



ค่าตอบแทนของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย (Compensation of Workers in the Creative Industries in Thailand)

ยวลักษณ์ เศรษฐบุญสร้าง¹

Yuvaluck Setboonsrung¹

Received: September 23, 2024

Revised: November 25, 2024

Accepted: December 27, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาค่าตอบแทนของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ จากโครงการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (Labor Force Survey) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555–2565 รวมทั้งสิ้น 11 ปี มีจำนวน 10,711 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า แรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 98) เป็นลูกจ้างเอกชน ทำงานในกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีสถานะสมรส และเป็นเพศหญิง ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้ประยุกต์ใช้แบบจำลองค่าจ้างของ Mincer (1974) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในประเทศไทย คือ เพศ สถานภาพสมรส สถานการณ์เป็นหัวหน้าครัวเรือน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร ดัชนีราคาผู้บริโภครายจังหวัด และ ความเป็นเมือง งานวิจัยยังพบว่า ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ และกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมมีค่าตอบแทนแรงงานโดยเฉลี่ยสูงกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มอื่นๆ ร้อยละ 6.3 ร้อยละ 5.1 และ ร้อยละ 2 ตามลำดับ โดยการลงทุนด้านการศึกษา และพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังมีความจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

คำสำคัญ: ค่าตอบแทนแรงงาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

¹ อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer, Faculty of Economics, Kasetsart University. E-mail: yuvaluck.s@ku.th

ABSTRACT

This research aimed to study compensation of workers in the creative industries in Thailand. This research used demographic-related data collected from the National Statistical Office (NSO) in the Labor Force Survey from 2012–2022, totaling 11 years with 10,711 observations. Descriptive statistics and regression analysis were used to describe the characteristics of labor compensation in the creative industry. The majority of creative industry workers (98 percent) were private employees, worked in the Creative Originals group, lived in the municipal area, had a primary education level, were married and were female. In the part of studying the factors related to labor compensation in the creative industry, this study applied Mincer's (1974) wage model. It was found that factors that affect labor compensation in creative industries in Thailand were gender, marital status, household head status, educational level, work experience, minimum wage rate, provincial GDP per capita, provincial consumer price index, and urbanization. In addition, it was found that only those working in the Creative Goods/Products, Creative Content/Media, and Creative Originals groups had average labor compensation that is 6.3 percent, 5.1 percent, and 2 percent higher than those working in other creative group, respectively. By investing in education, developing the skills necessary for workers in the creative industries was also essential for the country's economic development.

Keywords: compensation, creative industry, creative economy

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือกระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ร่วมกับการคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม หรือ เทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ หรือเพิ่มคุณค่าทางสังคม ถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่เติบโตและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย มีมูลค่าสูงถึง 1.28 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.39 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี พ.ศ. 2565 (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2566) ทั้งนี้มีความพยายามที่จะผลักดัน และสร้างนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากการมีแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ฉบับที่ 11 และฉบับที่ 12 โดยกำหนดเป้าหมายเพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ผ่านการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสินค้าและบริการ บนพื้นฐานของความรู้และนวัตกรรม มีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าสูงขึ้น ยิ่งไปกว่านี้ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำแผนกลยุทธ์สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2556–2562 โดยมีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ การจัดทำแผนงานพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการจัดทำแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความสำคัญ

คำตอบแทนแรงงานไม่ว่าจะอยู่ในรูปของ ค่าจ้าง เงินเดือน หรือผลกำไร ล้วนมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพในสังคมต่างๆ โดยปกติ แรงงานจะเลือกอาชีพของตนตามความต้องการ ลักษณะบุคลิกภาพ และความสามารถของตนเพื่อทำงานในอาชีพที่มีความแตกต่างหลากหลาย โดยทักษะความรู้ที่จะใช้ในการทำงาน สามารถสะสมจากการศึกษาเล่าเรียนและสะสมเพิ่มเติมจากประสบการณ์ในการทำงาน ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับคำตอบแทนของแรงงานเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการดำเนินนโยบายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ทฤษฎีทุนมนุษย์ได้รับการยืนยันและมีงานวิจัยจำนวนมากที่โน้มน้าวว่าการลงทุนในด้านการศึกษาคือการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนสูง (Becker, 1964; Psacharopoulos, 1994; Psacharopoulos & Patrino, 2004) มีงานเชิงประจักษ์มากมายที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของทุนมนุษย์ในตลาดแรงงานแบบดั้งเดิมโดยทั่วไป รวมถึงโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวข้องกับการศึกษา (Blaug, 1976; Moenjak & Worswick, 2003; Warunsiri & McNown, 2010; Tangtipongkul, 2015) อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับคำตอบแทนแรงงานในตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีค่อนข้างน้อย อีกทั้งยังมีความเชื่อที่ว่า แรงงานที่ทำงานด้านศิลปะจะยินยอมรับรายได้ต่ำเพื่อแลกกับความสุขกับการทำงานในสิ่งที่ชอบ (Throsby, 2008; Been & Keune, 2020; Been et al., 2023) และ การลงทุนด้านการศึกษากลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์มีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจต่ำกว่าการลงทุนด้านการศึกษากลุ่มคนทั่วไป (Zawadzki & Wojdylo, 2018; Lewis & Lee, 2020) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาประเด็นแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย

งานวิจัยนี้ มีส่วนสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการในประเด็นคำตอบแทนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทยกำลังพัฒนา ซึ่งมีการศึกษาไม่มากนัก การใช้ข้อมูลระยะยาวและวิธีการทางเศรษฐมิติที่เหมาะสมช่วยให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้อ้างอิงในวงกว้าง มีการสร้างองค์ความรู้ใหม่และการประยุกต์เชิงนโยบาย นอกจากนี้ ข้อค้นพบเกี่ยวกับความแตกต่างของคำตอบแทนระหว่างกลุ่มย่อยในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนานโยบายที่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละกลุ่มเพื่อส่งเสริมการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน และเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคำตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sasiwimon Warunsiri and Robert McNown (2010) ศึกษาผลตอบแทนของการศึกษาของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลสำรวจภาวะแรงงานของประเทศไทยที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946-1967 ด้วยการถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squared) พบว่า ผลตอบแทนจากการศึกษามีค่าเป็นบวก โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง

14% ถึง 16% โดยในเพศหญิงมีผลตอบตอบแทนจากการศึกษามากกว่าเพศชาย และคนงานที่อาศัยอยู่ในเมืองมีผลตอบแทนที่สูงกว่าผู้ที่พักอาศัยอยู่ชนบท

Kaewkwan Tangtipongkul (2015) ศึกษาผลตอบแทนของการศึกษาของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะแรงงานแห่งชาติของประเทศไทย พ.ศ. 2550-2553 โดยประมาณการตามแบบจำลองผลตอบแทนจากการลงทุนในการศึกษาของ Mincer พบว่า ผลตอบแทนมีค่าเป็นบวก แต่มีอัตราลดลง ภูมิภาคที่อยู่อาศัยและความแปรผันของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอัตราผลตอบแทนภาคเอกชน ผลตอบแทนของการศึกษาของผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มอุตสาหกรรมเหมืองแร่ สาธารณูปโภค การก่อสร้าง การผลิตและการบริการ มีค่ามากกว่าในภาคเกษตรกรรม ผลตอบแทนภาคเอกชนและสังคมในการศึกษาสายอาชีพมีค่ามากกว่าการศึกษาสายสามัญทั่วไป และผลตอบแทนจากการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยสำหรับผู้หญิงมีค่ามากกว่าผู้ชายประมาณ 1.5 เปอร์เซ็นต์

Kamil Zawadzki and Minika Wojdylo (2018) ใช้ข้อมูลจากการสำรวจครัวเรือน รายได้ และพลวัตของแรงงาน (Household, Income and Labor Dynamics Survey) ในประเทศออสเตรเลีย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลของทุนมนุษย์ต่อค่าจ้างรายชั่วโมงของคนทำงานสร้างสรรค์ กับผลตอบแทนทางการศึกษาและประสบการณ์การทำงานของคนทำงานทั่วไป พบว่า ช่องว่างของค่าจ้างในกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์มีมากกว่าคนทำงานอื่นๆ ผลตอบแทนจากการศึกษาและ ประสบการณ์ ไม่มีความแตกต่างกันในกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ ในขณะที่ประชากรทั่วไป ผลตอบแทนจากการศึกษามีค่ามากกว่าประสบการณ์ถึงสามเท่า อีกข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ การลงทุนด้านการศึกษาในโรงเรียนในกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ให้ผลกำไรหรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจน้อยกว่าการลงทุนด้านการศึกษาในโรงเรียนของกลุ่มคนทั่วไป

