



# แผนยุทธศาสตร์ระยะ 3 ปี

(พ.ศ. 2559 – 2561)

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้  
(องค์กรมหาชน)

## สารบัญ

	หน้า
1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะ 3 ปี	1
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทิศทางของ สบร.	1
2.1 สภาพแวดล้อมและปัจจัยภายนอกองค์กร	
2.1.1 Global Trends ที่สำคัญ	1
2.1.2 บริบทภายในประเทศ	3
2.2 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	
2.2.1 นโยบายรัฐบาล	4
2.2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	5
2.2.3 ยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี	5
2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis	6
3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายการให้บริการ และตัวชี้วัด	7
4. ยุทธศาสตร์การดำเนินงานระยะ 3 ปีของ สบร. (พ.ศ.2559-2561)	9

---

# แผนยุทธศาสตร์ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559 – 2561)

## สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)

### 1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะ 3 ปี

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ดำเนินการมาเป็นเวลากว่าหนึ่งทศวรรษ มีผลงานสำคัญๆ ในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง ภายในองค์กรเองมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและการบริหารจัดการอยู่เป็นระยะ อาทิ ยุบรวมหน่วยงานบางหน่วยเข้าด้วยกัน แยกหน่วยงานภายใน 2 แห่งเป็นองค์การมหาชนใหม่ ประกอบกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงสมควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559 – 2561) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อกำหนดทิศทางทางการดำเนินงานของ สบร. ทั้งส่วนกลางและหน่วยงานภายในทั้ง 3 แห่งให้มีความชัดเจน สอดคล้องและเชื่อมโยงกับทิศทางการพัฒนาประเทศ นโยบายสำคัญและบริบทการเปลี่ยนแปลงรอบด้าน
- 2) เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำโครงการ งานและกิจกรรมต่างๆ ของ สบร. ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระยะ 3 ปีได้อย่างเหมาะสมและเป็นเอกภาพ
- 3) เพื่อใช้ในการกำกับดูแล ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

### 2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทิศทางของ สบร.

#### 2.1. สภาพแวดล้อมและปัจจัยภายนอกองค์กร

##### 2.1.1 Global Trends ที่สำคัญ

1) การเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Age) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศประกอบกับราคาอุปกรณ์สื่อสารและค่าบริการอินเทอร์เน็ตถูกลง ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารความรู้ผ่านเครือข่ายออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลามากขึ้น จึงเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและรูปแบบการทำธุรกิจอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ที่เห็นได้ชัดเจน คือ การใช้งาน Social Media ได้รับความนิยมมากขึ้น มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วของ Smart Mobile Device เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data/Data Sharing) การเติบโตของ Digital Native ทั่วโลกกว่า 363 ล้านคน หรือร้อยละ 30 ของประชากรวัยหนุ่มสาวทั่วโลก<sup>1</sup> เป็นต้น ส่งผลให้คนไทยต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมให้มีความพร้อมที่จะเข้าสู่อายุดิจิทัลเพื่อใช้โอกาสจากปรากฏการณ์นี้

2) โลกแห่งความรู้...เปิดประตูสู่โอกาสใหม่ (Global Knowledge Society) ความก้าวหน้าของโลกดิจิทัลเป็นปัจจัยหนึ่งเปลี่ยนแปลงโฉมรูปแบบการเรียนรู้ขนานใหญ่ โดยมีระบบเครือข่ายความรู้ออนไลน์เป็นตัวขับเคลื่อนอย่างชัดเจน บทบาทของอินเทอร์เน็ตที่ทวีความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อระบบ Outer-net ที่ทำการส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตจากอวกาศเริ่มเปิดตัวเมื่อกลางปี 2557 ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่เป็นสากลได้สะดวกรวดเร็วและกว้างขวาง แม้กระทั่งคนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทำให้คนสามารถพัฒนาทักษะและขีดความสามารถได้ด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการศึกษาในระบบเพียงอย่างเดียว เกิดอาชีพใหม่ๆ ที่ใช้ทักษะความรู้เฉพาะด้าน คนรุ่นใหม่จึงเลือกอาชีพให้เหมาะสมกับเป้าหมายและ

<sup>1</sup> สถิติและนิยาม Digital Native โดย ITU คำว่า Digital Native หมายถึง กลุ่มคนวัยหนุ่มสาว ช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่ำ 5 ปี

รูปแบบการใช้ชีวิตมากกว่าการเลือกสถานที่ทำงาน เพราะอยู่ที่ไหนในโลกก็สามารถทำงานได้ ขณะเดียวกัน จะเกิดการดึงตัวคนที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงานมากขึ้น เป็นผลให้กระบวนการเรียนรู้ต้องปรับพัฒนาให้เร็ว ขึ้นไปอีก โดยเฉพาะในอีก 5 ปีข้างหน้า งานต่างๆ จะสลับซับซ้อนมากขึ้นและต้องอาศัยทักษะในการทำงาน หลากหลายสาขา<sup>2</sup> ยกตัวอย่างสหรัฐอเมริกาจะมีความต้องการผู้ที่มีความสามารถด้านต่างๆ กว่า 26 ล้านคน ภายในปี 2573 เพื่อรักษาไว้ซึ่งอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ยุโรปตะวันตกต้องการอีก 46 ล้านคน เยอรมนี ต้องการ 4.4 ล้านคน โดยที่กว่าครึ่งหนึ่งเป็นวิชาชีพด้านงานวิจัย ที่ปรึกษาด้านการดูแลสุขภาพและด้าน การศึกษา แนวโน้มดังกล่าวไม่ได้แตกต่างจากสถานการณ์ของประเทศไทยแต่อย่างใด

