

# THAILAND'S CREATIVE INDUSTRIES MOVEMENT REPORT 2023



รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหว  
ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2566



# รายงานสถานการณ์ และความเคลื่อนไหว ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2566

01

## อัปเดตข้อมูลอนาคต อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย

กระแสการเปลี่ยนแปลงใดเกิดขึ้นแล้วและจะต่อเนื่องในอนาคต

02

## นโยบายรัฐสำคัญ ตัวเร่งส่งเสริมอุตสาหกรรมเติบโต

เน้นพัฒนาทักษะ สร้างโอกาสทางธุรกิจ และส่งเสริมพื้นที่แสดงออก

03

## การฟื้นตัวของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์หลังวิกฤต

ตัวเลขสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
ล้วนปรับขึ้นในมุมมอง ส่งสัญญาณพร้อม  
พัฒนาเพื่อแข่งขันบนเวทีโลก

04

## ยกระดับศักยภาพ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้วยการวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่

ถึงเวลาปรับโฟกัสมาสู่การวิจัยเพื่อเพิ่ม  
ขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรม  
สร้างสรรค์ไทย

05

บทสรุป

# 01

## อัปเดตข้อมูล อนาคตอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ไทย

ความไม่แน่นอนของบริษัทโลกล้วนส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนทั้งบวกและลบ การรับรู้คำเตือนล่วงหน้าและเตรียมความพร้อมรับมือจึงสำคัญ การวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต (Foresight) ถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานรัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม ได้มีโอกาสขบคิดถึงกระแสการเปลี่ยนแปลง มองความเสี่ยงและข้อจำกัดอย่างรอบด้าน เป็นระบบ นำไปสู่การออกแบบอนาคตที่พึงประสงค์

ปี 2565 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ได้วิเคราะห์ภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระยะ 10 ปีข้างหน้า พ.ศ. 2566-2575 (ค.ศ. 2023-2032) ประกอบด้วย 4 ฉากทัศน์ (Scenarios)

### Cultural Value Added



สถานการณ์แบบค่อยเป็นค่อยไป  
**Continuation Scenario**

### Sustainability Rebalanced



สถานการณ์ที่เอื้อให้เกิดจุดสมดุลใหม่  
**New Equilibrium Scenario**

### Technological Blending for Every Scale



สถานการณ์แบบพลิกโฉม  
**Transformation Scenario**

### Prosperity Downturn



สถานการณ์เชิงลบ  
**Collapse Scenario**

จากการติดตามความก้าวหน้าของแต่ละฉากทัศน์ พบว่าหลายๆ เรื่องเริ่มเห็นเค้าโครงของความเป็นไปได้

# CULTURAL VALUE ADDED

## CULTURAL PRESERVATION AND REVITALIZATION:

การให้คุณค่าและฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การสร้างคลังดิจิทัลของศิลปะพื้นเมือง หรือการส่งเสริมรูปแบบดนตรีและการเดินร่าแบบดั้งเดิมผ่านการตีความใหม่ เพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดไม่สูญหาย

## INCLUSIVITY AND DIVERSITY:

การผลิตเนื้อหาที่ส่งเสริมการเป็นตัวตน แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของเชื้อชาติ ทัศนียภาพทางเพศ ศาสนา และความสามารถที่แตกต่างกัน

## AUTHENTICITY AND PERSONALIZATION:

ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ ความคิดริเริ่ม และการเชื่อมโยงทางอารมณ์ เป็นงานสร้างสรรค์ที่ออกแบบเฉพาะบุคคล ให้ความรู้สึกถึงความแตกต่าง และการแสดงออกถึงตัวตน

## HUMAN-CENTERED DESIGN:

การออกแบบที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เป็นการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรม อารมณ์ แรงจูงใจ และความต้องการของผู้ใช้เป็นลำดับแรก เพื่อออกแบบโซลูชันที่ตอบสนองต่อความต้องการให้ได้มากที่สุด

## COLLABORATIVE AND CO-CREATIVE APPROACHES:

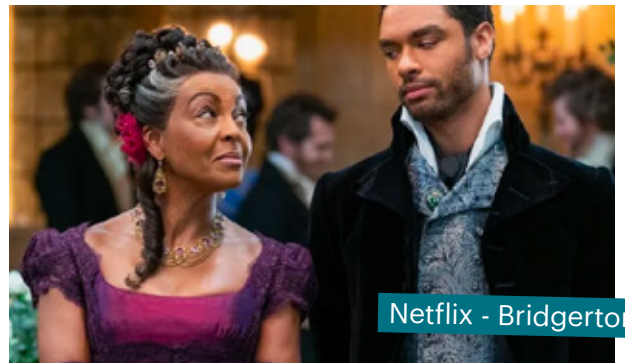
การทำงานร่วมกันระหว่างศิลปิน นักออกแบบ ส่งเสริมให้คนที่มีภูมิหลังหลากหลายมาทำงานร่วมกันในโครงการสร้างสรรค์ สร้างให้เกิดงานที่แตกต่าง ไม่เหมือนใคร ผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนและความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม



Christian Dior Mumbai Fall 2023

Creator: INDRANIL MUKHERJEE | Credit: AFP via Getty Images

แบรนด์อย่าง **CHRISTIAN DIOR** ได้ร่วมกับช่างฝีมือท้องถิ่นจากประเทศต่างๆ เช่น อินเดีย และ ไนโรบี ร่วมกันสร้างสรรค์คอลเลกชันที่สะท้อนถึงความงามและคุณค่าทางวัฒนธรรม งานดีไซน์ของพวกเขาไม่เพียงช่วยรักษาเทคนิคการผลิตแบบดั้งเดิมไว้ แต่ยังสร้างความเข้าใจและการหลอมรวมระหว่างวัฒนธรรม คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของทั้งแบรนด์และประเทศต้นทางงานฝีมือ



Netflix - Bridgerton

Credit: Netflix | <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-55051060>

ซีรีส์อย่าง **BRIDGERTON** ได้รับความนิยมอย่างมากในการข้ามเส้นแบ่งทางสีผิวและเชื้อชาติ นำเสนอให้นักแสดงผิวสี เข้ามารับบทชนชั้นสูงในสังคมอังกฤษ แม้เรื่องนี้จะสร้างความไม่สบายใจให้กับประวัติศาสตร์ แต่ในแง่บวกก็ช่วยสนับสนุนเรื่องความเท่าเทียมในสังคมนับได้ใจผู้ชมทั่วโลกไปเต็มๆ

Photo: @Dolly Haorambam / Courtesy of Christian Dior

# SUSTAINABILITY REBALANCED



Creator: INDRANIL MUKHERJEE | Credit: AFP via Getty Images

สื่อระดับโลกอย่าง BCC ทำตัวอย่างให้เห็นด้วยการออกกลยุทธ์ใหม่ภายใต้ชื่อ “GREENER BROADCASTING” มีเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากกระบวนการผลิตสื่อ ควบคู่ไปกับการสร้างเนื้อหาที่ให้ความรู้และดึงดูดผู้ชมเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมเรื่องแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนภายในอุตสาหกรรม



BIG (Bjarke Ingels Group) - Copenhill

เทคโนโลยีสีเขียวสำหรับงานออกแบบ ต้องใส่ใจตั้งแต่กระบวนการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบที่ประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์น้ำ และส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนของเมือง **COPENHILL ในเดนมาร์กคือตัวอย่าง นอกจากจะเป็นโรงไฟฟ้าที่เปลี่ยนขยะให้กลายเป็นความร้อนและพลังงาน ที่ปลอดภัยที่สุดในโลก** โดยสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้มากถึง 107,000 ตันต่อปีแล้ว ยังออกแบบให้เป็นพื้นที่สีเขียวสำหรับผู้คนด้วยดาดฟ้าของอาคาร ถูกสร้างให้เป็นลานสกีความยาว 450 เมตร ที่สามารถเล่นสกีได้ตลอดปีแบบไม่ต้องพึ่งหิมะ

Creator: INDRANIL MUKHERJEE | Credit: AFP via Getty Images

## SUSTAINABLE MATERIALS:

การเลือกใช้วัสดุในงานฝีมือที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เกิดการใช้วัสดุท้องถิ่น ช่วยลดมลพิษที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง และยังเป็น การสนับสนุนเศรษฐกิจในชุมชนได้ด้วย

## EDUCATION AND COMMUNITY ENGAGEMENT:

แบรนด์ต้องให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับความยั่งยืน ควบคู่ไปกับส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะกับชุมชนและช่างฝีมือท้องถิ่น เนื่องจากในอนาคตแบรนด์มีแนวโน้มที่จะถูกเรียกร้องให้แสดงถึงแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม หรือต้องแสดงเครื่องหมายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกำกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดนี้อาจส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคของลูกค้าได้

## SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY:

สื่อสารเรื่องความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในเนื้อหาของ การผลิตคอนเทนต์ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ที่สอดแทรกความรู้หรือ ปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไปจนถึงการกำหนด ค่าแรงขั้นต่ำของตัวละครหลักให้ประกอบอาชีพในธุรกิจเพื่อความ ยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพจำและต้นแบบให้กับผู้คนในสังคม

## INCORPORATE SUSTAINABLE DESIGN PRINCIPLES:

การออกแบบที่ยั่งยืนควรเน้นการพิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ของโครงการสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ การใช้วัสดุ ที่มาจากแหล่งทรัพยากรที่ยั่งยืนการออกแบบสินค้าให้มีอายุการใช้งาน ที่ยาวนานขึ้น และลดการใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายในกระบวนการผลิต ให้เหลือน้อยที่สุด

## CIRCULAR ECONOMY:

การผลิตภายใต้กรอบของเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งการใช้ทรัพยากรและ สายพานการผลิตสินค้า จะถูกออกแบบใหม่ในลักษณะที่ก่อให้เกิดการ หมุนเวียนและปราศจากของเสีย เน้นความคุ้มค่าของการใช้พลังงาน ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงการบริโภคและการกำจัด



<https://mindgrub.com/events/ai-in-a-minor/>

จุดตัดระหว่างปัญญาประดิษฐ์ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่องานสร้างสรรค์ใหม่ๆ ไม่ดีครอบงำ ดึงดูดใจของ **BALTIMORE SYMPHONY ORCHESTRA** ชื่อ “AI IN A MINOR” ทำให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำ AI มาช่วยประพันธ์เพลง แต่การสร้างสุนทรียศาสตร์ทางดนตรีเพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้ชม ก็ยังคงต้องใช้ อารมณ์ของมนุษย์ถ่ายทอดผ่านการแสดงสดอยู่ดี

# TECHNOLOGICAL BLENDING FOR EVERY SCALE

## AI AND MACHINE LEARNING (ML) IN CREATIVE PROCESSES:

AI และ ML ถูกนำมาใช้ในกระบวนการสร้างสรรค์ ตั้งแต่การสร้างเนื้อหา เช่น การแต่ง เพลง การเขียนบทภาพยนตร์ การสร้างงานศิลปะ ไปจนถึงการช่วยเหลือในการออกแบบ และการตัดต่อวิดีโอ ซึ่งสามารถให้ผลลัพธ์ได้ไม่แตกต่างหรือดีกว่าผลงานจากแรงงาน มนุษย์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน สร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ รวมทั้งลดเวลาและ เปิดโอกาสให้มนุษย์ได้ค้นหาแรงบันดาลใจที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรคงาน

## WEB 3.0:

เว็บไร้ศูนย์กลาง (Decentralized Web) ที่ใช้บล็อกเชนมาพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในสาขาต่าง ๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี ภาพยนตร์ และวรรณกรรม ได้รับประโยชน์โดยตรง เพราะศิลปินสามารถควบคุมทรัพย์สินทางปัญญาของตนได้มากขึ้นสร้างรายได้จากผลงาน และเนื้อหาของตนได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาตัวกลางเพียงอย่างเดียว



### 3D/4D PRINTING & KNITTING:

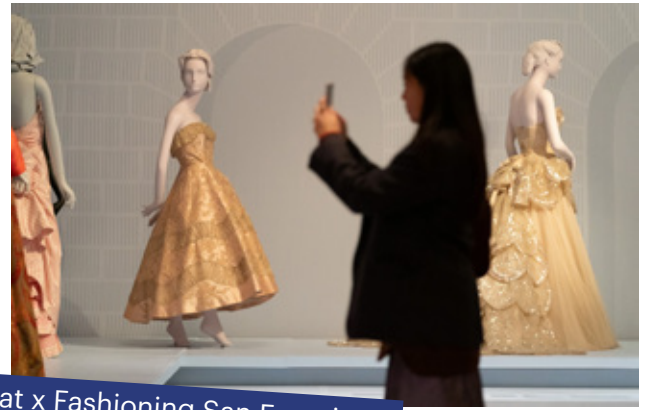
ทำให้การผลิตสินค้าสร้างสรรค์หลายประเภทสามารถผลิตแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) ได้

### IMMERSIVE TECHNOLOGIES:

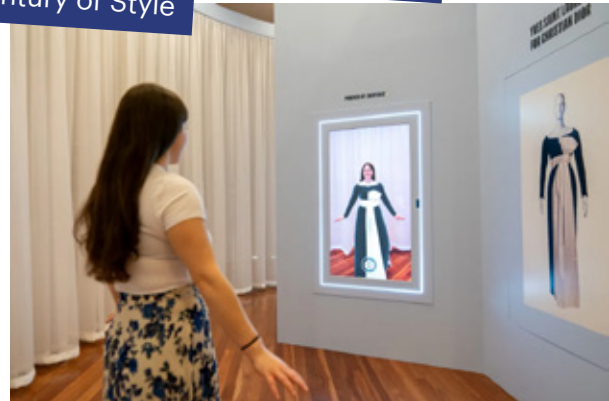
เทคโนโลยี VR, AR, MR และ XR จะเปลี่ยนวิธีที่ผู้คนมีส่วนร่วมกับเนื้อหา ช่วยให้ศิลปินและนักสร้างสรรค์สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีกับผู้ชม เช่น การแสดงงานศิลปะแบบ Interactive หรือ Virtual Concert ทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและโต้ตอบในระดับที่ไม่เคยมีมาก่อน



<https://www.fashionnetwork.com/news/Saas-company-unmade-announces-strategic-relationship-with-new-balance,1292161.html>



Snapchat x Fashioning San Francisco: A Century of Style



<https://sfstandard.com/2024/01/19/san-francisco-fashion-de-young-augmented-reality/>

ผู้ชมคนรุ่นใหม่สามารถมีส่วนร่วมกับนิทรรศการเสื้อผ้าชั้นสูง (VINTAGE COUTURE) ได้ผ่านเทคโนโลยี AR เสมือนได้ลองชุดที่เป็นประวัติศาสตร์ เติบโตความฝัน และสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน

# PROSPERITY DOWNTURN

## ECONOMIC SHIFTS AND THEIR INFLUENCE:

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทั่วโลก ล้วนส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ทั้งภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ สงครามการค้า ความผันผวนของตลาดการเงิน (Financial Market Fluctuations) ธุรกิจสร้างสรรค์เริ่มไม่มั่นใจกับสถานการณ์ นำไปสู่การชะลอการลงทุนในโครงการสร้างสรรค์ใหม่ๆ และผู้บริโภคอาจจำกัดการใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงานในภาพรวม

## TECHNOLOGICAL DISRUPTION:

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีอาจเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายสำหรับผู้สร้างสรรค์งานศิลปะแบบดั้งเดิม หากพวกเขาไม่สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ ความท้าทายนี้ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตเท่านั้น แต่ยังรวมถึงข้อกังวลเกี่ยวกับวิธีที่เทคโนโลยีอาจทำให้คุณค่าของงานฝีมือและความประณีตลดลง

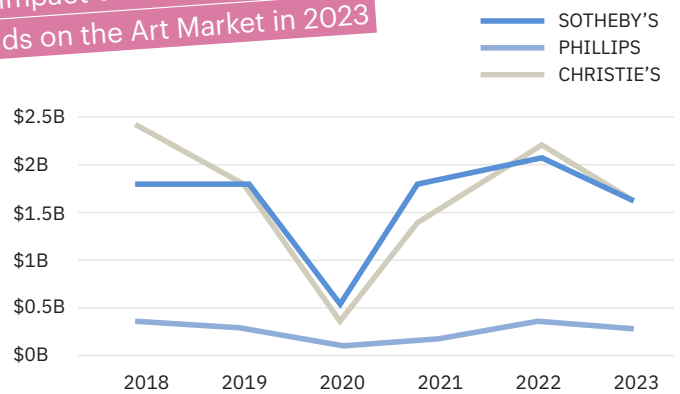
## CHANGING CONSUMER PREFERENCES:

การเปลี่ยนแปลงของกระแสวัฒนธรรม ค่านิยมทางสังคม และความนิยมของผู้บริโภค ส่งอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคสินค้า บริการ และคอนเทนต์สร้างสรรค์ หากอุตสาหกรรมไม่สามารถตามให้ทันกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป อาจประสบกับปัญหายอดขายและความนิยมที่ลดลงได้

## INTELLECTUAL PROPERTY CHALLENGES:

ความท้าทายด้านทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ หากงานสร้างสรรค์นั้นไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรม ผู้สร้างอาจประสบปัญหาในการสร้างรายได้จากสินค้าและเนื้อหาของตนเอง

## The Impact of Global Economic Trends on the Art Market in 2023



<https://news.artnet.com/market/data-dive-mid-year-intelligence-report-2023-2349528>

การหดตัวของตลาดศิลปะในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 มากกว่า 10 ล้านเหรียญ มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย ทั้งความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและความเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ ล้วนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ซื้อ นำไปสู่การรัดเข็มขัด โดยเฉพาะการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างงานศิลปะ

## GOVERNMENT POLICIES AND FUNDING:

นโยบายทางการเงินของรัฐบาล การให้ทุน การลดเงินลงทุนสาธารณะสำหรับส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มาตรการทางภาษีสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ และการเปลี่ยนยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมมูวี่เป่า ล้วนมีผลกระทบต่อโดยตรงต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

## CULTURAL AND SOCIETAL MOVEMENTS:

กระบวนกรเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรมมีส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบในการผลิต เผยแพร่ และบริโภคผลงานสร้างสรรค์ของผู้คนทั่วโลกในยุคปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น การเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องสิทธิของสตรีในประเทศหนึ่ง อาจสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างงานให้กับนักสร้างสรรค์ในอีกซีกโลก

# 02

## นโยบายรัฐสำคัญ ตัวเร่งส่งเสริม อุตสาหกรรมเติบโต

รัฐบาลชุด 2 นโยบายสำคัญเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และซอฟต์แวร์ (Soft Power) ของประเทศให้เติบโต ได้แก่ การผลักดันให้เกิด **“One Family One Soft Power” (OFOS)** และการจัดตั้ง **“Thailand Creative Content Agency” (THACCA)**

เป้าหมายหลัก คือ **พัฒนาคน** โดยเพิ่มความสามารถของคนไทย นำมาพัฒนาศักยภาพผ่าน **ศูนย์บ่มเพาะทักษะสร้างสรรค์** ให้ทุกคนสามารถเข้ามาเรียนรู้ เพื่อเพิ่มทักษะของตนเองในทุกด้าน **มุ่งเป้าให้เกิดการสร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง**

การจะบรรลุเป้าหมายหลักได้นั้น จำเป็นต้องดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน อาทิ

### เติมทุนให้นักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ

ผ่านกองทุนเฉพาะหรือมาตรการลดหย่อนทางภาษีเพื่อสร้างแต้มต่อให้ผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหม่

### ลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน

เพิ่ม Co-Working Space สร้างศูนย์บ่มเพาะเพื่อยกระดับศักยภาพทุกพื้นที่ เพิ่มการลงทุนสร้างถนน ราง เรือ ขยายสนามบิน เชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวด้วยระบบขนส่งมวลชน

### สนับสนุนการตั้งสหภาพคนทำงาน

ในทุกสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการจ้างงานและคุ้มครองสวัสดิการ

### ริ่กฎหมาย ทลายอุปสรรค

ยกเลิกงานเอกสาร ลดขั้นตอน ลดเวลา ในการประสานงาน และขอใบอนุญาตทุกฉบับ แก่กฎหมายที่เป็นอุปสรรค

### ปลดปล่อยเสรีภาพในการแสดงออก

ทบทวนมาตรการเซนเซอร์ เปิดพื้นที่แสดงออก ไม่ตีกรอบความคิดสร้างสรรค์

### ผลักดัน 11 อุตสาหกรรมเป้าหมาย

เร่งส่งออกสินค้าและเนื้อหาสร้างสรรค์ เจาะเปิดตลาดใหม่ ขยายขนาดอุตสาหกรรม สร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง

เพื่อการทำงานที่เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ รัฐบาลได้รับฟังความคิดเห็นจากภาคเอกชนใน **11 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย** โดยสรุปเป็น **แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา** ได้ดังนี้



**แฟชั่น** - ส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ไทย (Brand Perception) ให้ต่างชาติรู้จักดีไซเนอร์ไทย จัดสัมมนาและกิจกรรม Scouting ค้นหาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและธุรกิจแฟชั่นไทย



**คนตรี** - สร้างทักษะและมาตรฐานอาชีพ “Talent Everywhere” พร้อมศึกษาความต้องการของตลาดต่างประเทศ เตรียมส่งออกศิลปินไทยสู่เวทีสากล



**อาหาร** - พัฒนาองค์ความรู้ด้านอาหารไทย พัฒนาเชฟมืออาชีพ สร้างโอกาสทางธุรกิจ สนับสนุนให้เกิดร้านอาหารถิ่นจากเชฟภายในชุมชน



**ภาพยนตร์** - เพิ่มการลงทุนในภาพยนตร์ไทย เปิดกว้างในการแสดงเนื้อหา และลดข้อจำกัดในการผลิต สนับสนุนการใช้โลเคชันไทยเพื่อถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ



**เทศกาล** - เพิ่มจำนวนงานเทศกาล โดยเฉพาะงานที่ส่งเสริมประเพณีไทย มีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดต่าง ๆ



**ท่องเที่ยว** - เชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง สร้างรายได้ให้กับชุมชน



**ศิลปะ** - รวบรวมข้อมูลนิเวศของศิลปะไทยทั้งระบบ ลดภาษีวัสดุอุปกรณ์สำหรับสร้างงานศิลป์



**ออกแบบ** - ผลักดันนักออกแบบไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล จัดนิทรรศการหมุนเวียน (Travelling Exhibition) ภายใต้แนวทาง “Thailand as Brand” ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างชาติ



**เกม** - ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมเกม พัฒนาหลักสูตรเสริมองค์ความรู้ด้านเกม



**หนังสือ** - สร้างการเข้าถึงและกระตุ้นการอ่านในระดับชุมชนและประเทศ พร้อมเชิญชวนองค์กรต่างประเทศ เข้าร่วมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)



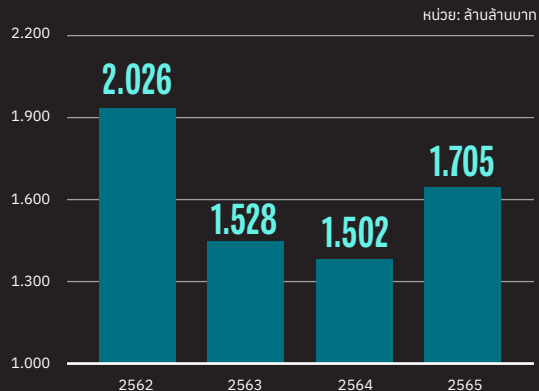
**กีฬา** - สร้างการรับรู้และความนิยมมวยไทยให้เกิดขึ้นกับชาวต่างชาติ เปิดคอร์สสอน จัดการแข่งขัน และเพิ่มรายได้ให้กับค่ายมวยไทยระดับชุมชน

ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาของ 11 อุตสาหกรรมเป้าหมายในข้างต้น จะถูกนำมาจัดกลุ่มเป็นแผนงานในระยะสั้น-กลาง-ยาว เพื่อการสนับสนุนของภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ

ส่วนใหญ่ยังคงเป็น

**กิจการขนาดเล็ก**  
แต่สามารถสร้างรายได้ให้เกิด  
การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจได้กว่า

**1.705** ล้านล้านบาท



ก่อให้เกิดการจ้าง

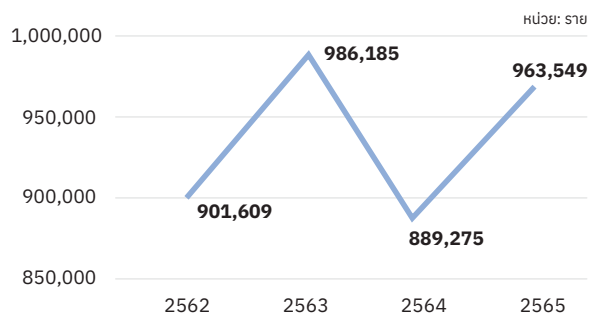
**แรงงานสร้างสรรค์**

**963,549**

อัตรา



ส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมสูงที่สุด  
รองลงมาคือ อุตสาหกรรมโฆษณา



การกระตุ้นให้ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์เติบโตต่อเนื่อง ไม่ได้อาศัยเฉพาะภาคธุรกิจและนักสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยหน่วยงานรัฐที่จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมและปัจจัยเอื้อให้เกิดตลาด เกิดการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ผ่านมาตรการหรือโครงการส่งเสริมของส่วนราชการ จากข้อมูลของ CEA ที่ได้รวบรวมข้อมูลโครงการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 15 สาขา ได้รับการสนับสนุนข้อมูลจากระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ หรือ eMENSRC ครอบคลุมโครงการในระดับหน่วยงาน (Function) ที่ปรากฏตามกระทรวง กรม หรือองค์การมหาชนต่าง ๆ และในระดับพื้นที่ (Area) ทั้งจังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงรูปแบบของแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องกับด้านสร้างสรรค์ นำไปสู่การตัดสินใจเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

**03**

## การฟื้นตัวของ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หลังวิกฤต

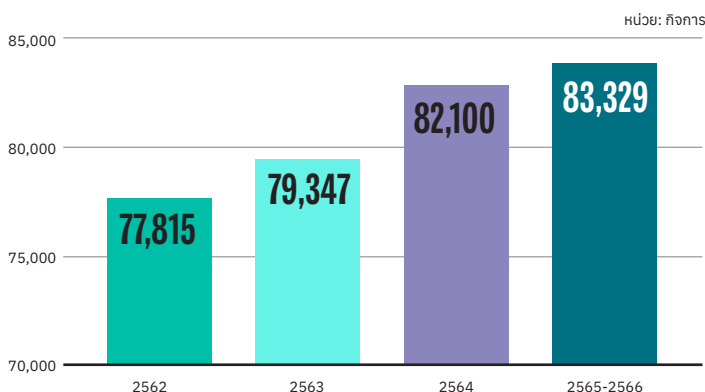
หลังสถานการณ์โควิดคลี่คลาย ธุรกิจต่าง ๆ กลับมาสู่ภาวะปกติ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ก็ผ่านช่วงเวลาที่ต้องพิสูจน์ความเข้มแข็ง เจกเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ แรงงานและธุรกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นปัจจัยการผลิตหลักที่ช่วยพยุงสถานการณ์และพัฒนาต่อยอดให้เกิดการผลิตสินค้า เนื้อหา และบริการใหม่ ๆ

ข้อมูลนิติบุคคลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่าในปี 2566

ไทยมีจำนวน  
ธุรกิจสร้างสรรค์

**83,329**

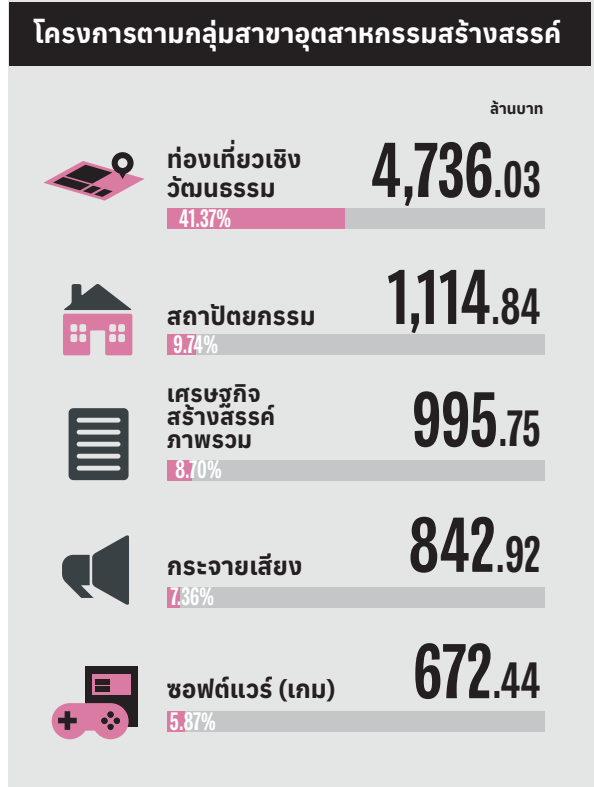
กิจการ



หลังจากที่ได้ทำการคัดกรองข้อมูลแล้ว พบว่ามีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 จาก 17 หน่วยงาน (กระทรวง กรม รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ รวมทั้งกลุ่มจังหวัดและจังหวัด) **จำนวนทั้งสิ้น 492 โครงการ งบประมาณรวม 11,449 ล้านบาท เติบโตจากปี 2565 ถึงร้อยละ 56.48** โดยกระทรวงวัฒนธรรมมีส่วนสนับสนุนของงบประมาณในภาพรวมที่สูงที่สุดถึง 2,841 ล้านบาท ตามมาด้วยกระทรวงมหาดไทย อยู่ที่ 2,754 ล้านบาท

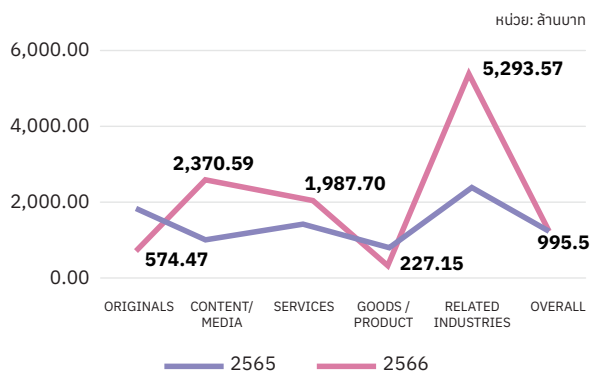
**ทั้งหมด 492 โครงการ**

**งบประมาณรวม 11,449 ล้านบาท**

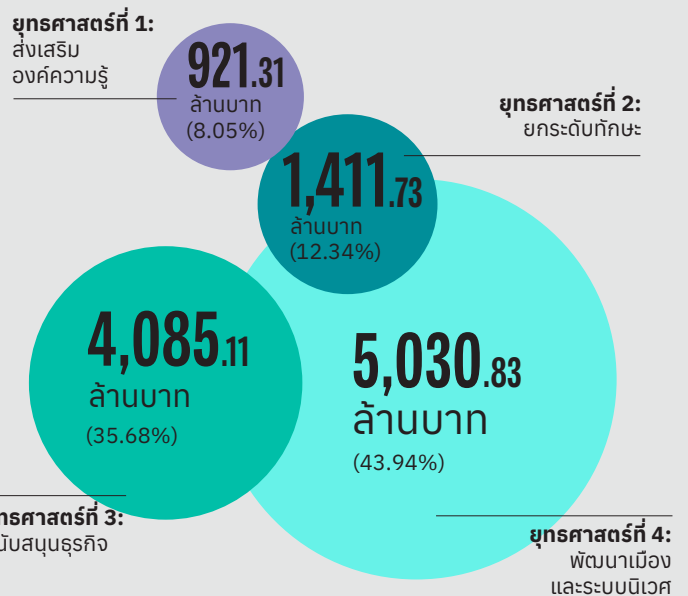


ทั้งนี้ หากจำแนกข้อมูลโครงการ และงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา พบว่าสาขาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นสาขาที่ได้รับงบประมาณจัดสรรสูงที่สุด มีโครงการภายใต้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสูงถึง 14 หน่วยงาน และมีงบประมาณรวมกันถึง 4,736 ล้านบาท ตามมาด้วยโครงการในสาขาสถาปัตยกรรม ที่มีโครงการภายใต้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพียง 4 หน่วยงานแต่พบว่าได้รับงบประมาณสูงถึง 1,115 ล้านบาท