Wike Been and Maarten Keune (2020) ศึกษา ทักษะคิด ความชอบ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับรายได้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นประเทศที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโต และรัฐบาลสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างแข็งขัน โดยเลือกศึกษา อุตสาหกรรมเกม และอุตสาหกรรมออกแบบกราฟิก เนื่องจากเป็นกลุ่มเอกชนที่ไม่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงที่ไม่ได้ส่งผลมาจากเงินสนับสนุนของรัฐบาล การศึกษาพบว่า คนงานในอุตสาหกรรมเกมและออกแบบกราฟิกมีความเต็มใจกับการได้รับค่าตอบแทนต่ำแต่ได้ทำงานในสิ่งที่ตนเองรักและปรารถนา ทั้งนี้ อาจมีคำอธิบายอื่นๆ เช่น สภาวะตลาดแรงงานที่มีแรงงานมากกว่าความต้องการใช้แรงงานในอุตสาหกรรมและความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการเอง ซึ่งทำให้ขาดการรวมกลุ่มเพื่อต่อรองเกี่ยวกับค่าจ้างหรือเจรจาเรื่องรายได้

Phil Lewis and Jee Youing Lee (2020) ศึกษา ผลลัพธ์ของตลาดแรงงานของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านศิลปะของประเทศออสเตรเลียในปี ค.ศ. 2016 พบว่า ผลตอบแทนจากการศึกษามีค่าเป็นบวกแต่อย่างไรก็ตามผู้ที่จบทางด้านศิลปะมีผลตอบแทนโดยเฉลี่ยต่ำกว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาอื่นๆ

Mic Ukaj, Avdullah Hoti and Rahmije Topxhiu (2022) ศึกษาผลตอบแทนจากการศึกษาของประเทศโคโซโว โดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะแรงงานของประเทศ โดยประมาณการตามแบบจำลองผลตอบแทนจากการลงทุนในการศึกษาของ Mincer พบว่า ผลตอบแทนของการศึกษามีค่าเป็นบวก โดยผลตอบแทน

ในระดับอุดมศึกษามีค่าสูงกว่าผลตอบแทนจากการศึกษาในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา และผู้หญิงมีผลตอบแทนที่สูงกว่าเพศชาย

Wike Been, Yosha Wijngaarden and Ellen Loots (2023) ศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของประเทศเนเธอร์แลนด์ ในปี ค.ศ. 2018 โดยใช้ข้อมูลระดับย่อยจากสำนักงานสถิติของประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศในด้านรายได้สามารถพบได้โดยทั่วไป โดยกลุ่มคนที่ทำงานด้านศิลปะเข้มข้น เช่น งานทางด้านวรรณกรรม ดนตรี และทัศนศิลป์ จะมีรายได้ต่ำกว่าคนที่ทำงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น งานด้านโฆษณา สถาปัตยกรรม ออกแบบ และแฟชั่น เป็นต้น

จากการศึกษางานวิจัยในอดีต พบว่า ตัวแปรที่น่าจะส่งผลต่อคำตอบแทนของแรงงาน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ และภาคที่อยู่อาศัย ในงานวิจัยนี้จึงได้นำข้อมูลมาเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของคำตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยว่ามีลักษณะอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาคำตอบแทนแรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ตามคำนิยามของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency: CEA) กำหนดไว้ ประกอบด้วย 5 กลุ่ม 15 สาขา ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals) ประกอบด้วย 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ กลุ่มที่ 2 กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media) ประกอบด้วย 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ (เกมและแอนิเมชัน) กลุ่มที่ 3 กลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services) ประกอบด้วย 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) สถาปัตยกรรม กลุ่มที่ 4 กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/Products) ประกอบด้วย 12) สินค้าแฟชั่น และ กลุ่มที่ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries) ประกอบด้วย 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ จากโครงการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (Labor Force Survey) ในไตรมาสที่ 3 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555–2565 รวมทั้งสิ้น 11 ปี (Pooled Cross Sectional Data) มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 10,711 ตัวอย่าง

วิธีการดำเนินการวิจัย

เพื่อศึกษาคำตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ว่ามีลักษณะอย่างไร การศึกษาในครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้แบบจำลองค่าจ้างของ Mincer (1974) และการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้แบบ Pooled Cross-Sectional Data Regression โดยใช้การประมาณค่าแบบจำลองค่ากำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) เนื่องจากลักษณะของตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ OLS จึงเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสมซึ่งแบบจำลองแสดงได้ดังสมการที่ 1

$$\ln W_i = \beta_1 + \beta_2 X'_i + \beta_3 S'_i + \beta_4 E_i + \beta_5 E_i^2 + \beta_6 P'_i + \delta_i + \gamma_t + \varphi_p + e_i \quad \text{สมการที่ 1}$$

โดยกำหนดให้ $\ln W_i$ คือ ค่าตอบแทนในรูปแบบลอการิทึม ซึ่ง W_i คือ ค่าตอบแทนแรงงาน (บาทต่อเดือน) ประกอบไปด้วย ค่าจ้างที่ได้รับโดยประมาณต่อเดือน ค่าส่วยเวลา ค่าอาหาร ค่าเสื้อผ้า หรือเครื่องแต่งกายอื่นๆ ค่าที่อยู่อาศัย โบนัส และเงินอื่นๆ

X'_i คือ ตัวแปรส่วนบุคคล โดยเป็นตัวแปรหุ่น ซึ่งประกอบด้วยเพศ สถานภาพการสมรส สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน สำหรับเพศ กำหนดให้เพศชาย เท่ากับ 1 และหญิง เท่ากับ 0 สถานภาพการสมรส กำหนดให้ เท่ากับ 1 หากกลุ่มตัวอย่างมีสถานะสมรส และเท่ากับ 0 หากมีสถานะอื่นๆ และ สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน เท่ากับ 1 หากกลุ่มตัวอย่างมีสถานะเป็นหัวหน้าครัวเรือน และเท่ากับ 0 หากมีสถานะอื่นๆ

S'_i คือ ตัวแปรระดับการศึกษา เป็นตัวแปรหุ่น โดยกำหนดให้เท่ากับ 1 หากกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับต่างๆ โดยแบ่งเป็น 7 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่าประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท และเท่ากับ 0 หากมีสถานะอื่นๆ

E_i คือ จำนวนปีของประสบการณ์ในการทำงาน โดยหาจาก อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ลบด้วย อายุที่จบการศึกษา มีหน่วยเป็น ปี

E_i^2 คือ จำนวนปีของประสบการณ์ในการทำงานยกกำลังสอง (ตามข้อสมมติของวงจรชีวิตของรายได้ ที่ไม่ได้เติบโตแบบคงที่หรือเป็นเส้นตรง)

P'_i คือ ตัวแปรทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ระดับจังหวัด จากกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงแรงงาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร ค่าจ้างขั้นต่ำเฉลี่ยรายจังหวัด ดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด และความเป็นเมือง ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่น โดยกำหนดให้เป็น 1 หากกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล และเท่ากับ 0 หากอยู่นอกเขตเทศบาล

δ_i คือ ตัวแปรคงที่ของอาชีพของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ X_1 คือ กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals) X_2 คือ กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media) X_3 คือ กลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services) X_4 คือ กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/Products) และ X_5 คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries)

Y_t คือ เวลา ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 11 ปี

ϕ_p คือ ภาคที่อยู่อาศัย โดยกำหนดเป็นภาคต่างๆ คือ 1 = กรุงเทพมหานคร, 2 = ภาคเหนือ, 3 = ภาคกลาง, 4 = ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) และ 5 = ภาคใต้

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดง ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลอง ในกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 10,711 ราย รวมทั้งสิ้น 11 ปี (พ.ศ. 2555–2565) ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 39 เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58 มีสถานะสมรส สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 35 มีสถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน ประสบการณ์ในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ย มีประสบการณ์ในการทำงาน 24.5 ปี ตัวแปรระดับการศึกษา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31 สำเร็จการศึกษาที่ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 27

สำเร็จการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17 สำเร็จการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอนุปริญญา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 2.5 สำเร็จการศึกษาที่ระดับอนุปริญญา ระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 1.5 สำเร็จการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 0.02 สำเร็จการศึกษาที่ระดับปริญญาโท ตัวแปรคงที่ของอาชีพของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals) มีแรงงานในอุตสาหกรรมเฉลี่ยร้อยละ 46 กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media) มีแรงงานในอุตสาหกรรมเฉลี่ยร้อยละ 2.9 กลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services) มีแรงงานในอุตสาหกรรมเฉลี่ยร้อยละ 1.5 และกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/Products) มีแรงงานในอุตสาหกรรมเฉลี่ยร้อยละ 29 ตัวแปรทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร 0.234 ล้านบาท ค่าจ้างขั้นต่ำเฉลี่ยรายจังหวัดเท่ากับ 305.13 บาท และดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด (ปีฐาน 2562) ร้อยละ 98.33 และความเป็นเมือง กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 59 อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลอง

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เพศชาย (ชาย = 1)	0.390066	0.487788
สถานภาพการสมรส (มีสถานะสมรส = 1)	0.581085	0.493405
สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน (มีสถานะเป็นหัวหน้าครัวเรือน = 1)	0.352068	0.477637
ประสบการณ์ (ปี)	24.49659	13.84267
ประสบการณ์ ²	791.6845	802.2985
ต่ำกว่าประถมศึกษา (จบต่ำกว่าระดับประถมศึกษา = 1)	0.217626	0.333688
ประถมศึกษา (จบการศึกษาระดับประถมศึกษา = 1)	0.311175	0.462996
มัธยมศึกษาตอนต้น (จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น = 1)	0.265241	0.441482
มัธยมศึกษาตอนปลาย (จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย = 1)	0.165064	0.371256
อนุปริญญา (edu4) (จบการศึกษาระดับอนุปริญญา = 1)	0.025675	0.15817
ปริญญาตรี (edu5) (จบการศึกษาระดับปริญญาตรี = 1)	0.015498	0.123529
ปริญญาโท (edu6) (จบการศึกษาระดับปริญญาโท = 1)	0.000187	0.013664
กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals): X_1		
(ทำงานในกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ = 1)	0.457754	0.498235
กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media): X_2		
(ทำงานในกลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ = 1)	0.029036	0.167914
กลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services): X_3		
(ทำงานในกลุ่มบริการสร้างสรรค์ = 1)	0.015125	0.122054

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/Products): X_4 (ทำงานในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ = 1)	0.292411	0.454891
กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries): X_5 (ทำงานในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง = 1)	0.205670	0.404214
ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร (ล้านบาท)	0.234249	0.185053
ค่าจ้างขั้นต่ำรายจังหวัด (บาท/วัน)	305.1319	22.27476
ดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด (ปีฐาน 2562 = 100)	98.32927	3.488048
ความเป็นเมือง (อยู่ในเขตเทศบาล = 1)	0.585753	0.492615

ที่มา: จากการศึกษา

ตารางที่ 2 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ของแบบจำลองค่าตอบแทนแรงงานกับตัวแปรอิสระต่างๆ (Log Linear Model) เปรียบเทียบ 4 Model โดยตัวแปรอิสระต่างๆ ประกอบไปด้วย ตัวแปรส่วนบุคคล ประสบการณ์ ตัวแปรระดับการศึกษา ตัวแปรเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ และตัวแปรคงที่ของอาชีพของแรงงาน ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยกรณีฐาน (BASE) ของกลุ่มอาชีพ (CREATIVE GROUP) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries: X_5) กรณีฐานของช่วงเวลา (YEAR) คือ ปี พ.ศ.2555 และ กรณีฐานของภาค (REGION) คือ กรุงเทพมหานคร โดย Model 1 แสดงความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนแรงงานกับตัวแปรอิสระต่างๆ Model 2 แสดงความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนแรงงานกับตัวแปรอิสระต่างๆ และ เวลา (YEAR) Model 3 แสดงความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนแรงงานกับตัวแปรอิสระต่างๆ และ ภาคที่อยู่อาศัย (REGION) และ Model 4 แสดงความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนแรงงานกับตัวแปรอิสระต่างๆ เวลา (YEAR) และภาคที่อยู่อาศัย (REGION) ครบทุกตัวแปร

ในการศึกษานี้ Model 4 แสดงความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง กับตัวแปรส่วนบุคคล ประสบการณ์ ระดับการศึกษา ตัวแปรเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ ตัวแปรคงที่ของอาชีพของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เวลา และภาคที่อยู่อาศัย ครบทุกตัวแปรจึงเป็นแบบจำลองที่เหมาะสม และได้เลือกใช้อธิบายความสัมพันธ์ของค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ สถานภาพ การสมรส สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน ประสบการณ์ในการทำงาน) ปัจจัยระดับการศึกษา (ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท) ปัจจัยคงที่ของอาชีพของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ และกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์) และปัจจัยด้านเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ (ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร อัตราค่าจ้างขั้นต่ำรายจังหวัด ดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด และความเป็นเมือง) โดยสามารถอธิบายได้โดยละเอียดดังนี้

1. เพศ ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นเพศชาย มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 6.5 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
2. สถานภาพการสมรส ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะสมรส มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่นๆ ร้อยละ 2 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
3. สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนถือเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเลือกประกอบอาชีพ มีแนวโน้มที่จะต้องรับผิดชอบหารายได้ มากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่นๆ ร้อยละ 3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
4. ประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ร้อยละ 1 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ตามข้อสมมติของวงจรชีวิตของรายได้ที่ไม่ได้เติบโตแบบคงที่หรือเป็นเส้นตรง
5. ระดับที่สำเร็จการศึกษา ส่งผลเชิงบวกต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นไปตามทฤษฎีทุนมนุษย์ โดยยิ่งผู้ประกอบอาชีพได้ศึกษาในระดับที่สูง ยิ่งส่งผลต่อค่าตอบแทนแรงงานที่เพิ่มขึ้น ตามระดับที่สำเร็จการศึกษา สำหรับผู้ประกอบอาชีพที่สำเร็จระดับประถมศึกษา จะมีค่าตอบแทนแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.8 สำหรับผู้ประกอบอาชีพที่สำเร็จระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีค่าตอบแทนแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7 สำหรับผู้ประกอบอาชีพที่สำเร็จระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จะมีค่าตอบแทนแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.5 สำหรับผู้ประกอบอาชีพที่สำเร็จระดับอนุปริญญา จะมีค่าตอบแทนแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20.1 สำหรับผู้ประกอบอาชีพที่สำเร็จระดับปริญญาตรี จะมีค่าตอบแทนแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.3 และ สำหรับผู้ประกอบอาชีพที่สำเร็จระดับปริญญาโท จะมีค่าตอบแทนแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 121.6 เมื่อเทียบกับผู้ประกอบอาชีพที่ไม่จบการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
6. ปัจจัยคงที่ของอาชีพของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (กรณีฐาน คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries: X_5))

ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่ในกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals): X_1 มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น ร้อยละ 2 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ใน Model 3 และ 4 ซึ่งได้ควบคุมปัจจัยทางภาคที่อยู่อาศัย แต่จะไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ หากไม่มีใส่ตัวแปรควบคุมภาคที่อยู่อาศัย ดังใน Model 1 และ 2 แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ที่อยู่อาศัยมีความสำคัญในการกำหนดการประกอบอาชีพของผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์

ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่ในกลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media): X_2 มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น ร้อยละ 5.1 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ใน Model 3 และ 4 และ มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพที่มีสถานะอื่น ร้อยละ 4.6 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ใน Model 1 และ 2

ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่ในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/Products): X_4 มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น ร้อยละ 6.3 ที่ระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ใน Model 3 และ 4 และ มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น ร้อยละ 4.6 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ใน Model 1 และ 2

ผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่ในกลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services): X_3 ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติว่ามีค่าตอบแทนแรงงานแตกต่างจากผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น

7. ผลิตรัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร โดยเฉลี่ย พื้นที่ที่มีผลิตรัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร เพิ่มขึ้นทุกๆ หนึ่งล้านบาท มีผลบวกต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ร้อยละ 33.7 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

8. ค่าจ้างขั้นต่ำรายจังหวัด โดยเฉลี่ยพื้นที่ที่มีอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ เพิ่มขึ้นทุกๆ หนึ่งบาท จะส่งผลบวกต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ร้อยละ 0.4 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

9. ดัชนีราคาผู้บริโภครายจังหวัด พื้นที่ที่มีราคาสินค้าแพงจะส่งผลกระทบทางลบกับค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉลี่ยพื้นที่ที่มีดัชนีราคาผู้บริโภค เพิ่มขึ้นทุกๆ หนึ่งหน่วย จะส่งผลลบต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ร้อยละ 0.8 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

10. ความเป็นเมือง ผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล มีค่าตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล โดยเฉลี่ย ร้อยละ 1.7 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตัวแปร	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
เพศชาย	0.065*** (0.007)	0.065*** (0.007)	0.065*** (0.007)	0.065*** (0.007)
สถานภาพการสมรส	0.028*** (0.007)	0.020*** (0.007)	0.029*** (0.007)	0.021*** (0.007)
สถานะการเป็นหัวหน้าครัวเรือน	0.037*** (0.007)	0.035*** (0.007)	0.033*** (0.007)	0.032*** (0.007)
ความเป็นเมือง	0.009 (0.006)	0.008 (0.006)	0.017*** (0.006)	0.017*** (0.006)
จากระดับประถมศึกษา	0.036*** (0.009)	0.037*** (0.009)	0.038*** (0.009)	0.038*** (0.009)
จากระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	0.067*** (0.010)	0.067*** (0.010)	0.070*** (0.010)	0.070*** (0.010)
จากระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	0.095*** (0.012)	0.097*** (0.012)	0.103*** (0.012)	0.105*** (0.011)
จากระดับอนุปริญญา	0.184*** (0.023)	0.188*** (0.023)	0.198*** (0.023)	0.201*** (0.023)

