

CEA OUTLOOK

จิกระแสอนาคตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | มกราคม - มิถุนายน 2563

03

CREATIVITY INDEX

ดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์

ISSN 2651-1533



9 772651 153008

เกี่ยวกับ CEA

ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ CEA มีบทบาทสำคัญในการเป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อนำไปสู่การผลักดันให้เกิดนโยบายด้านต่างๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ การพัฒนาย่านสร้างสรรค์ การจัดทำฐานข้อมูลและงานวิจัย ตลอดจนการร่วมจัดทำโครงการต่างๆ ของภาครัฐ CEA ยังเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เกิดและเติบโตด้วยการจัดหาทรัพยากรความรู้และโอกาสในการพัฒนานักสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค พร้อมกับการกระตุ้นให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และภาคการผลิตจริง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการในระดับสากล

นอกจากนี้ CEA ยังส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มประชาชนทั่วไป เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสนับสนุนและนำไปสู่การบริโภคและการลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ต่อไป



คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา	อภิสิทธิ์ ไส้สตรูไกล
กองบรรณาธิการ	ศิริอร หริ่มปราณี กวิน เทพปฏิพจน์ พัฒนิตา มิตรภักดี นันทิยา วรเพชรราษฎร์ วัศพล เพ็งเล็ง สฤณี โชคชัยนิรันดร์ วรรณัน รุจิรัตน์ นุชนันท์ สวรรค์พิทักษ์
ออกแบบ	ภิรมย์ยา ไชยรอด อศิรัฐ สะอุ
แปล	วรรณัน รุจิรัตน์
จัดทำโดย	CEA Creative Economy Agency (Public Organization) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) อาคารประชานิยมกลาง 1160 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 ประเทศไทย โทรศัพท์ 02 105 7400 โทรสาร 02 105 7450 WWW.CEA.OR.TH
โรงพิมพ์	บริษัท ชันต์การพิมพ์ จำกัด





Volume

03

CREATIVITY INDEX

สารบัญ

12

ดัชนีชี้วัดด้าน
ความคิดสร้างสรรค์
(Creativity Index)

16

Global
Creativity
Index (GCI)

20

Creative
Productivity
Index (CPI)

28

Global
Innovation
Index (GII)

34

Creative City
Index (CCI)

42

Hong Kong
Creativity Index
(HKCI)

50

สรุปการเปรียบเทียบ
ดัชนีชี้วัดด้านความ
คิดสร้างสรรค์

51

แนวทางการจัดทำ
ดัชนีชี้วัดด้าน
ความคิดสร้างสรรค์
ของประเทศไทย

คำนำ

เรามักจะสงสัยและตั้งคำถามว่า “ความคิดสร้างสรรค์” นั้น จำต้องได้หรือไม่ ในทางหนึ่ง ความคิดสร้างสรรค์ คือ จินตนาการ ความหลงใหล ที่แสดงผ่านชิ้นงานไม่ว่าจะเป็น คำพูด ท่าทาง ตัวโน้ต หรือ ผืนผ้าใบ ซึ่งชิ้นงานเหล่านั้นได้จรรโลงใจผู้สร้างสรรค์และผู้สัมผัสในแง่มุมมองต่าง ๆ กันไปแต่ในอีกทางหนึ่ง เมื่อชิ้นงานจากความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้นสามารถจับต้องได้มากขึ้น โดยถ่ายทอดความพอใจสู่การแลกเปลี่ยนและมูลค่าเพิ่ม ก็เกิดเป็นความสามารถในทางธุรกิจและศักยภาพทางการแข่งขัน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวม

และเมื่อสถานะของ “ความคิดสร้างสรรค์” ก้าวสู่การเป็นปัจจัยสำคัญ ในความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) และความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่มีการพูดถึงกันมาอย่างช้านานแล้ว “ความคิดสร้างสรรค์” จึงต้องได้รับการเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmark) ผ่านเครื่องมือต่าง ๆ กันอย่างแพร่หลายนับตั้งแต่การเปรียบเทียบระหว่างบุคคล ระหว่างองค์กร ไปจนถึงการเปรียบเทียบระหว่างประเทศ

ปัจจุบัน การเปรียบเทียบสมรรถนะทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศนั้น มีเครื่องมือที่จัดทำขึ้นและได้รับการยอมรับในวงกว้าง คือ การจัดทำดัชนี (Index) ซึ่งจัดทำขึ้นจากการประเมินขีดสมรรถนะในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับวัตถุประสงค์ของดัชนีนั้น ๆ เช่น ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศในภาพรวม อาทิ WEF’s The Global Competitiveness , IMD’s World Competitiveness Ranking หรือจะเป็นการประเมินเฉพาะเรื่อง อาทิ World Bank’s Ease of Doing Business Index , IMD’s Smart City Index หรือ UNDP’s Human Achievement Index เป็นต้น ซึ่งแต่ละประเทศเองก็มักจะใช้ผลจากการจัดอันดับหรือค่าของดัชนีเหล่านี้ในการนำเสนอขีดความสามารถของประเทศตนเองเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนหรือคู่ค้าต่างชาติ ในขณะเดียวกัน ก็ยังมีการนำผลของดัชนีดังกล่าวมาประมวลเพื่อผลักดันเป็นนโยบายหรือโครงการในการพัฒนาจุดด้อยต่าง ๆ

ด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ ในมิติทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ศาสตราจารย์ริชาร์ด ฟลอริดา (Richard Florida) ได้ริเริ่มแนวคิดและจัดทำดัชนีชี้วัดขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ขึ้นในปี ค.ศ. 2002 ซึ่งในปัจจุบันก็มีหลากหลายสถาบันและหน่วยงานที่ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาต่อยอดและจัดทำดัชนีที่สะท้อนขีดความสามารถทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นมาในมุมต่าง ๆ ทั้งทางด้านทักษะความสามารถของผู้คน ผลงานเชิงสร้างสรรค์หรือนวัตกรรม หรือแม้แต่ด้านพื้นที่หรือระบบนิเวศ เป็นต้น

CEA Outlook ฉบับนี้ จึงได้รวบรวมดัชนีที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์จากแหล่งต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อนำเสนอให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการจัดทำดัชนีต่าง ๆ องค์กรประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้อง แนวทางการประเมินหรือวิเคราะห์ดัชนีต่าง ๆ ตลอดจนแนวทางในการพัฒนาดัชนีวัดด้านความคิดสร้างสรรค์ของประเทศไทยขึ้นมา ทั้งหมดนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่า “ความคิดสร้างสรรค์” นั้น มีสมรรถนะที่จับต้องได้และสามารถวัดผลได้ อันเป็นสาเหตุสำคัญที่ประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งสร้าง ค้นหา รวบรวม สถิติพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อสร้างดัชนีที่เปรียบเทียบสมรรถนะของประเทศไทยกับระดับสากล ซึ่งจะช่วยให้เราได้เห็นทิศทางการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศ และที่สำคัญที่สุด คือ ทำให้เราได้เห็นตัวเราในวันนี้ และวันข้างหน้าได้อย่างมีความหวังนั่นเอง

อภิสิทธิ์ ไส้ครุโก

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ดัชนีชี้วัดด้าน ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Index)



เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยทุนทางศิลปะ วัฒนธรรม ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งหลายประเทศได้ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการยกระดับเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศในวงกว้าง โดยการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละประเทศนั้น มีความแตกต่างหลากหลายทั้งในด้านต้นทุนทางวัฒนธรรม รูปแบบ วิธีการ หรือระบบนิเวศ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น สะท้อนผ่านรูปแบบผลิตภัณฑ์และการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะสำหรับแต่ละประเทศ หรือแต่ละพื้นที่ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ได้พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นเกมส์ การ์ตูน ภาพยนตร์หรือสื่อต่าง ๆ และใช้เป็นเครื่องมือต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมอื่นในประเทศ จน

ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

จากแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่นี้ ส่งผลให้หลายประเทศและหลายหน่วยงานเห็นความสำคัญ และนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ พร้อมทั้งได้ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบางส่วนได้จัดทำเป็นดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ขึ้น ผ่านการจัดหมวดหมู่ ลำดับความสำคัญ และคัดเลือกประเด็นการพัฒนาที่ต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และบริบทแวดล้อมของหน่วยงานที่ดำเนินการ โดยเบื้องต้นมีการแบ่งรูปแบบของดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Index) เป็น 2 รูปแบบหลัก คือ



1) ดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ ระดับนานาชาติ

จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบ และวัดระดับของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศต่าง ๆ ซึ่งการศึกษาเบื้องต้นพบว่ามีดัชนีชี้วัดประเภทนี้จำนวน 3 ชุด คือ

- Global Creativity Index

โดย Martin Prosperity Institute

- Creative Productivity Index

โดย The Economist Intelligence Unit เพื่อธนาคารพัฒนาเอเชีย (The Asian Development Bank: ADB)

- Global Innovation Index โดย Cornell University สถาบันธุรกิจ INSEAD และองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO)



2) ดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ ระดับประเทศ

ส่วนมากจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละประเทศ เพื่อติดตามและประเมินสถานะการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดนโยบาย และจัดทำแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่มากยิ่งขึ้น ตัวอย่างประเทศที่จัดทำดัชนีชี้วัดในกลุ่มนี้ ได้แก่

- Creative City Index (CCI) โดย The ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation (CCI) ประเทศออสเตรเลีย

- Hong Kong Creativity Index (HKCI) โดย The Center for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong เขตปกครองพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบดัชนีชี้วัดทั้งหมดนี้ แต่ละชุดดัชนีมีจุดเด่น จุดสนใจ และประเด็นสำคัญของการติดตาม ประเมินสถานการณ์ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันไป โดยมีรายละเอียดของดัชนีชี้วัดทั้ง 5 ชุด ดังต่อไปนี้



1

Global Creativity Index (GCI) โดย Martin Prosperity Institute



การทำดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ริเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545 โดยศาสตราจารย์ ริชาร์ด ฟลอริดา (Richard Florida) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาพื้นที่เมืองผ่านมุมมองการใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์และสังคมวิทยา โดยได้นำเสนอแนวคิดเรื่อง “ชนชั้นสร้างสรรค์” (Creative Class) ที่

ระบุว่า “การจะพัฒนาเศรษฐกิจและเมืองอย่างยั่งยืนได้นั้น ทางผู้กำหนดนโยบายควรให้ความสำคัญกับบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนามนุษย์ (People Climate) มากกว่าการพัฒนาสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศสำหรับธุรกิจ (Business Climate)” เนื่องจาก ริชาร์ดมองว่า ชนชั้นสร้างสรรค์เป็นกลุ่มคนที่สามารถที่เอาความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์มาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งเมืองที่สามารถดึงดูดผู้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ได้มากย่อมมีโอกาสที่เศรษฐกิจในเมืองนั้น ๆ จะเติบโตได้ดีมากขึ้น

ปัจจัยที่สามารถดึงดูดกลุ่มชนชั้นสร้างสรรค์ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ กลุ่มคนที่มีความสามารถ (Talent) เทคโนโลยี (Technology) และความเปิดกว้างทางสังคม (Tolerance) ซึ่งเรียกรวมว่า “3T” จากแนวคิด 3T นี้ ได้ถูกพัฒนาขึ้นเป็นดัชนีชี้วัดขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับโลก หรือ Global Creativity Index (GCI) ซึ่งมีการวัดใน 3 หมวดหลัก คือ กลุ่มคนที่มีความสามารถ เทคโนโลยี และความเปิดกว้างทางสังคม โดยในแต่ละหมวด มีดัชนีชี้วัดอย่างละ 2 ตัวชี้วัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นการวัดและประเมินขีดความสามารถอย่างง่าย ไม่ซับซ้อน และมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



1) ดัชนีชี้วัดในมิติด้านกลุ่มคนที่มีความสามารถ (Talent) ให้ความสำคัญกับความสามารถของทุนมนุษย์ในแต่ละประเทศ โดยพิจารณาจากข้อมูล 2 ส่วนดังนี้

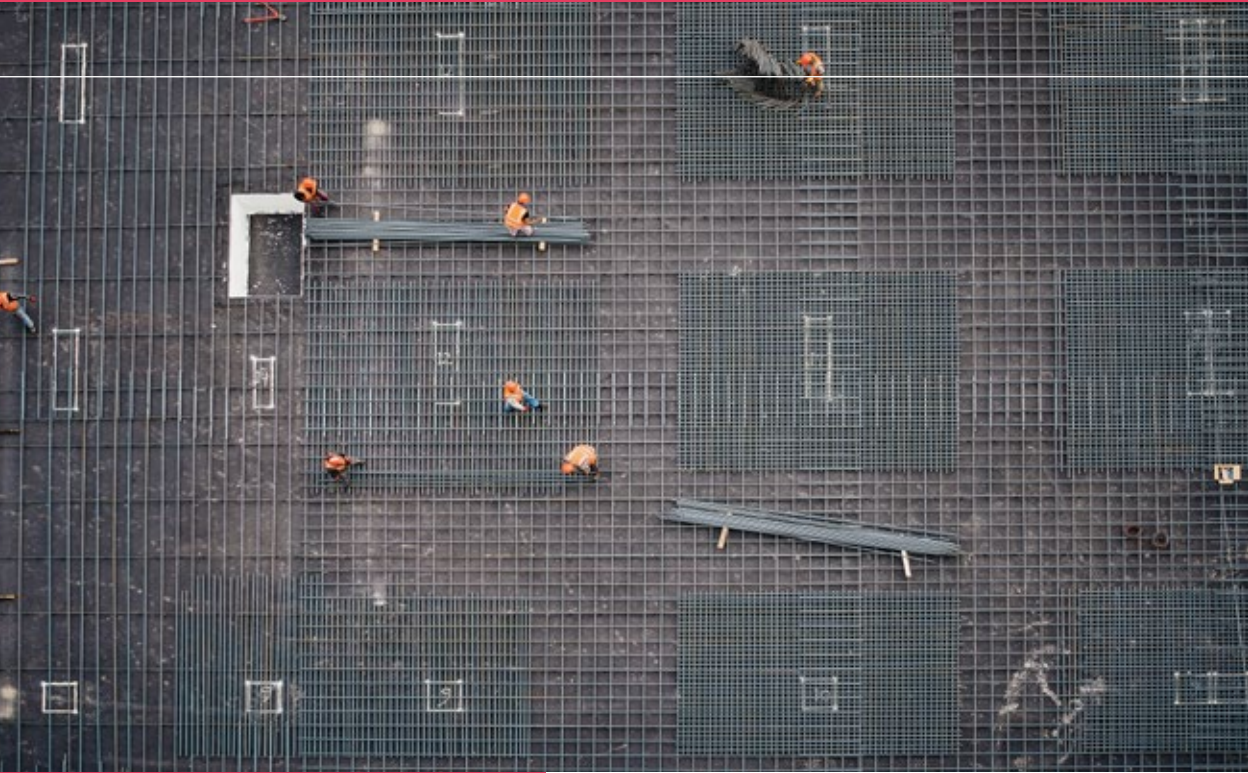
- จำนวนแรงงานในกลุ่มสร้างสรรค์ (Country's labor force from creative class) พิจารณาจากแรงงานในสายอาชีพหลักด้านวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และการบริหารจัดการ

- **ความสำเร็จทางการศึกษา (Educational Attainment)** พิจารณาจากจำนวนประชากรที่จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา

2) ดัชนีชี้วัดในมิติด้านเทคโนโลยี (Technology) ให้ความสำคัญกับการพัฒนา งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ หรือผลงานที่เกิดขึ้นใหม่ โดยพิจารณาจากข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

- การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D Investment) พิจารณาจากสัดส่วนเงินลงทุนในงานวิจัยต่อ GDP โดยเงินลงทุนในงานวิจัย หมายถึง งานวิจัยพื้นฐาน งานวิจัยประยุกต์ และการทดลองต่างๆ

- **นวัตกรรม (Innovation)** พิจารณาจากจำนวนการจดสิทธิบัตร ต่อจำนวนประชากร 1 ล้านคน



3) ดัชนีชี้วัดในมิติด้านความเปิดกว้างทางสังคม (Tolerance) เป็นการพิจารณาทัศนคติ การยอมรับความแตกต่างหลากหลายของประชาชน ซึ่งเป็นปัจจัยอีกส่วนหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการสำรวจข้อมูลแบบสอบถาม ใน 2 ประเด็นหลัก คือ

- ชนกลุ่มน้อยทางเชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Racial & Ethnic Minorities)
- การยอมรับเพศที่ 3 (Gay & Lesbian Tolerance)

จากรายละเอียดข้างต้น GCI จึงเป็นดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ที่ประเมินข้อมูลอย่างง่าย จึงทำให้มีจำนวนตัวอย่างในการศึกษามากที่สุด 139 ประเทศ โดยข้อมูล GCI ปีล่าสุดที่จัดเก็บในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทย มีขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในลำดับที่ 81



2

**Creative Productivity Index
(CPI) โดย The Economist
Intelligence Unit (EIU)
เพื่อธนาคารพัฒนาเอเชีย
(Asian Development
Bank: ADB)**



วัตถุประสงค์ของการจัดทำ Creative Productivity Index คือ การส่งเสริมให้ภาคส่วนต่าง ๆ มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้น และสามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและสร้างเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมได้ กรอบแนวคิดในการจัดทำดัชนีนี้จึงตั้งอยู่บนทฤษฎีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแนวใหม่ (New growth theory) ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยสำหรับการสร้างผลงานสร้างสรรค์ควบคู่กับการรักษาความยั่งยืนในการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ดัชนี CPI แบ่งการจัดกลุ่มประเด็นการพิจารณาข้อมูล 2 ส่วน คือ ด้านปัจจัยนำเข้า (Creative inputs) ซึ่งระบุถึงปัจจัยด้านการผลิตผลงานสร้างสรรค์และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และด้านผลลัพธ์ (Outputs) เป็นผลรวมทางเศรษฐศาสตร์ที่แสดงถึงความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและความคิดใหม่ ๆ รวมจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 44 ตัว (เชิงปริมาณ 25 ตัว และ เชิงคุณภาพ 19 ตัว) ซึ่งในแต่ละด้าน มีการจัดหมวดหมู่และรายละเอียดดังต่อไปนี้

INNOVATION (OUTPUTS) 

รวม 8 ดัชนี

Conventional indicators	#4	Relevant to emerging economies	#4
• Micro - level	2	• Agricultural Sector	2
• Macro - level	2	• Creative Industry	2

CREATIVE INPUTS 

รวม 36 ดัชนี

Knowledge-skill base	#17	Creative destruction	#10	Appropriate institutions	#9
• Human capital	8	• Competition	8	• Institutions	5
• Infrastructure	9	• Firm dynamics	2	• Governance	4

ที่มา: Creative Productivity Index : Analysing Creativity and Innovation in Asia และบริษัทวิเคราะห์ของ Effinity Co., Ltd.

ดัชนีชี้วัดด้านปัจจัยนำเข้า (Creative inputs)

มีจำนวน 36 ตัวชี้วัด เป็นการพิจารณาถึงศักยภาพพื้นฐานที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งออกเป็น 3 หมวด คือ ฐานความรู้และทักษะ การทำลายเชิงสร้างสรรค์ และความเหมาะสมของสถาบัน มีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ฐานความรู้และทักษะ

(Knowledge-skill base)

เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากจำนวนตัวชี้วัดในหมวดนี้ที่มีจำนวนมากถึง 17 ตัว จัดกลุ่มเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ และด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ทุนมนุษย์ (Human Capital)

เป็นจุดตั้งต้นของการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ การกำหนดตัวชี้วัดด้านนี้ จึงเป็นการให้ความสำคัญในภาคการศึกษา โดยพิจารณาจากจำนวนมหาวิทยาลัย จำนวนประชากรที่สำเร็จการศึกษาในระดับต่าง ๆ จำนวนปีที่อยู่ในภาคการศึกษา และความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา กับภาคอุตสาหกรรม โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 8 ตัว

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

เป็นอีกปัจจัยนำเข้าที่สามารถสะท้อนถึงศักยภาพในการสร้างสรรค์เช่นเดียวกับทุนมนุษย์ โดยประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจจะสามารถจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้กับประชาชนได้อย่างครอบคลุม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่สนับสนุนให้ประชากรมีความสามารถเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นได้อีกทางหนึ่ง โดยการประเมินศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานพิจารณาจากจำนวนประชากรที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ คุณภาพและจำนวนของโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ถนน สนามบิน ท่าเรือ รวมไปถึงค่าใช้จ่ายของภาครัฐในด้านงานวิจัยและพัฒนา โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 9 ตัว



2) การทำลายเชิงสร้างสรรค์ (Creative destruction)

เป็นมุมมองเชิงปรัชญาของการสร้างแรงจูงใจเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงขึ้นใหม่ (Incentive to Innovate) ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ การแข่งขันทางธุรกิจ และการขับเคลื่อนองค์กร โดยมีตัวชี้วัดทั้งหมด 10 ตัว มีรายละเอียดดังนี้

การแข่งขันทางธุรกิจ (Competition)

พิจารณาศักยภาพของธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะธุรกิจนั้นจะมีการแข่งขันสูง หรือมีทรัพยากรที่จำกัด ก็จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการและการวางแผนเพื่อการเติบโตทั้งสิ้น ตั้งแต่การเริ่ม

ต้นธุรกิจ การแข่งขันทางการค้าทั้งในและต่างประเทศ ถึงเปิดกว้างทางการค้า การบริหารการเงินและการลงทุน การจ้างแรงงาน ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้องค์กรจำเป็นต้องวางแผนการพัฒนาเพื่อการอยู่รอดของธุรกิจ โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 8 ตัว

การขับเคลื่อนองค์กร (Firm Dynamics)

สะท้อนให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและเข้มแข็งของตลาดแรงงาน ซึ่งพิจารณาจากตัวชี้วัดเพียง 2 ตัว คือ จำนวนแรงงานอพยพเข้า/ออกสุทธิ และความยาก-ง่ายในลาออกของแรงงาน



3) ความเหมาะสมของสถาบัน (Appropriate Institutions)

หมายถึง สถาบันการเงินและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมให้อีกต่อการมีความคิดสร้างสรรค์ มีตัวชี้วัดในหมวดนี้จำนวน 9 ตัว โดยแบ่งหมวดหมู่เป็น 2 หัวข้อคือ สถาบันการเงิน และธรรมาภิบาล

สถาบันการเงิน (Financial Institution)

เป็นหนึ่งในปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่เกื้อหนุนให้ธุรกิจต่าง ๆ มีเงินลงทุนในการพัฒนาและสร้างสรรค์ธุรกิจ โดยพิจารณาจากสัดส่วนการสนับสนุนทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเงินรายย่อย (Microfinance) ความยากง่าย

ในการได้รับสินเชื่อ และสัดส่วนสินเชื่อต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศโดยเฉลี่ย ซึ่งมีตัวชี้วัดจำนวน 5 ตัว

ธรรมาภิบาล (Governance)

แสดงถึงความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการแข่งขันซึ่งเปิดโอกาสให้ธุรกิจใหม่ได้เข้าแข่งขันในตลาดมากขึ้น ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองความเป็นธรรมกับธุรกิจในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านทรัพย์สินทางปัญญา การลงทุน การบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการพิจารณาระดับการทุจริตและระบบราชการที่อาจส่งผลให้เกิดการผูกขาด จนมีแนวโน้มจุดกำเนิดผลิตภัณฑ์หรือบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ในประเทศ โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 4 ตัว

ดัชนีชี้วัดด้านผลลัพธ์ (Outputs) จำนวน 8 ตัวชี้วัด

พิจารณาจากผลลัพธ์ของการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในมิติของ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ซึ่งนำมาเปรียบเทียบกับ นานาประเทศได้ และมีมิติของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย โดยตรง โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวด ดังนี้

1) ดัชนีชี้วัดพื้นฐาน (Conventional indicators)

เป็นการพิจารณาผลลัพธ์การดำเนินงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์โดยรวม ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ซึ่งพิจารณาทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค เช่น จำนวนสิทธิบัตรต่อประชากร จำนวนบทความทางวิทยาศาสตร์ที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ เป็นต้น

2) ดัชนีชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (Indicators relevant to emerging economies)

เป็นการปรับปรุงแบบการพิจารณาผลลัพธ์ที่เหมาะสมกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชียมากขึ้น โดยพิจารณาจากข้อมูลใน 2 ส่วนคือ ภาคการเกษตร และภาคธุรกิจบันเทิง ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย สำหรับภาคการเกษตร พิจารณาจากข้อมูลผลผลิตต่อไร่ และมูลค่าเพิ่มทางการเกษตรต่อหัว ขณะที่ภาคธุรกิจบันเทิง พิจารณาจากข้อมูลจำนวนภาพยนตร์และจำนวนหนังสือ ต่อจำนวนประชากร 1,000 คน







จากข้อมูลดัชนีชี้วัดCPI พบว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยนำเข้าของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุนมนุษย์และปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้เป็นหลัก นอกจากนี้ ยังพิจารณาถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจากการนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ถึงแม้ว่าการพิจารณาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จะไม่ครอบคลุมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากนัก แต่อย่างน้อยจะเป็นข้อมูล

ตั้งต้นให้กับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียได้เห็นถึงความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ข้อมูล CPI ปีล่าสุด ซึ่งมีการจัดเก็บในปีพ.ศ. 2557 พบว่าประเทศไทยมีขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่ในลำดับที่ 15 จาก 24 ประเทศที่มีการจัดเก็บข้อมูลในเอเชีย 22 ประเทศ (รวมสหรัฐอเมริกาและฟินแลนด์ เพื่อการเปรียบเทียบระดับความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์)

3

Global Innovation Index (GII)

โดย Cornell University

สถาบันธุรกิจ INSEAD และ

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก

(World Intellectual Property

Organization: WIPO)





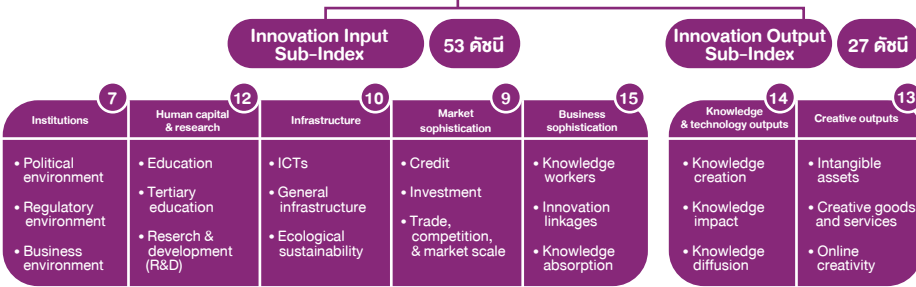
การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่ได้วัดความสำเร็จจากสินค้าจากงานฝีมือและการออกแบบบริการเท่านั้น แต่การพัฒนาผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ก็เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือที่สนับสนุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้เช่นกัน ดังนั้น ในการพิจารณาดัชนีชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ จึงได้เลือก Global Innovation Index มาเป็นหนึ่งในดัชนีที่ศึกษาเปรียบเทียบ

วัตถุประสงค์ของการจัดทำ GI คือ การเปรียบเทียบแนวทางพื้นฐานในการพัฒนานวัตกรรมของแต่ละประเทศ ซึ่งได้ดำเนินการ

รวบรวมข้อมูลมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 โดยผู้กำหนดนโยบายและหน่วยงานต่าง ๆ ในหลายประเทศได้เห็นถึงความสำคัญ และนำไปใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนานวัตกรรมของประเทศอีกด้วย โดยประกอบด้วยการประเมินดัชนีชี้วัด 2 ส่วนหลัก คือ ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการพัฒนานวัตกรรม (Innovation Input) และผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรม (Innovation Output) ทั้งนี้ รายละเอียดของการกำหนดดัชนีชี้วัดในแต่ละส่วน มีปัจจัยและรายละเอียดแตกต่างกันออกไป โดยมีตัวชี้วัดทั้งหมด 80 ตัว



Global Innovation Index



ที่มา: The Global Innovation Index 2019
Creating Healthy Lives และการวิเคราะห์ของ Efficinity Co., Ltd.

ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการพัฒนาวัตกรรม(Innovation Input) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 หมวด ได้แก่

1) ด้านสถาบัน (Institutions)

พิจารณาจากสภาพแวดล้อมทางการเมือง สภาพแวดล้อมในการกำกับดูแล และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 7 ตัว ซึ่งให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางการเมืองและความปลอดภัยโดยรวม คุณภาพของการกำกับดูแลด้านกฎระเบียบต่าง ๆ รวมไปถึงความยากง่ายในการเริ่มต้นธุรกิจ

2) ด้านทุนมนุษย์และการวิจัย (Human capital and research)

เป็นประเด็นสำคัญที่เปรียบเสมือนจุดตั้งต้นในการสร้างผลงานสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นหลัก โดยมีตัว

ชี้วัดจำนวน 12 ตัว และแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ระบบการศึกษาค่าใช้จ่าย และคุณภาพด้านการศึกษา (2) การศึกษาในระดับอุดมศึกษา บัณฑิตจากคณะด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมจำนวนนักศึกษาต่างชาติ และ (3) การวิจัยและพัฒนา ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงอันดับของมหาวิทยาลัย

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

ประกอบด้วย เทคโนโลยีข้อมูลและการสื่อสาร โครงสร้างพื้นฐานทั่วไป และความยั่งยืนเชิงนิเวศ โดยมีจำนวนตัวชี้วัด 10 ตัว ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลการเข้าถึงและการใช้งานเทคโนโลยี การใช้ไฟฟ้า และระบบโลจิสติกส์ รวมไปถึงการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลงานต่าง ๆ ต่อไป

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

ประกอบด้วย เทคโนโลยีข้อมูลและการสื่อสาร โครงสร้างพื้นฐานทั่วไป และความยั่งยืนเชิงนิเวศ โดยมีจำนวนตัวชี้วัด 10 ตัว ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลการเข้าถึงและการใช้งานเทคโนโลยี การใช้ไฟฟ้า และระบบโลจิสติกส์ รวมไปถึงการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลงานต่าง ๆ ต่อไป

4) ด้านระบบตลาด (Market sophistication)

พิจารณาภาพรวมของการแข่งขัน การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนขีดความสามารถในการสร้างสรรค์ที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนวัตกรรม มีตัวชี้วัดจำนวน 9 ตัว เช่น ความยากง่ายในการได้รับสินเชื่อ การคุ้มครองนักลงทุนรายย่อย อัตราภาษีนำเข้าขนาดของตลาดภายในประเทศ เป็นต้น

5) ด้านระบบธุรกิจ (Business sophistication)

มีความเชื่อมโยงกับประเด็นด้านความสามารถของแรงงาน นวัตกรรม และการดึงดูดความรู้ ซึ่งเป็นทรัพยากรหลักที่สนับสนุนให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 15 ตัว และให้ความสำคัญกับการพัฒนาแรงงานให้มีทักษะความสามารถเพิ่มขึ้น การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคธุรกิจ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการจ่ายค่าลิขสิทธิ์/ทรัพย์สินทางปัญญา และการนำเข้าเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อใช้ในการต่อยอดเชิงธุรกิจ



ผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรม (Innovation Output)

สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยพิจารณาจากข้อมูลใน 2 หมวด คือ

1) ผลลัพธ์ด้านความรู้และเทคโนโลยี (Knowledge & technology outputs)

ประกอบด้วย การสร้างความรู้ การสร้างประโยชน์จากความรู้ และการเผยแพร่ความรู้ โดยมีตัวชี้วัดจำนวน 14 ตัว ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิบัตร บทความด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ธุรกิจและเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น รวมไปถึงรายรับจากค่าลิขสิทธิ์/ทรัพย์สินทางปัญญา และการส่งออกเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่มีความสอดคล้องกับปัจจัยด้านระบบธุรกิจข้างต้น

2) ผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative outputs)

พิจารณาจากสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ สินค้าและบริการสร้างสรรค์ และความคิด

สร้างสรรค์ออนไลน์ โดยมีตัวชี้วัดรวม 13 ตัว เช่น เครื่องหมายการค้า โมเดลธุรกิจใหม่ การส่งออกบริการเชิงวัฒนธรรมและเชิงสร้างสรรค์ จำนวนภาพยนตร์สารคดี/เรื่องราวของชาติ โดเมนที่ได้รับความนิยม การเพิ่ม/แก้ไขข้อมูลใน Wikipedia เป็นต้น

โดยสรุป GII เป็นดัชนีอีกชุดหนึ่งที่มีการพิจารณาปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในมุมมองของนวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นหลัก โดยครอบคลุมถึงปัจจัยนำเข้าและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

จากการรวบรวมข้อมูล GII ล่าสุดที่จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2562 พบว่า ประเทศไทยมีขีดความสามารถด้านการสร้างนวัตกรรมอยู่ในอันดับที่ 43 จาก 127 ประเทศทั่วโลกและเป็นอันดับ 10 ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และโอเชียเนีย



4

**Creative City Index (CCI)
โดย The ARC Centre of
Excellence for Creative
Industries and Innovation
(CCI) ของเครือรัฐออสเตรเลีย**



การจัดทำดัชนีชี้วัดความคิดสร้างสรรค์ของเมือง หรือ Creative City Index ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ โดย CCI มีการพัฒนาครั้งแรกในปี พ.ศ. 2551 โดยสมาคม The Fukuoka Benchmarking Consortium ประเทศญี่ปุ่น เรียกว่า ดัชนี J-CCI เนื่องจากพัฒนาโดยหน่วยงานของประเทศญี่ปุ่น ต่อมาศาสตราจารย์ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) ซึ่งเป็นผู้คิดค้นกรอบแนวคิดเรื่องเมืองสร้างสรรค์ (Creative city) ได้นำแนวคิดของการจัดทำดัชนีดังกล่าวมาพัฒนาต่อยอดเป็น The Landry's Creative City Index (L-CCI) โดยมีแนวคิดที่ว่า “เมืองที่ดีในการสร้างสรรค์นั้น ต้องมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง รวมถึงทัศนคติและมุมมองความคิดที่เปิดรับต่อความคิดสร้างสรรค์

นอกจากนี้ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ จะช่วยส่งเสริมศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ของเมืองได้อีกทางหนึ่ง ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการศึกษา การพัฒนาทักษะ การลงทุนในการวิจัย กฎระเบียบที่ดี และแรงจูงใจที่เหมาะสม ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยให้เมืองดังกล่าวมีความก้าวหน้าเชิงสร้างสรรค์ได้”

จากแนวคิดของ CCI ได้ถูกนำมาพัฒนาต่อโดยศูนย์วิจัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรมของประเทศออสเตรเลีย (The ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation: CCI) ดังนั้นดัชนีชี้วัดนี้ จึงเรียกโดยย่อว่า “CCI-CCI” ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัดทั้งหมด 75 ตัว โดยมีการจัดกลุ่มเป็น 8 หมวด ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้



Creative City Index (Australia)

5	16	17	3	1	10	10	13
Creative industries scale & scope	Micro productivity	Attractions & economy of attention	Participation & expenditure	Public support	Human capital and research	Global integration	Openness, Tolerance & Diversity
<ul style="list-style-type: none"> • Creative Industries Scale • Creative Industries Scope • Creative Industries Employment 	<ul style="list-style-type: none"> • Population-wide Microproduction • Virtual Connectivity • Local Networks and Interaction 	<ul style="list-style-type: none"> • Creative Attractions • Economy of Attention 	<ul style="list-style-type: none"> • Attendance • Expenditure 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural and arts funding person by level of government 	<ul style="list-style-type: none"> • Employment • Education • Research and Development 	<ul style="list-style-type: none"> • International Airport Traffic • Flows of People • Globalization 	<ul style="list-style-type: none"> • Openness and Tolerance • Diversity and Demographics • Civic Engagement

ที่มา: CCI-CCI Creative City Index 2012 โดย The ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation

1) ขนาดและขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative industries scale & scope)

เป็นการวัดและประเมินอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม โดยมีกรอบรวมข้อมูล 3 หัวข้อ คือ ขนาดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีตัวชี้วัดรวม 5 ตัว

2) ผลผลิตภาพในระดับจุลภาค (Microproductivity)

การประเมินขีดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับจุลภาค พิจารณาจากความสามารถของแต่ละบุคคลในการสร้างสรรค์ผลงาน ความเข้มแข็งของเครือข่ายที่เชื่อมโยงบุคลากรสร้างสรรค์ในพื้นที่ การสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมหรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ ผลผลิตภาพในระดับจุลภาคของประชากรทั้งหมด (Population-wide Microproduction) ปัจจัยที่สนับสนุนการเชื่อมโยง (Virtual connectivity) และเครือข่ายและการมีปฏิสัมพันธ์ของประชาชนในพื้นที่ (Local Networks and Interaction) โดย

มีตัวชี้วัดรวม 16 ตัว เช่น จำนวนวิดีโอที่อัปโหลดขึ้นใน YouTube จำนวนผู้ใช้งาน social network ที่ได้รับความนิยมสูงสุด จำนวนงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแต่ละเมือง เป็นต้น

3) การดึงดูดความสนใจและเศรษฐกิจในยุคของการสร้างความสนใจ (Attractions & Economy of attention)

บุคคล ธุรกิจ หรือกิจกรรมจากต่างถิ่นที่เข้ามาในพื้นที่สามารถช่วยส่งเสริมให้ประชาชนและเมืองได้เรียนรู้มุมมองใหม่ ๆ จากการได้เห็นวัฒนธรรม รูปแบบการทำงาน หรือกิจกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มระดับความคิดสร้างสรรค์ของประชากรในพื้นที่นั้น ๆ ได้ ดังนั้น การประเมินโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดคนหรือธุรกิจที่มีศักยภาพให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้น จึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งในการพิจารณา โดยมีตัวชี้วัดรวม 17 ตัว แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ การดึงดูดความสร้างสรรค์ (Creative Attractions) และปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจในยุคของการสร้างความสนใจ (Economy of Attention)



การดึงดูดความสร้างสรรค์ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา เช่น รายการสิ่งที่ควรทำในเมืองบนเว็บไซต์ Lonely Planet จำนวนโรงแรมพิพิธภัณฑน์ เป็นต้น ส่วนปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจในยุคการสร้างแรงบันดาลใจ เป็นประเด็นที่เกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของเมืองและความได้เปรียบเชิงวัฒนธรรม ซึ่งพิจารณาจากคะแนนดัชนี Google Trends จำนวนรายการสินค้าในเว็บไซต์ Amazon เป็นต้น

4) การมีส่วนร่วมและค่าใช้จ่าย (Participation & expenditure)

เป็นปัจจัยที่สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรมจากภาคประชาชนผ่านการใช้จ่ายสินค้าและบริการสร้างสรรค์ต่าง ๆ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดขึ้น โดยมีตัวชี้วัดรวม 3 ตัว แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ (Attendance) และค่าใช้จ่าย (Expenditure) โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านศิลปวัฒนธรรม

5) การสนับสนุนจากภาครัฐ (Public

support)

เป็นดัชนีชี้วัดที่สะท้อนระดับการสนับสนุนกิจกรรมด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของภาครัฐ โดยแบ่งตามระดับพื้นที่ เช่น ระดับประเทศ ระดับมลรัฐ ระดับจังหวัด เป็นต้น ทั้งนี้ ตัวชี้วัดในหมวดนี้มีเพียง 1 ตัว คือ เงินสนับสนุนด้านศิลปะและวัฒนธรรมต่อประชากร จำแนกตามระดับของหน่วยงานรัฐ

6) ทุนมนุษย์ (Human capital)

ความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ถือเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น การประเมินศักยภาพความพร้อมของบุคลากร โครงสร้าง และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นประเด็นพื้นฐานในการพิจารณา แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ การจ้างงาน การศึกษา และการวิจัยและพัฒนา โดยมีตัวชี้วัดรวม 10 ตัว เช่น สัดส่วนของการจ้างงานในด้านการศึกษาและการพัฒนาต่อการทำงานทั้งหมด จำนวนสถานศึกษาสำหรับการศึกษาเชิงวัฒนธรรมชั้นสูง เป็นต้น

7) การเชื่อมโยงกับนานาชาติ (Global



Integration)

การก้าวเข้าสู่โลกยุคโลกาภิวัตน์ต้องอาศัยมุมมองที่ไม่หยุดนิ่งของเมือง เพื่อสร้างการเชื่อมโยงทั้งเศรษฐกิจและสังคมกับนานาชาติ ซึ่งให้ความสำคัญกับ 3 หัวข้อ คือ การจราจรในท่าอากาศยานนานาชาติ การเคลื่อนย้ายของประชากร และโลกาภิวัตน์ โดยมีตัวชี้วัดรวม 10 ตัว เช่น ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางระหว่างตัวเมืองและสนามบิน การหมุนเวียนของประชากร การจัดอันดับของเมืองตาม Globalization and World Cities Research Network (GaWC globalization) จำนวนความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทในเมือง เป็นต้น

8) การเปิดกว้างและการยอมรับความหลากหลาย (Openness, Tolerance & Diversity)

การเปิดกว้างและการยอมรับความแตกต่างของคนในสังคม มีความเชื่อมโยงกับระดับความคิดสร้างสรรค์ของสังคมนั้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแบ่งเป็น 3 หัวข้อ คือ การเปิด

กว้างและการยอมรับความแตกต่าง ความหลากหลายและประชากร และการมีส่วนร่วมของพลเมือง โดยมีตัวชี้วัดรวม 13 ตัว ที่ใช้ในการวัดการเปิดกว้างของสังคม การเคารพผู้อื่น และการยอมรับความเห็นที่แตกต่าง เช่น การเซ็นเซอร์และเสรีภาพของสื่อ จำนวนคู่แข่งงานเพศเดียวกันที่จดทะเบียน จำนวนประชากรที่ไม่มีศาสนา ดัชนีความเหลื่อมล้ำทางรายได้ จำนวนผู้ลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งระดับประเทศ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากข้อมูล CCI ทั้ง 8 หมวดข้างต้น พบว่าให้ความสำคัญกับบริบทแวดล้อมที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เป็นหลักโดยมีพื้นฐานมาจากแนวคิดว่าการมีพื้นที่หรือสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พลเมืองในพื้นที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจในพื้นที่นั้นได้ในระยะยาว







5

Hong Kong Creativity Index
(HKCI) โดย The Centre for
Cultural Policy Research,
University of Hong Kong
เขตปกครองพิเศษฮ่องกงแห่ง
สาธารณรัฐประชาชนจีน



ดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ที่มหาวิทยาลัยฮ่องกง (The University of Hong Kong) จัดทำขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับความคิดสร้างสรรค์และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตบริหารพิเศษฮ่องกงซึ่งแนวทางการจัดทำดัชนีชี้วัดของมหาวิทยาลัยฮ่องกงนี้ไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะในส่วนของผลลัพธ์จากกิจกรรมสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังมีการประเมินในระดับของขั้นตอนการดำเนินงานและปัจจัยต่าง ๆ ที่ช่วยหล่อหลอมให้เกิดการพัฒนา กิจกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสังคมอีกด้วย

กรอบแนวคิดในการจัดทำ HKCI คือ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องมีทุนทั้งหมด 4 ด้านสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ทุนด้านสังคม (Social Capital) ทุนด้านวัฒนธรรม (Cultural Capital) ทุนด้านมนุษย์ (Human Capital) และทุนด้านโครงสร้างสถาบัน (Structural/Institutional Capital) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลลัพธ์จากความคิดสร้างสรรค์ (Outcomes of Creativity) โดยที่ทุกปัจจัยมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกันดังนั้น การจัดทำดัชนีชี้วัดดังกล่าว จึงมุ่งเน้นไปที่การประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น หรือเรียกโดยรวมว่า 5Cs (ผลลัพธ์จากความคิดสร้างสรรค์และทุน 4 ประการ) ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดรวมทั้งสิ้น 88 ตัว



Hong Kong Creativity Index

11 Human Capital	23 Structural Institutional Capital	21 Social Capital	16 Cultural Capital	17 Outcomes of Creativity Index
<ul style="list-style-type: none"> R&D Expenditure & Educational Expenditure Population of knowledge workers Transience/mobility of human capital 	<ul style="list-style-type: none"> Independence of the legal system Corruption perceptions Freedom of expression Infrastructural conditions of ICT Robustness of social and cultural infrastructure Availability of community facilities Financial infrastructure Robustness of entrepreneurship 	<ul style="list-style-type: none"> Development of social capital Network quality: norms & values from World Value Survey Network quality: social participation from World Value Survey 	<ul style="list-style-type: none"> Cultural expenditure Network quality: norms & values Network quality: cultural participation 	<ul style="list-style-type: none"> Economic contribution of creativity Inventive activity of economic sector Other outcomes of creative activity

ที่มา: A Study on Creativity Index by Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government

1) ดัชนีชี้วัดหมวดทุนมนุษย์ (Human Capital Index: HCI)

ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับต้น ๆ ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาทุนมนุษย์ เช่นเดียวกับดัชนีชี้วัดทุกชุดที่ผ่านมา ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการศึกษา และการวิจัยและพัฒนา โดยตัวชี้วัดในหมวดนี้ มีทั้งหมด 11 ตัว แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา และค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา 2) แรงงานที่มีความสามารถ และ 3) การเคลื่อนย้ายของแรงงาน

โดยตัวชี้วัดด้านการศึกษาและแรงงานที่มีความสามารถ เป็นประเด็นการพิจารณาที่

ใกล้เคียงกับดัชนีชี้วัดชุดอื่น ๆ ข้างต้น เช่น ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา จำนวนประชากรที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา หรือจำนวนนักวิจัย แต่สำหรับ ตัวชี้วัดในหมวดทุนมนุษย์ มหาวิทยาลัยฮ่องกงได้นำประเด็นเรื่องการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาด้วย เนื่องจากการเคลื่อนย้ายของแรงงานสามารถส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และวัฒนธรรมระหว่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในด้านทุนมนุษย์ได้อีกทางหนึ่ง







2) ดัชนีชีวิตหมวดทุนเชิงโครงสร้างและสถาบัน (Structural/Institutional Capital Index: SICI)

บริบทแวดล้อมของประเทศและชุมชนเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาต้นทุนโครงสร้างทางสังคม ซึ่งการที่ชุมชนหนึ่งจะดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ได้ต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนจากโครงสร้างทางสังคมและหน่วยงานในพื้นที่ด้วย ตัวชี้วัดจึงมีมากถึง 23 ตัว ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 หมวด ประกอบด้วย เสรีภาพของระบบกฎหมาย ด้านภาพลักษณ์การคอร์รัปชัน เสรีภาพในการแสดงออกสภาพของโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ความเข้มแข็งของโครงสร้างพื้นฐานด้านสังคมและวัฒนธรรม ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน โครงสร้างพื้นฐานด้านการเงิน และความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ

ประเด็นที่น่าสนใจในการพิจารณาทุนเชิงโครงสร้างและสถาบัน เช่น ระดับเสรีภาพด้านกฎหมาย และสื่อ จำนวนองค์กร NGO ศูนย์ประชาสังคมที่จะเป็นกลไกการอำนวยความสะดวกแก่ชุมชน ตำแหน่งงานในหน่วยงานด้านวัฒนธรรมของภาครัฐ รวมไปถึงจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หรือจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพื้นฐานที่ใช้ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์





3) ดัชนีชี้วัดในหมวดทุนทางสังคม (Social Capital Index: SCI)

ตัวชี้วัดด้านการเปิดกว้างทางสังคม เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างยิ่งในการประเมินด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการให้ความสำคัญของลักษณะทางสังคมของ HKCI ได้ดีความชอบเขตเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้ใน GCI โดยเฉพาะในมุมมองของลักษณะ รูปแบบทางสังคม รวมถึงการช่วยเหลือทางสังคมผ่านการบริจาคในรูปแบบต่าง ๆ ที่คนคิดที่มีต่อความเชื่อ และไว้วางใจกันของคนในสังคม รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของคนในสังคม โดยรวมเป็นประเด็นเกี่ยวกับการให้คุณค่าและบรรทัดฐานทางสังคม ประกอบด้วยตัวชี้วัดทั้งหมด 21 ตัว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ การพัฒนาทุนทางสังคม คุณภาพของเครือข่ายโดยวัดจากบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคม(การสำรวจค่านิยมในระดับโลก) และคุณภาพของเครือข่ายโดยวัดจากการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น สัดส่วนของวงเงินการบริจาคที่สามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้ต่อ GDP ความไว้วางใจต่อบุคคลทั่วไปทัศนคติต่อความถูกต้องของผู้อพยพชาวต่างชาติ การแสดงออกถึงตัวตนและการเอาชีวิตรอด การมีส่วนร่วมในการจัดระเบียบทางสังคม การติดต่อทางสังคมกับชุมชน



4) ดัชนีชี้วัดในหมวดทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Index: CCI)

สภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นส่วนหนึ่งของทุนวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการต่อยอดไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งพิจารณาจากกิจกรรมและคุณค่าที่ผู้คนในชุมชนมีต่อกันด้านวัฒนธรรม โดยยังไม่คำนึงถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผ่านตัวชี้วัดจำนวน 16 ตัว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ การใช้จ่ายในสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม คุณภาพของเครือข่ายโดยวัดจากบรรทัดฐานและค่านิยม คุณภาพของเครือข่ายโดยวัดจากการมีส่วนร่วมด้านวัฒนธรรม เช่น ค่าใช้จ่ายของภาครัฐในด้านศิลปะและวัฒนธรรม การให้คุณค่ากับกิจกรรมสร้างสรรค์ บทบาทของผู้นำชุมชนในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชน จำนวนครั้งในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมของรัฐต่อจำนวนประชากร เป็นต้น

5) ดัชนีชี้วัดหมวดผลลัพธ์จากความคิดสร้างสรรค์ (Outcomes of Creativity Index: OCI)

เป็นการพิจารณาผลลัพธ์ ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัด 17 ตัว แบ่งออกเป็น 3 หมวด คือ ผลลัพธ์จากความคิดสร้างสรรค์ในเชิงเศรษฐกิจ กิจกรรมสร้างสรรค์ในภาคเศรษฐกิจ และผลลัพธ์จากกิจกรรมสร้างสรรค์ในด้านอื่น ๆ โดยครอบคลุมทั้งด้านการจ้างงาน การนำเข้า-ส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ ความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในการขายสินค้า และเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ รวมไปถึงจำนวนสื่อ สิ่งพิมพ์ บทเพลง ภาพยนตร์ และกิจกรรมด้านศิลปะการแสดงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศ





จากจำนวนตัวชี้วัดที่มีมากถึง 88 ตัว ทำให้ HKCI มีจุดแข็งในด้านความละเอียด และประสิทธิภาพการประเมินชี้วัดความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งครอบคลุมทุกปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ แต่ในขณะเดียวกัน การที่มีจำนวนตัวชี้วัดกว่าดัชนีชี้วัดชุดอื่น และมีความหลากหลายประเด็น การพิจารณา ส่งผลต่อการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งในการจัดทำดัชนี HKCI นี้ด้วย



สรุปการเปรียบเทียบดัชนีชี้วัด ด้านความคิดสร้างสรรค์

จากการศึกษาเปรียบเทียบดัชนีชี้วัดทั้ง 5 ประเภทข้างต้นพบว่า มีทั้งประเด็นที่ทุกดัชนีให้ความสำคัญร่วมกัน และมีรายละเอียดบางส่วนที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ รูปแบบการจัดหมวดหมู่ข้อมูล และการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการจัดทำดัชนีชี้วัดแต่ละประเภท อย่างไรก็ตาม การจัดทำดัชนีชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ทั้ง 5 ชุดนี้ มีหลักคิดเดียวกัน คือ การสร้างบรรยากาศ และระบบนิเวศที่เอื้อให้ประชากรในพื้นที่เกิดความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น และจากหลักคิดดังกล่าว สามารถสรุปเป็นประเด็นหลักที่ทุกหน่วยงานให้ความสำคัญร่วมกันใน 4 ประเด็น คือ

- 1) ปัจจัยด้านทุนมนุษย์
- 2) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน
- 3) ปัจจัยด้านสถาบันและธรรมาภิบาล
- 4) ผลลัพธ์ด้านความคิดสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ประเด็นด้านต้นทุนทางสังคม และการแข่งขันทางธุรกิจ ยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เนื่องจากต้นทุนทางสังคมที่เป็ดกว้าง และการยอมรับความแตกต่างหลากหลาย เป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งหากมีการนำไปต่อยอดในเชิงธุรกิจ จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้เช่นเดียวกัน

แนวทางการจัดทำดัชนีชี้วัดด้านความคิด สร้างสรรค์ของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ
ด้านการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง
สามารถนำดัชนีชี้วัดเหล่านี้ไปพิจารณาให้สอดคล้องกับเป้าหมายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแผนปฏิบัติการ
ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563
- 2565) ที่จัดทำขึ้น โดยเบื้องต้นอาจคัดเลือกเฉพาะดัชนีชี้วัด
ใน 4 ประเด็นหลักสำหรับการดำเนินงานในช่วงแรก เพื่อ
เป็นการกระตุ้นให้ประชาชน ภาคธุรกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้อง เห็นถึงความสำคัญและร่วมกันพัฒนาปัจจัย
พื้นฐานที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดย
หลังจากที่มีการจัดเก็บข้อมูล และทราบถึงศักยภาพพื้นฐาน
แล้ว จึงคัดเลือกรายดัชนีชี้วัดกลุ่มอื่น ๆ มาใช้ในการพิจารณา
เพิ่มเติม เพื่อให้มีการขับเคลื่อนการพัฒนาขีดความสามารถ
ด้านความคิดสร้างสรรค์ของประเทศไทยในระยะยาว และสามารถเทียบเคียงในระดับนานาชาติได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Cornell, INSEAD, WIPO. (2019). "The Global Innovation Index" Available online at <https://www.globalinnovationindex.org/>

Dutta, Soumitra, Lanvin, Bruno and Sacha Wunsch-Vincent. (2017). "The Global Innovation Index 2017" Available online at https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf

Economist, The. (2014). "Creative Productivity Index: Analysing creativity and innovation in Asia" Available online at https://www.adb.org/sites/default/files/publication/59586/creative-productivity-index_0.pdf

Florida, Richard. The Martin Prosperity Institute. (2015). "THE GLOBAL CREATIVITY INDEX 2015" Available online at <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>

Hartley, John, Potts, Jason and Trent MacDonald with Chris Erikunt and Carl Kufleitner, ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, (2012). "(C2)2 =CCI-CCI The CCI Creative City Index 2012" Available online at https://www.academia.edu/15723171/CCI_Creative_City_Index_2012

Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government, (2005).

"A STUDY ON CREATIVITY INDEX" Available online at https://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recreation_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf





