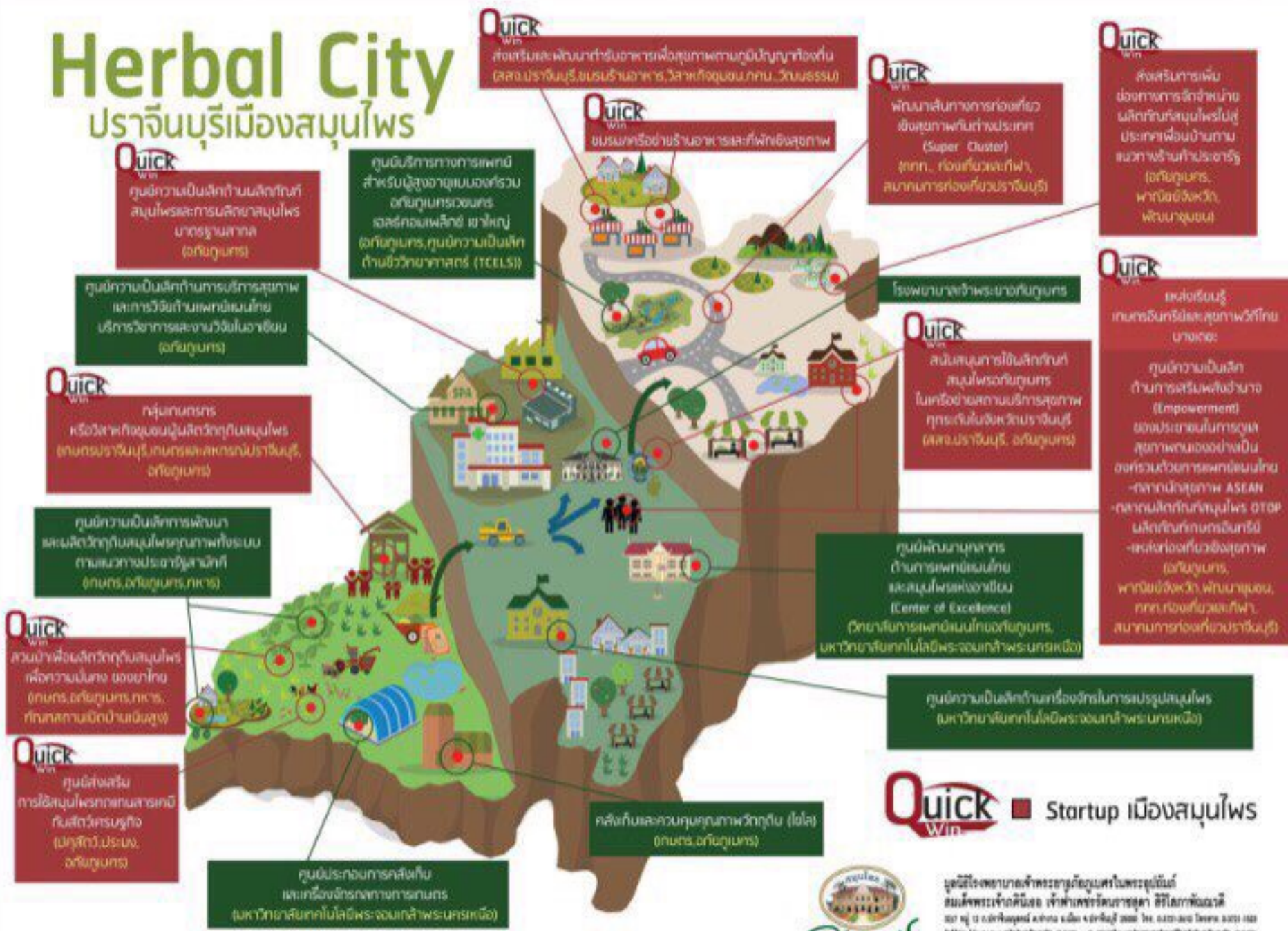
1. กระดูกไก่ดำ – พัฒนาเป็นยาทาภายนอกแก้ปวด
2. ยาเพชรสังฆาต – พัฒนาเป็นยาแก้ริดสีดวง
3. ตำรากลิบบัวแดง – เป็น Functional Food ช่วยเรื่อง Cognitive Function
4. ขมิ้นชัน มะขามป้อม เป็น Dietary Supplement สำหรับผู้ป่วยเบาหวาน
5. ยาชาเชื้อเป็ลือกมั่งคุด

4 เมืองสมุนไพรเป้าหมาย

1. ปราจีนบุรี
2. เชียงราย
3. สกลนคร
4. สุราษฎร์ธานี

Herbal City

ปราจีนบุรีเมืองสมุนไพร



Quick Win ■ Startup เมืองสมุนไพร



ศูนย์วิจัยและพัฒนาพืชสวนสมุนไพร
สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
http://www.abnphb.com e-mail: webmaster@abnphb.com

ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านสมุนไพรและการแพทย์ดั้งเดิมในอาเซียน

Country Impact

City Impact

เกิด Model การพัฒนาสมุนไพร และการแพทย์แผนไทยครบวงจร

- > ส่วนป่าสมุนไพรที่นับวันมูลค่ายิ่งสูง
- > ฐานข้อมูลสมุนไพรที่สำคัญทางเศรษฐกิจและใกล้สูญพันธุ์
- > นวัตกรรมอาหารปลอดภัย

ลดความซ้ำซ้อนในการลงทุน อย่างน้อย 300 ล้านบาท/ปี

- > นวัตกรรมเครื่องจักร การแปรรูป
- > ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรออกสู่ตลาด 2 ชิ้น/ปี
- > นวัตกรรมสมุนไพรเพื่อดูแลสุขภาพ 2 เรื่อง/ปี
- > แหล่งและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สร้างรายได้

- > เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นปีละ 58 ล้านบาท
- > รายได้จากอาหาร & การท่องเที่ยว 5,245 ล้านบาท/ปี
- > สถานพยาบาลจากการอบรม
- > จ้างงานคนได้เพิ่มขึ้น 95 ล้านบาท/ปี

ลดรายจ่าย

- > ลดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ 1.2 ล้านบาท/ปี

สร้างสุขภาพ

- > 100% ของประชาชนเข้าถึงการบริการ การแพทย์แผนไทยที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ปลอดภัย

กลยุทธ์

1. เสริมสร้างความเข้มแข็งด้าน การวิจัยที่ตอบสนองต่อการพัฒนา อุตสาหกรรมยา อาหาร เครื่องสำอาง และสปา โดยมีการคัดเลือกสมุนไพรที่จะนำมาวิจัย ให้อยู่บนฐานพัฒนาที่ยั่งยืน

2. ส่งเสริมสมุนไพร ไทยไปพร้อมอาหารไทย ครบถ้วน

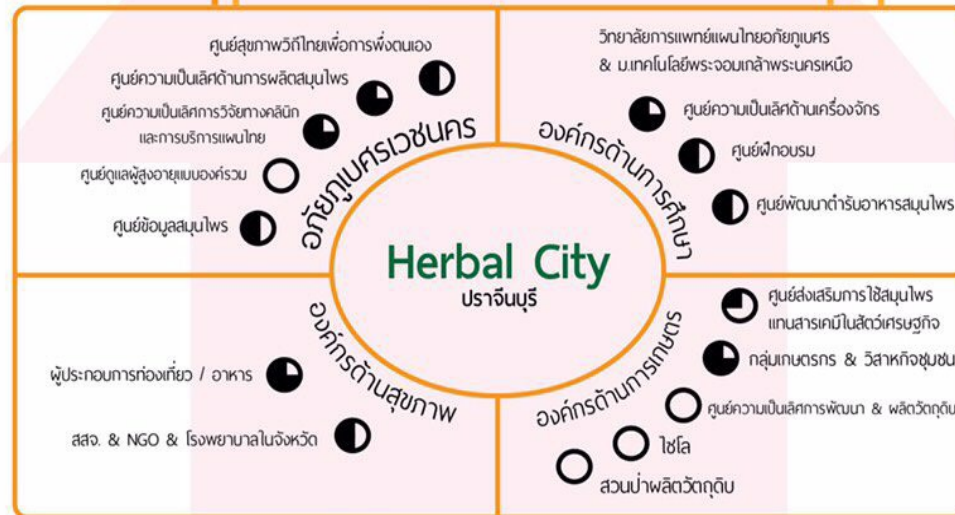
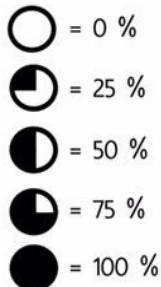
3. เปิดตลาดเชิงรุก - รับ > มี Thai Herbal Valley ที่ สนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมือง > เพิ่มยอดการใช้ยาใน สถานพยาบาล

4. ส่งเสริมสมุนไพรให้อยู่ ในการท่องเที่ยว ดึงคนในเมือง มาเที่ยวชุมชนสมุนไพร กระจ่ายรายได้สู่ชนบท

5. คนไทยทุกเพศทุกวัย กันใช้สมุนไพร เริ่มต้นที่คนชนบท ค้นหาภูมิปัญญาและนำมาใช้ในการ ดูแลสุขภาพ ในขณะที่เดียวกันก็ให้ เยาวชนกินสมุนไพรให้เป็น ส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต

6. แพทย์แผนไทย - แพทย์แผนปัจจุบันเท่าเทียม มีโรงพยาบาลการแพทย์แผนไทย ที่มาตรฐาน เน้นการดูแลแบบ องค์กรร่วมเพื่อรับแขกต่างชาติ สร้างความน่าเชื่อถือด้าน การแพทย์แผนไทย

Status โครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่



วัตถุประสงค์ (Herbal City)

1. มีกลไกทำงานร่วมกันในเชิงพื้นที่ (Herb city) เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรครบวงจร
2. สร้างความเข้มแข็งให้ Supply Chain ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการแพทย์แผนไทย ที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ปลอดภัย
4. พัฒนาระบบการศึกษาวิจัย ผลิตภัณฑ์และบริการให้ปลอดภัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

โครงสร้างพื้นฐานของการพัฒนา Herbal city

1. พัฒนากฎหมายที่ทันสมัยรองรับการพัฒนา

> ผลักดัน พรบ.สมุนไพรแห่งชาติให้ทันใช้ภายในปี 2560

> พัฒนาระบบการขึ้นทะเบียนยาและผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มีความโปร่งใส

2. พัฒนา Knowledge base ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

และบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย

3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการพัฒนาระยะยาว

แปลงปลูกสาริต ศูนย์วิจัยคลินิก ปรคณิก

และห้องปฏิบัติการมาตรฐานสากล

พัฒนา Aging Industry เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ

ภายใน 1 ปี

- Healthy Aging, Happy Aging Campaign
- Telemedicine, Online Hospital
- ส่งเสริมการผลิตและส่งออกอุตสาหกรรมหุ่นยนต์สำหรับผู้สูงอายุ

ภายใน 3-5 ปี

- EMR Health Analytics
- Stem Cells
- Diagnostic Kits
- Biomarkers
- Precision Medicine



เป้าหมายกลุ่มสุขภาพ ใช้เทคโนโลยีชีวการแพทย์ (Health & Wellness – Biomedical)

ภายใน 1-3 ปี

- ยา Generic
- ยาชีววัตถุประเภท Biosimilar
- ชีวเภสัชภัณฑ์ และ products from probiotics
- สมุนไพร และเครื่องสำอาง
- Smart Medical และ Devices Robotics เพื่อช่วยคนพิการ
- ศูนย์บำบัดฟื้นฟูผู้สูงอายุ
- ผลิตภัณฑ์และอาหารเพื่อสุขภาพ
- Medical Tourism

ภายใน 5 ปี

- ยาชีววัตถุชนิดใหม่เพื่อรักษามะเร็งและโรภูมิแพ้
- วัคซีนชั้นสูง
- ชุดตรวจวินิจฉัยที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์
- หุ่นยนต์ทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานสากล
- Quality reagents f
- Smart Village for Aging
- Digital Health

ภายใน 10 ปี

- ยา (small molecules) ชนิดใหม่
- ยาสำหรับการรักษาที่มีเป้าหมาย (targeted therapy)
- วัคซีนชั้นสูงชนิดใหม่
- ยาชีววัตถุชนิดใหม่
- หุ่นยนต์และเครื่องมือผ่าตัดด้านการแพทย์
- อุปกรณ์ด้านการแพทย์ชนิดฝัง (Implanted-devices)
- Automated diagnostic devices

Outcomes 3-10 ปี

มูลค่าการลงทุน	ผลิตภัณฑ์	การจ้างงาน	การพัฒนาที่ยั่งยืน
20,000 ล้านบาท+	ไม่ต่ำกว่า 20 ข้อตกลง	Knowledge Works High Tech Labors	ร่วมรับ โครงการวิจัย ระดับ multi national และสามารถรองรับการติดเชื้อโรคเขตร้อน
	มูลค่าตลาดไม่ต่ำกว่า 100,000ล้านบาท (ไทยและอาเซียน)	>50,000 ตำแหน่ง	เป็นส่วนหนึ่งของ global supply chain

Digital & IOT - Embedded Technology

การพัฒนา Digital Government



Internet of Things

- Device & system
- Connectivity
- Platform
- Visualization



Data Analytics

- Modeling
- Machine learning
- Data mining
- Artificial intelligence

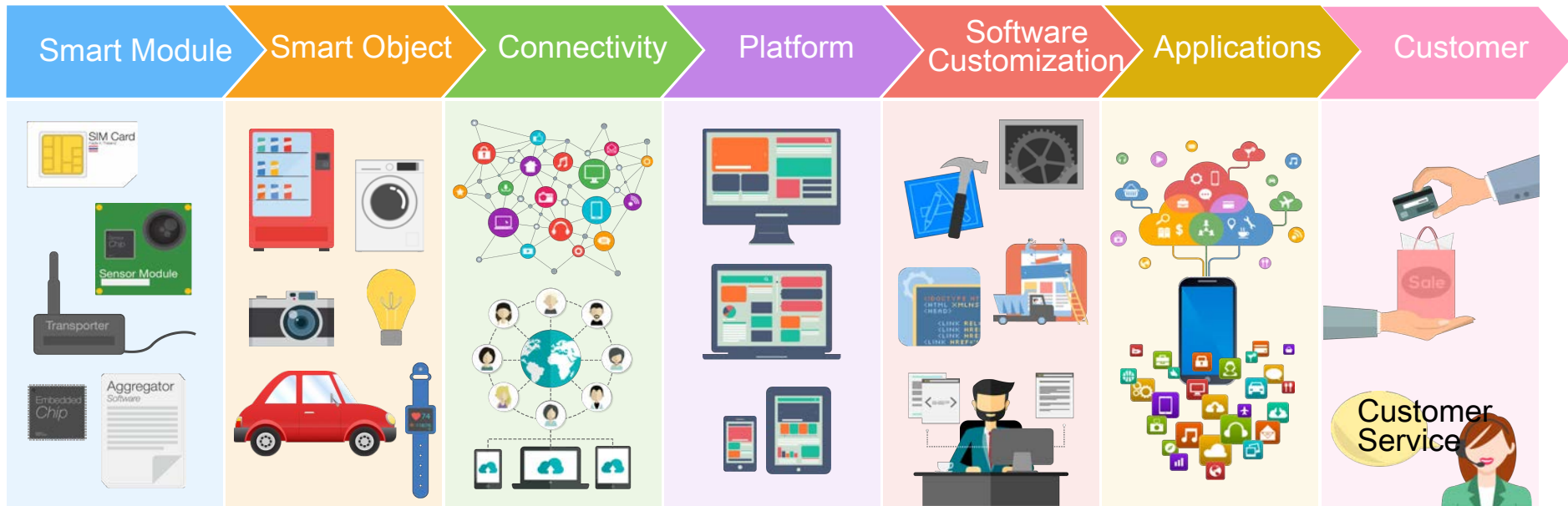
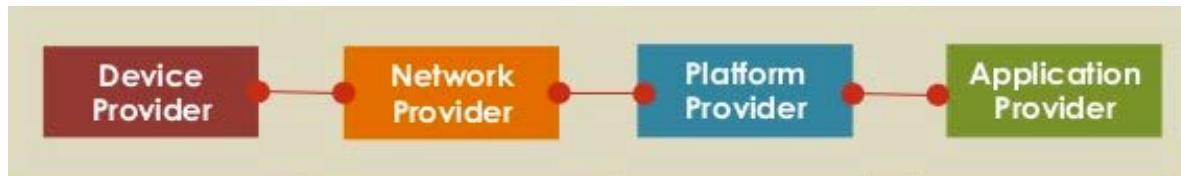


Cybersecurity

- Threats analysis
- Threats prevention
- Information security/design

- การเปิดเผยข้อมูล (Open Data)
- การเชื่อมโยงฐานข้อมูล (Big Data)
- การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (Smart Services)

การพัฒนา IoT Value Chain



- ❖ เซนเซอร์
- ❖ ชิพสมองกลฝังตัว
- ❖ โมดูลไร้สาย

- ❖ เครื่องขายอัตโนมัติ
- ❖ อุปกรณ์อัจฉริยะ
- ❖ รถอัจฉริยะ
- ❖ นาฬิกาอัจฉริยะ

- ❖ ระบบเครือข่าย
- ❖ การเชื่อมต่อและสื่อสาร
- ❖ คุณภาพการสื่อสาร
- ❖ ยานความถี่ให้บริการ

- ❖ ระบบ IoT
- ❖ แพลตฟอร์มให้บริการ
- ❖ ระบบคิดค่าบริการ
- ❖ ระบบวิเคราะห์ข้อมูล

- ❖ ระบบเชื่อมต่อกลาง
- ❖ โซลูชันแบบครบวงจร
- ❖ ระบบบริหารจัดการข้อมูล
- ❖ ระบบบริการหลังบ้าน

- ❖ ผู้ให้บริการ
- ❖ CRM & Billing
- ❖ ระบบลูกค้าสัมพันธ์

- ❖ งานบริการสำหรับผู้ซื้อ
- ❖ งานบริการสำหรับผู้ขาย

Smart City

Smart Thailand

Smart Venue

การพัฒนาและวิเคราะห์ “ต้นทุน” เช่น โครงสร้างทางกายภาพ
สถานที่ และสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในตัวเมือง โดยผสมผสานทั้งด้านกายภาพ
ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สังคมและชุมชนผู้อยู่อาศัย

Smart Service

การให้บริการภาครัฐที่จำเป็น

Smart Mobility

เน้นการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทาง
และการสัญจรในตัวเมือง

Smart Energy

การวิเคราะห์และวางแผน
การใช้พลังงานและทรัพยากร

Smart Living

สรรหาแนวทางเพื่อตอบโจทย์
การอยู่อาศัยในสังคมเมือง

การพัฒนาระบบ Public Health Care สำหรับ Smart City

โรงพยาบาล
ประจำจังหวัด

● โรงพยาบาลชุมชน/เอกชน

● ประเมินด้านสุขภาพ
● วินิจฉัยอาการและแนวโน้มการเกิดโรค
● ตรวจ วิเคราะห์ และรักษาโรค

● ศูนย์สุขภาพชุมชน/เอกชน

● ประเมินด้านสุขภาพ
● ตรวจ วิเคราะห์ และรักษาโรค

● คลินิกชุมชน/เอกชน

● ประเมินด้านสุขภาพ
● วิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพเบื้องต้น

เมือง/ชุมชน/
หมู่บ้าน

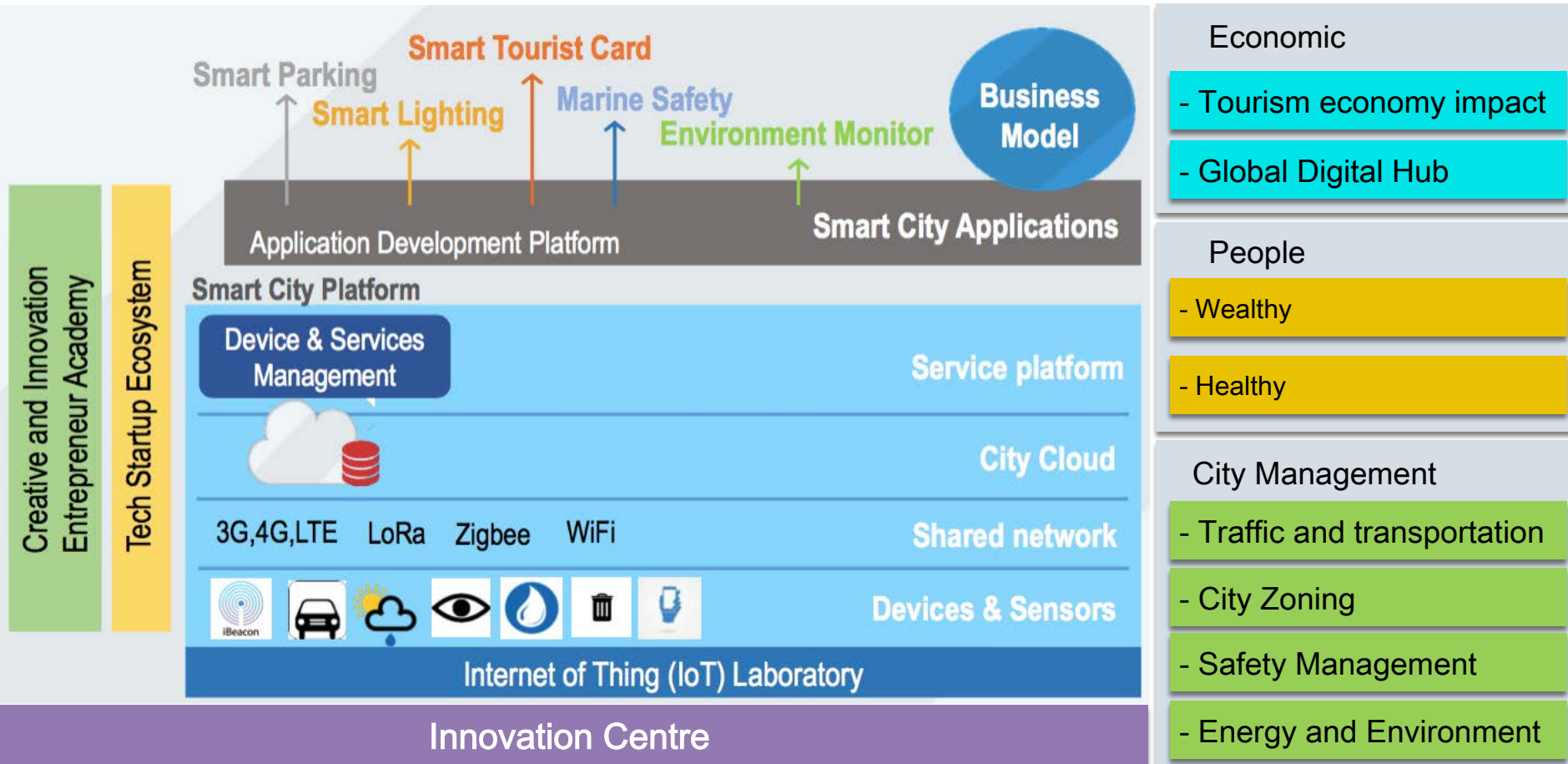
Smart City
Cloud

ข้อมูลสุขภาพจาก
การวินิจฉัยโดยแพทย์

ข้อมูลสุขภาพจาก
เครื่องมือทางการแพทย์

อุปกรณ์ตรวจวัด
ข้อมูลสุขภาพเบื้องต้น

Smart City



Possible Investors



ขั้นตอนที่ 1
โครงการนำร่อง
พร้อมใช้งาน ที่
สอดคล้องกับนโยบาย
Thailand 4.0

ขั้นตอนที่ 2
เร่งสร้างระบบ IoT
Cloud และช่องทางการ
สื่อสารพื้นฐาน
(Fiber, 3G, LoRA)

ขั้นตอนที่ 3
สร้างการเชื่อมต่อและ
แลกเปลี่ยนข้อมูล
ระหว่างระบบต่างๆ ของ
Smart City

ขั้นตอนที่ 4
ออกแบบสร้างชุดข้อมูล
จากการวิเคราะห์
อย่างเป็นระบบ

ขั้นตอนที่ 5
เปิดบริการสาธารณะ
ไปยังเมืองต่างๆ และ
ทำให้เกิด Ecosystem
ได้ในที่สุด

ภายใน 1 ปี



1. การสร้างความเข้าใจในบริบทของ Smart City
2. สร้างระบบต้นแบบที่สามารถเข้าถึงประชาชนในเมืองให้เข้าถึงได้ง่าย
3. วางโครงข่ายการสื่อสารพื้นฐานให้กับกลุ่มตัวอย่าง
4. สร้าง Community ของกลุ่มนักวิจัย ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ
5. วาง Roadmap ของระบบ IoT Smart City หลักที่ทุกเมืองต้องการ
6. MOU ร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน

ภายใน 3 ปี



1. ขยาย MOU ไปยังเครือข่ายเมืองทั่วประเทศ
2. วางโครงข่ายการสื่อสารเพื่อรองรับระบบ IOT และระบบ Cloud Data Services เต็มรูปแบบ เพื่อเป็น Information of Everything
3. จัดตั้ง Smart City Centre ของเทศบาลเพื่อให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลจัดการระบบได้เอง และมีการอบรมแก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ภายใน 5 ปี



1. สร้างโครงข่ายสื่อสารครอบคลุมไปยังหน่วยงานราชการ สถานที่ต่างๆ โรงเรียน และชุมชนบ้านเรือน
2. จัดตั้ง ASEAN Smart City Hub เพื่อดึงเครือข่ายจากภายนอกให้เข้มแข็งขึ้น
3. สร้างระบบ Digital Economy เพื่อเชื่อมโยงระบบต่างๆ ของ Smart City ให้เป็นหนึ่งเดียว
4. จัดตั้ง Metropolis Innovation Centre ในหัวเมืองใหญ่ๆ เพื่อเป็นคลัสเตอร์หลักของแต่ละภูมิภาค

กลุ่มสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ใช้ความรู้ด้านการบริการ เพิ่มมูลค่า (Creative & Culture - High Value Services)

ความหลากหลาย
หลาย
เชิงชีวภาพ



ความหลากหลาย

▪ อาหาร เครื่องแต่งกาย สมุนไพร

วิถีชีวิตเกษตร ใกล้เคียงธรรมชาติ

▪ อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้

สะท้อนความเชื่อและศาสนา

▪ ประติมากรรม วรรณกรรม พิธีกรรม

สนุกสนาน มีชีวิตชีวา

▪ ดนตรี การแสดง การละเล่น เทศกาล ประเพณี

ละเอียด พิถีพิถัน

▪ จิตรกรรม ประติมากรรม ประณีตศิลป์ สถาปัตยกรรม

มีทักษะฝีมือเชิงช่าง

▪ เครื่องจักสาน เครื่องเงินและทอง เครื่องไม้

เปิดรับและประยุกต์

▪ อาหาร วรรณกรรม ดนตรี การแสดง

เป็นกันเอง มีน้ำใจ เคารพผู้ใหญ่

▪ งานบริการ การดูแลสุขภาพ สปา โรงแรม

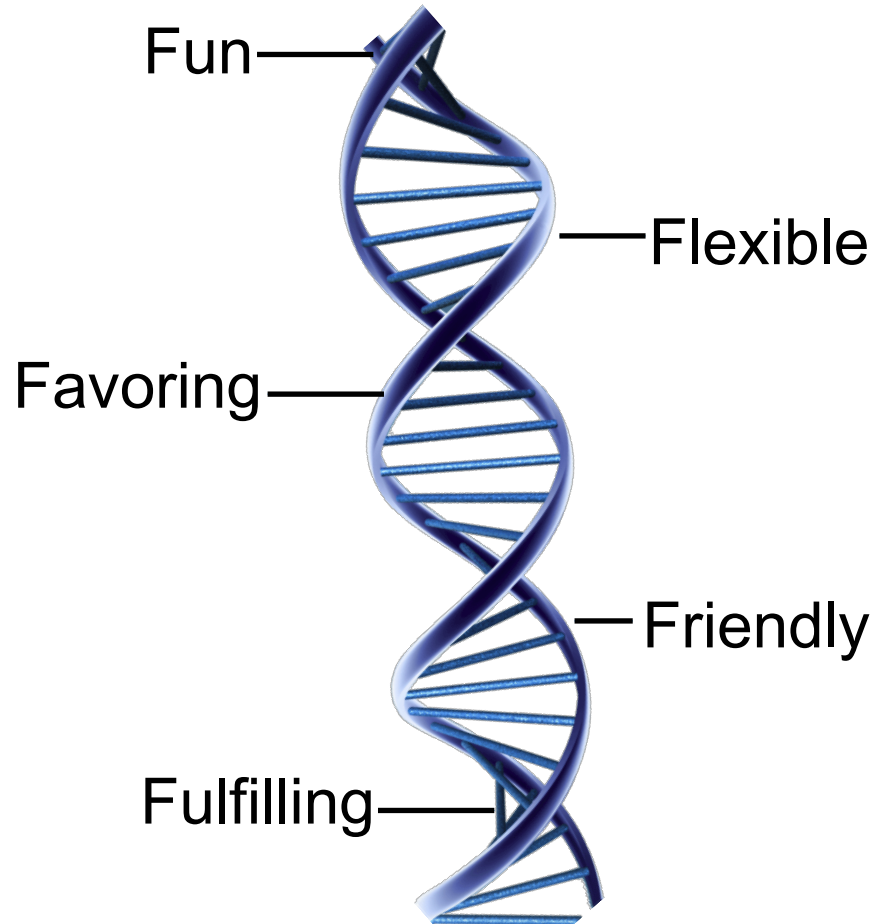
มองโลกในแง่บวก สร้างสรรค์

▪ งานออกแบบ สื่อโฆษณา ภาพยนตร์ แอนิเมชัน เกมส์

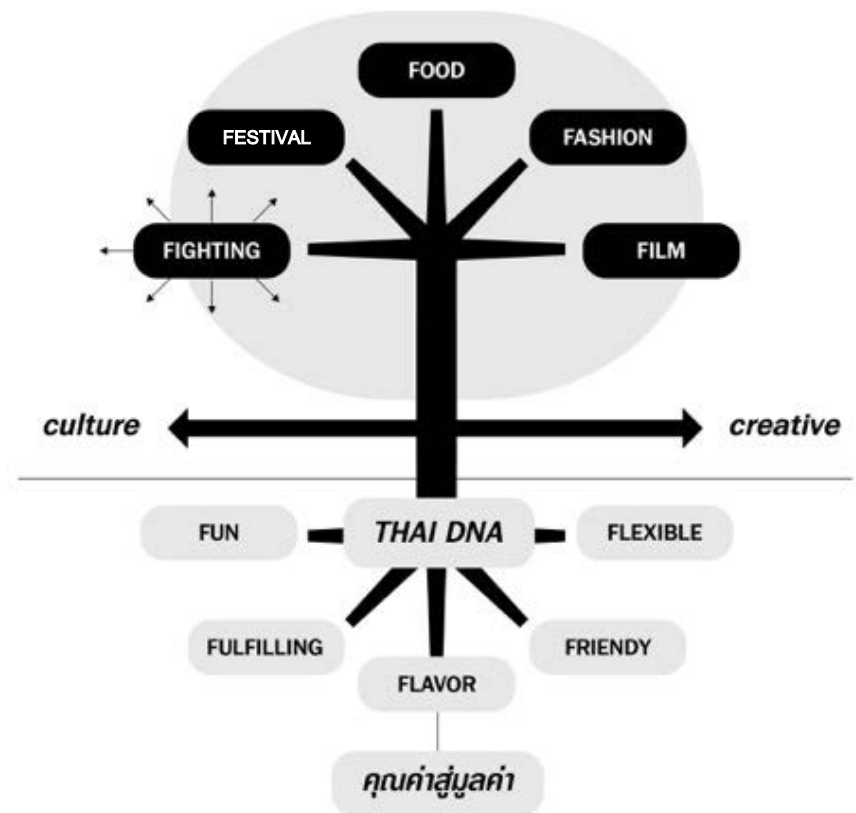
ความหลากหลาย
หลาย
เชิงวัฒนธรรม

จาก Thai DNA สู่ Thailand Creative Champions

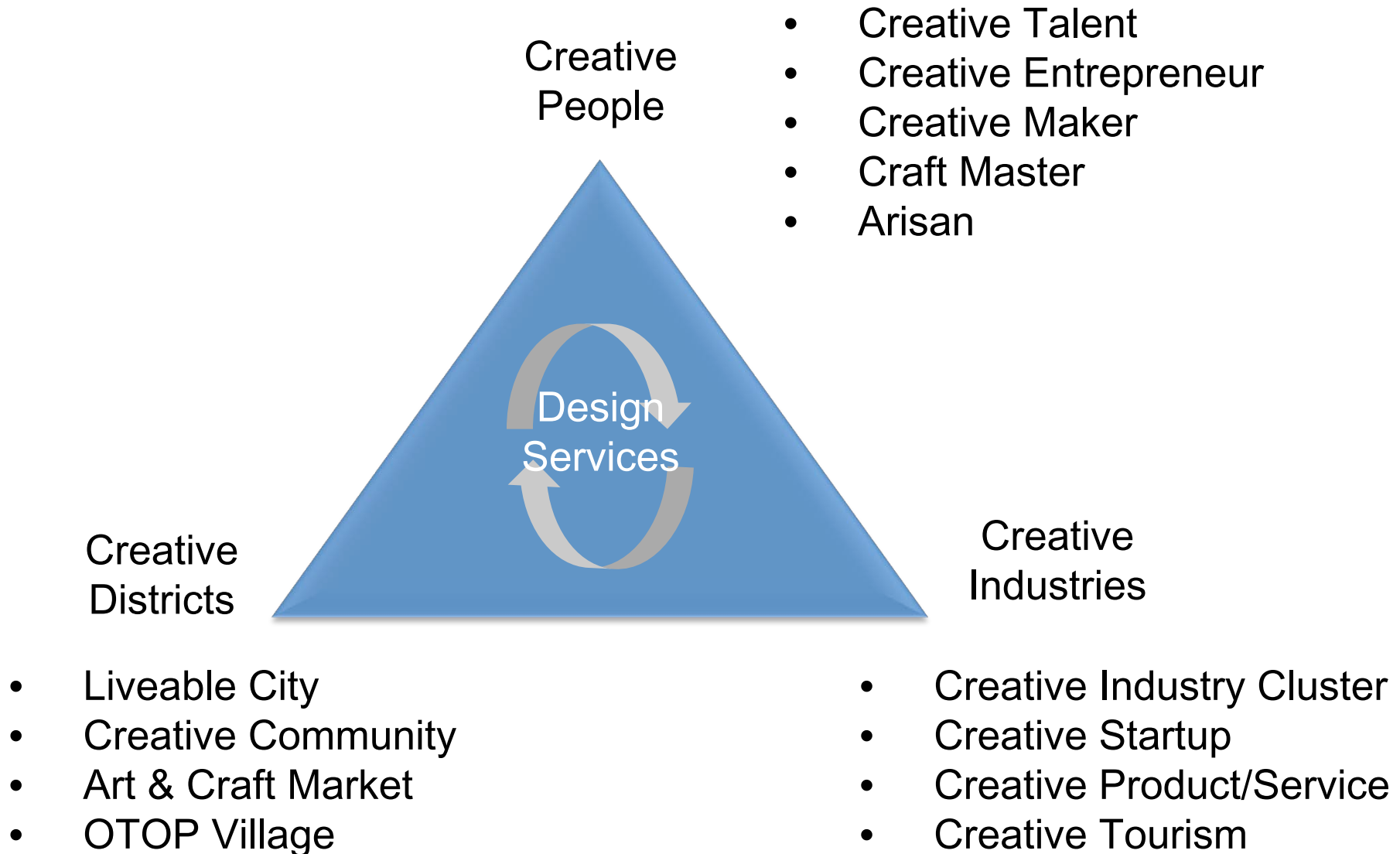
Thai DNA



Thailand Creative Champions



3 องค์ประกอบขับเคลื่อน Creative Thailand



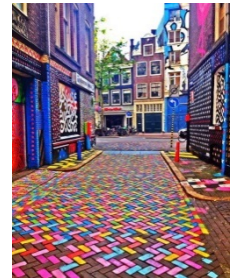
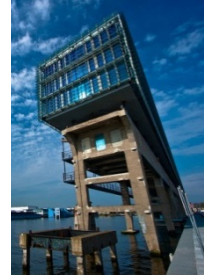
Creative District ในต่างประเทศ

ตัวอย่าง

Bilbao, Spain



Netherlands



Poland



Taiwan



Creative District ในประเทศไทย

ตัวอย่าง

กรุงเทพมหานคร



เชียงใหม่



ราชบุรี



สุพรรณบุรี



เพชรบุรี



Art and Craft Market ในต่างประเทศ

ตัวอย่าง

Center



The National Center for Craft and Design, UK



French Federation of Craft Professionals

Store



Los Angeles County Store



Kunst of Haandvaerk, Copenhagen

Festival / Street Fair
Flea Market



Montmatre, Paris



Renegade Craft Fair, Chicago

Museum
Souvenir Shop



Kennedy Museum



Louvre Museum

Craft Tourism



Kanasawa Japan



Scotland

Art and Craft Market ในประเทศไทย

ตัวอย่าง

Center



SACICT



Bang Sai Royal
Folk Arts and
Crafts Center

Store



Siam
Discovery



Propaganda
Thailand

Festival / Street Fair
Flea Market



Bangkok



Chiang Mai
Phuket

Museum
Souvenir Shop



Queen
Sirikit
Museum
of Textiles



Bangkok Art
And Culture
Center

Craft Tourism



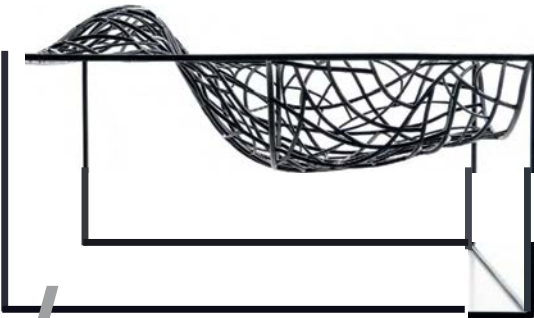
Baan
Tasawang,
Silk Village,
Surin



Baan Kang Wat
Artist Village in
Chiang Mai

Art and Craft ในต่างประเทศ

ตัวอย่าง



Art and Craft ในประเทศไทย

ตัวอย่าง



Creative Product ในประเทศไทย

ตัวอย่าง



Creative Talent ในประเทศไทย

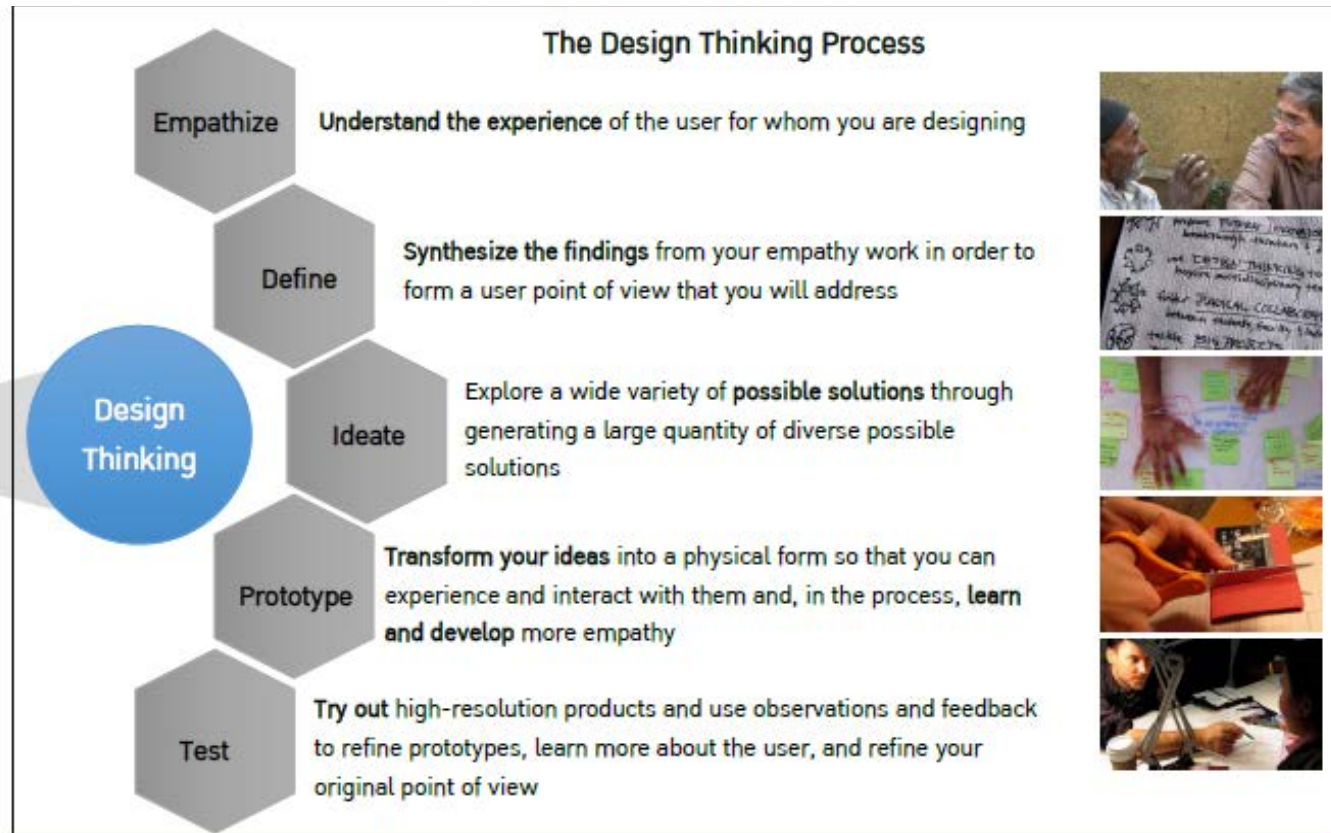
ตัวอย่าง



ใช้ Design Thinking ในการยกระดับมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจ

ตัวอย่าง

จากคุณค่า สู่มูลค่า



“ประเทศไทยเป็น Creative Hub ของอาเซียนภายในปี 2025”

ภายใน 1 ปี

- กองทุนเพื่อการพัฒนา Creative Thailand
- พัฒนา Design Service Cluster
- สร้าง Creative Academy เพื่อพัฒนา Creative Talents
- ผลักดัน 5F Campaign

“ประเทศไทยเป็น Creative Hub ของอาเซียนภายในปี 2025”

	ภายใน 1 ปี	ภายใน 3 ปี	ภายใน 5 ปี
พัฒนา Creative Startup	500 ราย	3,000 ราย	5,000 ราย
พัฒนา 1 Province, 1 Creative Products	20 จังหวัด	50 จังหวัด	77 จังหวัด
พัฒนา 1 Province, 1 Creative District	50 ชุมชน	200 ชุมชน	500 ชุมชน
พัฒนา Art & Craft Market	5 ตลาด	20 ตลาด	50 ตลาด

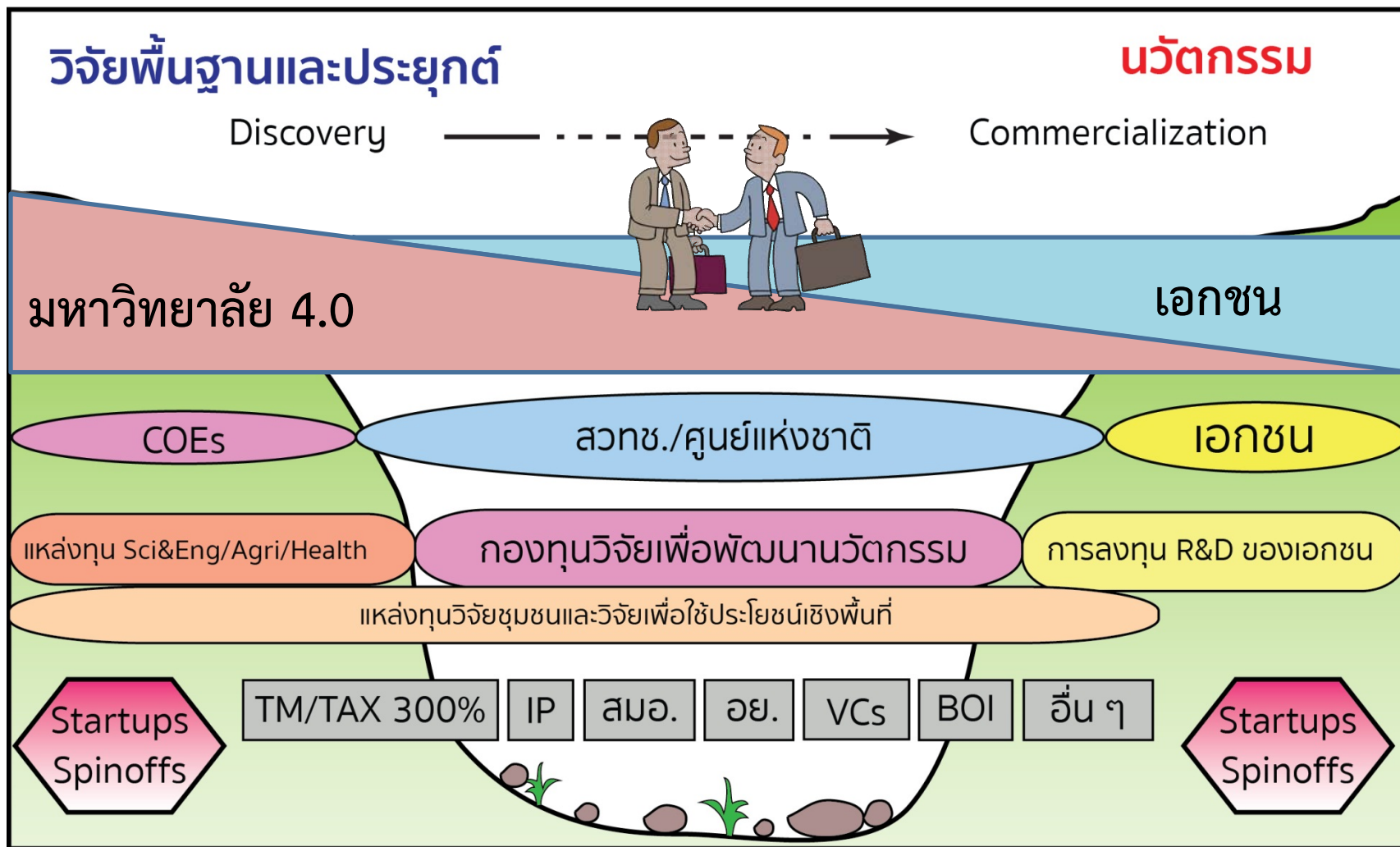
ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศน์ทางปัญญา



- 1 ปฏิรูประบบวิจัยให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม
- 2 จัดวางระบบขับเคลื่อนรายคลัสเตอร์เทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมาย
- 3 พัฒนา Innovation-Driven Collaborative Model
- 4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน เพื่อการลงทุน ในการพัฒนาเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมาย
- 5 ปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจตามประเภทของมหาวิทยาลัยให้ชัดเจน
- 6 มาตรการสนับสนุนอื่นๆ

1

ปฏิรูประบบวิจัยให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมภายใน 1 ปี



หน่วยนโยบายวิจัยของชาติ

- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ หรือ วช. เป็นหน่วยงานกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยที่ครอบคลุมทุกมิติ เน้นนโยบายวิจัยภาครัฐเป็นหลัก โยงกับการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินให้หน่วยจัดสรรทุนวิจัย ควรรับรองครุให้บริหารได้คล่องตัว เช่นเดียวกับ สวทช. ไม่ควรเป็นหน่วยราชการ
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) กำหนดนโยบายที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอันนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเน้นนโยบายการวิจัยของภาคเอกชน ขับเคลื่อนให้เกินงานวิจัย และนวัตกรรมในภาคเอกชน
- ให้มีคณะกรรมการกำกับเพียงชุดเดียว มีผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าใจงานวิจัยจากภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเอกชน (ไม่ควรเน้นกรรมการตามตำแหน่งของหน่วยงานรัฐเพราะไม่เข้าใจงานวิจัย และไม่สามารถขับเคลื่อนให้ถูกต้องทางได้)

หน่วยให้ทุนวิจัย

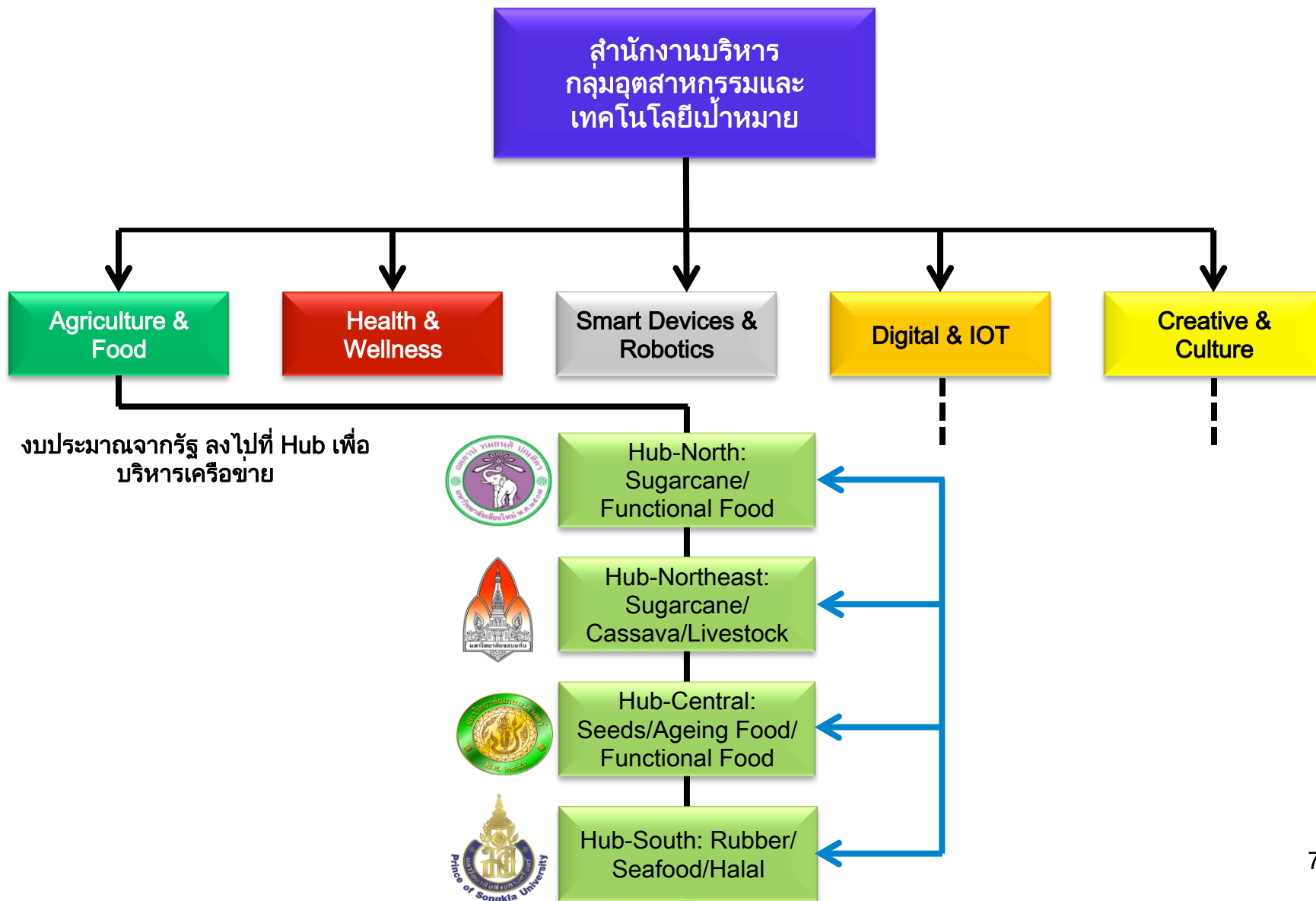
- หน่วยให้ทุนวิจัย แบ่งเป็น
 - 1) หน่วยให้ทุนด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
 - 2) หน่วยให้ทุนด้านเกษตร
 - 3) หน่วยให้ทุนด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ
 - 4) หน่วยให้ทุนด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมเชิงพื้นที่
- งบประมาณที่จัดสรรให้หน่วยให้ทุนทั้ง 4 นี้ ควรเป็น package ครึ่งละ 5 ปี ในทั้ง 4 หน่วยงานเป็นองค์กรอิสระขึ้นอยู่กับนายกรัฐมนตรี ไม่สังกัดกระทรวงใดกระทรวงหนึ่ง เพื่อให้ปราศจากอิทธิพลของการเมือง และวัฒนธรรมราชการที่เชื่องช้า ไร้ประสิทธิภาพ
- จัดตั้งกองทุนวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรม โดยรัฐและเอกชนร่วมลงทุนในสัดส่วน รัฐ:เอกชน = 30:70 โดยให้สิทธิลดหย่อนภาษีแก่เอกชนทันทีที่ลงทุนในกองทุน
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะต้องสนับสนุนทุนวิจัยในการพัฒนาชุมชนที่อยู่ในความรับผิดชอบ กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องใช้งบประมาณอย่างน้อย 5% ในการพัฒนาท้องถิ่นด้วยการวิจัย

หน่วยทำวิจัย

- มหาวิทยาลัยเน้นการวิจัยพื้นฐาน และประยุกต์ มหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ (กลุ่มมหาวิทยาลัยวิจัย) ให้ทำวิจัยต่อยอดจนสามารถสร้างต้นแบบเทคโนโลยีและรวมกับเอกชนสร้างนวัตกรรม
- สวทช. เน้นการพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างต้นแบบเพื่อส่งต่อไปภาคเอกชนนำไปผลิต รัฐลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากร ส่วนงบประมาณการวิจัยให้ขอจากภาคเอกชนเป็นหลัก

2

จัดวางระบบขับเคลื่อนรายคลัสเตอร์เทคโนโลยี/ อุตสาหกรรมเป้าหมายภายใน 6 เดือน

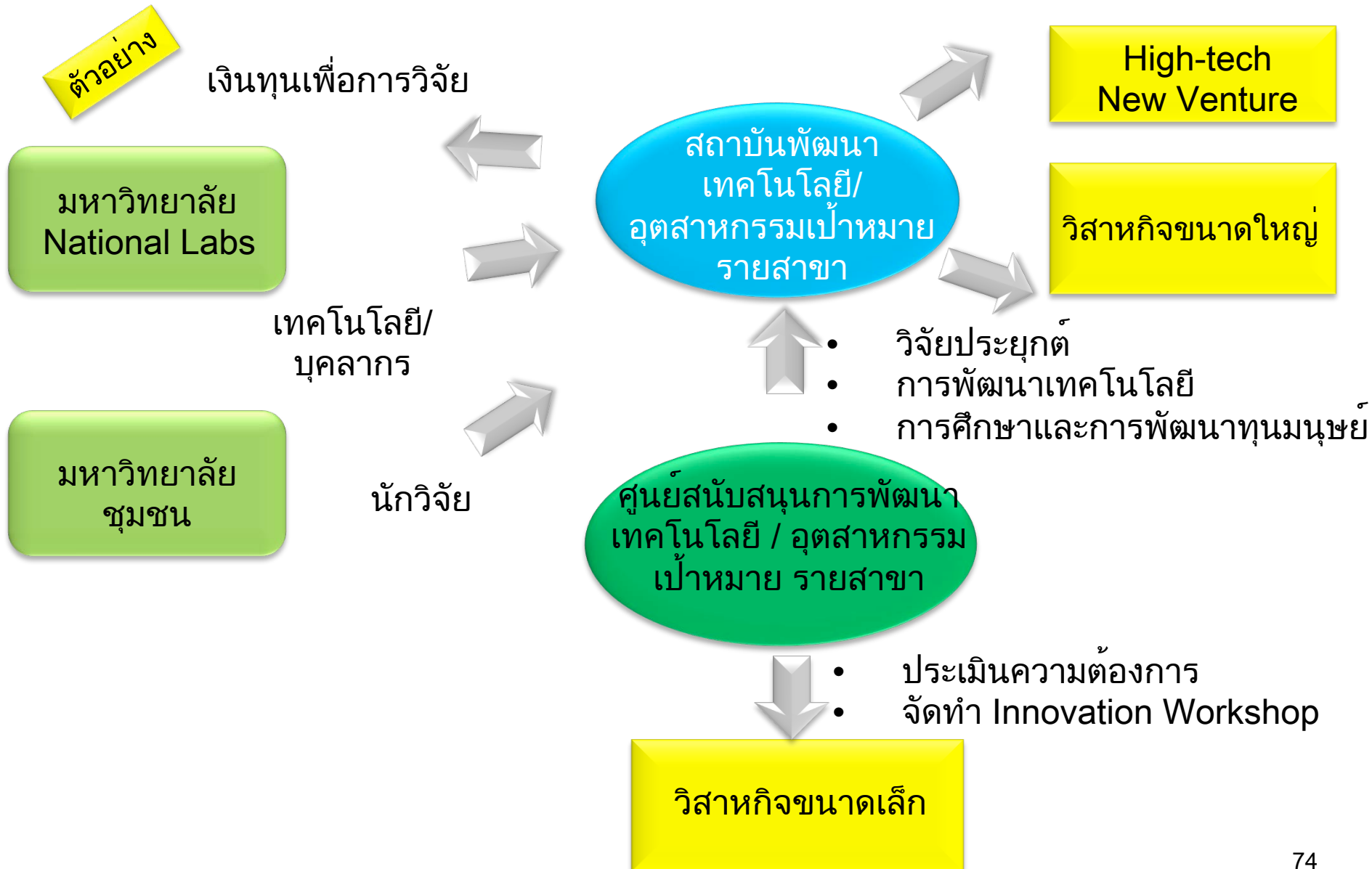


3

พัฒนา Innovation-Driven Collaborative Model ภายใน 1 ปี

- สร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย และภาครัฐ
- เชื่อมโยงเครือข่ายวิจัยและพัฒนา องค์กรความรู้ และผู้เชี่ยวชาญจากทั่วโลก
- พัฒนาระบบนวัตกรรมแบบเปิด

จัดวางระบบขับเคลื่อนรายกลุ่มอุตสาหกรรม/เทคโนโลยีเป้าหมาย



เชื่อมโยงเครือข่ายวิจัยและพัฒนา องค์ความรู้ และผู้เชี่ยวชาญจากทั่วโลก

ตัวอย่าง

- KOCCA
- KIDP
- Stanford
- D-School

กลุ่มเกษตรและอาหาร
ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ
(Food & Agriculture
– Biotech)

- Wageningen
- UC Davis
- Cornell
- Purdue

กลุ่มสร้างสรรค์ วัฒนธรรม
และบริการเพิ่มมูลค่า
(Creative & Culture
- High Value Services)

กลุ่มสุขภาพ
ใช้เทคโนโลยีชีวการแพทย์
(Health & Wellness
– Biomedical)

5 กลุ่มเทคโนโลยี/
อุตสาหกรรมเป้าหมาย

- CMU
- MIT Media Lab
- Stanford Startup Garage

กลุ่มดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตออฟติง
ใช้เทคโนโลยีสมองกลฝังตัว
(Digital & IOT
- Embedded Technology)

กลุ่มเครื่องมืออัจฉริยะและหุ่นยนต์
ใช้เทคโนโลยีเมคาทรอนิกส์
(Smart Devices & Robotics
– Mechatronics)

4

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน เพื่อการลงทุน ในการพัฒนาเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมายภายใน 1 ปี

- จัดตั้งกองทุนเพื่อการยกระดับขีดความสามารถของเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมาย
- ใช้ระบบ Program-Based Multiyear Budgeting จัดสรรเงินทุนรายเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมาย
- ตั้งกองทุนเพื่อให้เงินสนับสนุน เงินให้กู้ยืม และชดเชยดอกเบี้ย (Performance Based Conditional Grants & Subsidies)
- พัฒนา Multilayered Capital Markets เพื่อสนับสนุนการรังสรรค์นวัตกรรม และ Startups
- ส่งเสริม Capability-Based Investment

ปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจตามประเภทของมหาวิทยาลัย ให้ชัดเจนภายใน 1 ปี

มหาวิทยาลัยวิจัย

เป็นแกนนำของเครือข่าย เน้นการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ การสร้างนวัตกรรมขั้นสูง สร้างกำลังคน ตอบสนองวาระของชาติ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีผลงานวิจัยที่มีคุณภาพในระดับนานาชาติ สร้าง Research Consortium เฉพาะด้าน เพื่อรองรับการ ลงทุนจากภาครัฐ และเอกชน

มหาวิทยาลัยเฉพาะทาง

เน้นเน้นการวิจัยและนวัตกรรม รวมทั้งสร้างกำลังคนเฉพาะทางที่เชี่ยวชาญ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องที่สอดคล้องกับ 5 กลุ่มเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเพื่อชุมชน

เน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหรือพื้นที่ให้มีศักยภาพสูงขึ้น ผลักดันให้จังหวัดต่าง ๆ พัฒนาเป็น “จังหวัด 4.0” เป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยที่เน้นการวิจัยเพื่อสร้างศักยภาพของชุมชน และพื้นที่

การประเมินมหาวิทยาลัย

- ให้มีอันดับโลกที่ดีขึ้นใน QS หรือ THE
- ดูจากผลงานวิจัยตีพิมพ์ หรือสิทธิบัตร รวมทั้งนวัตกรรมที่นำไปถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์ คุณภาพบัณฑิต และการมีงานทำ ความพึงพอใจของนายจ้าง รวมทั้งอันดับในภูมิภาคอาเซียนดีขึ้น
- งานวิจัยที่มีประโยชน์ต่อชุมชนและพื้นที่ คุณภาพบัณฑิต และการมีงานทำ ความพึงพอใจของนายจ้าง

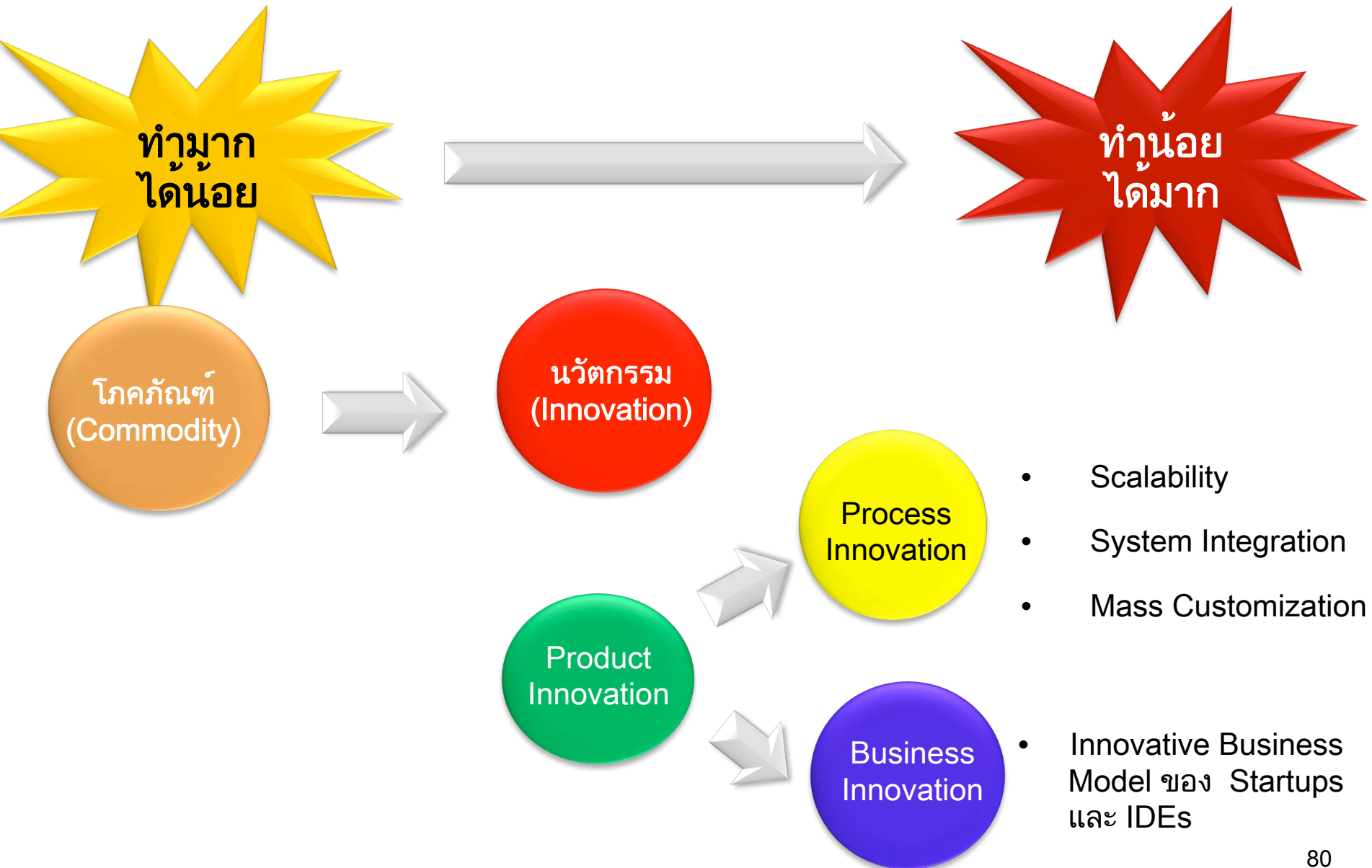
ปลดล็อกข้อจำกัดและผลักดันมาตรการสนับสนุนอื่น ๆ ให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี

- ผ่อนปรนระเบียบในร่าง พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เพื่อใหมหาวิทยาลัยมีความคล่องตัวในการใช้จ่ายงบประมาณตามระเบียบเงินรายได้ของมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมให้ทันสมัย
- แก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมในประเทศ เช่น พ.ร.บ. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม (Bayh-Dole Act)
- ปฏิรูปกระบวนการด้านการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
- ปฏิรูปกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐานหรือคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น อย. สมอ.
- ยกเว้นภาษีนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์การวิจัย
- เร่งกระบวนการพิจารณาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ขึ้นทะเบียนนวัตกรรมไทย
- สร้าง Career Path สำหรับบุคลากรในตำแหน่งนักวิจัย

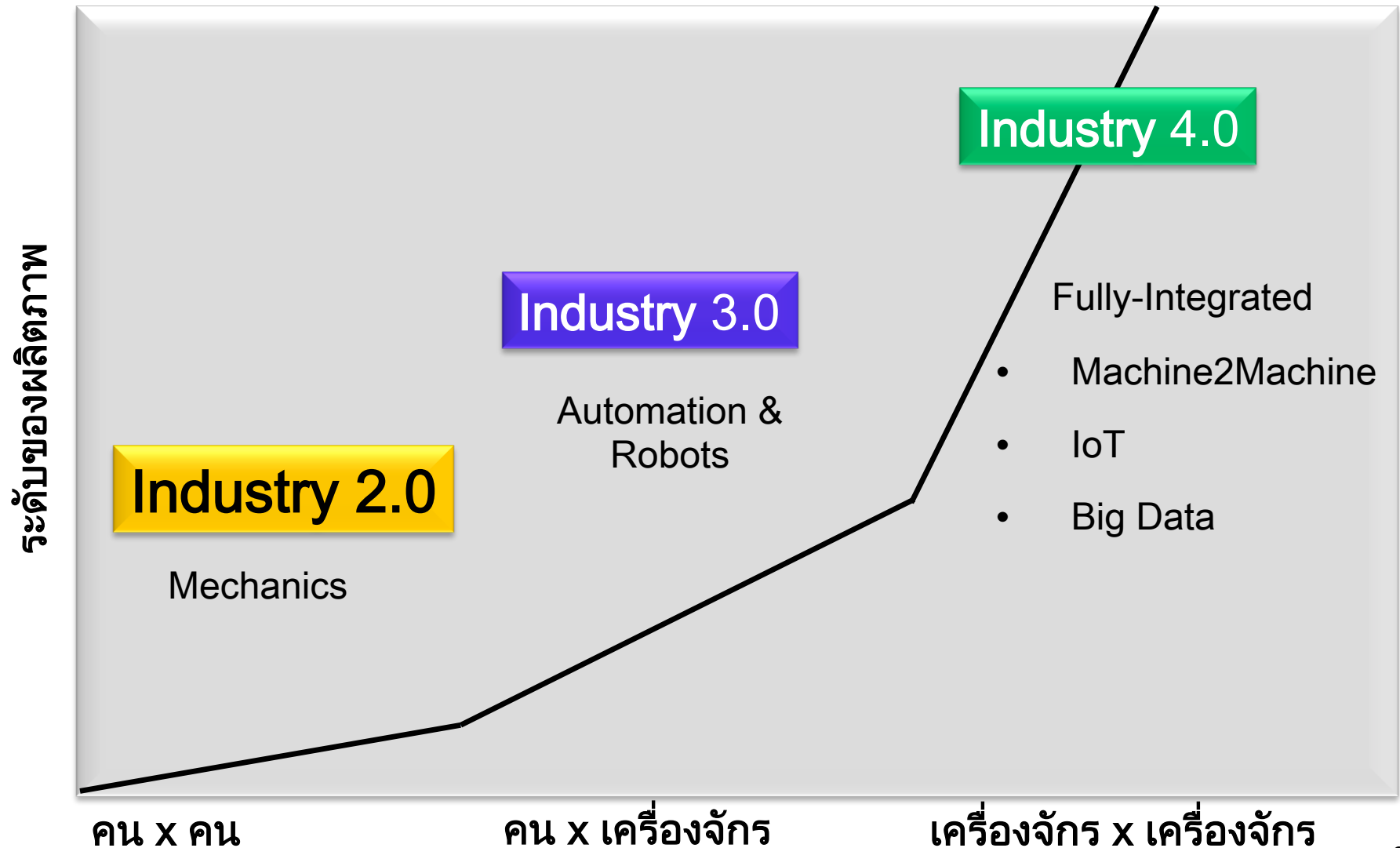
บ่มเพาะผู้ประกอบการ
และพัฒนาเครือข่าย
วิสาหกิจที่ขับเคลื่อน
ด้วยนวัตกรรม

Cluster of
Innovation- Driven
Enterprises

ปรับเปลี่ยนจาก “ทำมากได้น้อย” เป็น “ทำน้อยได้มาก”



Process Innovation: ส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านวิสาหกิจสู่ Industry 4.0



ส่งเสริมการสร้างสรรค์ Business Innovation ในวิสาหกิจไทย

ธุรกิจการค้า

- From branded boutiques to online marketplaces
- Amazon
- Positive Luxury
- Aussie Farmers Direct
- Trader Joe's

สุขภาพ

- Increasingly personal, predictive and positive
- More individual and intelligent wellbeing
- 23and Me
- Organova
- Epocrates
- Intuitive Surgical

แฟชั่น

- Harnessing technology and data to enable high performance
- Toms
- Rapha
- Patagonia
- Ashmei

การท่องเที่ยว

- Driven by new business models, new categories and extreme experiences
- Zipcars
- Air Asia
- Virgin Galactic
- Red Bus

อาหาร

- Delivering more rich and authentic experiences, supported by premium brands and new business models
- Nespresso
- Zespri
- Moa Beer
- LA Organic

Makers

- Become smart and on-demand
- Responsive to global aspirations of connected markets and customized to local needs
- Tesla
- GE
- 3D Hubs
- Space X

การขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม

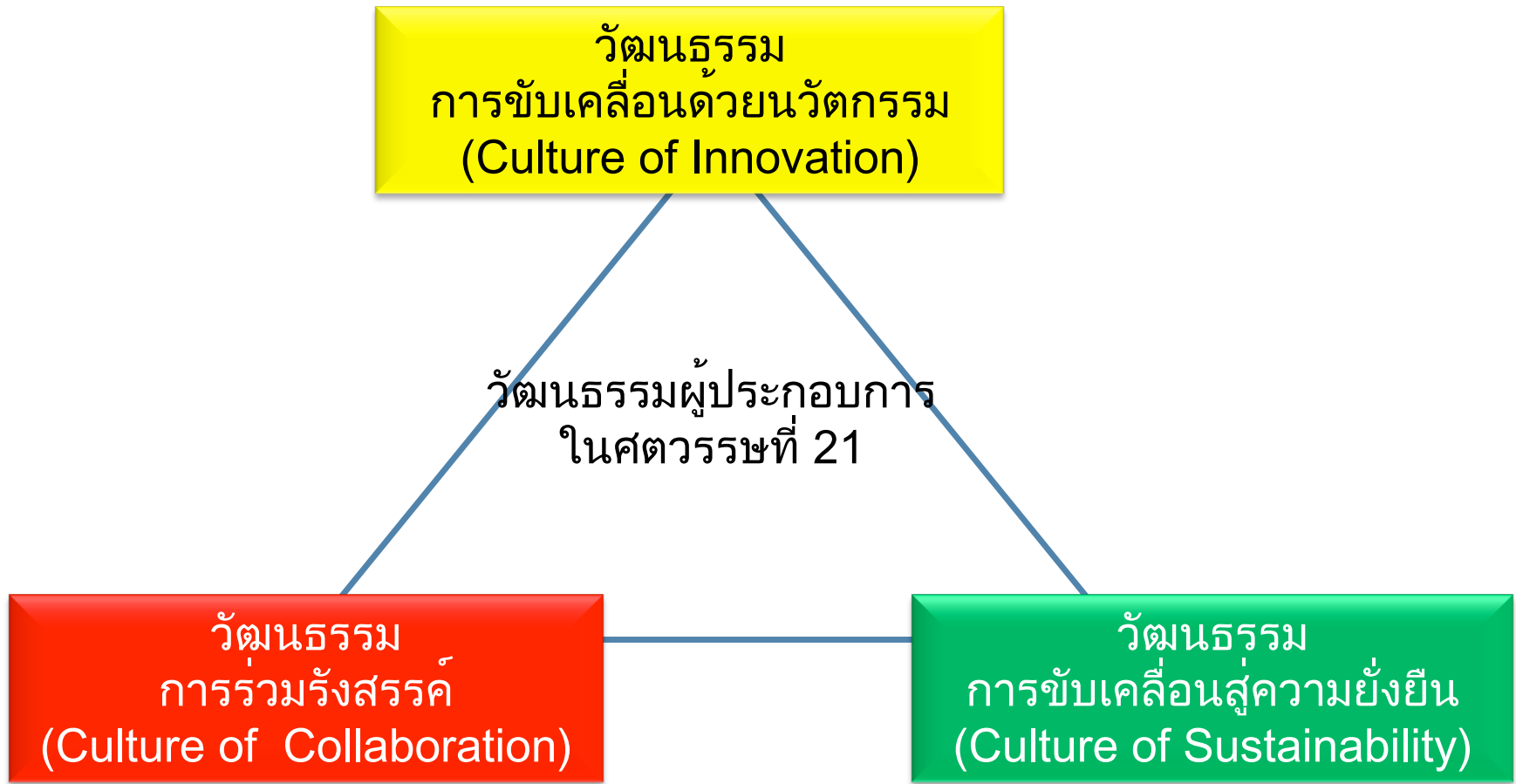
- สัดส่วนสินค้าโภคภัณฑ์ : สินค้านวัตกรรม
จาก 90 : 10 ในปัจจุบัน เป็น 60 : 40
ภายใน 5 ปี



เป้าหมาย

- สัดส่วน Product Innovation : Process/
Business Innovation
จาก 90 : 5 : 5 ในปัจจุบัน เป็น 40 : 30 : 30
ภายใน 5 ปี

บ่มเพาะ 3 วัฒนธรรมผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21 ภายใน 1 ปี



บ่มเพาะวัฒนธรรมการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Culture of Innovation) เพื่อเปลี่ยนจาก “ทำมากได้ น้อย” เป็น “ทำน้อยได้มาก”

Culture of Innovation

Ordinary Enterprises

- Value Added
- Individuals
- Propensity to Imitate
- Following the Rule of the Game
- Keeping Status Quo
- Replicating

Smart Enterprises

- Value Creation
- Co-creation
- Propensity to Innovate
- Change the Rule of the Game
- Responding to Change
- Re-conceiving

บ่มเพาะวัฒนธรรมการร่วมรังสรรค์ (Culture of Collaboration) ผ่านการพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง รวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง

Culture of Collaboration



บ่มเพาะวัฒนธรรมการขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน (Culture of Sustainability) ผ่านการพัฒนาอย่าง สมดุลใน 4 มิติ

Culture of Sustainability



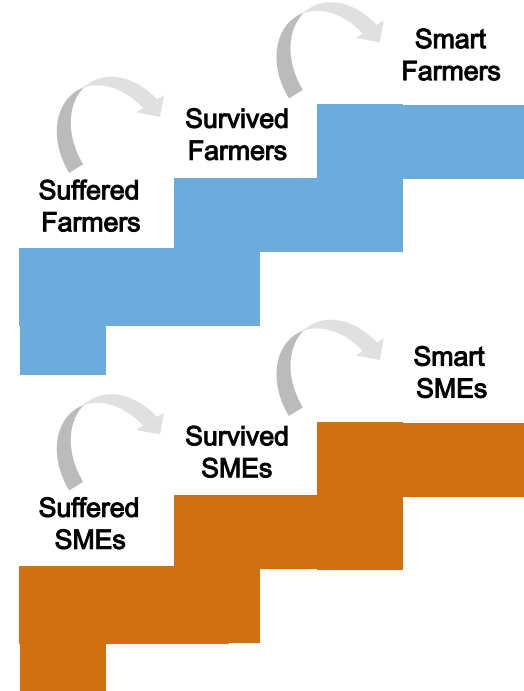
4 กลุ่มเป้าหมายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

กลุ่มวิสาหกิจเกษตรสมัยใหม่
(Smart Farmers)

กลุ่มวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วย
นวัตกรรม (Smart SMEs)

กลุ่มวิสาหกิจบริการมูลค่าสูง
(High Value Services)

กลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น
(Start-Ups)



Traditional Services



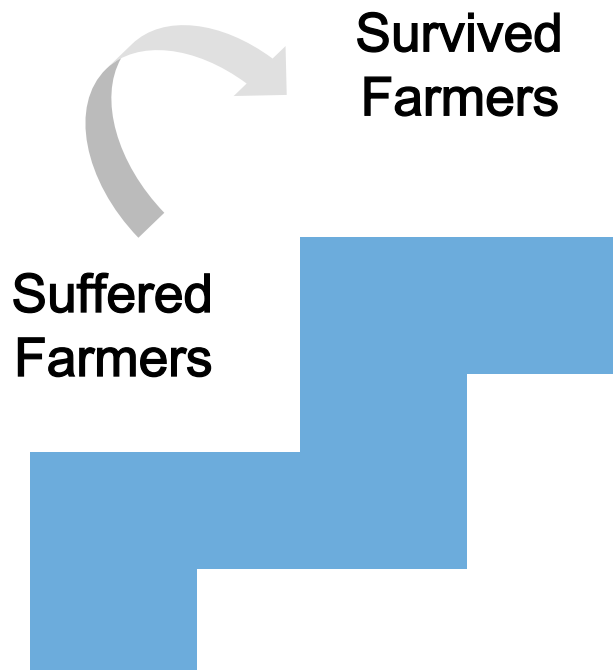
High Value Services

คุณค่าของความคิด



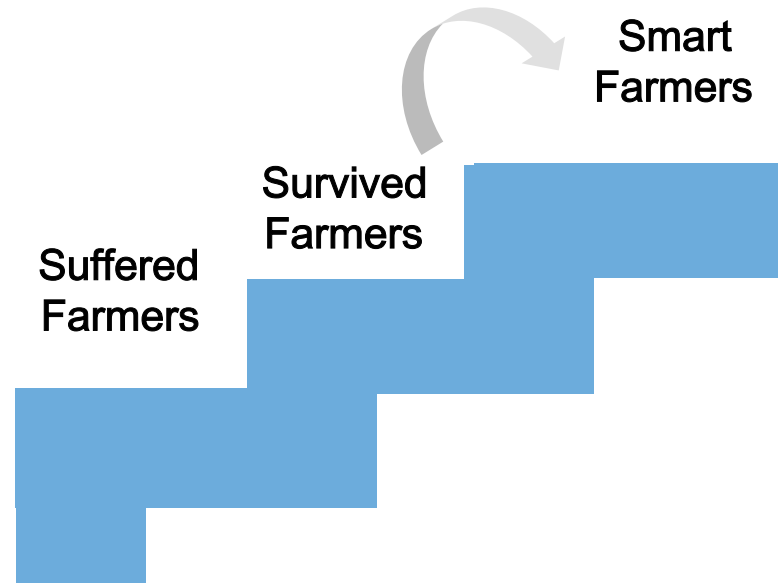
มูลค่าทางธุรกิจ

เปลี่ยน Suffered Farmers เป็น Survived Farmers ภายใน 1 ปี



- พักหนี้เกษตรกร
- รวมนาแปลงใหญ่
- ส่งเสริมเครื่องมือกับเกษตรกร
- ดูแลระดับราคาพืชผลเกษตร
- แปรรูปสินค้าเกษตรขั้นต้น
- ขยายตลาดกลางสินค้าเกษตร
- เชื่อมโยงสินค้าเกษตรสู่ตลาดโดยภาครัฐ
- ปฏิรูประบบสหกรณ์
- ส่งเสริมโครงการ “คนกล้าคืนถิ่น”

เปลี่ยน Survived Farmers เป็น Smart Farmers ภายใน 3 ปี



กองทุน

- กองทุนเพื่อยกระดับขีดความสามารถภาคเกษตร
- กองทุนเพื่อสร้างผู้ประกอบการการเกษตรในพื้นที่

เสถียรภาพราคา

- ระบบประกันราคาพืชผลเกษตร
- ยกเครื่องตลาดซื้อขายล่วงหน้าสินค้าเกษตร
- พัฒนาลาดออนไลน์สินค้าเกษตร

เปลี่ยน Survived Farmers เป็น Smart Farmers ภายใน 3 ปี(ต่อ)

Digital Agriculture

- Big Data ทางการเกษตร
- Cloud Services สำหรับภาคเกษตร
- Precision Technologies
- Mechanization, IOT ภาคเกษตร

Spring* ภาคเกษตร

- สร้างนวัตกรรมเกษตรและอาหาร
- เพิ่มคุณภาพผลผลิต ความปลอดภัย (Food Safety) การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)

องค์ความรู้และ การบริหารจัดการ

- Smart Farmer Academy
- ฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการ ตลอดจนถึงเรื่องความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม
- ปฏิรูปตลอดสายจากห่วงโซ่การผลิตถึงห่วงโซ่ผู้บริโภค
- การบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบด้วยเทคโนโลยี

Agribusiness, Microcluster

- ส่งเสริม Startup ภาคเกษตร
- พัฒนาคัลสเตอร์ภาคบริการด้านเกษตร
- พัฒนาการท่องเที่ยวภาคเกษตร

พัฒนา Agribusiness, Microcluster

ตัวอย่าง

สนับสนุนภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมการแปรรูป และภาคบริการ (การตลาด การขนส่ง และโลจิสติกส์ ระบบการจำหน่าย) เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ การจ้างงาน การสร้างรายได้ ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ เกิดเป็น “Agri-Business, Microcluster” ในพื้นที่

Microcluster

- เกิดเป็นชุมชน Agri-Business
- สามารถเชื่อมต่อระหว่างเมือง และชุมชน โดยผ่าน Green Tourism
- เกิดการสร้างงานให้กับสุขภาพสตรี

Agribusiness

- สร้างตลาดของสินค้าเกษตรที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิต แปรรูปและบริการ
- เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตการเกษตร
- พัฒนารัฐกิจการเกษตรที่หลากหลาย
- เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

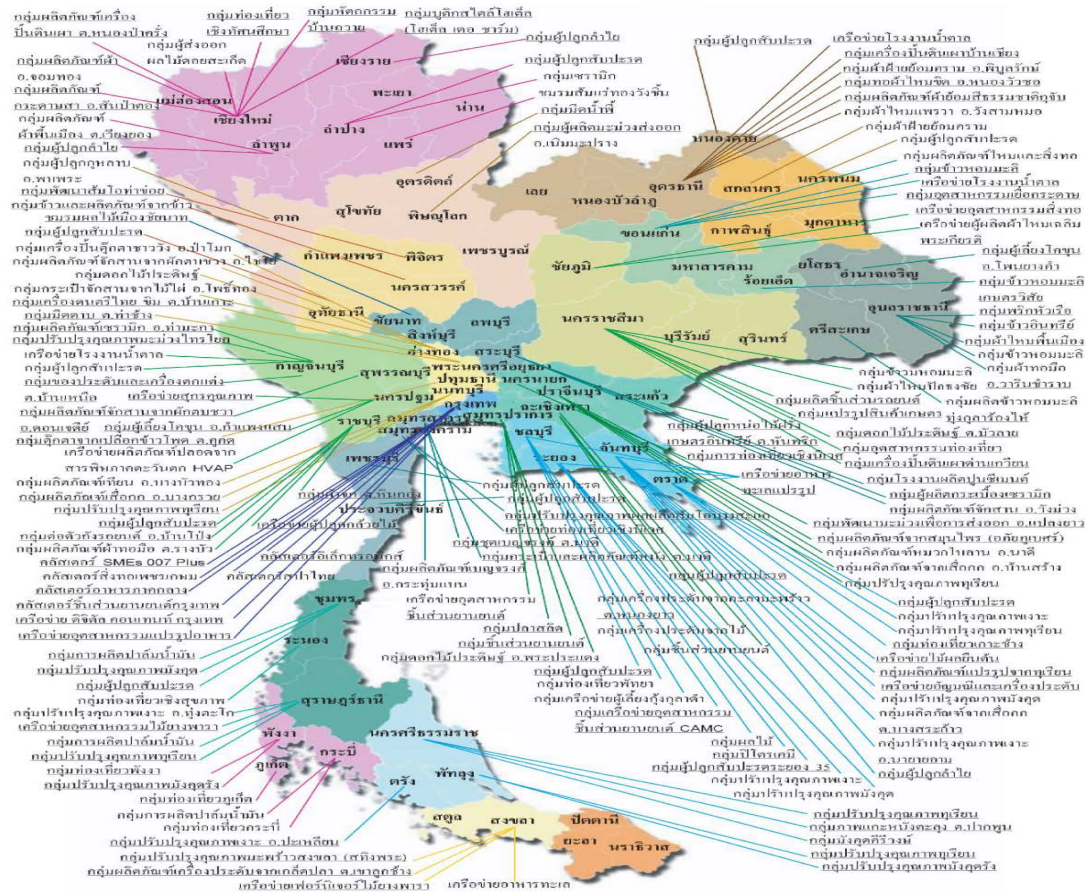
Smart Farmers

เป้าหมาย

ภายใน 1 ปี	ภายใน 3 ปี	ภายใน 5 ปี
ต้นแบบ 100 ราย	1,000 ราย	5,000 ราย

Microcluster Map

ภาพประกอบแสดงถึงพื้นที่ที่มีกลุ่มการผลิตและบริการต่างๆ



เป้าหมาย

ภายใน 1 ปี

100 แห่ง

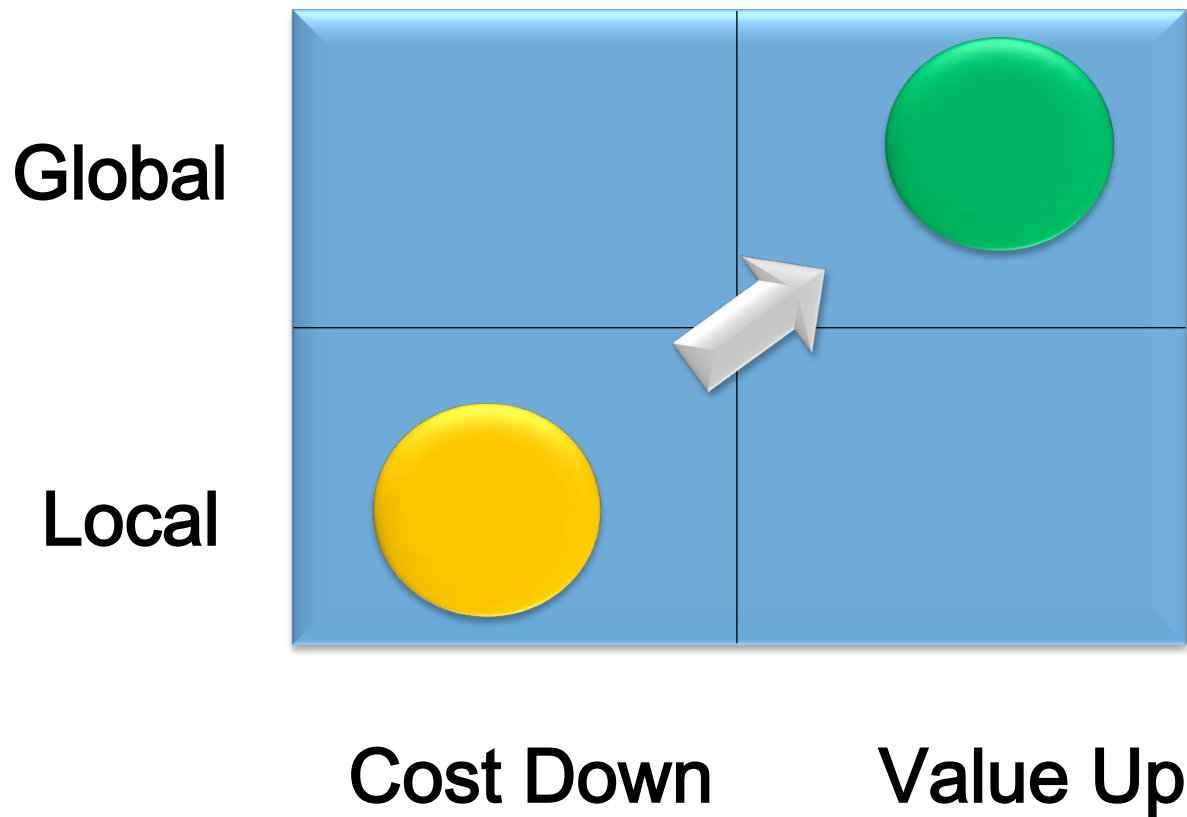
ภายใน 3 ปี

500 แห่ง

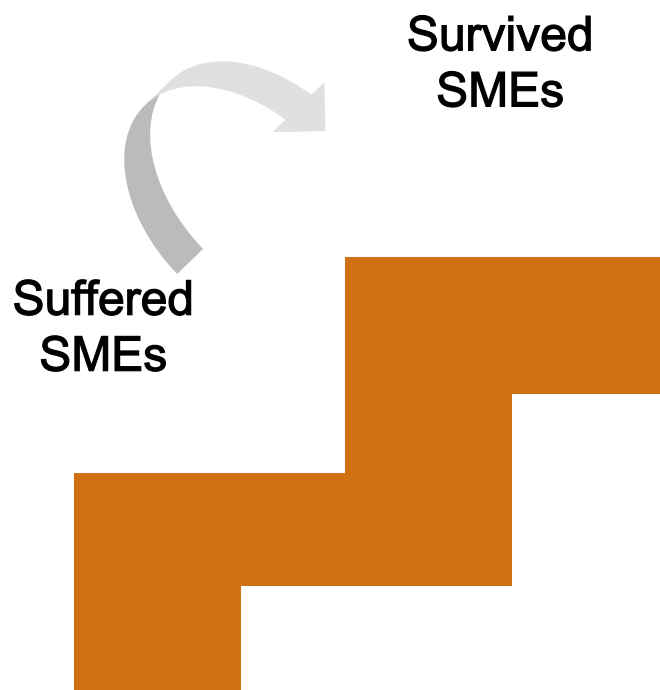
ภายใน 5 ปี

1,000 แห่ง

Roadmap การพัฒนาสู่ Smart SMEs

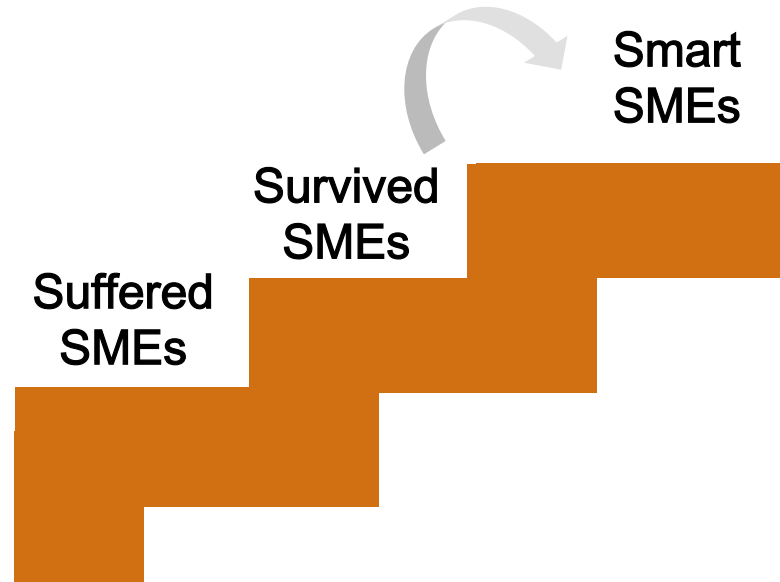


ปรับเปลี่ยนจาก Suffered SMEs สู่ Survived SMEs ภายใน 1 ปี



- ฟื้นฟู SMEs ที่มีศักยภาพ ผ่านโครงการ Rescue SMEs
- Ease of Doing Business
- บูรณาการ Funding & Sourcing
- จัดตั้ง One Stop Service สำหรับ SMEs
- ขยายผลโครงการฟู้จิ้งน่องโดยภาครัฐ
- ให้แต้มต่อ SMEs ในโครงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- ส่งเสริมการทำตลาดในต่างประเทศผ่านโครงการ SME Proactive
- พัฒนา Regional Sourcing/Value Chain

ปรับเปลี่ยนจาก Survived SMEs สู่ Smart Enterprises ภายใน 5 ปี



กองทุน

- กองทุนเพื่อยกระดับขีดความสามารถสู่ IDEs
- ส่งเสริม SMEs Investment Companies
- Venture Capital

องค์กร สนับสนุน

- สถาบันพัฒนาเทคโนโลยี/อุตสาหกรรมเป้าหมายรายสาขา
- Incubator, Accelerator

ปรับเปลี่ยนจาก Survived SMEs สู่ Smart SMEs ภายใน 5 ปี (ต่อ)

การยกระดับ ขีดความสามารถ

- Spring* สำหรับ SMEs
- พัฒนา Service Oriented Supporting Industries (อาทิ Service Design, Machine Tools, Logistics Service Providers, Information Services, etc.)
- Digital Transformation สำหรับ SMEs
- Open Innovation สำหรับ SMEs
- SMEs Big Data
- ส่งเสริมให้ SMEs ลงทุนใน R&D

เครือข่าย ความร่วมมือ

- Global Collaborative Network & Partnerships
- สร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคเอกชน

องค์ความรู้ และการบริหารจัดการ

- จัดตั้ง Entrepreneurial Academy
- พัฒนาโปรแกรม e-Learning สำหรับ SMEs
- พัฒนาทักษะสำหรับคลัสเตอร์เทคโนโลยี/อุตสาหกรรมแห่งอนาคต

ขับเคลื่อน SMEs Digital Transformation เพื่อก้าวสู่ Industry 4.0 ภายใน 10 ปี

ตัวอย่าง



ส่งเสริมพัฒนาการให้บริการอุตสาหกรรม
(Supply Side)

- ส่งเสริมและพัฒนา High Skilled Talents (Industrial Service Provider)
- ถ่ายทอดเทคโนโลยี
- Reverse Engineering
- พัฒนา System Integrator

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
และกฎระเบียบ (Infrastructures)

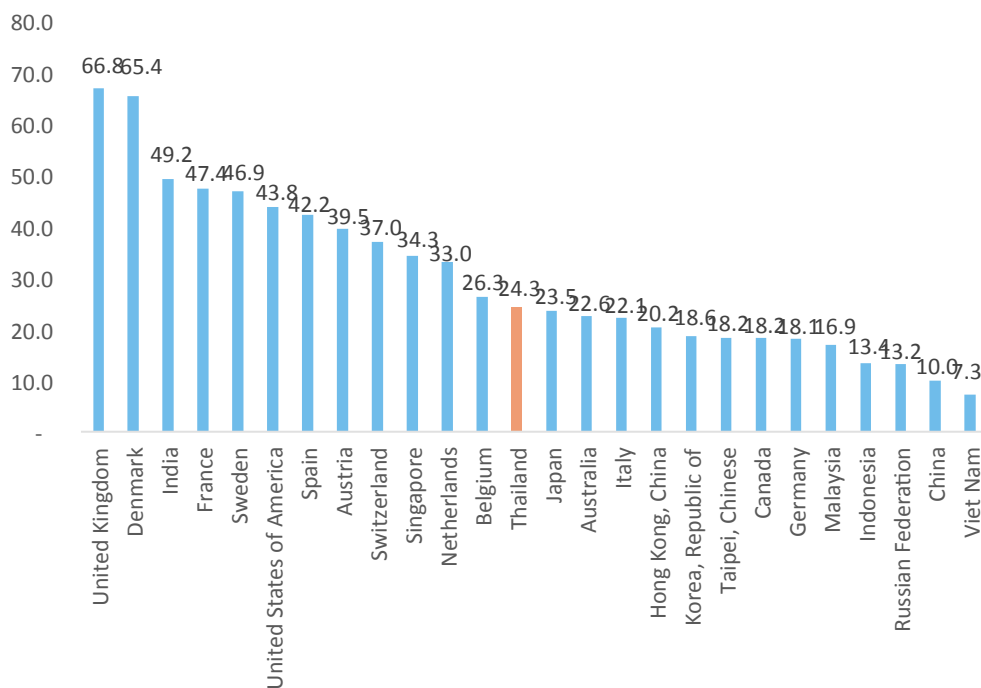
- ปรับโครงสร้างสถาบันของรัฐ อาทิ ปรับ TGI เป็น สถาบันเครื่องจักรกลอัตโนมัติในการผลิต (Manufacturing Automatic and Robotic Institute : MARI) และองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- ปรับมาตรการทางภาษีต่างๆ
- ยกกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงาน
- สนับสนุนสาธารณูปโภคด้าน Software และ ICT

แหล่งสนับสนุนเงินทุนแก่ SMEs (Funding)

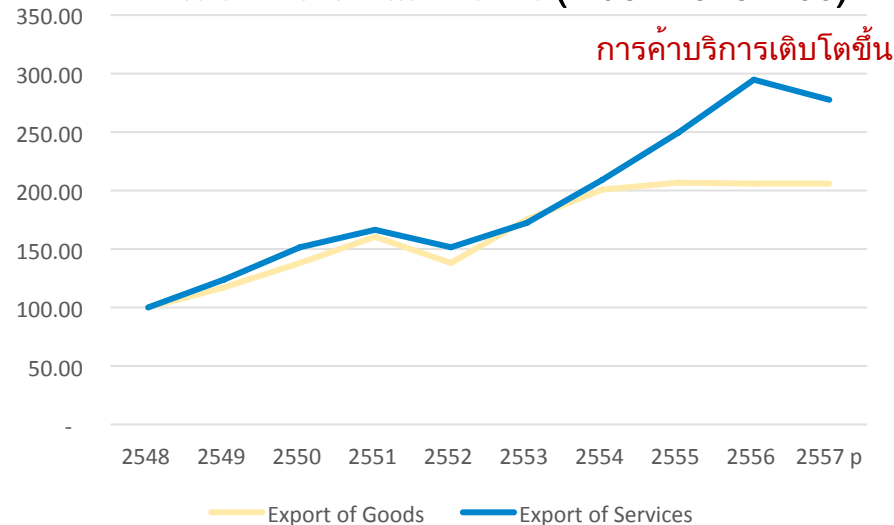
- แหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs ในการยกระดับ อุตสาหกรรม ให้มีมากที่จะเปลี่ยนแปลงผลผลิตของชาติได้
- การให้สินเชื่อ Softloans ในการเปลี่ยนผ่านสู่ Industry 4.0

กลุ่มวิสาหกิจบริการมูลค่าสูง (High Value Service Businesses)

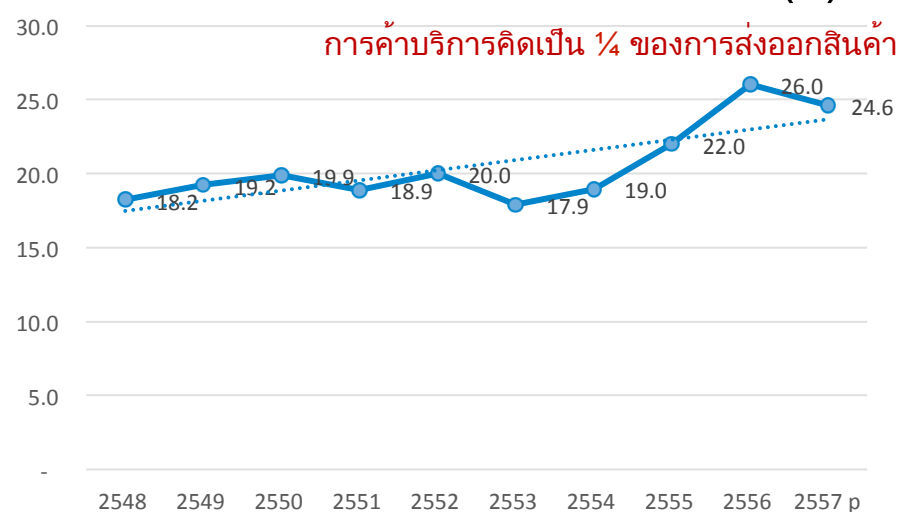
โครงสร้างการส่งออกภาคบริการของไทย



การส่งออกสินค้าและบริการ (Index 2548=100)



อัตราส่วนของส่งออกบริการต่อส่งออกสินค้า (%)



ส่งเสริม 6 คลัสเตอร์บริการ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น



บริการด้านสุขภาพ และการแพทย์ Wellness & Medical Services

บริการด้านการแพทย์ - การรักษาแบบพิเศษ
อาทิ ทันตกรรม ศัลยกรรม การผ่าตัด
สุขภาพและความงาม - สปา สมุนไพร ความงาม
บริการผู้สูงอายุ



อุตสาหกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative Economy Industry

คอนเทนต์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - หนังสือ/
บรอดแคสต์ แอนิเมชัน เกม ซอฟต์แวร์
โฆษณา การจัดงาน (Event)
การออกแบบ - สินค้า แฟชั่น กราฟฟิค
สถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน

โลจิสติกส์การค้า และการอำนวยความสะดวก Trade Logistics & Facilitation



ภูมิภาค - อาเซียน/โลก
ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (LSP)
องค์ประกอบในด้านโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่ม
ขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจไทย

6 คลัสเตอร์ บริการเป้าหมาย



ธุรกิจดิจิทัล Digital Business

สตาร์ทอัพ, แพลตฟอร์ม
ออนไลน์



บริการที่สนับสนุนการค้า Trade Supporting Services แพ็คเกจจิ้ง สิ่งพิมพ์ IT ข้อมูลข่าวสาร



บริการเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาและอื่น ๆ Institutional Services & Related

การศึกษา การบริหารกิจการการให้บริการ
การโรงแรม การเลี้ยงรับรอง
การบริหารจัดการองค์กร สถาบันความรู้
การสร้างสรรค์ต่าง ๆ

พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ของ 6 คลัสเตอร์บริการเป้าหมาย ภายใน 3 ปี

- ส่งเสริมการลงทุนใน 6 คลัสเตอร์บริการเป้าหมาย
- จัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนา 6 คลัสเตอร์บริการเป้าหมาย
- ส่งเสริม Incubator และ Accelerator สำหรับ High Value Service Startup

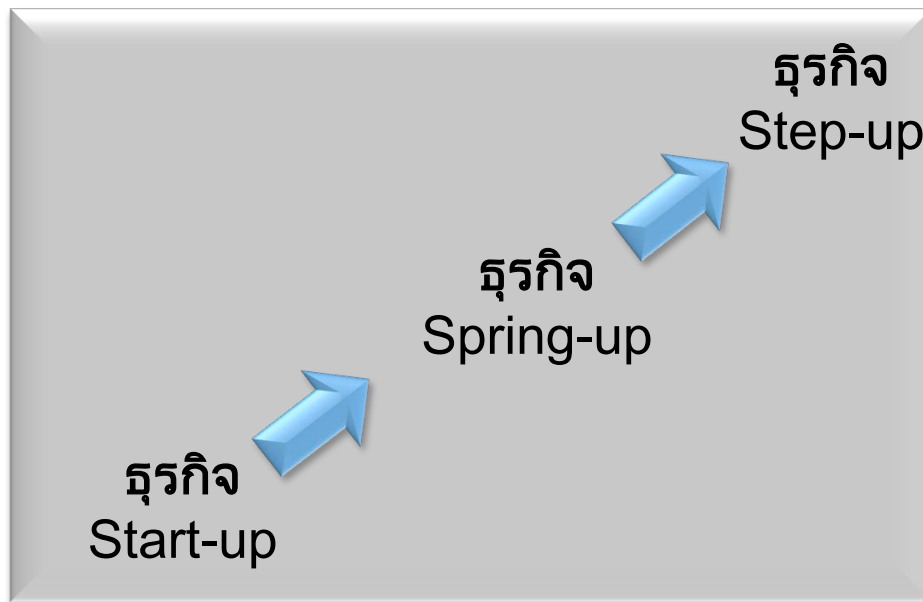
- กำหนดมาตรฐานในการให้บริการใน 6 คลัสเตอร์บริการเป้าหมาย

- จัดตั้ง Service Innopolis
- พัฒนา Service Design Cluster เพื่อสนับสนุน High Value Services
- สร้าง Global Collaborative Network ใน 6 คลัสเตอร์บริการเป้าหมาย

- พัฒนาและขยาย 4 Modes of Supply
- สร้าง Global Market Network ใน 6 คลัสเตอร์บริการเป้าหมาย

Roadmap การพัฒนา Startups

ผลักดันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงและปลายทางการลงทุน Startups อาเซียน



สนับสนุนด้านการเงินและลดความเสี่ยง (Finance and Risk Capital)

ส่งเสริมศักยภาพ Startups ไทย (Capability to Grow)

เปิดรับขีดความสามารถใหม่และเชื่อมโยงกับภูมิภาคและประชาคมโลก (Global Linkage)

เป้าหมาย

เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ร้อยละ 10 ภายใน 3 ปี

สนับสนุนด้านการเงินและลดความเสี่ยง (Finance and Risk Capital)

กลยุทธ์	ประเด็น	หน่วยงาน
1 จัดตั้ง Government Angel Fund เพื่อสร้าง Seed Money และเอกชนที่สนใจร่วมลงทุน	• สนับสนุน Pre – Seed ให้กับสตาร์ทอัพเพื่อสร้าง Prototype สูงสุดร้อยละ 85 ของค่าใช้จ่ายจริง • สร้าง Matching Fund องค์กรเอกชน หรือ VC และรัฐในสัดส่วน 1:6	ก.คลัง ก.พาณิชย์ ก.วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2 ยกเว้นภาษีการลงทุนในสตาร์ทอัพหรือภาษีเงินได้ทั้งหมดของสตาร์ทอัพที่ผ่านเกณฑ์ 6 ปีแรก		ก.คลัง
3 สนับสนุนภาคเอกชน ตั้ง Angel Fund และ Corporate Venture Fund	• องค์กรเอกชนสามารถหักค่าใช้จ่ายภาษีจากการลงทุน • ถ้าลงทุนจะได้รับยกเว้นภาษีกำไรทั้งหมด แต่ต้องเข้า Exit & Expand Scheme ในตลาดหลักทรัพย์ที่ตั้งขึ้นใหม่	ก.คลัง ตลาดหลักทรัพย์ฯ สภาอุตสาหกรรม/สภาหอการค้าฯ
4 สร้างความเข้าใจและแรงจูงใจให้เกิด Angel Investor	• ขึ้นทะเบียน High Net Worth Individual และ Angel Investor • สร้างความเข้าใจในการลงทุนในสตาร์ทอัพ • นักลงทุนสามารถนำมาหักภาษีได้และได้รับการยกเว้นภาษีเมื่อได้ผลกำไรจากการเข้า Exit & Expand Scheme ในตลาดหลักทรัพย์ที่ตั้งขึ้นใหม่	ก.คลัง ตลาดหลักทรัพย์ฯ สภาอุตสาหกรรม/สภาหอการค้าฯ

ส่งเสริมศักยภาพสตาร์ทอัพไทย (Capability to Grow)

กลยุทธ์	ประเด็น	หน่วยงาน
1 รัฐร่วมมือกับมหาวิทยาลัยจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา สตาร์ทอัพ ด้านธุรกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ตามพื้นที่และความถนัดพิเศษ	• สร้าง Cluster ความถนัดของสถานศึกษาและมหาวิทยาลัยในแต่ละพื้นที่ • เชื่อมโยงการทำงานกับเอกชนในพื้นที่ • สนับสนุนมหาวิทยาลัยและเอกชนในการดึงอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเพื่อให้บริการความรู้กับสตาร์ทอัพ • โครงการแลกเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาจากมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยชั้นนำของโลก	สกอ. มหาวิทยาลัย สภาอุตสาหกรรม การค้า
2 มหาวิทยาลัยจัดตั้ง VC Unit เพื่อร่วมลงทุนกับงานวิจัยของคณาจารย์ นักศึกษา และสตาร์ทอัพ	• มหาวิทยาลัยจัดตั้งบริษัทที่สามารถร่วมทุนในนวัตกรรม • ภาคเอกชนร่วมกำหนดทิศทางการลงทุนและวิจัย	สกอ. มหาวิทยาลัย สภาอุตสาหกรรม การค้า
3 สนับสนุนภาคเอกชนจัดตั้ง Startup Center	• ให้องค์ความรู้ เทคโนโลยี และร่วมลงทุนกับสตาร์ทอัพ • รัฐให้ทุนสนับสนุนเอกชนจัดตั้ง Incubator/Accelerator Platform ในอุตสาหกรรมที่ตอบสนองแนวทางประเทศไทย 4.0 • รัฐร่วมลงทุนในลักษณะ Matching Fund	สภาอุตสาหกรรม การค้า

เปิดรับขีดความสามารถใหม่และเชื่อมโยงกับภูมิภาคและประชาคมโลก (Global Linkage)

กลยุทธ์	ประเด็น	หน่วยงาน
1 ประกาศ Startup Visa เพื่อดึงดูด พรสวรรค์และขีดความสามารถใหม่ ๆ	• Startup Visa ที่มีนวัตกรรมที่ส่งเสริม Thailand 4.0 และมีศักยภาพในการลงทุนและเติบโต • ต้องเป็นเจ้าของหรือร่วมลงทุนในสตาร์ทอัพไม่น้อยกว่าร้อยละ 15	ก.ต่างประเทศ ก.แรงงาน
2 ให้สตาร์ทอัพไทยสามารถจ้างแรงงาน ทักษะสูงต่างชาติได้โดยง่าย	• ปรับปรุงหลักเกณฑ์และขั้นตอนการจัดทำ Work Permit สำหรับสตาร์ทอัพ • ให้การสนับสนุนทักษะที่ขาดแคลน เช่น Programmer, Data Scientist	ก.ต่างประเทศ ก.แรงงาน
3 สนับสนุนให้เกิดการถ่ายโอนองค์ความรู้ ประสบการณ์กับสตาร์ทอัพ นักลงทุน และ ที่ปรึกษาจากทั่วโลก	• โครงการแลกเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาจากมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยชั้นนำของโลก • จัดตั้ง ASEAN Global Startup Center ในเมืองสำคัญ ๆ เพื่อดึงให้เกิดการลงทุนและเชื่อมโยงองค์ความรู้และความร่วมมือ เช่น Silicon Valley, Berlin, Tel Aviv, Seoul • โครงการ Startup Exchange Program/ Mentor Exchange Program • จัดตั้งคณะทำงานหรือที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญจากทั่วโลก • ร่วมกับองค์กรนานาชาติ เช่น WEF เพื่อสร้างความเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และบุคลากร	ก.ต่างประเทศ ก.พาณิชย์

เปิดรับขีดความสามารถใหม่และเชื่อมโยงกับภูมิภาคและประชาคมโลก (Global Linkage)

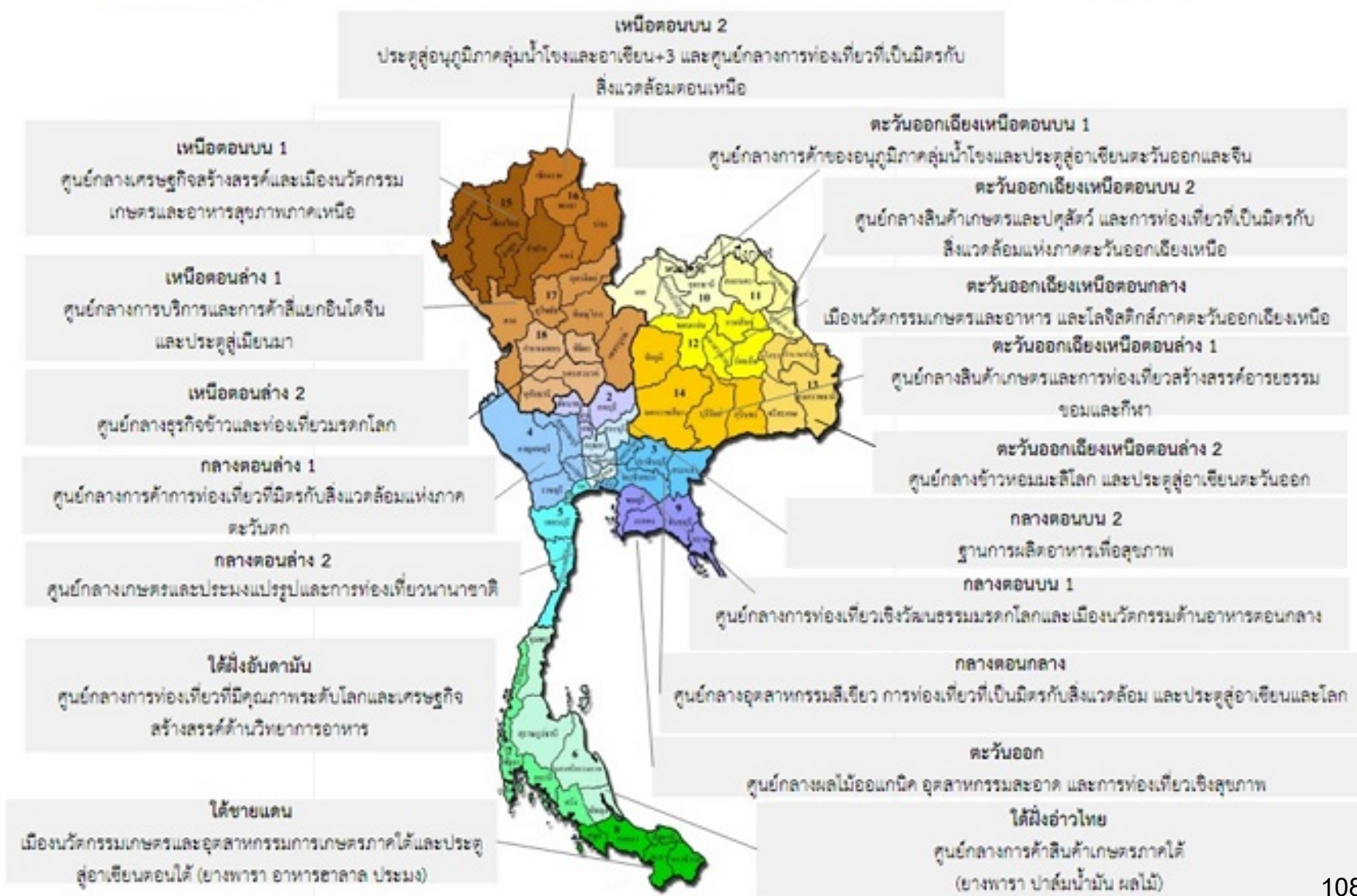
กลยุทธ์	ประเด็น	หน่วยงาน
4 สร้างประเทศไทยให้เป็นจุดหมายในการลงทุนสตาร์ทอัพ (Startup Investment Destination)	• ปรับกฎหมายเพื่อส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ • โครงการร่วมมือกับประเทศในอาเซียนในการปรับปรุงกฎหมายเพื่อส่งเสริมสตาร์ทอัพร่วมกัน ตัวอย่าง ASEAN Fintech Collaboration Program • จัด ASEAN Startup Expo/Forum เป็นประจำทุกปี เพื่อเป็น Showcase ของสตาร์ทอัพอาเซียนและศูนย์รวมนักลงทุนทั่วโลก • ASEAN / World Startup Roadshow เพื่อแนะนำศักยภาพสตาร์ทอัพไทยและอาเซียน • กำหนด Startup District ตามศักยภาพของพื้นที่	ก.ต่างประเทศ ก.พาณิชย์ BOI

การเสริมความเข้มแข็ง
ของเศรษฐกิจภายใน
ประเทศผ่านกลไกของ
18 กลุ่มจังหวัด และ 77
จังหวัด

18 Regional
States
เชื่อมโยงกับโลก

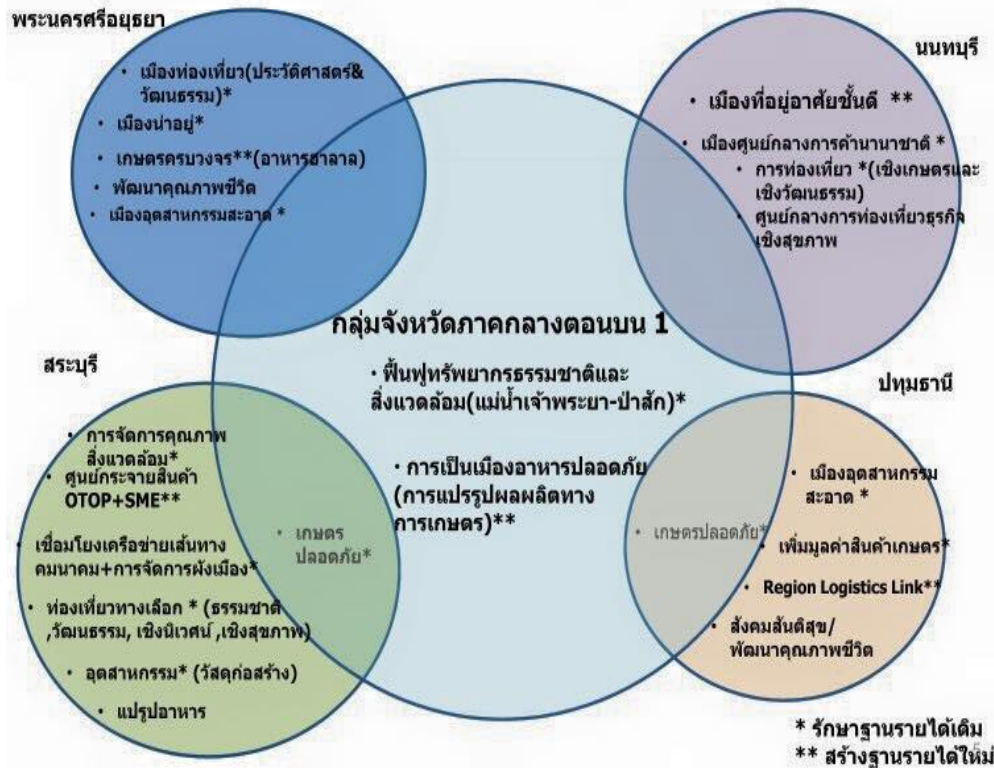
เสริมความแข็งแกร่งเศรษฐกิจภายในผ่าน 18 คลัสเตอร์จังหวัด

ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า (Trade Strategic Position)



กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1

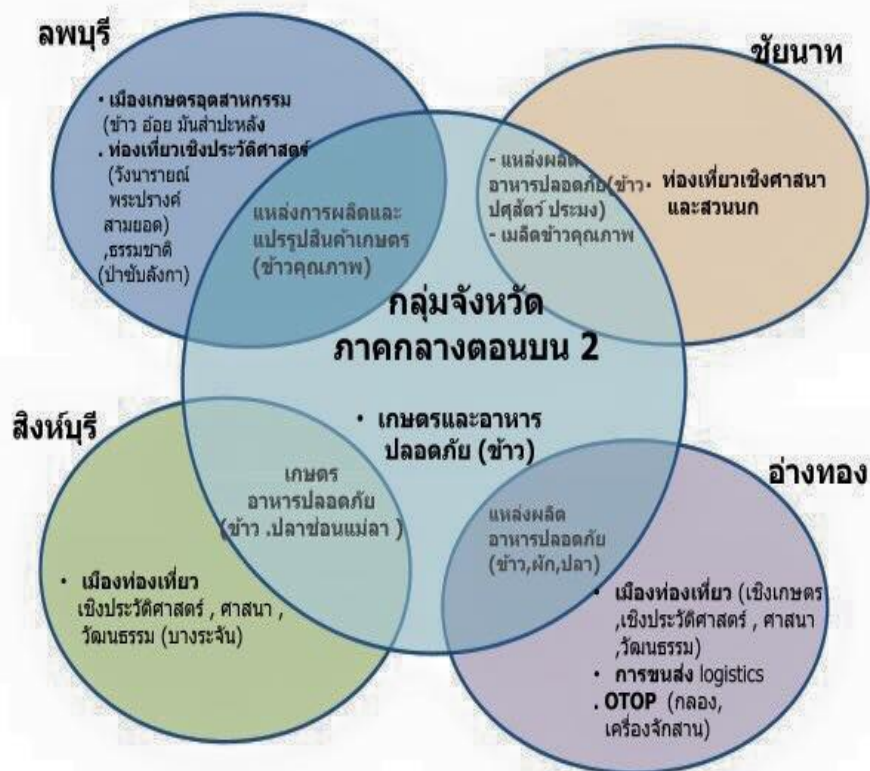
ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคกลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1
จังหวัด	นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา และสระบุรี
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	คลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เมืองนวัตกรรมด้านอาหาร แหล่งองค์ความรู้ด้านการศึกษานวัตกรรม และโลจิสติกส์ (Green Industry Cluster, Food Innopolis, Innovation Education and Logistics Hub)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมรดกโลก - การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพ (Functional Food, Food for ageing เป็นต้น) - แหล่งองค์ความรู้ด้านการศึกษานวัตกรรม - ศูนย์กลางโลจิสติกส์

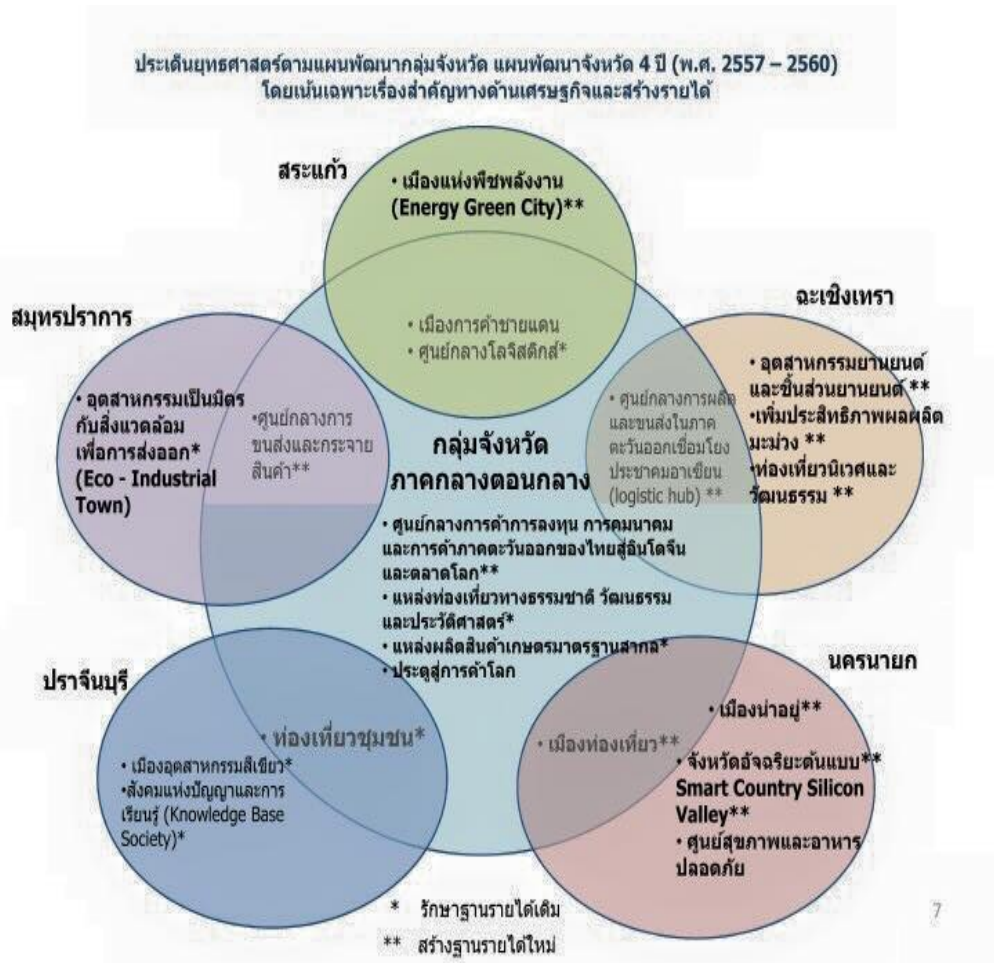
กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2
จังหวัด	ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ฐานการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ (Organic Food Production Based)
ประเด็นการรวม	• การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารสุขภาพและอแกนิค

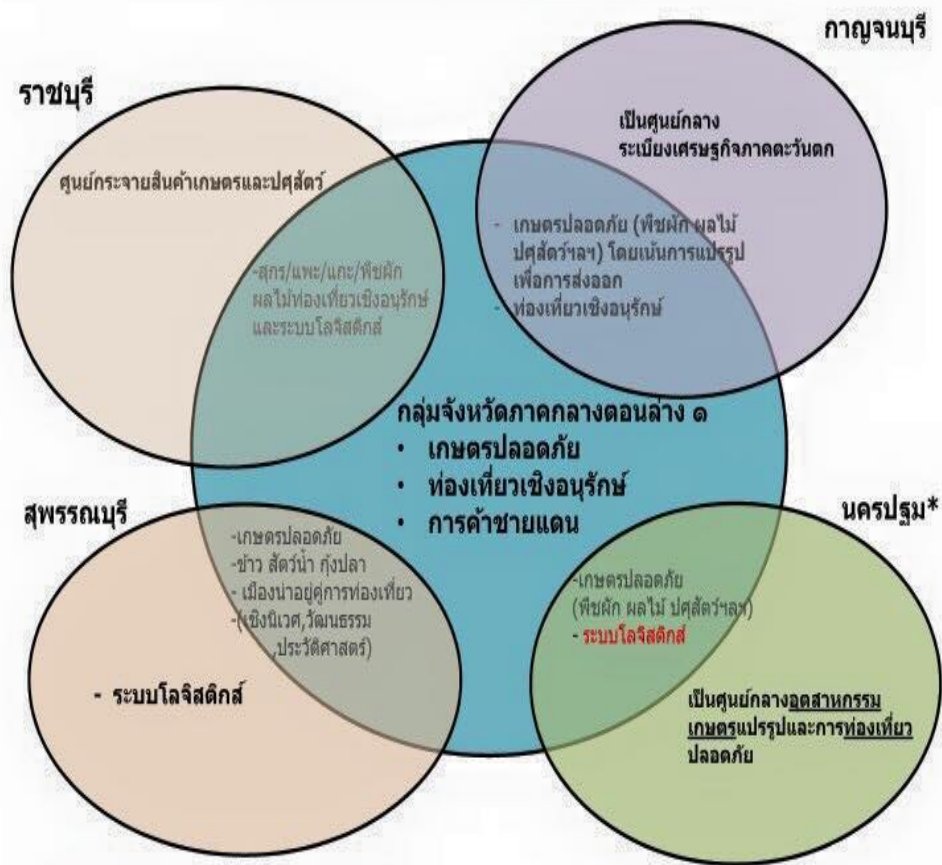
กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนกลาง



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนกลาง
จังหวัด	ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี สมุทรปราการ และสระแก้ว
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางอุตสาหกรรมสีเขียว การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และประตูสู่อาเซียนและโลก (Green Industry Hub, Green Tourism and Gateway to ASEAN & Global)
ประเด็นการความร่วมมือ	• การค้าที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสีเขียว และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสุขภาพ • การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารเพื่อสุขภาพ • การค้าที่เชื่อมโยงกับกัมพูชา อาเซียนและโลก

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

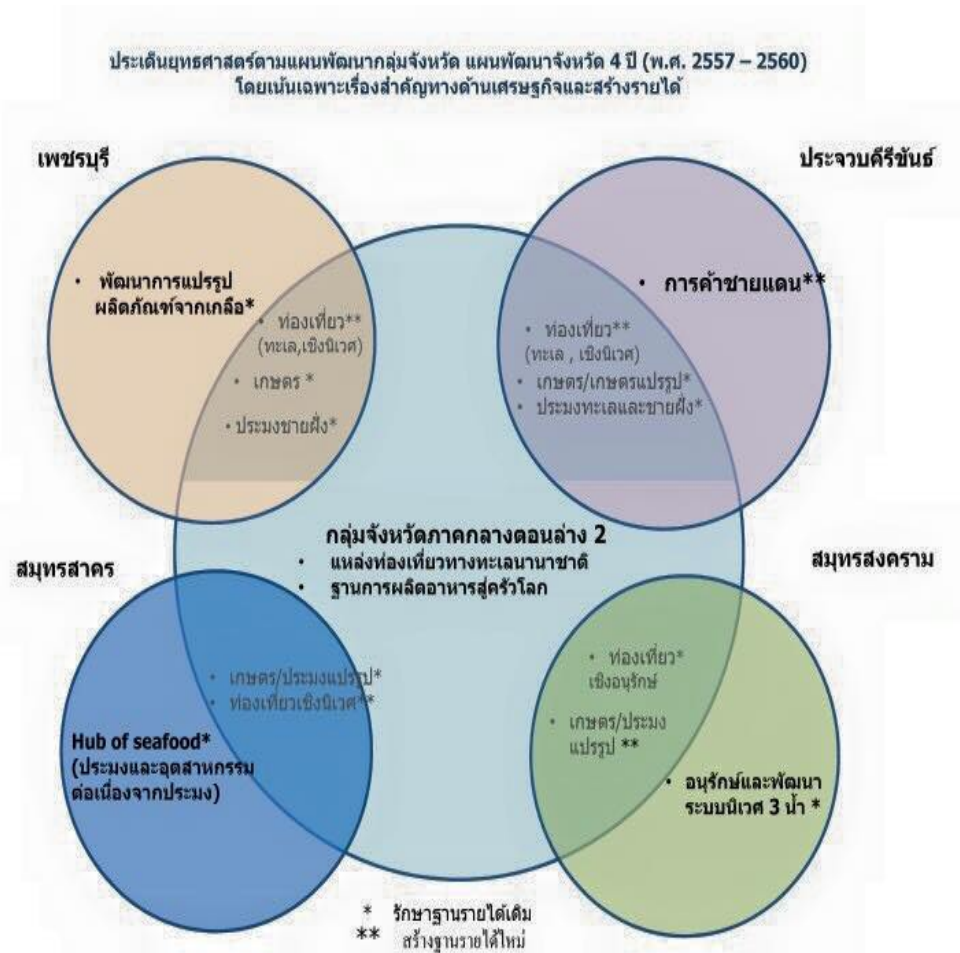
ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคกลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560) ฉบับทบทวนแผนปี 2559 โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



*ปรับปรุงเพิ่มเติมตามแผนพัฒนาจังหวัดในรอบปี 2559

กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
จังหวัด	กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งภาคตะวันตก (Western Creative Tourism and trade Destination)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ - การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพ

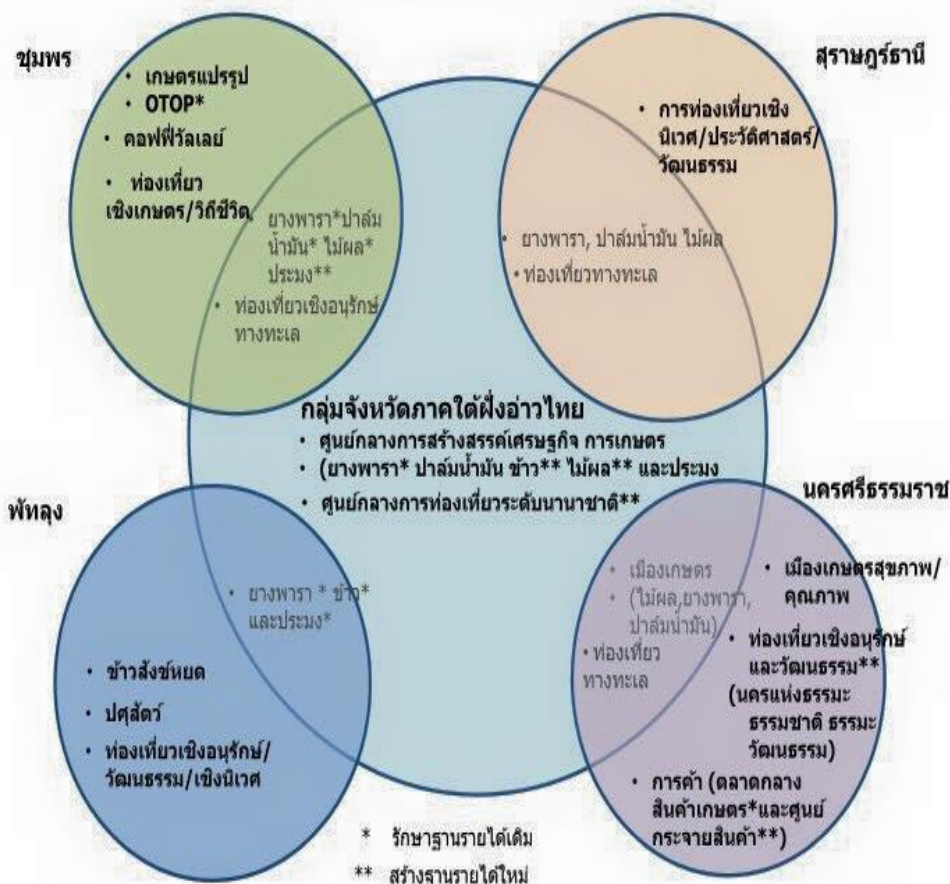
กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2
จังหวัด	ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางการค้าประมงแปรรูป สินค้าเกษตรและการท่องเที่ยวนานาชาติ (Seafood and Agricultural Trade Centre and Global Tourism Destination)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการประมงและอาหารแปรรูป - การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวนานาชาติ

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

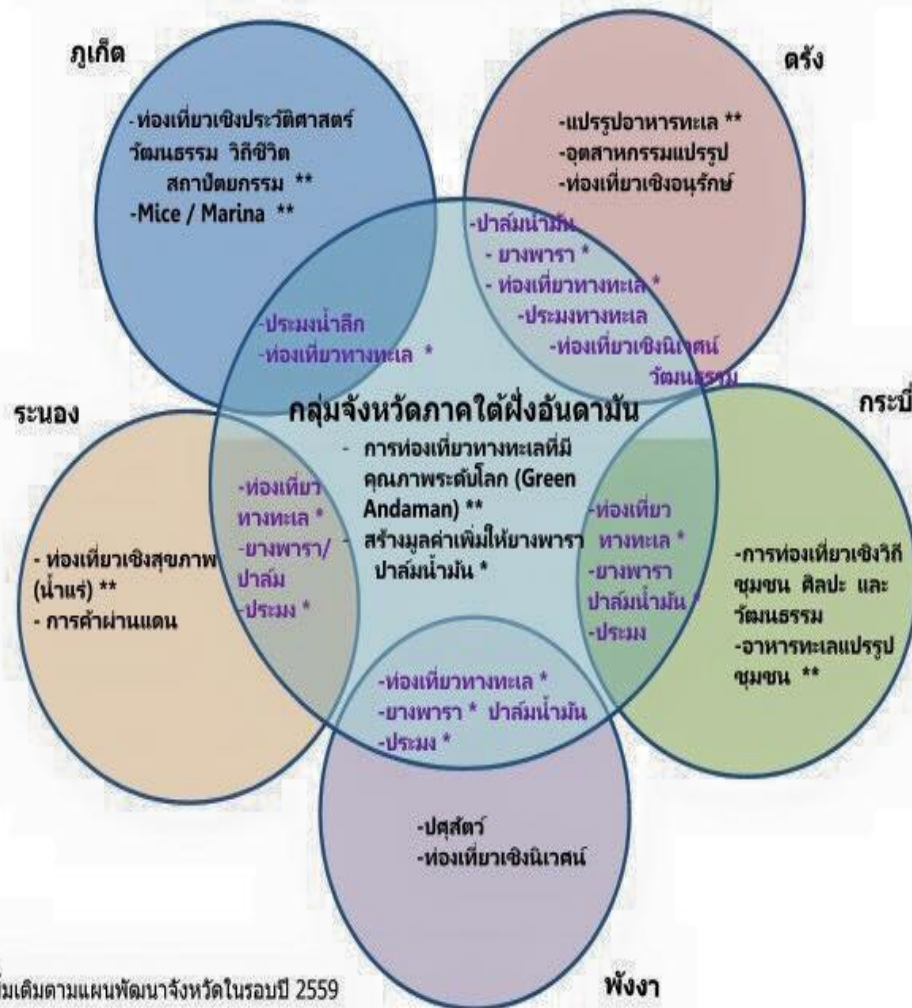
ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย
จังหวัด	ชุมพร นครศรีธรรมราช พังงา และสุราษฎร์ธานี
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตรภาคใต้ (ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ผลไม้) (Southern Agricultural Trading Centre (Rubber, Oil Palm and Fruit))
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับยางพาราและปาล์มน้ำมัน - การค้าที่เชื่อมโยงกับผลไม้และอาหารปลอดภัย

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้

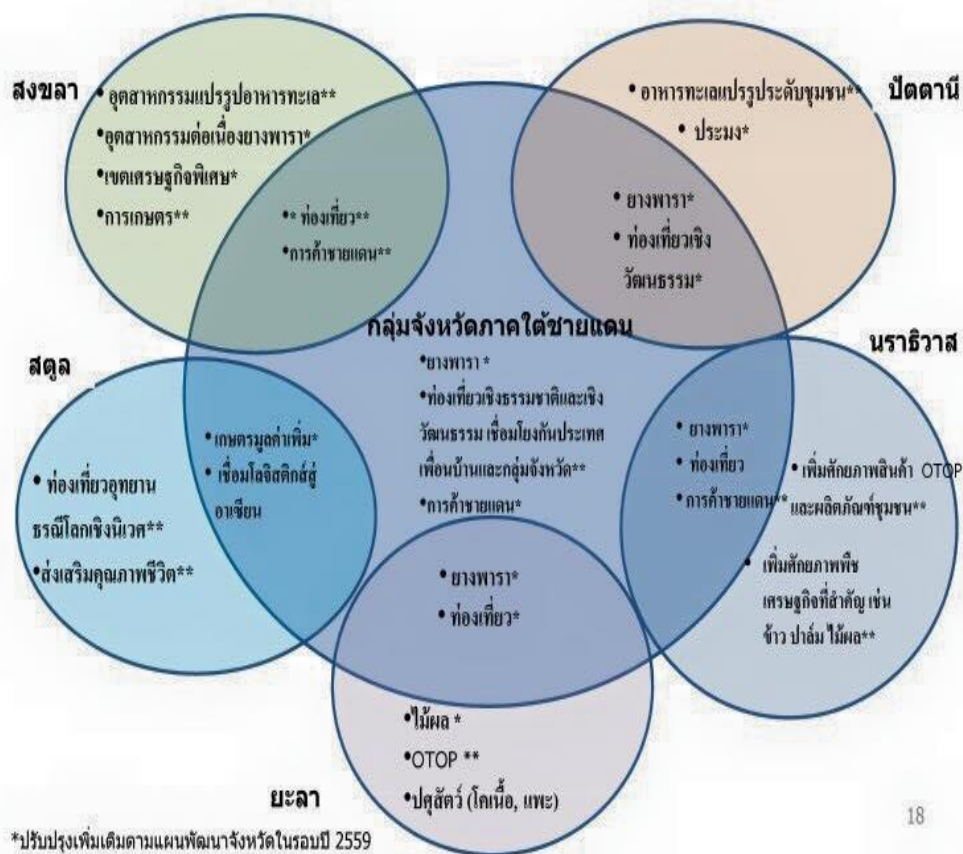


*ปรับปรุงเพิ่มเติมตามแผนพัฒนาจังหวัดในรอบปี 2559

กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
จังหวัด	กระบี่ ตรัง พังงา ภูเก็ต และระนอง
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารและศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพระดับโลก (Creative Cluster-city of Gastronomy and World Class Tourism)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพ และวิทยาการอาหาร - การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพระดับโลก

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน

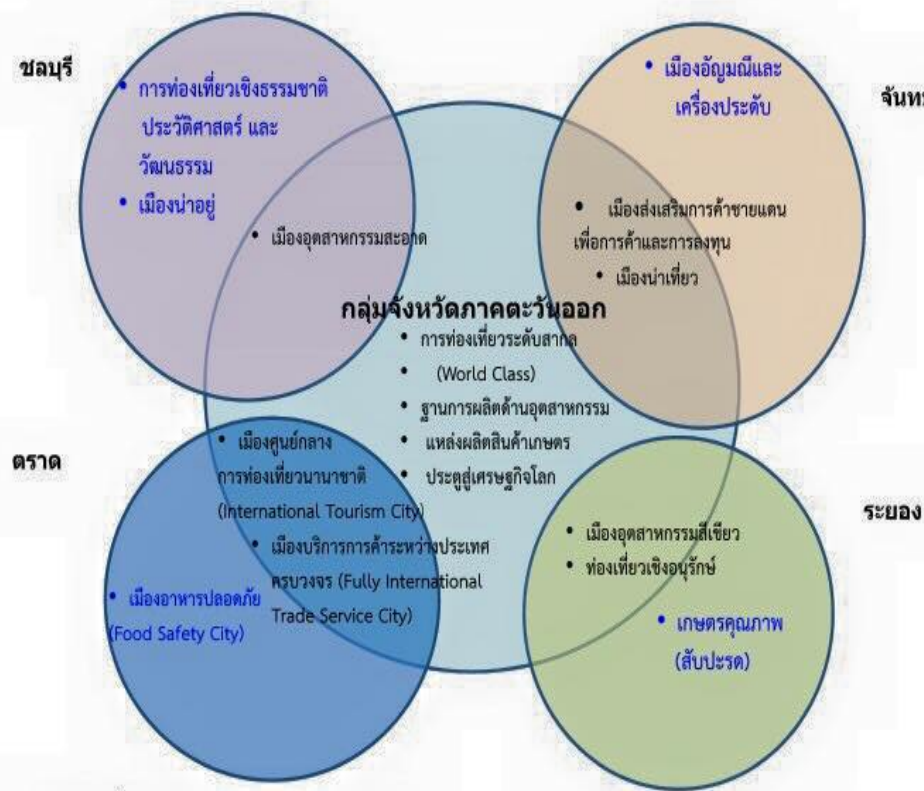
ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน
จังหวัด	นราธิวาส ปัตตานี ยะลา สงขลา และสตูล
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	เมืองนวัตกรรมเกษตรและอุตสาหกรรม การเกษตรภาคใต้และประตูอาเซียนตอนใต้ (ยางพารา อาหารฮาลาล ประมง) (Southern Agricultural and Food Innopolis and Gateway to Southern ASEAN)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการเกษตรและอาหาร (ยางพารา อาหารทะเล อาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาล) - การค้าที่เชื่อมโยงกับอาเซียนตอนใต้

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้

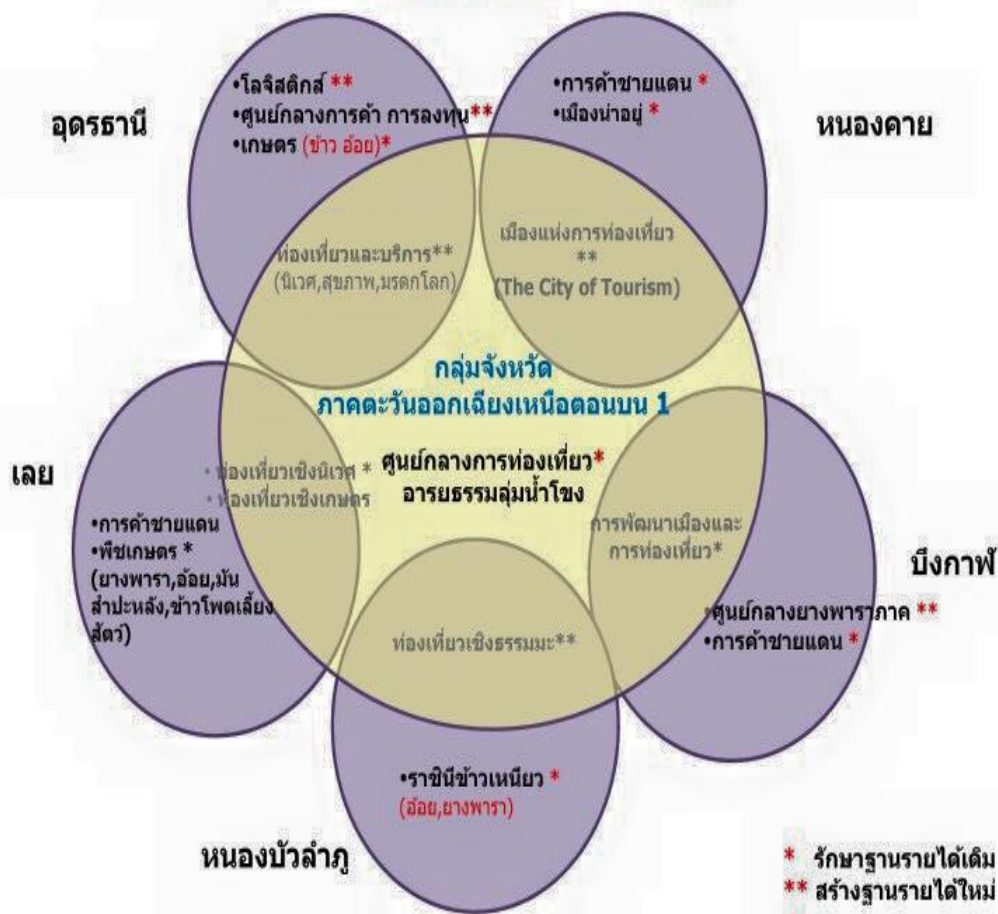


*ปรับปรุงเพิ่มเติมตามแผนพัฒนาจังหวัดในรอบปี 2559

กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก
จังหวัด	จันทบุรี ชลบุรี ตราด และระยอง
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางผลไม้ฮอตไลน์ อุตสาหกรรมไฮเทคและอุตสาหกรรมสะอาด และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Organic Fruit, Hi-Tech & Clean Industry and Medical Tourism Destination)
ประเด็นการรวม	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการอาหารและผลไม้เพื่อสุขภาพ - การค้าที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสะอาดและการท่องเที่ยวโรงงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - การค้าที่เชื่อมโยงกับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

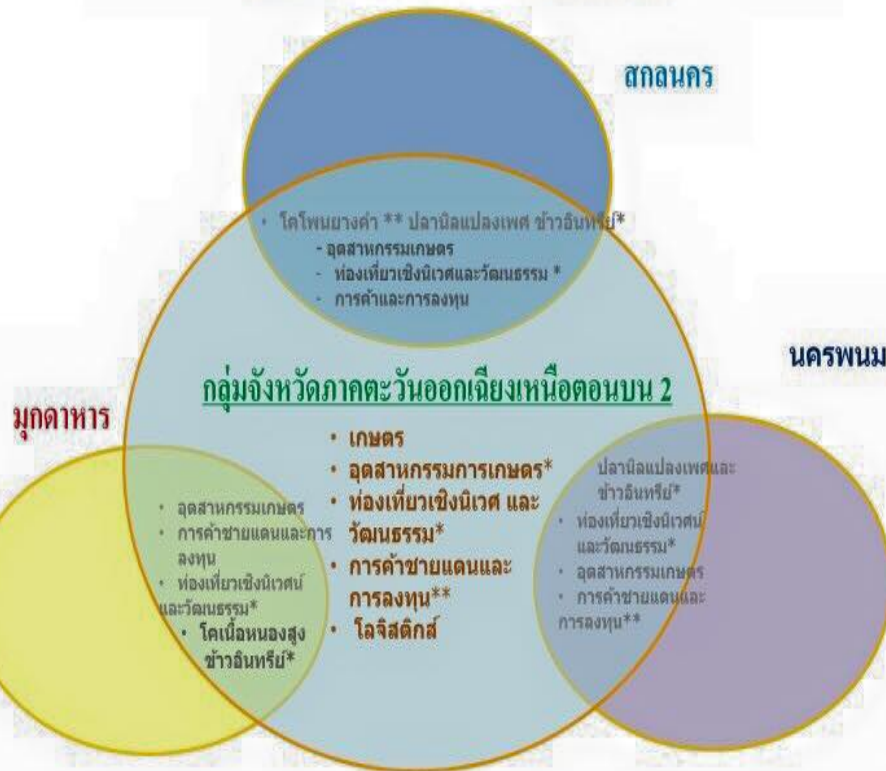
ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
จังหวัด	เลย หนองคาย บึงกาฬ หนองบัวลำภู และอุดรธานี
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางการค้าของอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงและประตูสู่อาเซียนตะวันออกและจีน (GMS Trading Centre and Gateway to Eastern ASEAN & China)
ประเด็นการรวม	- การค้าที่เชื่อมโยงกับอาเซียนตะวันออกและจีน - การค้าสินค้าเกษตร อาหารและบริการการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้

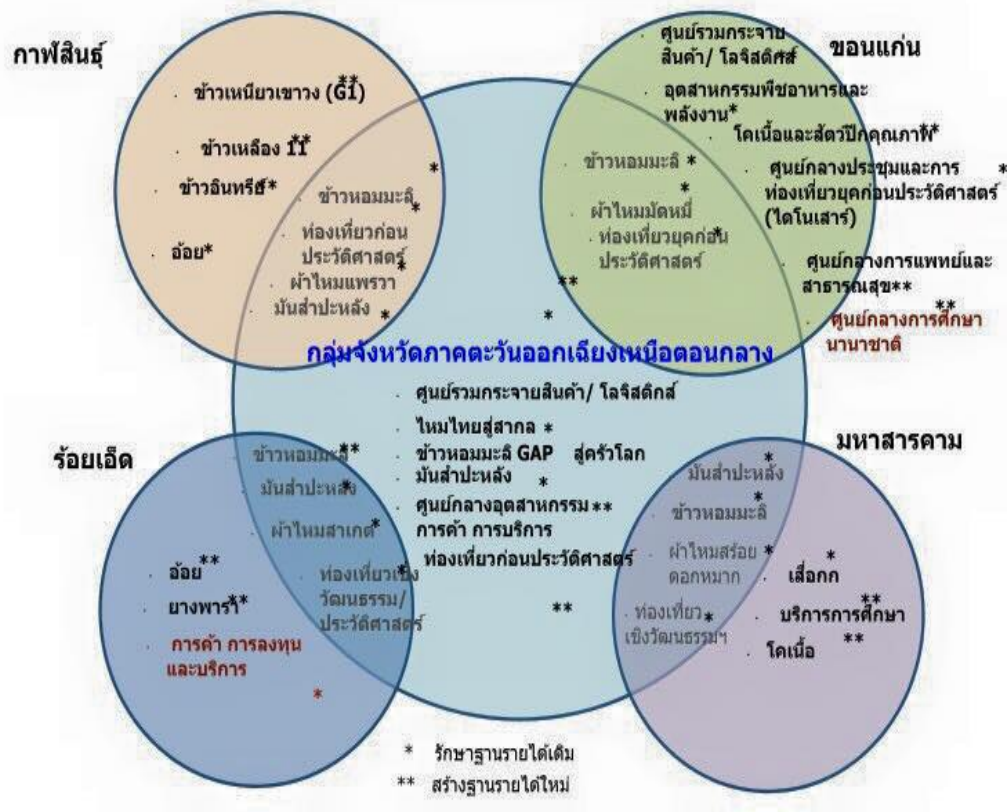


* รักษาฐานรายได้เดิม
** สร้างฐานรายได้ใหม่

กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
จังหวัด	นครพนม มุกดาหาร และสกลนคร
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางสินค้าเกษตรและปศุสัตว์ และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแห่งภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ (Agricultural and Livestock Centre and North-eastern Green Tourism Destination)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการเกษตรและปศุสัตว์คุณภาพสูง - การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและศาสนา

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
จังหวัด	กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม และร้อยเอ็ด
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	เมืองนวัตกรรมเกษตรและอาหารและโลจิสติกส์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (North-eastern Agricultural Food Innopolis and Logistic Hub)
ประเด็นการรวม	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการเกษตรและอาหารที่มีนวัตกรรม - การค้าที่เชื่อมโยงกับบริการการศึกษา บริการสุขภาพและการประชุม นานาชาติ และโลจิสติกส์

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้

นครราชสีมา

ชัยภูมิ

- โลจิสติกส์
- ท่องเที่ยวสีเขียว/อารยธรรมขอม
- อุตสาหกรรมเกษตร, อาหารปลอดภัย
- พลังงานสะอาด
- การศึกษาและสาธารณสุข
- แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ
- กองกำลังเสริมความมั่นคงทางทหาร

- เกษตรก้าวหน้าและยั่งยืน
- ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นคุณภาพ

- โลจิสติกส์
- ท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
- อุตสาหกรรมเกษตร

- เกษตร
- ท่องเที่ยว

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

- ข้าวหอมมะลิ, มันสำปะหลัง, ไหม
- ท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
- การค้าชายแดน
- โลจิสติกส์

สุรินทร์

บุรีรัมย์

- ท่องเที่ยว
- อารยธรรมขอม
- เกษตร
- ค่าชายแดน

- ข้าวหอมมะลิ
- ไหม
- ท่องเที่ยว

- ท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
- เกษตรปลอดภัย
- OTOP
- การค้าชายแดน

- ข้าวหอมมะลิ
- ไหม
- ท่องเที่ยว (ช้าง)

*ปรับปรุงเพิ่มเติมตามแผนพัฒนาจังหวัดในรอบปี 2559

กลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

จังหวัด

นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์

ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า

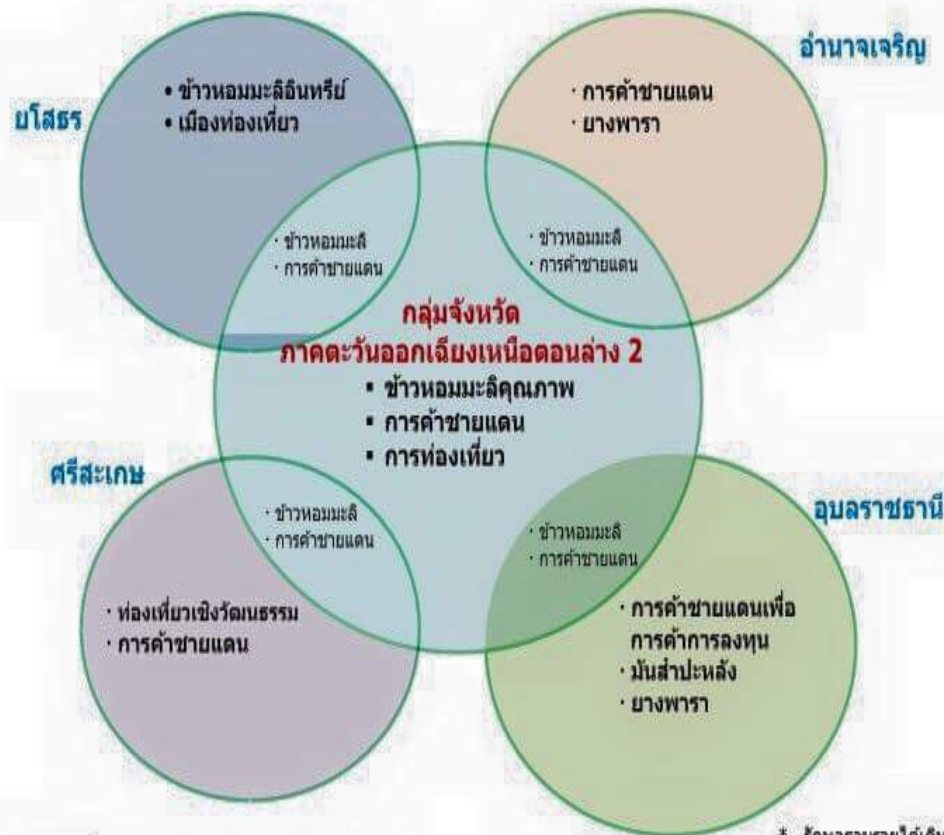
เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์อารยธรรมขอมและกีฬา และศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร (Khmer Civilization and Sport Creative Cluster and Agricultural trading Centre)

ประเด็นการความร่วมมือ

- การค้าที่เชื่อมโยงกับการสินค้าเกษตร
- การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



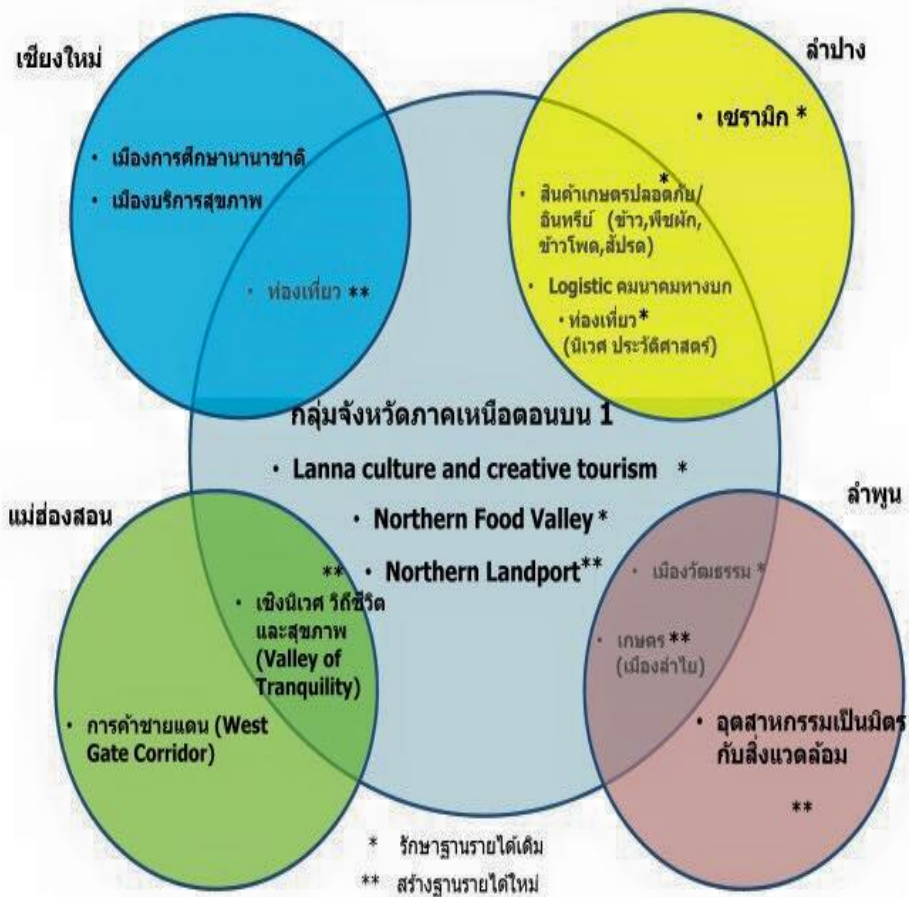
*ปรับปรุงเพิ่มเติมตามแผนพัฒนาจังหวัดในรอบปี 2559

* รักษาฐานรายได้เดิม 15
** สร้างฐานรายได้ใหม่

กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2
จังหวัด	ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางข้าวหอมมะลิโลก และประตูสู่อาเซียนตะวันออก (World Jasmine Rice Production Centre and Gateway to Eastern ASEAN)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับการข้าวหอมมะลิ - การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพ - การค้าชายแดน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1

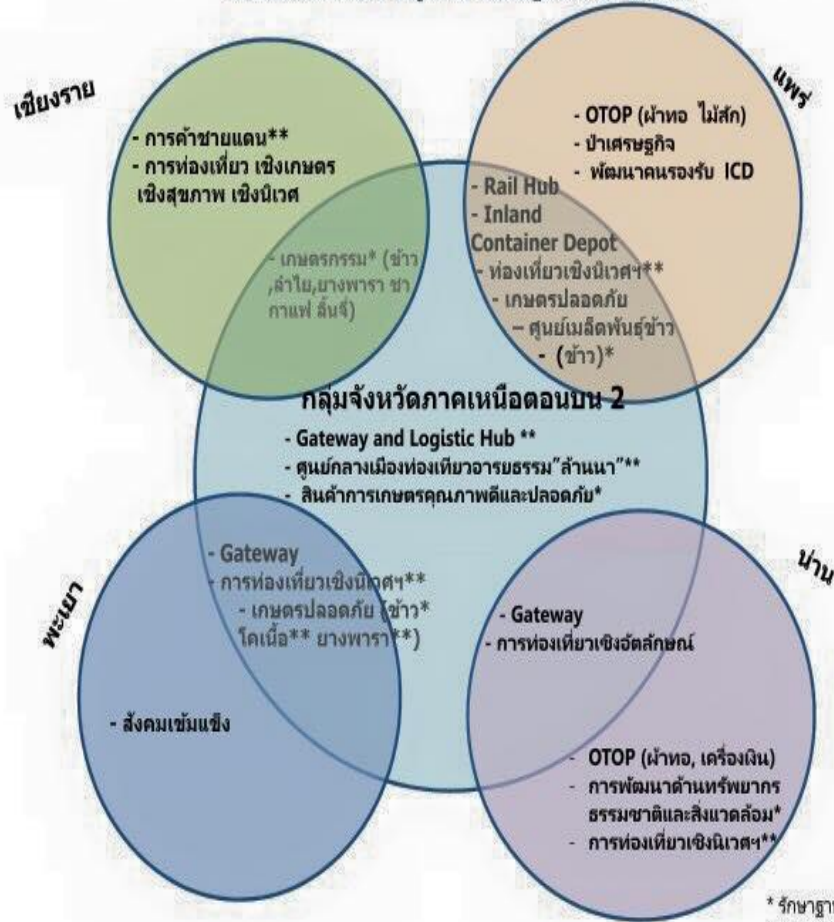
ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1
จังหวัด	เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง และลำพูน
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองนวัตกรรมเกษตรและอาหารสุขภาพภาคเหนือ (Northern Creative Cluster and Agricultural and Food Innopolis)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้ำที่เชื่อมโยงกับการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - การค้ำที่เชื่อมโยงกับอาหารปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพ

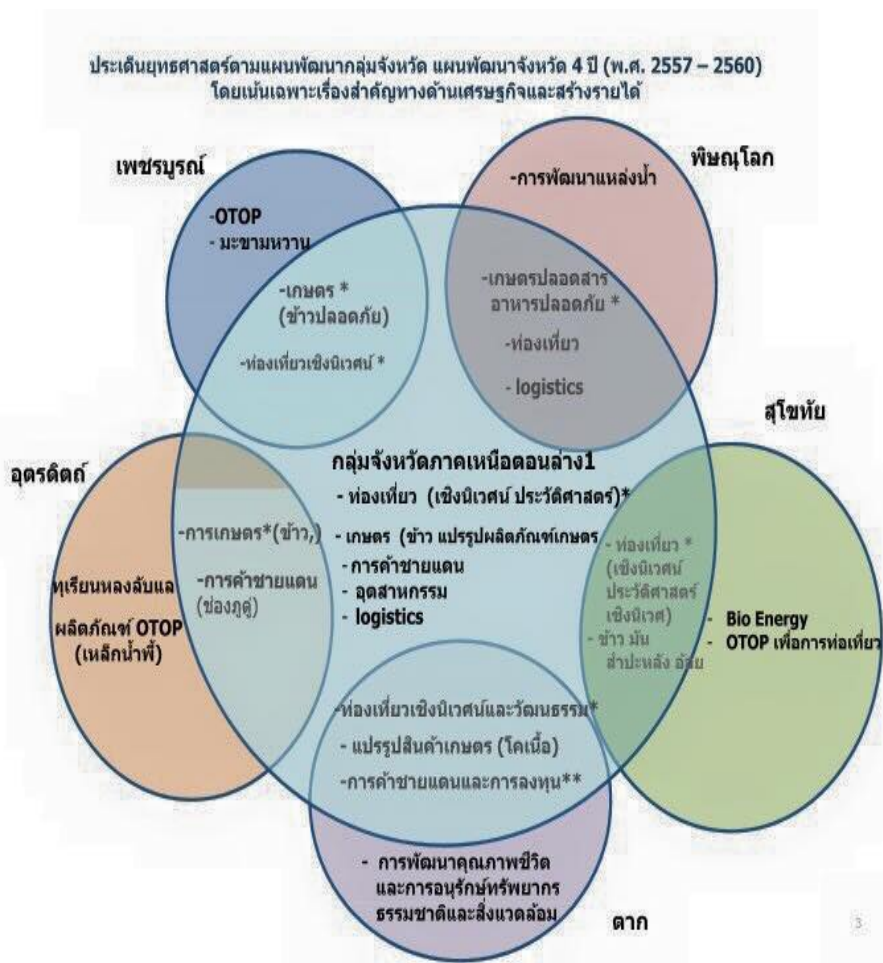
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาค แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
จังหวัด	เชียงใหม่ น่าน พะเยา และแพร่
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตอนเหนือประตูสู่ภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงและอาเซียน+3 (Northern Trade and Green Tourism Destination and Gateway to GMS & ASEAN+3)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับ GMS และการค้าชายแดน และอาเซียน+3 - การค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - การค้าที่เชื่อมโยงกับอาหารปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพ

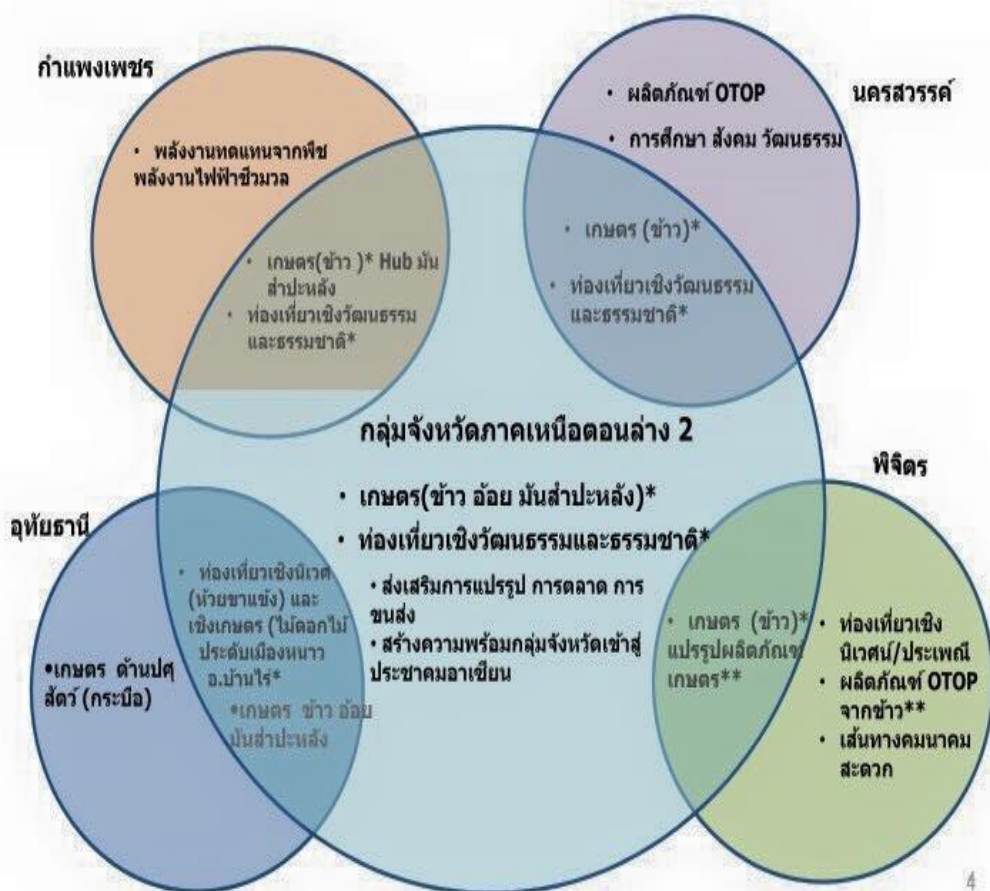
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1



กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
จังหวัด	ตาก พิชณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางการค้าและการบริการสี่แยกอินโดจีนและประตูสู่เมียนมา (Indo-China Trade and Service Centre and Gateway to Myanmar)
ประเด็นการความร่วมมือ	• การค้าที่เชื่อมโยงกับการค้าชายแดนเมียนมา • การค้าที่เชื่อมโยงกับบริการบนเส้นทางเศรษฐกิจเหนือ-ใต้และตะวันออก-ตะวันตก • การบริการโลจิสติกส์ บริการสุขภาพและบริการสำหรับผู้สูงอายุ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

ประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560)
โดยเน้นเฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสร้างรายได้



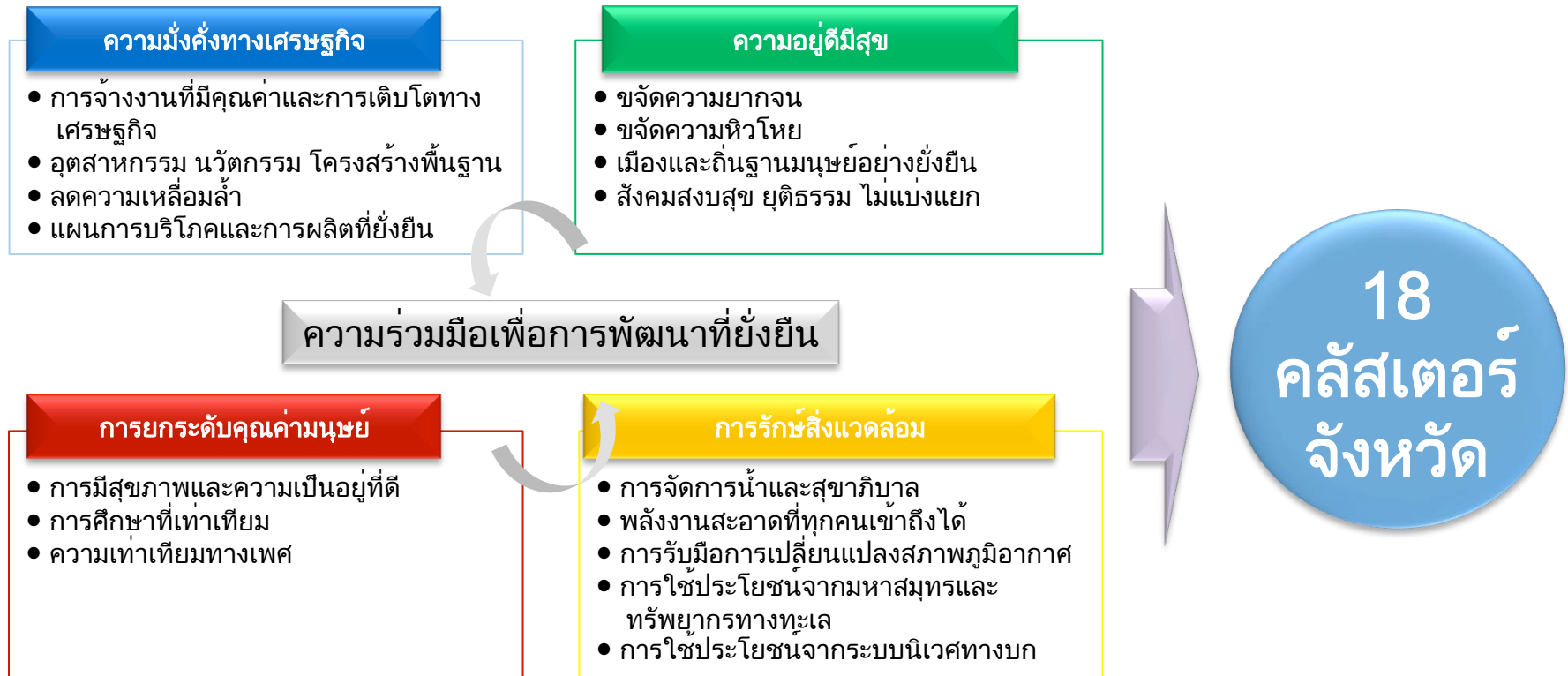
กลุ่มจังหวัด	กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2
จังหวัด	กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิษณุโลก และอุทัยธานี
ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ทางการค้า	ศูนย์กลางธุรกิจข้าวและท่องเที่ยวมรดกโลก (Rice Business Centre and heritage tourism Destination)
ประเด็นการความร่วมมือ	- การค้าที่เชื่อมโยงกับธุรกิจข้าวและอาหารปลอดภัย - การค้าที่เชื่อมโยงกับมรดกโลก

แนวทางการขับเคลื่อนคลัสเตอร์จังหวัด

- ใช้แนวคิด Area-Based Collaboration ระหว่างจังหวัดในคลัสเตอร์
- ใช้กลไกประชารัฐในการขับเคลื่อน
- บูรณาการเชื่อมโยง
 - จังหวัดภายในคลัสเตอร์
 - ระหว่างคลัสเตอร์จังหวัด
 - คลัสเตอร์จังหวัดกับภูมิภาคอื่นของโลก
- จัดสรรงบประมาณตามคลัสเตอร์จังหวัด-จังหวัด

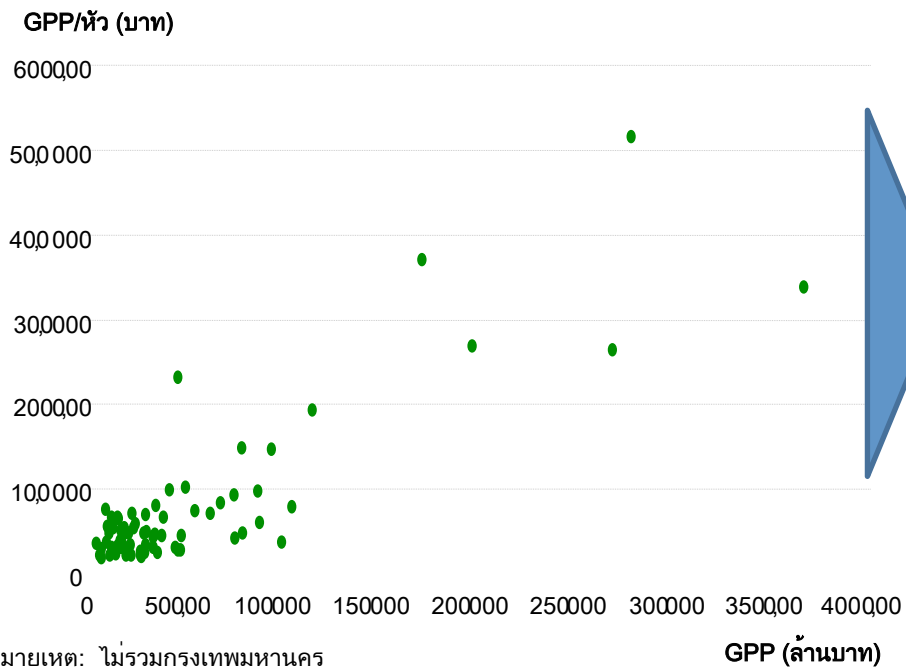
ให้คลังเตอร์จังหวัดเป็นต้นแบบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

• ขับเคลื่อน 17 SDGs ผ่านกลไกของคลังเตอร์จังหวัด

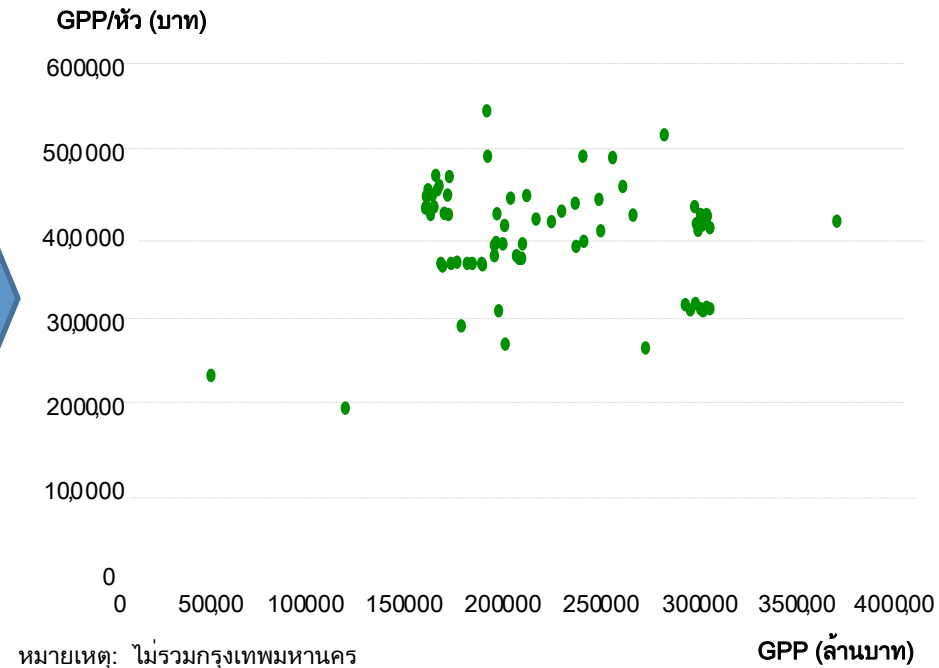


เป้าหมายของการสร้างกลไกการเติบโตในระดับจังหวัด

GPP vs GPP ต่อหัว

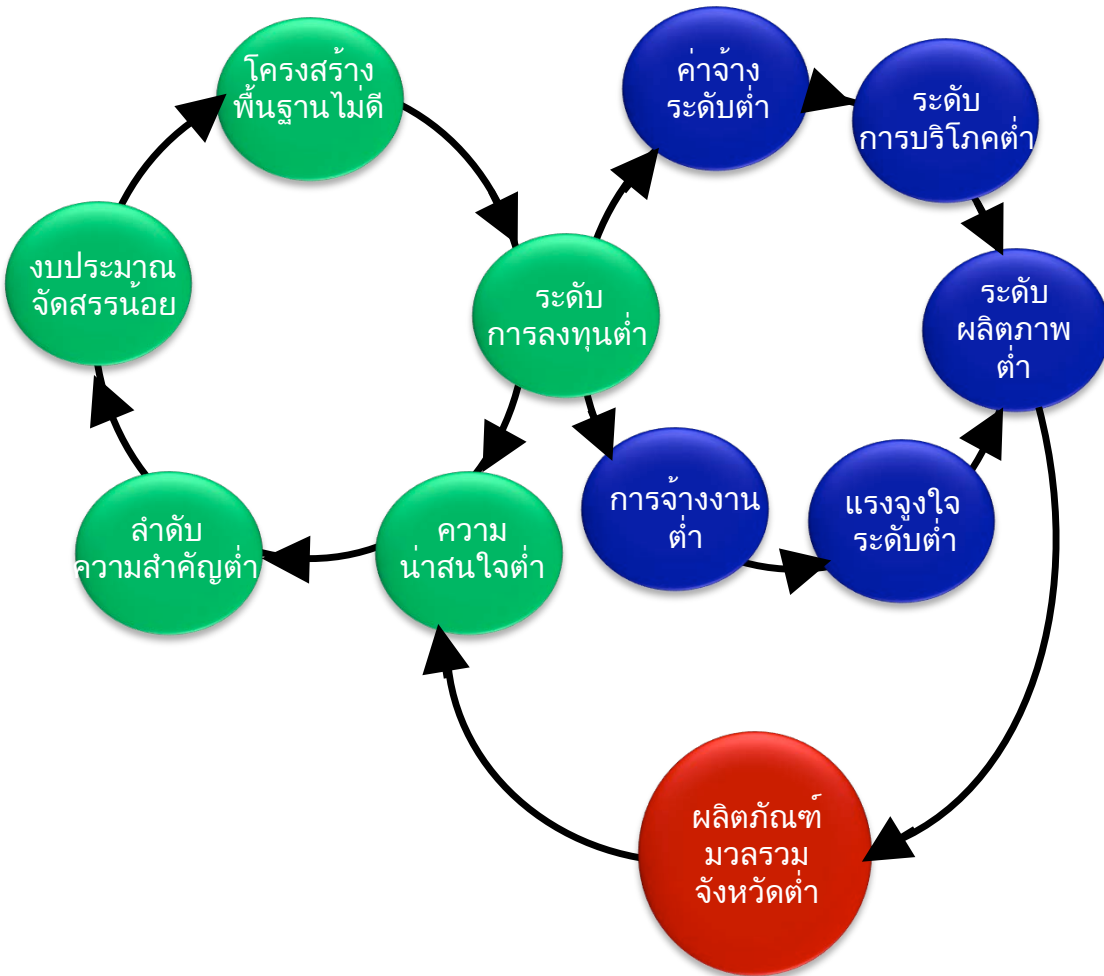


GPP vs GPP ต่อหัว

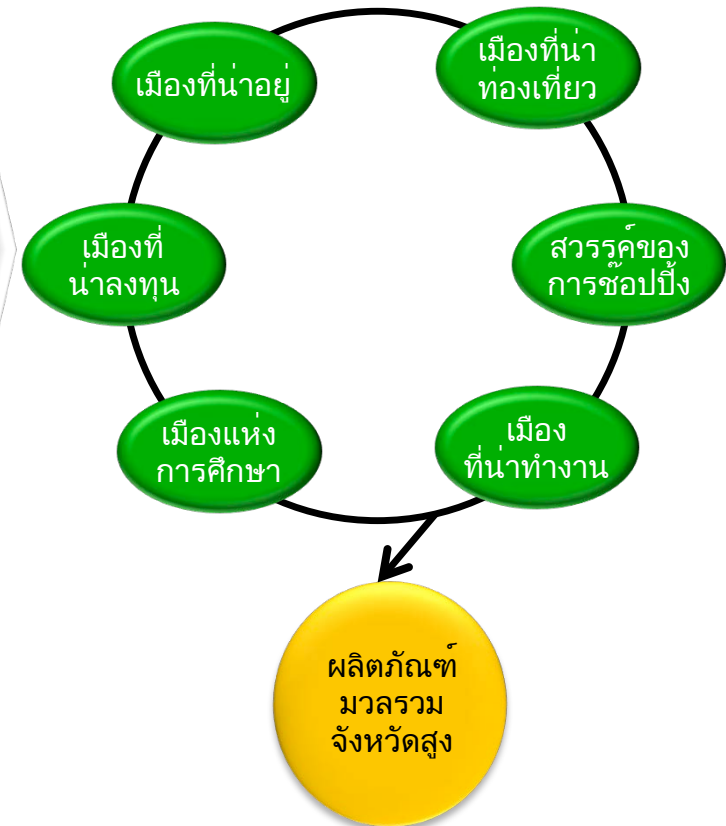


ปลดล็อกวงจรอุบาทว์ ปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ

วงจรอุบาทว์ในพื้นที่



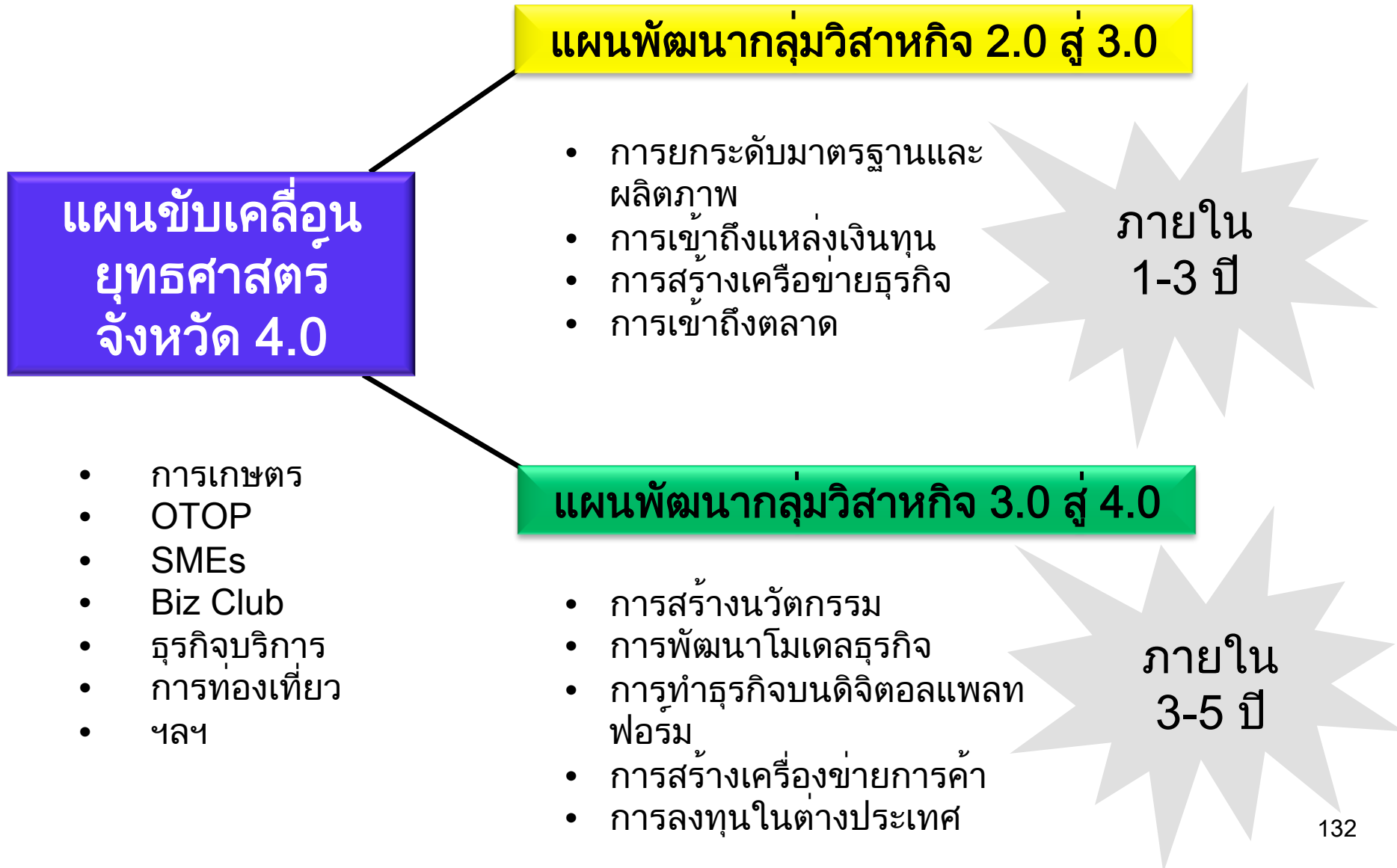
พื้นที่ที่มีศักยภาพ



แผนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัด 4.0

- เป็นสัญญาประชาคมของประชารัฐในระดับพื้นที่
- เป็นการวางยุทธศาสตร์ทั้งระยะสั้น กลาง ยาว เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และโมเดล Thailand 4.0
- เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ประชาชนจะมีความเป็นเจ้าของ จึงเป็นกระบวนการปลูกฝังระบอบประชาธิปไตย
- เป็น Demand Side Approach ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ลดโอกาสการสูญเสียจากการใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ อันเนื่องมาจาก Supply Side Approach ที่มาจากภาครัฐการ
- ปิดกั้นโอกาสการแทรกแซง หรือดำเนินมาตรการประชานิยมที่มาจากนักการเมืองอย่างในอดีต
- จะกระตุ้นให้เกิดการทำให้จังหวัดเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดการลงทุนจากภายนอก การสร้างคนในพื้นที่ให้มีผลิตภาพสูง รวมถึงการสร้างสินค้าและบริการมูลค่าสูงของจังหวัดที่สามารถแข่งขันได้

กลุ่มเป้าหมายภายใต้แผนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัด 4.0



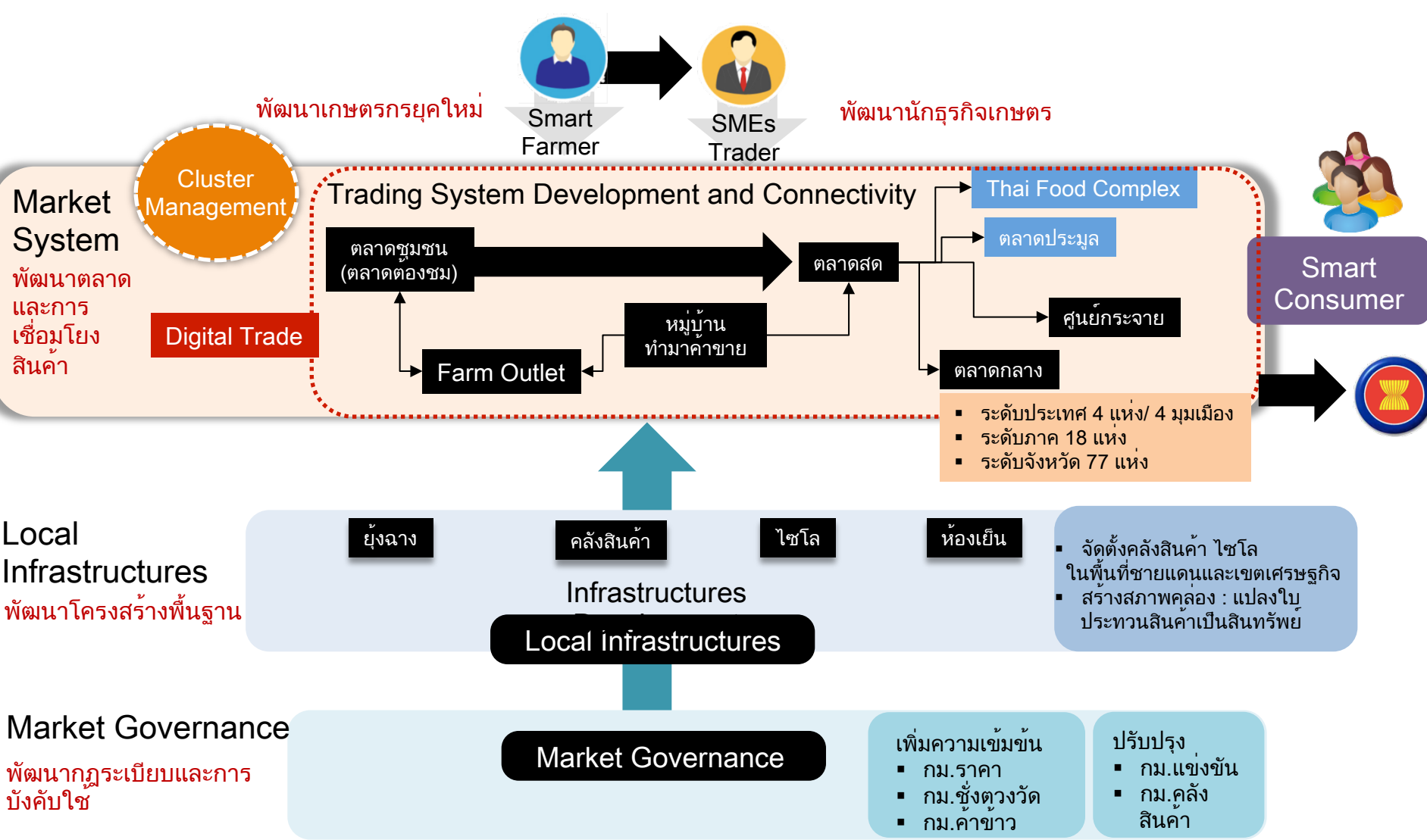
ใช้แนวคิด Area-Based Collaboration

- ผ่านกลไกประชารัฐเชิงพื้นที่ ระหว่างผู้ว่าราชการจังหวัด พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด หอการค้าสภาอุตสาหกรรม YEC, Young FTI, BizClub ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ฯลฯ
- ขับเคลื่อนผ่านวิสาหกิจเชิงสังคม อาทิ บริษัทประชารัฐรักสามัคคี, PPP

สร้าง 77 New Growth Engines ผ่านแนวคิดจังหวัด 4.0

- บ่งชี้อุปสรรคในเชิงระบบ กฎระเบียบ เพื่อเสนอให้รัฐบาลปลดล็อกข้อจำกัด
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของจังหวัด อาทิ คมนาคม โลจิสติกส์ ระบบอินเทอร์เน็ต ตลาดกลาง สินค้าเกษตร ตลาดชุมชน ตลาดอีคอมเมิร์ซ ตลอดจนจนถึงกองทุนพัฒนาจังหวัด Provincial Venture Capital ฯลฯ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบตลาดให้แข็งแกร่ง



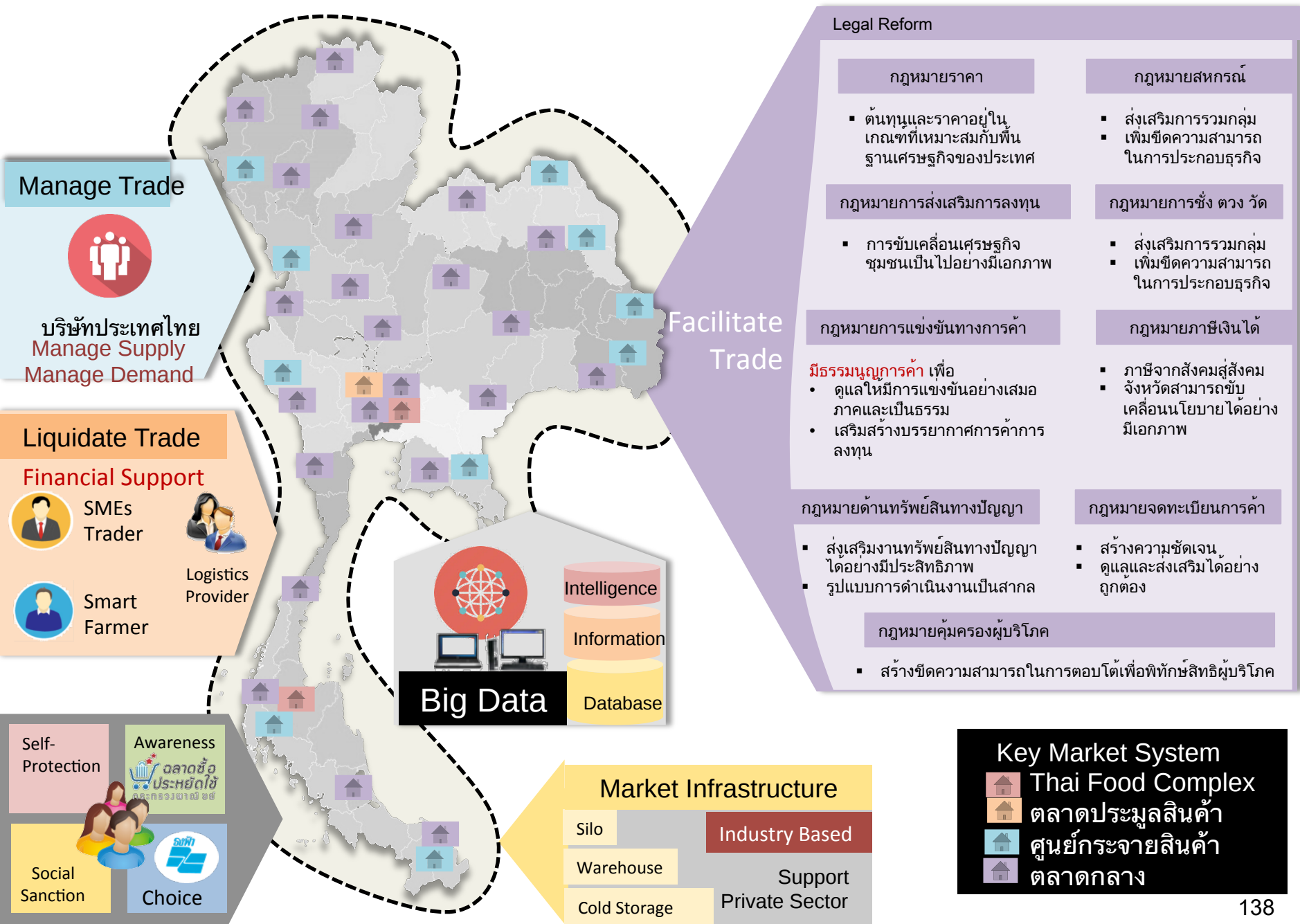
เป้าหมายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบตลาด

Category	Subject Matter	ภายใน 1 ปี	ภายใน 3 ปี	ภายใน 5 ปี
Major Market System	Distribution Center	▪ เขตเศรษฐกิจ (1)	▪ เขตเศรษฐกิจ (2) ▪ จุดผ่านแดน (1)	▪ เขตเศรษฐกิจ (3) ▪ จุดผ่านแดน (4)
	ตลาดกลาง	ระดับประเทศ (4)	ระดับภาค (18)	ระดับจังหวัด (77)
	ตลาดสด	352	500	1,000
	ตลาดขั๊ตกลอง (สินค้า)	20	40	50
	ตลาดอิเล็กทรอนิกส์	• Showcase • Trading Floor	• Interactive Trading • Price Indicator	World Agriculture Price & Quality Indicator
Primary Market System	หมู่บ้านทำมาค้าขาย	10	20	77
	ตลาดชุมชน	77+77	231	400
	Farm Outlet	42+10	100	150
Market Infrastructure (Service Provider)	ไซโล	18	40	77
	ห้องเย็น	160	250	500
	คลังสินค้า	51	100	150
Trade Management	บริษัทการค้าไทย (Business Units)	- แก้ไขกฎหมายโดย ควมรวม อคส.+ อตค. และจัดตั้งเป็นหน่วยธุรกิจทำหน้าที่การตลาด โดยมีคณะกรรมการภายใต้แนวคิดประชารัฐโดยการแก้ไขปัญหาจากความต้องการของประชาชน - ทำหน้าที่เป็นหน่วยธุรกิจในการเข้าไปแก้ไขปัญหาหาคาสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยปราศจากการแทรกแซงจากการฝ่ายการเมือง (ลักษณะ COFCO หรือ Temasek) - รัฐให้เงินทุนเพิ่มเติมในการดำเนินงาน และเงินอุดหนุน		

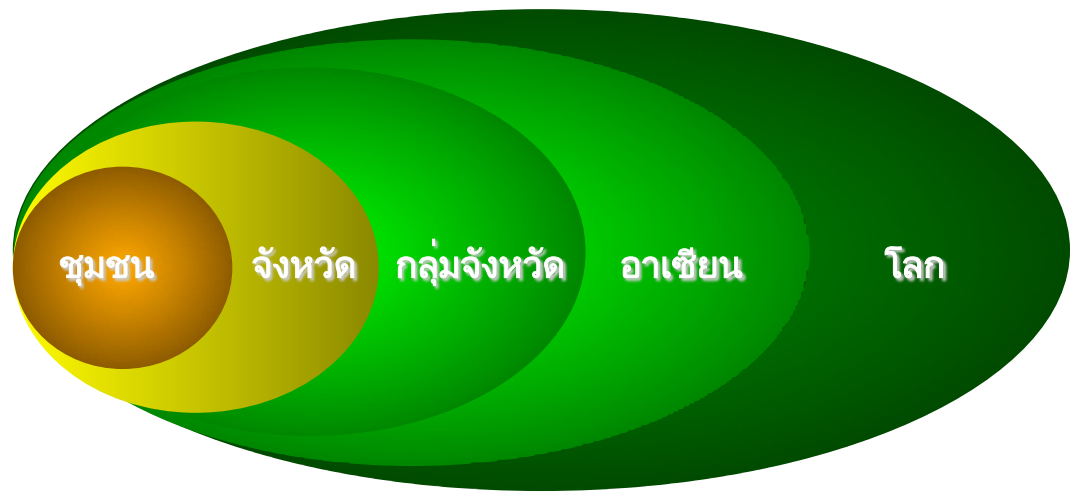
เป้าหมายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบตลาด

Category	Subject Matter	ภายใน 1 ปี	ภายใน 3 ปี	ภายใน 5 ปี
Liquidate Trade	กองทุนส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าเกษตรและอาหาร	- ยกร่าง พ.ร.บ. การค้าสินค้าเกษตร - Scholarship (high school to Ph.D.) - Soft Loan for Start-up (SME Traders)		
	กองทุนเพื่อการพัฒนาคลังสินค้า/ไซโล/ห้องเย็น	ให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำในการจัดตั้งคลังสินค้าในพื้นที่เป้าหมาย		
	การแปรรูปประทวนสินค้าเป็นสินทรัพย์	ปรับปรุง/แก้ไขกฎหมาย กำหนดให้ใบประทวนเป็นหลักทรัพย์		
Legal Reform	กฎหมายสหกรณ์	ปรับปรุงกลไกการได้มาของคณะกรรมการสหกรณ์ กำหนดให้สหกรณ์เป็นธุรกิจที่สามารถบริหารจัดการภาวะขาดทุนได้ (กรรมการสามารถนำรายได้หรือดอกผลไปลงทุนได้)		
	กฎหมายจดทะเบียนการค้า	One-Business, One-Purpose		
	กฎหมายการแข่งขันทางการค้า	- เป็นองค์กรอิสระ - แก้ไขบทลงโทษให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจ		
	กฎหมายราคา	จัดทำโครงสร้างต้นทุนในลักษณะ Economic Approach		
	กฎหมายการชั่ง ตวง วัด	- เป็นหน่วยงานรัฐระดับกรม - พัฒนางานมาตรวิทยา และตรวจรับรอง		
	กฎหมายส่งเสริมการลงทุน	ปรับแก้ไขกฎหมายให้จังหวัดสามารถกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุนจังหวัดได้		
	กฎหมายภาษีเงินได้	- กำหนดให้มีคณะกรรมการพิจารณามาตรการด้านการเงินการคลัง และภาษีจังหวัด - ให้จังหวัดสามารถจัดเก็บภาษีและนำภาษีมาบริหารท้องถิ่นได้ - ให้จังหวัดมีอำนาจในการให้สิทธิพิเศษยกเว้นภาษีแก่ธุรกิจที่เป็นเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัด		
	กฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา	ให้เป็นหน่วยงานอิสระในรูปแบบองค์กรมหาชน ทำหน้าที่ดูแลและส่งเสริมนวัตกรรมของชาติ		

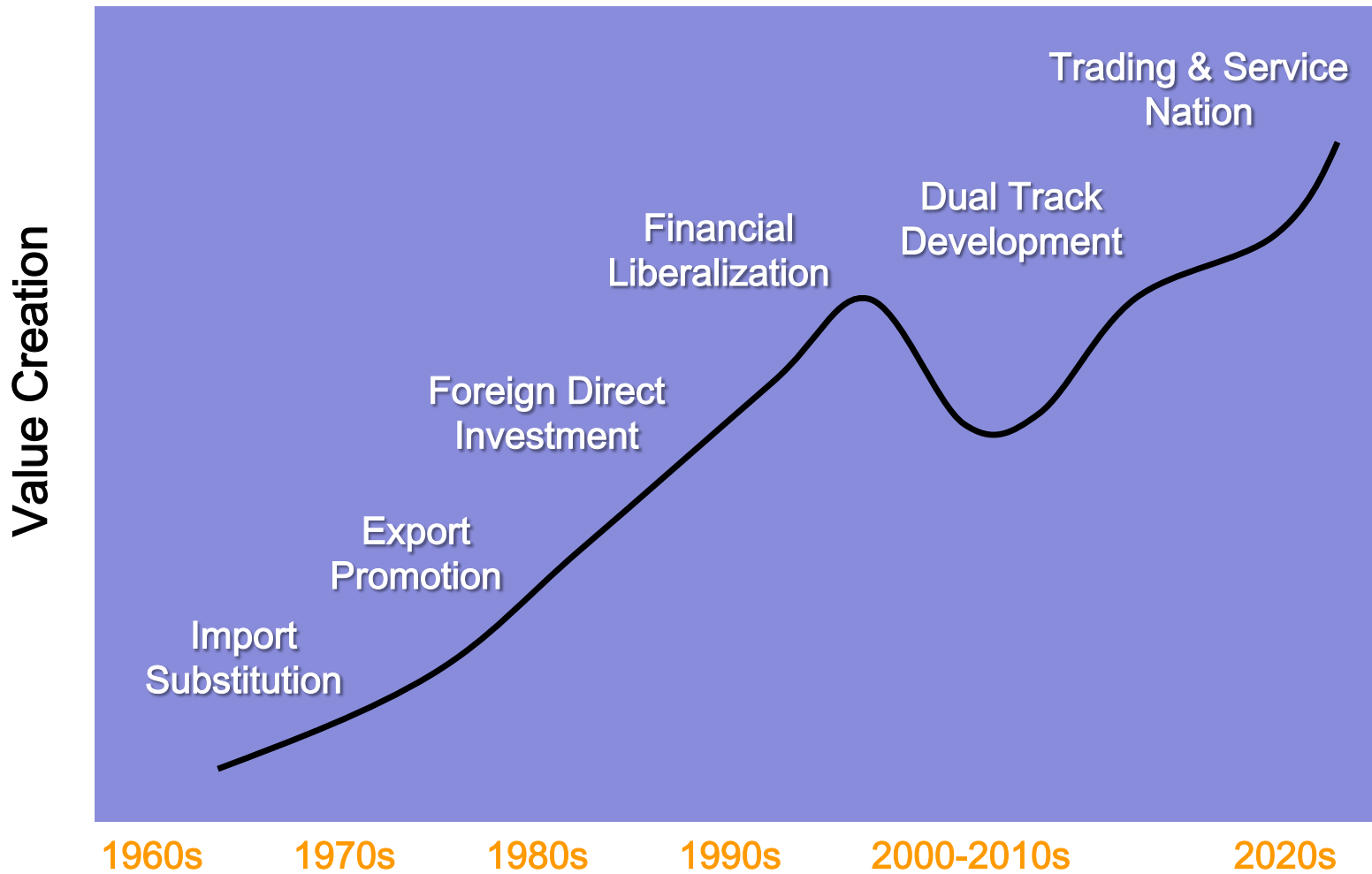
สร้างพลวัตทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในระดับจังหวัด/คลัสเตอร์จังหวัดอย่างต่อเนื่อง



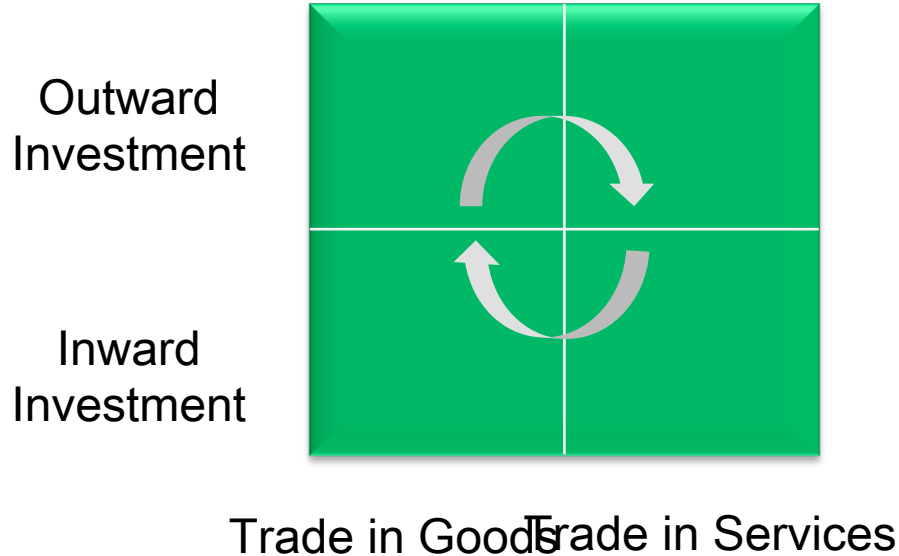
บูรณาการอาเซียน
เชื่อมประเทศไทย
สู่ประชาคมโลก



วางยุทธศาสตร์ทางการค้าการลงทุนในเวทีโลก

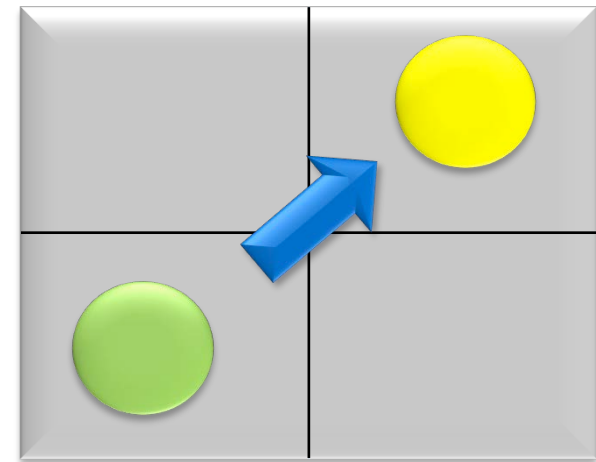


กรอบยุทธศาสตร์ Trading & Service Nation



Bridges

Border



Nation

Nodes

**Market-led
Economy**

- Relaxing Constraints
- Pro-competitive Public Policies
- Enhancing Global Business Opportunities
- Capacity Building

องค์ประกอบสำคัญของการเป็น Trading & Service Nation ภายใน 5 ปี



ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการออก



คลังเตอรุตสาหกรรม



បេតកេរ្យរដ្ឋាភិបាល

Center of Excellence

Global Connectivity

- Regional Head Quarter
- Strategic Industry Clusters
- Eastern Economic Corridor
- Special Economic Zone

- Digital Economy
- Logistic Hub

CLMV As Our Extending Nation ภายใน 3 ปี

- จาก Country Focus เป็น City Focus

- จาก Free Flow of Goods/Services, Capital เป็น Free Flow of Goods / Services, Capital, Information, Talent

- ส่งเสริม G2G, B2B และ P2P

- ส่งเสริม Regionalization ของวิสาหกิจไทย

- พัฒนา Regional Sourcing, Regional Market Development, Regional Human Capital Development, Regional Capital Market Development, Regional Transport & Logistics, etc.

4 รูปแบบการค้าภายใต้ One World, One Market

การบริการให้ “ชาวต่าง
ชาติ” ที่เกิดขึ้น “ใน
ประเทศไทย”

การบริการ
ข้ามพรมแดน
(Cross Border
Supply)

การบริโภค
ในต่างประเทศ
(Consumption
Abroad)

การบริการให้ “ชาวต่าง
ชาติ” ที่เกิดขึ้นที่ “ต่าง
ประเทศ”

การจัดตั้งธุรกิจ
เพื่อให้บริการ
(Commercial
Presence)

การให้บริการ
โดยบุคคลธรรมดา
(Movement of
Natural Persons)

4 รูปแบบการค้าภายใต้ One World, One Market

การบริการให้ “ชาวต่างชาติ” ที่เกิดขึ้น “ในประเทศไทย”

การบริการ
ข้ามพรมแดน
(Cross Border
Supply)

เป็นการบริการชาวต่างชาติ โดยผู้ให้บริการชาวไทยไม่ต้องปรากฏตัวอยู่ในประเทศของลูกค้า เป็นการให้บริการผ่านสื่อ และโทรคมนาคม เช่น การบัญชี บริการด้าน IT แอปพลิเคชันต่าง ๆ หรือผู้ประกอบการในกลุ่ม Startups

การบริโภค
ในต่างประเทศ
(Consumption
Abroad)

เป็นภาคบริการที่ผู้ประกอบการไทยมีความโดดเด่น เพราะมีผู้บริโภคต่างชาติเข้ามาใช้บริการในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อาทิ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว บริการทางการแพทย์ และ บริการทางการศึกษา

4 รูปแบบการค้าภายใต้ One World, One Market

การบริการให้ “ต่างชาติ” ที่เกิดขึ้นที่ “ต่างประเทศ”

การจัดตั้งธุรกิจ
เพื่อให้บริการ
(Commercial
Presence)

ผู้ให้บริการไทยออกไปตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ
ในต่างประเทศ เช่น ธนาคารพาณิชย์ไทยใน
CLMV ร้านสปา คลินิกความงามในต่าง
ประเทศ การก่อสร้าง ร้านอาหารไทยที่มีกว่า
12,000 แห่งทั่วโลก เป็นต้น

การให้บริการ
โดยบุคคลธรรมดา
(Movement of
Natural Persons)

เป็นการไปประกอบอาชีพสาขาบริการต่าง ๆ
ชั่วคราวในต่างประเทศ เช่น การประกอบ
วิชาชีพให้คำปรึกษากฎหมายที่ต่างประเทศ
ครูไทยที่ไปสอนภาษาไทยที่ต่างประเทศ วิศวกร
ไทยในต่างประเทศ หรือ นักออกแบบและสร้าง
ภาพการ์ตูนไทยที่ไปทำงานในสตูดิโอระดับโลก

1.0

รัชกาลที่ 5 วางรากฐานประเทศและจัดโครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดินตามแนวทางนานาอารยประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงระบบกรมกองใหม่ และตั้งกระทรวง กรม ให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์แวดล้อม

รัชกาลที่ 7 วางระบบข้าราชการพลเรือนสมัยใหม่ เน้นระบบคุณธรรม (merit system)

2.0

ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เป็นต้นมา จนถึงยุครัฐบาลพลเอกชาติชาย ระบบราชการมีความเข้มแข็งและเป็นผู้นำการพัฒนาประเทศ การบริหารราชการเป็นไปตามแนวทางคลาสสิกของ Max weber ว่าด้วยความชอบธรรมทางกฎหมาย (Legal-Rational Legitimacy)

- Hierarchy
- Rule - based
- Government - oriented
- Top - down approach
- Professionalism
- etc.

3.0

ปี 2540 ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมา วิกฤตต้มยำกุ้ง กระแส Democratization และ NPM ทำให้เกิดแนวคิดในเรื่อง Good Governance โดยการปฏิรูประบบราชการ ปี 2545 มุ่งเน้น

- Results - based
- Citizen - centered
- Value for money
- Work better and cost less
- Public participation
- etc.

4.0

มุ่งสู่ประเทศไทย 4.0 มีการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ภาครัฐต้องปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัล โดยต้องเป็นที่พึงของประชาชนและเป็นที่เชื่อถือไว้วางใจได้ โดยแนวโน้มการทำงานภาครัฐมุ่งสู่

- Citizen -Centric and Service - Oriented Government
- Open and Connected Government
- Smart and High Performance Government

Citizen -Centric and Service - Oriented Government

From Gov 3.0	To Gov 4.0
Standardized service delivery การให้บริการที่เป็นมาตรฐานตามสิทธิพื้นฐานของบุคคลที่รัฐกำหนด	Personalized service delivery การให้บริการตามความต้องการเฉพาะปัจเจกบุคคล โดยแต่ละบุคคลสามารถออกแบบ/เลือกรูปแบบ/วิธีการในการรับบริการได้
Office hours only บริการประชาชนตามเวลาราชการ	On-call services บริการประชาชนตลอด 7/24
Functional services ให้บริการประชาชนตามอำนาจหน้าที่ที่รับผิดชอบ	Integrated service เชื่อมโยงทุกส่วนราชการในการให้บริการประชาชน
On-demand services (re-active) ให้บริการเมื่อได้รับการร้องขอ	Pro-active services ให้บริการเชิงรุก/นำเสนอบริการที่เหมาะสมแก่ผู้รับบริการแต่ละบุคคล
Personal visit ขอรับบริการ ณ หน่วยงานที่รับผิดชอบ	Multi/ Cross channel ขอรับบริการได้หลากหลายช่องทาง /ขอรับบริการได้หลากหลายบริการ ณ ช่องทางเดียว

Open and Connected Government

From Gov 3.0

- Open upon request/ Limited disclosure

การเปิดเผยข้อมูลตามที่ประชาชนร้องขอเป็นการเฉพาะ
ราย/ การเปิดเผยข้อมูลที่จำกัด

- Agency-based data collection

การเก็บข้อมูลแบบแยกส่วนตามแต่ละหน่วยงานของรัฐ

- Public participation in information giving

การมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคส่วนต่างๆ ในการให้
ข้อมูล/ความคิดเห็นกับภาครัฐ

To Gov 4.0

- Open by default/ Active disclosure/ Usability

การเปิดเผยข้อมูลในรูปแบบค่าตั้งต้น (default) ใน
รูปแบบที่สามารถนำไปใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้องรอให้
ประชาชนร้องขอ

- Data sharing across public agencies

การใช้/แลกเปลี่ยน/แบ่งปันข้อมูลร่วมกันระหว่าง
หน่วยงานภาครัฐ

- Public consultant and engagement
- Open & participatory decision making
- Public scrutiny

การมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคส่วนต่างๆ ใน
การให้คำปรึกษา ร่วมตัดสินใจ ร่วมตรวจสอบ เพื่อ
สร้างความรู้สึกลงในการเป็นส่วนหนึ่งของการ
ดำเนินงานภาครัฐ

ระบบการบริหารจัดการการขับเคลื่อน Thailand 4.0

ระบบการบริหารจัดการการขับเคลื่อน Thailand 4.0

Governing Body

- เชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์ความมั่นคง
- บูรณาการเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ระหว่างกระทรวงต่างๆ

Designing Body

- วาง Roadmapของการขับเคลื่อนวาระใน Thailand 4.0
- จัดลำดับความสำคัญของแต่ละวาระการขับเคลื่อน
- ตั้งเป้าหมาย และพัฒนาตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ระดับยุทธศาสตร์ และระดับปฏิบัติการ
- ออกแบบกระบวนการ ขั้นตอนการดำเนินการ หน่วยงานหลัก หน่วยงานสนับสนุน กำลังคน งบประมาณ อย่างละเอียด
- สื่อสารและทำความเข้าใจกับสาธารณะ

Executing Body

- ประสานงานขับเคลื่อนผ่านกลไกภาครัฐ
- จัดสรรงบประมาณและกำลังคนเพื่อขับเคลื่อน
- ประเมินผลและจัดทีมเฉพาะกิจแก้ไขปัญหาข้อติดขัด

การดำเนินการ

วาระที่ 1 : เตรียมคนไทย 4.0 เพื่อก้าวสู่โลกที่หนึ่ง

เป้าหมาย	คุณลักษณะเป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนา	โครงการ
กลุ่มนักศึกษา ก่อนเข้า มหาวิทยาลัย <16	1. เรียนรู้เพื่อเสริมสร้าง แรงบันดาลใจเปิด กว้างในสิ่งใหม่ๆ (Passion-Driven) 2. คิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ๆ (Generative Learning)	สร้างโอกาสให้เรียนรู้ด้าน ความรู้ทักษะเพิ่มที่มีความ สนใจในกลุ่มนักศึกษาเป้า หมายผ่านเครือข่ายของ ภาครัฐ/ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เรียนรู้ในรูปแบบโครงการ Project Based Learning และสนับสนุนให้เกิดการ แสดงความสามารถผ่านการ แข่งขันระดับต่างๆ	• โครงการเรียนรู้เตรียมความพร้อมนักเรียน ไทย 4.0 เสริมนอกโรงเรียนในการเรียนรู้ใน สาขางานอนาคตผ่านชมรม หรือสื่อการเรียน การสอนอิเล็กทรอนิกส์ • โครงการเรียนรู้ให้คิดแบบคนไทย 4.0 STEM Project Based Learning Science Technology Engineering and Mathematic ในระดับมัธยม • โครงการศึกษาเขียนภาษาคอมพิวเตอร์ระดับ มัธยม • โครงการนักเรียนไทย 2 ภาษา พร้อมการ โครงการแลกเปลี่ยน • โครงการประกวดแข่งขันในสาขาวิชาใหม่ ในทุกระดับการศึกษา เช่นการวาดภาพ การ ถ่ายภาพ การทำ Mobile application Robotic ต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสในการใช้ ความคิดสร้างสรรค์ในทุกระดับ

วาระที่ 1 : เตรียมคนไทย 4.0 เพื่อก้าวสู่โลกที่หนึ่ง (ต่อ)

เป้าหมาย	คุณลักษณะเป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนา	โครงการ
กลุ่มนักศึกษา ระดับ มหาวิทยาลัย <22	1. เรียนที่เกิดจากความ สิ่งที่ต้องการทำ ตอบโจทย์เฉพาะ บุคคล (Personalized 2. คิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ๆ (Generative Learning) และการ คิดในกรอบ	สร้างโอกาสนักศึกษา สามารถพัฒนาความรู้ ทักษะเพิ่มเติมในสาขา เฉพาะที่หลักสูตรในระดับ มหาวิทยาลัยไม่รองรับ เพื่อ เตรียมพร้อมกำลังคนใน การเข้าสู่ภาคการผลิตและ บริการ	- โครงการเรียนรู้สาขาวิชาเฉพาะด้านที่ผ่านช่องทางชมรมที่เป็นสาขาวิชาที่เป็นช่วยให้ก้าวไปสู่ คนทำงานแบบ 4.0 ที่สามารถเข้าสู่โลกที่หนึ่ง ในมหาวิทยาลัยต้นแบบเพื่อให้ - โครงการพัฒนาเรียนรู้อาชีพ กับบริษัทในภาค เอกชน เช่น เรียนAnimation Design กับ สมาคมแอนิเมชัน - โครงการมหาวิทยาลัยแบบเรียน 2 ภาษา ใน โปรแกรมต้นแบบ

วาระที่ 1 : เตรียมคนไทย 4.0 เพื่อก้าวสู่โลกที่หนึ่ง (ต่อ)

เป้าหมาย	คุณลักษณะเป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนา	โครงการ
กลุ่มคนวัยทำงานในภาคเอกชน/ภาครัฐ/คนที่ไม่ได้ทำงานประจำ	1. เรียนที่เกิดจากความ สิ่งที่อยากทำตอบ โจทย์เฉพาะบุคคล (Personalized 2. เรียนรู้ในเพื่อตอบ โจทย์ความต้องการ เฉพาะขององค์กร (Specialized skill learning) 3. เรียนรู้การทำงานร่วม กัน (Sharing Incentive) 4. คิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ๆ (Generative Learning) 5. เรียนรู้ในการสร้าง งานให้เป็น (Working Labor at Home) 6. เรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ เพื่อสร้างประโยชน์ Re-productive Learning Engine	เพิ่มความรู้ ทักษะของคนวัยทำงานผ่านการสร้างแรงจูงใจผ่านมาตรการลดหย่อนการฝึกอบรม/ผ่านมาตรการของภาครัฐ และสนับสนุนคนไม่ได้ทำงานประจำสามารถทำงานอยู่บ้านได้ เพิ่มความรู้ ทักษะของพนักงานของรัฐโดยการสร้างแรงจูงใจผ่านมาตรการเลื่อนขั้นตำแหน่ง หรืออัตราเงินเดือน	• มาตรการลดหย่อนสำหรับบริษัทเอกชนในการส่งพนักงานไปอบรมในสาขาวิชาเป้าหมาย หรือเข้าร่วมในการสัมมนาทางวิชาการ convention ระดับนานาชาติ • โครงการพัฒนาเจ้าพนักงานรัฐแบบ Active Public Servant • โครงการคู่มืออบรมวิชาชีพ 24 ชั่วโมง สำหรับกลุ่มคนที่ยังไม่ได้ทำงานการ หรือทำงานอยู่บ้าน เช่น Design Social Media Marketing ต่างๆ เพื่อสร้าง Productivity ให้กับแรงงาน • โครงการพัฒนาทักษะความรู้เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมอนาคต • โครงการ Re-skill Labor ในภาคอุตสาหกรรมเพื่อรองรับ Digital Transformation และ Industry 4.0 ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ

วาระที่ 2 : พัฒนาคาสตร์เตอร์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

คาสตร์เตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มเทคโนโลยีอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech)	1. การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture & Biotechnology)	เพิ่มมูลค่า คุณภาพ และลดต้นทุนโดยใช้ Biotech ในการผลิตพืชผลทางการเกษตร มุ่งเป็นประเทศรับจ้างวิจัยเกษตร และส่งออกเทคโนโลยีเกษตรภูมิภาค	- ลงทุนการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ Biotech Genomic เทคโนโลยีในพันธุ์พืชเป้าหมายเพื่อการบริโภค vs วัตถุประสงค์การผลิต - เลือกมุ่งเน้นการพัฒนา Agro-Product champion ที่สร้างมูลค่าและมีปริมาณความต้องการในอนาคต - พัฒนาอุตสาหกรรมรับจ้างพัฒนาวิจัยเกษตรอย่างเป็นระบบสำหรับภาคเอกชนทั้งใน และต่างประเทศ	- โครงการจัดตั้ง National Agro Research (NAR) ในการกำกับดูแลการพัฒนา วิจัยเกษตรของพืชเศรษฐกิจแต่ละกลุ่ม - โครงการ Food Research & Innovation Platform เฉพาะรายพืชเศรษฐกิจโดยสนับสนุนทุนการดำเนินงานในศูนย์วิจัยของมหาวิทยาลัยและมาทำกับนโยบายโดยคณะกรรมการของแต่ละกลุ่ม - โปรแกรมคัดเลือกพันธุ์พืชเกษตรเพื่อการต่อยอดและขยายผล (Agro product champion Bank) - โครงการศึกษาพันธุ์เกษตรด้านคุณค่าโภชนาการ (Food Nutritious Fact) - โครงการพัฒนาขยายผล และต่อยอดพันธุ์เกษตรเป้าหมาย (Genomic Study) - โครงการกำหนดโจทย์การวิจัยพืชแบบรวมศูนย์กลาง (Research Focus) และมาตรการให้ทุนวิจัยแบบ Block Funding ระยะยาวต่อเนื่อง

วาระที่ 2 : พัฒนากลยุทธ์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คลัสเตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มเทคโนโลยีอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech)	2. อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food Processing Industry)	ผลิตอาหารแปรรูปสำหรับตามตลาดเฉพาะกลุ่ม ใช้ระบบอัตโนมัติขั้นในการควบคุมการผลิตรักษาคุณภาพ	- ปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและใช้ระบบอัตโนมัติขั้นมาใช้ในการกระบวนการผลิตและควบคุมรักษาคุณภาพของวัตถุดิบ - พัฒนาอาหารแปรรูปสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม - พัฒนา Zone เกษตร City เช่น Herbal City / Tea City / Durian City ตลาด Supply Chain	โปรแกรมเพิ่มขีดความสามารถจากระบบอัตโนมัติขั้น Enhance Thai Food Processing Automation - โครงการ Food Process Automation ในส่วนที่เป็น common processเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการด้านการวางระบบ Automation ในประเทศ - โครงการพัฒนาอาหารสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น คนสูงอายุ คนโรคเบาหวาน คนขาดสารอาหาร ฯลฯ - โครงการพัฒนากลุ่มพื้นที่เกษตร City (Cluster Agro City)
	3. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels & Biochemical)	ใช้ Biotech ในการพัฒนาผลผลิตของวัตถุดิบพลังงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดหรือให้เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท	- ลงทุนการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ในการพัฒนาพันธุ์พืชพลังงานเป้าหมายหรือกระบวนการสกัดที่ได้ผลผลิตสูง - เลือกพัฒนากลุ่มพืชพลังงานที่สามารถผลิตพลังงานได้สูง	โปรแกรมคัดเลือกพันธุ์พืชพลังงาน Agro Energy product champion เพื่อการต่อยอดและขยายผล โครงการพัฒนาพันธุ์พืชไทยด้านการให้พลังงานสูงสุด

วาระที่ 2 : พัฒนาคัลส์เตอร์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คลัสเตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มเทคโนโลยี สาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med)	4. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) 4.1 อุตสาหกรรมอุปกรณ์การแพทย์ (Medical Device Industry)	เป็นผู้ผลิตและใช้ในประเทศ และส่งออก ตลาดรองในประเทศ เพื่อนบ้าน หรือตลาดรอง เช่น อินเดีย ที่มีความต้องการสูง	1. เลือกผลิตอุปกรณ์การแพทย์ที่มีการนำเข้าสูงที่ประเทศมีศักยภาพ 2. สร้างตลาดกำลังซื้อในประเทศโดยใช้กำลังซื้อจากภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมอุปกรณ์การแพทย์ 3. ใช้มาตรการจูงใจในการใช้อุปกรณ์การแพทย์ของในประเทศ	- โครงการ Medical Kit Made in Thailand e.g., อุปกรณ์ Single Use Device) สำหรับโรงพยาบาลรัฐ - โครงการ Medical device สำหรับผู้สูงอายุ - มาตรการจูงใจการใช้ อุปกรณ์การแพทย์ไทย สำหรับโรงพยาบาลเอกชน - โครงการ Smart Medical device application สำหรับผู้สูงอายุ

วาระที่ 2 : พัฒนาคัลส์เตอร์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คัลส์เตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มเทคโนโลยี สาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med)	4.2 อุตสาหกรรม สมุนไพร (Thai Herb Industry)	เพิ่มความน่าเชื่อถือของ สินค้าในตลาดผู้บริโภค เพิ่มจำนวนสมุนไพรที่ผ่าน รับรองด้านคุณสมบัติที่เชื่อ ถือได้	1. ลดระยะเวลาในการ รับรองคุณสมบัติการ ใช้สมุนไพร 2. สร้างความน่าเชื่อถือ เรื่องของสรรพคุณ ของสมุนไพรไทย เปรียบเทียบกับยา ประเภทอื่นๆ 3. สร้างให้สมุนไพร ไทยมีประสิทธิภาพ และการออกฤทธิ์ที่ ได้รวดเร็วเปรียบ เทียบกับยาประเภท อื่นๆ	โปรแกรมเพิ่มขีดความสามารถของ สมุนไพรไทย • โครงการวัดประสิทธิภาพการ ใช้สมุนไพรไทยกับยาจีน หรือ ยาเคมี • โครงการศึกษากลุ่มสมุนไพร สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ กลุ่ม เช่น เช่น การชะลอวัย ความงาม ผิวพรรณ • โครงการสร้างตลาด 10 สมุนไพรสำหรับกลุ่มผู้บริโภค เฉพาะ • โครงการลดระยะเวลาการ รับรองคุณสมบัติสมุนไพรไทย ของ อย. • โครงการใช้สมุนไพรไทย สำหรับครัวเรือน • โครงการพัฒนาคัลส์เตอร์ สมุนไพร (Herbal City) เชื่อม โยงพื้นที่การผลิต
	4.3 บริการทางการแพทย์ (Medical Services)	เพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ ทางการแพทย์จากต่าง ประเทศไทย เพิ่มคุณภาพและ ประสิทธิภาพการให้บริการ ของผู้ให้บริการ	• พัฒนาช่องทางด้าน การบริการด้านการ เพิ่มให้ง่ายต่อการให้ บริการ • สร้างความแตกต่าง กันด้านการบริการ ให้มีความเฉพาะด้าน ในแต่ละผู้ให้บริการ	• โครงการเมืองพักฟื้น Post Medical Recovery City • โครงการจัดทำเมือง Medical Hub & City ในภูมิภาครองรับ กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท

วาระที่ 2 : พัฒนาศักยภาพเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คลัสเตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มเทคโนโลยี อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services)	5. อุตสาหกรรมการบริการที่เพิ่มมูลค่าเช่นการออกแบบสร้างสรรค์ แอนิเมชันและโมชัน	สร้างงานผลงาน Thai Creative ด้านต่างๆไปสู่ต่างประเทศ และส่งออก Creative ไปต่างประเทศ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์	- สนับสนุนการนำเสนอผลงาน ของ Thai Creative ในเวทีโลก - สนับสนุนระบบ ธุรกิจ ในกาสนับสนุนการซื้อขายผลงาน Creative Thais อย่างเป็นระบบ - พัฒนากำลังคนในการเข้าสู่สนับสนุนอุตสาหกรรม - พัฒนาเมืองไมซ์และกิจกรรมไมซ์และการจัดงานให้ที่ดึงดูดคนเข้างานจากต่างประเทศ	- โครงการพัฒนาธุรกิจตัวกลางหรือหน่วยงานสนับสนุนการซื้อขายงาน Movie หรือ Animation Game ของไทย - โครงการจัดทำภาพยนตร์กลุ่มตลาด Mass โดยแทรกการนำเสนอสินค้า การบริการไทย แหล่งท่องเที่ยว เช่น ภาพยนตร์เกาหลี โดย creative ไทย - โครงการ Thai Animation สำหรับตลาดต่างประเทศ - โครงการการจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนา Creative Thailand เพื่อต่อยอด Creative Talent จากงานประกวดต่างๆ โดยการให้ทุน Startup เพื่อต่อยอดผลงาน - โครงการเฟ้รางวัลการละเมิดลิขสิทธิ์ของผลงานของคนไทย - โครงการ Creative Training / Animation Training Bootcamp - โครงการไมซ์ซิตี้เมืองรอง (MICE City) เพื่อกระจายการจัดประชุม นิทรรศการไปยังพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจในต่างจังหวัด - โครงการจัดกลุ่มงานนิทรรศการ Industry Cluster Calendar ประจำปีสำหรับไมซ์

วาระที่ 2 : พัฒนาคัลส์เตอร์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คลัสเตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทันสมัย (Advance Technology Industry)	6. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (New Automotive Industry)	สร้างอุตสาหกรรมสนับสนุนรถยนต์อนาคต Mass logistics	- ใช้กลไกด้านภาษีในการพัฒนาอุตสาหกรรม - ร่วมพัฒนาอุตสาหกรรมกับบริษัทชั้นนำอุตสาหกรรมในแต่ละสาขาในต่างประเทศ - พัฒนาอุตสาหกรรมบำรุงรักษาสันับสนุนรถไฟฟ้า รถไฟไทย	- มาตรการภาษีในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์อนาคต Mass logistics - โครงการสนามทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ - โครงการร่วมมือในการวิจัยการพัฒนาอุปกรณ์รถยนต์อนาคตร่วมกับผู้ผลิตชิ้นส่วนต่างๆ
กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทันสมัย (Advance Technology Industry)	7. อุตสาหกรรมออโตเมชันและหุ่นยนต์ (Industry Automation & Robotics)	เปลี่ยนอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูงมาสู่ออโตเมชันในอุตสาหกรรมแรงงานสูง รวมถึงภาคบริการ	- พัฒนาผู้ให้บริการ SI สำหรับ Automation - สนับสนุนการนำเข้ชิ้นส่วนเพื่อการประกอบและผลิตรบบออโตเมชัน - มาตรการจูงใจทางภาษีเพื่อสร้างแรงจูงใจ	- โครงการลดภาษีนำเข้าชิ้นส่วนเพื่อการประกอบและผลิตรบบ ออโตเมชัน - โครงการพัฒนา System Integrator ไทยเพื่อสนับสนุน Industrial Automation สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย - มาตรการจูงใจด้านภาษีสำหรับการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตไปสู่ Industrial Automation - โครงการสนับสนุนการประดิษฐ์ Creative Robot สำหรับภาคบริการตอบปัญหาผู้บริโภค - โครงการประกวดสิ่งประดิษฐ์ Creative Robot ต่างๆ - โครงการพัฒนาระบบนิเวศสนับสนุนการพัฒนาประดิษฐ์ Creative Robot เช่นการพัฒนาผู้ให้บริการทำ Prototype

วาระที่ 2 : พัฒนากลยุทธ์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คลัสเตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทันสมัย (Advance Technology Industry)	8. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics Industry)	สร้างให้เกิดอุตสาหกรรมการบิน และ ซ่อมบำรุงสำหรับภูมิภาคอาเซียน	- สนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจการให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องบินของประเทศไทย - พัฒนาช่างเทคนิคซ่อมเพื่อรองรับการบริการในภูมิภาค	- โครงการสนับสนุนการธุรกิจการให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องบินของไทย - โครงการพัฒนาช่างเทคนิคซ่อมบำรุงเครื่องบินร่วมกับต่างประเทศ
กลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence)	9. อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital Equipment Industry)	สร้างผู้ประกอบการ Startup ที่พัฒนาอุปกรณ์ที่ตอบปัญหาของภาคอุตสาหกรรม การผลิตและการบริการ	คัดเลือกในการพัฒนาสร้างผู้ประกอบการ Startup จากกลุ่มที่มีศักยภาพเพื่อการต่อยอด	- โครงการ Uplift Startup เพื่อต่อยอด Surviving Startup - โครงการสนับสนุนการบริหารจัดการสำหรับธุรกิจ Digital Startup - โครงการสนับสนุนให้บริษัทรายใหญ่ในแต่ละอุตสาหกรรม สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ Digital Startup ตอบโจทย์ปัญหา - โครงการสนับสนุนการประดิษฐ์ Digital Application /device สำหรับภาคบริการ ตอบปัญหาของธุรกิจ e.,g Aging Society - โครงการพัฒนา Digital Application & Equipment สำหรับ Agro SMEs Business & Tourism & MICE & Health Services - โครงการใช้ศูนย์ข้อมูล (Data Center) สำหรับข้อมูลภาครัฐ

วาระที่ 2 : พัฒนากลยุทธ์เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (ต่อ)

คลัสเตอร์	อุตสาหกรรม	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรม	โครงการ
กลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence)	10. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ	สร้างผู้ประกอบการ Startup ที่พัฒนาอุปกรณ์ที่ตอบสนองปัญหาของภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ	- พัฒนาและขยายความต้องการของอุปกรณ์ IoT ต่างๆ โดยขับเคลื่อน Smart City 60:40 ผลิตในไทย - สนับสนุนการสร้างพัฒนาต้นแบบในส่วนที่เป็น Platform	- โครงการเมืองอัจฉริยะ Smart City โดยเงินนํ้าลงทุนเอกชน - โครงการ Smart Command center : 1 province โดยเชื่อมโยงระบบ Safety และ Early Warning ของแต่ละเทศบาล อบต และจังหวัดเข้าด้วยกัน เช่น วงจรปิดใน Province wide surveillance ในแต่ละพื้นที่ - โครงการพัฒนาอุปกรณ์เครือข่ายสนับสนุนการพัฒนา Smart City - โครงการเชื่อมผลงานวิจัยของ NECTEC แบบมุ่งเป้าหมายไปสู่เชิงพาณิชย์ - โครงการประเมิน Smart City Index

วาระที่ 3 : บ่มเพาะผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพาะเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	โครงการ
1. กลุ่ม SME & Start-Up น้อยกว่า <2 ปี	1. เพิ่มอัตราการรอดของ กลุ่ม SMEs & Startup 2. เพิ่มคุณภาพของกลุ่มที่จะเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ (Startup) 3. เพิ่มจำนวนของกลุ่มที่จะเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ (Startup) ในแต่ละสาขา เช่น Food Tech Agri Tech ฯลฯ ให้เหมาะสมกับตลาด	• สร้างช่องทางให้กลุ่ม SME & Start-Up เข้าถึง eco-system ในการสนับสนุนการพัฒนาและการตลาด Start-up เช่น การเข้าถึงสถาบัน การทดสอบผลิตภัณฑ์ มีช่อง การผลิตสินค้า มีช่องทางใน การทดสอบตลาด • สนับสนุนเงินกองทุนของรัฐ เพื่อสร้าง SME & Start-Up • มาตรการลดหย่อนทางภาษี สำหรับกลุ่ม Start-up • วางโครงสร้างสถาบันการ ศึกษาสนับสนุนกลุ่ม Start-up	1. โครงการ Start-up Survival program 2. โครงการ Start-up Seed Fund โดยกลุ่มคณะกรรมการ ประเมินที่มีศักยภาพ 3. โครงการสนับสนุนให้องค์กร ขนาดใหญ่สนับสนุน Start-up ที่เกี่ยวข้องเช่น CP- AgroTec startup CPN- Retail tech 4. โครงการสร้างทักษะการ บริหารจัดการของ Startup 5. โครงการหา Partnership สำหรับกลุ่ม Startup 6. โครงการ Referee panel สำหรับ Start-up e.g., งาน Techsauce หรือ SMEs ดีเด่น

วาระที่ 3 : บ่มเพาะผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพาะเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (ต่อ)

กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา	โครงการ
1. กลุ่ม Surviving SME ที่อยู่รอดมาได้เกิน >3 ปี	1. เพิ่มโอกาสด้านการตลาดให้กลุ่ม SME เพื่อให้ดำเนินการธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง	- นำระบบดิจิทัล (Digital) มาใช้ในการ Uplift SMEs และเพิ่มประสิทธิภาพดำเนินการธุรกิจ - สนับสนุนในการ Scale up Business และการทำการตลาด	1. โครงการ SMEs Survival program เพื่อแก้ไขปัญหาStartup กลุ่มเป้าหมาย
2. กลุ่ม Traditional SME ที่ทำธุรกิจการผลิต	1. เพิ่มนวัตกรรมในสินค้าผลิตภัณฑ์ 1 ผู้ประกอบ 1 สินค้า นวัตกรรมใหม่ 2. ปรับเปลี่ยน SME เดิมไปสู่การเป็นHigh Value SMEs business โดยใช้ technology innovation ในธุรกิจ	- ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการของกลุ่ม SMEs - สนับสนุนการวิจัยมุ่งเป้าในการสร้าง Shared Platform ในกลุ่มสินค้าเป้าหมาย - ปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและใช้ระบบอัตโนมัติ ชันมาใช้ในกระบวนการผลิต และควบคุมคุณภาพ - ส่งเสริมให้นำระบบดิจิทัล (Digital) มาใช้ในการลดต้นทุนกับกลุ่ม Traditional SMEs ในด้านบริการจัดการการผลิต - Scale up Business และการตลาด Market ไปสู่ตลาด CLMV - สร้างกำลังซื้อในประเทศโดยใช้กำลังซื้อจากภาครัฐกับกลุ่ม SMEs	1. โครงการสนับสนุนการใช้ Industrial Automation ในกระบวนการหลักของกลุ่ม SMEs ด้านการผลิต 2. โครงการจัดทำ Shared Platform จากการเลือกซื้อ IP เพื่อการพัฒนาและผลิตสินค้าเป้าหมาย 3. โครงการสนับสนุนการ Digital Transformation ของ SMEs ไทย 4. โครงการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการ 5. บริหารจัดการการตลาดของ SMEs (Website Social Media Marketing) 6. โครงการสร้าง 1 SMEs : 1 Innovation Champion

วาระที่ 4 : การเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านกลไกของ 18 กลุ่มจังหวัด และ 77 จังหวัด

ด้าน	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนา	โครงการ
1.ด้านเศรษฐกิจ	- กระจายทรัพยากร ความเจริญ ความมั่งคั่ง - เพิ่มโอกาสลงไปสู่ระดับพื้นที่ - ตอบโจทยความต้องการของประชาชนในพื้นที่	- กำหนดและพัฒนา S-Curve อุตสาหกรรมเดิมโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี - พัฒนา Strategy Cluster ในกลุ่มจังหวัดเชื่อมโยงการพัฒนาระหว่าง 18 Regional States ที่สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคอื่นๆ ของโลก	- โครงการวางยุทธศาสตร์ 4.0 ระดับกลุ่มจังหวัด - โครงการพัฒนาสินค้าเกษตรอุตสาหกรรม การบริการระดับกลุ่ม ที่ใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของตั้งแต่ 2 จังหวัด 2 จังหวัด โดยเลือก New S-Curve Industry ของอุตสาหกรรมในจังหวัด และ/หรือ First S-curve Industry ของจังหวัด เช่น Palm City Rubber City เป็นต้น - โครงการเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตระหว่างจังหวัด
		พัฒนาสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม การบริการที่ใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเฉพาะโดยการเลือก New S-Curve Industry ของอุตสาหกรรมในจังหวัดและ/หรือ First S-curve Industry ของจังหวัด เช่น Herbal City, Durian City, Tea City และ Medical services, Spa Product City Fruit City เลือก สินค้าเกษตร 1 อุตสาหกรรมเฉพาะ	- โครงการวางยุทธศาสตร์ 4.0 ของจังหวัดเป็นสัญญาประชาคมของประชารัฐในระดับพื้นที่ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และโมเดล Thailand 4.0 - โครงการยกระดับเกษตรใหม่ อุตสาหกรรมใหม่ในจังหวัดทำให้รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน หรือชมรม โดยมีกำหนดเครื่องข่ายสถาบันการศึกษาในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม/ผลิตภัณฑ์เป้าหมายหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ - โครงการสร้างกลุ่มวิสาหกิจในการสนับสนุน supply chain 1 สินค้าเกษตร หรือ 1 อุตสาหกรรมเป้าหมาย - โครงการสร้าง S-Curve สำหรับสินค้า OTOP เดิมในจังหวัด - โครงการพัฒนา สินค้า GI ของจังหวัดโดยใช้วิทยาศาสตร์แบบพื้นที่เพาะปลูกไวน์ (Scientific based)
		กำหนดแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่เฉพาะเรื่อง (Micro Problem Solving) ที่เกี่ยวข้องสำหรับอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย	โครงการ Micro Problem Solving รวบรวมคัดเลือกปัญหาหลัก และแก้ไขปัญาแบบเฉพาะพื้นที่ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรม/ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย
		บริหารจัดการควบคุมการผลิตและการตลาดของสินค้าเป้าหมาย	- โครงการพัฒนาตลาดให้ 1 สินค้าเกษตร หรือ 1 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่จังหวัดกำหนด - โครงการพัฒนาช่องทางการตลาดของสินค้าเป้าหมายที่กำหนด - โครงการ e-Mall /e-commerce ในการสร้างร้านค้าของจังหวัดบนอินเทอร์เน็ต

วาระที่ 4 : การเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านกลไกของ 18 กลุ่มจังหวัด และ 77 จังหวัด (ต่อ)

ด้าน	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนา	โครงการ
2. ด้านสังคม	- ยกระดับคุณภาพชีวิต โดยการสร้างรายได้ที่มีความมั่นคงในพื้นที่ - ยกระดับคุณภาพชีวิตมีรายได้มั่นคงจากระดับความยากจน - ลดการย้ายถิ่นฐาน เข้าไปเมืองลดการแทรกแซง หรือดำเนินมาตรการประชานิยมที่มาจากนักการเมือง	พัฒนาอาชีพในพื้นที่กลุ่มจังหวัด ทำให้คนในพื้นที่กลุ่มจังหวัด โดยการสร้างงานทำให้คนในพื้นที่อยู่ในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดที่ไม่ย้ายถิ่นฐาน เข้าไปเมืองใหญ่	1. โครงการพัฒนาทักษะรองรับเกษตร อุตสาหกรรมเป้าหมายของกลุ่ม
		สร้างกลุ่ม และอาชีพให้คนอยู่ในพื้นที่ในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจเศรษฐกิจเฉพาะเพื่อการพัฒนาสินค้า-อุตสาหกรรม เฉพาะของจังหวัด (Economic Based Community Group)	1. โครงการจัดกลุ่มและเพิ่มจำนวนวิสาหกิจเศรษฐกิจเฉพาะในการเพิ่มอาชีพสำหรับคนในพื้นที่ เฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพ e.g., GI product.
		สร้างระบบภูมิคุ้มกันแทรกแซง หรือดำเนินมาตรการประชานิยม	1. โครงการเฝ้าระวังการแทรกแซง หรือดำเนินมาตรการประชานิยมที่มาจากนักการเมือง
3. ด้านสิ่งแวดล้อม	- ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น ดานมลภาวะจากการเกษตร หรือ อุตสาหกรรม - ลดโอกาสการสูญเสียจากการใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ - ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัด เช่น ดานมลภาวะจากการเกษตร	ตรวจสอบเฝ้าระวังผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	1. โครงการวางระบบการเฝ้าระวังสิ่งแวดล้อมโดยระบบ Early Warning Technology Sensor และสร้างระบบเตือนภัย Predictive Warning จากข้อมูล Sensor ระดับกลุ่ม เช่น ภัยจากน้ำท่วม แสงแลง ฝนตกหนัก ดินถล่ม
		- ศึกษาและตรวจสอบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนา 1 สินค้าเกษตร หรือ 1 อุตสาหกรรม - วางแผนงานในการแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาพัฒนา 1 สินค้าเกษตร หรือ 1 อุตสาหกรรม	- โครงการศึกษาและตรวจสอบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนา 1 สินค้าเกษตร หรือ 1 อุตสาหกรรมที่กำหนด - โครงการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนา 1 สินค้าเกษตร หรือ 1 อุตสาหกรรมที่กำหนด
4. โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Infrastructure)	เป็นประเทศ Digital Economy ของภูมิภาค	พัฒนาโครงสร้าง Digital connectivity ในระดับภูมิภาค	1. โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Infrastructure)

วาระที่ 5 : บุรณาการอาเซียน เชื่อมประเทศไทยสู่ประชาคมโลก

ด้าน	เป้าหมาย	แนวทางของการพัฒนา	โครงการ
การค้า (Trade)	1. เป็น Trading & Service Nation ของภูมิภาค 2. เป็นประเทศ Logistic Hub ของภูมิภาค	• ส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งศูนย์กลางภูมิภาคในประเทศไทย(Regional Head Quarter) • พัฒนาให้เป็นเมืองด้านการบริการ • ปรับปรุงระบบ Logistics เชื่อมโยงการขนส่งในประเทศ • ลดข้อจำกัดด้านการค้าภาษีสำหรับการ Re-export เพื่อให้เกิดเป็น Full Trading Nation	1. โครงการศึกษาลดข้อจำกัดด้านภาษีปรับปรุงมาตรการในการเข้าสู่การเป็น Trading Nation 2. โครงการตั้งพื้นที่สำหรับการเป็น Trading Area ของประเทศไทยจากการลดข้อจำกัดด้านภาษี ปรับปรุงมาตรการต่างๆ
การลงทุนและตลาดทุน (Investment & Capital)	1. เป็นศูนย์กลางตลาดทุนของอาเซียน 2. เป็นพื้นที่ลงทุน (Inward & outward investment)	• การพัฒนาพื้นที่ลงทุน Eastern Economic Corridor • การจัดตั้งพื้นที่ลงทุนเฉพาะ Special Economic Zone ในบริเวณชายแดน • การจัดหาทุนสำหรับคนในอาเซียน (ASEAN) ในการดึงดูดคน (Talent Worker) เข้ามาทรงานมาสร้างสรรค์ในประเทศไทย • การพัฒนา Strategic Industry Clusters	1. โครงการส่งเสริมการลงทุนใน Eastern Economic Corridor 2. โครงการส่งเสริมการลงทุนใน Special Economic Zone 3. โครงการสร้างกองทุน ASEAN Fund สำหรับวิจัยและพัฒนา 4. โครงการพัฒนา Strategic Industry Clusters ภายใต Thailand 4.0

กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ THAILAND 4.0

ปัญหา

- ประชาชนโดยเฉพาะระดับฐานรากนั้น มีการรับรู้และความเข้าใจต่อกลยุทธ์ THAILAND 4.0 ค่อนข้างน้อย
- THAILAND 4.0 นั้นยังไม่ได้เป็นไอเดียหลัก (theme) ของทุกภาคส่วน ทั้งที่ควรจะเป็นวาระแห่งชาติ

โอกาส

ขณะนี้เป็นเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่คนไทยทุกคนรวมเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อในหลวง และเพื่อประเทศชาติ



กลยุทธ์

- พัฒนากลยุทธ์และอัตลักษณ์ของแบรนด์ THAILAND 4.0
- ระบุ Brand Key Message
- พัฒนากลยุทธ์ทางการสื่อสารแบบบูรณาการ โดยให้มีความสอดคล้องกับภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
 - กลยุทธ์ทางการสื่อสาร
 - การสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ
- ระบุผู้ที่จะเป็นตัวแทนในการนำเสนอ THAILAND 4.0 (Brand Ambassador)
 - นายกรัฐมนตรี

กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ THAILAND 4.0

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์ THAILAND 4.0 ทั้งในด้านของความหมาย จุดประสงค์ และผลกระทบต่างๆ ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายให้กับประชาชน
- เพื่อสร้างความรู้สึกของความเป็นเจ้าของประเทศให้กับประชาชน ให้เข้าใจในแนวคิด ให้เกิดความเชื่อถือและศรัทธาในแบรนด์ THAILAND 4.0
- เพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วน เกิดการมีส่วนร่วม

กลุ่มเป้าหมาย

- ประชาชนคนไทยทั้งประเทศ โดยเฉพาะฐานราก
- ภาครัฐ และภาคเอกชน
- ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และ NGOs
- สื่อมวลชน
- ผู้นำทางความคิดในระดับนานาชาติ

กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ THAILAND 4.0

วัตถุประสงค์	- เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์ THAILAND 4.0 ทั้งในด้านของความหมาย จุดประสงค์ และผลกระทบต่างๆ ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายให้กับประชาชน - เพื่อสร้างความรู้สึกรักของความเป็นเจ้าของประเทศให้กับประชาชน ให้เข้าใจในแนวคิด ให้เกิดความเชื่อถือและศรัทธาในแบรนด์ THAILAND 4.0 - เพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วน เกิดการมีส่วนร่วม					
กลุ่มเป้าหมาย	ประชาชนทั่วไป	ประชาชนฐานราก	สื่อมวลชน	นักธุรกิจ	ผู้นำทางความคิด/ NGOs	ชาวต่างชาติ
Value Proposition	THAILAND 4.0 พอเพียง ทวีติง เป็นธรรม ด้วยนวัตกรรม...อย่างยั่งยืน “สานต่อคำพ่อสอน เพื่ออนาคตคนไทยที่ยั่งยืน”					
กลยุทธ์	Brand Identity / CI					
	Appoint Brand Ambassador & Cascading					
	IMC : Online / Offline / Domestic / Global					
Key Players				Roadshow	Roadshow	
	รัฐบาล			- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย / กสท. - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	- หอการค้าไทย - กลุ่มบริษัทชั้นนำ	

กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ THAILAND 4.0

Alternative Tagline

- พลังคนไทย ร่วมสร้างประเทศไทย
- รวมพลังไทย ร่วมสร้างไทย
- พลังชาติไทย อนาคตประเทศไทย
- อนาคตไทยเรื่องรอง ด้วยสมองคนไทย
- ปัญญาคนไทย อนาคตประเทศไทย
- ปัญญาไทย สานต่อในคำพ่อสอน