เมื่อพิจารณาแยกในแต่ละกลุ่มสาขา พบว่ามีทิศทางของงบประมาณที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะกลุ่ม Creative Originals ที่มีแนวโน้มของงบประมาณลดลงอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่กลุ่ม Creative Content/Media ได้รับงบประมาณที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเกม กระจายเสียง และภาพยนตร์ หรือกลุ่ม Related Industries (ท่องเที่ยว แพทย์แผนไทย และอาหาร) ก็มียอดงบประมาณที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดเช่นเดียวกัน อาจเพราะรัฐต้องการอัดฉีดเงินเพื่อรองรับการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบหลังซบเซมานานจากสถานการณ์โควิด



### งบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1



หากนำโครงการมาอ้างอิงตามยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) จะพบว่างบประมาณสำหรับดำเนินการตามยุทธศาสตร์ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเชิงพื้นที่และระบบนิเวศสร้างสรรค์เป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.94 ตามมาด้วยการยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจ



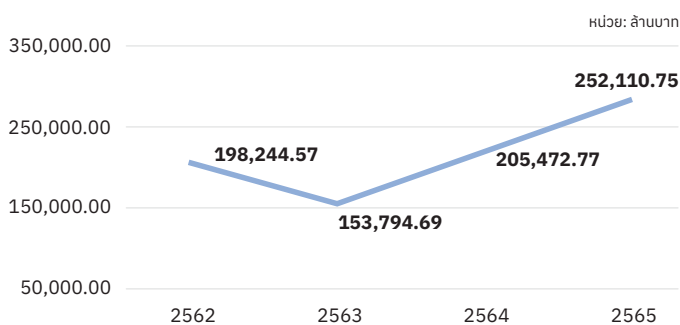
# ผลผลิตจาก ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Outputs)

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผลผลิตจากความคิดสร้างสรรค์  
ของไทย พิจารณาจากข้อมูลมูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์  
ซึ่งจำแนกหมวดสินค้าโดยอ้างอิงตามรหัสพิกัดศุลกากร  
(Harmonized System: HS Code) ของ United Nations  
Conference on Trade and Development (UNCTAD)  
แบ่งหมวดสินค้าสร้างสรรค์ออกเป็น 7 หมวด ได้แก่

ART CRAFTS  
AUDIO-VISUALS  
DESIGN  
NEW MEDIA  
PERFORMING ARTS  
PUBLISHING  
VISUAL ARTS

มูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของไทย (Free on Board: FOB) ปี 2565 มี  
มูลค่ารวมทั้งสิ้น 2.52 แสนล้านบาท มีสัดส่วนคิดเป็น 2.53% ของมูลค่าการส่งออก  
ทั้งหมดที่ น่าสนใจคือ ตัวเลขมีการปรับตัวสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 22.7% ซึ่งถือ  
เป็นสัญญาณที่ดีที่สะท้อนให้เห็นว่าการค้าขายสินค้าสร้างสรรค์กับต่างประเทศมีการ  
เติบโตต่อเนื่อง หากพิจารณาตามหมวดสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าการส่งออก  
สูงสุด พบว่า หมวด Design มีสัดส่วนสูงถึง 86.14%

## มูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ ของไทย ระหว่างปี 2562-2565



# 86.14% DESIGN



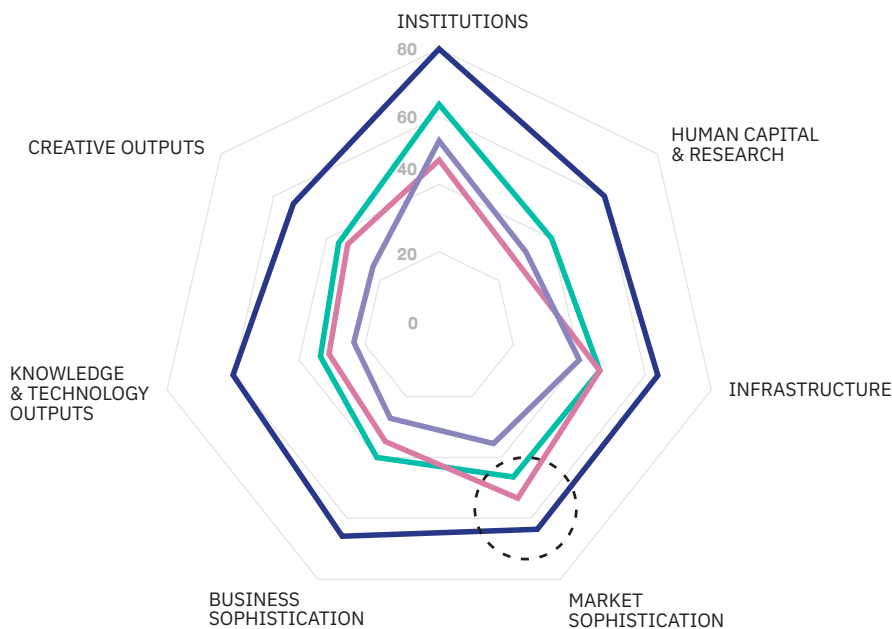
PERFORMING ARTS /  
PUBLISHING / VISUAL ARTS

เมื่อพิจารณาเรื่องการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของไทยเทียบกับเวทีโลกจะพบว่าไทยอยู่ในตำแหน่งที่ดีพอสมควรที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องพิจารณาได้จากรายงานดัชนีนวัตกรรมโลกปี 2023 (Global Innovation Index 2023) ซึ่งวิเคราะห์โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) เปรียบเทียบข้อมูลจาก 132 ประเทศทั่วโลกไทยซึ่งถือว่าอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง(UpperMiddleIncome) มีอันดับในตัวชี้วัดเรื่องส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods & Exports) ที่โดดเด่นมาก โดยอยู่ในอันดับที่ 1 ร่วมกับ จีน ฮองกง มาเลเซีย สาธารณรัฐเช็ก และเม็กซิโก

ทั้งนี้หากถอยกลับมามองในระดับของดัชนีย่อยในมิติผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์(Creative Outputs) จะพบว่าปี 2023 (44th) ไทยทำอันดับที่ดีขึ้นจากปีก่อนหน้า (49th) ถึง 5 อันดับอย่างไรก็ตามแม้อันดับในดัชนีย่อยนี้ของไทยจะสูงขึ้นแต่เมื่อเทียบกับคะแนนในมิติอื่นกับกลุ่มประเทศต่างๆ แล้ว ไทยยังต้องพัฒนาอีกมาก เพื่อให้สามารถติด Top 10 ของโลกให้ได้



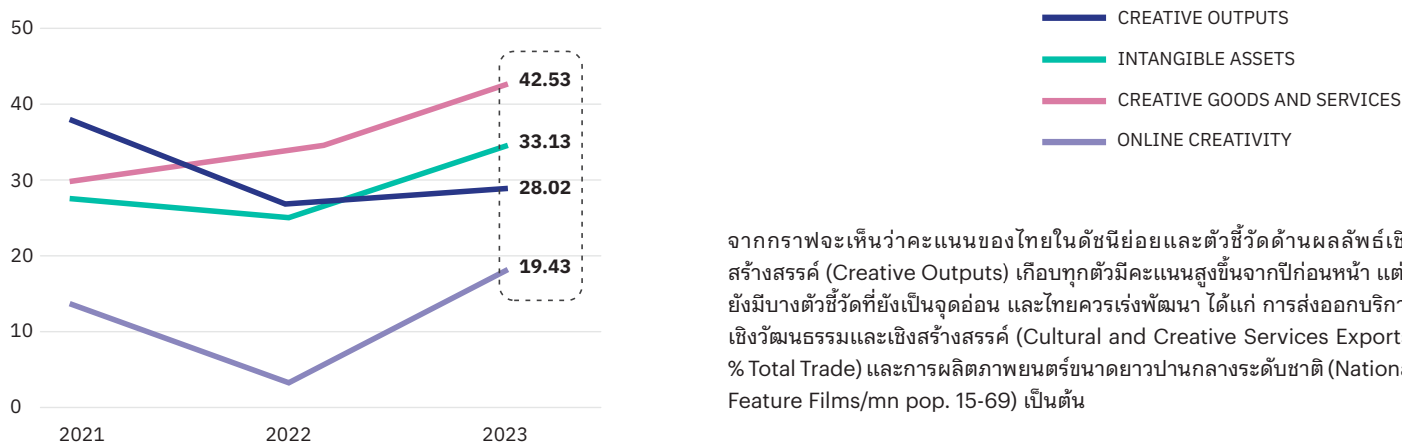
## คะแนนของประเทศไทยปี 2023 ใน 7 ดัชนีย่อยเปรียบเทียบกับการจัดกลุ่มประเทศรูปแบบต่าง ๆ



ดัชนีย่อยที่ประเทศไทยได้คะแนนสูงที่สุดคือปัจจัยด้านระบบตลาด (Market Sophistication) โดยเฉพาะตัวชี้วัดด้านเครดิตภายในประเทศที่มีต่อภาคเอกชน (Domestic Credit to Private Sector, % GDP) ได้อันดับที่ 10 ของโลก

\*SEAO = SOUTH EAST ASIA, EAST ASIA, AND OCEANIA

## คะแนนของไทยในส่วนของดัชนีย่อยและตัวชี้วัดด้านผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์



จากกราฟจะเห็นว่าคะแนนของไทยในดัชนีย่อยและตัวชี้วัดด้านผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Outputs) เกือบทุกตัวมีคะแนนสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า แต่ก็ยังมีบางตัวชี้วัดที่ยังเป็นจุดอ่อน และไทยควรเร่งพัฒนา ได้แก่ การส่งออกบริการเชิงวัฒนธรรมและเชิงสร้างสรรค์ (Cultural and Creative Services Exports, % Total Trade) และการผลิตภาพยนตร์ขนาดยาวปานกลางระดับชาติ (National Feature Films/mn pop. 15-69) เป็นต้น

# 04

## ยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้วยการวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม โฆษณา การออกแบบ สถาปัตยกรรม ฯลฯ คุณลักษณะเด่นในการสร้างผลงานของภาคส่วนนี้ คือ **การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ**

การออกแบบถือเป็นพื้นฐานสำคัญของอุตสาหกรรม ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบกระบวนการผลิต บริการ และปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือแม้แต่การแก้ไขโจทย์ของชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นที่จะทำความเข้าใจและพัฒนาระเบียบวิธีการอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการสร้างงานที่มีผลต่อผู้ใช้ นำไปสู่แนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ

### ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์และงานวิจัยด้านการออกแบบ



01

#### นวัตกรรมเพื่อการแก้ไขปัญหา

การวิจัยด้านการออกแบบมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการให้ข้อมูลเชิงลึกและวิธีการที่จำเป็นในการทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้ แนวโน้มของตลาด และความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ความรู้ที่มีความสำคัญต่อการนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์ ซึ่งสามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจในตลาดที่แข่งขันกันสูง



02

#### ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแกนนำที่สำคัญยิ่งในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจในภาพรวม และเปิดทางสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความชอบของผู้บริโภคอย่างแม่นยำ ผ่านการวิจัยด้านการออกแบบช่วยให้ธุรกิจกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและเจาะจงได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและขยายตลาดส่งออก และสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนในระยะยาว



03

#### ความสำคัญทางสังคมและวัฒนธรรม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มักใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การวิจัยด้านการออกแบบช่วยในการทำความเข้าใจและตีความบริบททางวัฒนธรรม สะท้อนตัวตนของท้องถิ่น และดึงดูดผู้ชมระดับโลกนอกจากนี้ยังช่วยในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนได้ด้วย



04

#### การพัฒนาเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์

ในการสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการวิจัยด้านการออกแบบ รัฐบาลและสถาบันต่าง ๆ มักพัฒนารอบนโยบายที่ครอบคลุมตั้งแต่การจัดสรรงบประมาณสำหรับการวิจัย การส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม แลกเปลี่ยนความรู้ ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมกัน สร้างพลังร่วมที่ขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ



05

#### ความยั่งยืนและจริยธรรมในการวิจัย

การวิจัยด้านการออกแบบยังมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยั่งยืนและผลกระทบทางสังคมโดยใช้หลักการออกแบบที่เน้นความต้องการของมนุษย์และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ธุรกิจสามารถพัฒนาโซลูชันที่ไม่เพียงแต่ทำกำไรได้เท่านั้น แต่ยังรับผิดชอบต่อสังคมและสร้างความยั่งยืนควบคู่ไปด้วย



# งานวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบของไทย



ความท้าทาย  
และศักยภาพ  
ที่ไม่ควรมองข้าม

นักวิจัยในกลุ่มสาขานี้เริ่มขยับมาทำงานร่วมกับภาคธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น แต่การส่งเสริมงานวิจัยในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการออกแบบของไทย ยังคงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญอีกหลายประการ

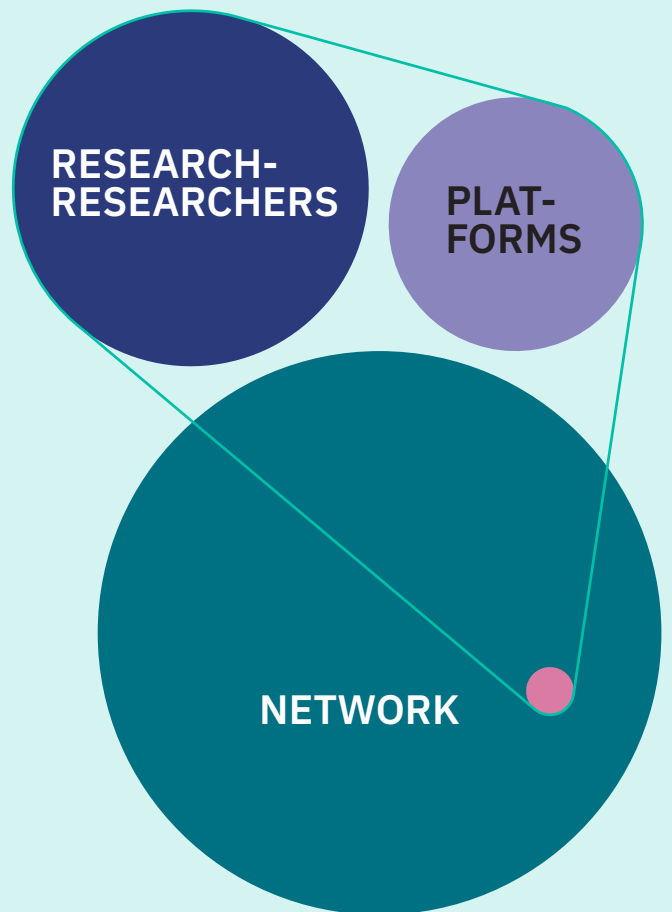
**1. ขาดการรับรู้และความเข้าใจในความสำคัญของงานวิจัยด้านการออกแบบ**  
หน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจจำนวนมากยังไม่ตระหนักถึงประโยชน์ของงานวิจัย และการนำไปปรับใช้กับการทำงานเท่าที่ควร ปัญหาดังกล่าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคต

**2. เส้นทางธุรกิจสำหรับต่อยอดงานวิจัยด้านการออกแบบที่มีจำกัด**  
เนื่องจากเส้นทางสำหรับการวิจัยการออกแบบที่จะนำไปสู่เชิงพาณิชย์ หรือการแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการได้จริงนั้น มีขอบเขตที่ค่อนข้างจำกัด เราจึงไม่ค่อยเห็นปลายทางความสำเร็จของการนำผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยไปสร้างเป็นโมเดลธุรกิจ สาเหตุนี้เกิดจากหลายปัจจัย เช่น ขาดเงินทุนสนับสนุน ขาดความเชี่ยวชาญทางธุรกิจในหมู่นักวิจัยด้านการออกแบบ และขาดความเชื่อมโยงระหว่างนักวิจัยการออกแบบกับภาคธุรกิจ เป็นต้น

**3. ความต้องการนักวิจัยการออกแบบที่มีทักษะ**  
หลักสูตรการเรียนการสอนด้านการออกแบบในมหาวิทยาลัยไทยมีจำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับมุมมองระดับโลกที่มองว่าการวิจัยด้านการออกแบบเป็นสาขาสำคัญที่สนับสนุนทุกอุตสาหกรรม ไม่จำกัดแค่เพียงคณะสถาปัตยกรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือทัศนศิลป์เท่านั้น สถานการณ์นี้เรียกร้องให้มีการปฏิรูปและขยายหลักสูตรการศึกษา เพื่อสร้างนักวิจัยที่มีทักษะและประสบการณ์อันหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมในยุคปัจจุบัน และอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**4. ขาดฐานข้อมูลงานวิจัยด้านการออกแบบ**  
ปัจจุบันเราไม่รู้เลยว่ามิมมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยใด ทำการวิจัยในด้านนี้อยู่บ้าง และส่วนใหญ่วิจัยในทิศทางใด จึงควรมีฐานข้อมูลจัดเก็บรายงานวิจัยและรายชื่อนักวิจัยในด้านนี้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้รัฐยังควรสนับสนุนให้งานวิจัยด้านการออกแบบของไทย ได้มีโอกาสไปนำเสนอบนเวทีวิชาการระดับโลกเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ นักวิจัยไทยสามารถสร้างความสัมพันธ์ด้านวิชาการกับเครือข่ายสถาบันวิจัยในต่างประเทศได้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

CEA มีเจตนารมณ์ที่จะส่งเสริมการทำงานร่วมกับชุมชนนักวิจัย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับประเทศไทย ให้กลายเป็นศูนย์กลางการศึกษาวิจัยในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการออกแบบของอาเซียนในอนาคต โดยมีแผนที่จะขับเคลื่อนใน 3 ประเด็น ดังนี้





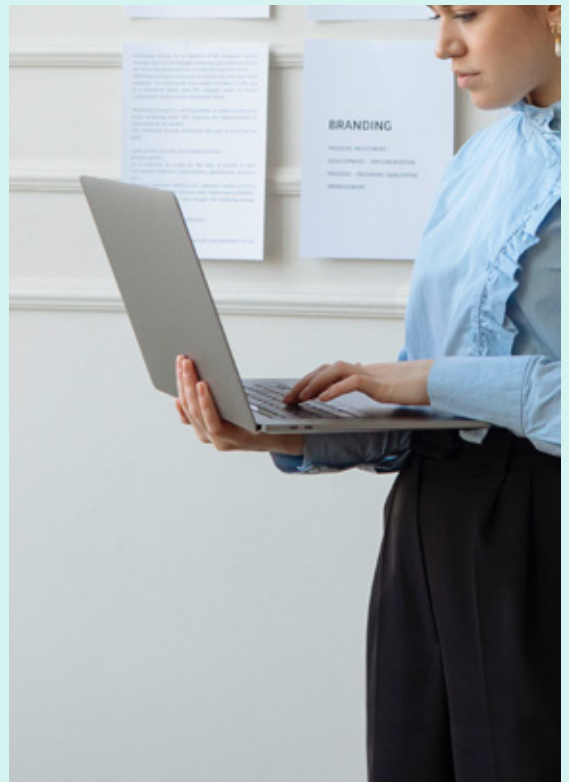
# RESEARCH AND RESEARCHERS

## งานวิจัยและนักวิจัย

โอกาสในการเสริมสร้างความเป็นเลิศในงานวิจัยและนักวิจัยสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบของไทยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เริ่มต้นดำเนินการใน 3 ขั้นตอน

- 1) สำรวจและจัดทำทะเบียนรายชื่องานวิจัยและนักวิจัยของประเทศ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับจัดเก็บและเผยแพร่ผลงานวิจัยความเชี่ยวชาญของนักวิจัยในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการออกแบบ
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายนักวิจัยไทยส่งผลงานไปเผยแพร่ในงานประชุมหรือวารสารวิชาการระดับนานาชาติเพื่อให้ชุมชนนักวิชาการทั่วโลกได้รับรู้ถึงศักยภาพของนักวิจัยไทย นำไปสู่การสร้างความร่วมมือทางวิชาการระดับประเทศต่อไปในอนาคต
- 3) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดแนวทางการให้ทุนวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ โดยครอบคลุม 4 ประเด็น ดังนี้

- **การสร้างขีดความสามารถและพัฒนาทักษะ (Capacity Building)** การให้ทุนวิจัยในส่วนนี้เน้นไปที่การพัฒนาความสามารถและการเพิ่มทักษะสำหรับผู้ประกอบการและนักวิจัยในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- **การตอบสนองต่อประเด็นปัจจุบัน (Current Issues)** ให้ทุนวิจัยที่เน้นตอบสนองต่อความท้าทายและแนวโน้มปัจจุบันที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อาทิ เทคโนโลยีเกิดใหม่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ความยั่งยืน และความผันผวนทางเศรษฐกิจ การวิจัยในด้านนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถปรับตัวและพัฒนาให้เข้ากับบริบทโลกใหม่ได้อย่างรวดเร็ว
- **ข้อมูลการประเมิน (Evaluation Data)** สนับสนุนการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์และบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้มีข้อมูลที่แข็งแกร่งสำหรับการวางแผนและการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
- **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการวัดผล (Policy Recommendation and Measurement)** การให้ทุนในด้านนี้มุ่งเน้นไปที่การวิจัยเพื่อพัฒนา นโยบายและกลยุทธ์ที่สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงการกำหนดวิธีการวัดผลที่ชัดเจนเพื่อประเมินประสิทธิภาพของนโยบายและโครงการต่าง ๆ

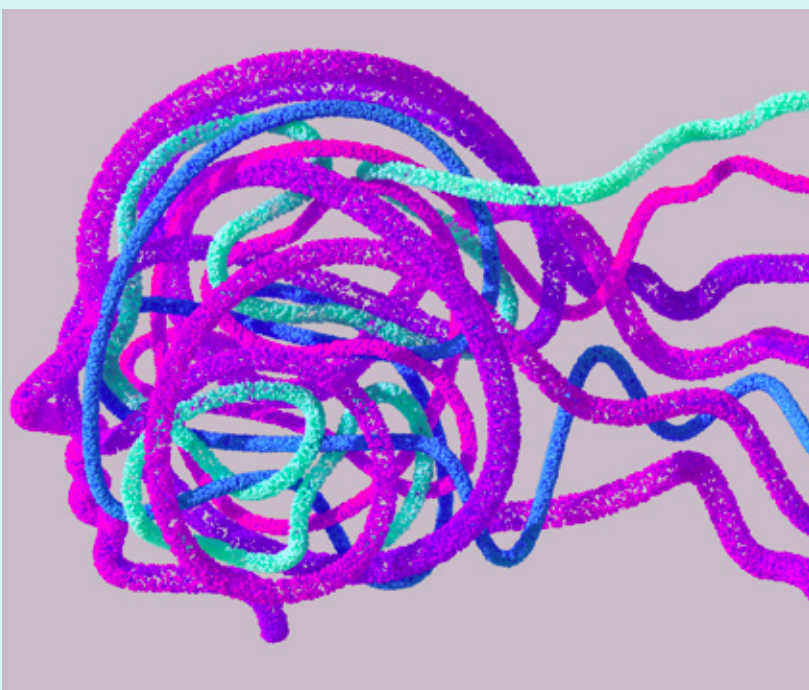


## PLATFORMS แพลตฟอร์ม

พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเป็นศูนย์กลางรวบรวมงานวิจัยและนักวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการออกแบบ มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและเผยแพร่ผลงานวิจัยสร้างเครือข่ายทางวิชาการ และเปิดโอกาสให้ผลงานวิจัยถูกนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ที่จะช่วยเพิ่มรายได้และสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต

## NETWORK เครือข่าย

ประสานงานและสนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายการวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการออกแบบในระดับประเทศและนานาชาติ โดยผลักดันผ่านกิจกรรมความร่วมมือในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดประชุมวิชาการ การศึกษาดูงานระหว่างสถาบันการจัดทำโครงการวิจัยร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างให้เกิดพื้นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ระหว่างนักวิจัยเครือข่ายวิชาการและภาคเอกชนในระดับนานาชาติ



# แหล่งข้อมูลสืบค้น และตัวอย่างหัวข้อวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการออกแบบ

## วารสารและงานประชุมวิชาการ

- **The Journal of Cultural Economics:** วารสารที่ศึกษาแง่มุมทางเศรษฐศาสตร์ของงานวิจัยเชิงวัฒนธรรมและศิลปะ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายทางวัฒนธรรมและการติดตามแนวโน้มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- **Journal of Creative Industries and Cultural Studies:** วารสารนี้เน้นไปที่การวิจัยเกี่ยวกับนโยบายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และงานเชิงวัฒนธรรม
- **Design Studies-The Interdisciplinary Journal of Design Research:** วารสารที่มีเนื้อหาครอบคลุมงานวิจัยในหัวข้อเกี่ยวกับการออกแบบ ตั้งแต่ทฤษฎีไปจนถึงการปฏิบัติ
- **Design Research Society Conference:** งานประชุมนานาชาติที่เป็นเวทีสำหรับนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานในด้านการออกแบบให้ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนผลลัพธ์จากการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่
- **International Association of Societies of Design Research หรือ IASDR:** งานประชุมนานาชาติที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการวิจัยด้านการออกแบบ และการสร้างเครือข่ายนักวิจัยระดับโลก
- **World Design Assembly หรือ WDA:** แพลตฟอร์มสำหรับการพูดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับแนวโน้มความท้าทาย และนวัตกรรมใหม่ ๆ ในสาขาการออกแบบ

การทำความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากแหล่งข้อมูลเหล่านี้ สามารถช่วยให้ผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีมุมมองที่กว้างขึ้น สามารถพัฒนางานของตนเองไปในทิศทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดีขึ้น

## ตัวอย่างหัวข้อวิจัยที่เปิดให้นำเสนอผลงานและแลกเปลี่ยนความรู้เชิงวิชาการด้านการออกแบบในงาน IASDR 2023 ภายใต้ธีม LIFE-CHANGING DESIGN

Track	ชื่อ	คำอธิบาย
1	[Changing] Organizations and Policies	สำรวจวิธีการที่การออกแบบสามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงระบบในภาครัฐ โดยส่งเสริมความยุติธรรมทางสังคมและความยั่งยืน รวมถึงบทบาทของการออกแบบในการกำหนดนโยบาย การปฏิบัติที่ยั่งยืน และนวัตกรรมระบบ
2	[Changing] Products and Production	สำรวจผลกระทบของกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจในอนาคต
3	Identities and [Changing] Identities	สะท้อนถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงในบริบททางวัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นและสัมพันธ์กับการออกแบบ
4	[Changing] Ecosystems	มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืน โดยเน้นบทบาทของการออกแบบในการส่งเสริมการปฏิบัติที่ยั่งยืน ตั้งแต่การเลือกวัสดุไปจนถึงรูปแบบการประกอบธุรกิจ
5	[Changing] Communities	เน้นบทบาทของการออกแบบในการทำงานร่วมกับชุมชน สำรวจกระบวนการสร้างความร่วมมือ การออกแบบร่วมกัน และบทบาทของการออกแบบเพื่อสร้างนวัตกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6	[Changing] Education	สำรวจภูมิทัศน์การศึกษาด้านการออกแบบที่กำลังเปลี่ยนแปลง โดยสนทนาลงถึงความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีในปัจจุบัน
7	[Changing] Spaces and Services	สำรวจการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบพื้นที่และบริการ โดยเน้นไปที่การทำความเข้าใจผลกระทบต่อการใช้ชีวิตในเมือง
8	[Changing] Interaction	สำรวจการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ชุมชน และกระบวนการทำงานต่าง ๆ
9	[Changing] Heritage	สำรวจความท้าทายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกต่อมรดกวัฒนธรรม บทบาทใหม่ของพิพิธภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งมีผลจากสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีและสังคมที่เปลี่ยนไป

### ตัวอย่างหัวข้องานวิจัยที่นำเสนอในงาน IASDR 2023

- Design futures to support sustainable food practices
- Decolonizing creativity in the digital era
- Shifting identities: New materialities of power and control
- Seniors with early AD in China: study of a Design for All (DfA) approach for a transformed, happier family life
- Out with the new, in with the old: Future directions for Design for Sustainability
- Using AR HMD in exhibition: Effects of guidance methods and spatial relative positions
- Educating the attention of museum visitors through non-verbal art mediation
- Systemic design for sustainable community care for older adults: A case study in Turin, Piedmont, Italy
- AI promotes the Inheritance and Dissemination of Chinese boneless painting-research on design practice from interdisciplinary collaboration
- Digital for heritage and museums: Design-driven changes and challenges
- Museums on-chain? A designerly contribution in the development of blockchain-based digital strategies in cultural institutions

# 05

## บทสรุป

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังคงเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและนวัตกรรมในยุคปัจจุบัน ซึ่งต้องอาศัยวิสัยทัศน์และการปรับตัวต่อเนื่องเพื่อให้พร้อมรับมือกับความท้าทายของบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่าง AI ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด และการจัดการกับปัญหาทรัพย์สินทางปัญญาจากผลงานที่สร้างสรรค์ผ่าน AI คือสิ่งที่อุตสาหกรรมนี้ต้องให้ความสำคัญควบคู่ไปกับการเรียนรู้เรื่องใหม่รวมถึงความร่วมมือข้ามสาขาอาชีพซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยเปิดประตูสู่นวัตกรรมและขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นด้วย

สำหรับผู้กำหนดนโยบาย การสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนนวัตกรรมและเสรีภาพในการสร้างสรรค์งานคือสิ่งที่ควรเร่งดำเนินการทั้งการปรับปรุงกฎหมายที่ล่าช้าให้ตอบสนองกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ในขณะเดียวกันก็ต้องเพิ่มความเข้มข้นในการคุ้มครองและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเพิ่มแต้มต่อให้กับธุรกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้การ **ลงทุนกับคนและการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่** ยังคงจำเป็นเพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับโลก

# THANKS FOR READING!

ผู้จัดทำ  
อินทระพีทักษ์ เจริญรัตน์  
สิทธินันท์ รุ่งเจริญสุขศรี  
ธนพร มั่นทีกะ  
อัจฉริยา อันหอม

CREATIVE INFORMATION CENTER (CIC)  
CREATIVE ECONOMY AGENCY (CEA)

