

ระเบียบวาระการประชุม
คณะกรรมการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce)
การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur)
และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘
วันพุธที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๓๐ น.
ณ ห้องประชุม MICT กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ชั้น ๙ อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ ถ.แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ

-
- ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ
- ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องรับรองรายงานการประชุม
รายงานการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๘
- ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องเพื่อทราบ
ไม่มี
- ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่องสืบเนื่อง
ไม่มี
- ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องเพื่อพิจารณา
- ๕.๑ การส่งเสริมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)
 - แผนการดำเนินงานการส่งเสริมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)
 - ๕.๒ โครงการขับเคลื่อนภายใต้แผนงานดิจิทัลคอมเมิร์ซ
 - ๕.๒.๑ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สู่ภาคอุตสาหกรรม
 - ๕.๒.๒ โครงการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า (Trusted Source of Product Information Data Pool)
 - ๕.๒.๓ โครงการสร้างแบรนด์ไทยด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ
 - ๕.๒.๔ โครงการสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานดิจิทัลสำหรับ SMEs
 - ๕.๓ การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล
- ระเบียบวาระที่ ๖ เรื่องอื่นๆ
.....

ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องรับรองรายงานการประชุม

รายงานการประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๘

ประเด็นที่เสนอที่ประชุม

เพื่อโปรดทราบ

มติที่ประชุม

.....
.....
.....

รายงานการประชุม
คณะกรรมการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล
(Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)
ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘

วันพุธที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.

ณ ห้องประชุม MICT ชั้น ๙ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ

คณะกรรมการผู้เข้าร่วมประชุม

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑ นายพรชัย รุจิประภา
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒ นางวัลลภา จารุธีรชน
แทนปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา | คณะกรรมการ |
| ๓ นายวิชัย โภชนกิจ
แทนปลัดกระทรวงพาณิชย์ | คณะกรรมการ |
| ๔ นางเน่งน้อย เวทยพงษ์
แทนปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม | คณะกรรมการ |
| ๕ นายศักดิ์ณรงค์ แสงสง่าพงศ์
แทนประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย | คณะกรรมการ |
| ๖ นายทวีศักดิ์ กอนันต์กุล
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ | คณะกรรมการ |
| ๗ นางสุรางคณา วายุภาพ
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) | คณะกรรมการ |
| ๘ นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์
เลขาธิการสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ | คณะกรรมการ |
| ๙ นายรัชเดช เขาวนโยธิน
เลขาธิการสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย | คณะกรรมการ |
| ๑๐ นางสาวฉัฐมณีน พลดุล
แทนนายกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ | คณะกรรมการ |
| ๑๑ นายปราโมทย์ โชคศิริกุลชัย
ประธานสมาพันธ์สมาคมดิจิทัลคอนเทนต์บันเทิงไทย | คณะกรรมการ |
| ๑๒ นายมนู อรดีดลเชษฐ์ | คณะกรรมการ |
| ๑๓ นายชิต เหล่าวัฒนา | คณะกรรมการ |
| ๑๔ นายฉิม ตันติยาสวัสดิกุล | คณะกรรมการ |
| ๑๕ นางสาวบงจรรย์ กาญจนศาสตร์
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑๖ นายฉัตรชัย คุณปิติลักษณ์
รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) | คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

คณะทำงานไม่ได้เข้าร่วมประชุมเนื่องจากติดภารกิจ

- | | |
|--|-----------------------------|
| ๑. นางทรงพร โกมนสุรเดช
รองปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | คณะทำงาน |
| ๒. นายกสมาคมอีคอมเมิร์ซไทย | คณะทำงาน |
| ๓. นายยศ กิมสวัสดิ์ | คณะทำงาน |
| ๔. ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) | คณะทำงานและเลขานุการ |
| ๕. ผู้อำนวยการเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย | คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ |

ผู้เข้าร่วมประชุม

กระทรวงพาณิชย์

๑. นายสงวนศักดิ์ ชีวรัตน์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

กระทรวงอุตสาหกรรม

๒. นายวาทิ พิระวารานพวงศ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
๓. นายโชติวุฒิ อินนัตตา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
๔. นางสาวเยาวกิจ แซ่ตั้ง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
๕. นายปิยะวุฒิ ศิริศรีสุตากุล กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

๖. นายวรรณวิทย์ อาชูปุตร รองผู้อำนวยการสำนักงานฯ
๗. นายรัฐศาสตร์ กรสูต ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
๘. นางสาวอัจฉราพร หมุดระเด่น ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

๙. นายสมโภชน์ กาญจนภรณ์ ที่ปรึกษารัฐมนตรีฯ
๑๐. นายกวิน ทังสุพานิช เลขานุการรัฐมนตรีฯ
๑๑. นายเสริมศักดิ์ จันทร์เต็ม คณะทำงานรัฐมนตรีฯ
๑๒. นางสาวกษิธิธรร ภูภราดัย สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๓. นายภาสกร ประถมบุตร สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๔. นางสาวสุมาวสี ศาลาบุตร สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๕. นางสาวภัทราวดี พลอยกิติกุล สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๖. นางณพิชญา เทพรอด สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๗. นายชัยกร ยิ่งเสรี สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๘. นางสาวพนิดา พงษ์ไพบูลย์ สำนักเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
๑๙. นางสาวพลอยรวี เกริกพันธ์กุล สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
๒๐. นางสาวนฤมล พันธุ์มาตี สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
๒๑. นายจุฑาสิทธิ์ โรหิตร์ตนะ สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
๒๒. นางมณีนุช จิตธรรมมา สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
๒๓. นางอภิญา จรเสนาะ สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

- ๒๔. นายมีธรรม ณะรอง
- ๒๕. นายสิทธิชัย สุวรรณนุรักษ์
- ๒๖. นายก้องกานต์ พงษ์พานิช
- ๒๗. นายวรฉัตร เตชโยธิน

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

- ๒๘. นายเดช ฉืดสุวรรณนุรักษ์
- ๒๙. นายจิรวุฒิ ตังกิจงามวงศ์
- ๓๐. นายจุฑาวัฒน์ มหาอุต
- ๓๑. นายวิชัย เบญจรงค์กุล

บริษัท ทีไอที จำกัด มหาชน

- ๓๒. นางสาวพรทิพย์ เพ็ญสำอางค์
- ๓๓. นางสาวกัญญาภัค ปัทมะสุนทร

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

- ๓๔. นายจำรัส สว่างสมุทร
- ๓๕. นายนันท์วัฒน์ สร้อยอัมพรกุล
- ๓๖. นายภูวดล สุวรรณธारा
- ๓๗. นางสาวปฐมพร จิตสะอาดกุล
- ๓๘. นางสาวปาริฉัตร พันธุ์พินิจ
- ๓๙. นายชนันท์ ครุฑกุล
- ๔๐. นายการัณยภาส ว่องศรีเจริญชัย

บริษัท เนชั่นเนล ไอทีเอ็มเอ็กซ์ จำกัด

- ๔๑. นางสาววรรณภา นพอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการ

สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟฟิกส์ไทย

- ๔๒. นางสาวอัมภฤณ บุญสินสุข
- ๔๓. นายสันติ เลหาบุรณะกิจ
- ๔๔. นายนิธิพัฒน์ สมสมาน

สถาบันวิทยากรหุ่นยนต์ภาคสนาม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

- ๔๕. นายประจักษ์ พนาวรานันท์

เริ่มประชุมเวลา ๑๓.๓๐ น.

ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

สืบเนื่องจากการประชุมคณะกรรมการเตรียมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๘ ที่ประชุมได้มีการเสนอแต่งตั้งผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เพิ่มเติม ในคณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ (Digital Entrepreneur) การส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) และคณะทำงานการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) โดยมีมติเห็นชอบให้เพิ่มผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยในคณะทำงานฯ ๒ ชุด ดังกล่าว จึงขอแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

มติที่ประชุม รับทราบ

ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องรับรองรายงานการประชุม

นายฉัตรชัย คุณปิติลักษณ์ คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการฯ รายงานที่ประชุมทราบ และรับรองรายงานการประชุมคณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ วันพฤหัสบดีที่ ๑๖ เมษายน ๒๕๕๘ ซึ่งคณะทำงานฯ พิจารณาแล้วมีข้อแก้ไขดังนี้

๑) หน้าที่ ๖ PMO office ขอให้แก้ไขเป็น Program management office

๒) หน้าที่ ๗ แก้ไขข้อความ “ไม่ได้ทำร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแต่ทำร่วมกับสภาหอการค้าไทย” เป็น “ทำร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแต่ไม่ได้ทำร่วมกับสภาหอการค้าไทย”

มติที่ประชุม รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ โดยให้แก้ไขรายงานการประชุมตามข้อคิดเห็น คณะทำงานฯ

ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องเพื่อทราบ

การเป็นเจ้าภาพจัดงาน ACM ICPC World Final 2016 ณ ประเทศไทย

นายฉัตรชัยฯ นำเสนอที่ประชุมทราบถึงการเป็นเจ้าภาพจัดงาน ACM ICPC World Final 2016 ณ ประเทศไทย โดยมีสาระสำคัญดังนี้

๑) ACM ICPC (ACM International Collegiate Programming Contest) เป็นการแข่งขันการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อแก้ปัญหาโจทย์ในเชิงประยุกต์ ที่จัดให้มีการแข่งขันตั้งแต่ระดับภูมิภาค ๖ ภูมิภาค ได้แก่ Europe, Latin America, North America, South Pacific, Asia และ Africa/Middle East โดยมีการจัดมาแล้ว ๓๙ ครั้ง ปีที่แล้วมีผู้แข่งขันประมาณ ๓๘,๐๐๐ กว่าคน จากกว่า ๑๐๐ ประเทศ มีการคัดเลือก ๑๒๘ ทีม เข้ารอบสุดท้าย โดยครั้งที่ผ่านมามีการแข่งขันที่ประเทศ Morocco แข่งขัน ๑๓ ข้อ ใช้เวลา ๕ ชั่วโมง โดยแชมป์ส่วนใหญ่มาจากทวีปอเมริกาเหนือ ช่วงระยะหลังมีจีนกับรัสเซียที่เข้ามาเป็นแชมป์ ลักษณะการแข่งขันเป็นการแก้ปัญหา การ Coding ทำงานเป็น Team Work ที่ผ่านมามีทีมใดแก้ปัญหาได้ครบทั้ง ๑๓ ข้อ แต่ครั้งล่าสุดที่ผ่านมามีประเทศไทยแก้ปัญหาได้ครบทั้ง ๑๓ ข้อและเป็นแชมป์

๒) ประเทศไทยได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน ACM ICPC World Final 2016 ซึ่งครั้งนี้ถือเป็นครั้งที่ ๔๐ ซึ่งก่อนหน้านี้นี้ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน ACM ICPC ระดับภูมิภาคเอเชียมาแล้ว ๓ ครั้ง โดยภาควิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในปี ๒๕๕๒ และ ๒๕๕๔ ที่วิทยาเขตภูเก็ต และในปี ๒๕๕๕ ที่วิทยาเขตหาดใหญ่ โดยประเทศไทยได้ทาบทามโค้ชจากรัสเซียและจีนให้เข้ามาสนับสนุนทีมไทย การแข่งขันครั้งที่ ๔๐ ที่จะจัดขึ้นในเดือนพฤษภาคมปี ๒๐๑๖ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากเดิมเข้าสู่กระทรวงใหม่ แต่ไม่มีผลกระทบต่อการสนับสนุนมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ คาดการจัดงานในปี ๒๐๑๖ จะมีผู้เข้าร่วมแข่งขันและผู้สังเกตการณ์มากกว่า ๑,๐๐๐ คน โดยมีการจองห้องพัก จองห้องสำหรับการจัดงานกว่า ๖๗๐ ห้องที่ป่าตอง ครั้งที่ ๔๐ มีการเจรจาให้ทีมเจ้าภาพเข้าร่วมแข่งขันได้จำนวน ๒ ทีม คือ ทีมจากสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) และทีมจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยทางทีมของมหาวิทยาลัยยังไม่เคยเข้ารอบในรอบ World Final ฐานะตัวแทนประเทศไทยแต่เคยเข้ารอบในนามตัวแทนของทีมต่างชาติมาก่อนจำนวน ๔ คน

มติที่ประชุม รับทราบ

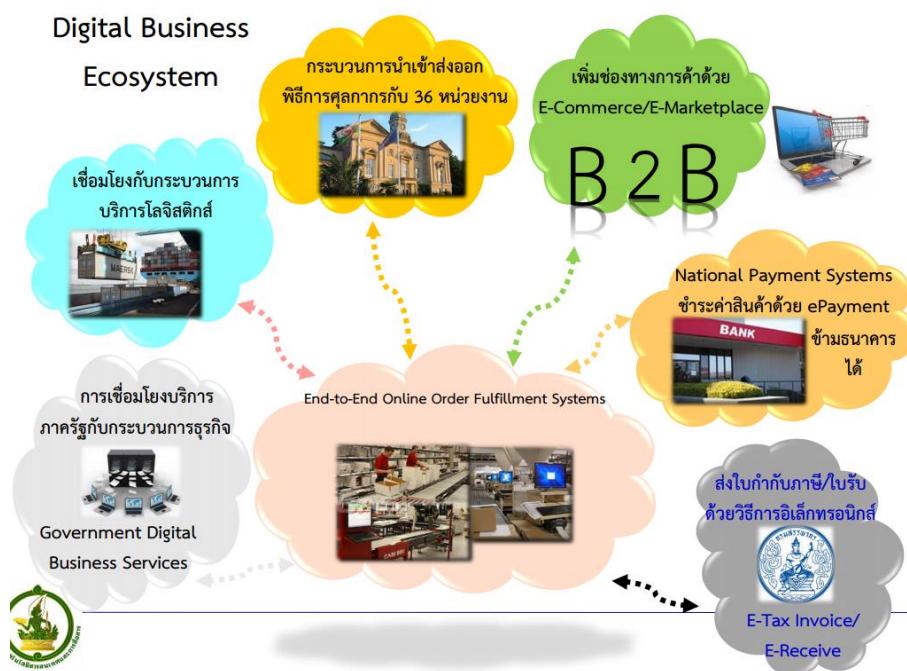
ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่องสืบเนื่อง

๔.๑ แผนการดำเนินงานการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce)

สืบเนื่องจากการประชุมคณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๘ ที่ประชุมมีมติให้มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อจัดทำแนวทางของการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) ซึ่งคณะทำงานฯ ได้ดำเนินการจัดการประชุมย่อยในวันที่ ๒๑ ๒๗ และ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๕๘ เพื่อจัดทำรายละเอียดแผนการดำเนินงานการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce)

นายมนู อรดีตลเชษฐ์ นำเสนอที่ประชุมทราบถึงแผนการดำเนินงานการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ในส่วนของดิจิทัล คอมเมิร์ซ คณะทำงานอยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำเสนอภาพรวมของยุทธศาสตร์ นอกจากการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซยังหมายรวมถึงการใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลทำธุรกรรมทุกระดับในธุรกิจ คำว่า ดิจิทัลอีโคโนมี เมื่อถอดมาในเรื่องเศรษฐกิจ หมายถึงธุรกิจทุกประเภทต้องส่งเสริมให้ทำธุรกิจออนไลน์ไม่เฉพาะในประเทศไทยแต่รวมถึงต่างประเทศด้วย การเชื่อมต่อกันเป็นโครงข่ายที่ทำงานร่วมกันทำให้เกิด ระบบนิเวศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Ecosystem) เป็นกลุ่มเครือข่ายธุรกิจที่จะมีการส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการธุรกิจ และเป็นกลุ่มธุรกิจที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งถูกจำแนกเป็น ๗ กลุ่ม ดังนี้



- ๑) การเชื่อมโยงบริการภาครัฐกับกระบวนการธุรกิจ (Government Digital Business Services)
- ๒) เชื่อมโยงกับกระบวนการบริการโลจิสติกส์
- ๓) กระบวนการนำเข้าส่งออกพิธีการศุลกากรกับ ๓๖ หน่วยงาน
- ๔) เพิ่มช่องทางการค้าด้วย E-Commerce/E-Marketplace
- ๕) National Payment System ชำระสินค้าด้วย E-Payment ชำระธนาคารได้
- ๖) ส่งใบกำกับภาษี/ใบรับด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ E-Tax Invoice/E-Receipt

๗) End-to-end Online Order Fulfillment Systems

จากภาพดังกล่าวข้างต้นจะมีองค์ประกอบเครือข่ายธุรกิจออนไลน์อยู่ทั้งหมด ๗ กลุ่ม ซึ่งจะต้องเชื่อมโยงกันได้แบบออนไลน์ ในส่วนของ End-to-end ต้องสามารถรับส่งข้อมูลออนไลน์ถึงกันในองค์กรได้อย่าง real-time ถ้าเป็นธุรกิจนำเข้าส่งออกจะต้องเชื่อมโยงกับภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นระบบเดียวกัน หรือ National Single Window รวมทั้งในส่วนของธนาคารและการทำธุรกรรมทางการเงิน ขณะนี้กำลังเข้าสู่รูปแบบของเศรษฐกิจดิจิทัลที่สามารถชำระเงินข้ามธนาคารเต็มรูปแบบผ่านระบบออนไลน์ สำหรับ B2C ในอนาคตจะมี local card เพื่อรองรับการชำระเงินภายในประเทศ ทั้งนี้ การทำธุรกรรมแบบ B2B และ B2C เป็นหัวใจสำคัญของการทำ E-Commerce แต่ยังมีติดปัญหาเรื่องการทำงานซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต้องเข้ามาช่วยจัดระบบและจัดทำแผนรองรับ ทั้งนี้ การชำระภาษีหรืองานของกรมสรรพากร จะต้องปรับให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด โดยกรมสรรพากรอยู่ระหว่างปรับการให้บริการให้สามารถบริการ E-Tax Invoice และ E-Receipt เพื่อให้ประชาชนสามารถส่งใบกำกับภาษี/ใบรับด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ได้ในปลายปีนี้

ในส่วนของ การเชื่อมโยงบริการภาครัฐและกระบวนการธุรกิจนั้น สรอ. และ ก.พ.ร. กำลังดำเนินการขับเคลื่อนอยู่ ถ้าประเทศไทยต้องการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้ง ๗ กลุ่ม ซึ่งต้องสามารถทำงานร่วมกันได้ทั้งหมด

ทั้งนี้จากแผนภาพงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce ทำให้ทราบถึงปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐมีความซ้ำซ้อนและสับสนมาก ไม่มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลัก มีหน่วยงานจำนวนมากที่มีการดำเนินงานซ้ำซ้อนกัน โดยเฉพาะในเรื่องการส่งเสริมสนับสนุน E-Commerce ดังนั้น ในภารกิจส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น การจัดระเบียบว่าใครทำอะไรเป็นเรื่องสำคัญต้องมีการจัดระเบียบว่าใครมีหน้าที่ทำอะไร ใครกำลังทำอะไร และควรทำอะไร เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน

นายมนูฯ นำเสนอแผนภาพกรอบแนวคิดส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลที่เป็นมติจากการประชุมคณะทำงานฯ เมื่อวันที่ ๑๖ เมษายน ๒๕๕๘ ซึ่งสรุปว่า จะดำเนินการสนับสนุนให้ SME ปรับเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจ โดยการเพิ่มช่องทางการค้าด้วย E-Commerce และปรับปรุงระบบงานภายในด้วยการนำระบบ ERP มาประยุกต์ใช้ การนำระบบ E-Invoice เพื่อลดต้นทุน และการใช้ระบบ E-Supply Chain เพื่อเชื่อมโยงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีสภาอุตสาหกรรมเป็นผู้ขับเคลื่อน

ในส่วนของกลุ่มการค้าปลีก (The Retail Cluster) เป็นโครงการส่งเสริมให้ภาคเอกชนทำธุรกิจแบบออนไลน์ มีการส่งเสริมในส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และโครงการที่เกี่ยวกับโรงงานจะเป็นเรื่องของการปรับปรุงระบบ Supply Chain ซึ่งตัวแทนของสภาอุตสาหกรรมจะเป็นผู้นำเสนอต่อไป

