



เศรษฐกิจสร้างสรรค์: เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร (The Creative Economy: How People Make Money from Ideas)

อัจฉรา ศรีพันธ์⁹

หากกล่าวถึงแนวคิดด้านเศรษฐกิจที่กำลังได้รับความสนใจจากทั่วโลก แนวคิดที่จะถูกกล่าวถึงคือ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative Economy) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ทั่วโลกต่างให้ความสนใจในหลายๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้กำหนดให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหลักทางด้านเศรษฐกิจ และเมื่อกล่าวถึงแนวคิดนี้ ก็จำเป็นต้องกล่าวถึงหนังสือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร

“The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”

ซึ่งเขียนขึ้นโดยจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ในปี 2001 แปลโดยคุณากร วาณิชวิรุฬห์ แห่งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ในปี 2552 เนื่องจากแนวความคิดและกรณีศึกษาต่างๆ ในหนังสือเล่มนี้ได้ถูกยกมากล่าวอ้างทุกที่ ทุกเวลาเมื่อมีการกล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จนเสมือนว่าหนังสือเล่มนี้เป็นคัมภีร์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เลยทีเดียว จึงอาจกล่าวได้ว่าหนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนแนวความคิดนี้ให้ได้รับความสนใจอย่างยิ่งในปัจจุบัน

จอห์น ฮาวกินส์เขียนหนังสือเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์: เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร (The Creative Economy: How People Make Money from Ideas) ขึ้นในปี 2001 เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ตลอดจนการใช้ทรัพยากรทางปัญญาเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยหนังสือเล่มนี้ผู้เขียนได้เขียนขึ้นจากประสบการณ์การทำงานที่ปรึกษาอย่างยาวนาน โดยปัจจุบันเขาดำรงตำแหน่งประธานของ BOP Consulting ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์ในลอนดอน และประธานของ Howkins & Associates บริษัทให้คำปรึกษาด้านการออกแบบชุมชนเมืองและนิเวศน์ของความคิดสร้างสรรค์ในปักกิ่ง ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาให้กับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ องค์กรระหว่างประเทศและรัฐบาลในประเทศต่างๆ มากกว่า 30 ประเทศทั่วโลก เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา จีน ฝรั่งเศส อิตาลี อินเดีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เป็นต้น นอกจากนั้นจอห์น ฮาวกินส์ ยังดำรงตำแหน่งเป็นรองประธานของ British Screen Advisory Council และเป็นสมาชิกหนึ่งในคณะกรรมการที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประจำ UNDP อีกด้วย จากประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของจอห์น ฮาวกินส์ ทำให้สิ่งที่ปรากฏอยู่ในหนังสือเล่มนี้อัดแน่นไปด้วยแนวความคิดที่เสริมความน่าเชื่อถือจากสถิติตัวเลข ผลการวิจัย และกรณีศึกษาจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกที่ขับเคลื่อนให้แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่โดดเด่นอย่างยิ่งในยุคนี้



⁹ อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์



จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าหนังสือเล่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเข้าใจแนวความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างความสร้างสรรค์และเศรษฐศาสตร์ ซึ่งทั้งความสร้างสรรค์และเศรษฐศาสตร์ต่างไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ธรรมชาติของระดับความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสิ่งและวิธีการที่ทั้งสองสิ่งหลอมรวมกันเพื่อสร้างมูลค่าและความมั่งคั่งอย่างน่าอัศจรรย์ต่างหากที่เป็นเรื่องแปลกใหม่

