

TDRI

รายงานที่ดีอาร์ไอ

ฉบับที่ 222 | มีนาคม 2568

แผนพัฒนาอุตสาหกรรม
บริการออกแบบ



กองบรรณาธิการ

วัฒนา กาญจนานันท์
ผกาพรรณ สุริยะวรรณ
บุญใจ ภักธเมธาวรรณกุล

ออกแบบ

KMteam TDRI

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ได้เผยแพร่ “รายงานที่ดีอาร์ไอ” (ชื่อเดิมว่า “สมุดปกขาวที่ดีอาร์ไอ”) มาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2536 โดยคิดสรรกล้นกรอมงานวิจัยต่างๆ มานำเสนออย่างเรียบง่ายเพื่อจุดประกายให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์

“รายงานที่ดีอาร์ไอ” มีโอกาสรับใช้สังคมไทยมาตลอด ทั้งเป็นรายสะดวกและปรับมาเป็นรายเดือนในระยะต่อมาพร้อมทั้งยังยกนำเสนอเรื่องราวต่างๆ อย่างเรียบง่ายแบบเป็นมิตรต่อความสนใจใคร่รู้ของผู้อ่านทั่วไปเช่นกัน

ที่มา

รายงานการศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ, โดย ดร.เสาวรภัฏ รัตนคำฟู และคณะ, เสนอต่อ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ตุลาคม 2565.

คณะผู้วิจัย

ดร.เสาวรภัฏ รัตนคำฟู (ผู้อำนวยการวิจัย ด้านนโยบายนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน)
วรารกร อาวุธปัญญากุล (นักวิจัย)
ปรัชญา มิ่งสกุล (นักวิจัย)
ปิยาภัสร์ ปิ่นฉิม (นักวิจัย)
ธีรภัทร กัมมาระบุตร (นักวิจัย)
เมธิส โลหเตปานนท์ (นักวิจัย)
นฤฤทธิ์ ฉันทกสินกุล (นักวิจัย)
ณิชา พัทธยาพรสกร (นักวิจัยอาวุโส)
วินิทร เรียงรณชพันธ์ (นักวิจัย)

คำสำคัญ

การออกแบบ, อุตสาหกรรมบริการ, การพัฒนาอุตสาหกรรม, นโยบายอุตสาหกรรม

แผนพัฒนาอุตสาหกรรม บริการออกแบบ



อุตสาหกรรมบริการออกแบบมีความสำคัญต่อประเทศไทยทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ ในด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยมีจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมมากกว่า 1.9 หมื่นคน และรายได้จากอุตสาหกรรมบริการออกแบบสูงถึง 1.7 พันล้านบาท ในปี 2564 ตลอดจน มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ขณะที่ในด้านสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมบริการออกแบบมีบทบาทสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ

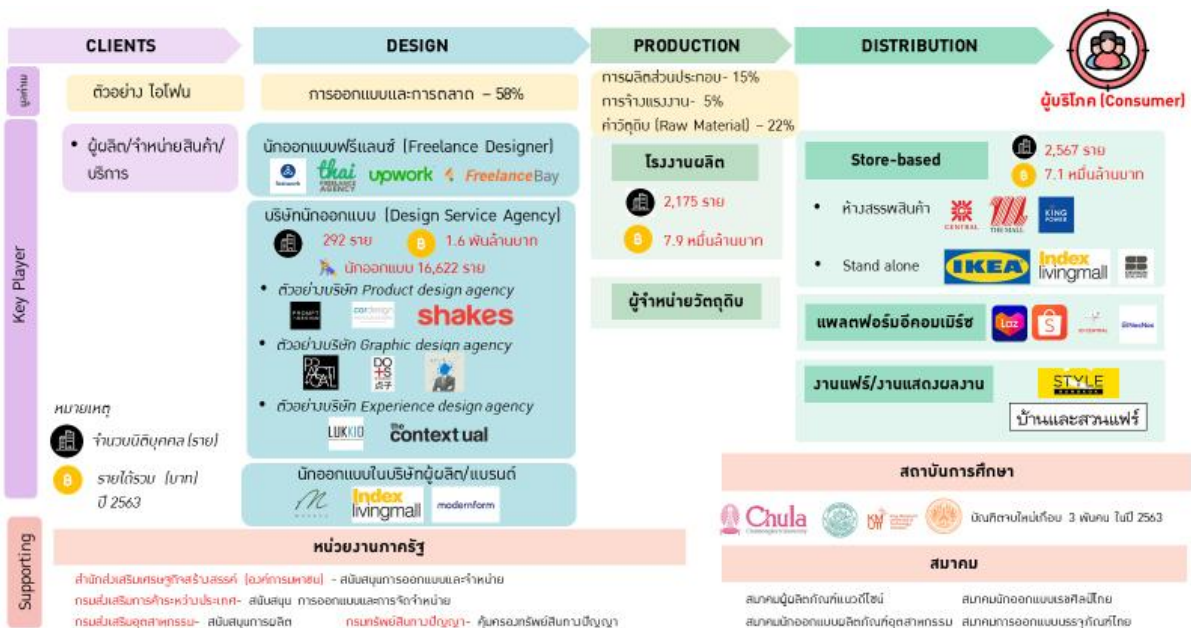
ในระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (ภาพที่ 1) ผู้เล่นที่สำคัญ ได้แก่ (1) ลูกค้า (2) นักออกแบบ ซึ่งแบ่ง

ออกเป็น นักออกแบบอิสระ (freelance designer) บริษัท นักออกแบบ (design service agency) และนักออกแบบที่อยู่ในบริษัทผู้ผลิตหรือแบรนด์ต่าง ๆ (3) ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และโรงงานผลิต และ (4) ห้างสรรพสินค้าและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลงานออกแบบต่าง ๆ ของนักออกแบบไทย นอกจากนี้ ยังมีสมาคมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษา

ในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ คณะผู้วิจัยจะมุ่งเน้นในส่วนของนักออกแบบ ซึ่งสามารถจำแนกได้ออกเป็น 3 สาขาใหญ่คือ (1) สาขาการออกแบบวัตถุ เช่น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (2) สาขาการออกแบบภาพ เช่น นักออกแบบกราฟิก และ (3) สาขาการออกแบบประสบการณ์

ภาพที่ 1

ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย



หมายเหตุ. คณะผู้วิจัย รวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ Kraemer, Linden, and Dedrick (2011).



สถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ ในโลกและในประเทศไทย

อุตสาหกรรมบริการออกแบบทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโต หลังจากประสบภาวะชะลอตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นจาก 127.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 เป็น 142.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2565 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 12.3 และในช่วงปี 2565-2569 คาดการณ์ว่า มูลค่าตลาดขยายตัวด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 11 ต่อปี ทั้งนี้ ในปี 2563 ภูมิภาคอเมริกาเหนือมีขนาดตลาดบริการออกแบบใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 37 รองลงมาคือ เอเชียแปซิฟิก (ร้อยละ 28)

สำหรับประเทศไทย รายได้ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าได้ปรับตัวลดลงในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นสถานการณ์

ที่เกิดขึ้นทั่วโลก โดยในปี 2564 อุตสาหกรรมบริการออกแบบสร้างรายได้กว่า 1.7 พันล้านบาท ทั้งนี้ สถานประกอบการเกือบทั้งหมดของอุตสาหกรรมบริการออกแบบเป็นธุรกิจขนาดเล็ก

ในด้านแรงงาน อุตสาหกรรมบริการออกแบบมีการจ้างงานกว่า 1.9 หมื่นคนในปี 2564 โดยส่วนใหญ่เป็นนักออกแบบ (ร้อยละ 84) ลักษณะที่สำคัญของแรงงานในอุตสาหกรรมนี้คือ ส่วนใหญ่เป็นแรงงานวัยหนุ่มสาว มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 2.0-2.3 หมื่นบาทต่อเดือน

แนวทางปฏิบัติที่ดีจากต่างประเทศ

ประเทศที่มีแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นประเทศชั้นนำในวงการออกแบบของโลก โดยมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบที่สำคัญ ดังนี้

- นโยบายด้านอุปสงค์ เช่น การจัดซื้อจัดจ้างการออกแบบที่มีคุณภาพ และการมอบเครดิตและแต้มต่อสำหรับผู้ประกอบการที่จ้างนักออกแบบ
 - การจัดซื้อจัดจ้างการออกแบบที่มีคุณภาพ เช่น การจัดทำคู่มือจัดซื้อจัดจ้างการออกแบบของภาครัฐ ในประเทศสิงคโปร์
 - การมอบเครดิตและแต้มต่อสำหรับผู้ประกอบการที่จ้างนักออกแบบ เช่น การให้เครดิตภาษีสำหรับงานออกแบบ (Design Tax Credit) ของรัฐควิเบก ประเทศแคนาดา
 - การแสวงหาตลาดนานาชาติให้นักออกแบบในประเทศ เช่น การช่วยนักออกแบบของเกาหลีใต้ในการหาลูกค้าในตลาดประเทศจีนของสถาบันการส่งเสริมการออกแบบเกาหลี (Korea Institute of Design Promotion: KIDP) ซึ่งมีสาขาอยู่ในประเทศจีน
 - การจัดทำรายการสารคดีเกี่ยวกับการออกแบบ เช่น ในช่วงปี 1990 เกาหลีใต้จัดทำรายการสารคดีเพื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการออกแบบ เช่น Winning by Design โดย Korean Broadcasting System (KBS) และ Why Design โดย Munhwa Broadcasting Corporation (MBC)

- นโยบายด้านอุปทาน เช่น การส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่องการออกแบบในระดับมัธยม การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับนักออกแบบ และการมอบรางวัลและแต้มต่อสำหรับนักออกแบบที่มีความสามารถเป็นเลิศ
 - การส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการออกแบบในระดับมัธยม เช่น วิชา Design Technology ของหลักสูตร IB (International Baccalaureate)
 - การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับนักออกแบบ เช่น SkillsFuture ของประเทศสิงคโปร์
 - การมอบรางวัลและแต้มต่อสำหรับนักออกแบบที่มีความสามารถเป็นเลิศเช่น Good Design Award ของประเทศญี่ปุ่น

ช่วยให้งานออกแบบของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น บริษัทสตาร์บัคส์ (Starbucks) ได้นำเฟอร์นิเจอร์ของแบรนด์ Bambuniquie ไปใช้ในร้านกาแฟของ Starbucks ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และหน่วยงานภาครัฐมีการจัดทำกิจกรรมความรู้ต่าง ๆ และมีห้องสมุดของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ซึ่งเป็นแหล่งความรู้สำหรับนักออกแบบ

อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนที่สำคัญของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ (1) ตลาดงานออกแบบของไทยมีขนาดเล็ก (2) ความเข้าใจของภาครัฐต่องานออกแบบยังจำกัด (3) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก จึงมีข้อจำกัดด้านเงินทุน (4) บัณฑิตจบใหม่ส่วนหนึ่งมีปัญหาด้านคุณภาพ และขาดทักษะที่ตรงตามความต้องการของตลาด และ (5) การดำเนินการสนับสนุนของภาครัฐขาดการบูรณาการและความต่อเนื่อง

สำหรับปัจจัยภายนอก โอกาสของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย ได้แก่ การขยายตลาดออกแบบในประเทศไทย โดยเฉพาะ SMEs รวมทั้ง ตลาดในภูมิภาคของอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง และโอกาสในการรับงานจากธุรกิจไทยที่ขยายตลาดสู่ต่างประเทศ เช่น ธุรกิจค้าปลีก

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis)

หากพิจารณาจากปัจจัยภายใน จุดแข็งที่สำคัญของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย ได้แก่ นักออกแบบของไทยได้รับรางวัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการประกวดในเวทีระดับนานาชาติ ความโดดเด่นของวัสดุท้องถิ่นของไทยที่

ตารางที่ 1

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
S1. นักออกแบบจำนวนหนึ่งได้รับรางวัลในระดับโลก S2. ภาครัฐส่งเสริมการออกแบบในประเทศไทย เช่น การประกวด DE Mark การจัดงาน Bangkok Design Week และการให้บริการข้อมูลด้านการออกแบบของ TCDC S3. ความโดดเด่นของวัสดุท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ หวาย และใบลาน	W1. บริษัทเกือบทั้งหมดมีขนาดเล็ก มีข้อจำกัดในการเข้าถึงเงินทุนและเทคโนโลยี W2. นักออกแบบจำนวนมากเป็นฟรีแลนซ์ ซึ่งขาดอำนาจต่อรองในการกำหนดราคา W3. การรวมกลุ่มของธุรกิจยังไม่เข้มแข็ง W4. นักออกแบบส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านทักษะภาษาอังกฤษ W5. การส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐที่ขาดการบูรณาการและไม่ต่อเนื่อง
โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
O1. การขยายตลาดออกแบบในประเทศไทย โดยเฉพาะ SMEs O2. ตลาดในภูมิภาคของอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง O3. โอกาสในการรับงานจากธุรกิจไทยที่ขยายตลาดสู่ต่างประเทศ	T1. เศรษฐกิจไทยเติบโตต่ำ T2. ธุรกิจจำนวนมากเป็น OEMs และยังไม่เห็นถึงประโยชน์ของการออกแบบ จึงทำให้ตลาดในประเทศมีขนาดเล็ก T3. ภาครัฐมีความเข้าใจต่องานออกแบบที่จำกัด

มาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการ ออกแบบของไทยในปัจจุบัน

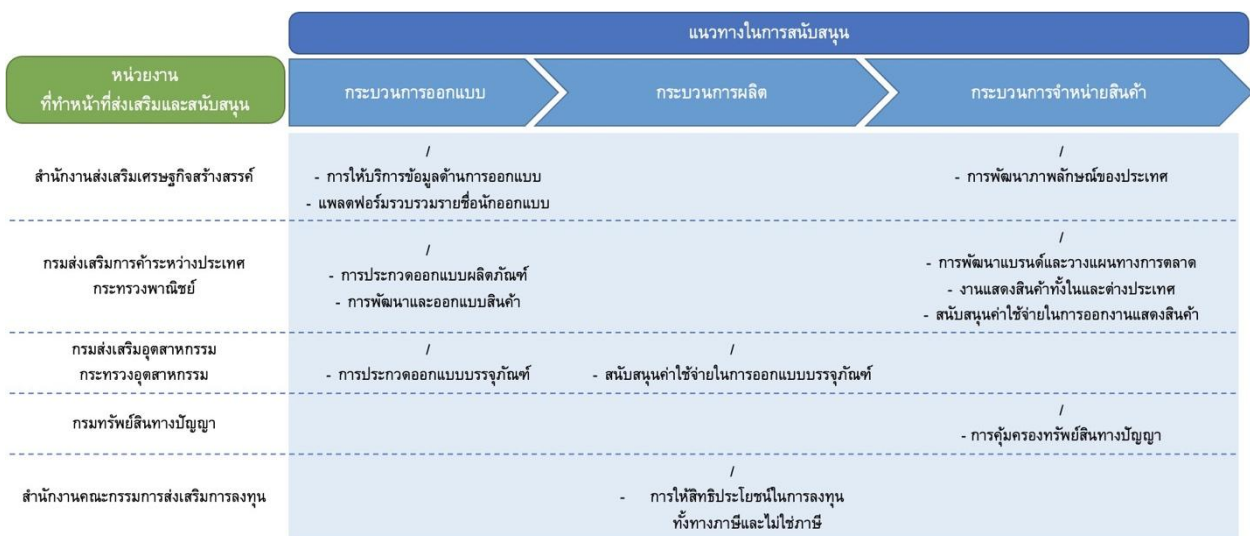
ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมบริการออกแบบได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหลายแห่ง เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) กรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 2 อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐมักขาดการบูรณาการในการทำงาน และกิจกรรมส่วนมากเป็นการสนับสนุนรายโครงการและไม่ต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบทั้งในและต่างประเทศ และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรม รวมทั้งการศึกษามาตรการหรือนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการออกแบบในประเทศ และแนวทางปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ ประกอบกับข้อมูลการสัมภาษณ์ และการประชุมร่วมกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย โดยได้กำหนด

ภาพที่ 2

แนวทางการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการออกแบบ



วิสัยทัศน์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบคือ มุ่งสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและใส่ใจสิ่งแวดล้อม และมีเป้าหมายทางด้านเศรษฐกิจ คือ รายได้ของธุรกิจบริการออกแบบของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 10 ในช่วงปี 2556-2570 และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม คือ จำนวนผลงานออกแบบที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ X ในช่วงปี 2556-2570 ในส่วนของการกำหนดตัวเลขเป้าหมาย ควรเป็นการปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับงบประมาณในการสนับสนุน

ในการนี้ เพื่อให้วิสัยทัศน์ดังกล่าวเป็นจริง ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการที่สำคัญ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาบุคลากร

แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- (1) ส่งเสริมเยาวชนโดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- (2) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งความรู้ระดับโลก
- (3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ
- (4) อำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบ
- (5) ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยและสอนทักษะที่ตลาดต้องการ



ยุทธศาสตร์ที่ 2 การขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- (1) จัดทำสารคดีเกี่ยวกับคุณค่าของการออกแบบ และเผยแพร่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการใช้งานออกแบบเพิ่มขึ้น
- (2) จัดทำโปรแกรมต้นแบบเพื่อสร้างความตระหนักถึงประโยชน์ของงานออกแบบ
- (3) ให้แรงจูงใจ เช่น เงินอุดหนุน หรือการลดหย่อนภาษี แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ในการจ้างนักออกแบบ
- (4) สร้างความเข้าใจแก่ภาครัฐในการจ้างงานออกแบบโดยเฉพาะการออกแบบบริการ โดยการปรับปรุงการจัดจ้างงานออกแบบของภาครัฐ
- (5) ส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพออกตลาดต่างประเทศ
- (6) ปรับโครงสร้างองค์กรในการส่งเสริมธุรกิจบริการออกแบบของไทยให้เป็นเอกภาพ และบูรณาการทำงานเพื่อมุ่งเป้าหมาย โดยดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง
- (7) สนับสนุนการรวมกลุ่มของธุรกิจในสาขาออกแบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างแบรนด์ประเทศด้านออกแบบ

แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่ สนับสนุนนักออกแบบไทยในการประกวดเวทีนานาชาติ เพื่อให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ

นอกเหนือจากการดำเนินแผนปฏิบัติการดังกล่าวข้างต้น แผนปฏิบัติการที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และข้อมูลที่ใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง

ในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคการศึกษา จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในการดำเนินการบางประการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาจพิจารณาเป็นเจ้าภาพหลัก และทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบดังกล่าวให้เป็นผลสำเร็จ

รายละเอียดของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ เป้าหมายทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์และผลลัพธ์ที่สำคัญ รวมทั้งแผนปฏิบัติการในระยะเร่งด่วน (6-12 เดือน) ระยะกลาง (1-2 ปี) และระยะยาว (3-5 ปี) และตัวชี้วัดสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ภาพรวมของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย

วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย ระยะ 5 ปี (2566–2570): “อุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทยมุ่งสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและใส่ใจสิ่งแวดล้อม”				
เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ:		รายได้ของธุรกิจบริการออกแบบของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 10 ในช่วงปี 2566–2570		
เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม:		ผลงานออกแบบที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ X ในช่วงปี 2566–2570		
ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาบุคลากร		ยุทธศาสตร์ที่ 2: การขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ		ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างแบรนด์ประเทศด้านออกแบบ
ผลลัพธ์ที่สำคัญ	สัดส่วนของหลักสูตรด้านออกแบบที่บัณฑิตมีรายได้มีฐานเฉลี่ยอย่างน้อย 1.5 หมื่นบาทเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80 ภายในปี 2570	อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมของรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี		อันดับของไทยในเวทีประกวดการออกแบบที่สำคัญดีขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับในปี 2570
ระยะเวลา	แผนปฏิบัติการ			
6–12 เดือน (ดำเนินการต่อเนื่องตลอด 5 ปี)	<p>1) ส่งเสริมเยาวชนโดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้</p> <p><i>ตัวชี้วัด: เยาวชนที่สมัครเข้าร่วมโครงการมีจำนวนมากขึ้นร้อยละ X ต่อปี</i></p> <p>2) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งความรู้ระดับโลก</p> <p><i>ตัวชี้วัด: จำนวนเด็กไทยที่ได้ทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ X ทุกปี และจำนวนผู้เข้าร่วม workshop ใหม่และที่กลับมาเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i></p> <p>3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ</p> <p><i>ตัวชี้วัด: บริษัทออกแบบมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i></p> <p>4) อำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบ</p> <p><i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ใช้บริการใหม่และที่กลับมาซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i></p>	<p>1) จัดทำสารคดีเกี่ยวกับคุณค่าของการออกแบบ และเผยแพร่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการใช้งานออกแบบเพิ่มขึ้น</p> <p><i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้เข้าชมจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างน้อย X คน และเพิ่มขึ้นร้อยละ X ต่อปี</i></p> <p>2) จัดทำโปรแกรมต้นแบบเพื่อสร้างความตระหนักถึงประโยชน์ของงานออกแบบ</p> <p><i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ X</i></p>		
<p>การพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และข้อมูลที่ใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง</p> <p><i>ตัวชี้วัด: ฐานข้อมูลสำคัญและข้อมูลฐาน (base line) เพื่อใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง ที่สมบูรณ์และครบถ้วน</i></p>				

ตารางที่ 2 (ต่อ)

วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย ระยะ 5 ปี (2566–2570): “อุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทยมุ่งสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและใส่ใจสิ่งแวดล้อม”				
เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ:		รายได้ของธุรกิจบริการออกแบบของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 10 ในช่วงปี 2566–2570		
เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม:		ผลงานออกแบบที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ X ในช่วงปี 2566–2570		
ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาบุคลากร		ยุทธศาสตร์ที่ 2: การขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ		ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างแบรนด์ประเทศด้านออกแบบ
1–2 ปี (ดำเนินการต่อเนื่อง)		3) สร้างความเข้าใจแก่ภาครัฐในการจ้างงานออกแบบโดยเฉพาะการออกแบบบริการ โดยการปรับปรุงการจัดจ้างงานออกแบบของภาครัฐ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนข้อร้องเรียนลดลงร้อยละ X</i>	1) ส่งเสริมนักออกแบบรุ่นใหม่ในการประกวดแข่งขันในประเทศ และเติบโตในตลาดต่างประเทศ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลกและอันดับของประเทศไทยสูงขึ้น</i>	
	3–5 ปี	5) ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยและสอดคล้องกับตลาดต้องการ <i>ตัวชี้วัด: รายได้เฉลี่ยของบัณฑิตจบใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ X</i>	4) ปรับโครงสร้างองค์กรในการส่งเสริมธุรกิจบริการออกแบบของไทยให้เป็นเอกภาพ <i>ตัวชี้วัด: การร้องเรียนจากผู้ประกอบการลดลงร้อยละ X</i>	
		5) สนับสนุนการรวมกลุ่มของธุรกิจในสาขาออกแบบ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการในสมาคมและผู้เข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i>		
		6) ให้แรงจูงใจ เช่น เงินอุดหนุน หรือการลดหย่อนภาษี แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ในการจ้างนักออกแบบ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ X</i>		
		7) ส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพออกตลาดต่างประเทศ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและรายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ X</i>		

บรรณานุกรม

- ปลากริมไข่เต่า. (2564, 25 มิถุนายน). VANZTER เปลี่ยนเศษ
ไทเทเนียมเป็นของตกแต่งเปี่ยมจิตวิญญาณเด็กแว้น.
[https://room.baanlaesuan.com/237689/
people/vanzter](https://room.baanlaesuan.com/237689/people/vanzter)
- เผยสถิติฟรีแลนซ์ไทยพุ่ง ยกตลาดต้องการอาชีพกราฟฟิกมาก
ที่สุด. (2562, 23 มกราคม). กรุงเทพฯธุรกิจ. [https://
www.bangkokbiznews.com/social/872](https://www.bangkokbiznews.com/social/872)
- Bangkok Design Week. (ม.ป.ป.). [https://www.bangkok
designweek.com/bkkdw2023/about](https://www.bangkokdesignweek.com/bkkdw2023/about)
- CEA VACCINE | CEA Online Academy. (ม.ป.ป.). [https://www.cea.or.th/th/single-project/cea-
online-academy](https://www.cea.or.th/th/single-project/cea-online-academy)
- Change 2020. (2563). [https://www.cea.or.th/en/
single-project/change-2020](https://www.cea.or.th/en/single-project/change-2020)
- Room. (2564, 1 ธันวาคม). Taya Living งานกราฟต์
อเนกประสงค์ สะท้อนวิถีเรียบง่ายและยั่งยืน. [https://
www.baanlaesuan.com/251312/design/design-
update/people/taya-living](https://www.baanlaesuan.com/251312/design/design-update/people/taya-living)
- YOUNG DESIGNER CLUB (YDC) ชมรมนักออกแบบรุ่นเยาว์.
(2562, 1 สิงหาคม). [https://www.cea.or.th/th/
single-project/project-young-designer-club-ydc](https://www.cea.or.th/th/single-project/project-young-designer-club-ydc)
- Associate Parliamentary Design & Innovation Group.
(2013, May 30). *Design and the public good: Creativity vs the procurement process?*. [https://
www.policyconnect.org.uk/research/design-and-
public-good-creativity-vs-procurement-process](https://www.policyconnect.org.uk/research/design-and-public-good-creativity-vs-procurement-process)
- The Board of Investment of Thailand. (n.d.). *Policies for investment promotion*. [https://www.boi.go.
th/index.php?page=policies_for_investment_pro
motion](https://www.boi.go.th/index.php?page=policies_for_investment_promotion)
- Brown, M. (2020). Unpacking the theory of change. *Stanford Social Innovation Review*, 18(4), 44–50. <https://doi.org/10.48558/NOV8-KR42>
- Chang Moon, H., & Peery, N. S., Jr. (1995). Competitiveness of product, firm, industry, and nation in a global business. *Competitiveness Review*, 5(1), 37–43. <https://doi.org/10.1108/eb046319>
- Cho, D. S., Moon, H. C., & Kim, M. Y. (2009). Does one size fit all? A dual double diamond approach to country-specific advantages. *Asian Business & Management*, 8(1), 83–102. [https://
doi.org/10.1057/abm.2008.27](https://doi.org/10.1057/abm.2008.27)
- Chung, K. W. (1998). Strategies for promoting Korean design excellence. *Design Issues*, 14(2), 3–15. [https://www.jstor.org/stable/1511848?origin=
crossref](https://www.jstor.org/stable/1511848?origin=crossref)
- Cox, G. & Dayan, Z. (2005). *Cox review of creativity in business: Building on the UK's strengths*.
- A' Design Award & Competition. (n.d.). *Apiwat Chitapanya designer profile*. [https://
competition.adesignaward.com/gooddesigner.
php?profile=154007](https://competition.adesignaward.com/gooddesigner.php?profile=154007)
- A' Design Award & Competition. (n.d.). *Shakes designer profile*. [https://competition.adesign
award.com/gooddesigner.php?profile=134788](https://competition.adesignaward.com/gooddesigner.php?profile=134788)
- A' Design Award & Competition. (n.d.). *Somchana Kangwarnjit designer profile*. [https://competi
tion.adesignaward.com/gooddesigner.php?
profile=127089](https://competition.adesignaward.com/gooddesigner.php?profile=127089)
- Design Council. (2015). *The design economy 2015 report*.
- Design Council. (2015). *The design economy the value of design to the UK*. [https://www.design
council.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents
/Design%2520Economy%2520report%2520web
%2520Final%2520-%2520140217%2520
Yea%25201.pdf](https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/Design%2520Economy%2520report%2520web%2520Final%2520-%2520140217%2520Yea%25201.pdf)
- Design, designers, designing & designs*. (n.d.). [https://www.theicod.org/en/professional-
design/what-is-design/design-designers-
designing-designs](https://www.theicod.org/en/professional-design/what-is-design/design-designers-designing-designs)
- DesignSingapore Council. (n.d.). *Guide to government procurement of design services*. [https://design
singapore.org/resources/guide-to-government-
procurement-of-design-services/](https://designsingapore.org/resources/guide-to-government-procurement-of-design-services/)
- DesignSingapore Council. (2023). *National design industry & manpower study 2019/2020*. [https://
www.designsingapore.org/resources/ndims.html](https://www.designsingapore.org/resources/ndims.html)
- European Commission. (2017). *Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: Final report*. [https://
data.europa.eu/doi/10.2766/868748](https://data.europa.eu/doi/10.2766/868748)

- Good Design Award*. (n.d.). <https://www.g-mark.org/en>
- The IB Community Blog. (2014, September 22). *Design technology facilitates the student innovator and inventor*. <https://blogs.ibo.org/blog/2014/09/22/designtech/>
- International Baccalaureate Organization. (2014). *Diploma programme: Design technology guide*. <http://acfdesigntech.pbworks.com/w/file/fetch/84234475/Design%20Technology%20Guide.pdf>
- International Baccalaureate Organization. (2014). *Middle years programme: Design guide*. https://www.nesinternational.org/school_policies/design_guide.pdf
- Japan Institute of Design Promotion. (n.d.). *History of design promotion in Japan*. <https://www.jidp.or.jp/en/about/history/hdpj>
- Kim, J. (2022). History and current status of design in South Korea. In Aso, T., Rademacher, C., & Dobinson, J. (Eds.), *History of design and design law: An international and interdisciplinary perspective*. Springer Nature Singapore.
- Kim, J. (2022). History of design protection in South Korea. In Aso, T., Rademacher, C., & Dobinson, J. (Eds.), *History of design and design law: An international and interdisciplinary perspective*. Springer Nature Singapore. <https://www.springerprofessional.de/en/history-of-design-protection-in-south-korea/20336428>
- Korea Institute of Design Promotion. (2019, December 12). *What We Do - Programs*. https://eng.kidp.or.kr/eng/02_whatwedo/01.programs.php
- Korea Institute of Design Promotion. (n.d.). *Who We Are - Design Network*. https://eng.kidp.or.kr/eng/02_whatwedo/02.design_network.php
- Kraemer, K. L., Linden, G., & Dedrick, J. (2011). *Capturing value in global networks: Apple's iPad and iPhone*. PCIC Working Paper.
- Park, J., Nam, K.-Y., & Chung, K.-W. (2010). Promoting design nationally: Influential factors. *Design Management Journal*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7177.2010.00012.x>
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive advantage of nations*. Palgrave Macmillan.
- Profit Science. (n.d.). *Design tax credit*. <http://www.profitscience.ca/design-tax-credit/>
- RD Action Consultant. (n.d.). *Industrial Design Tax Credit (IDTC)*. <https://rdactionconsultant.com/en/research-and-development-tax-credit/idtc/>
- Shih, S. (1992). *Empowering technology—making your life easier*. Acer's report, Acer's, New Taipei.
- Tsiligris, V. (2018). An adapted Porter Diamond Model for the evaluation of transnational education host countries. *International Journal of Educational Management*, 32(2), 210–226.
- United Nations Industrial Development Organization. (2015). *EQulP - Enhancing the Quality of Industrial Policies: Introduction to the EQulP toolbox*. UNIDO.
- Van, B. (2019, January 18). *Vietnam-Korea Design Center promotes Viet brands*. Vietnam Pictorial. <https://vietnam.vnanet.vn/english/tintuc/vietnam-korea-design-center-promotes-viet-brands-194376.html>
- World Bank. (2022). *Global economic prospects*.
- World Design Organization. (2021, May 26 - 2021, Jun. 30). *The Korea Institute of Design Promotion (KIDP) calling for companies to join its Global Design Internship Programme*. <https://wdo.org/event/korea-institute-of-design-promotion-kidp-calling-for-companies-to-join-its-global-design-internship-programme/>
- World Design Rankings. (n.d.). *Latest world design rankings*. <https://www.worlddesignrankings.com/#rankings>

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ)

565 ซอยรามคำแหง 39 (เทพศิลา)
เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

Thailand Development Research Institute (TDRI)

565 Soi Ramkhamhaeng 39
Wangthonglang, Bangkok 10310 Thailand

Tel: 02-718-5460 ext. 474

Fax: 02-718-5461-2

Website: www.tdri.or.th

X.com: @TDRI_thailand

Facebook: @tdri.thailand

TDRI