สรุปโดยภาพรวมยุทธศาสตร์ที่จะมาสนับสนุน digital Commerce เป็นเรื่องของการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน หรือสร้าง Ecosystem ทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถทำ end-to-end แบบ online ได้กับธุรกิจทั้งในและนอกประเทศ ให้ครบวงจรทั้ง ๗ กลุ่ม

ในส่วนของโลจิสติกส์ ภาคเอกชนกำลังรวบรวมข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงกับส่วนราชการ เรื่องของ E-Tax Invoice และ E-Receipt กรมสรรพากรกำลังจะเริ่มเปิดให้บริการประมาณสิ้นปีนี้ เรื่องของ National Single Windows ก.พ.ร. กำลังทำอยู่ใน Phase ที่ ๑ และกำลังทำ Phase ที่ ๒ ต่อ ส่วนในเรื่องการส่งเสริมสนับสนุน SME เป็นเรื่องที่กำลังทำขนานกันไป อีกทั้งแต่ละกลุ่มทำงานอย่างเป็นอิสระ กลุ่มไหนเสร็จก่อนก็ให้บริการไปได้เลย ไม่ต้องรอพร้อมกัน

ข้อคิดเห็นจากที่ประชุม

นายรัชเดช เขาวนโยธิน กล่าวเสริมว่า ในกลุ่มของโลจิสติกส์ไม่มีเจ้าภาพตัวจริง เนื่องจากภาคเอกชนไม่มีเจ้าภาพ ที่จะเชื่อมโยงกับ National Single Windows ของ ก.พ.ร. ส่วนที่รองนายกรัฐมนตรีต้องการคือการผลักดัน G2G หลังบ้าน คณะทำงานฯ ชุดนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการเป็นเจ้าภาพและผลักดันเรื่องดังกล่าว

นายวิศักดิ์ กอนันตกุล กล่าวว่า อยากให้คณะทำงานฯ ดูอำนาจหน้าที่ตัวเองว่าต้องกำหนดแผนขึ้นมา ทั้ง ๗ กลุ่ม คือ แผน ควรกำหนดงานอะไรก่อนอะไรหลัง ฝ่ายเลขานุการฯ ต้องทำงานให้รู้สถานะก่อนว่าเราอยากทำอะไรอย่างไร จะเขียนอย่างไร ให้ใครทำ แล้วเสร็จเมื่อไหร่ งบประมาณเท่าไร ต้องรู้ก่อนว่าไปถึงไหนหรือไม่ถึงไหน และควรมีการตั้งคณะทำงานย่อยและมีองค์ประกอบภาคเอกชนขึ้นมาช่วยรวบรวมข้อมูลสถานะโดยฝ่ายเลขานุการฯ ต้องบันทึกว่าภาคเอกชนต้องการอะไร คณะทำงานฯ มีหน้าที่เชื่อมโยงให้คำตอบทั้งหมดภายใต้ Framework เดียวกัน

นายวิชัย บุญจรงค์กุล กล่าวว่า เห็นด้วยในเรื่องของการแบ่ง cluster ในส่วนของ B2B และ B2C เป็นภาระของภาคเอกชนด้วยที่จะต้องสนับสนุน ดังนั้นภาคเอกชนน่าจะมีส่วนเกี่ยวข้อง คณะทำงานฯ ต้องดูว่าไม่มีการทำงานซ้ำซ้อนกันในแต่ละหมวดหมู่ ควรตั้งเป้าหมายและให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำงานร่วมกัน

นายฉิม ตันติยาสวัสดิกุล เห็นด้วยกับนายวิศักดิ์ฯ อยากให้เพิ่มว่าแต่ละกลุ่มต้องใช้อะไรร่วมกันอยู่ มีมาตรฐานอะไรที่ยังขาดอยู่ เช่น การใช้ trusted digital media แทนการใช้กระดาษ digital media archiving ดู life cycle ของแต่ละงานว่าต้องเก็บนานเท่าไร เก็บอย่างไรถึงจะมีความน่าเชื่อถือ งานนี้เป็นเร่งด่วน ต้องมีมาตรฐานเดียวกัน เป็นการจัดการ life cycle ของ digital media

นายศักดิ์ณรงค์ แสงสง่างงศ์ กล่าวว่า สภาอุตสาหกรรมได้มีการเตรียมการและความคืบหน้าของโครงการต่างๆ แล้ว เช่น การประสานงานกับธนาคารแห่งประเทศไทยและ ETDA เกี่ยวกับเรื่อง Payment Gateway เป็นต้น โดยปัญหาที่พบคือการประสานงานและข้อตกลงระหว่างหน่วยงานถือเป็นปัญหาใหญ่ ต้องให้หน่วยงานภาครัฐยอมรับมาตรฐานร่วมกัน

นายชิต เหล่าวัฒนา กล่าวเสริมว่า ขอให้ฝ่ายเอกชนให้ข้อมูลว่าอะไรที่เป็นอุปสรรค

นายฉันท ครุฑกุล กล่าวว่า หลายเรื่องยังมีการทำงานซ้ำซ้อนกันอยู่ และกระทรวงฯ ไม่ได้รับผิดชอบตรง เช่น National Single Window เป็นเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญ มีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน

ประธาน กล่าวว่า ฝ่ายเลขานุการฯ ต้องไปตรวจสอบมาว่า แต่ละกลุ่มใครเป็นคนทำ มีความคืบหน้าถึงไหน มีความซ้ำซ้อนหรือไม่ อะไรที่เป็นอุปสรรค ทั้งนี้ โครงการที่จะเสนอในวาระที่ ๕ ขอให้คณะทำงานพิจารณาดูว่าสอดคล้องกับยุทธศาสตร์หรือไม่

นายวิศักดิ์ฯ เสนอว่า ขอให้ตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วยภาคเอกชนที่ต้องเป็นผู้ขับเคลื่อน หน่วยงานที่เป็น regulator และเลขานุการของคณะทำงานใน working group อื่นๆ ที่รัฐบาลตั้งไว้แล้วมาเป็น working group เพื่อให้ได้สรุปข้อมูลภาพรวมที่ชัดเจน เพื่อนำเสนอคณะกรรมการชุดใหญ่ต่อไป

นายฉิมฯ เสนอให้มีการเพิ่มมาตรฐานระบบรับรองและรับฝาก

นายวรรณวิทย์ อาชูปุต กล่าวเสริมว่า เรื่อง e-invoice และ e-payment มีคณะกรรมการทำงานเฉพาะอยู่แล้ว เป็นคณะทำงานชุดเล็กแต่ยังขาดกรมสรรพสามิตและกรมสรรพากร มีการประชุมมีข้อตกลงให้เอกชนเริ่มเตรียมดำเนินการ กระบวนการออกใบกำกับภาษี เป็น cross industry invoice รวมถึงเรื่องการถอดแบบ cross border ข้ามประเทศ ทั้งสองระบบทำงานเชื่อมกันได้อยู่แล้ว

ประธาน มอบหมายให้ สฟธอ. สรุปความก้าวหน้าของเรื่อง e-invoice และ e-payment ส่วน Government Services มอบให้ สรทอ. เป็นผู้รับผิดชอบ และให้ตั้งกลุ่มคณะทำงานเพื่อไปติดตาม

งานในกลุ่มต่างๆ ส่วนในกลุ่มของ End-to-end ที่เป็น demand-side ของภาคเอกชน ให้ศึกษาดูว่าตอนนี้ติดปัญหาอะไร จะให้เข้าไปช่วยตรงไหน

นายรัชเดชา กล่าวว่า งานโลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับ ก.พ.ร. กรมเหมืองแร่ กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงคมนาคม ต้องขอคำสั่งทางราชการให้มีการมอบหมายมาช่วยกัน

ผู้แทนกระทรวงอุตสาหกรรม ขอแก้ตัวย่อของกระทรวงอุตสาหกรรมจาก DIP เป็น ISMED และเสนอให้มีการกำหนดเป้าในแต่ละเรื่องด้วย เพื่อจะได้ไปเตรียมกรอบงบประมาณรองรับ

นายชิตา กล่าวเสริมว่า ควรมีการสร้าง pilot project ขึ้นมาด้วยหรือไม่ ไม่อย่างนั้นจะมีแต่ละระบบแต่ไม่มีผลงาน ต้องทำทั้งสองอย่างพร้อมๆ กัน แล้วเอา pilot เป็นตัวชี้วัดเลยว่าระบบมันใช่หรือไม่ใช่

ผู้แทน SIPA นำเสนอโครงการนำร่องด้านการท่องเที่ยว Tourism Thailand Open Platform มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวแทนการใช้ช่องทางของต่างประเทศ โดยมี Flow ในการดำเนินการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ซื้อบริการ ผู้พัฒนาระบบ โรงแรม ต่างๆ เป็นต้น มีการตั้งเป้าหมายไว้ ๓ ปี ปีแรกมีผู้ใช้งานไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ ราย และมากกว่า ๒,๐๐๐ รายในปีถัดไป ซึ่งตอนนี้ SIPA กำลังทำอยู่โดยใช้งบของ SIPA

มติที่ประชุม มอบหมายฝ่ายเลขาคณะทำงานฯ ทำการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของสถานะแต่ละกลุ่ม ความคืบหน้า การดำเนินงาน ความซับซ้อน ปัญหาและอุปสรรค แต่ละกลุ่มต้องการใช้อะไรร่วมกันบ้าง และมอบหมาย สฟธอ. สรุปความก้าวหน้าของเรื่อง e-invoice และ e-payment และ สรอ. สรุปความก้าวหน้าของเรื่อง Government Services

๔.๒ การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur)

แผนการดำเนินงานการส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur)

สืบเนื่องจากการประชุมคณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๘ ที่ประชุมมีมติให้มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อจัดทำภาพรวมของแผนการดำเนินงานการส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) ซึ่งคณะทำงานฯ ได้ดำเนินการจัดการประชุมย่อยในวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๘ และ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๘ เพื่อจัดทำรายละเอียดแผนการดำเนินงานการส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur)

นายมนูฯ นำเสนอที่ประชุมทราบถึงแผนการดำเนินงานการส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) โดยมีสาระสำคัญ คือ เป้าหมายการส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ (Digital Entrepreneur) ในระยะ ๓ ปี ประเทศไทยจะมี Digital Entrepreneur เกิดใหม่ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ราย ประกอบด้วยคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ที่ตลาดต้องการไม่ต่ำกว่า ๑,๕๐๐ คน

การเปรียบเทียบ tech startup ecosystem ของประเทศไทยกับต่างประเทศพบว่า ecosystem ของประเทศไทยยังไม่ครบวงจร และมีผู้เล่นที่น้อยกว่ามาก อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นผู้เล่นต่างชาติ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมมีน้อย เมื่อดูจาก Startup Supporting Cycle แล้วจะพบว่า Startup ของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ใน early stage และยังมีกลไกส่งเสริมในช่วงแรก

สรุปปัญหา tech startup ไทยและทางแก้ปัญหา มีดังนี้

๑) Startup ในประเทศมีน้อย ยังไม่มีคุณภาพที่ดี รวมทั้งโปรแกรม Accelerator ที่มีอยู่ไม่สนับสนุน Startup ระยะยาว – แนวทางแก้ไข ส่งเสริมให้มีโปรแกรม Accelerator ช่วยผลักดัน Startup ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

๒) Seed Funding ไม่เพียงพอ – แนวทางแก้ไข ผลักดันกลไกส่งเสริม Fund of Fund ให้ผ่านโดยเร็ว

๓) ขาด Ecosystem ที่สนับสนุนการเติบโตของ Startup ในประเทศ – แนวทางแก้ไข สร้าง Ecosystem ที่เข้มแข็ง รวมทั้งแก้ไขกฎระเบียบภายในให้เอื้อต่อการเติบโตของ Startup

๔) Mentor หายาก ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และ Startup เข้าถึงได้ยาก – แนวทางแก้ไข สร้างมาตรการดึงดูด mentor จากต่างประเทศ และสร้าง local mentor ในลักษณะของ networking ที่ Startup เข้าถึงได้

ข้อคิดเห็นจากที่ประชุม

นางสาวฉัฐมณฑน์ พลกุล ผู้แทนสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่กล่าวว่า ecosystem เมืองไทยตอนนี้มีองค์กรที่มาช่วยและ community ต่างๆ ทางสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยียุคใหม่เป็นแพลตฟอร์มที่มาเชื่อมแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน ตอนนี้ทุกคนแยกออกมาเป็น community มี leader และ facility อยู่ tech startup ประเทศไทย ในส่วนอุปสรรคและ community ที่มีอยู่ mentor เป็นส่วนที่ต้องการมากที่สุด อยากให้ภาครัฐลงทุนทำกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

นายชิตา เสนอว่า รัฐบาลควรสนับสนุน Tech Startup การส่งเสริมการลงทุนและการแก้ไขกฎระเบียบต่าง ๆ รัฐบาลอาจจะลงทุน ๓๐% ภาคเอกชนลงทุน ๗๐% และภาคเอกชนควรเป็นผู้นำในการบริหารจัดการ และควรมีการทำเป็น pilot project ประมาณ ๑๐ บริษัท เพื่อนำมาเป็นต้นแบบและขยายผลต่อไปในอนาคต

นายฉิม ให้ความเห็นว่า สถาบันการศึกษาไม่มีสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้าง entrepreneur เช่น อาจารย์และห้องแล็บ

นายวรรณวิทย์ เสนอว่า ควรมีการปรับแก้ระเบียบกฎหมาย ดังนี้

๑) Capital gain tax การทำ exit strategy ต้องเข้าตลาดหลักทรัพย์

๒) พ.ร.บ.กองทุน ไม่สามารถตั้งในลักษณะของ Fund manager ได้

๓) เขตเศรษฐกิจพิเศษควร wave tax ให้สิทธิประโยชน์

๔) เรื่องของ tax ต้องมีการ wave tax ให้ success entrepreneur

๕) ต้องคุยกับกรมบัญชีกลาง เรื่องระบบจัดซื้อจัดจ้างไม่สอดคล้องกับการทำ SW ซึ่งไม่มีการจัดซื้อจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ

นางสาวฉัฐมณฑน์ กล่าวว่า สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยียุคใหม่ ตั้งจากบริษัทที่ raise fund ได้แล้ว ๑๐ บริษัท ถ้าต้องการทำ accelerator ตอนนี้มีบริษัทต่างชาติที่ทำ accelerator ที่เป็น national standard อยู่แล้ว กลับมาจากคนที่มาจาก silicon valley เอาคนที่อยู่ในทีมมาช่วยแต่ละส่วน ไม่จำเป็นต้องสร้างตึกและ recruit คนทำงาน

ประธาน กล่าวว่า ขอให้ตั้ง ๓ กลุ่มขึ้นมา เพื่อศึกษาความต้องการของแต่ละกลุ่ม ได้แก่

๑) กลุ่มที่ประสบความสำเร็จ

๒) กลุ่มที่ไม่ประสบความสำเร็จ

๓) กลุ่มที่ประสบความสำเร็จแต่เลือกไปทำ joint venture ในต่างประเทศ

นายมนู สอบถามผู้แทนสมาคมฯ ว่า tech startup ในประเทศมีความแข็งแรงอยู่แล้ว ไม่ต้องการความสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ส่งเสริมเฉพาะเรื่องการแก้ไขกฎระเบียบ ใช่หรือไม่

นางสาวฉัฐมณฑน์ กล่าวว่า ความช่วยเหลือด้าน mentor เป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุด ส่วนการสร้าง accelerator program อาจจะไม่จำเป็นเนื่องจากมีต่างประเทศเข้ามาช่วยอยู่

นายชิตฯ กล่าวว่า ควรให้คำแนะนำว่า component ไหนที่คนไทยทำเองได้ และส่วนไหนอยากให้รัฐช่วยได้บ้าง

นายฉันทฯ กล่าวว่า การ raise fund ต้องใช้ tools บางอย่างที่จะเข้ามาช่วย raise fund หรือต้องช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจประกอบการได้ ต้องมีตลาดหรืองานให้ ประเด็นเรื่องของกฎเกณฑ์กฎระเบียบซ้อนทับหน่วยงานอื่นที่ทำอยู่ เช่น กระทรวงวิทย์ หรือ กระทรวงการคลัง จะทำแพลตฟอร์มหรือโครงสร้างที่ต้องการสนับสนุนได้หรือไม่

มติที่ประชุม มอบฝ่ายเลขาคณะทำงานฯหารือกับสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ใน ส่วนของความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ และกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนในการสร้าง tech startup

ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องเพื่อพิจารณา

๕.๒ โครงการขับเคลื่อนภายใต้แผนงานดิจิทัล คอนเทนต์

๕.๒.๔ โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทย

จากการประชุมคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๘ ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นชอบแผนงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลด้วยโครงการนำร่องระยะเร่งด่วนปีงบประมาณ ๒๕๕๘ ให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีอนุมัติงบประมาณต่อไป และโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทยเป็นหนึ่งในโครงการเร่งด่วน แต่มีประเด็นพิจารณาใน ส่วนของหน่วยงานรับผิดชอบดำเนินการ จึงขอให้ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) นำเสนอ

นางสุรางคณา วายุภาพ นำเสนอที่ประชุมทราบถึงโครงการพัฒนา อุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทย โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ อุตสาหกรรมดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์สังคม และเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยสู่ ประชาคมโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทย และพัฒนา อุตสาหกรรมดิจิทัลให้สามารถเป็นผู้นำอุตสาหกรรมดิจิทัลในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการพัฒนา ระบบ พัฒนาคอนเทนต์ พัฒนาระบบ และพัฒนาการตลาด

โดยแผนยุทธศาสตร์ที่นำเสนอต่อที่ประชุม มีดังนี้

● มาตรการเชิงบวกคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (IP/Law Enforcement /Cybersecurity)

๑. มาตรการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและการกำกับดูแลตนเองของ อุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทย (๒๒ ล้านบาท) โดย สพธอ.

๒. การศึกษา วิเคราะห์ content สำหรับกำหนดแนวทางกำกับเนื้อหาทาง ออนไลน์ รวมถึงการกำหนดมาตรการ self-regulate ทั้งการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและเนื้อหาอื่นที่เกี่ยวข้อง (๑๕ ล้านบาท) โดย สพธอ.

๓. มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการแอนิเมชัน และคอมพิวเตอร์กราฟฟิกส์ ของไทยในการสร้างสรรค์ผลงาน (๑๔.๒ ล้านบาท) โดย DE Promotion

● เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน (Competition)

๔. มาตรการผลิตสื่อส่งเสริมและดำรงความเป็นไทยกับสิทธิเสรีภาพบนโลก ออนไลน์ (๓๖ ล้านบาท) โดย สพธอ.

๕. มาตรการส่งเสริมการจัดงานประชุมวิชาการและแสดงผลงานแอนิเมชัน นานาชาติในประเทศไทย (๕ ล้านบาท) โดย DE Promotion

- พัฒนาบุคลากรที่เชี่ยวชาญ

๖. มาตรการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมดิจิทัลบันเทิงไทย: อบรมเพื่อพัฒนา นักเขียนบทภาพยนตร์และแอนิเมชัน พัฒนาผู้กำกับภาพยนตร์ไทย พัฒนาบุคลากรแอนิเมชัน (๑๒.๘ ล้านบาท) โดย DE Promotion

- มีหน่วยงานกลางผลักดันและฐานข้อมูลของประเทศ

๗. มาตรการเพื่อให้เกิดระบบกลางที่ดูแลฐานข้อมูล Digital Content ของ ประเทศ (๑๐ ล้านบาท) โดย DE Promotion

ทั้งนี้งบประมาณทั้งสิ้นจำนวน ๑๓๐ ล้านบาท การบริหารจัดการโครงการฯ จำนวน ๑๕ ล้านบาท

ข้อคิดเห็นจากที่ประชุม

นายวรรณวิทย์ฯ กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ของ สพธอ. หลายเรื่องเป็นเรื่องเทคนิคทำให้ ต้องเข้าไปช่วยทำก่อนในระยะเปลี่ยนผ่านฯ ซึ่งมีความสำคัญ เช่น เรื่อง cyber security และเรื่องของทรัพย์สิน ทางปัญญา รวมถึงมีการปรับงบประมาณในข้อ ๑ เป็น ๒๒ ล้านบาท เพราะงบประมาณเดิมไม่เพียงพอ

นายฉิมฯ กล่าวว่า อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดนี้ไม่มีหน้าที่เรื่องให้ความเห็นชอบ งบประมาณ ดังนั้น มติของที่ประชุมคือรับทราบ เป็นหน้าที่ของกระทรวงฯ ที่จะดูแลเรื่องงบประมาณ

ประธาน กล่าวว่า หน้าที่ของคณะกรรมการคือเสนอความเห็นได้ แล้วนำไปเสนอเข้า กรรมการ DE และ ครม.

ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า มาตรการข้อ ๑ และ ๒ ได้มีการพูดคุยกับหน่วยงาน ที่รับผิดชอบต้องบูรณาการร่วมหรือเปล่า เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญามีกฎระเบียบในเรื่องของทรัพย์สินทาง ปัญญาอยู่ เกรงว่างานจะทับซ้อนกันหรือเปล่า

นายวรรณวิทย์ฯ กล่าวว่า เรื่องของทรัพย์สินทางปัญญามีการเปลี่ยนแปลง กฎหมาย เดิมอาจจะไม่ทันในหลายกรณี สพธอ. จะทำการศึกษากับอุตสาหกรรมก่อนว่ากฎหมายใดขาดหาย หรือ ไม่ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น social media จึงจำเป็นต้องทำงานร่วมกับ content provider ก่อน แล้วจึงจะทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น การศึกษาเรื่อง creative common จะนำไปปรึกษา กระทรวงพาณิชย์เพิ่มเติม

ประธาน กล่าวว่า ขอให้ปรับตัวเลขให้ตรงกัน โครงการเริ่มแรกเป็นโครงการที่ สพธอ. ทำขึ้นมาโดยมีการหารือกันมาก่อนกับสมาคมบันเทิงไทย ระหว่างเปลี่ยนผ่านเป็นงานคาบเกี่ยวกันระหว่าง สพธอ. กับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล โดยทั้งสองหน่วยงานทำงานร่วมกันได้เพราะอยู่ในกระทรวงเดียวกัน การส่ง มอบงานขอให้มีการสอดคล้องกันและขอให้มีการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างกระทรวงและหน่วยงานอื่นๆ ที่ เกี่ยวข้อง

ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า ฝ่ายเลขานุการฯ ควรจะมีการพูดคุยกับหน่วยงานที่ รับผิดชอบโดยตรงก่อน แล้วค่อยนำมาสู่การพิจารณาของคณะกรรมการ พร้อมทั้งเสนอให้ฝ่ายเลขานุการฯ ไปหา ข้อมูลเพิ่มเติม โดยดูต้นเรื่องและเจ้าของเรื่อง ตรวจสอบความซ้ำซ้อนของการทำงานระหว่างหน่วยงาน

ประธาน กล่าวว่า ทุกฝ่ายต้องทำงานร่วมกัน ทางกระทรวงใหม่ที่จะเกิดขึ้นมีหน้าที่ใน การเป็นสื่อให้และอาจต้องมีการปรับกฎหมายของแต่ละหน่วยให้มีความสอดคล้องกัน หรือมีการทำงานร่วมกัน หรืออาจมีทีมที่ต้องทำงานร่วมกัน เพราะกระทรวงไอซีทีทำงานหน่วยงานเดียวไม่ได้ การทำงานต้องทำงานเป็นทีม กับกระทรวงอื่นด้วยโดยต้องบูรณาการร่วมกัน

มติที่ประชุม รับทราบโครงการขับเคลื่อนภายใต้แผนงานดิจิทัลคอนเทนต์ และให้มีการบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ระเบียบวาระที่ ๖ อื่นๆ (ถ้ามี)

ประธานขอยกวาระที่ยังไม่ได้พิจารณาประชุมครั้งถัดไปในวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘

เวลา ๑๓.๓๐ น.

ปิดประชุม เวลา ๑๖.๓๐ น.

นางสาวนฤมล พันธุ์มาตี
นายจุฑาสิทธิ์ โรหิตรัตน์นะ
นางมณีนุช จิตธรรมมา
นายสิทธิชัย สุวรรณนุรักษ์
ผู้จัตรายงานการประชุม

พลเอกโสภณ เวคะวากยานนท์
นางสาวบงจรรย์ กาญจนศาสตร์
นายฉัตรชัย คุณปิติลักษณ์
นางกษิติธร ภูภราดัย
นางสาวพลอยรวี เกริกพันธ์กุล
ผู้ตรวจรายงานการประชุม

ระเบียบวาระที่ ๕: เรื่องเพื่อพิจารณา

ระเบียบวาระที่ ๕.๑ : แผนการดำเนินงานการส่งเสริมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content)

ด้วยธุรกิจ/อุตสาหกรรม Digital Content เป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าได้อย่างมหาศาลซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทการเปลี่ยนแปลงและอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตประจำวันของผู้คนทุกชนชั้น ทุกสังคม โดยเฉพาะเมื่อประเทศไทยกำลังพยายามมุ่งพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลด้วยแล้ว เทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยพัฒนาสร้างความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน การขยายโอกาสธุรกิจและการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี ๒๕๕๗ มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจ Digital Content สูงถึงกว่า ๑.๗ หมื่นล้านบาท หรือประมาณ ร้อยละ ๐.๒๗ ของมูลค่าการตลาดโลก ธุรกิจของผู้ประกอบการไทยแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ ๑. ผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของตนเอง (IP) ๒. รับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้ประกอบการอื่น (Outsource) ตลาดส่งออกสำคัญคือ ญี่ปุ่น อเมริกา ยุโรป ตลาดใหม่คือฟิลิปปินส์ จีน ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ส่วนคู่แข่งสำคัญคือ มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย¹

ถึงแม้ว่าทิศทางการเติบโตธุรกิจ/อุตสาหกรรม Digital Content ของไทยจะดูมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี แต่ในสภาพการณ์ปัจจุบัน การพัฒนาธุรกิจ/อุตสาหกรรม Digital Content ไทยยังขาดองค์รวมในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนา ทั้งๆที่มีศักยภาพที่ดีเพียงพอทั้งในด้านทักษะและคุณภาพของงานแต่ก็ไม่สามารถขยายการเติบโตของธุรกิจ/อุตสาหกรรมออกตลาดต่างประเทศได้ ด้วยข้อจำกัดทั้งในด้านการผลิตและการลงทุน อาทิ การมีต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากต้องสร้างคุณภาพของเนื้อหาที่ผลิตให้ได้มาตรฐานเพื่อแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้ การไม่มีอำนาจเจรจาต่อรองกับผู้ประกอบการรายใหญ่ การต้องพบกับปัญหาด้านลิขสิทธิ์ที่ภาครัฐขาดความรู้และ ความเข้าใจที่ดีเพียงพอเป็นผลให้งานด้านการผลิตล่าช้าเพราะต้องตรวจสอบความถูกต้องและความเข้าใจในลิขสิทธิ์และการคุ้มครอง เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนของนิยามและขอบเขตของ Digital Content ก็ยังคงมีการจำแนกที่แตกต่างกันออกไป เช่นนิยามที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๕ มีขอบเขตที่ประกอบด้วย แอนิเมชัน (Animation) เกม (Game) สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (e-Learning) คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (Computer Assisted Instruction : CAI) เนื้อหาต่างๆ บนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Content) การออกแบบเว็บ (Web Design) ในขณะที่สำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้กำหนดให้การส่งเสริมธุรกิจ/อุตสาหกรรม Digital Content มีขอบเขตที่ประกอบด้วย (๑) Animation, Cartoon & Characters (๒) Computer-generated Imagery (๓) Web-based Application (๔) Interactive Application (๕) Game; Window-based, Mobile Platform, Console, PDA, Online Game, Massive Multi-player Online Game (๖) Wireless Location Based Services Content (๗) Visual Effects (๘) Multimedia Video Conferencing Application (๙) E-Learning Content via Broadband and Multimedia และ (๑๐) Computer-added Instruction ซึ่งได้มีการขยายขอบเขตจากเดิมที่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอไว้

¹ <http://www.tnews.co.th/html/content/141476/>

ในส่วนของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ผ่านได้มีความร่วมมือกับสมาคมดิจิทัลคอนเทนต์บันเทิงไทย (TDEC), สมาคมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย (DCAT), สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย (TACGA), สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย (TGA), สมาคมอิเล็กทรอนิกส์แห่งประเทศไทย (E-LAT) และ สมาคมธุรกิจบางกอก เอเชียเอ็ม ซิกกราฟ (BASA) และสมาคมดังกล่าวได้จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา Digital Content เบื้องต้น เพื่อให้มีการหารือและตกผลึกในรายละเอียดถึงแนวทางการขับเคลื่อนให้เป็นในภาพรวมของประเทศ อย่างชัดเจน คมชัด และสมบูรณ์ สอดคล้องกับสภาพการณ์ของธุรกิจ/อุตสาหกรรม Digital Content ไทยในปัจจุบันให้มากที่สุด ตามแผนกิจกรรมดังแสดงในตารางด้านล่าง

กิจกรรม/เดือน	๑	๒	๓
1. ทบทวนนิยาม และ Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม Digital Content			
ทบทวนนิยามและขอบเขตอุตสาหกรรม Digital Content			
ศึกษาสถานภาพ			
จัดทำ Ecosystem ของอุตสาหกรรม Digital content ในประเทศไทย			
2. ประเด็นปัญหาที่ภาคเอกชนต้องการให้ภาครัฐอำนวยความสะดวก			
จัดประชุมร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจประเด็นปัญหา			
จัดทำรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหา			
3. การกำหนดเป้าหมายการส่งเสริม Digital Content ยุทธศาสตร์และมาตรการที่เกี่ยวข้อง			
จัดทำ value chain อุตสาหกรรม Digital Content ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย			
การ contribution ของ Digital Content ของระบบเศรษฐกิจ			
4. การขับเคลื่อนกิจกรรมสำคัญเร่งด่วน			
การพิจารณาให้ดำเนินการโครงการสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Digital Content ของประเทศไทย			
➤ โครงการ National character/IP			

ประเด็นที่เสนอที่ประชุม

- เห็นชอบต่อแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม Digital Content
- มอบหมายให้ทีมเลขานุการไปดำเนินการจัดประชุมกับ stakeholders เพื่อให้แนวทางการส่งเสริม Digital Content มีความครบถ้วน และครอบคลุมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นดังนี้
 - นิยามและขอบเขตของ Digital Content
 - แนวทางการส่งเสริม Digital Content
 - ระบบนิเวศน์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้าน Digital Content

หน่วยงานรับผิดชอบ

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

เอกสารประกอบวาระ

เอกสารประกอบการนำเสนอ (วาระ ๕.๑)

การประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘
๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



ระเบียบวาระที่ ๕.๑ เรื่องเพื่อพิจารณา
แผนการดำเนินงานการส่งเสริมดิจิทัลคอนเทนต์
(Digital Content)

โดย

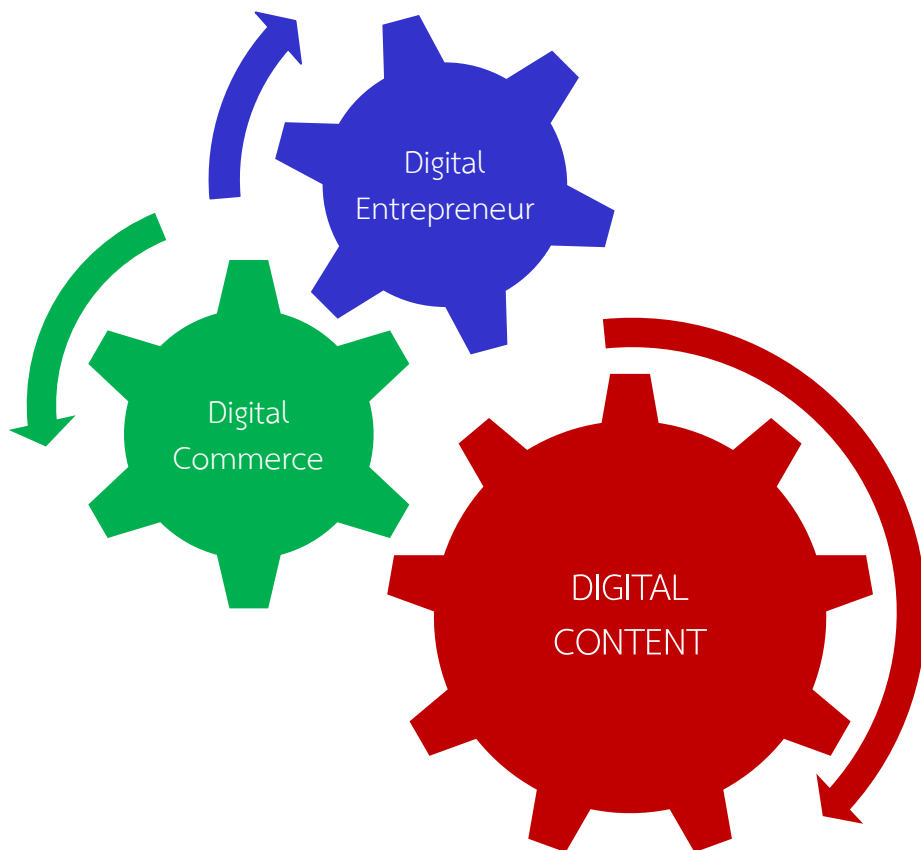
สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ความหมายและขอบเขตของดิจิทัลคอนเทนต์



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

SCOPE OF DIGITAL CONTENT



ขอบเขตของ DIGITAL CONTENT

Film

Animation / CG / VFX

Game

Characters, Applications, Mobile/Web content

Music

E-Learning

Advertising

TV

Visualization for other industry, eg Medical, Engineering, Science

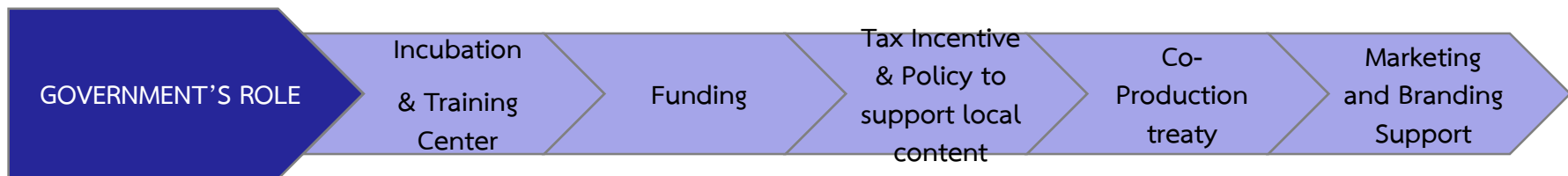


วัตถุประสงค์

- การแข่งขันด้าน Digital Content ในตลาดโลกรุนแรง และท้าทายขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำสถานะของประเทศไทยในตลาดนั้นด้อยลงอย่างเห็นได้ชัด สิ่งที่สำคัญและเร่งด่วน คือการสร้าง Branding และ Positioning ของอุตสาหกรรม Digital Content ให้เป็นที่ประจักษ์และยอมรับในตลาดสากล และสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำด้าน Content ของอาเซียน
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างระบบนิเวศน์ของตลาด Digital Content ในประเทศ และขยายตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนทั้งโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งทุน และความร่วมมือระหว่างประเทศ



From Mind to Market



เป้าประสงค์การพัฒนา

- เป็นหนึ่งในศูนย์กลางของการผลิตเนื้อหาที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย ทั้งในด้านการการสร้าง IP และการให้บริการ
- ได้รับความยอมรับจากผู้บริโภคในประเทศ และได้รับการสนับสนุนจากสื่อและผู้ลงทุนภายในประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนเพิ่ม Market Share ของ การบริโภค Content ไทยภายในประเทศ
- รัฐมีมาตรการการสนับสนุนที่เท่าเทียมกับประเทศผู้ส่งผลิตและส่งออกเนื้อหาดิจิทัล ทั้งการส่งเสริมในด้านต่างๆ รวมถึงเงินทุน และการร่วมมือระหว่างประเทศ
- มีกฎหมายและการบังคับใช้ที่ให้ความเป็นธรรมต่อผู้ผลิตและพัฒนาการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงมาตรการทางภาษี
- มีบุคลากรที่มีความสามารถที่เพียงพอต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และมีความสามารถที่มีการยอมรับในระดับสากล
- อุตสาหกรรมมีการเติบโตขยายรวมอย่างต่อเนื่อง
 - Games Animation e-learning ไม่ต่ำกว่าปีละ 10% และมีมูลค่ารวมไม่ต่ำกว่า 30,000 ล้านบาท และมีมูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 3,000 ล้านบาท ต่อปี
 - อุตสาหกรรมภาพยนตร์ โทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงมีการเติบโต XXXX ล้านบาทต่อปี
 - อุตสาหกรรมโฆษณา มีการเติบโต XXXX ล้านบาทต่อปี



ประเด็นหลักด้านยุทธศาสตร์

พัฒนาบุคลากร

- การให้ความรู้และพัฒนาความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งในเชิงมาตรฐานของการให้บริการ การสร้างสรรค์ การจัดการ และความรู้ทางการตลาด
- พัฒนาการผลิตบุคลากร การศึกษา และการวิจัยให้มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรม

ตลาดภายในประเทศ

- ส่งเสริมการขยายตลาดและความต้องการในประเทศ
- เริ่มต้นการสร้างระบบนิเวศของ Digital Content ในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม และสร้างประโยชน์แก่อุตสาหกรรม และประเทศอย่างแท้จริง
- การสร้างและพัฒนา IP ของตัวเอง

ตลาดโลก

- ส่งเสริมการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ สร้างจุดยืน และ Brand ที่ชัดเจน และโดดเด่นสำหรับ Digital Content ไทยในตลาดโลก
- เข้าสู่สนธิสัญญาร่วมผลิต (co-production treaty) กับประเทศคู่ค้าสำคัญ

กฎหมายและ กฎระเบียบ

- ส่งเสริมนโยบายทางด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- การมีกฎระเบียบที่สนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศ
- จัดทำมาตรการในการจูงใจนักลงทุนทั้งจากในและต่างประเทศ cash rebate
- ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการถ่ายทำอาทิเช่น ค่าที่พักในการถ่ายทำต่างจังหวัด สามารถเป็นค่าใช้จ่ายของกองถ่าย

ระบบรองรับ และเงินทุน

- ส่งเสริมการพัฒนา ระบบสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับภาคธุรกิจ ดิจิทัลคอนเทนต์ ของประเทศ
- ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทั้งภาครัฐและเอกชน



STRATEGIC ACTION PLANS

ทั้ง 5 สมาคมได้นำเสนอแผนการที่จะส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล คอนเทนต์ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถเป็นตัวหลักในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศในอนาคต ถึงแม้รายละเอียดในเชิงกิจกรรมของแต่ละอุตสาหกรรมอาจจะแตกต่างกัน แต่ในแง่ของหลักการนั้น ไปทิศทางเดียวกัน

พัฒนาบุคลากร

- ส่งเสริมการสร้างสรรค IP ให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- ศูนย์บ่มเพาะ
- จัดการประกวด และรางวัล
- สัมมนา และ workshop
- โครงการ Apprentice Program
- งานวิจัยและพัฒนา

ตลาดภายในประเทศ

- กิจกรรม และงานแสดงประจำปี (BIDC & BEW)
- นโยบายส่งเสริมการบริโภคดิจิทัล คอนเทนต์ไทย เช่น
- ร่วมมือกับอุตสาหกรรมหลักของประเทศ เช่นการท่องเที่ยว เพื่อดิจิทัล คอนเทนต์ ไทยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตลาดโลก

- สร้างความเชื่อมั่นในตัวผู้ประกอบการไทย เช่น การรับรองบริษัทที่นำเชื่อถือ (Certified Studio)
- สร้างแบรนด์ และจุดยืนที่ชัดเจนของไทยในตลาดโลก โดยการศึกษาจัดเก็บข้อมูล และการวางแผนการตลาดต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- ส่งเสริมการออกสู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง เช่นงาน Networking, Pitching, Trade Events
- Co-Production Treaty ส่งเสริมการร่วมผลิต ดิจิทัลคอนเทนต์กับนานาประเทศ

กฎหมายและ กฎระเบียบ

- นโยบายการคุ้มครอง IP
- ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการปกป้อง IP ในตลาดโลก
- ส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในการผลิตงาน
- มาตรการจัดการเรื่องละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยอย่างจริงจัง และชัดเจน

ระบบรองรับ และ เงินทุน

- VC Funds
- Ad Network
- Data Center
- Online platform for content and media.



แผนงานการดำเนินงานส่งเสริม Digital Content

กิจกรรม/เดือน	๑	๒	๓
1. ทบทวนนิยาม และ Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม Digital Content			
ทบทวนนิยามและขอบเขตอุตสาหกรรม Digital Content			
ศึกษาสถานภาพ			
จัดทำ Ecosystem ของอุตสาหกรรม Digital content ในประเทศไทย			
2. ประเด็นปัญหาที่ภาคเอกชนต้องการให้ภาครัฐอำนวยความสะดวก			
จัดประชุมร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจประเด็นปัญหา			
จัดทำรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหา			
3. การกำหนดเป้าหมายการส่งเสริม Digital Content ยุทธศาสตร์และมาตรการที่เกี่ยวข้อง			
จัดทำ value chain อุตสาหกรรม Digital Content ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย			
การ contribution ของ Digital Content ของระบบเศรษฐกิจ			
4. การขับเคลื่อนกิจกรรมสำคัญเร่งด่วน			
การพิจารณาให้ดำเนินการโครงการสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Digital Content ของประเทศไทย			
➤ โครงการสร้างแบรนด์ไทยด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ			



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

ประเด็นเพื่อพิจารณา

- เห็นชอบต่อแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม Digital Content
- มอบหมายให้ทีมเลขานุการไปดำเนินการจัดประชุมกับ stakeholders เพื่อให้แนวทางการส่งเสริม Digital Content มีความครบถ้วน และครอบคลุมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นดังนี้
 - นิยามและขอบเขตของ Digital Content
 - แนวทางการส่งเสริม Digital Content
 - ระบบนิเวศน์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้าน Digital Content

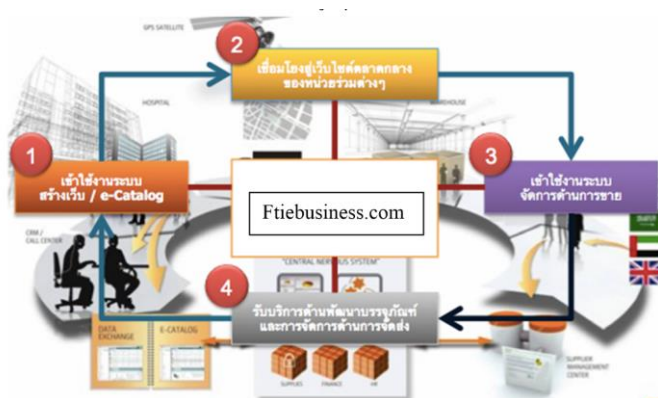


“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องเพื่อพิจารณา

ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๑. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สภาอุตสาหกรรม

จากปัญหาและข้อจำกัด ในการเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจแบบเดิม ไปสู่การทำธุรกิจในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในภาคอุตสาหกรรม ได้เรียนรู้หลักการทำธุรกิจ โดยเฉพาะในส่วนที่เห็นผลในการสร้างการทำ e - business เพื่อให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นโอกาสใหม่ๆ ในการทำการตลาด พร้อมทั้งเครื่องมือในการทำ e - business ที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในสภาวะการแข่งขันธุรกิจที่มากขึ้นรวมถึงการต่อยอดไปยัง e - supply chain ไม่ว่าจะเป็นการจัดการด้าน e - catalog , e - commerce , e - inventory , e - invoice ตลอดจนจนถึง e - payment ได้ในอนาคต FIT E - Business ยังสามารถรองรับการเชื่อมต่อระบบจากภายนอก อาทิ e - Payment ระบบ Barcode, HS Code ระบบการขนส่งทั้งในและนอกประเทศ ระบบประกันต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการใช้งานแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ



จึงเกิดแนวคิดการจัดตั้ง “โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สภาอุตสาหกรรม” สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เป็นหน่วยงานที่เกิดจากการรวมตัวภาคอุตสาหกรรมทั่วประเทศ โดยมี สมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ครอบคลุมทั้ง ๔๓ กลุ่มอุตสาหกรรม และ ๗๔ จังหวัดทั่วประเทศ ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการมุ่งเน้นที่ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมให้ได้เรียนรู้การทำธุรกิจในรูปแบบการทำ e - business ตั้งแต่พื้นฐานในการทำ e - business ตลอดจนการมีหน้าร้าน online การบริหารจัดการ e - catalog , สินค้าระบบ stock แบบ online รวมถึง Dead Stock เป็นต้น โดยทางสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้จัดเตรียมเครื่องมือในการทำ e - business ผ่านทาง www.ftiebusiness.com

ประเด็นเสนอที่ประชุม

เพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบโครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สภาอุตสาหกรรม โดยใช้งบประมาณของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

หน่วยงานที่เสนอ/รับผิดชอบ

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การประชุมคณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ (Digital Entrepreneurs) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Commerce) ครั้งที่ ๓ /๒๕๕๘

มติที่ประชุม

.....

.....

.....

การประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘
วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๑ เรื่องเพื่อพิจารณา
โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล
(Business Transformation to Digital Economy)
สู่ภาคอุตสาหกรรม

โดย

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

แนวทางการพัฒนารัฐกิจไทยเข้าสู่ยุค เศรษฐกิจดิจิทัล

โดย

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

พัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่
ระบบการค้าแบบดิจิทัล

เชื่อมโยงข้อมูลการซื้อขาย
โลจิสติกส์ ชำระเงิน ยื่น
ภาษี นำเข้า-ส่งออก
(End-to-End Data
Integration)

สร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ
ขายออนไลน์

ภาพรวมแนวทางพัฒนาธุรกิจไทย เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สู่ภาคอุตสาหกรรม
- โครงการส่งเสริมการทำธุรกรรมด้วยวิธีแลกเปลี่ยนข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานสากล ได้แก่ e-Invoicing สำหรับการขายสินค้า / ISO 20022 สำหรับ e-Payment / e-Tax สำหรับการยื่นภาษีกรมสรรพากร / NSW สำหรับการนำเข้า-ส่งออก
- ส่งเสริมการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการกับ DBD และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้ากับเว็บไซต์ที่ได้การรับรองจาก DBD
- โครงการขึ้นทะเบียนข้อมูลสินค้ากับ Trusted Product Source Data Pool เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบรายละเอียดได้
- โครงการเชื่อมโยงการตรวจสอบมาตรฐานสินค้ากับหน่วยงาน อย. มอก. สคบ. ฮาลาล เป็นต้น



หน้าหลัก

เว็บธุรกิจ

สิทธิประโยชน์

เกี่ยวกับเรา

ข่าวสาร

ติดต่อเรา

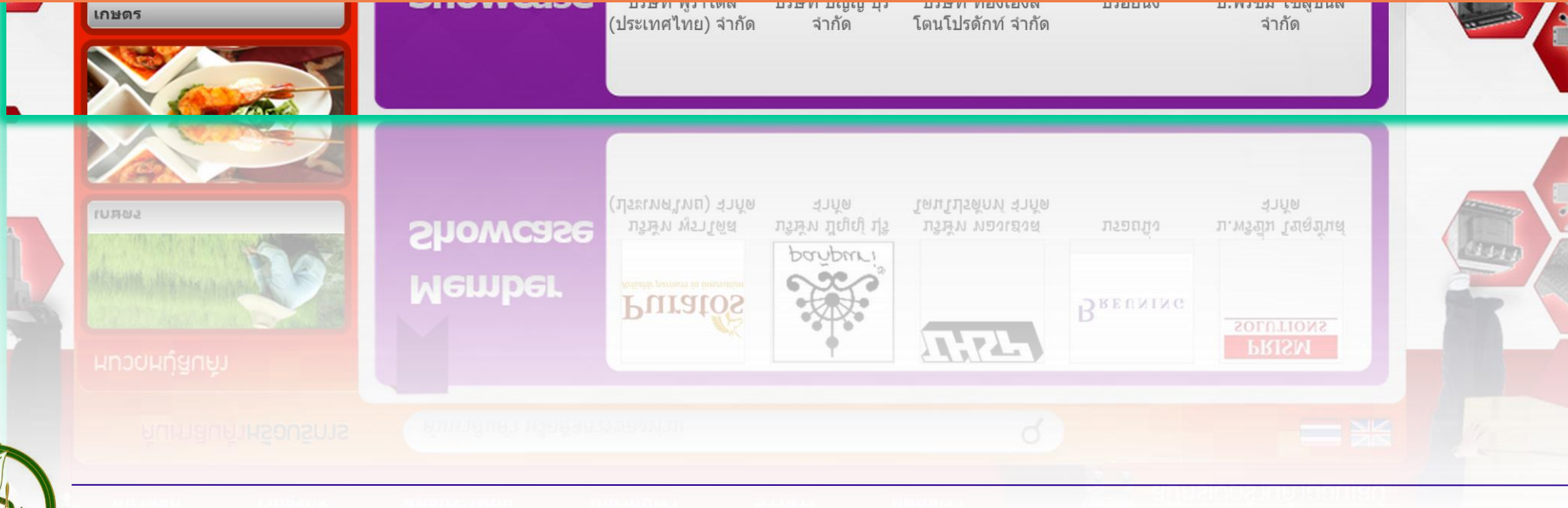
สมัครเปิดร้านค้าออนไลน์

ค้นหาสินค้าหรือบริการ

ค้นหาสินค้า หรือบริการของท่าน



1. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สู่ภาคอุตสาหกรรม





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สู่ภาคอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์

- สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME ให้เปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ จากรูปแบบ ซื้อ-ขายแบบเดิม ไปสู่ยุคที่ทำธุรกิจด้วย Digital Economy และเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจ การค้า online ตั้งแต่การทำธุรกรรมต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ (e-supply chain) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรมไทย ไปสู่ AEC



The image shows a screenshot of an e-catalog and a financial chart. The e-catalog is for 'Gas Spring TU series' and includes a table of products. The chart is titled 'ระบบรายงานยอดขายจากแต่ละช่องทางโดย แสดงได้ทั้งรายปี เดือน และวัน' (System for reporting sales from each channel, showing by year, month, and day).

ระบบรายงานยอดขายจากแต่ละช่องทางโดย แสดงได้ทั้งรายปี เดือน และวัน

Total Order and Payment Amount

Year	Total Order	Payment Amount
2011	11,000,000	11,000,000
2012	14,000,000	14,000,000
2013	17,000,000	17,000,000
2014	19,000,000	19,000,000
2015	21,000,000	21,000,000
2016	23,000,000	23,000,000
2017	25,000,000	25,000,000
2018	27,000,000	27,000,000
2019	29,000,000	29,000,000
2020	31,000,000	31,000,000
2021	33,000,000	33,000,000
2022	35,000,000	35,000,000

ระบบ e-Catalog ทางอุตสาหกรรม พร้อมแสดง Stock คงเหลือ และ:

2. Gas Spring TU series (ID : 99354)
Brand: KALLER
Last Update : 24/05/2557 08:31 Preview : 3,119
TU gas springs dimensions are the basis of the International Standards Organisation (ISO 14 901) for gas springs as well as the Ford nCX and GM gas spring standards. TU

รหัส	ชื่อ	ขนาด	จำนวน	ราคา
24 TU0254-016	GAS SPRING TU 250-16	250 ลิ	3,000	3,000
24 TU0254-025	GAS SPRING TU 250-25	250 ลิ	3,000	3,000
24 TU0254-038	GAS SPRING TU 250-38 1	250 ลิ	4,000	4,000
24 TU0254-050	GAS SPRING TU 250-50	250 ลิ	4,000	4,000
24 TU0254-064	GAS SPRING TU 250-63 8	250 ลิ	4,000	4,000

3. Gas Spring TX series (ID : 99355)
Brand: KALLER
Last Update : 24/05/2557 08:13 Preview : 2,040
The Power Line - Heavy Duty series, a crossover between our standard TU series, and our Power Line X series.



สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สู่ภาคอุตสาหกรรม

<u>เป้าหมาย (ผลลัพธ์) ปีที่1</u>	<u>เป้าหมาย (ผลลัพธ์) ปีที่2</u>	<u>เป้าหมาย (ผลลัพธ์) ปีที่3</u>
มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ สู่ภาคอุตสาหกรรม จำนวน 1,000 ราย	มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ สู่ภาคอุตสาหกรรม จำนวน 1,000 ราย	มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ สู่ภาคอุตสาหกรรม จำนวน 1,000 ราย
-	โครงการฯ สู่ภาคอุตสาหกรรม เชิงลึก จำนวน 500 ราย (รวมเรื่อง e-supply chain)	โครงการฯ สู่ภาคอุตสาหกรรม เชิงลึก จำนวน 500 ราย (รวมเรื่อง e-supply chain)
สร้างโอกาสส่งเสริมการค้าซื้อ-ขาย ผ่านทางโครงการ กว่า 2,000 ล้านบาท	สร้างโอกาสส่งเสริมการค้าซื้อ-ขาย ผ่านทางโครงการ กว่า 3,500 ล้านบาท	สร้างโอกาสส่งเสริมการค้าซื้อ-ขาย ผ่านทางโครงการ กว่า 4,500 ล้านบาท

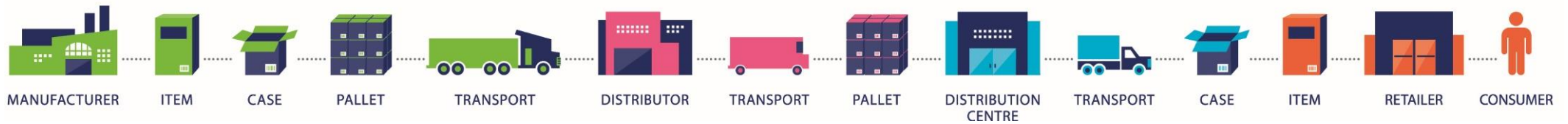
หมายเหตุ เป้าหมาย (ผลลัพธ์) อาจปรับเปลี่ยนได้ขึ้นอยู่กับงบประมาณและระยะเวลาที่ได้รับการสนับสนุน





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

2. โครงการส่งเสริมการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ อุตสาหกรรมค้าปลีก (e-Invoicing)





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

โครงการจัดทำร่างมาตรฐานกลางการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Invoicing)

วัตถุประสงค์

- จัดทำมาตรฐานการแลกเปลี่ยนข้อมูลในรูปแบบ ebXML เพื่อรองรับการซื้อขายสินค้า (e-invoicing) สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกในประเทศและรองรับการเชื่อมโยง คู่ค้าในระดับสากลได้
- ผลักดันให้มีการแก้ไข / พัฒนา software ระบบ บัญชี เพื่อให้สามารถรองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระบบ ebXML ได้
- ส่งเสริมให้หน่วยงานที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน มีการใช้งานแลกเปลี่ยนข้อมูลในเชิงอิเล็กทรอนิกส์

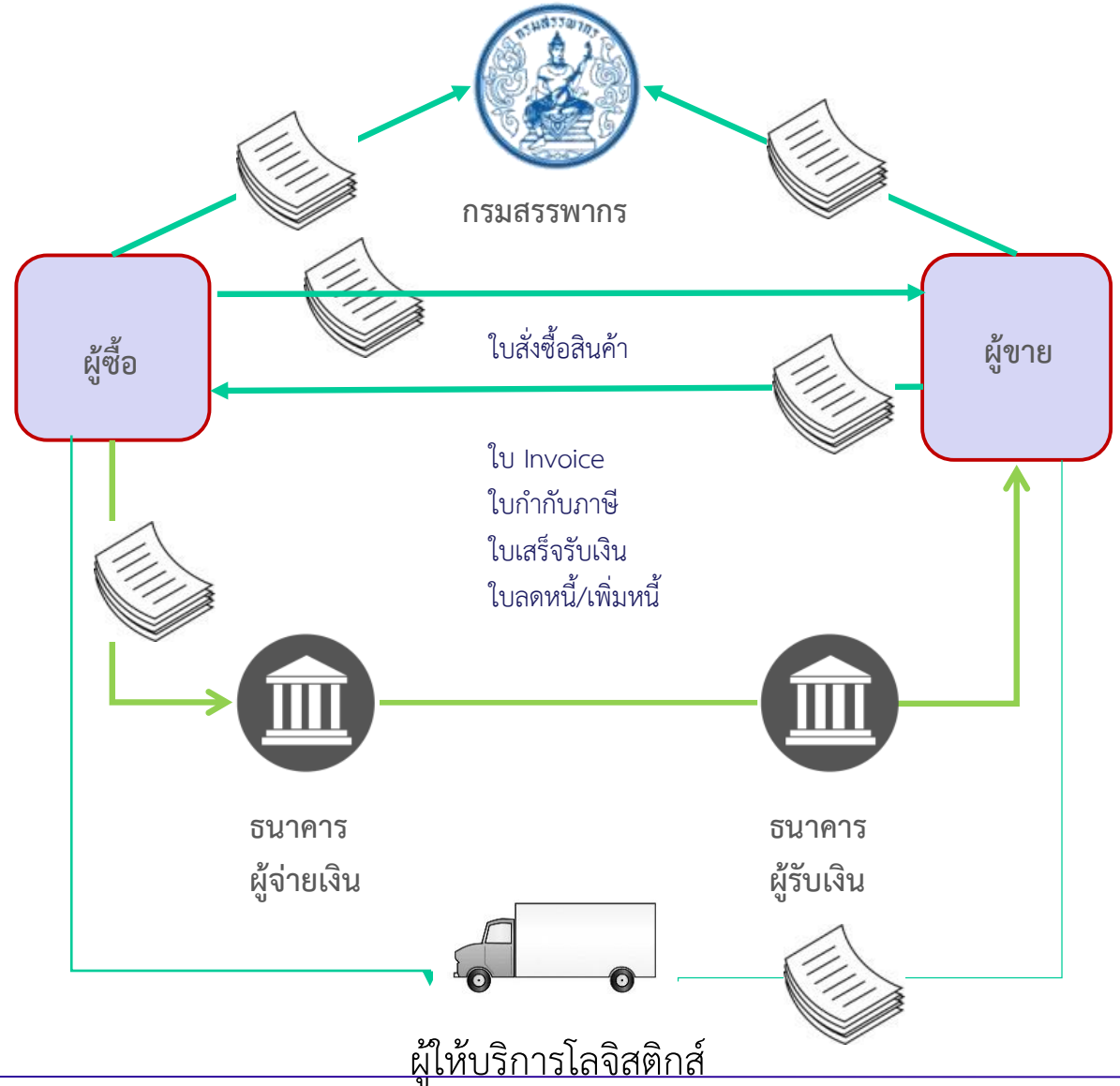




สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

สถานภาพการซื้อขายสินค้าของภาคธุรกิจในปัจจุบัน

- การซื้อขายสินค้าและชำระเงินของภาคธุรกิจ (Business-to-Business) ยังใช้กระดาษและเช็คธนาคาร เป็นส่วนใหญ่ ทำให้ตรวจสอบยาก และเกิดความผิดพลาดง่าย)
- ธุรกิจ และ ธนาคาร ต่างๆ ใช้ข้อมูลรูปแบบต่างกัน (เป็นภาระในการจัดการข้อมูล SME ปรับตัวไปใช้อีเล็กทรอนิกส์ยาก)
- การส่งข้อมูลใบกำกับภาษีให้กรมสรรพากรยังเป็นกระดาษ (เป็นภาระแก่ภาคธุรกิจในการจัดเก็บเอกสาร และสรรพากรตรวจสอบได้ยาก)
- ไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบโลจิสติกส์ / ระบบ NSW

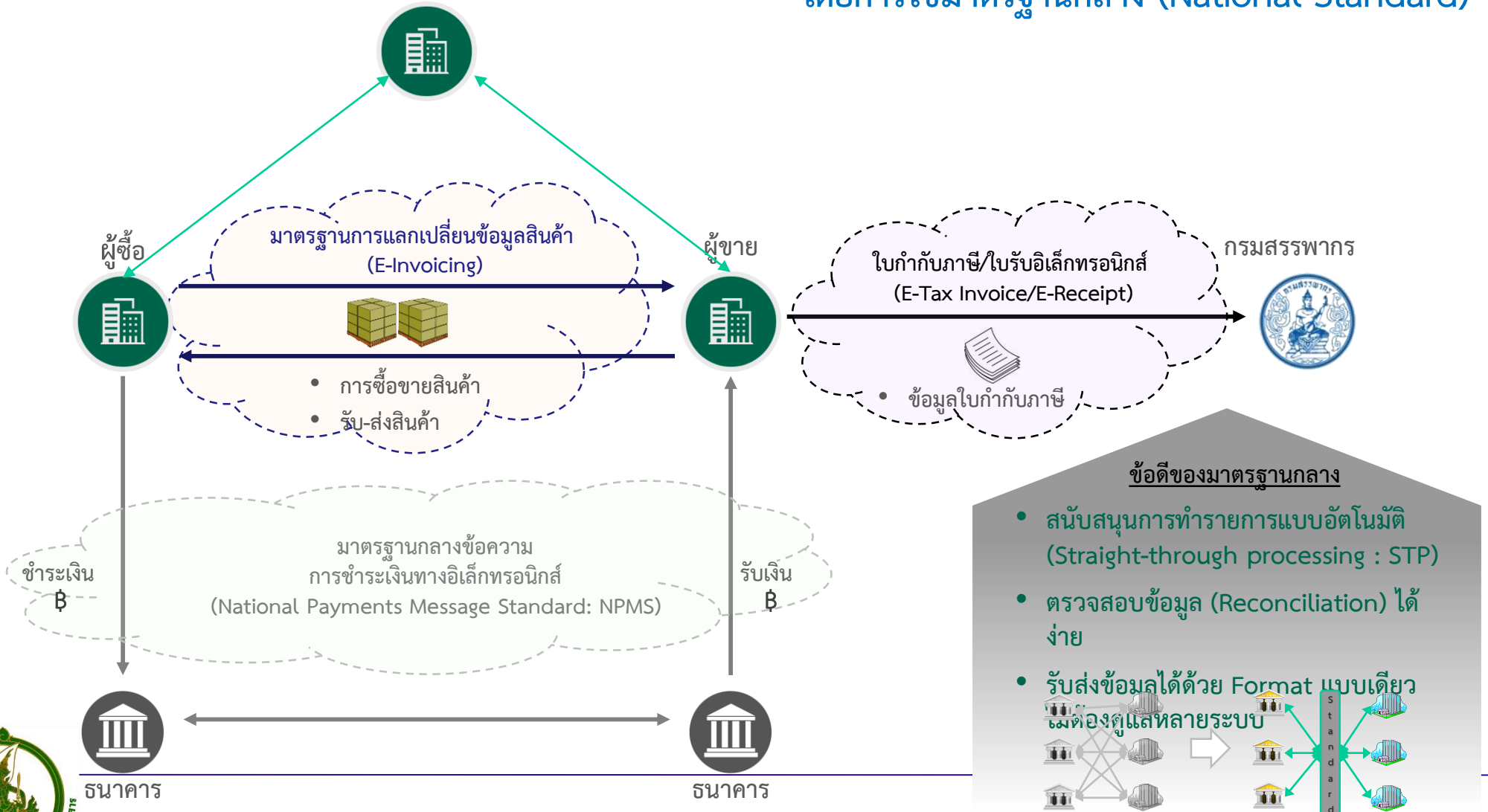




สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

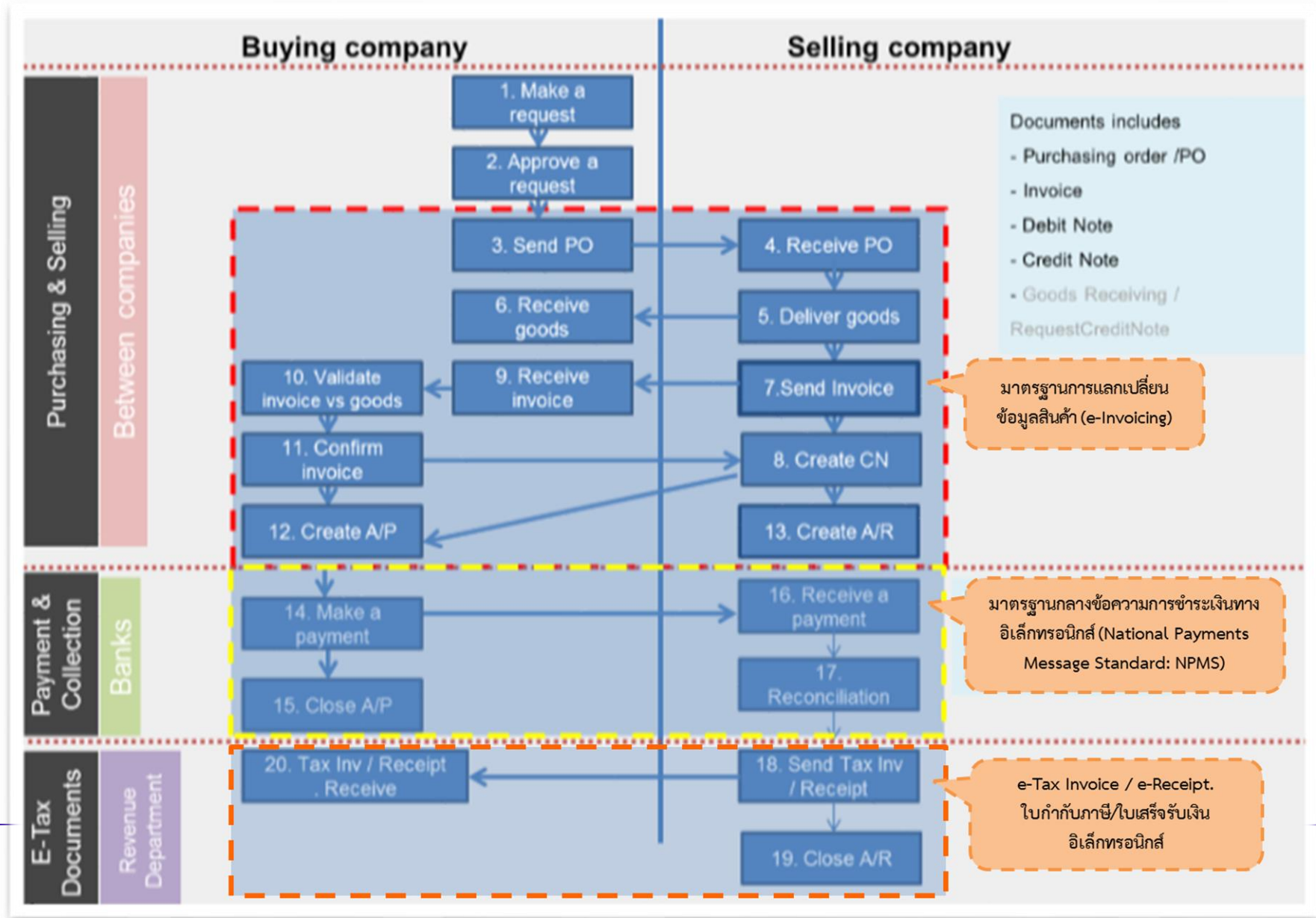
โครงการที่ 2 ส่งเสริมการทำธุรกรรมด้วยวิธีแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างครบวงจร (ตั้งแต่การซื้อขายสินค้า ชำระเงิน ส่งข้อมูลใบกำกับภาษี) โดยการใช้มาตรฐานกลาง (National Standard)

ฐานข้อมูลกลางสินค้า
(Data Pool)





ขั้นตอนการทำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าทางธุรกิจ (B2B) และการเชื่อมโยงกับระบบ E-Payment กับระบบ E-Tax





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

3. โครงการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า (Trusted Source of Product Information Data Pool)



ปัญหา/อุปสรรคของ ระบบ E-Business & E-Supply Chain

ผู้ผลิตสินค้า

ผู้ให้บริการ
โลจิสติกส์

ผู้ขายสินค้า

ผู้บริโภค

- ไม่สามารถให้รายละเอียด / วิธีการใช้ / ข้อควรระวัง และมาตรฐานสินค้าแก่ผู้ใช้งานได้
- ผู้ผลิตสินค้า SME เสียเปรียบรายใหญ่ในการประชาสัมพันธ์สินค้า

- ไม่มีรายละเอียดสินค้า / ข้อควรระวังในการขนส่งสินค้า

- ไม่มีรายละเอียดสินค้าทำให้เกิดความผิดพลาดในการสั่งซื้อสินค้า

- ไม่มีรายละเอียดสินค้าเพื่อใช้ในการบริโภคที่ถูกต้อง
- การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าที่ซื้อ
- การร้องเรียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



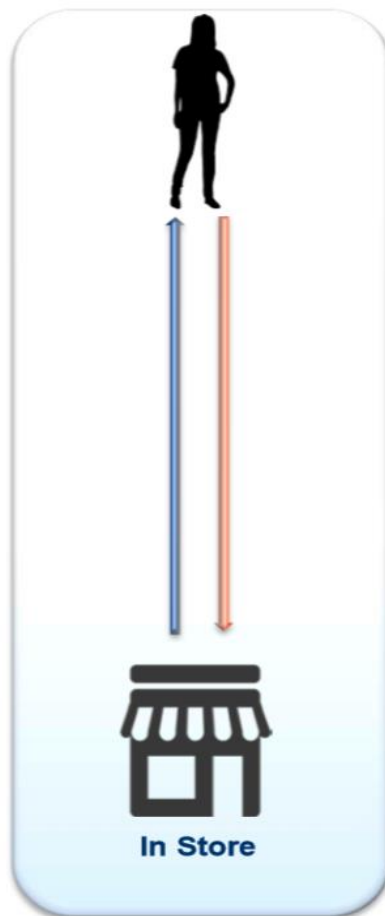
Omni channel –
anytime, any-where
commerce

- Consumers engage across channels - online, mobile, in-store
- CPGs creating direct consumer connection, e.g. P&G's eStore
- Demand for standards to support cross-channel fulfillment as they become antes, e.g. click & collect, ship from store

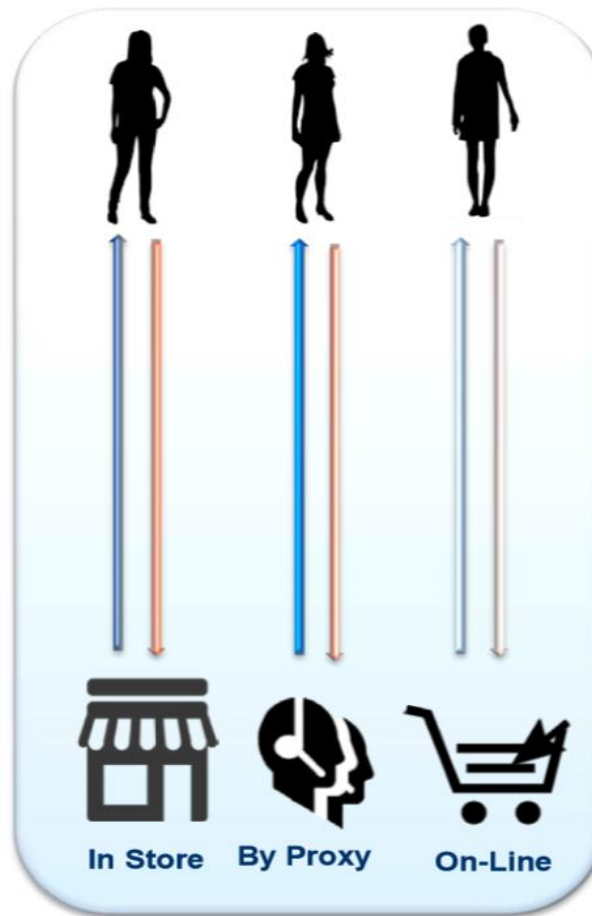


Retail From a Consumer Perspective

Single Channel



Multi-Channel



Omni-Channel



Providing a **seamless consumer experience** across **physical** and **digital** channels



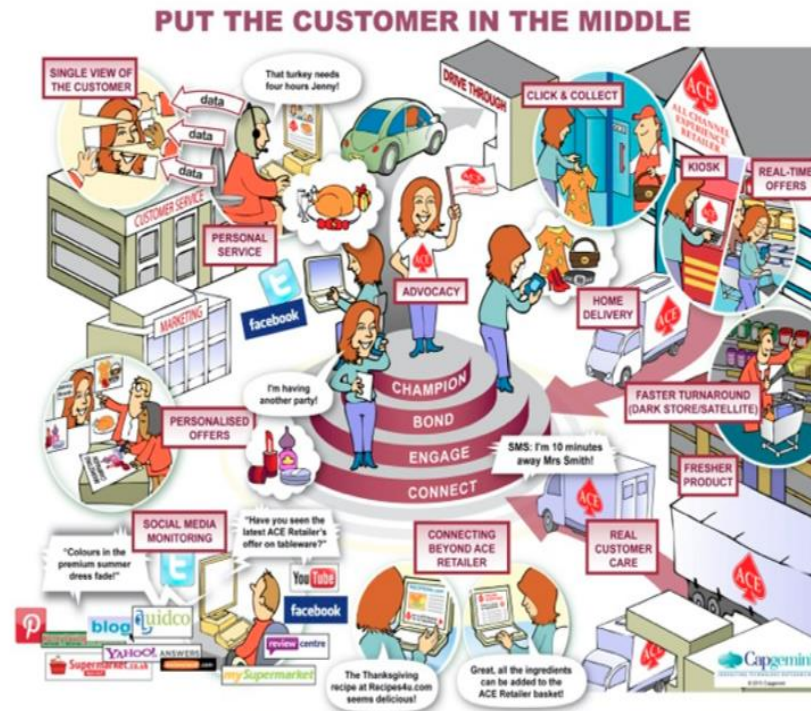


2. GS1 US / Capgemini Report: “Are You Ready? How to Create an Always On, Always Open Shopping Experience” Customers are demanding an always-on, Omni-Channel Shopping and Fulfillment experience



**PLEASE READ:
Executive Summary & Full
Report**

<http://www.capgemini-consulting.com/are-you-ready>



**Customers shop anywhere, anytime; leveraging technology to
obtain products cheaper and faster**



Data Quality Is an expectation of the Global Consumer



- Consumers relying more on data than ever before
- GS1 identifiers act as key data element across platforms to enable 360 product views and big data analytics

Operating the “China’s Product Catalogue”

-- The electronic catalogue that index product by GTIN



- Total >30million GTINs in the Catalogue
- Average 30,000 GTINs registered per day
- By the first half of 2014, increase 64% compared with the same period of last year

Data is utilized for Government inspection, food safety, traceability and etc.

Applications for integrating market demand:

- Searching engine: Baidu.com, 360.com...
- B2B/B2C Implementation: Tmall, Taobao...
- Mobile Apps: WeChat, Baidu...
- Export Service: Dhgate...





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

วัตถุประสงค์

- รวบรวมข้อมูลรายละเอียดข้อมูลแต่ละสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่ายในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ด้าน
 - ผู้บริโภคจะได้ทราบข้อมูลที่สำคัญตามมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น วัตถุประสงค์ ขนาด/ปริมาณการผลิต ข้อห้าม/ข้อควรระวัง เป็นต้น
 - ระบบโลจิสติกส์ได้ใช้ประโยชน์จากรายละเอียดสินค้าเพื่อการขนส่ง เช่น ขนาด น้ำหนัก ลักษณะหีบห่อ ข้อระวังการขนส่ง เป็นต้น
 - ฐานข้อมูลกลางสำหรับผู้ให้บริการ E-Commerce / E-Business
 - ข้อมูลมาตรฐานต่างๆที่ได้รับ เช่น มอก. อย. ฮาลาล
 - รองรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับประเทศสมาชิกสหประชาชาติอีก 150 ประเทศทั่วโลก



Coca Cola
GTIN :
8851959132012

โค้ก...คอโค้ก คอเดียวกัน โค้ก...ต้องโค้กซิ

Short description:
Ingredient:
Website: <http://www.thainamthip.co.th>
Catalogue price: ฿ 0

ไทยน้ำทิพย์ Thai Numthip Ltd.
GLN : 885195999998

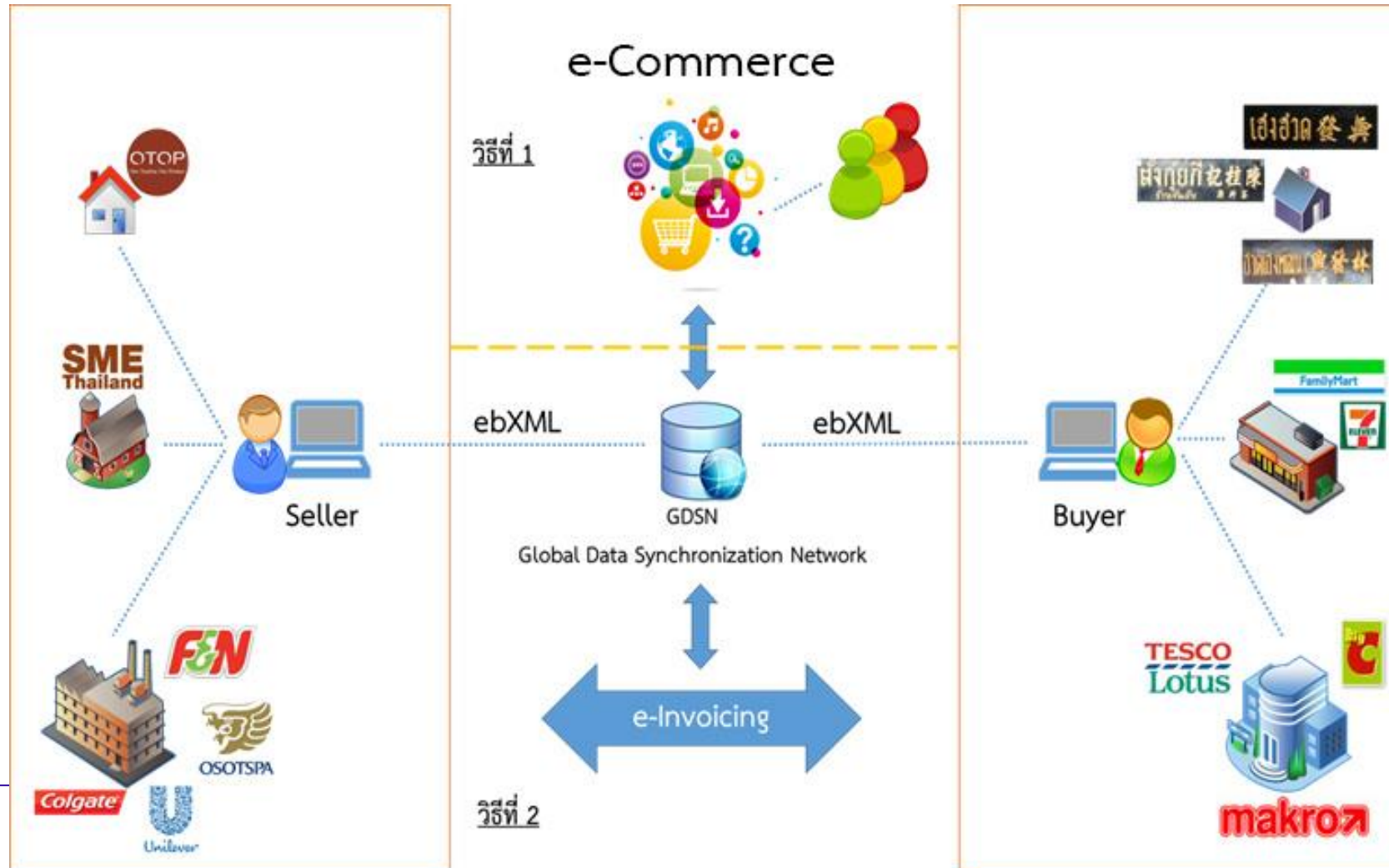
Business type: Beverages/Food
Country: THAILAND
Website: <http://www.thainamthip.co.th/>