อาจกล่าวได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ความแปลกใหม่ที่เกิดจากการยกระดับความสัมพันธ์และการหลอมรวมระหว่างทั้งสองสิ่งที่ต่างชั่วคราว คือ เศรษฐกิจและความสร้างสรรค์ โดยเศรษฐกิจซึ่งมักถูกนิยามฐานระบบการผลิต แลกเปลี่ยน บริโภคสินค้าและบริการ ในขณะที่เศรษฐศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ว่าแต่ละคนและแต่ละสังคมจะสนองความต้องการของตนอย่างไร เมื่อความต้องการนั้นไร้ขีดจำกัดแต่ทรัพยากรนั้นมีอยู่อย่างจำกัด จึงเน้นไปที่ประเด็นการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่น้อยให้พอเพียงกับความต้องการของคนในสังคม ซึ่งในประเด็นนี้ จอห์น ฮาวกินส์ได้ชี้ให้เห็นว่า ความคิดมิได้มีข้อจำกัดเช่นเดียวกับสินค้าที่จับต้องได้ และธรรมชาติของเศรษฐกิจของความคิดก็แตกต่างจากเศรษฐกิจทั่วไป ส่วนความสร้างสรรค์นั้นไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งหมดและบางครั้งอาจจะเป็นเส้นขนานกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจเลยด้วยซ้ำไป แต่บางครั้งความสร้างสรรค์ก็อาจจะกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ หากเป็นความคิดที่นำไปสู่การผลิตสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ อาจกล่าวได้ว่าความสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จอห์น ฮาวกินส์ได้เสนอไว้ในหนังสือเล่มนี้เป็นความคิดที่มีนัยยะทางเศรษฐกิจที่สามารถเปลี่ยนจากนามธรรมไปสู่สิ่งที่ใช้งานได้จริง ซึ่งก็คือเปลี่ยนจากความคิดไปสู่ผลิตภัณฑ์นั่นเอง ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจและความสร้างสรรค์จะปรากฏชัดในการรับรู้ของผู้อ่านผ่านการนำเสนออย่างแยบยลด้วยกฎ 7 ข้อในเนื้อหา 7 บทของผู้เขียนดังนี้

บทนำ: ศิลปะของสิทธิบัตร ซึ่งเป็นการกล่าวถึงความสำคัญของสิทธิบัตรในยุคปัจจุบันและความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิบัตรและเศรษฐกิจใหม่ ตลอดจนการกล่าวถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญ 4 ประเภท คือ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้าและแบบผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มจะทวีความสำคัญขึ้นทุกขณะ โดยผู้เขียนได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ผ่านมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้ อย่างไรก็ตามสิทธิบัตรก็ยังคงเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีความสำคัญที่สุดและจำนวนของสิทธิบัตรที่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นประวัติการณ์นับเท่าตัวในปัจจุบัน นอกจากนั้นในตอนท้ายของบทนำได้กล่าวถึงประเด็นต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ในบทต่างๆ ทั้ง 7 บท ดังนี้

บทที่ 1 พรสวรรค์ที่หนึ่ง กฎข้อที่หนึ่ง สร้างสรรค์หรือสืบสุญ ซึ่งเป็นการสำรวจธรรมชาติของความสร้างสรรค์ผ่านการแสวงหานิยามของความสร้างสรรค์ของนักวิชาการแขนงต่างๆ เช่น นักเคมี นักจิตวิทยา นักประสาทวิทยา เป็นต้น แต่ผู้เขียนไม่สรุปนิยามของความสร้างสรรค์แต่สรุปเงื่อนไขของความสร้างสรรค์ ลักษณะของผู้สร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ โดยสรุปได้ว่า ความสร้างสรรค์ทุกประเภทต้องอาศัยเงื่อนไข 3 ประการ *Re* ความเป็นส่วนตัว (Personality) ความเป็นสิ่งต้นแบบ (Originality) และความหมาย (Meaning)

นอกจากเงื่อนไขของการสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วผู้ที่เป็นผู้สร้างสรรค์ยังต้องมีแนวคิดและลักษณะ 6 ประการ ดังนี้ ประการแรก การสร้างสรรค์คือองค์ประกอบพื้นฐานของชีวิต ประการที่สอง การสร้างสรรค์เป็น



พรสวรรค์สากล ประการที่สาม การสร้างสรรค์เป็นเรื่องสนุก ประการที่สี่ ความรู้สึกแข่งขัน คนที่สร้างสรรค์อาจมีความสามารถในการแข่งขันสูงมาก ประการที่ห้า ขณะใช้พรสวรรค์ด้านการคิดสร้างสรรค์ ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะแสดงความสามารถเฉพาะตัวหลายอย่างที่เห็นได้ชัดออกมา และประการสุดท้ายคือ การสร้างสรรค์มักจะเป็นคุณลักษณะด้านบวก

กระบวนการสร้างสรรค์ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ซึ่งเป็นส่วนผสมระหว่างความฝันกับการวิเคราะห์ การหยั่งรู้ที่เกิดขึ้นในใจ และการคำนวณอย่างง่าย ๆ ซึ่งสรุปย่อตามตัวอักษรตัวหน้าคือคำว่า RIDER ประกอบด้วย Review การทบทวน Incubation การบ่มเพาะ Dreams ความฝัน Excitement ความตื่นเต้น และ Reality checks การตรวจสอบความเป็นไปได้จริง โดยในท้ายของบทนี้ผู้เขียนได้สรุปว่า ความสร้างสรรค์โดยตัวมันเองแล้วไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ หากต้องการมูลค่าเชิงพาณิชย์ต้องทำให้ความสร้างสรรค์นั้นปรากฏเป็นรูปเป็นร่างและนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายได้ มีตลาดที่มีทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย มีพื้นฐานด้านกฎหมายและสัญญา มีข้อตกลงว่าจะอะไรคือการซื้อขายที่สมเหตุสมผลซึ่งเป็นการสรุป “ความสร้างสรรค์ตามนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ได้อย่างชัดเจน

บทที่ 2 ความเฟื่องฟูของทรัพย์สินทางปัญญา กฎข้อที่สอง สิทธิบัตรและลิขสิทธิ์คือหน่วยเงินตราของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการอภิปรายเรื่องผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่มุ่งไปที่ทรัพย์สินทางปัญญาและสัญญาทรัพย์สิน (Property Contract) ระหว่างผู้สร้างสรรค์กับรัฐบาลซึ่งต้องตัดสินใจอะไรเป็นของสาธารณะและอะไรเป็นของเอกชน โดยทั่วไปแล้วประเด็นพื้นฐานของสัญญาทรัพย์สินยังอยู่ที่การหาสมดุลระหว่างผลตอบแทนส่วนตัวของผู้คิดค้นและการเข้าถึงของสาธารณะ แต่ควรมีการพิจารณาประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างสรรค์กับสังคม เอกชน และสาธารณะ ผลตอบแทนและการเข้าถึงด้วย

บทที่ 3 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญ กฎข้อที่สาม $CE = CP \times T$ ซึ่งเป็นบทวิเคราะห์เชิงสถิติของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 กลุ่มและเกณฑ์การพิจารณาว่าอุตสาหกรรมเหล่านั้นมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่ โดยพิจารณาจาก จำนวนการซื้อขายของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ดังสมการความสร้างสรรค์ (Creative Equation) คือ $CE = CP \times T$ โดยที่สมการนี้แจ่มแจ้งว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CE) มีค่าเท่ากับมูลค่าของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (CP) คูณด้วยจำนวนการซื้อขาย (T)

นอกจากสมการที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ผู้เขียนยังได้กล่าวถึงเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ว่าประกอบด้วยสินค้าหรือบริการอันเป็นผลมาจากการสร้างสรรค์และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเกณฑ์การดำเนินธุรกิจมีอยู่ว่า การแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นพร้อมมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ทั้งหมดต้องเป็นทรัพย์สินทางปัญญาหนึ่งในสี่รูปแบบ คือ สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ แบบผลิตภัณฑ์ และเครื่องหมายการค้า แม้บางส่วนจะมีมูลค่ามากขึ้นในฐานะวัตถุทางกายภาพที่จับต้องได้ เช่น ศิลปะและแฟชั่น ก็ตาม

จากสมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่การจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 ประเภท ประกอบด้วย การโฆษณา สถาปัตยกรรม ศิลปะ หัตถกรรม งานออกแบบ แฟชั่น ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง การพิมพ์ การวิจัยและพัฒนา ซอฟต์แวร์ ของเล่นและเกม (ไม่รวมวิดีโอเกม) โทรทัศน์และวิทยุ วิดีโอเกม ซึ่งในตอนท้ายผู้เขียนสรุปว่าการเติบโตในอนาคตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะขึ้นอยู่กับ



อุปทาน (เมื่อมีผู้สร้างสรรค์ผลงานมากขึ้น) และอุปสงค์ (เมื่อคนจำนวนมากก้าวไปตามลำดับขั้นของความต้องการ) อุตสาหกรรมบางประเภทจะเติบโตเร็วกว่าประเภทอื่นๆ โดยการเติบโตที่รวดเร็วที่สุดจะเกิดขึ้นในธุรกิจซึ่งมีคนสร้างสรรค์อยู่มากกว่าหรือมีเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์แต่ละตัวสร้างรายได้มากขึ้น

บทที่ 4 การบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์ กฎข้อที่สี่ การสร้างสรรค์คืองานอันควร ซึ่งกล่าวถึงการบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์ที่จำเป็นต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจเศรษฐศาสตร์แห่งการสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับระบบค่านิยมสองระบบที่สอดคล้องกัน ระบบแรกอยู่บนพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ เครื่องมือ รูปแบบ และวิธีการต่างๆ ที่จับต้องได้ และมีคุณสมบัติคล้ายกับวัตถุทางกายภาพทั่วไป ส่วนอีกระบบนั้นอยู่บนพื้นฐานของทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งจับต้องไม่ได้และมีคุณสมบัติค่อนข้างแปลกประหลาด