**3) โอกาสจากความเชื่อมโยง (Connectivity)** ทั้งด้านโครงข่ายคมนาคมขนส่ง การค้า ระหว่างประเทศและการสื่อสารออนไลน์จะนำไปสู่การสร้างโอกาสและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึง ซิดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ปัจจุบันความเชื่อมโยงระหว่างอาเซียนกับจีนมีช่องทางที่แจ่มใส เพราะเป็นการสร้างเขตการค้าเสรีที่ใหญ่ที่สุดในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา มูลค่าการค้าของอาเซียนกับจีนขยาย ตัวอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นเป็น 4 แสนล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2555<sup>3</sup> อาเซียนและจีนจึงเป็นพื้นที่แห่ง โอกาสสำหรับผู้ที่มีความพร้อม และเมื่อประเทศสมาชิกอาเซียนได้จัดทำข้อตกลงการยอมรับร่วม (Mutual Recognition Arrangement: MRA) ในสาขาอาชีพต่างๆ แล้ว จะช่วยให้ผู้ประกอบการวิชาชีพที่ได้รับการรับรอง คุณสมบัติสามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในประเทศสมาชิกโดยเสรี ทำให้นักลงทุนมีโอกาสเลือกแรงงานที่ตรง กับความต้องการมากขึ้น ประเทศไทยเองมีโอกาสและมีจุดแข็งตรงที่แรงงานมีทักษะในงานที่ต้องใช้ความ ประณีตละเอียดอ่อนและความคิดสร้างสรรค์ เช่น ธุรกิจอัญมณี เป็นต้น นอกจากนี้ การเชื่อมโยงออนไลน์ (Virtual Connectivity) ยังมีส่วนช่วยสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับภาคธุรกิจ โดยเฉพาะการทำธุรกิจ/ธุรกรรม ออนไลน์มากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ และการ ขยายตัวของการค้าออนไลน์ (E-Commerce) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

**4) การเติบโตของเมือง (Urbanization)** โลกเข้าสู่ความเป็นสังคมเมืองมาตั้งแต่ปี 2553 ประชากรของโลกกว่าครึ่งหนึ่งอาศัยอยู่ในเมือง เมือง 40 แห่งทั่วโลกมีสัดส่วนคิดเป็น 2 ใน 3 ของเศรษฐกิจ และนวัตกรรมโลก การขยายตัวของความเป็นเมืองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความเจริญ สาธารณูปโภค วิถีชีวิตของผู้คน รูปแบบการทำงานและโอกาสทางธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยมีปัจจัยสนับสนุน จากศักยภาพทางเศรษฐกิจในเขตหัวเมืองที่ขยายตัว การเชื่อมโยงกับอาเซียนทำให้เมืองชายแดนเติบโต และ ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารมีส่วนช่วยเชื่อมโยงวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯกับคนในหัวเมืองต่างจังหวัดให้ใกล้ชิดเียน กันมากขึ้น คนในภูมิภาคไม่จำเป็นต้องอยู่ในเมืองหลวงก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ ความเจริญของเมือง ทำให้เกิดการโยกย้ายแรงงานคืนถิ่น เกิดการขยายตัวของการค้าการลงทุนและการเข้าถึงระบบการศึกษาการ เรียนรู้เป็นไปด้วยความสะดวกยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้พฤติกรรมบริการและวิถีชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ใน เมืองปรับเปลี่ยนไป เช่น ชื้อของในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารซื้อ ชื้อสินค้าออนไลน์ อาศัยอยู่ใน คอนโดมิเนียม ฯลฯ จึงเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องติดตามมา เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ สถาบันกวดวิชา ฯลฯ

**5) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)** โครงสร้างประชากรโลกมีแนวโน้มเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ สัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดจากร้อยละ 10 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 21 ในปี 2593 สำหรับประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเรียบร้อยแล้วด้วยสัดส่วนผู้สูงอายุร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด

<sup>2</sup> McKinsey's global survey of trends.

<sup>3</sup> ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน , Thai BIZ China.com

และจะเพิ่มเป็นร้อยละ 25.12 ในปี 2573 ส่งผลกระทบต่อไทยต้องเร่งเตรียมการหลายเรื่อง ทั้งการเพิ่มผลิตภาพแรงงานอย่างจริงจัง การส่งเสริมให้คนวัยแรงงานมีทักษะทางการเงินและการดูแลสุขภาพเป็นการล่วงหน้า เพื่อให้คงความเป็นกำลังคนที่มีผลิตภาพ (Productive Workforce) ไว้ รวมทั้งการพัฒนาระบบรัฐสวัสดิการต่างๆ ในอีกมุมหนึ่ง ถือเป็นโอกาสที่ดีของการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พักอาศัย ผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร สุขภาพและการแพทย์ บริการผู้ดูแลและจัดทัวร์สำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