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

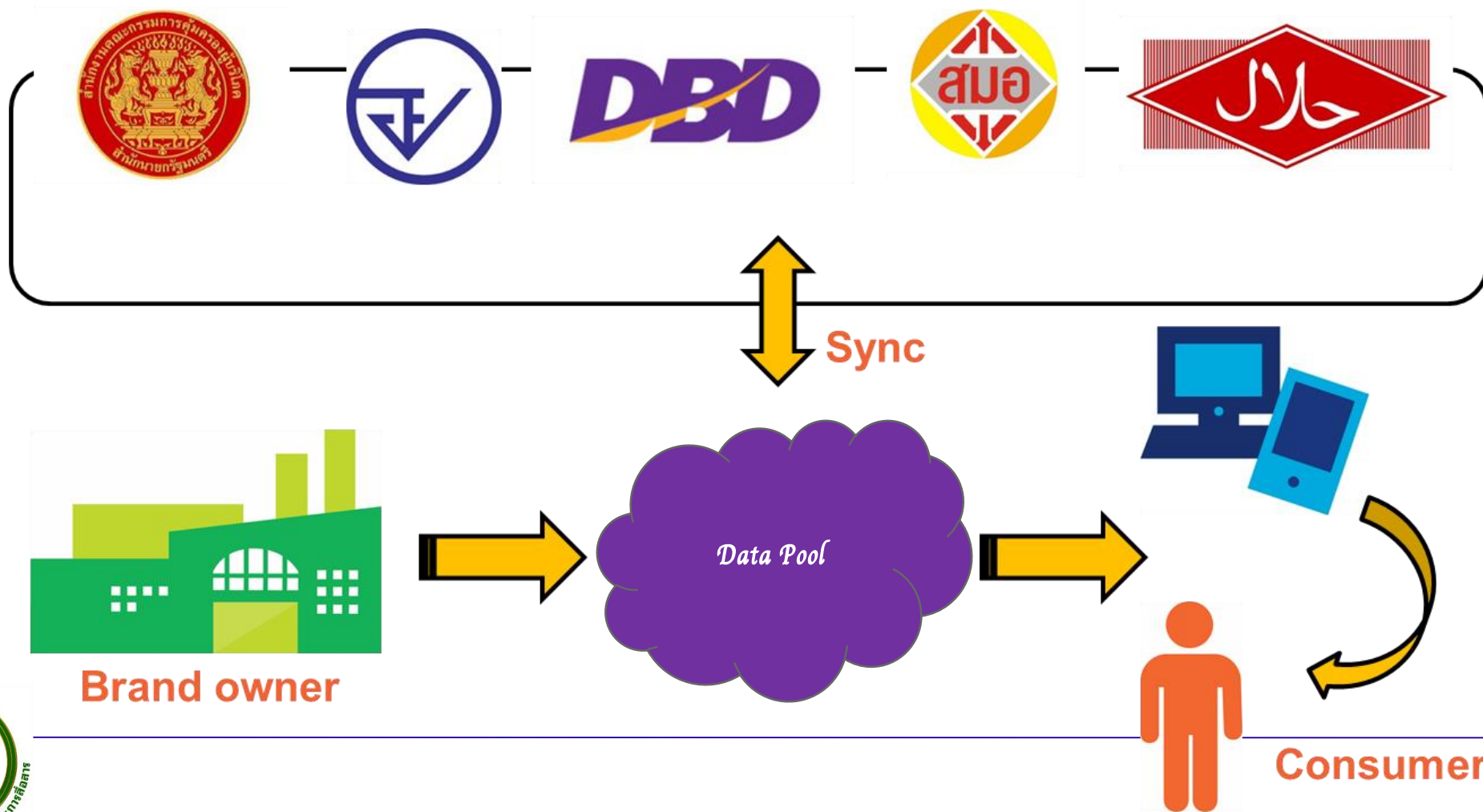
ผู้ให้หรือใช้บริการ E-Commerce / E-Business / E-Invoice สามารถดึงข้อมูลที่สำคัญไปใช้ได้อย่างถูกต้อง โดยไม่ต้องจัดเก็บซ้ำซ้อนและแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นๆได้ทั่วโลก (Global Data Synchronization Network)





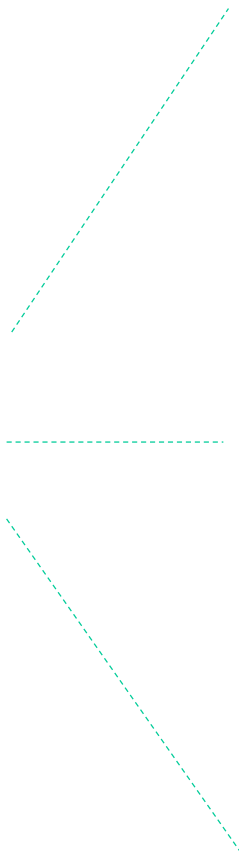
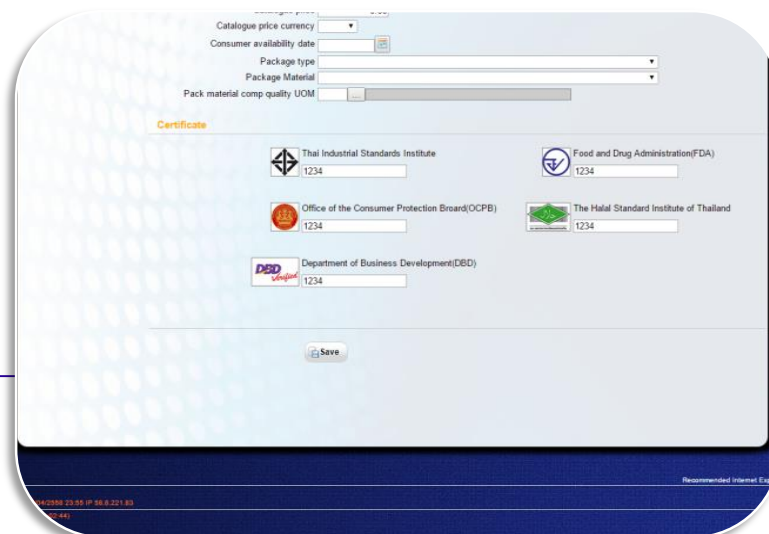
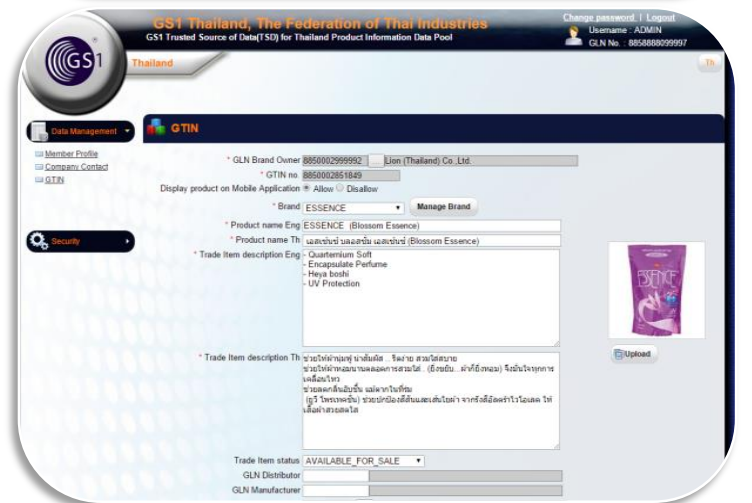
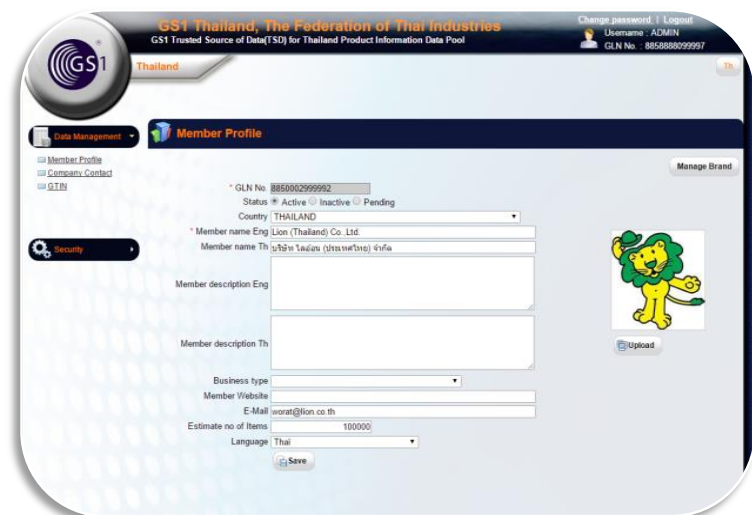
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

ผู้ใช้บริการสามารถใช้ Smart Phone ตรวจสอบมาตรฐานของสินค้าผ่านฐานข้อมูลกลางของสินค้า (Trusted Source of Product Information Data Pool)





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries



โครงการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า

(Trusted Source of Product Information Data Pool)





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

เป้าหมายโครงการ

“จัดเก็บฐานข้อมูลสินค้า 100,000 รายการ”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้าสามารถรองรับการเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบร้านค้าออนไลน์ (e-Commerce) ทั่วไปได้ ทำให้ผู้ผลิตสินค้าสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ระบบร้านค้าออนไลน์ ณ จุดเดียว
- ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างคู่ค้า (e-Invoicing) รวมถึงระบบอื่นๆ สามารถตรวจสอบข้อมูลสินค้าที่ถูกต้องก่อนดำเนินการจัดทำธุรกรรม เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้
- เป็นฐานข้อมูลกลางของสินค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข้อมูลและการใช้งานสินค้าที่ถูกต้อง
- ระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้านี้สามารถรองรับหน่วยงานอื่นๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น กรมศุลกากร กรมสรรพากร เป็นต้น

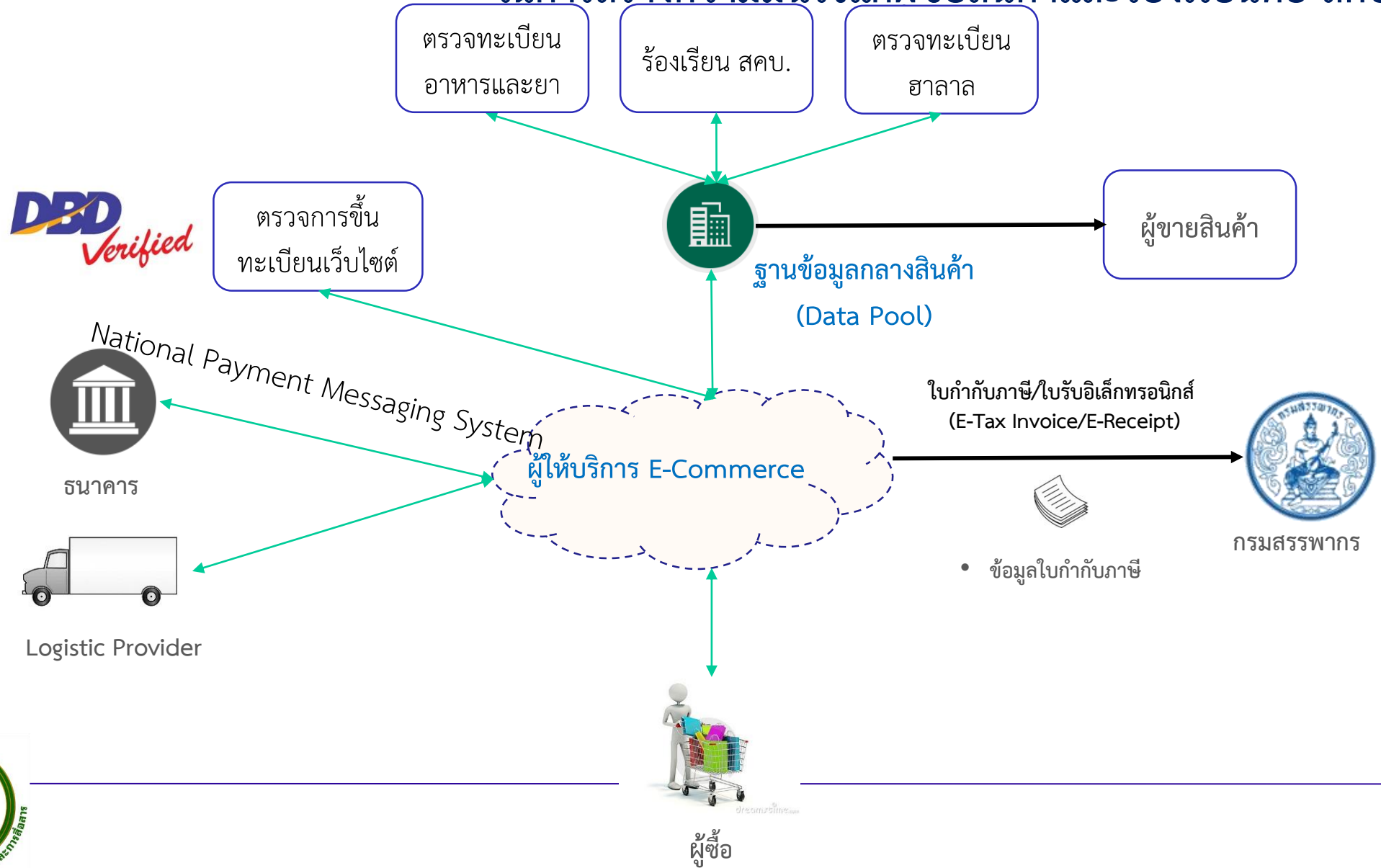
เพิ่มโอกาสของผู้ผลิตสินค้านำรายย่อยในการเผยแพร่สินค้าต่อผู้บริโภค





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

ในกรณีธุรกรรม B2C สามารถใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลกลาง ในการสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อสินค้าและร้องเรียนต่อ สคบ.





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

แนวทางการพัฒนาโครงการ

- จัดอบรม สัมมนา ประชาสัมพันธ์ โครงการให้แก่
 - ผู้ผลิตสินค้า ผู้ประกอบการขายสินค้า เพื่อเข้าร่วมโครงการและบันทึกข้อมูลสินค้า
 - ผู้ประกอบการ E-Commerce / E-Business ให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ในการขายสินค้าออนไลน์
 - ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ สามารถนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ด้านขนส่ง
- ขอความร่วมมือจากทางกระทรวง ICT เพื่อเป็นเจ้าภาพในการเชิญหน่วยงานต่างๆ
 - การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (ฮาลาล) และงบประมาณการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
 - สนับสนุนงบประมาณการจัดเก็บข้อมูลสินค้าสำหรับผู้ผลิต และผู้ประกอบการขายสินค้า





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

เสนอที่ประชุมพิจารณาโครงการเร่งด่วน 2 เรื่อง

1. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) สู่ภาคอุตสาหกรรม
 - >> มีผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล 1,000 กิจการ
 - สร้างโอกาสส่งเสริมการซื้อขาย ผ่านโครงการ กว่า 2,000 ล้านบาท
 - >> ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน งบประมาณ 10 ล้านบาท
2. โครงการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า (Trusted Source of Product Information Data Pool)
 - >> มีข้อมูลสินค้าเข้าสู่ระบบมาตรฐานกลาง ไม่น้อยกว่า 100,000 รายการ (SKU)
 - >> ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน งบประมาณ 10 ล้านบาท





สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

ขอการสนับสนุนด้านนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (e-invoicing)

1. ให้ทางธนาคารแห่งประเทศไทยเร่งรัดแผนการจัดตั้ง Payment Gateway สำหรับรองรับการเชื่อมโยงระบบการชำระเงินตามมาตรฐาน NPMS

2. เร่งรัดทางกรมสรรพากรในการ

ปรับปรุงมาตรฐานการแลกเปลี่ยนข้อมูล (e-Tax) เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลจากระบบ e-Invoicing ได้
ปรับลดขั้นตอนการ Certify หน่วยงานที่จะเข้ามาเชื่อมต่อระบบ e-Tax ให้สะดวกมากขึ้น

3. ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าที่ได้รับมาตรฐาน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)



ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องเพื่อพิจารณา

ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๒.....โครงการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า

(Trusted Source of Product Information Data Pool)

จากนโยบายการพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ของภาครัฐ ซึ่งมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาประเทศในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการให้บริการ เพื่อให้สามารถรองรับกับการพัฒนาเข้าสู่เศรษฐกิจยุคสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการนี้เป็นหนึ่งในโครงการที่ริเริ่มขึ้นเพื่อรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการ และเจ้าของสินค้า เก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อีกในอนาคตเช่น ระบบการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลการรับรองสินค้ากับหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ตั้งคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์นี้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บริษัทห้างร้านต่างๆ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย (Halal) เป็นต้น

ทางสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยสถาบันรหัสสากล ซึ่งเป็นนายทะเบียนในการกำหนดเลขหมายรหัสสินค้าตามมาตรฐานสากล GS1 Standard ได้นำแผนยุทธศาสตร์ในการสร้างฐานข้อมูลที่เป็นมาตรฐานกลางของสินค้า เพื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และเจ้าของสินค้า สามารถบริหารจัดการข้อมูลสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง สร้างความมั่นใจและน่าเชื่อถือในตัวสินค้าแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมถึงเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่กลุ่มธุรกิจต่างๆ ที่ต้องการนำข้อมูลสินค้าไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจและยังรองรับกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของทางกระทรวงฯ มาเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในปีงบประมาณ 2558 ซึ่งมุ่งเน้นในการพัฒนาธุรกรรมการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจและธุรกิจ "Business-to-Business" (B2B) หรือหน่วยงานธุรกิจและกลุ่มผู้บริโภค "Business-to-Consumer" (B2C) องค์กรแต่ละองค์กรสามารถเชื่อมโยงและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ระหว่างกันได้ ในระบบสารสนเทศขององค์กรต่างๆ เหล่านี้ ได้อีกด้วย

ในปัจจุบันสินค้าต่างๆ ได้ถูกผลิตออกมาเพื่อจัดจำหน่ายอย่างมากมาย ซึ่งสินค้าต่างๆ เหล่านี้ มีทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคแต่ในประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดที่ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลสินค้าให้เป็นระบบระเบียบอย่างชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาสินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าที่ไม่มีการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยซึ่งมีบริษัทและห้างร้านที่เป็นสมาชิกอยู่มากกว่า 12,000 บริษัท จึงเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงได้ดำเนินการโครงการดังกล่าวเพื่อรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดสินค้าต่างๆ ที่จำหน่ายในท้องตลาดจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า (Trusted Source of Product Information Data Pool) เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเป็นฐานข้อมูลกลาง ทำให้ข้อมูลสินค้ามีความทันสมัยอยู่เสมอลดความซ้ำซ้อน ลดเวลา และค่าใช้จ่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกลางสินค้านี้ระหว่างคู่ค้า

ประเด็นเสนอที่ประชุม

เพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบโครงการจัดเก็บฐานข้อมูลกลางของสินค้า(Trusted Source of Product Information Data Pool) โดยใช้งบประมาณของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

หน่วยงานที่เสนอ/รับผิดชอบ

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มติที่ประชุม

.....

.....

.....

ระเบียบวาระที่ ๕. เรื่องเพื่อพิจารณา

ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๓ : โครงการสร้างแบรนด์ไทยด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ

ด้วยกลุ่มสมาคมอุตสาหกรรม Digital Content ไทย ได้รวมตัวกันนำเสนอโครงการ “โครงการสร้างแบรนด์ไทยด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ” โดยจะมีการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ใช้เนื้อเรื่องและตัวละครจากวรรณคดีไทย “สุตสาร” ฉบับดัดแปลงใหม่ให้มีความร่วมสมัยและสนุกสนานมากขึ้น โดยจะมีการนำตัวละคร (character) ต่างๆ ในเรื่องนี้ มาจดทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property : IP) และจะมีการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญาของ Digital Content จากหนังแอนิเมชันเรื่องนี้ไปสู่ธุรกิจด้านต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ทำให้เกิดห่วงโซ่ทางคุณค่า (Value-chain) ที่ต่อเนื่องหลากหลาย เช่น การผลิตเกม ของขวัญของเล่น ของที่ระลึก หนังสือ และสื่อการเรียนรู้ ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งในส่วนของผลิตสื่อการเรียนรู้ จะมีการนำ Digital IP จากเรื่องนี้มาใช้สร้างสื่อการเรียนรู้ แบบ “Edutainment” (Education + Entertainment) หรือ “การศึกษาแนวสาระบันเทิง” จากแนวคิดในการพัฒนาตามรูปแบบ “Game-Based Learning” ซึ่งเป็นสื่อในการเรียนรู้รูปแบบหนึ่ง ที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้ความสนุกสนานไปพร้อมๆ กับการได้รับความรู้ โดยสอดแทรกเนื้อหาความรู้เอาไว้ในเกม และให้ผู้เรียนลงมือเล่นเกม นอกจากนี้จะเพิ่มความน่าสนใจให้มากขึ้น โดยใช้เทคนิคความจริงเสมือน (Virtual Reality : VR) ซึ่งจะช่วยให้ผู้เล่นและผู้เรียนรู้ได้ประสบการณ์เสมือนจริง ทำให้เกิดความประทับใจและจดจำเนื้อหาความรู้ได้อย่างลึกซึ้งและยาวนาน

การดำเนินงานในโครงการนี้จะเริ่มต้นแบบนำร่องของการดำเนินงานอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ของประเทศอย่างเป็นระบบนิเวศน์ (ecosystem) ที่สามารถสร้าง ห่วงโซ่คุณค่า (value-chain) ของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อย่างถาวรและยั่งยืน

ประเด็นที่เสนอที่ประชุม

เพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบโครงการสร้างแบรนด์ไทยด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ โดยใช้งบประมาณของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

หน่วยงานรับผิดชอบ

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เอกสารประกอบวาระ

เอกสารประกอบการนำเสนอ ๕.๒.๓

การประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘
๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๓ เรื่องเพื่อพิจารณา
โครงการสร้างแบรนด์ไทย
ด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ

โดย

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)



วัตถุประสงค์ของ Flagship Project

- Flagship Project ได้ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่อุตสาหกรรม และนำมาซึ่งรายได้ของทั้งประเทศ โดยเป็นการร่วมมือของผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อผลิตผลงานร่วมกัน และนำไปสู่การต่อยอดทั้งทางด้านองค์ความรู้ และด้านธุรกิจ
- ตัวโครงการนี้คำนึงถึงประเด็นหลักด้านยุทธศาสตร์ เพื่อเริ่มดำเนินการแก้ปัญหา และพัฒนาในหลายๆด้าน เช่น
 - สร้างสรรค์ และส่งเสริม IP ของประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทาง Digital Media ต่างๆ ซึ่งนอกจากเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความสามารถของผู้ประกอบการไทยแล้ว ก็ยังสามารถจุดประกายการเริ่มต้นสร้างระบบนิเวศของอุตสาหกรรม และสร้างรายได้กลับเข้าประเทศอีกด้วย
 - ติดตามยุทธศาสตร์การตลาดเพื่อส่งเสริมการพัฒนาโครงการอื่นๆที่สามารถต่อยอดจาก IP ของประเทศ
 - ส่งเสริมและ สร้างโอกาสในการผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์ เกม และสินค้าด้านลิขสิทธิ์ เพื่อการส่งออกภายใต้ branding “Created by THAI”





เราจึงจักพาเธอตามสติดำเนิน
จักทำตามที่บุรุษควรทำ
ไปให้ถึงฝั่งแห่งหาสมุทร

โครงการแอนิเมชันแห่งชาติ : พระมหาชนก



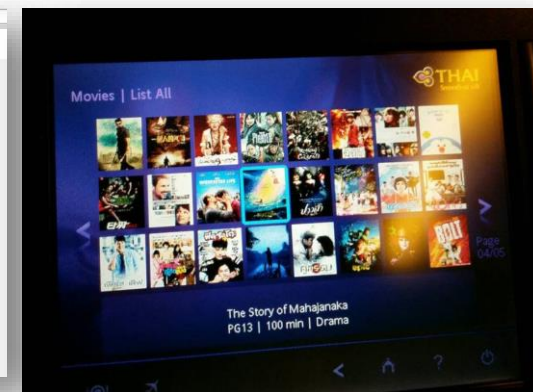
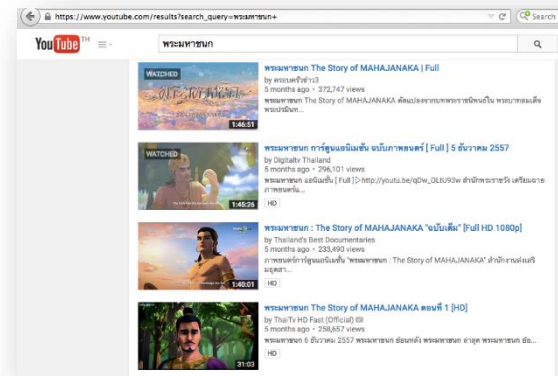


ภาพยนตร์แอนิเมชัน พระมหาชนก : ธันวาคม ๒๕๕๗

บันทึกความภาคภูมิใจ

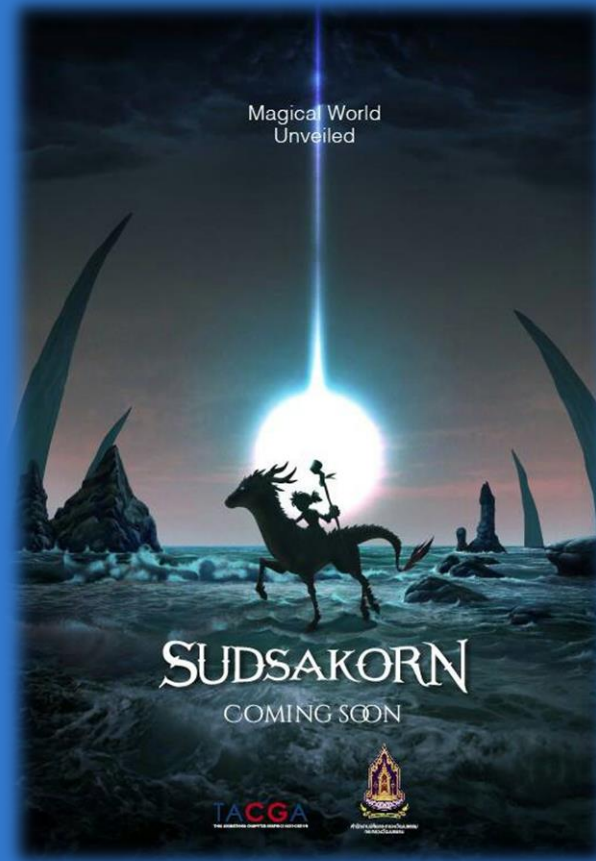
โครงการแอนิเมชันแห่งชาติ ที่แสดงถึงประโยชน์ที่อุตสาหกรรมได้รับในมุมกว้าง

- แอนิเมชันเรื่อง “พระมหาชนก” ผลิตโดยสมาคม TACGA ด้วยการร่วมมือของผู้ประกอบการไทยกว่า 250 ชีวิต และประสบผลสำเร็จอย่างล้นหลาม
- จุดประสงค์ของโครงการคือต้องการสร้างแอนิเมชันให้คนไทยทั้งประเทศได้ชม และผลตอบรับจากผู้ชม และสื่อต่างๆ นั้นถือว่าประสบความสำเร็จ
- ได้รับเชิญไปฉายในเทศกาลภาพยนตร์ไทย ที่ประเทศอังกฤษในเดือนกรกฎาคม 2558 โดยกระทรวงวัฒนธรรม
- ได้รับเชิญไปฉายที่ประเทศจีนในเดือนกรกฎาคม 2558 เนื่องในโอกาสความสัมพันธ์ครบรอบ 40 ปี ไทย-จีน โดยกระทรวงการต่างประเทศ



- ฉายฟรีในโรงภาพยนตร์ถึง 2 วัน ซึ่งมีผู้สนใจเข้าชมเต็มโรง
- ออกอากาศทุกช่องโทรทัศน์ในวันหยุด
- ฉายในระบบ In-Flight Entertainment ของสายการบินไทย
- มีผู้เข้าชมใน YouTube กว่าล้านครั้ง





Flagship Project : National IP



ภาพรวมโครงการ

- โป้รเจค: สุดสาคร (Adventure of Sudsakorn)
- แนวคิด: สร้าง National Character ซึ้่นเพื่อนำไปใช้ใน Eco system ทั้งระบบ และนำไปใช้โดยมุ่งเน้นให้ต้อบโจทย์ทั้งทางด้้านเศรษฐกิจและสังคม
- รูปแบบ: สร้าง Super Hero โดยใช้คาแร็คเตอร์จากวรรณคดีไทย นำมาสร้างเป็นแอนิเมชัน ทั้ง ภาพยนตร์ TV Series เกม E-Learning รวมถึง Application ต่างๆ
- ระยะเวลาการผลิิตและสามารถออกมาสู่ตลาด : ภายใน 6 - 18 เดือน



First Flagship Project #1: SUDSAKORN



Ecology of Character



Industry Knowledge

Retail Business

Digital Commerce

Tourism & Culture Export



SUDSAKORN MERCHADISING

PLAN AND STRATEGY



CLOTHING AND ACCESSORIES:
T-SHIRT, BAG AND KEYCHAIN

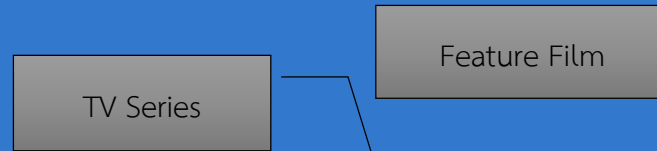


ผลที่จะได้รับจากโครงการนี้

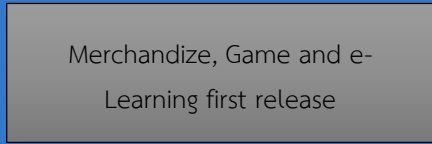
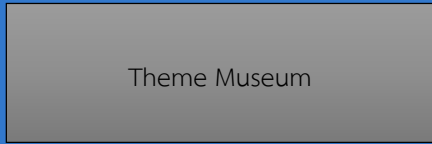
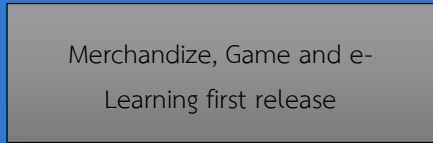
- ภาพยนตร์แอนิเมชัน และทีวีซีรีส์ สร้างงานให้กับผู้ประกอบการทั้ง 36 สตูดิโอ / 600 คน
- สามารถนำคาแรคเตอร์ ไปใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไทย (ของใช้สำหรับเด็ก เสื้อผ้า Gift ฯลฯ) ทั้งเพื่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงลิขสิทธิ์ในการใช้คาแรคเตอร์ในด้านต่างๆ
- เกมในหลากหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดทางธุรกิจจริง
- ระบบ e-Learning เพื่อเป็นการสร้างสื่อการเรียนรู้แบบ Game-Based และ Immersive Learning แพลตฟอร์มใหม่ ที่สร้างงานให้กับผู้ประกอบการมากกว่า 10 บริษัท / 100 คน
- การถ่ายทอดองค์ความรู้ สู่สถาบันการศึกษา มูลค่าถึง 75 ล้านบาท
- รายได้จากภาพยนตร์และสินค้าลิขสิทธิ์ที่เกิดขึ้น นำไปจัดตั้งเป็นกองทุน เพื่อพัฒนาแอนิเมชันและ IP ของประเทศ เรื่องต่อไป
- เป็นการแสดงให้เห็นถึงการนำนิทานพื้นบ้าน วรรณคดี และวัฒนธรรมไทย ออกไปสู่ตลาดโลก รวมถึงการปลูกฝังและสร้าง Super Hero ที่เป็นไทยให้กับเด็กและเยาวชนไทย



Output Timeline



	2015		2016				2017			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Series	Pre-Pro				Complete					
					TV Broadcast	MIPCom				
Movie	Pre-Pro						Complete			
		Trailer #1		Trailer #2		Trailer #3	Theater Release	Screening @ Cannes		
Other Products				Merchandizing	Theme Museum @ Bangkok Museum		Merchandizing	VR Theme Museum @ Bangkok Museum		
				e-Learning Game			e-Learning Game			





Bangkok Cartoon
Museum

พิพิธภัณฑ์การ์ตูน จตุจักร
กรุงเทพมหานคร



หุ่นนวัตกรรมและสร้างสรรค์

“Culture is a soft Power”



เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์

mipcom®
2016

งานซื้อขาย content ที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป



งานแสดงสินค้าของขวัญและของใช้ในบ้าน



Deliverables

ช่วงระยะที่ 1

(6 - 12 เดือน)

- แอนิเมชัน ซีรีส์ ความยาว 11 นาที x 26 ตอน
- Style Guide สำหรับ แอนิเมชันซีรีส์ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินการด้านลิขสิทธิ์
- ตัวอย่างภาพยนตร์สำหรับใช้ในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
- เกมสำหรับเยาวชน
- สื่อการเรียนรู้สำหรับเยาวชน
- สินค้าลิขสิทธิ์ที่ผลิตจาก IP

ช่วงระยะที่ 2

(12-18 เดือน)

- ภาพยนตร์แอนิเมชัน ความยาวประมาณ 90 นาที
- Style Guide สำหรับภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินการด้านลิขสิทธิ์
- เกมสำหรับทุกวัย
- สื่อการเรียนรู้สำหรับทุกวัย
- สื่อการเรียนรู้ Virtual Reality แบบ Game-Based และ Immersive Learning เพื่อใช้งานจริงในพิพิธภัณฑ์
- สินค้าลิขสิทธิ์ที่ผลิตจาก IP



ประเด็นเพื่อพิจารณา

ให้ความเห็นชอบในหลักการ :

เพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบโครงการสร้างแบรนด์ไทยด้าน Digital Content สู่ตลาดต่างประเทศ โดยใช้งบประมาณของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องเพื่อพิจารณา

ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๔ โครงการสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานดิจิทัลสำหรับ SMEs (Digital Supply Chain Promotion for SMEs)

โครงการนี้เป็นหนึ่งในโครงการที่ริเริ่มขึ้นเพื่อรองรับนโยบายการพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการให้บริการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนให้ SMEs ไทยได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เกิดการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทุกระดับตั้งแต่ธุรกิจขนาดเล็กไปสู่ขนาดใหญ่ รวมถึงการเชื่อมโยงกับภาครัฐเพื่อวางรากฐานการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล ให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs เนื่องจาก SMEs เป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย แต่ปัญหาการส่งเสริม SMEs มีข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน เช่น ขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน งบประมาณสำหรับการพัฒนาองค์ความรู้ และความเข้าใจปัญหาการเพิ่มผลผลิตภาพ ต้นทุนมีแนวโน้มสูงขึ้น ขาดสภาพคล่อง ตลอดจนขาดการบูรณาการพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อวางรากฐานและสร้างความแข็งแกร่งให้วิสาหกิจไทย ทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงจำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยพื้นฐานในหลายๆ ด้าน ทั้งทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความสามารถ และทักษะของบุคลากรด้านดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และเป็นเครื่องมือในการบริหาร สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

ในการนี้ สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย (ATSI) เล็งเห็นว่าเรื่องดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถของ SMEs ไทย จึงได้จัดทำโครงการสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานดิจิทัลสำหรับ SMEs ขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ประเด็นเสนอที่ประชุม

เพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบ โครงการสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานดิจิทัลสำหรับ SMEs ที่มีทิศทางการดำเนินงานสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของคณะทำงานฯ โดยใช้งบประมาณจากโครงการนำร่องเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลระยะเร่งด่วนปีงบประมาณ ๒๕๕๘

หน่วยงานที่เสนอ/รับผิดชอบ

สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย

มติที่ประชุม

.....
.....
.....

การประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘
วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



ระเบียบวาระที่ ๕.๒.๔ เรื่องเพื่อพิจารณา
โครงการสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานดิจิทัล
สำหรับ SMEs (Digital Supply Chain Promotion for
SMEs)

โดย

สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย



โครงการนำร่อง

1

การเปลี่ยน Mindset กระบวนการทางความคิด การปรับทัศนคติ

2

การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ระบบ Digital IT

3

การบริหารจัดการการเชื่อมโยงผ่านเครือข่ายคลัสเตอร์ (Cluster)

4

การพัฒนา Web Portal ของโครงการไทยยั่งยืน (TYY)



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



วัตถุประสงค์

1

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม โดยผ่านบริษัทไทยยั่งยืน ซึ่งเป็นบริษัทกลางในการวางแผนบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ (Pooling) เชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีระบบ

2

เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุปสงค์ (Demand Site) ได้นำ Digital IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจใน Supply Chain Management ด้วยต้นทุนต่ำ โดยได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากภาครัฐบาล

3

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยด้านอุปสงค์ (Supply Site) ให้มีศักยภาพในการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

4

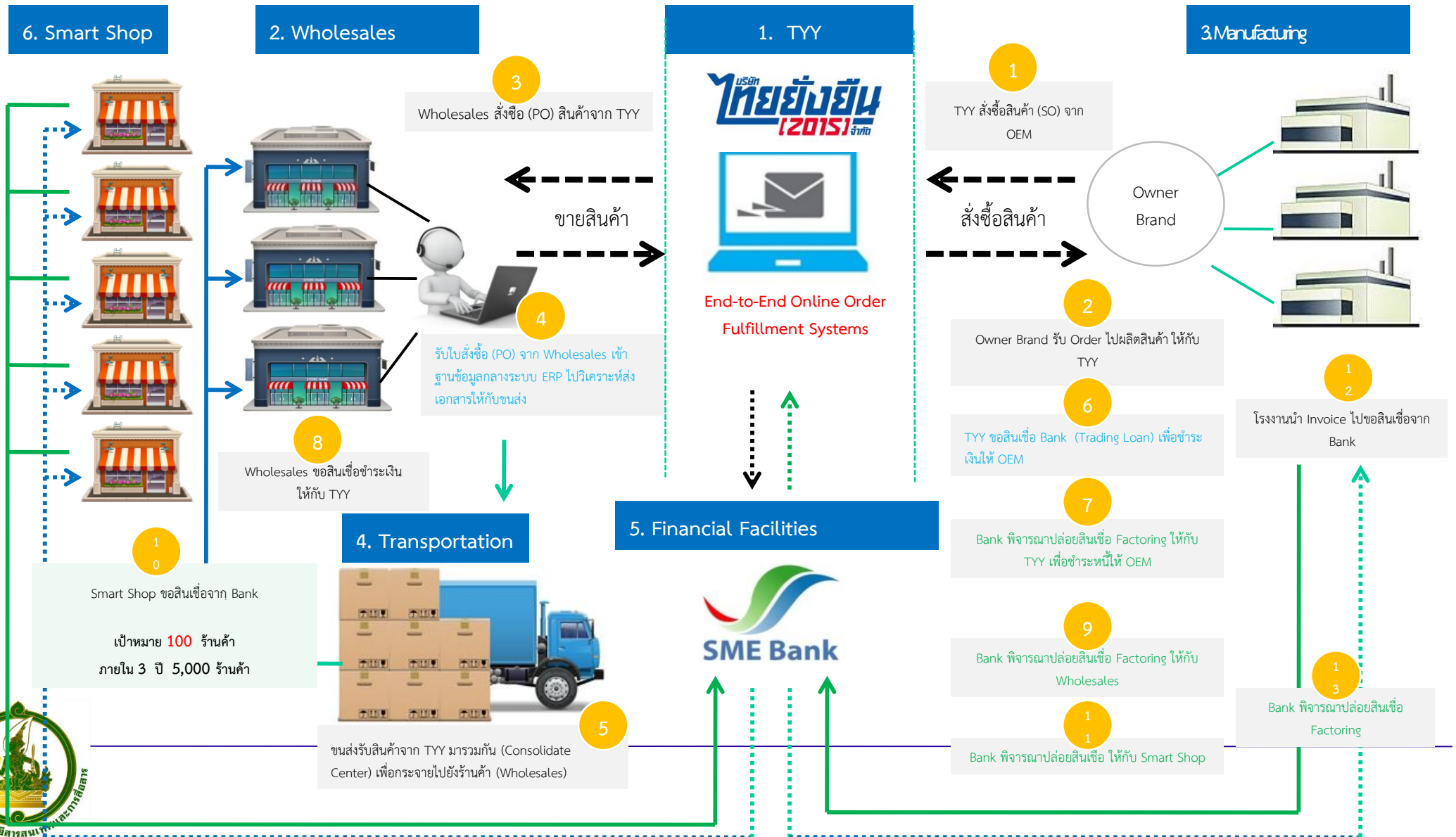
เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย Digital Economy ตามนโยบายของรัฐบาล (GDP) และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน



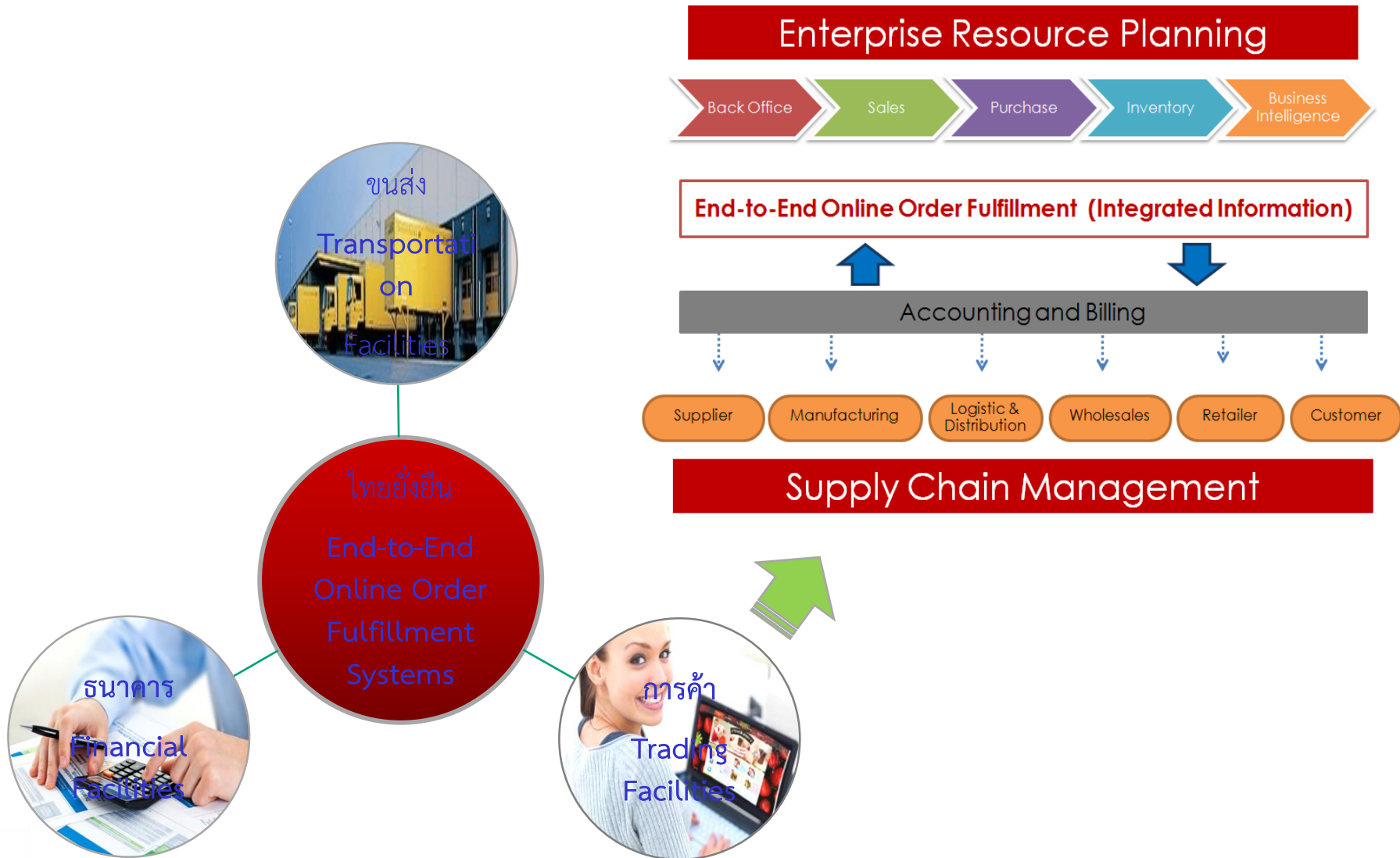
“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘

Business Model

Old Product – New Chanel



Digital Business Ecosystem



“คณะกรรมการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



ผลลัพธ์ของภาพรวม



- การจัดเก็บฐานข้อมูลที่เป็นระบบ (Data Analysis) ได้อย่างถูกต้อง นำไปวิเคราะห์เชิงลึก เก็บเป็นสถิติ และตรวจสอบได้



- พัฒนาซอฟต์แวร์เข้าสู่ด้านอุปทาน (Supply Side) ให้มีศักยภาพในการดำเนินกิจการได้อย่างมีมาตรฐาน



- ส่งเสริมการใช้ IT ขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล และยกระดับขีดความสามารถการบริหารจัดการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรม



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘

ผลลัพธ์ของ SMEs



- เชื่อมโยงธุรกิจลูกค้าในซัพพลายเชนได้อย่างเป็นรูปธรรม
- ขับเคลื่อนเศรษฐกิจธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง เด็บโตได้อย่างความเข้มแข็ง



- รู้ต้นทุนการผลิตที่แท้จริง และต้นทุนสินค้าที่ถูกต้องแม่นยำ
- มีรายงานวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อวางแผนการบริหารได้อย่างมีระบบ



- เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสต็อกสินค้า ลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้าและพื้นที่



- ผู้ประกอบการ SMEs เกิดความมั่นใจในการลงทุนด้านไอทีเพิ่มมากขึ้น และลดความเสี่ยงในการลงทุนขยายกิจการ
- นำระบบ POS วิเคราะห์ยอดขาย ต้นทุน และกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ



- ทราบความเคลื่อนไหวทางการเงินได้แบบเรียลไทม์
- ปล่อยสินเชื่อได้ง่ายขึ้น สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้อย่างเป็นระบบ
- การทำธุรกรรมการเงินมีความโปร่งใส ชัดเจน ถูกต้อง



- ลดต้นทุนการโลจิสติกส์ และวางแผนการจัดเส้นทางขนส่ง (Routing Plan)

- บริหารจัดการโรงแรมการรับรองห้องพัก, การลงทะเบียนเข้าพัก, การจัดทำประวัติการใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตัวชี้วัด (KPI)

	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย			รวมเป็นจำนวน
		2558	2559	2560	
จำนวน SMEs ภาคการผลิต นำระบบ IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น	ราย	800	1,600	2,000	4,000
จำนวน SMEs ภาคการค้าส่ง นำระบบ IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น	ราย	100	200	300	600
จำนวน SMEs ภาคการค้าปลีก นำระบบ IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น	ราย	1,200	2,500	4,800	8,500
จำนวน SMEs ภาคการบริการ นำระบบ IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น	ราย	100	900	1,200	2,200
จำนวน SMEs ภาคการท่องเที่ยว นำระบบ IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น	ราย	100	800	1,500	2,400
จำนวน SMEs ภาคการขนส่ง นำระบบ IT มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น	ราย	100	300	500	900
รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น	ราย	2,400	6,300	10,300	18,600

“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘





หน่วยงานที่ร่วมดำเนินงาน

ภาคการผลิต

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- สภา SMEs
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- สถาบันอาหาร
- สถาบันอาหาร
- สถาบันพลาสติก
- สมาคมผู้ผลิตต่างๆ

ภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก

- สมาคมค้าปลีก-ค้าส่งไทย
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ภาคการท่องเที่ยว

- สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภาคขนส่งและ โลจิสติกส์

- สหพันธ์ขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย (สขบท.)



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘

ขอบคุณครับ



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content)” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘

ระเบียบวาระที่ ๕.๓ การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

เรื่องเดิม/ความเป็นมา/หลักการและเหตุผล

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗ โดยมีนโยบายหนึ่งที่คณะรัฐมนตรีต้องการเร่งผลักดันคือ การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล ข้อ ๖.๑๘ ส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อน ได้อย่างจริงจัง ซึ่งจะช่วยให้ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวหน้าไปได้ทันโลกและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้...นั้น ในการแปลงนโยบายดังกล่าวของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติ ร่าง พรบ. การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ... ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมประกอบด้วยงาน ๕ ด้านภายใต้คณะกรรมการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แก่ ๑) โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ๒) โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการ ๓) โครงสร้างพื้นฐานด้านมาตรฐาน ๔) การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเศรษฐกิจดิจิทัล และ ๕) การส่งเสริมและพัฒนากาใช้ประโยชน์จากดิจิทัล ซึ่งในส่วนของพัฒนางานด้านที่ ๔ การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเศรษฐกิจดิจิทัล ที่มีนัยยะสำคัญอย่างยิ่งยวดในการนำพาประเทศไทยให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ทัดเทียมโลกนี้ ประเทศไทยยังคงมีปัญหาในเรื่องการทำงานของภาครัฐที่มีอยู่ยังไม่ครบวงจร บางส่วนมีความซ้ำซ้อน และยังไม่มีการกำหนดแผนการทำงานที่ชัดเจน ทำให้การผลักดันงานด้านนี้ของประเทศยังไม่สมบูรณ์ เป็นระบบ จึงจำเป็นต้องมีการตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลขึ้น

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาและจัดทำภารกิจและโครงสร้างสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลแห่งชาติ (คำสั่งกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ คส/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๕๘) และบัดนี้ คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการศึกษาเสร็จสิ้นแล้ว โดยมีการร่าง พันธกิจ ภารกิจหน้าที่ โครงสร้าง และอัตรากำลังของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลแห่งชาติและอยู่ระหว่างเสนอผลการศึกษาตามขั้นตอน

ตามบทเฉพาะกาลของร่าง พรบ. การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ... จะต้องมีการโอนย้ายทรัพย์สิน หนี้สิน ภารกิจ รวมถึงบุคลากรของสำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ SIPA ไปยังสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ดังนั้น จึงควรต้องมีการเตรียมความพร้อมในส่วนของ SIPA เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และมีข้อติดขัดน้อยที่สุด เพื่อให้สำนักงานฯ ที่เกิดขึ้นใหม่สามารถปฏิบัติงานในภารกิจที่สำคัญได้อย่างรวดเร็วตามที่คาดหวัง

ประเด็นเสนอ

เห็นชอบในหลักการให้สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) ดำเนินการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล โดยใช้งบประมาณของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

หน่วยงานที่เสนอ/รับผิดชอบ

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เอกสารประกอบวาระ

เอกสารประกอบวาระที่ ๕.๓

มติที่ประชุม

การประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘
๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘



ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องเพื่อพิจารณา
ระเบียบวาระที่ ๕.๓ การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดตั้ง
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

โดย

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แนวทาง

การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA)



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

หัวข้อนำเสนอ

หลักการและเหตุผลความจำเป็น

วัตถุประสงค์

ขอบเขตการดำเนินงาน

ผลที่ได้รับจากการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน

“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”



หลักการและเหตุผลความจำเป็น

- นโยบายรัฐบาล ข้อ ๖.๑๘ เพิ่มนโยบายรัฐ-เศรษฐกิจดิจิทัล ในการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล และวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy:DE) จะถูกจัดตั้งขึ้นตาม “พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ.....” ซึ่งต้องมีการโอนพนักงานและลูกจ้างของ SIPA ไปเป็นพนักงานหรือลูกจ้างของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นการชั่วคราว

- จากเหตุผลความจำเป็นดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy:DE)



วัตถุประสงค์หลัก ๕ ประการ

๑.

- ศึกษาและเสนอแนะการปรับโครงสร้างของ SIPA เพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจและโครงสร้างของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลที่จะเกิดขึ้นดังที่มีการศึกษาไว้โดยคณะกรรมการที่จัดตั้งโดยกระทรวงฯ

๒.

- ประเมินสมรรถนะ ความพร้อมของบุคลากร และการพัฒนาแนวทางการพัฒนาองค์กรที่เหมาะสม พร้อมทั้ง จัดทำแผนพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะที่ขาดให้กับบุคลากรของสำนักงานฯ พร้อมการจัดอบรมตามแผนฯ

๓.

- จัดทำแผนบรรจุบุคลากรลงภายใต้โครงสร้างองค์กรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ตามระดับความสามารถและหน้าที่ความรับผิดชอบเสนอให้สำนักงานฯ



วัตถุประสงค์หลัก 5 ประการ (ต่อ)

๔.

- กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติและขอบบุคลากรแต่ละตำแหน่งงานอย่างชัดเจน และการจัดทำโครงสร้างกรอบอัตรากำลังคน โครงสร้างเงินเดือน ตลอดจนข้อบังคับและระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕.

- จัดให้มีการศึกษาวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นภารกิจลำดับแรกๆ ที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล



ขอบเขตการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น ๓ ระยะ

ระยะที่ ๑

- เตรียมการเพื่อถ่ายโอนบุคลากรตามโครงสร้างสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DE)
 - การสื่อสารและสร้างความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ภายใน SIPA
 - กำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดแบ่งบุคลากรภายใต้โครงสร้างองค์กรของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลตามระดับความสามารถและหน้าที่รับผิดชอบอย่างเหมาะสม
 - กำหนดหัวข้องานศึกษาวิจัย/ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจดิจิทัล และจัดให้มีการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการศึกษาวินิจฉัยดังกล่าว

ระยะที่ ๒

- ประเมินสมรรถนะและการพัฒนาองค์กร
 - เสนอแนะแนวทางการประเมินสมรรถนะของบุคลากรเพื่อจำแนกบุคลากรตามโครงสร้างใหม่
 - กำหนดแนวทางในการพัฒนาองค์กร (Organization Development) และการปรับวัฒนธรรมองค์กร
 - จัดทำแผนประชาสัมพันธ์องค์กรต่อบุคคลภายนอก

ระยะที่ ๓

- ติดตามและการประเมินผล
 - ติดตามและประเมินผลการทำงานของบุคลากร ตามหลักเกณฑ์การประเมินผลการทำงานของบุคลากร



ผลที่จะได้รับ

1

เจ้าหน้าที่รับรู้ และเข้าใจ การมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปยังสำนักงานฯ แห่งใหม่

2

จัดทำอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบของบุคลากร อัตรากำลังคน คุณสมบัติและหน้าที่ ความรับผิดชอบหลักของบุคลากร แต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจน

3

กำหนดแนวทางในการประเมิน Competency เพื่อพัฒนาให้เหมาะสม

6

แผนการสื่อสารภายในองค์กร และแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรต่อหน่วยงานภายนอก

5

ระเบียบ หลักเกณฑ์ และข้อบังคับ เกี่ยวกับการบริหารงานและการปฏิบัติงานของสำนักงานฯ แห่งใหม่

4

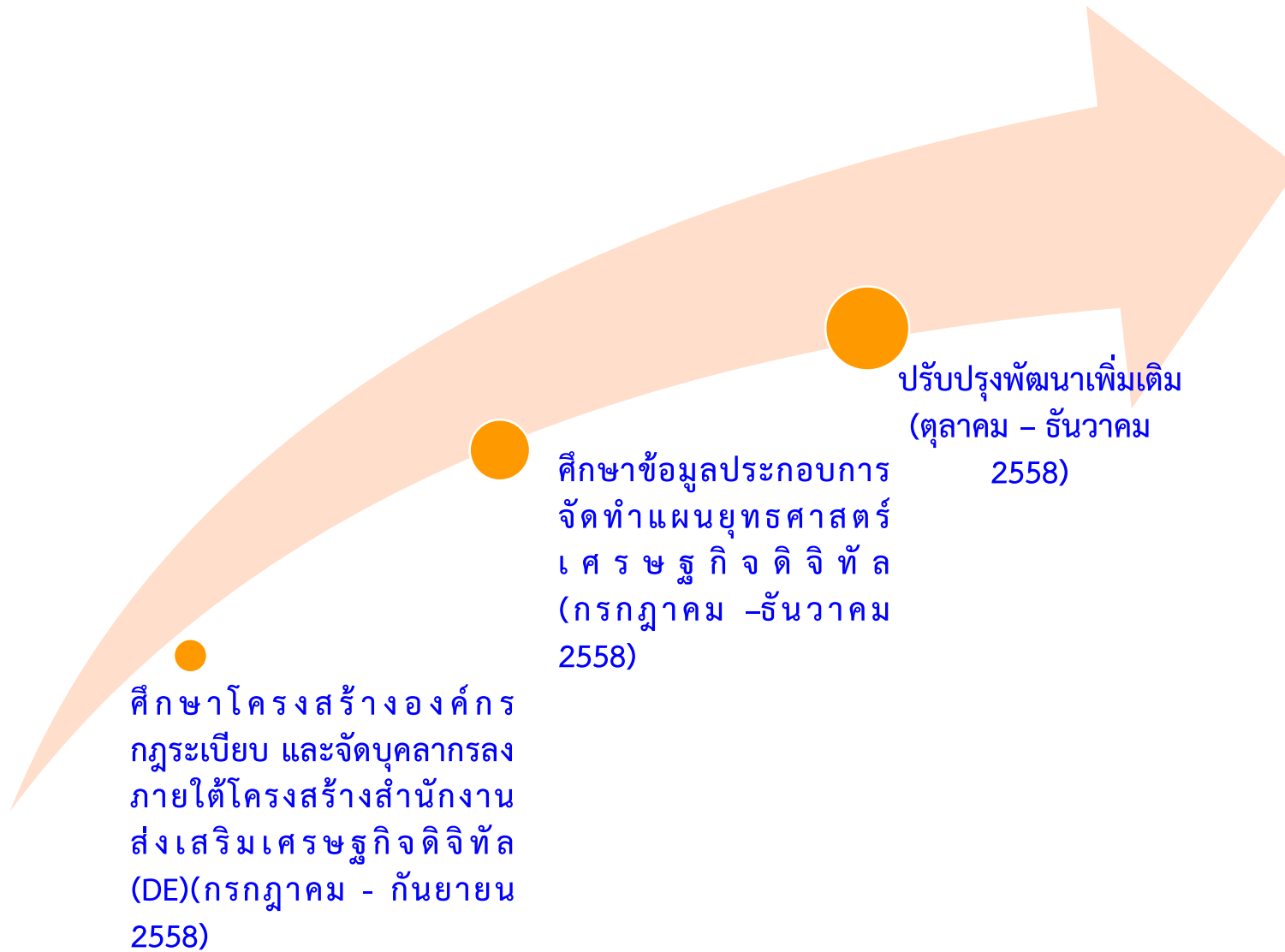
แผนและหลักสูตรการพัฒนาและปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรในแต่ละระดับ

Plus ข้อมูลประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจดิจิทัล



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

ระยะเวลาการดำเนินงาน ๖ เดือน



“คณะทำงานด้านการส่งเสริมการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) การส่งเสริมธุรกิจเกิดใหม่ดิจิทัล (Digital Entrepreneur) และการส่งเสริมเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ครั้งที่ ๓/๒๕๕๘ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๘”

ประเด็นเพื่อเสนอ

เห็นชอบในหลักการให้

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ
(องค์การมหาชน) ดำเนินการเตรียมความพร้อม
เพื่อรองรับการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ
ดิจิทัล โดยใช้งบประมาณของ สำนักงานส่งเสริม
อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ(องค์การมหาชน)



ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องอื่นๆ

ประเด็นเสนอที่ประชุม

กำหนดการประชุมครั้งถัดไป วันจันทร์ที่ ๒๐ เดือน กรกฎาคม ๒๕๕๘

หน่วยงานที่เสนอ/รับผิดชอบ

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ(องค์การมหาชน)

มติที่ประชุม

.....
.....