

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

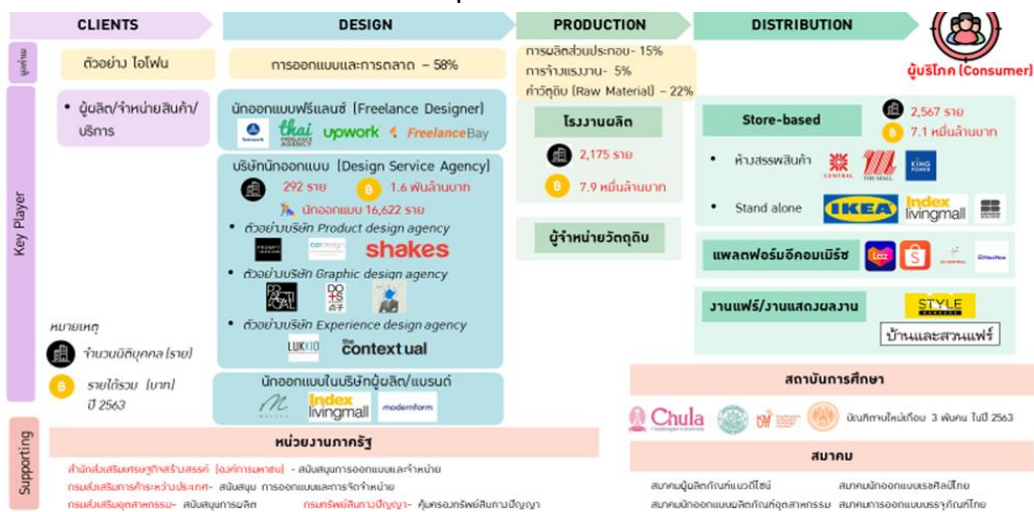
อุตสาหกรรมบริการออกแบบมีความสำคัญต่อประเทศไทยทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ ในด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยมีจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมมากกว่า 1.9 หมื่นคน และรายได้จาก อุตสาหกรรมบริการออกแบบสูงถึง 1.7 พันล้านบาท ในปี 2564 ตลอดจน มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับ อุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ขณะทีในด้านสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมบริการออกแบบมีบทบาทสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

● ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ

ในระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (ภาพที่ 1) ผู้เล่นที่สำคัญ ได้แก่ (1) ลูกค้า (2) นักออกแบบ ซึ่งแบ่งออกเป็น นักออกแบบอิสระ (freelance designer) บริษัทนักออกแบบ (design service agency) และนักออกแบบที่อยู่ในบริษัทผู้ผลิตหรือแบรนด์ต่าง ๆ (3) ผู้จำหน่ายวัตถุดิบและ โรงงานผลิต และ (4) ห้างสรรพสินค้าและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลงาน ออกแบบต่าง ๆ ของนักออกแบบไทย นอกจากนี้ ยังมีสมาคมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม หน่วยงาน ของรัฐที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษา

ในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ คณะผู้วิจัยจะมุ่งเน้นในส่วนของนักออกแบบ ซึ่ง สามารถจำแนกได้ออกเป็น 3 สาขาใหญ่คือ (1) สาขาการออกแบบวัตถุ เช่น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (2) สาขา การออกแบบภาพ เช่น นักออกแบบกราฟิก และ (3) สาขาการออกแบบประสบการณ์

ภาพที่ 1 ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย



ที่มา: คณะผู้วิจัย รวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ Kraemer, Linden, and Dedrick (2011)

- **สถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบในโลกและในประเทศไทย**

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

สำหรับประเทศไทย รายได้ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะปรับตัวลดลงในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก 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 การจัดซื้อจ้างการออกแบบที่มีคุณภาพ และการมอบเครดิตและแต้มต่อสำหรับผู้ประกอบการที่จ้างนักออกแบบ
 - การจัดซื้อจ้างการออกแบบที่มีคุณภาพ เช่น การจัดทำคู่มือจัดซื้อจัดจ้างการออกแบบของภาครัฐ ในประเทศสิงคโปร์
 - การมอบเครดิตและแต้มต่อสำหรับผู้ประกอบการที่จ้างนักออกแบบ เช่น การให้เครดิตภาษีสำหรับงานออกแบบ (Design Tax Credit) ของรัฐคิวเบค ประเทศแคนาดา
 - การแสวงหาตลาดนานาชาติให้นักออกแบบในประเทศ เช่น การช่วยนักออกแบบของเกาหลีใต้ในการหาลูกค้าในตลาดประเทศจีนของสถาบันการส่งเสริมการออกแบบเกาหลี (Korea Institute of Design Promotion: KIDP) ซึ่งมีสาขาอยู่ในประเทศจีน
 - การจัดทำรายการสารคดีเกี่ยวกับการออกแบบ เช่น ในช่วงปี 1990 เกาหลีใต้จัดทำรายการสารคดีเพื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการออกแบบ เช่น Winning

by Design โดย Korea Broadcasting System (KBS) และ Why Design โดย Moonhwa Broadcasting System (MBC)

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

○ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT)

หากพิจารณาจากปัจจัยภายใน จุดแข็งที่สำคัญของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย ได้แก่ นักออกแบบของไทยได้รับรางวัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการประกวดในเวทีระดับนานาชาติ ความโดดเด่นของวัสดุท้องถิ่นของไทยที่ช่วยให้งานออกแบบของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น บริษัทสตาร์บัคส์ (Starbucks) ได้นำเฟอร์นิเจอร์ของแบรนด์ Bambuniqué ไปใช้ในร้านกาแฟของ Starbucks ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และหน่วยงานภาครัฐมีการจัดทำกิจกรรมความรู้ต่าง ๆ และมีห้องสมุดของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ซึ่งเป็นแหล่งความรู้สำหรับนักออกแบบ

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

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

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ

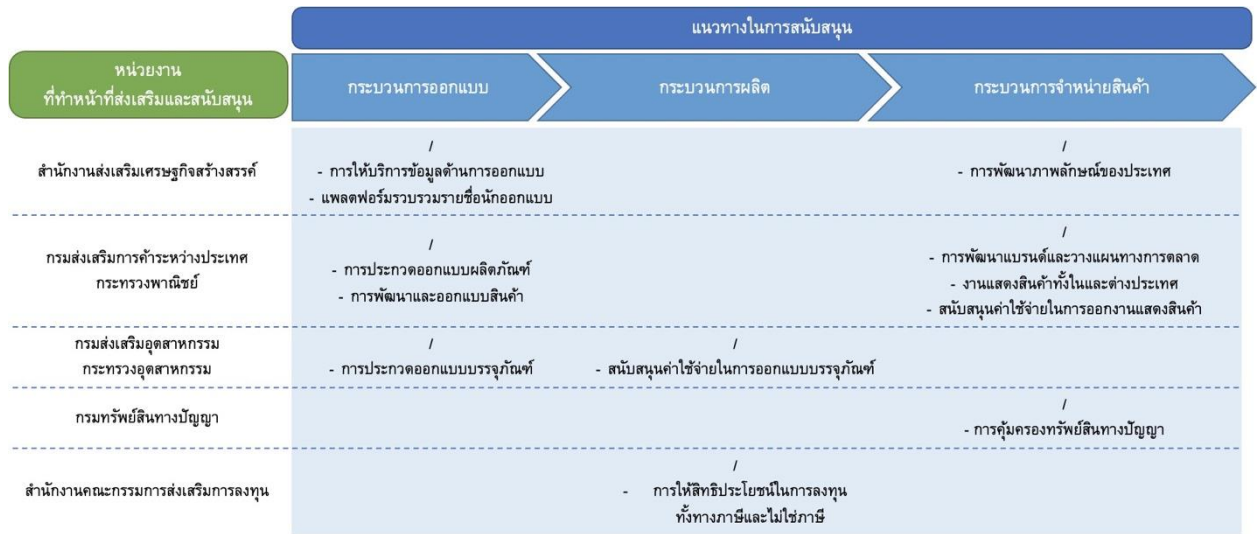
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>S1. นักออกแบบจำนวนหนึ่งได้รับรางวัลในระดับโลก</p> <p>S2. กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในประเทศไทย เช่น การประกวด DE Mark การจัดงาน Bangkok Design Week และการให้บริการข้อมูลด้านการออกแบบของ TCDC</p> <p>S3. ความโดดเด่นของวัสดุท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ หวาย และ ไบโกลาน</p>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