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่ หลักการบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์ 10 แนวทางคือ การบริหารจัดการคนที่สร้างสรรค์ การบริหารจัดการงานของนักคิด การบริหารจัดการผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ การบริหารจัดการงานหลังยุคจ้างงานเต็มเวลา การบริหารจัดการคนทำงานแบบทันเวลาพอดี การบริหารจัดการบริษัทชั่วคราว การบริหารจัดการสำนักงานเครือข่ายและกลุ่มทางธุรกิจ การบริหารจัดการการทำงานเป็นหมู่คณะ การบริหารจัดการการเงิน และการบริหารจัดการข้อตกลงและความเป็นที่นิยม ซึ่งทุกแนวทางล้วนแล้วแต่เป็นแนวทางการบริหารจัดการยุคใหม่ทั้งสิ้น

บทที่ 5 พันธุกรรมความบันเทิง กฎข้อที่ห้า เรื่องราวต้องมาก่อนเป็นการยกกรณีศึกษาคือ ฮอลลีวูดซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่สำคัญของโลกที่มีลักษณะเฉพาะแต่สามารถเป็นบทเรียนที่สำคัญให้แก่องค์กรอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการแปลงความคิดเป็นธุรกิจ และการก้าวไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่ยืนหยัดอยู่ได้อย่างยาวนาน

บทที่ 6 คลิก-แล้ว-ไป กฎข้อที่หก เศรษฐกิจใหม่คือสร้างสรรค์บวกกับอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีและความสร้างสรรค์ที่เกิดจากการที่คอมพิวเตอร์มีสมรรถนะที่สูงขึ้นและราคาถูกลง ส่งผลให้เกิดเครือข่ายการทำงานมากขึ้น และนำไปสู่การทำงานร่วมกันและการร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้มากขึ้น

บทที่ 7 ทูนของความคิด กฎข้อที่เจ็ด เมื่อใครสักคนกักเก็บความคิดหรือส่วนหนึ่งของมันไว้สำหรับอนาคต ซึ่งกล่าวถึงทุนแห่งการสร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดความคิดใหม่และเป็นต้นแบบ โดยสามารถแปลงความคิดเหล่านั้นเป็นทุนทางเศรษฐกิจและผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ นอกจากนั้นการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดไม่ใช่ตัวเงิน แต่เป็นความคิดและทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งจับต้องไม่ได้และเปลี่ยนแปลงได้ง่าย การบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับการทำงานแบบผู้ประกอบการ ทันเวลาพอดี ชั่วคราวและเฉพาะกิจที่ถูกขับเคลื่อนมาจากการศึกษา มากกว่าเทคโนโลยี การลงทุนด้านการศึกษา การวิจัย และการคิดจะเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพของความคิดสร้างสรรค์อย่างแน่นอน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การจัดวางเนื้อหาทั้ง 7 บทของผู้เขียนนั้นมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันโดยเริ่มตั้งแต่การสร้างกรอบนิยามความหมายของความคิดสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การกำหนดกฎการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ การกำหนดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์



ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีในโลกยุคใหม่และความสร้างสรรค์ และการแปลงความสร้างสรรค์ให้กลายเป็นทุน
แห่งความสร้างสรรค์อันนำไปสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ต่อไป ซึ่งในทุกบทจะประกอบด้วยกรณีศึกษา
ตัวเลข สถิติ และผลการวิจัยมาประกอบการเสนอความคิดเห็นของผู้เขียนอย่างมากมาย จึงนับได้ว่าหนังสือเล่มนี้
เป็นหนังสือที่สามารถสร้างมุมมองใหม่ๆ ทางด้านเศรษฐกิจได้ดี โดยสามารถเชื่อมความสร้างสรรค์ที่เป็นนามธรรม
และเศรษฐศาสตร์ที่เป็นรูปธรรมให้ผสมผสานกันจนเกิดมูลค่ามหาศาลทางเศรษฐกิจตามมา ดังปรากฏชัดในมูลค่า
ผลผลิตมวลรวมประชาชาติของชาติต่างๆ เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เกาหลี สิงคโปร์ เป็นต้น ซึ่งหากได้
อ่านหนังสือเล่มนี้จะค้นพบว่าความคิดที่ลอยอยู่ในอากาศนั้นเป็นสิ่งที่มีความค่าทางเศรษฐกิจ หากได้รับการบริหาร
จัดการอย่างเหมาะสม

.....