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
จระดับปริญญาตรี	0.164*** (0.034)	0.167*** (0.034)	0.172*** (0.034)	0.173*** (0.034)
จระดับปริญญาโท	1.244*** (0.140)	1.244*** (0.140)	1.219*** (0.143)	1.216*** (0.141)
ประสบการณ์	0.010*** (0.001)	0.010*** (0.001)	0.010*** (0.001)	0.010*** (0.001)
ประสบการณ์ ²	-0.000*** (0.000)	-0.000*** (0.000)	-0.000*** (0.000)	-0.000*** (0.000)
กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์	0.012 (0.009)	0.012 (0.009)	0.021** (0.009)	0.021** (0.009)
กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์	0.046** (0.019)	0.046** (0.019)	0.051*** (0.018)	0.051*** (0.018)
กลุ่มบริการสร้างสรรค์	-0.038 (0.027)	-0.037 (0.027)	-0.029 (0.027)	-0.027 (0.027)
กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์	0.046*** (0.009)	0.046*** (0.009)	0.063*** (0.010)	0.063*** (0.010)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากร	0.406*** (0.017)	0.392*** (0.017)	0.339*** (0.022)	0.337*** (0.022)
ค่าจ้างขั้นต่ำรายจังหวัด	0.004*** (0.000)	0.005*** (0.000)	0.004*** (0.000)	0.004*** (0.000)
ดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด	-0.008*** (0.001)	-0.008*** (0.003)	-0.006*** (0.001)	-0.008*** (0.003)
Constant	8.238*** (0.094)	8.113*** (0.265)	8.128*** (0.095)	8.233*** (0.270)
เวลา ปี (BASE = YEAR 55)	NO	YES	NO	YES
ภาคที่อยู่อาศัย (BASE = REG 1)	NO	NO	YES	YES
R-squared	0.1781	0.1832	0.1900	0.1942

หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์ และตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงค่า Robust standard errors,

* แสดงถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** แสดงถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

*** แสดงถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ที่มา: จากการศึกษา

การอภิปรายผล

คำตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับระดับที่สำเร็จการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน เป็นไปตามทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) ที่กล่าวไว้ว่า ยิ่งแรงงานมีระดับทุนมนุษย์สูงมากเท่าไร ก็จะมีศักยภาพสูงขึ้นในการประกอบอาชีพ ทำให้ได้รับคำตอบแทนแรงงานที่สูงขึ้น โดยแรงงานสามารถส่งสมความรู้ผ่านการศึกษาล่าเรียน และฝึกฝนจากประสบการณ์ในการทำงาน ภายหลังจบการศึกษา ดังนั้นการลงทุนด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานยังมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ พื้นที่ที่อยู่อาศัยก็มีความสำคัญในการกำหนดการประกอบอาชีพของผู้ประกอบอาชีพโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals) เช่น งานฝีมือ และหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ซึ่งในกลุ่มนี้จำเป็นต้องใช้ศิลปะหรือวัฒนธรรมเชิงพื้นที่เข้มข้นในการสร้างสรรค์งานฝีมือ ศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ โดยมีคำตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น โดยเฉลี่ยร้อยละ 2 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แตกต่างจากผู้ประกอบอาชีพที่อยู่ในกลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ และผู้ประกอบอาชีพที่อยู่ในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ ที่ไม่มีปัจจัยทางด้านพื้นที่มาเป็นข้อจำกัดในการแสวงหารายได้ ซึ่งไม่ว่าจะใส่ตัวแปรเชิงพื้นที่หรือไม่ก็มีความสัมพันธ์กับคำตอบแทนแรงงานในสองกลุ่มนี้มีค่าสูงกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น สำหรับผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่ในกลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media) เช่น ภาพยนตร์ การแพร่ภาพและกระจายเสียง การพิมพ์ ซอฟต์แวร์ (เกมและแอนิเมชัน) มีคำตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น โดยเฉลี่ย ร้อยละ 5.1 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่ในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/Products) เช่น สินค้าแฟชั่น มีคำตอบแทนแรงงานมากกว่าผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีสถานะอื่น โดยเฉลี่ยร้อยละ 6.3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยผลการศึกษาี้มีความสอดคล้องกับ Been et al. (2023) ที่ได้ศึกษาความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ของแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่พบว่า กลุ่มคนที่ทำงานด้านศิลปะเข้มข้นจะมีรายได้ต่ำกว่าคนที่ทำงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกจากนี้ ความเจริญทางเศรษฐกิจในพื้นที่ก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเพิ่มขึ้นของคำตอบแทนแรงงาน เนื่องจากผู้ประกอบอาชีพที่อยู่ในพื้นที่ที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดต่อประชากรสูงและมีค่าจ้างขั้นต่ำสูงแสดงว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และยังใช้ประโยชน์จากตลาดแรงงานที่แข่งขันในการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้เพิ่มเติม ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่โดยส่วนใหญ่ดำรงชีพอยู่ในเมืองซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจสูงกว่า

ข้อเสนอแนะ

คำตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับระดับการศึกษาที่สูงขึ้น และยังคงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการทำงานแต่จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ตามสมการค่าจ้างของ (Mincer Wage Equation) และตามข้อสมมติของวงจรชีวิตของรายได้ที่ไม่ได้เติบโตแบบคงที่หรือเป็น

เส้นตรง แม้ว่างานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต้องใช้ฝีมือและความชำนาญที่สั่งสมจากประสบการณ์ในการทำงาน ภายหลังจบการศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม การลงทุนทางการศึกษายังมีความจำเป็นโดยผลตอบแทนของการศึกษานั้นมีค่าเป็นบวก โดยผลตอบแทนในระดับอุดมศึกษามีค่าที่สูงกว่าผลตอบแทนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ภาครัฐยังคงต้องมียุทธศาสตร์สำคัญในการลงทุนด้านการศึกษา และพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์และกลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ เนื่องจากมีค่าตอบแทนทางเศรษฐกิจที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อันจะยังประโยชน์ไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ ค่าตอบแทนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของคนที่อาศัยอยู่ในเมือง (เขตเทศบาล) มีค่าสูงกว่าผู้ที่พักอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล ดังนั้น หากแต่ละพื้นที่มีโอกาส หรือมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทัดเทียมกัน อาจจะช่วยบรรเทาปัญหาความแออัดของสังคมเมือง ปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยรัฐสามารถสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิตให้แก่ประชาชน เพื่อให้ได้อยู่อาศัยได้อย่างเท่าเทียมในทุกพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลที่เป็น Pooled Cross Sectional Data ในที่นี้ การศึกษาในอนาคตอาจพิจารณาใช้ข้อมูลชุดอื่นที่เป็น Longitudinal Data เพื่อการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2567ก). *ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคของกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก http://www.indexpr.moc.go.th/price_present/cpi/stat/others/indexg_report2.asp?list_year=2550
- กระทรวงพาณิชย์. (2567ข). *ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด*. สืบค้นจาก https://www.price.moc.go.th/price/cpi_province/index_new.asp
- กระทรวงแรงงาน.(2567). *ข้อมูลค่าจ้างขั้นต่ำรายจังหวัด*. สืบค้นจาก <https://www.mol.go.th/en/minimum-wage>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=gross_regional
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2566). *มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. สืบค้นจาก <https://data.cea.or.th/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *ข้อมูลประชากร และข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัด*. สืบค้นจาก https://data.go.th/dataset/dataset_13_017
- Been, W., & Keune, M. (2020). That is just part of being able to do my cool job: Understanding low earnings but high job satisfaction in the creative industries in the Netherlands. In V. Pulignano, & F. Hendrickx (Eds.), *Employment Relations in the 21st Century: Challenges for Theory and Research in a Changing World of Work* (pp. 59–76). (Bulletin of Comparative Labour Relations; Vol. 107). Wolters Kluwer.

- Been, W., Wijngaarden, Y., & Loots, E. (2023). Welcome to the inner circle? Earnings and inequality in the creative industries. *Cultural Trends*, 33(3), 255-271.
<https://doi.org/10.1080/09548963.2023.2181057>
- Blaug, M. (1976). The rate of return on investment in education in Thailand. *The Journal of Development Studies*, 12(2), 270-283. <https://doi.org/10.1080/00220387608421572>
- Lewis, P., & Lee, J. Y. (2020). The labour market outcomes of Australian Creative Arts degree holders. *Australian Journal of Labour Economics*, 23(1), 21-42.
<https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.315586652826585>
- Moenjak, T., & Worswick, C. (2003). Vocational education in Thailand: a study of choice and returns. *Economics of Education Review*, 22(1), 99-107.
[https://doi.org/10.1016/S02727757\(01\)00059-0](https://doi.org/10.1016/S02727757(01)00059-0)
- Prediger, D. J., & Hanson, G. R. (1976). Holland's theory of careers applied to women and men: Analysis of implicit assumptions. *Journal of Vocational Behavior*, 8(2), 167-184.
[https://doi.org/10.1016/0001-8791\(76\)90019-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(76)90019-1)
- Psacharopoulos, G. (1994). Returns to investment in education: A global update. *World Development*, 22(9), 1325-1343. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90007-8](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90007-8)
- Tangtipongkul, K. (2015). Rates of return to schooling in Thailand. *Asian Development Review*, 32(2), 38-64. https://doi.org/10.1162/ADEV_a_00051
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147-164. <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>
- Warunsiri, S., & McNown, R. (2010). The returns to education in Thailand: A pseudo-panel approach. *World Development*, 38(11), 1616-1625.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.03.002>
- Zawadzki, K., & Wojdyło, M. (2018). Creative workers: returns to education and experience. The evidence from Australia. *Economic and Environmental Studies*, 18(2), 1017-1033.
<http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-eedf188e-d1aa-4221-8cc2-b44578066f3c>

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และขอขอบคุณ บรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย