

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)
รายงานการจัดเก็บดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย
(Thailand Creativity Index: TCI)

1. ที่มาและสาระสำคัญ

ตามมาตรา 7 (5) แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 กำหนดให้ สศส. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม สศส. ได้กำหนดบทบาทภารกิจในการเป็น Creative Information Center จึงได้จัดทำดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creativity Index) ขึ้น เพื่อประเมินผลการดำเนินนโยบาย มาตรการ และการลงทุนของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงวัดระดับความก้าวหน้าและขีดความสามารถด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มีความสำคัญและมีสัดส่วนในระบบเศรษฐกิจไทยโดยรวมสูง

การจัดทำดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย มุ่งหวังให้เป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยเพิ่มความเข้าใจถึงสภาพการณ์และพัฒนาการของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย นำไปสู่การบูรณาการทางความคิด การวางแผนนโยบายที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดแผนงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ และยกระดับขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของไทยให้ทัดเทียมกับประเทศชั้นนำได้

2. กรอบการดำเนินงาน

สศส. ได้ดำเนินการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำดัชนีด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับสากล โดยร่วมกับทีมวิจัยจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เพื่อรวบรวมและคำนวณเป็นดัชนีชี้วัดเพื่อสะท้อนถึงระดับศักยภาพด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เปรียบเทียบกับต่างประเทศสำหรับใช้วัดระดับความก้าวหน้าและขีดความสามารถด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยวิเคราะห์และทบทวนแนวคิดการจัดทำดัชนีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และกำหนดกรอบในการจัดทำดัชนีฯ เป็น 2 ระดับ ได้แก่ ตัวชี้วัดดัชนีระดับนานาชาติ (International Level Index) และ ตัวชี้วัดดัชนีระดับประเทศ (Country Level Index) ซึ่งจะมีการเผยแพร่รายงานดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรายงาน CEA Outlook 04 “Thailand’s Music Industry” ฉบับระดมความคิดเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ฉบับเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2563 โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

1. ตัวชี้วัดดัชนีระดับนานาชาติ (International Level Index) มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพของปัจจัยที่ใช้ส่งเสริมพัฒนาการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้จะพิจารณาจากเครื่องมือของข้อมูลและปรับตัวเลขให้อยู่ในรูปแบบเดียวกันเพื่อความสะดวกในการประมวลผล โดยบูรณาการข้อมูลจากองค์กรระหว่างประเทศ หรือ หน่วยงานที่มีการจัดทำรายงานตัวชี้วัด

หรือดัชนีที่สามารถใช้อ้างอิงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ อาทิ ธนาคารโลก, World Intellectual Property Organization (WIPO), World Economic Forum (WEF) เป็นต้น โดยองค์ประกอบของตัวชี้วัดดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับนานาชาติประกอบด้วย 3 เสาหลัก ดังนี้

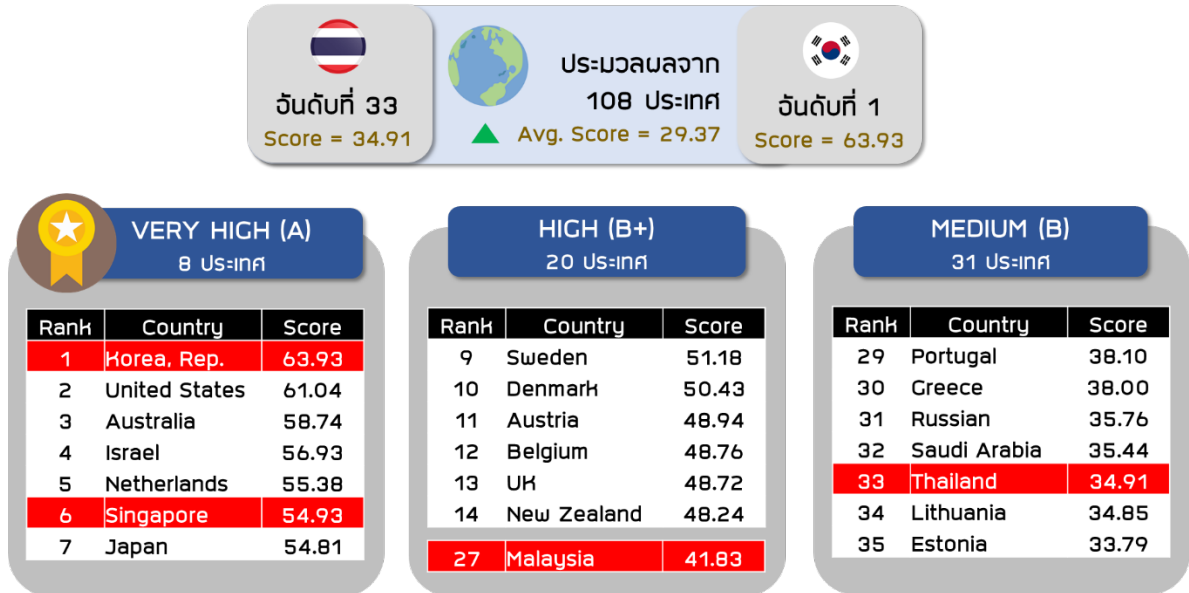
- เสาหลักที่ 1 ปัจจัยนำเข้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Pillar 1: Creative Inputs) เป็นตัวชี้วัดที่จะบ่งชี้ว่า ในแต่ละประเทศมีทรัพยากรสำหรับการนำมาส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากน้อยเพียงใด
- เสาหลักที่ 2 ผลงานสร้างสรรค์ (Pillar 2: Creative Outputs) เป็นตัวชี้วัดที่จะบ่งชี้ว่า ในแต่ละประเทศสามารถนำความคิดสร้างสรรค์ของคนในประเทศมาสร้างสรรค์เป็นผลงานได้มากน้อยเพียงใด ทั้งในด้านทรัพย์สินทางปัญญาและสินค้าบริการสร้างสรรค์
- เสาหลักที่ 3 ปัจจัยเชิงสถาบันและระบบนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Pillar 3: Creative Ecosystem) เป็นตัวชี้วัดที่จะบ่งชี้ว่าแต่ละประเทศมีระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐานเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากน้อยเพียงใด

2. ตัวชี้วัดดัชนีระดับประเทศ (Country Level Index) มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลอธิบายถึงความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในมิติต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยการจัดเก็บข้อมูลตัวเลขสถิติพื้นฐาน (Baseline Data) จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรมทรัพย์สินทางปัญญา, กรมศุลกากร, ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสำนักงานประมาณ เป็นต้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ การจัดทำรายงานดัชนีระดับประเทศ โดยองค์ประกอบของตัวชี้วัดดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับประเทศ ประกอบด้วย 6 มิติ ดังนี้

- ผลกระทบด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยพิจารณาจากข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (Gross Domestic Product) หรือ GDP ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา
- การจ้างงานในเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- การส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์
- สถิติการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
- ข้อมูลสถานศึกษาและนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ที่มีการเรียนการสอนด้านความคิดสร้างสรรค์
- งบประมาณของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

3. รายงานการจัดเก็บดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Thailand Creativity Index: TCI)

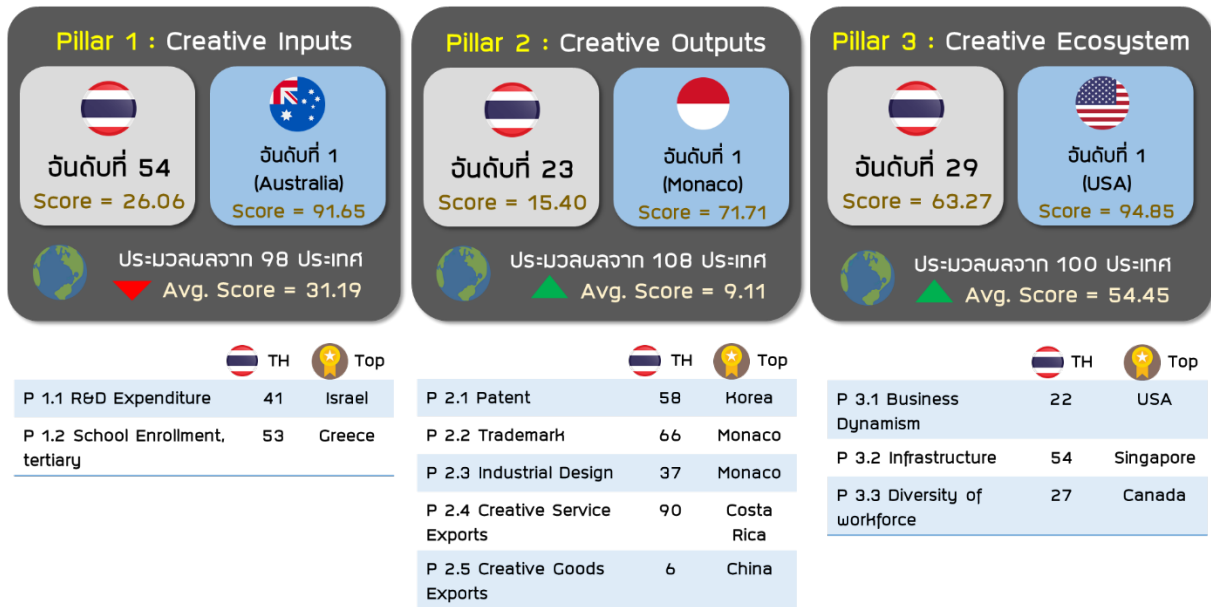
3.1 รายงานดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ (International Level Index)



ภาพที่ 1 ข้อมูลอันดับและคะแนนของไทยเปรียบเทียบกับคะแนนของประเทศที่ประมวลผลทั้งหมด และการจัดกลุ่มประเทศตามระดับคุณภาพแบบอิงกลุ่ม โดยการคำนวณ Z-score และ T-score

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีระดับคุณภาพของปัจจัยที่ใช้ส่งเสริมพัฒนาการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ในอันดับที่ 33 มีคะแนนดัชนีเท่ากับ 34.91 ส่วนประเทศที่มีระดับคุณภาพสูงที่สุด คือ เกาหลีใต้ ค่าคะแนนดัชนีเท่ากับ 63.93 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกกลุ่มประเทศตามเกรด¹ จะพบว่า ไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีระดับคุณภาพปานกลาง (B) ซึ่งในกลุ่มเดียวกันนี้ประกอบไปด้วย 31 ประเทศ โดยประเทศที่ได้คะแนนสูงสุดในกลุ่มนี้ คือ โปรตุเกส (38.10 คะแนน) ขณะที่ไทยจัดอยู่ในลำดับที่ 5 ของกลุ่ม ทั้งนี้หากพิจารณา กลุ่มประเทศที่มีระดับคุณภาพสูงกว่าไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประเทศระดับคุณภาพดีเยี่ยม (A) จำนวน 8 ประเทศ โดยมีประเทศในเอเชียอยู่ในกลุ่มนี้ถึง 3 ประเทศ ได้แก่ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ส่วนกลุ่มระดับดี (B+) มีจำนวน 20 ประเทศ โดยมีประเทศที่น่าสนใจ ได้แก่ จีน ฮองกง และมาเลเซีย จะเห็นได้ว่าใน 2 กลุ่มนี้ มีประเทศเพื่อนบ้านในแถบอาเซียนติดอันดับอยู่ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศมาเลเซีย ที่ในอดีตมีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจใกล้เคียงกับไทย แต่ปัจจุบันภาพรวมทางเศรษฐกิจของมาเลเซียมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าไทยไปแล้ว แม้กระทั่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากการประมวลผลระดับคุณภาพ พบว่า มาเลเซียอยู่ในอันดับที่ 27 (41.83 คะแนน) สูงกว่าไทย 5 อันดับ

¹ แบ่งระดับคุณภาพตามเกรด ดังนี้ ระดับที่ 1 = C, ระดับที่ 2 = C+, ระดับที่ 3 = B, ระดับที่ 4 = B+, ระดับที่ 5 = A



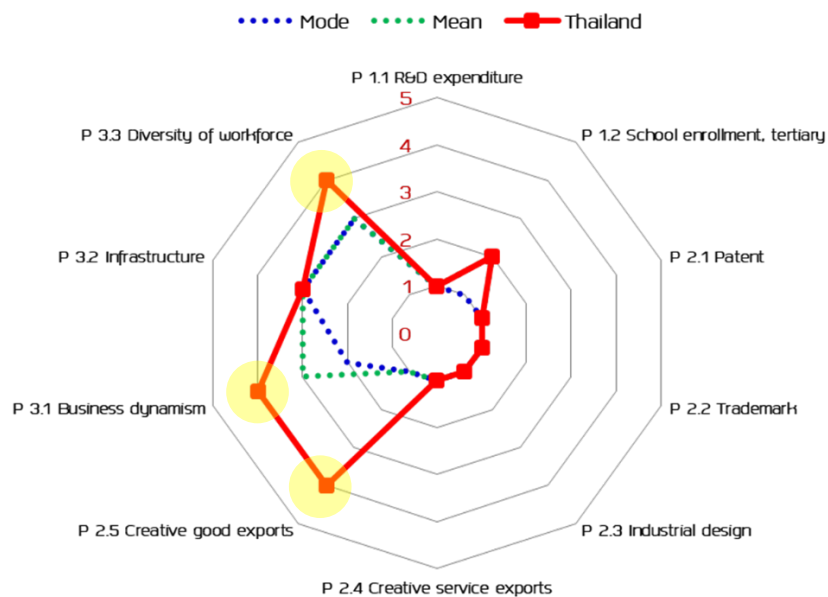
ภาพที่ 2 ข้อมูลอันดับและคะแนนของประเทศไทยเปรียบเทียบกับคะแนนรวม จำแนกตามเสาหลักสำคัญ

วิเคราะห์ผลการจัดอันดับประเทศ จำแนกตามเสาหลักสำคัญ (ภาพที่ 2)

- เสาหลักที่ 1 ปัจจัยนำเข้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Inputs) เมื่อพิจารณาข้อมูลภาพรวมทั้งกลุ่ม ไทยอยู่ในอันดับที่ 54 (26.06 คะแนน) ส่วนประเทศที่ได้คะแนนสูงสุดและอยู่ในอันดับที่ 1 คือ ออสเตรเลีย (91.65 คะแนน) และเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 98 ประเทศ (31.19 คะแนน) พบว่าไทยได้คะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ย แสดงให้เห็นว่าไทยยังมีช่องว่างการพัฒนา ทั้งในด้านกำลังคนและงบประมาณซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- เสาหลักที่ 2 ผลงานสร้างสรรค์ (Creative Outputs) เมื่อพิจารณาข้อมูลภาพรวมทั้งกลุ่ม ปัจจุบันไทยอยู่ในอันดับที่ 23 (15.40 คะแนน) คะแนนเฉลี่ยจากทั้ง 108 ประเทศ อยู่ที่ 9.11 ไทยจึงถือว่ามีคะแนนที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ส่วนประเทศที่ได้รับคะแนนสูงสุดและอยู่ในอันดับที่ 1 คือ โมนาโก (71.71 คะแนน)
- เสาหลักที่ 3 ปัจจัยเชิงสถาบันและระบบนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) เมื่อพิจารณาข้อมูลภาพรวมทั้งกลุ่ม ไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 29 (63.27 คะแนน) คะแนนเฉลี่ยของทั้ง 100 ประเทศ อยู่ที่ 54.45 ซึ่งไทยได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย ส่วนประเทศที่ได้รับคะแนนสูงสุดในอันดับที่ 1 คือ สหรัฐอเมริกา (94.85 คะแนน)

วิเคราะห์ผลระดับคุณภาพของไทยเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยและฐานนิยม (ภาพที่ 3) พบว่าประเทศไทยมีจุดแข็ง (คุณภาพระดับ 4, เกรด B+) ในมิติเรื่องการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ โดยไทยอยู่ในอันดับที่ 6 ของโลก และเสาหลักที่ 3 ปัจจัยเชิงสถาบันและระบบนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยไทยมีจุดเด่นในเรื่องพลวัตทางธุรกิจ (Business Dynamism) อยู่ในอันดับที่ 22 ของโลก และระดับความหลากหลายด้านกำลังแรงงาน (Diversity of workforce) อยู่ในอันดับที่ 27 ของโลก ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีจุดอ่อนในส่วน

ของเสาหลักที่ 1 ปัจจัยนำเข้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพบว่าปัจจัยด้านแรงงานทักษะสูงและงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา ไทยยังมีผลคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยอยู่พอสมควร จึงเป็นปัจจัยที่ต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน

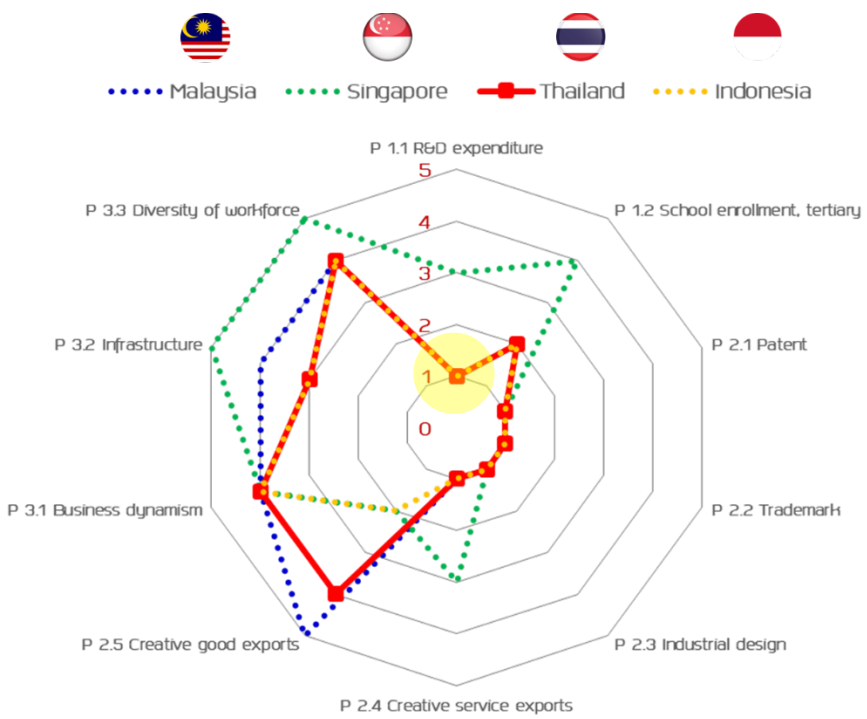
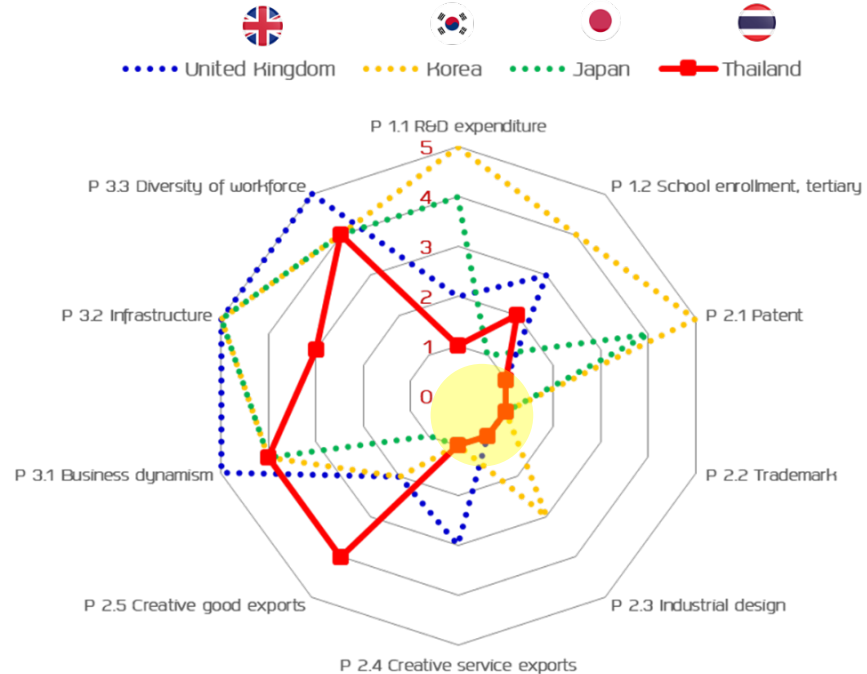


ภาพที่ 3 ระดับคุณภาพของประเทศไทยเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยและฐานนิยมของ 108 ประเทศ

วิเคราะห์ผลระดับคุณภาพของไทยเปรียบเทียบกับประเทศต้นแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ ในทวีปยุโรป เอเชีย และอาเซียน (ภาพที่ 4) มีมิติการประเมินสำคัญที่ควรพิจารณา ดังนี้

- จำนวนคำขอสิทธิบัตร (Patent Application) ต่อประชากร 1 ล้านคน ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 58 (คุณภาพระดับ 1, เกรด C) และเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนคำขอสิทธิบัตรของประเทศเกาหลีใต้พบว่า ไทยมีสัดส่วนคำขอสิทธิบัตรเพียงร้อยละ 0.46 ของเกาหลีใต้เท่านั้น
- การส่งออกบริการสร้างสรรค์ (Creative Service Exports) ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 90 (คุณภาพระดับ 1, เกรด C) ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้เห็นภาพเพิ่มเติมว่า การส่งออกบริการสร้างสรรค์ของไทย ส่วนใหญ่ยังเน้นการบริการในลักษณะ Traditional Services ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่หากพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศกลุ่มรายได้สูงอย่างเช่น สหราชอาณาจักร (อันดับที่ 5) และสิงคโปร์ (อันดับที่ 7) พบว่าส่วนใหญ่มีการส่งออกบริการในรูปแบบ Modern Services ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงกว่า ตัวอย่างงานบริการเช่น บริการด้าน IT Software การเงิน การค้าปลีกและวิจัย (R&D) เป็นต้น โดยข้อมูลมูลค่าการส่งออกบริการของทั้ง 2 ประเทศในข้างต้น มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP ราว 35% ซึ่งต่างจากไทย ที่มีการส่งออกบริการแบบ Modern Services เพียง 14% ต่อ GDP เท่านั้น
- รายจ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D Expenditure) ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 41 (คุณภาพระดับ 1, เกรด C) ซึ่งตัวเลขรายจ่ายนี้สอดคล้องกับข้อมูลที่สำรวจโดย สำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ระบุว่าในปี 2559 ไทยมีสัดส่วนรายจ่าย R&D คิด

เป็น 0.78% ต่อ GDP หากนำมาเปรียบเทียบกับประเทศต้นแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ อย่างเช่น เกาหลีใต้ ซึ่งมีสัดส่วนของรายจ่ายด้าน R&D ถึง 4.23% ต่อ GDP ทำให้เห็นว่าไทยมีการลงทุนในด้านนี้ที่ต่ำกว่าหลายเท่า และจำเป็นต้องเร่งพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง

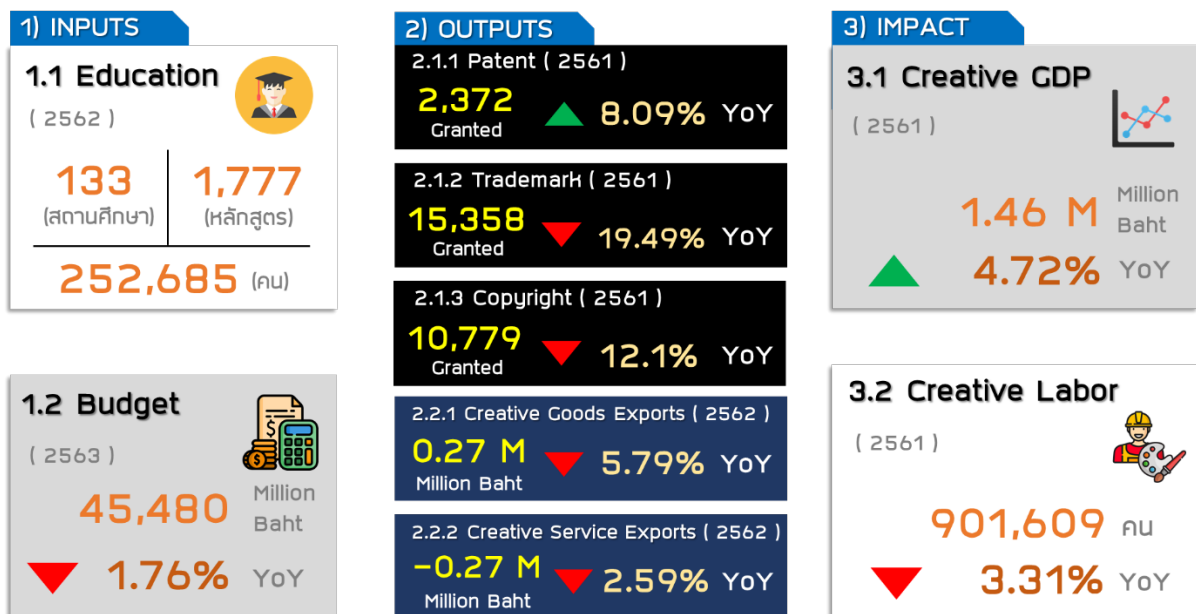


ภาพที่ 4 ระดับคุณภาพของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศต้นแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ในทวีปยุโรป เอเชีย และอาเซียน

- ประเทศอินโดนีเซีย มีระดับคุณภาพของปัจจัยที่ใช้ส่งเสริมพัฒนาการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใกล้เคียงกับไทย แต่ประเด็นที่น่าสนใจคือเรื่องแรงงานสร้างสรรค์ ซึ่งอินโดนีเซียมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อยู่ถึง 15.9 ล้านคน² ส่วนไทยมีจำนวนแรงงานสร้างสรรค์อยู่เพียง 9.31 แสนคน และมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ตามการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจไทยที่เติบโตตกต่ำ ทั้งนี้หากพิจารณาในมุมมองที่ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ขับเคลื่อนได้จากกำลังแรงงานที่มีประสิทธิภาพแล้ว ในอนาคตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอินโดนีเซียอาจมีมูลค่าสูงขึ้นแซงหน้าไทยได้ไม่ยาก

3.2 รายงานดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับประเทศ (Country Level Index)

การประมวลผลดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับประเทศ (Country Level Index) ซึ่งดำเนินการโดยรวบรวมตัวเลขสถิติพื้นฐาน (Baseline Data) จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมจำแนกกลุ่มข้อมูลเพื่ออธิบายสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเริ่มตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ผลลัพธ์ (Outcomes) และผลกระทบ (Impact) มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 5 สรุปผลภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับประเทศ (Country Level Index)

3.2.1 ปัจจัยนำเข้า (Inputs) แสดงให้เห็นถึงข้อมูลภาพรวมการศึกษาในสาขาสร้างสรรค์ เพื่อการผลิตกำลังแรงงานที่มีคุณภาพสำหรับขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เติบโต และสัดส่วนงบประมาณที่รัฐบาลจัดสรรให้หน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำไปใช้ส่งเสริมองค์ความรู้และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับหน่วยธุรกิจ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

² ที่มา: WIPO Magazine : Leveraging Indonesia's creative economy

- **การศึกษาสาขาสร้างสรรค์** จากการรวบรวมข้อมูลระดับอุดมศึกษาในประเทศ พบว่าสถานศึกษาที่มีการเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 83.6 (จำนวน 133 แห่งจาก 159 แห่ง) แต่เมื่อพิจารณาถึงจำนวนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องแล้วนั้นกลับพบว่ายังมีสัดส่วนที่น้อย คิดเป็นร้อยละ 18.6 (จำนวน 1,777 จาก 9,550 หลักสูตร) ส่งผลโดยตรงต่อจำนวนนักศึกษาที่เข้าเรียนในสาขาสร้างสรรค์นั้นอยู่ในสัดส่วนที่น้อยตามไปด้วย

- **งบประมาณภาครัฐเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์** เมื่อจำแนกข้อมูลตามหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 23 หน่วยงาน ย้อนหลัง 7 ปี (2557-2563) บ่งชี้ว่า งบประมาณของหน่วยงานที่ได้รับจัดสรรโดยเฉลี่ย 4.4 หมื่นล้านบาทต่อปี และเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณภาครัฐทั้งหมด พบว่า มีสัดส่วนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 1.6 ของงบประมาณทั้งหมด

3.2.2 ผลลัพธ์ (Outcomes) แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่เกิดจากการลงทุนในปัจจุบันนำเข้าที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถผลิตเป็นผลงานสร้างสรรค์ได้ดังนี้

- **ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)** พิจารณาจากสถิติการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สิทธิบัตรการประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า และการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ จากการประมวลผลข้อมูลระหว่างปี 2557-2561 พบว่า ส่วนใหญ่การจดทะเบียนเกือบทุกประเภทมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของไทย เพิ่มขึ้นจาก 11,487 ฉบับในปี 2557 เป็น 15,358 ฉบับในปี 2561 แต่การขอจดทะเบียนลิขสิทธิ์ในสาขาดนตรีกรรม ศิลปกรรม และวรรณกรรมมีทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยลดลงจาก 16,423 คำขอในปี 2557 เหลือ 10,779 คำขอในปี 2561

- **การส่งออกในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์** แบ่งเป็น มูลค่าการส่งออกสินค้า และมูลค่าการส่งออกภาคบริการสร้างสรรค์ของไทย

1. **มูลค่าการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย** จากรวบรวมข้อมูลสถิติจำแนกตามพิกัดศุลกากร (HS-CODE) โดยคัดเลือกเลขพิกัดเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในปี 2562 มีมูลค่าทั้งสิ้น 2.76 แสนล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.6 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งประเทศ และเมื่อทำการเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า พบว่ามีมูลค่าการส่งออกลดลงเล็กน้อย (ปี 2561 = 2.92 แสนล้านบาท) ทั้งนี้ หากพิจารณาแยกตามหมวดหมู่ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 7 หมวด ข้อมูลระหว่างปี 2561-2562 พบว่า กลุ่มสาขาการออกแบบ มีมูลค่าการส่งออกสินค้าโดยเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ที่ 1.98 แสนล้านบาท อันดับที่ 2 คือ กลุ่มสาขาทัศนศิลป์ มีมูลค่า 0.38 แสนล้านบาท และอันดับที่ 3 ได้แก่ กลุ่มสาขางานฝีมือและหัตถกรรม มีมูลค่า 0.31 แสนล้านบาท

2. **มูลค่าการส่งออกภาคบริการสร้างสรรค์ของไทย** พิจารณาจากดุลบริการซึ่งเป็นผลสุทธิระหว่างรายรับและรายจ่ายของบริการระหว่างประเทศ โดยพิจารณาเฉพาะ 4 หมวดที่เกี่ยวข้องกับบริการสร้างสรรค์ ได้แก่ ค่าบริการทรัพย์สินทางปัญญา ค่าบริการโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์และบริการสารสนเทศ ค่าบริการส่วนบุคคล บริการด้านวัฒนธรรมและนันทนาการ และค่าบริการทางธุรกิจอื่น ๆ จากการประมวลผลข้อมูลระหว่างปี 2558-2562 จะพบว่า ประเทศไทยมีรายรับ (บริการรับ) เฉลี่ยทั้ง 4 กลุ่มเป็นเงิน 372,973.71

ล้านบาท และรายจ่ายเฉลี่ยเป็นเงิน 593,942.31 ล้านบาท ประเทศไทยจึงยังขาดดุลบริการในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ 220,968.60 ล้านบาท

3.2.3 ผลกระทบ (Impact) จากการที่ไทยดำเนินการลงทุนทั้งงบประมาณและการส่งเสริมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ได้เกิดผลลัพธ์เป็นสินค้าและบริการด้านความคิดสร้างสรรค์ ที่ช่วยสร้างมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยรวม และเกิดการจ้างงานในสาขาอาชีพสร้างสรรค์ พิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

- **มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์** จากข้อมูลปี 2561 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยมีมูลค่าอยู่ที่ 1.46 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.48 ล้านล้านบาทจากปี 2554 (0.98 ล้านล้านบาท) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5.8 ต่อปี แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เปรียบเทียบกับตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) พบว่า ปี 2561 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 8.93 ต่อ GDP โดยสัดส่วนสูงสุดอยู่ในปี 2558 ร้อยละ 9.1 และเมื่อทำการพิจารณาจำแนกรายอุตสาหกรรม 5 ปีย้อนหลัง (2557-2561) อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มูลค่าเฉลี่ย 3.08 แสนล้านบาท รองลงมา คือ อุตสาหกรรมอาหาร 2.71 แสนล้านบาท และ อุตสาหกรรมโฆษณา 1.95 แสนล้านบาท

- **แรงงานสร้างสรรค์** จากข้อมูลปี 2561 ประเทศไทยมีจำนวนแรงงานในสายอาชีพสร้างสรรค์ทั้งสิ้น 901,609 คน เมื่อพิจารณาแนวโน้มของจำนวนแรงงานนับตั้งแต่ปี 2559 - 2561 พบว่ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ประมาณ 100,000 คนต่อปี และหากพิจารณาตามกลุ่มอาชีพ พบว่ากลุ่มอาชีพสร้างสรรค์ที่มีสัดส่วนแรงงานรวมกันแล้วมากเป็นครึ่งหนึ่งของสัดส่วนแรงงานทั้งหมด ได้แก่ แรงงานในสายอาชีพงานฝีมือและหัตถกรรม ร้อยละ 32 และสายอาชีพโฆษณา ร้อยละ 23.24 โดยอนุมานได้ว่าจำนวนแรงงานไทยที่มีแนวโน้มลดลง เกิดจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและเศรษฐกิจไทยภาพรวมในช่วงเวลาดังกล่าวที่เติบโตชะลอตัว ความต้องการแรงงานในกลุ่มอาชีพนี้จึงมีน้อย นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังไม่ได้ถูกจัดอยู่ในนโยบายส่งเสริมหลักของภาครัฐ เช่น การกำหนดอุตสาหกรรมแห่งอนาคต 10 อุตสาหกรรม (10 S-Curve) หรือ โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นต้น