### 2.1.2 บริบทภายในประเทศ

1) **ขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยโดยรวมมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น** ในปี 2558 World Economic Forum (WEF) ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเป็นอันดับที่ 32 จาก 140 ประเทศ ในขณะที่ผลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดย International Institute for Management Development (IMD) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากอันดับที่ 30 ในปี 2558 มาเป็นอันดับที่ 28 ในปี 2559 จาก 61 ประเทศ โดยในด้านสมรรถนะทางเศรษฐกิจ IMD จัดให้ไทยอยู่ในอันดับที่ 13 และในด้านโครงสร้างพื้นฐานไทยอยู่อันดับที่ 49 โดยเฉพาะด้านสาธารณสุขปลอดภัยพื้นฐานและการศึกษาไทยอยู่ในอันดับลดลง เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารเพื่อรองรับการเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลยังไม่กระจายอย่างพอเพียงและทั่วถึง ส่วนโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของไทยอยู่ในระดับต่ำ มีปัญหาขาดแคลนนักวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

2) **ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนและข้อจำกัดมากขึ้นในเรื่องทรัพยากร กำลังคน เงินทุน เทคโนโลยีและนวัตกรรม** ทำให้ต้องปรับไปเน้นที่อุตสาหกรรมและบริการเชิงสร้างสรรค์มากกว่าการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำราคาถูกเพราะไม่สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านและจีนได้ โดยจะต้องเน้นความสำคัญในสาขาที่ไทยมีศักยภาพ เช่น งานฝีมือและหัตถกรรม งานออกแบบ บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ขณะเดียวกัน ภาวะเศรษฐกิจซบเซาของตลาดยุโรปและสหรัฐซึ่งเป็นตลาดการส่งออกหลักของไทย นอกจากไทยต้องแสวงหาตลาดใหม่ๆ แล้ว ยังต้องหันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการบริโภคสินค้าไทยในกลุ่มลูกค้าไทยในประเทศมากขึ้นด้วย ซึ่งต้องมีการพัฒนาคุณภาพและรูปลักษณ์สินค้าไทยร่วมสมัยให้ตรงใจผู้บริโภค สร้างแบรนด์ไทยให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางและส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง

3) **ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อพฤติกรรมและวิถีชีวิตของคนไทย** คาดว่า สังคมไทยจะมี Generation C หรือ Connected Generation มากขึ้นโดยไม่จำกัดเพศและวัย คนกลุ่มนี้เลือกที่จะเชื่อมโยงติดต่อกันบนโลกออนไลน์อย่างอิสระผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ สามารถเข้าถึงและส่งต่อข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นกลุ่มคนที่สามารถสร้างกระแสและพลังทางสังคมให้เกิดขึ้นได้ เกิดผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ขนาดเล็กรายใหม่ ขณะที่ผู้บริโภค (Consumer) มีส่วนร่วมเป็นผู้ผลิต (Prosumer) มากขึ้นด้วย แนวโน้มเหล่านี้ส่งผลให้ภาคการศึกษา หน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจกับพฤติกรรมผู้บริโภคและวิถีชีวิตของคน Gen C เพื่อวางแผนการจัดการศึกษา การเรียนรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ การเรียนรู้นอกระบบหรือการเรียนรู้สาธารณะจะมีบทบาทมากขึ้น เพราะช่วยแก้ปัญหาความไม่คล่องตัวของการศึกษาในระบบ ช่วยให้ผลิตกำลังคนให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการและมีโอกาสเป็นผู้ประกอบการเอง ไม่ว่าจะ เป็นทักษะพื้นฐาน เช่น การใช้ภาษาต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความมีวินัย ความคิดสร้างสรรค์ ความใฝ่เรียนรู้ ฯลฯ ความเชี่ยวชาญในสาขาอาชีพ รวมถึงความสามารถในการปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างสร้างสรรค์ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ เหล่านี้เป็นโอกาสและความท้าทายของ สปร.ในการเผยแพร่องค์ความรู้ทั้งในลักษณะ Mass และ Niche Market ทั้งสิ้น

## 2.2 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 นโยบายรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี) แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 มีประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

### ข้อ 4 การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม

- จัดให้มีการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้ โดยให้ความสำคัญทั้งการศึกษาในระบบและการศึกษาทางเลือกไปพร้อมกัน เพื่อสร้างคุณภาพของคนไทยให้สามารถเรียนรู้ พัฒนาตนได้เต็มตามศักยภาพ ประกอบอาชีพและดำรงชีวิตได้โดยมีความใฝ่รู้และทักษะที่เหมาะสม
- พัฒนาคอนทราสต์วัยโดยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้สามารถมีความรู้และทักษะใหม่ที่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลายตามแนวโน้มการจ้างงานในอนาคตปรับกระบวนการเรียนรู้และหลักสูตรให้เชื่อมโยงกับภูมิสังคม

### ข้อ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

- เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนากิจการบริหารจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้างกลไกการสนับสนุนและการขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นระบบและมีเอกภาพที่ชัดเจนทั้งในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริการทางการเงินและการลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ

2.2.2 แผนยุทธศาสตร์ประเทศ 20 ปี ซึ่งประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ 6 ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและความเท่าเทียมกันทางสังคม ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยการดำเนินงานของ สปร. ในปีงบประมาณ 2560 มีความสอดคล้องและตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ดังนี้

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

- พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการไทย ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม รวมทั้งสร้างรายได้เปรียบจากความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความเป็นไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ไลฟ์สไตล์ และก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ตลอดจนส่งเสริมสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ให้เป็นแหล่งรวบรวมและศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เพื่อสนองตอบผู้บริโภคทุกระดับ และรณรงค์ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าของตนเอง และสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน

- การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิตให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศ โดยเริ่มพัฒนาตั้งแต่ในครรภ์และต่อเนื่องไปตลอดช่วงชีวิต ช่วงการตั้งครรภ์/ แรกเกิด /ปฐมวัย ส่งเสริมอนามัยแม่และเด็กตั้งแต่แรกเกิดให้มีพัฒนาการที่สมวัยในทุกด้าน วัยเรียน มีทักษะความสามารถการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 วัยรุ่น/นักศึกษา ให้มีทักษะการเรียนรู้ ทักษะอาชีพที่สอดคล้องตามความต้องการของประเทศ และมีทักษะชีวิต สามารถอยู่ร่วมและทำงานกับผู้อื่นได้ภายใต้บริบทสังคมที่เป็นพหุวัฒนธรรม วัยแรงงาน ให้มีการพัฒนาระดับสมรรถนะฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่อง มีการทำงานตามหลักการการทำงานที่มีคุณค่าเพื่อสร้างผลิตภาพเพิ่มให้กับประเทศ จัดการเรียนรู้เพื่อสร้างสมรรถนะกำลังคนทั้งระบบตั้งแต่ระดับปฐมศึกษาจนถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต การวิจัยและการใช้เทคโนโลยีและสื่อเพื่อการเรียนรู้

2.2.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) โดยการดำเนินงานของ สบร. ได้ตอบสนองยุทธศาสตร์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพทุนมนุษย์

วัตถุประสงค์ข้อ 1.2 เพื่อเตรียมคนในสังคมไทยให้มีทักษะในการดำรงชีวิตสำหรับโลกศตวรรษที่ 21

เป้าหมายที่ 2 คนในสังคมไทยทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น

เป้าหมายที่ 3 คนไทยมีการศึกษาที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และมีความสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

2.2.4 ยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 มีประเด็นที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับภารกิจของ สบร. ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

เพื่อสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม (SME) ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น โดยจัดให้มีการส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมในแต่ละระดับการเติบโตทางธุรกิจ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ (Startup) ให้สามารถพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สู่การประกอบธุรกิจได้จริง ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมทั้งในและต่างประเทศ รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ของภาคการส่งออก มีการดำเนินกลยุทธ์การค้าการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสนับสนุนการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในลักษณะคลัสเตอร์ พร้อมทั้งสนับสนุนความเชื่อมโยงกับภาคเกษตรและบริการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน

ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพการศึกษาการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอนและกระบวนการเรียนรู้ พัฒนาระบบและมาตรฐานการประเมินคุณภาพการศึกษา ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาคุณภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาากำลังคนที่สุดอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศ พัฒนาสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงการขยายโอกาสการเข้าถึงบริการทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ

## 2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>1. สบร.มีผลการประเมินการดำเนินงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของสำนักงาน กพร.อยู่ในระดับดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ได้คะแนน 3.87 ในปี 2550 และเพิ่มขึ้นเป็น 4.86 ในปี 2556)</p> <p>2. แหล่งบริการความรู้หลักทั้ง 3 แห่งเป็นที่รู้จักในสังคม ในช่วง 10 ปีที่ตั้งมา มีผู้มาใช้บริการประมาณ 9.6 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้คะแนนเฉลี่ย 86 % (สูงกว่าค่าเป้าหมายที่ ก.พ.ร. กำหนดไว้ที่ 80.00 %)</p> <p>3. องค์ความรู้ต้นแบบของ สบร. หลายเรื่องได้รับการยอมรับจากภาคีเครือข่ายและนำไปขยายผลต่อในภูมิภาคต่างๆ</p>	<p>1. งานพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมการเรียนรู้เป็นภารกิจที่ต้องใช้เวลาและมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน จึงไม่สามารถเห็นผลสำเร็จได้ภายในระยะเวลาอันสั้น</p> <p>2. ความคับแคบของพื้นที่ให้บริการ ประกอบกับรูปแบบการให้บริการที่มีอยู่ค่อนข้างอึดอัด จึงไม่สามารถรองรับความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการได้เท่าที่ควร</p> <p>3. ข้อจำกัดด้านบุคลากรทั้งในระดับบริหารและปฏิบัติการ รวมทั้งวงเงินงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละปี ประกอบกับการระดมทรัพยากรจากภาคส่วนต่างๆยังไม่มากพอ ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้บ่อยครั้ง และยังสูญเสียโอกาสในการทำงานเชิงรุกและขยายงานไปยังกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ใหม่ๆด้วย</p> <p>4. หน่วยงานภายในของ สบร. มีภารกิจและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน การบูรณาการงานเพื่อสร้างเอกภาพและผลสัมฤทธิ์ของงานจึงมีความซับซ้อน</p>
โอกาส	อุปสรรค
<p>1. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็ว เป็นโอกาสให้ สบร. สามารถเผยแพร่องค์ความรู้และกิจกรรมการเรียนรู้ได้กว้างขวางมากขึ้น</p> <p>2. การประกอบอาชีพและธุรกิจในยุคต่อไปจะต้องการองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จมากขึ้น</p> <p>3. นโยบายการพัฒนาประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนา ศักยภาพคน และเห็นจุดอ่อนของระบบการศึกษาที่ปรับตัวไม่ทันการเปลี่ยนแปลง จึงหันมาให้ความสำคัญกับการเรียนรู้นอกกระบวนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต เช่น การเรียนรู้ออนไลน์ การเรียนรู้ที่สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ เป็นต้น</p>	<p>1. คนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมการเรียนรู้เปลี่ยนไป ใช้เวลาไปกับ Social Media มากกว่าการอ่านและการเรียนรู้ ค้นหาความรู้ด้วยการใช้ Smartphone และอินเทอร์เน็ตมากกว่าไปห้องสมุด</p> <p>2. มีหน่วยงานใหม่ๆที่เข้ามาแชร์ส่วนแบ่งการตลาดและดึงดูดลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของ สบร. ไปใช้บริการในด้านอื่นๆ มากขึ้น เช่น พิทธิภัณฑ์ของเอกชน ศูนย์การค้า ฯลฯ</p> <p>3. ความรู้สมัยใหม่ที่เกิดขึ้นทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับคนรุ่นใหม่มีความต้องการความรู้แบบสำเร็จรูปตรงตามโจทย์ความต้องการ และสนใจหาข้อมูลความรู้ใหม่ๆ เช่น ความรู้ในการประกอบอาชีพ ทักษะเฉพาะทาง ฯลฯ กระบวนการจัดการความรู้จึงต้องอาศัยความรวดเร็วในการสรรหา พัฒนาและต่อยอดการนำองค์ความรู้มาใช้ประโยชน์ให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มเป้าหมายต่างๆได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ</p>



### 3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายการให้บริการ และตัวชี้วัด

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2560 ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์หลักของชาติที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยได้มีการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจเป้าหมายให้บริการ ให้มีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับใหม่ และกำหนดตัวชี้วัดให้มีความท้าทาย สามารถวัดผลสัมฤทธิ์ได้ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ตามข้อสั่งเกตของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 วิสัยทัศน์ “พัฒนาความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพทุนมนุษย์ ผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะ”

#### 3.2 พันธกิจ

- 1) จัดให้มีระบบการเรียนรู้สาธารณะ และการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ภูมิปัญญาของประชาชน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ทันสมัย
- 2) สร้างแหล่งบริการองค์ความรู้รูปแบบใหม่ที่ทันสมัย มีชีวิตชีวา และอุดมด้วยความรู้ที่สร้างสรรค์
- 3) สร้างนวัตกรรม รูปแบบการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน
- 4) ส่งเสริมเครือข่ายเพื่อพัฒนาและขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านต่างๆ

#### 3.3 เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน และตัวชี้วัด

**เป้าหมายการให้บริการ ที่ 1 :** ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงความรู้ในสาขาต่างๆ เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ และความสามารถ

**ตัวชี้วัด :**

- |                   |   |
|-------------------|---|
| <b>เชิงปริมาณ</b> | <ol style="list-style-type: none"><li>1) จำนวนประชาชนที่เข้ามาใช้บริการความรู้ในแหล่งเรียนรู้</li><li>2) จำนวนต้นแบบแหล่งเรียนรู้ที่เปิดให้บริการประชาชน</li><li>3) จำนวนแหล่งเรียนรู้เครือข่ายที่ได้รับการสนับสนุนและพัฒนาจาก สปร.</li><li>4) จำนวนผู้เข้าถึงและได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมและองค์ความรู้ ผ่านสื่อทั้ง offline และ online</li></ol>                 |
| <b>เชิงคุณภาพ</b> | <ol style="list-style-type: none"><li>5) ผู้เข้าถึงองค์ความรู้ที่น่านวัตกรรมและองค์ความรู้ ผ่านสื่อทั้ง offline (งานประชุม/สัมมนา กิจกรรม นิทรรศการ) และ online (เว็บไซต์ สื่อสังคม) ไปใช้ประโยชน์</li><li>6) ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการเข้าถึงและได้รับความรู้ในแหล่งเรียนรู้</li><li>7) ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้และการเรียนรู้</li></ol> |

**เป้าหมายการบริหาร ที่ 2 :** สร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

**ตัวชี้วัด :**

เชิงปริมาณ

- 1) จำนวนนวัตกรรม องค์ความรู้และผลงานศึกษาวิจัย
- 2) จำนวนคนที่ได้รับพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และนำไปต่อยอดการเรียนรู้และประกอบอาชีพ

**เป้าหมายการให้บริการ ที่ 3 :** บริหารจัดการความรู้ผ่านการพัฒนาแหล่งเรียนรู้  
เครือข่าย และฐานข้อมูล

**ตัวชี้วัด :**

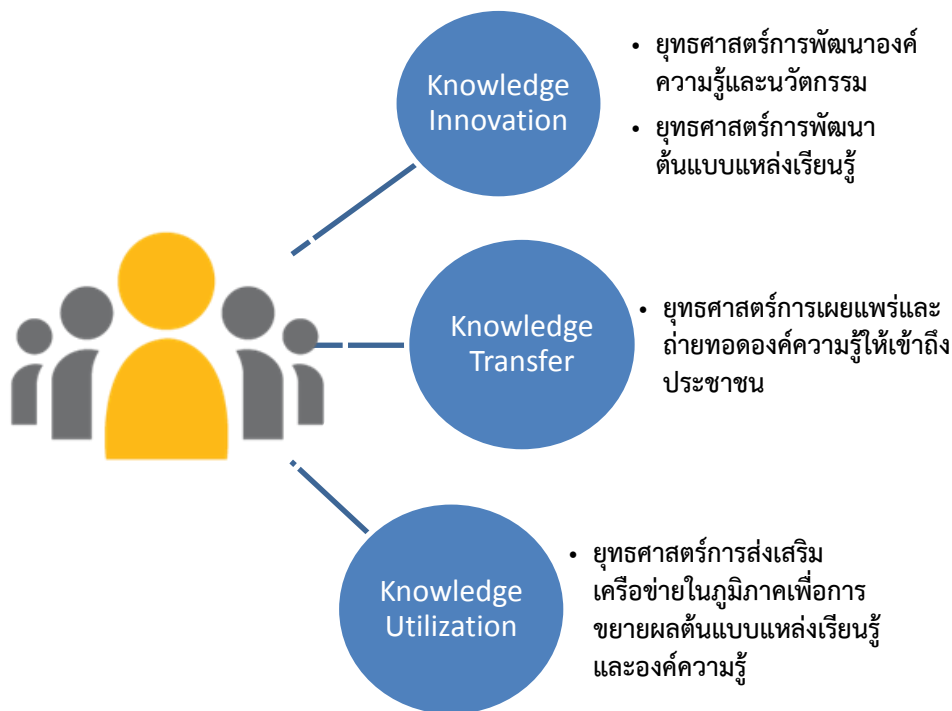
เชิงปริมาณ

- 1) ระบบฐานข้อมูลการจัดการความรู้สำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 2) แหล่งเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่

## 5. ยุทธศาสตร์การดำเนินงานระยะ 3 ปีของ สบร. (พ.ศ.2559-2561)

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) มีภารกิจหลักในการบริหารและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อส่งเสริม และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงองค์ความรู้ ให้กับประชาชนทุกกลุ่มและทุกช่วงวัยมีโอกาสพัฒนาความคิด เพิ่มและต่อยอดองค์ความรู้ และพัฒนาภูมิปัญญาด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง เข้าถึงองค์ความรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อยกระดับศักยภาพพหุมนุษย์ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นผ่านระบบการเรียนรู้สาธารณะที่เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งนี้การบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ของ สบร. ประกอบด้วยบทบาท 3 ด้านหลัก (3K) คือ การสร้างนวัตกรรมองค์ความรู้ (Knowledge Innovation) ทั้งที่เป็นเนื้อหาสาระ (Content) และที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Physical อาทิ ต้นแบบแหล่งเรียนรู้) การถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Diffusion) และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ (Knowledge Utilization) ซึ่งแต่ละด้านประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1) ด้านการสร้างนวัตกรรมองค์ความรู้ (Knowledge Innovation) ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม และยุทธศาสตร์การพัฒนาต้นแบบแหล่งเรียนรู้
- 2) ด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Transfer) มี 1 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การเผยแพร่และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้เข้าถึงประชาชน
- 3) ด้านการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ (Knowledge Utilization) ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมเครือข่ายในภูมิภาคเพื่อการขยายผลต้นแบบแหล่งเรียนรู้และองค์ความรู้



นอกจากยุทธศาสตร์ตามบทบาทหลักทั้ง 3 ด้านดังกล่าวข้างต้น ยังมียุทธศาสตร์การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นงานสนับสนุนให้ภารกิจตามยุทธศาสตร์หลักสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากบทบาทหลักดังกล่าว สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนภารกิจในการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มุ่งเน้นพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ แข่งขันบนฐานนวัตกรรม พัฒนาคุณภาพคนไทยให้สามารถรองรับบริบทการพัฒนาในอนาคต และมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยคำนึงถึงเป้าหมายการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่กำหนดไว้ว่าคนไทยทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น คนไทยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากลและสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ดังนี้



กา เสน



อและสร้าง ม เช้



าใจองค์ความรู้ในรูปแ

บบ

ต่างๆ ให้นำสนใจ และกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่

Knowledge Content  
Innovation

Knowledge  
Transfer/Diffusion

Knowledge  
Utilization

พัฒนาและยกระดับศักยภาพทุนมนุษย์ ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงองค์ความรู้

สร้างนวัตกรรมและพัฒนา  
แหล่งเรียนรู้/องค์ความรู้ให้ก้าว  
ทันสถานการณ์และเทคโนโลยี  
ในยุคปัจจุบันและอนาคต

การนำเสนอและสร้างความ  
เข้าใจองค์ความรู้ในรูปแบบ  
ต่างๆ ให้นำสนใจ และกระตุ้น  
ให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่

การส่งเสริมให้เกิดการนำองค์  
ความรู้ไปต่อยอดเพื่อสร้าง  
รายได้ หรือเกิดกิจกรรม  
ต่อเนื่องอันเป็นประโยชน์ต่อ  
การยกระดับคุณภาพชีวิต

☑ ให้บริการและพัฒนา  
ต้นแบบแหล่งเรียนรู้  
☑ พัฒนาเครือข่ายแหล่ง  
เรียนรู้  
☑ การบริหารจัดการองค์  
ความรู้และศึกษาวิจัยเพื่อ  
พัฒนาองค์ความรู้

☑ สนับสนุนการขับเคลื่อน  
นโยบายรัฐบาลด้านการ  
ส่งเสริมการเรียนรู้  
☑ พัฒนาและส่งเสริมการ  
เรียนรู้ของคนทุกช่วงวัย ตาม  
หลัก BBL  
☑ เผยแพร่องค์ความรู้ผ่าน  
สื่อสมัยใหม่

➢ ขยายผลโมเดล “ความรู้  
กินได้” เพื่อยกระดับ  
เศรษฐกิจฐานราก  
➢ สนับสนุนการดำเนินงาน  
ของเครือข่ายในการนำ  
ความรู้ไปใช้ประโยชน์  
➢ ส่งเสริมการบูรณาการ  
แหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย  
ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

เสนอและสร้างความเข้าใจองค์ความรู้ในรูปแบบต่างๆ ให้นำสนใจ และกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่

**ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม** ให้ความสำคัญกับการพัฒนางาน ศึกษาวิจัยและองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่จะช่วยกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เห็นความสำคัญและนำไปใช้ขยายผลต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- การพัฒนาฐานข้อมูลแหล่งเรียนรู้ของประเทศ และดัชนีชี้วัดมาตรฐานแหล่งเรียนรู้ เพื่อสนับสนุนข้อมูลในการพัฒนาและการวางแผนดำเนินงานด้านพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ให้แก่คณะกรรมการบูรณาการด้านพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ เพื่อให้การดำเนินงานด้านแหล่งเรียนรู้ของหน่วยงานต่างๆ มีเอกภาพ เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยมีพื้นฐานอยู่บนฐานข้อมูลและองค์ความรู้ที่มีความถูกต้องและครบถ้วน

- การศึกษาและจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งระดับประเทศ และรายสาขา โดยเฉพาะอุตสาหกรรมออกแบบ รวมถึงมาตรการต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

- การศึกษาและจัดการองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 แนวโน้มการพัฒนาของโลก รูปแบบ/ความต้องการการเรียนรู้คนรุ่นใหม่ และแนวโน้มรูปแบบ/ความต้องการการเรียนรู้ในอนาคต รวมทั้งองค์ความรู้ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของคนไทย

**ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาต้นแบบแหล่งเรียนรู้** ให้ความสำคัญกับการยกระดับพัฒนาแหล่งบริการความรู้ที่มีอยู่แล้วของ สปร. และหน่วยงานภายใน ควบคู่ไปกับพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใหม่ๆ ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค รวมทั้งพัฒนาต้นแบบองค์ความรู้ที่จำเป็นในโลกยุคใหม่ โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- พัฒนาแหล่งเรียนรู้หลักของ สปร. ให้ทันสมัย มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล ทั้งในเชิงกายภาพ สาระความรู้ การให้บริการและรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ห้องสมุดมีชีวิต พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้รูปแบบ Discovery Museum และห้องสมุดด้านการออกแบบ ให้มีความทันสมัย มีคุณภาพ ได้มาตรฐานสากล มีกิจกรรมและสาระการเรียนรู้ที่ตรงกับความ ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการกลุ่มเดิมและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- เร่งรัดการปรับปรุง Museum Siam ให้เป็นพิพิธภัณฑ์ชั้นนำของประเทศ รวมทั้งการพัฒนาและให้บริการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบแห่งใหม่ที่ปริมณียกกลาง เพื่อรองรับการเป็นแหล่งปมเพาะธุรกิจสร้างสรรค์ที่ครบวงจร นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบสาขาขอนแก่น ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อปลูกกระแสการเรียนรู้นอกห้องเรียนและการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านแหล่งเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งเตรียมการศึกษาและพัฒนาแหล่งเรียนรู้รูปแบบใหม่ๆ ที่จะช่วยเพิ่มพูนศักยภาพคนไทยให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น ศูนย์การเรียนรู้แห่งชาติ หรือ National Knowledge Center , Virtual Library , Edutainment Center

**ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การส่งเสริมเครือข่ายในภูมิภาคเพื่อการขยายผลต้นแบบแหล่งเรียนรู้และองค์ความรู้** ให้ความสำคัญกับการประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อให้มีการนำต้นแบบแหล่งเรียนรู้และกระบวนการจัดการความรู้ของ สปร. ไปขยาย

ผลสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนและส่งเสริมเครือข่ายในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้เชิงบูรณาการ เพื่อขับเคลื่อนการขยายผลต้นแบบของ สบร. ให้เกิดผลกระทบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และองค์ความรู้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในภูมิภาค โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- ร่วมมือกับเครือข่ายและสถาบันการศึกษาทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเผยแพร่และขยายผลในกลุ่มนิสิตนักศึกษาและผู้ประกอบการในพื้นที่นั้นๆ รวมทั้งขยายโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์แห่งใหม่ในภาคอีสาน และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มวิชาชีพสร้างสรรค์และเยาวชน พร้อมทั้งเป็นแหล่งเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจระดับภูมิภาคสู่ระดับสากล

- สนับสนุนการพัฒนาอุทยานการเรียนรู้ของแม่ข่ายและเครือข่ายจังหวัดในภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้เป็นต้นแบบหรือศูนย์กลางในการส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้ผ่านบริการห้องสมุดที่ทันสมัยและกลุ่มเด็กเยาวชนในภูมิภาคสามารถเข้าถึงได้สะดวก รวมทั้งพัฒนาศูนย์ความรู้ในระดับตำบล เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในระดับท้องถิ่นที่รวบรวมองค์ความรู้และงานวิจัยที่เป็นประโยชน์และสามารถประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่

- ร่วมมือกับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมด้วยรูปแบบที่ทันสมัย และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง โดยปรับให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

- ประสานกับหน่วยงานในพื้นที่และชุมชนในการนำแนวคิดศูนย์ความรู้กินได้ไปพัฒนาต่อยอดขยายผลให้เชื่อมโยงกับการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ทุนทรัพยากรและ ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมของคนในพื้นที่นั้นๆ

- ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายใหม่ๆในการนำต้นแบบการเรียนรู้ตามแนวทางการพัฒนาสมอง (Brain based Learning : BBL) ไปเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมายอื่นๆในวงกว้างมากขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การเผยแพร่และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้เข้าถึงประชาชน** ให้ความสำคัญกับการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงองค์ความรู้ที่สบร. พัฒนาและเผยแพร่ผ่านสื่อและกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ รวมถึงจัดนิทรรศการ จัดกิจกรรมการเรียนรู้เคลื่อนที่ การประชุมสัมมนา/เสวนา และการอบรมบ่มเพาะ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดแรงบันดาลใจและมีทักษะความรู้ที่จะนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- การเผยแพร่สาระความรู้ของ สบร. ผ่านสื่อหลักและช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ เว็บทีวี Application , Social Media ฯลฯ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อกระจายความรู้ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และเพื่อรณรงค์ให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

- การพัฒนาและจัดทำเนื้อหาสาระความรู้ในรูปแบบสื่อดิจิทัลและสื่อทั่วไปสำหรับกระจายไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้สะดวกยิ่งขึ้น รวมทั้งปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ของ สบร. ให้เหมาะสมในการ

รองรับการใช้งานได้ทุกช่องทาง (Platform) เพื่อสนับสนุนการจัดการความรู้เชิงรุกให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- การพัฒนาเชื่อมโยงช่องทางเผยแพร่ผลงานวิจัยของหน่วยงานต่างๆ กับช่องทางการเผยแพร่ของ สบร. ในรูปแบบของสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย เพื่อความสะดวกในการศึกษาค้นคว้าและกระจายผลงานวิจัยไปสู่สาธารณะในวงกว้าง ทั้งประชาชน นักวิจัย หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสนับสนุนให้งานวิจัยถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติและเป็นแรงขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศ

- การพัฒนาอบรมบ่มเพาะเยาวชนให้เกิดแรงบันดาลใจ มีความคิดสร้างสรรค์และมีทักษะความรู้ในสาขาอาชีพที่คนไทยมีศักยภาพและมีโอกาสที่จะเติบโต เช่น สื่อสร้างสรรค์ ดนตรี การตลาด การสร้างผลงานจากทุนวัฒนธรรม ฯลฯ และพัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะในการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ เช่น ทักษะการออกแบบบริการและการประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการท่องเที่ยว ชุมชนด้วยการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ การบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และทุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้านต่างๆ ตามภารกิจของ สบร.และหน่วยงานภายในในรูปแบบที่น่าสนใจตลอดทั้งปี อาทิ จัดงานนิทรรศการหมุนเวียน มหกรรมความรู้ งานสัมมนาวิชาการ เทศกาลหรือพื้นที่แสดงผลงานของคนรุ่นใหม่ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้องค์ความรู้เข้าถึงประชาชนในวงกว้าง

**ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ** ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและการบริหารจัดการของ สบร. ทั้งส่วนกลางและหน่วยงานภายใน โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- เพิ่มศักยภาพบุคลากรของ สบร. ให้มีขีดความสามารถในการให้บริการและพัฒนางาน ความเป็นมืออาชีพ และมีผลการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ จนสามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรได้ โดยการจัดอบรมให้ความรู้ เพิ่มพูนทักษะเฉพาะทางและทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

- พัฒนาระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กรให้มีความสมบูรณ์ ทันสมัย และบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยสามารถเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และรองรับระบบงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ ระบบบริหารจัดการ Knowledge Management ภายในองค์กร ระบบการบริหารสำนักงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (ERP) เพื่อรองรับการทำงานในส่วนของงบประมาณ พัสดุ จัดซื้อจัดจ้าง และการเงินบัญชี