

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

อุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย ทั้งในด้านการจ้างงานและมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีจำนวนแรงงานถึง 3.6 หมื่นคน สถาปนิกกว่า 3 หมื่นคนที่ขึ้นทะเบียนใบอนุญาตประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม และรายได้รวมของธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมสูงถึง 3 หมื่นล้านบาทในปี 2564 ตลอดจน ความสำคัญของบริการสถาปัตยกรรมที่เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการก่อสร้าง และอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และที่สำคัญ อุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมมีบทบาทหลักในการพัฒนาเมืองและคุณภาพชีวิตของประชาชน

● ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม

ในระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม (ภาพที่ 1) ผู้เล่นที่สำคัญ ได้แก่ (1) ลูกค้า (2) สถาปนิกและที่ปรึกษาอื่นๆ (3) ผู้รับเหมาก่อสร้าง (4) ผู้รับเหมาช่วง (5) ผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น สมาคมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และสถาบันอุดมศึกษา

ภาพที่ 1 ระบบนิเวศในอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม



ที่มา: คณะผู้วิจัย รวบรวมจากหลายแหล่ง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- **สถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมในตลาดโลกและในประเทศไทย**

อุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทยมีศักยภาพอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับต่างประเทศ โดยหากเปรียบเทียบจำนวนผลงานสถาปนิกไทยที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ เช่น Architecture Masterprize ประเทศไทยอยู่ที่อันดับ 16 จาก 60 ประเทศ ในปี 2562-2564

อย่างไรก็ตาม ในด้านการส่งออกสินค้าด้านสถาปัตยกรรม ในปี 2562 ตลาดส่งออกสินค้าสถาปัตยกรรมทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 115 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยฝรั่งเศสเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าด้านสถาปัตยกรรมสูงที่สุดของโลก (18.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) รองลงมาคือ เนเธอร์แลนด์ (17.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และเยอรมนี (10.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ขณะที่ ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าสถาปัตยกรรม 0.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอยู่ในอันดับที่ 17 ของโลก ในส่วนของการส่งออกบริการสถาปัตยกรรม ในปี 2561 ตลาดส่งออกบริการสถาปัตยกรรมมีมูลค่าประมาณ 7.2 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าตลาดนำเข้าอยู่มาก โดยสหราชอาณาจักร อินเดีย และสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีสัดส่วนรวมกันมากกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าการส่งออกบริการสถาปัตยกรรมของโลก อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลส่งออกบริการสถาปัตยกรรม

ก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 รายได้ของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.9 และมีการจ้างงานสูงถึง 5.1 หมื่นคนในปี 2562 แต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวลง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการก่อสร้าง และอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม โดยในปี 2563 และ 2564 อัตราการเติบโตของรายได้ผู้ประกอบการสถาปัตยกรรมอยู่ที่ร้อยละ -20.8 และ -9.8 ตามลำดับ และจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมลดลงเหลือ 4.6 หมื่นคน และ 3.6 หมื่นคน ตามลำดับ ดังนั้น การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมจึงมีความสำคัญเพื่อกระตุ้นการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมจากผลกระทบของโควิด-19 และเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมไทยให้สามารถแข่งขันในเวทีระดับโลกได้

- **แนวปฏิบัติที่ดีจากต่างประเทศ**

ประเทศที่มีแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม เช่น ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นประเทศชั้นนำในวงการสถาปัตยกรรมของโลก โดยประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนสถาปนิกที่ได้รับรางวัล

Pritzker Architecture Award¹ มากที่สุดในโลก และสหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่ส่งออกบริการสถาปัตยกรรม มากที่สุดในโลกในปี 2561

ญี่ปุ่นและสหราชอาณาจักรมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมที่สำคัญ ดังนี้