ที่มา: คณะผู้วิจัย

- **มาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทยในปัจจุบัน**

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมบริการออกแบบได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหลายแห่ง เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) กรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 11 อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐมักขาดการบูรณาการในการทำงาน และกิจกรรมส่วนมากเป็นการสนับสนุนรายโครงการและไม่ต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย

ภาพที่ II แนวทางการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการออกแบบ



ที่มา: คณะผู้วิจัย

● แผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบ

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมบริการออกแบบทั้งในและต่างประเทศ และจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรม รวมทั้งการศึกษามาตรการหรือนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการออกแบบในประเทศ และแนวทางปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ ประกอบกับข้อมูลการสัมภาษณ์ และการประชุมร่วมกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบของไทย โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบคือ 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 และบูรณาการทำงานเพื่อมุ่งเป้าหวังผล 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 ที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบริการออกแบบดังกล่าวให้เป็นผลสำเร็จ

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

ตารางที่ II 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 หมื่นบาท เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80 ภายในปี 2570	อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมของรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี		อันดับของไทยในเวทีประกวดการออกแบบที่สำคัญดีขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับในปี 2570
ระยะเวลา	แผนปฏิบัติการ			
6-12 เดือน (ดำเนินการต่อเนื่องตลอด 5 ปี)	1) ส่งเสริมเยาวชนโดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ <i>ตัวชี้วัด: เยาวชนที่สมัครเข้าร่วมโครงการมีจำนวนมากขึ้นร้อยละ X ต่อปี</i> 2) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งความรู้ระดับโลก <i>ตัวชี้วัด: จำนวนเด็กไทยที่ได้ทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ X ทุกปี และจำนวนผู้เข้าร่วม workshop ใหม่ และที่กลับเข้ามาเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i> 3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ <i>ตัวชี้วัด: บริษัทออกแบบมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i> 4) อำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ใช้บริการใหม่และที่กลับมาซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ X</i>	1) จัดทำสารคดีเกี่ยวกับคุณค่าของการออกแบบ และเผยแพร่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการใช้งานออกแบบเพิ่มขึ้น <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้เข้าชมจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างน้อย X คน และเพิ่มขึ้นร้อยละ X ต่อปี</i> 2) จัดทำโปรแกรมต้นแบบเพื่อสร้างความตระหนักถึงประโยชน์ของงานออกแบบ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ X</i>		
	การพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมบริการออกแบบ โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ และข้อมูลที่ใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง <i>ตัวชี้วัด: ฐานข้อมูลสำคัญและข้อมูลฐาน (base line) เพื่อใช้วัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้จริง ที่สมบูรณ์และครบถ้วน</i>			
1-2 ปี (ดำเนินการต่อเนื่อง)		3) สร้างความเข้าใจแก่ภาครัฐในการจ้างงานออกแบบโดยเฉพาะการออกแบบบริการ โดยปรับปรุงการจัดจ้างงานออกแบบของภาครัฐ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนข้อร้องเรียนลดลงร้อยละ X</i>		1) ส่งเสริมนักออกแบบรุ่นใหม่ในการประกวดแข่งขันในประเทศ และเติบโตในตลาดต่างประเทศ <i>ตัวชี้วัด: จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก และอันดับของประเทศไทยสูงขึ้น</i>
3-5 ปี	5) ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยและสอนทักษะที่ตลาดต้องการ <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>		

ที่มา: คณะผู้วิจัย