- นโยบายด้านอุปสงค์ เช่น เผยแพร่งานสถาปนิกสู่สากลเพื่อเปิดตลาด และช่วยจับคู่สถาปนิกกับลูกค้า
 - ประเทศญี่ปุ่นสนับสนุนสถาปนิกให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จากการตีพิมพ์นิตยสารด้านสถาปัตยกรรมทั้งภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ เพื่อเผยแพร่ผลงานของสถาปนิกญี่ปุ่น และเพื่อให้ทั่วโลกมีความรู้และความเข้าใจในหลักการทางสถาปัตยกรรมของญี่ปุ่น ให้บริการจับคู่ (Referrals Service) ของสถาบันสถาปนิกอังกฤษ (Royal Institute of British Architects: RIBA) ซึ่งเปิดให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการสถาปนิกสามารถรอกความ ต้องการของตนในแบบฟอร์มบนเว็บไซต์ของ RIBA จากนั้น RIBA จะเสนอรายชื่อ สถาปนิกที่เหมาะสมกับโครงการมาให้ 4-5 ราย ภายใน 5 วันทำการ โดยผู้ที่ได้รับเสนอ ชื่อทั้งหมดเป็นผู้ที่ผ่านมาตรฐานข้อบังคับของ RIBA (RIBA Chartered Practice)
- นโยบายด้านอุปทาน เช่น ส่งเสริมเยาวชนที่สนใจด้านสถาปัตยกรรม และเพิ่มโอกาสให้นักศึกษา สถาปัตยกรรมได้ฝึกงานและรับการแนะนำจากสถาปนิกที่มีประสบการณ์การทำงาน
 - โปรแกรมยกระดับทักษะ (Skills Up Program) ของ RIBA มุ่งส่งเสริมเยาวชนที่มีอายุ 15-18 ปี ที่มีความสนใจด้านสถาปัตยกรรม โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัด ประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เกี่ยวกับการจัดทำสรุ่ยย่อเกี่ยวกับความต้องการด้าน สถาปัตยกรรมของลูกค้า (Architectural brief) การปรับปรุงผลงานสะสม (Portfolio) สำหรับการรับสมัครมหาวิทยาลัย และการพัฒนาทักษะการวาดภาพแบบสถาปนิกด้วย เครื่องมือต่าง ๆ
 - ประเทศญี่ปุ่นเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกงานในบริษัทสถาปนิก ดังเช่นในกรณี Open Desk Program ของสถาบันสถาปนิกญี่ปุ่น (JIA) และเปิดโอกาสให้มีการจับคู่นักศึกษา กับสถาปนิกที่มีประสบการณ์การทำงานจริงเพื่อแนะนำเกี่ยวกับโลกการทำงานจริง

● จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis)

จากการศึกษาสถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมในประเทศและต่างประเทศ รวมถึง ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมข้างต้น คณะผู้วิจัยได้ทำการ

¹ รางวัล Pritzker Architecture Award เป็นรางวัลด้านสถาปัตยกรรมระดับโลกที่ได้รับการยอมรับสูงสุด

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ 7 ประการ ได้แก่ (1) ความสามารถในการแข่งขันด้านบริการ (2) สภาพเศรษฐกิจและกฎระเบียบ (3) สภาพแวดล้อมทางสังคม (4) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (5) ทรัพยากรธรรมชาติ (6) ทรัพยากรมนุษย์ และ (7) การจัดการและเทคโนโลยี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>S1. สถาปนิกไทยหลายรายมีชื่อเสียงจากการได้รับรางวัลในระดับโลก และสถาปนิกส่วนหนึ่งมีคุณภาพสูง</p> <p>S2. หน่วยงานกำกับดูแลวิชาชีพสถาปนิก และสมาคมสถาปนิกที่เข้มแข็ง</p> <p>S3. วัสดุก่อสร้างท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ไม้ไผ่ และ หวาย</p>	<p>W1. ภาคเอกชนรายใหญ่ส่วนหนึ่งมีค่านิยมเลือกใช้สถาปนิกต่างชาติเป็นผู้ออกแบบโครงการ</p> <p>W2. ภาครัฐส่วนหนึ่งยังไม่เห็นถึงความสำคัญ และไม่เข้าใจกระบวนการทำงานของวิชาชีพ และกำหนด TOR ที่ตายตัว</p> <p>W3. บริษัทสถาปนิกไทยจำนวนหนึ่งมีข้อจำกัดด้านทักษะภาษาอังกฤษ และการเข้าถึงซอฟต์แวร์ เช่น Building Information Modelling</p> <p>W4. ความเข้าใจกระบวนการทำงานของสถาปนิกในสังคมไทยยังจำกัด</p> <p>W5. บัณฑิตจบใหม่ส่วนหนึ่งมีปัญหาด้านคุณภาพ และเข้าสู่อุตสาหกรรมลดลง</p>
โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
<p>O1. อาเซียนมีอัตราการเติบโตสูง และความเป็นเมืองมากขึ้น รวมทั้ง ประเทศไทยมีข้อตกลงยอมรับร่วมคุณสมบัติ นักวิชาชีพอาเซียน (MRA) ซึ่งรวมถึง อาชีพสถาปนิก</p> <p>O2. คนรุ่นใหม่มีมุมมองที่เข้าใจงานสถาปนิกมากขึ้น</p> <p>O3. กระแสสถาปัตยกรรมเพื่อความยั่งยืน และคนเปลี่ยนพฤติกรรมทำงานจากที่บ้าน ทำให้ความต้องการออกแบบสถาปัตยกรรมมากขึ้น</p> <p>O4. ประเทศไทยมีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น วัด พระแก้ว</p>	<p>T1. คู่แข่งต่างชาติเข้ามาแข่งขันในตลาดระดับบนมากขึ้น</p> <p>T2 ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจต่ำ ทำให้ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างชะลอตัว</p> <p>T3. การชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไทยส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย</p>

ที่มา: คณะผู้วิจัย

- **มาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทยในปัจจุบัน**

ในปัจจุบัน นโยบายหรือมาตรการของภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทย ยังมีอยู่อย่างจำกัด เช่น การจัดซื้อจัดจ้างงานสถาปัตยกรรมโดยภาครัฐ ซึ่งมีกรมบัญชีกลาง เป็นผู้กำหนดอัตรา ค่าจ้างงานออกแบบของหน่วยงานภาครัฐ และโครงการ CEA Online Academy ของสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการให้ความรู้ต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น หลักสูตร Everyday Architecture ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของงานสถาปัตยกรรมและงานออกแบบ

ดังนั้น หากประเทศไทยต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมอย่างจริงจัง หน่วยงานภาครัฐ ควรร่วมมือกับสมาคมภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ในการกำหนดยุทธศาสตร์และเป้าหมายการพัฒนา อุตสาหกรรมร่วมกัน ตลอดจนแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น เช่น การพัฒนากฎระเบียบในการจัดซื้อจัดจ้างงาน ออกแบบภาครัฐ ให้เอื้อต่ออุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมมากยิ่งขึ้น

- **แผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม**

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมทั้งในและต่างประเทศ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรม การศึกษามาตรการหรือนโยบายในการ สนับสนุนอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของประเทศไทยในปัจจุบัน และแนวทางปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคการศึกษา นำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทย โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ของ การพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมคือ การมุ่งสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ พัฒนาเมือง และคุณภาพชีวิต ของประชาชน และมีเป้าหมายด้านเศรษฐกิจคือ รายได้ของธุรกิจบริการสถาปัตยกรรมของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ต่อปี ร้อยละ 5.8 ในช่วงปี 2566-2570 ขณะที่เป้าหมายด้านสังคมคือ โครงการรัฐมีบทบาทพัฒนาเมืองและ คุณภาพชีวิตของประชาชนเพิ่มขึ้น x แห่ง ในช่วงปี 2566-2570 ทั้งนี้ ในส่วนของการกำหนดตัวเลขเป้าหมาย ควร เป็นการปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และควรสอดคล้องกับงบประมาณใน การสนับสนุน

ในการนี้ เพื่อให้วิสัยทัศน์ดังกล่าวเป็นจริง ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการที่สำคัญ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาบุคลากร

แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- (1) เปิดเผยข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของหลักสูตรสถาปัตยกรรม
- (2) สนับสนุนให้เด็กไทยมีโอกาสได้ทุนไปเรียนต่อต่างประเทศและมีประสบการณ์ในการทำงานจาก ต่างประเทศ

- (3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และทักษะภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ
- (4) ปรับปรุงการเรียนการสอนในหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การขยายตลาดภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- (1) เผยแพร่ชื่อเสียงของสถาปนิกไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในไทยและต่างประเทศ
- (2) สนับสนุนการประกวดเพื่อเผยแพร่ผลงานในต่างประเทศ
- (3) ส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพออกตลาดต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การขยายตลาดภาครัฐ

แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- (1) ทบทวนกฎระเบียบเพื่อปรับปรุงการจัดจ้างออกแบบของภาครัฐ
- (2) พิจารณาให้ผู้แทนจากสภาสถาปนิกหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นกรรมการ โดยเฉพาะในงานที่มีความซับซ้อนมาก
- (3) สร้างความตระหนักและความเข้าใจถึงคุณค่าและมูลค่าของงานออกแบบสถาปัตยกรรมของภาครัฐ

นอกเหนือจากการดำเนินแผนปฏิบัติการดังกล่าวข้างต้น แผนปฏิบัติการที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และข้อมูลที่ใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง

ในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคการศึกษา จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในการดำเนินการบางประการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาจพิจารณาเป็นเจ้าภาพหลัก และทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมดังกล่าวให้เป็นผลสำเร็จ

รายละเอียดของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ เป้าหมายทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์และผลลัพธ์ที่สำคัญ รวมทั้งแผนปฏิบัติการในระยะเร่งด่วน (6-12 เดือน) ระยะกลาง (1-2 ปี) และระยะยาว (3-5 ปี) และตัวชี้วัดสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ II

ตารางที่ II ภาพรวมของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทย

วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทย ระยะ 5 ปี (2566-2570): “อุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรมของไทยมุ่งสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ พัฒนาเมืองและคุณภาพชีวิตของประชาชน”			
เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ: รายได้ของธุรกิจบริการสถาปัตยกรรมของไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 5.8 ในช่วงปี 2566-2570			
เป้าหมายด้านสังคม: โครงการรัฐมีบทบาทพัฒนาเมืองและคุณภาพชีวิตของประชาชนเพิ่มขึ้น x แห่ง ในช่วงปี 2566-2570			
	ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาบุคลากร	ยุทธศาสตร์ที่ 2: การขยายตลาดภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ	
	ยุทธศาสตร์ที่ 3: การขยายตลาดภาครัฐ		
ผลลัพธ์ที่สำคัญ	อัตราบัณฑิตที่สอบผ่านใบอนุญาตอยู่ที่ร้อยละ 60 ภายในปี 2570	อัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 ต่อปี และสัดส่วนรายได้จากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ x ภายในปี 2570	สัดส่วน งบประมาณจัดซื้อจัดจ้างงานออกแบบ จากงานจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมดเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 0.3 ภายในปี 2570
ระยะเวลา	แผนปฏิบัติการ		
ระยะเร่งด่วน: 6-12 เดือน (ดำเนินการต่อเนื่องตลอด 5 ปี)	<p>1) เปิดเผยข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์ ตัวชี้วัด: อัตราบัณฑิตที่สอบผ่านใบอนุญาตเพิ่มขึ้นร้อยละ x และรายได้เฉลี่ยของบัณฑิตจบใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ x</p> <p>2) สนับสนุนให้เด็กไทยมีโอกาสได้ทุนไปเรียนต่อต่างประเทศและมีประสบการณ์ในการทำงานจากต่างประเทศ ตัวชี้วัด: จำนวนนักศึกษาสาขาสถาปัตยกรรมที่ได้ทุนเพิ่มขึ้น x คนทุกปี</p> <p>3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และทักษะภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ ตัวชี้วัด: จำนวนบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ x ราย ผลผลิตภาพของบริษัทที่ร่วมโครงการเพิ่มขึ้น ร้อยละ x และบริษัทสถาปนิกมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้น ร้อยละ x</p>	<p>1) เผยแพร่ชื่อเสียงของสถาปนิกไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในไทยและต่างประเทศ ตัวชี้วัด: จำนวนผู้เข้าชมจากทุกแพลตฟอร์มอย่างน้อย x คนและเพิ่มขึ้นร้อยละ x ทุกปี</p>	
	<p>การพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมบริการสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และข้อมูลที่ใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง</p> <p>ตัวชี้วัด: ฐานข้อมูลสำคัญและข้อมูลฐาน (base line) เพื่อใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง ที่สมบูรณ์และครบถ้วน</p>		
ระยะกลาง: 1-2 ปี (ดำเนินการต่อเนื่องตลอด 5 ปี)	<p>2) สนับสนุนการประกวดเพื่อเผยแพร่งานในต่างประเทศ ตัวชี้วัด: จำนวนงานสถาปัตยกรรมที่ชนะการประกวดงานในต่างประเทศเพิ่มขึ้น x งาน ต่อปี</p> <p>3) ส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพออกตลาดต่างประเทศ ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ x</p>	<p>1) ทบทวนกฎระเบียบเพื่อปรับปรุงการจัดจ้างออกแบบของภาครัฐ ตัวชี้วัด: ผลการทบทวนกฎหมายหรือกฎระเบียบ อย่างน้อย x เรื่อง ต่อปี และกฎหมายและกฎระเบียบที่ได้รับการแก้ไข x เรื่อง ต่อปี</p> <p>2) พิจารณาให้ผู้แทนจากสภาสถาปนิก/สมาคมที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นกรรมการ โดยเฉพาะในงานที่มีความซับซ้อนมาก</p> <p>ตัวชี้วัด: จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างงานออกแบบที่มีความซับซ้อนมากของภาครัฐลดลงอย่างน้อยร้อยละ x ต่อปี</p>	
ระยะยาว: 3-5 ปี	<p>4) ปรับปรุงการเรียนการสอนในหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์ โดยเฉพาะหลักสูตรที่บัณฑิตมีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ต่ำ</p> <p>ตัวชี้วัด: อัตราบัณฑิตที่สอบผ่านใบอนุญาตเพิ่มขึ้นร้อยละ x และรายได้เฉลี่ยของบัณฑิตจบใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ x</p>		<p>3) สร้างความตระหนักและความเข้าใจถึงคุณค่าและมูลค่าของงานออกแบบสถาปัตยกรรมของภาครัฐ</p> <p>ตัวชี้วัด: จำนวนโครงการที่ให้ความสำคัญแก่งานออกแบบเพิ่มขึ้นร้อยละ x ต่อปี และผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้นในเชิงเศรษฐกิจและสังคมที่วัดได้</p>

ที่มา: คณะผู้วิจัย