



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเกิดกระแสการพัฒนาและเป็นกระแสหลักที่ทุกประเทศต่างพยายามผลักดันให้เป็นนโยบายหลักในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การขับเคลื่อนการพัฒนาโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ขณะนี้เป็นแนวคิดที่มีนิยามและขอบเขตที่ไม่ชัดเจนมากนัก นักวิชาการคนสำคัญที่กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นพื้นฐานใหม่สำหรับการสร้างความมั่งคั่งและความเจริญทางเศรษฐกิจคือ John Howkins ได้อธิบายไว้ว่า “ผู้คนที่มีความคิด ผู้คนที่เป็นเจ้าของความคิดจะกลายมาเป็นบุคคลที่มีจำนวนมากกว่าผู้คนที่ทำงานกับเครื่องจักรกล และในหลาย ๆ ครั้งนี้อาจมีอำนาจมากกว่าผู้คนที่เป็เจ้าของเครื่องจักร” ดังนั้น Howkins กล่าวว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่เรืองอำนาจในศตวรรษที่ 21”

Chris Smith รัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬาในสหราชอาณาจักร ได้แย้งว่า “บทบาทขององค์กรในเชิงสร้างสรรค์และการสนับสนุนเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อโลกยุคใหม่เป็นประเด็นทางเศรษฐกิจที่สำคัญ” พื้นที่เชิงสร้างสรรค์เหล่านี้คือแหล่งสร้างงานและความมั่งคั่งในศตวรรษหน้า หรือนักวิชาการอย่าง Chaline Venturelli (2000) เขียนไว้ว่า “การสร้าง ความมั่งคั่งต้องพึ่งพาความสามารถของประเทศในการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างต่อเนื่อง”

โดยสรุปประเทศที่มีกำลังแรงงานในเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ศิลปิน นักเขียน นักออกแบบ คนเขียนบท คนเขียนบทละคร นักวาดภาพ นักดนตรี ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ ผู้กำกับ นักแสดง นักเต้น นักออกแบบท่าเต้น ซึ่งไม่รวมถึงวิศวกร นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัยและนักวิชาการที่ไม่มีความรู้ซึ่งจะใช้เป็นพื้นฐานในเศรษฐกิจยุคสารสนเทศ และต้องพึ่งพาความคิดที่ผลิตมากกว่าที่อื่น

กิจกรรมที่สร้างสรรค์ (Creative Activity) ประกอบด้วย การโฆษณา การออกแบบแฟชั่น ละคร แอนิเมชัน ภาพยนตร์ การบันทึกเสียง วิจัย โทรทัศน์และการออกแบบซอฟต์แวร์ และวัดผลลัพธ์ของกิจกรรมในลักษณะของสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) หรือสัดส่วนต่อดุลการค้า

อุตสาหกรรมวัฒนธรรมถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในลักษณะของนโยบายที่ต้องทำตามความเข้าใจทำให้เกิดการแบ่งแยกระหว่างเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ระบบเศรษฐกิจและระเบียบทางสังคมใหม่เกิดขึ้นรอบๆ ตลาดผู้บริโภคสำหรับสินค้าในเชิงสัญลักษณ์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์และการแบ่งแยกทางสังคมแนวใหม่ มีการตระหนักรู้และการลงทุนอย่างมากในการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ดังกล่าว และส่งผลกระทบต่อการจัดระเบียบของการผลิตและการหมุนเวียน นอกจากนี้จะมีการไหลของคน เงิน สินค้าและข้อมูลแล้วยังมีการไหลของวัตถุเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ ข้อความ ภาพ เสียงและประสบการณ์ ที่สำคัญกว่านั้นคือตำแหน่งของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเศษเสี้ยวของระบบการผลิตแบบเดิมอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นความก้าวหน้าหรือต้นแบบสำหรับผู้อื่นในการเดินตามไปสู่เศรษฐกิจแนวใหม่สัญญาะและพื้นที่ (Tepper, 2002)

Lash และ Urry (1994) ได้กล่าวถึงการแตกแยกในแนวตั้งของโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งพบมากในเศรษฐกิจกระแสหลักกว่า ได้รับการเร่งรัดภายในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไม่ใช่เรื่องง่ายที่ภาคส่วนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ ดนตรี งานออกแบบ ภาพยนตร์ ฯลฯ ได้มีการจัดระเบียบผ่านธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) และผู้รับงานอิสระ แต่แนวคิดดังกล่าวของสุนทรียศาสตร์และกระแสของวัฒนธรรมได้กลายเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ แรงงานด้านวัฒนธรรมไม่ได้ถูกจัดให้เป็นงานสร้างสรรค์ซึ่งถูกบีบคั้นโดยกองล้อขององค์กรที่ยืนยันในคุณค่าของตัวเอง แต่คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประการแรก แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์เป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับการพัฒนาทางเศรษฐกิจร่วมสมัยและการเติบโตส่วนบุคคล ประเด็นที่สำคัญในส่วนนี้คือ

1) มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ซึ่งได้รับการมองว่าเป็นกุญแจสำหรับการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยพยายามจะแยกคุณภาพซึ่งให้วิธีคิดใหม่ๆ วิสัยทัศน์ใหม่ๆ ซึ่งนวัตกรรมสามารถสร้างขึ้นได้ ความสามารถในการประดิษฐ์เป็นคุณภาพที่ได้เกิดขึ้นมานานแล้วสิ่งที่ความคิดสร้างสรรค์ได้ทำไว้คือการดึงเอาคุณภาพในเชิงศิลปะเข้ามา ซึ่งนั่นน่าจะเป็นเรื่องของสัญชาตญาณมากกว่าการคำนวณ

2) ได้ดึงเอาแนวคิดสมัยใหม่ของการปฏิบัติ การยอมรับความเสี่ยงและการทำลายเข้ามาใช้ คุณภาพแบบดั้งเดิมที่สุดของแนวคิดด้านศิลปะคือ ทักษะ ฝีมือ ความสมดุล และความกลมกลืน ทั้งหมดนี้เป็นคุณภาพที่ถูกตัดออกจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์แนวใหม่

3) ความคิดสร้างสรรค์จะถูกเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงในการสร้างคุณค่าทางสังคมตั้งแต่ปี 1960 เป็นการเปลี่ยนแปลงซึ่งศึกษาโดย Beck (1992) จากสำนักด้านหน้าที่ทางสังคมและการค้นหาที่ของคณาฯ หนึ่งในที่ของการเปิดเผยตัวตนและแสดงตัวตนออกมา ซึ่งการปล่อยของออกมานั้นเป็นกระบวนการของการค้นพบตัวเองและได้ดึงเอาคุณค่าในเชิงโบฮีเมียน (Bohemian) และธรรมเนียมเชิงศิลปะซึ่งเชื่อมโยงกับสมัยนิยมตั้งแต่ศตวรรษที่ 19

ประการที่สอง แนวคิดเรื่ององค์กรซึ่งจะมีขนาดเล็กลงโดยตอกย้ำแนวคิดเรื่อง Do-it-yourself และ Work-for-yourself

ประการที่สาม องค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนในเชิงวัฒนธรรมเพราะหากไม่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น องค์กรจะไม่สามารถแข่งขันและตอบโต้กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้

ความสัมพันธ์ระหว่าง “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม” และ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”

คำว่า “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม” มีต้นกำเนิดในปรัชญาไมอาร์ทซิสต์ การเกิดขึ้นของการผลิตวัฒนธรรมในเชิงอุตสาหกรรมในช่วงต้นทศวรรษที่ 20 ได้ถูกค้นพบและยังมีนักทฤษฎีเชิงวิพากษ์อีกหลายท่านที่มองเห็นถึงการส่งเสริมเรื่อง “ระเบียบของชนชั้น” “วิถีชีวิตเชิงทุนนิยม” และ “สังคมที่มีการบริหารจัดการ” ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 ไม่ใช่เพียงแค่การเคลื่อนกรอบแนวคิดไปสู่การเข้าใจถึงวิธีการผลิตและเผยแพร่ในเชิงประจักษ์ของอุตสาหกรรมที่หลากหลายเช่นนี้ และยังรวมถึงความสนใจเพิ่มมากขึ้นในการวางนโยบายที่ทำให้เกิดส่วนร่วมในระบบวัฒนธรรม (Flew และ Cunningham, 2010)

ในช่วงทศวรรษที่ 1980 นโยบายเชิงวัฒนธรรมศึกษาถูกนำมาเชื่อมโยงกับโครงการพัฒนาด้านสังคมวัฒนธรรมตามเมืองต่างๆ ในประเทศอังกฤษ โดยวางยุทธศาสตร์ทั้งหมดไว้ที่การส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การสื่อสารและวัฒนธรรม บุคคลสำคัญที่ดำเนินโครงการนี้ได้แก่ Nicholas Garnham แห่งพรรคกรรมกร (Labour Party) เป็นบุคคลที่นำนโยบายวัฒนธรรมมาแปรสภาพเป็น “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Industries) เพื่อเป็นแกนกลางในการสร้างนโยบายวัฒนธรรม ซึ่งเกษม เพ็ญภินันท์ (2552: 75-77) กล่าวว่านโยบายวัฒนธรรมได้กลายเป็นสาระสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของอังกฤษควบคู่ไป

กับภาคการผลิตต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจ และสามารถสรุปมโนทัศน์ "อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม" ที่เกิดขึ้นมาด้วยรากฐานทางความคิด 2 ประการคือ

1) มโนทัศน์ที่เกิดจากการแปล (Translation) การแปร (Transformation) และการแปลง (Modification) ความหมายจากแนวคิด "อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม" หรือ "culture industry" จากหนังสือ Dialectic of Enlightenment ของ Max Horkheimer และ Theodor Adorno

2) อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมบ่งบอกถึงกระบวนการผลิตสินค้าในเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งเกิดจากประดิษฐ์ทางความคิดสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดความมกอกงยทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมมักจะเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ แต่โดยความเป็นจริงแล้ว ขอบเขตของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมมีมากกว่านั้น และสามารถครอบคลุมถึงสินค้าที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ได้รับการคุ้มครองเรื่องสิทธิบัตร รวมทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เป็นสินค้ามวลชนและมีให้บริโภคอย่างแพร่หลาย

ยิ่งไปกว่านั้น ความคิดเรื่อง "อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม" ยังได้รับการสนับสนุนจากองค์การ UNESCO ด้วยการบรรจุไว้ในแผนงานด้านวัฒนธรรม หลังจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของ "คุณค่าทางวัฒนธรรม" และแปรสภาพออกมาเป็น "มูลค่าทางเศรษฐกิจ" ซึ่งให้นิยามไว้ดังนี้ (UNESCO, 1982; เกษม เพ็ญภินันท์, 2552)

"คำคำนี้จะนำมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การผลิตและรวมไปถึงการทำให้เป็นการค้าพาณิชย์ของผลงานอันทรงคุณค่าที่โดยเนื้อแท้แล้วประเมินค่ามิได้ และเป็นด้านวัฒนธรรม ผลงานเหล่านี้ได้รับการคุ้มครองทางด้านลิขสิทธิ์ และยังสามารถทำเป็นสินค้าและบริการได้อีกด้วย"

David Thorsby (2008) เป็นนักเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมซึ่งกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ว่า เกิดขึ้นจากความยากในการนิยามที่ซ่อนอยู่ในการวิเคราะห์ถึง "วัฒนธรรม" และ "ความคิดสร้างสรรค์" ธรรมเนียมของการทำความเข้าใจในแต่ละภูมิภาค และลักษณะความเป็นการเมืองที่ปรากฏในนโยบายวัฒนธรรม รวมถึงผลกระทบของสิทธิพิเศษของรัฐบาลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับการนิยามและบทบาทของภาคส่วนต่างๆ เหล่านั้นถูกวางกรอบขึ้น ภายใต้บริบท "สถานภาพของนโยบายวัฒนธรรม" ได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปในหลายๆ ประเทศ ซึ่งเป็นผลมา

จากการเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม ที่มองลักษณะเป็นวัตถุเชิงผลประโยชน์ของผู้กำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ การเห็น “นโยบายวัฒนธรรม” ที่ได้รับการช่วยเหลือ นับตั้งแต่แรกเริ่ม และสืบต่อจนกระทั่งเป็นด้านหน้าของการกำหนดวาระนโยบายต่างๆ ที่มุ่งเน้นถึงยุคสมัยใหม่ และเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์การพัฒนาของผู้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจ

อาจกล่าวได้ว่า จุดเริ่มต้นของแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นับได้ว่าเป็นการขยายตัวมาจากแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประจำชาติ การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าของแต่ละชาติ จึงอาจมีความแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามก็ยังมีอีกหลายหน่วยงานที่ได้พูดถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของ Creative Partnership แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของ John Howkins ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) แนวคิดเรื่องทุนต่างๆ ในประเทศไทย และแนวคิดเรื่องทฤษฎี 3 T แห่งการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งจะได้กล่าวถึงในส่วนต่อไป

แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของ Creative Partnership

Creative Partnership เป็นองค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและการศึกษาของประเทศ และมุ่งเน้นพัฒนาหลักสูตรการเรียนของอังกฤษ การพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชนทั่วประเทศให้เกิดแรงบันดาลใจ สัมฤทธิ์ผลและได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง

Creative Partnership เผยแพร่รายงานเรื่อง The Rhetorics of Creativity เมื่อปี 2007 เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ โดยรวบรวมนิยามของความคิดสร้างสรรค์ที่นำไปใช้ในสาขาวิชาต่างๆ เพื่อแยกแยะแนวคิดที่มีลักษณะภาคตัดขวางและสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาวางแผน ประเมินและทำการวิจัยต่อได้ และเพื่อประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปได้ โดยสามารถแบ่งการนิยามความคิดสร้างสรรค์ดังต่อไปนี้

1. อัจฉริยะที่สร้างสรรค์ (Creative Genius)

คนส่วนใหญ่มองว่า ศิลปินคือบุคคลที่มีความอัจฉริยะที่มีความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผลงานของศิลปินในยุคเฟื่องฟูทางศิลปะ ช่วงศตวรรษที่ 18 ศิลปินเหล่านี้เริ่มมีชื่อเสียง

และผลงานเกิดขึ้นจากคุณลักษณะพิเศษคือความคิดสร้างสรรค์ โดย Paul Kristeller กล่าวว่า “ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่ว่าพรจากพระเจ้า แต่เป็นเพราะมนุษย์ผู้เป็นศิลปินเป็นผู้พัฒนาซึ่งมาจากคุณลักษณะของศิลปินเอง แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์

ผลงานของศิลปินไม่ได้เกิดขึ้นจากเหตุผลหรือจากกฎใดๆ ก็ตาม แต่เกิดจากความรู้สึก อารมณ์ ละเอียดอ่อน การหยั่งรู้และจินตนาการของศิลปิน ดังนั้นการสร้างสรรคผลงานจึงเป็นผลงานที่มาจากความคิดใหม่ๆ และเป็นคนแรก ทำให้ทุกคนยกย่องว่าเป็นศิลปินที่อัจฉริยะ

การนิยามที่มีคุณค่ามากที่สุดของคำว่า "อัจฉริยะ" หมายถึง สิ่งที่ Kant กล่าวในหนังสือ Critique of Judgement แสดงถึงความเป็นอัจฉริยะผ่านศักยภาพทางปัญญา ซึ่งมีความจำเป็นต่อการผลิตผลงานทางศิลปะ มีคุณค่าในเชิงความเป็นสิ่งแรก และมีลักษณะขัดแย้งหรือคัดค้านต่อการเลียนแบบต่างๆ มุมมองนี้แสดงให้เห็นถึงความอ่อนไหวและข้อสังเกตที่ได้แย้งแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์

นักวิชาการศึกษาบางคนมองว่า ความคิดสร้างสรรค์และความคิดมีความเกี่ยวพันกัน นอกจากนี้ นักวิชาการศึกษาพยายามมุ่งสร้างแบบจำลองความคิดสร้างสรรค์แบบปัจเจก โดยมองว่า ความคิดสร้างสรรค์มาจากปัจเจกบุคคลเท่านั้น ในขณะที่นักสังคมวิทยา มีการวิพากษ์ความคิดของ Kant โดยเฉพาะ Pierre Bourdieu (1984) แม้ว่ามุมมองของ Kant เป็นมุมมองถึงความเฉียบแหลมทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นทรัพย์สินที่มีลักษณะเป็นสากล Bourdieu ได้แย้งว่า วัฒนธรรมเป็นการกำหนดรสนิยมของชนชั้นทางสังคม การใช้แนวคิดเรื่องประชาธิปไตยและมองว่า ความขึ้นขอบทางวัฒนธรรมแบบประชานิยมและความสามารถในการสร้างสรรค์ทางศิลปะ ประเด็นที่ศึกษาคือความเชื่อของอัจฉริยะทางศิลปะว่าสามารถสร้างความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไร และเกิดการตั้งคำถามว่า ขอบเขตของการใช้ความคิดสร้างสรรค์จะสิ้นสุดที่ตรงไหน

มุมมองต่ออัจฉริยะที่สร้างสรรค์สามารถแบ่งออกมามุมมองออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) มุมมองแบบจารีตดั้งเดิม Roger Scruton มีมุมมองในลักษณะที่คัดค้านกับศิลปะและสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ เนื่องจากสูญเสียภาวะสมดุลของจารีตนิยม ทักษะและสัญชาตญาณ ความล้มเหลวของอัจฉริยะด้านศิลปะที่เป็นปัจเจกบุคคลนี้ รวมถึงแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ทางสถาปัตยกรรมและรูปแบบศิลปะอื่นๆ

การสร้างนวัตกรรมและการปฏิบัติตามบรรทัดฐานทำให้เกิดการต่อสู้กับการตกแต่ง การเน้นรายละเอียดและรูปแบบอาคารสถาปัตยกรรมแบบเก่า ยุคความคิดสมัยใหม่เกิดการสูญหายความรู้ที่มีลักษณะต่อเนื่อง และการอ้างถึงความเป็นสิ่งแรกเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความคิดริเริ่ม ดังนั้นทำให้อัจฉริยะทางศิลปะเริ่มลดน้อยลง

ทัศนคติความสิ้นหวังที่มีต่อศิลปะสมัยใหม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Scruton ในการศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ งานวิจัยของ Plowden เรื่องการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทำให้เห็นแนวโน้มมาตรฐานการศึกษาที่ตกต่ำ Scruton แย้งว่าความพยายามเพื่อแสดงถึงความเสมอภาค

ในการแสดงออก วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อเข้าใจถึงศักยภาพของเด็กแต่ละคน ศักยภาพหมายถึงความเท่าเทียมกันและสามารถเข้าใจได้โดยไม่ต้องผ่านการศึกษาเรื่อง วินัย หรือคำสั่งสอน แต่ผ่านกระบวนการแสดงออกอย่างเสรี

2) มุมมองเรื่องการลดทอนความเป็นศิลปะ การศึกษาเรื่ององค์ประกอบของ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อหลักสูตรการศึกษาศิลปะสมัยใหม่ โดยเว็บไซต์ The Illinois Loop แสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวของผู้ปกครองที่เป็นห่วงเรื่อง "ความคิดสร้างสรรค์ที่ไร้จุดหมาย" และ "การเรียนรู้อย่างแท้จริง" สิ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์โดยเฉพาะการเรียนรู้ทาง ศิลปะคือการสอนเรื่องประวัติศาสตร์ทางศิลปะ ทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับผลงานที่เป็นที่ยอมรับ การเรียนเรื่องศิลปะคลาสสิก ความมีวินัยและการพัฒนาทักษะต่างๆ ที่จำเป็นต้องมี โดยดูจาก ศิลปินยุโรปตะวันตกและศิลปินอเมริกันตั้งแต่ศตวรรษที่ 15 เป็นต้นมา มุมมองด้านศิลปะที่ แสดงออกถึงตัวตนของศิลปินอาจถูกมองแง่ลบเนื่องจากปราศจากความชำนาญมากพอ หรือ ปราศจากทักษะที่จำเป็น สิ่งที่ผู้ปกครองเรียกร้องจากหลักสูตรในโรงเรียนคือ การเรียนศิลปะไม่ควรเป็นเพียงแค่การทำปออัลบั้มรูป การตกแต่งหมวก เป็นต้น แม้กิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักเรียน เกิดความสนุกและเพลิดเพลิน เด็กๆ ไม่ได้มีเวลาที่แสดงความเป็นเด็ก และการกำหนดหลักสูตร เช่นนี้ไม่ได้ทำให้เด็กๆ มีความคิดสร้างสรรค์เป็นของตนเองเลย

2. ความคิดสร้างสรรค์กับวาทกรรมเชิงนโยบาย

การตั้งข้อสังเกตของการปฏิบัติทางการศึกษาซึ่งตั้งอยู่ระหว่างความต่างของ จุดสูงสุดและความเป็นประชาธิปไตยในมุมมองความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความ จำเป็นของนโยบาย เช่น ความสมานฉันท์ในสังคม การจัดการเรื่อง "พรสวรรค์และความอัจฉริยะ" เป็นต้น แรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากสถาบันและองค์กรต่างๆ การพัฒนา Creative Partnership ในระดับนโยบาย ความคิดสร้างสรรค์ประกอบสร้างด้วยวิธีที่แตกต่างกัน และถูกรอบงำความด้วยความสำคัญทางนโยบาย โดยมองว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่ สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้และยุคต่อไป

3. ความคิดสร้างสรรค์ปรากฏอยู่ทุกหนแห่ง (Ubiquitous Creativity)

Anna Craft (2001) กล่าวถึงความสำคัญของการแสวงหาข้อมูลเชิงประจักษ์ มากกว่าการศึกษาทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ในช่วงปีแรกๆ ของศตวรรษที่ 20 การนิยามความคิด สร้างสรรค์มีความพยายามค้นหามากกว่า 50 ปีที่ผ่านมา การผกผันแนวคิดของความคิด สร้างสรรค์และจินตนาการเพื่อพยายามค้นหาแนวทางว่า ทุกคนมีขีดความสามารถด้านความคิด สร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานทางธรรมชาติของมนุษย์ รายงานของการศึกษา

หลักสูตรของประเทศเมื่อปี 1999 ให้คำจำกัดความความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นกิจกรรมที่แสดงถึงจินตนาการและการสร้างสรรค์ผลงาน ต้องอาศัยความคิดแรกเริ่มและการมีคุณค่า กรอบแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์แบ่งเป็น 2 กระแสคือแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจก และแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ภายในระบบสังคม กล่าวคือ ความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกมีบทบาทสำคัญต่อระบบสังคมด้วย ความพยายามขององค์กรต่างๆ ในการค้นหาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสนองต่อแผนพัฒนาเรื่อง Creativity : Find it, Promote it ซึ่งมีแนวคิดเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ให้มีมากขึ้น

Craft มีแนวทางในการศึกษาในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ โดยเสนอเป็นแนวทางที่สามในการศึกษาคือ ซี ตัวเล็กของความคิดสร้างสรรค์ (little "c" creativity) ความคิดสร้างสรรค์ในที่นี้หมายถึง ความสามารถในการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเปลี่ยนแปลงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากความคิดสร้างสรรค์ในศิลปะและการเคลื่อนย้ายกระบวนทัศน์ความคิดสร้างสรรค์ของงานสร้างสรรค์ที่ยิ่งใหญ่

ความคิดสร้างสรรค์ในมุมมองของ Craft ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคิดที่เป็นไปได้ ไม่ได้เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อม แต่เกิดขึ้นจากจินตนาการเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาเปรียบเสมือนการเติบโตของปัจเจกบุคคลและการบรรลุผลสำเร็จ การบรรลุของปัจเจกบุคคลและองค์กร ดังนั้น ซี ตัวเล็ก (little "c") ของความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงการเอาชนะอุปสรรคต่างๆ เช่น ความพยายามในการสร้างงาน การขจัดความยากจน และการแสวงหาโอกาส เป็นต้น

ความเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะและวัฒนธรรม ทำให้เกิดคำถามมากมาย มุมมองความคิดสร้างสรรค์เป็นการมองความสามารถในการยืดหยุ่นต่ออุปทานของชีวิต ความคิดสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มคุณค่าพิเศษให้กับชีวิต Thomson และ Hall กล่าวถึงการบรรลุกันและความท้าทายที่มีมากกว่าความสามารถในการประสบความสำเร็จในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นหัวใจของความท้าทายต่อความคิดสร้างสรรค์

Negus และ Pickering วิพากษ์ ซี ตัวเล็กของความคิดสร้างสรรค์ว่า

...พวกเราไม่สามารถทลายความคิดสร้างสรรค์ในชีวิตประจำวัน แม้ว่าไม่สามารถแยกแยะได้ เพียงแต่ประสบการณ์ของชีวิตประจำวันมีความเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ เพียงแต่การกระทำในชีวิตประจำวันของเราเป็นวิธีที่สร้างสรรค์ที่มาจากแรงจูงใจจากการโต้แย้ง สิ่งที่เราโต้แย้งคือพวกเราต้องไม่ลืมความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงของสิ่งที่เป็นกิจวัตรในแต่ละวัน และงานทางศิลปะ หรือสินค้าทางวัฒนธรรมที่ผูกติดกับชีวิตจนเป็นนิสัยของคนธรรมดาทั่วไป (2004: 44-45)

การศึกษาเรื่องอัจฉริยะทางศิลปะของ Negus และ Pickering ที่ไม่เห็นด้วยกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ทำให้ศิลปินมีลักษณะถูกครอบงำโดยลิขสิทธิ์ ฉลากสินค้า สัญญา และผู้จัดการ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะไม่ได้อยู่ในงานที่สร้างสรรค์ หรือมีผลต่องานที่สร้างสรรค์ก็ตาม สิ่งที่ทำเป็นคือ ความพยายามในการต่อสู้ของอัจฉริยะ หรือความพยายามสร้างตนเองให้เป็นศิลปินของปัจเจกบุคคลเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อผลงานที่สร้างสรรค์ นักประจักษ์นิยมชาวอังกฤษหลายคนเสนอแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์มาจาก Hume นักคิดที่มองเห็นถึงความอัจฉริยะและรสนิยมซึ่งเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมทางวัตถุ ซึ่งเป็นการย้ำถึงแนวคิดของ Negus และ Pickering ที่กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากการอ้างอิงกฎที่มีอยู่ เครื่องมือ รหัสและกระบวนการต่างๆ

แนวคิดเรื่องอัจฉริยะ Negus และ Pickering (2004: 138) ยืนยันถึงการแยกแยะของกิจกรรมทางความคิดสร้างสรรค์และการตัดสินใจที่จะสร้างขึ้น การพัฒนาแนวคิดการวิพากษ์ของความคิดที่ปรากฏเรื่องอัจฉริยะที่สร้างสรรค์ ซึ่งทั้งสองกล่าวถึง การเปลี่ยนความคิดของอัจฉริยะจากการศึกษาด้วยแนวคิดเรื่องภววิทยา หรือรูปแบบอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล รวมถึงการละเลยมุมมองของอัจฉริยะในฐานะความเป็นมนุษย์ ทั้ง Negus และ Pickering พยายามทำความเข้าใจความคิดสร้างสรรค์

...การมองทั้งที่เป็นลักษณะทั่วไปและลักษณะพิเศษในมุมมองของความเครียดที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลงาน...การเข้าถึงความคิดสร้างสรรค์ในฐานะของการสื่อสารของประสบการณ์และความสำเร็จในคุณค่าของการถ่ายทอดที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างความคิดสร้างสรรค์ที่มีลักษณะธรรมดาทั่วไปและความคิดสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษ (2004: 159)

มุมมองความคิดในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ปรากฏอยู่ทุกหนแห่ง สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกๆ คน ไม่ว่าจะเป็นเด็ก หรือผู้ใหญ่ เพื่อเรียนรู้ถึงทางเลือกที่เกิดขึ้นในชีวิตไม่ว่าพวกเขาจะสร้างสรรค์ หรือไม่สร้างสรรค์ก็ตาม พวกเขาจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงทักษะนี้ คนที่เรียนรู้ทักษะนี้ได้มากย่อมประสบความสำเร็จได้ดีกว่า ขณะที่คนที่ปราศจากทักษะนี้โดยธรรมชาติ หรือจำเป็นต้องเรียนรู้ทักษะนี้ผ่านสถานการณ์ทั่วไปและผ่านประสบการณ์ จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงให้เกิดการสร้างสรรค์และทำให้ปัจเจกบุคคลมีความเชื่อมั่นมากขึ้น

4. ความคิดสร้างสรรค์ในฐานะสินค้าทางสังคม (Creativity as a social good)

แนวทางการศึกษานี้มองความคิดสร้างสรรค์ที่มีฐานจากศิลปะและมองถึงความเชื่อมโยงกับกิจกรรมของมนุษย์ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์เป็นความพยายามของปัจเจกบุคคลหรือเป็นความพยายามในลักษณะของส่วนรวม โดยมีแนวทางการศึกษา 3 ลักษณะด้วยกันคือ

1) แรงจูงใจในทางปฏิบัตินิยม (Pragmatic Appeals)

การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก แรงงานที่มีความยืดหยุ่น การเผชิญหน้ากับความท้าทายทางเศรษฐกิจระดับชาติ การส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และความพยายามที่ทำให้เยาวชนปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติของอังกฤษ กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นพรสวรรค์ของปัจเจกบุคคล การนิยามความคิดสร้างสรรค์ในมุมมองของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจินตนาการสามารถสร้างสรรค์เป็นผลลัพธ์ทั้งในแง่ของความเป็นสิ่งแรกและการมีคุณค่า สามารถสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมที่มีจินตนาการ เป็นกระบวนการสร้างสิ่งที่เป็นต้นแบบไม่ว่าจะเป็นความคิด หรือความสัมพันธ์กับความคิดที่มีอยู่ก่อนแล้ว

การนิยามความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะดังต่อไปนี้

- มีความเกี่ยวข้องกับการประเมินอย่างรอบคอบ
- เป็นลักษณะร่วมของวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ที่ปรากฏใน

ศิลปะ แม้ว่าศิลปะถูกมองว่ามีลักษณะโดดเด่นของความสามารถในการพัฒนาและนำไปสู่การสร้างสรรค์ “ความฉลาดทางอารมณ์”

- การรวมมุมมองหลายมิติเข้าด้วยกัน ได้แก่ อารมณ์ สติปัญญา สังคม วัฒนธรรม จิตวิญญาณ ศิลธรรม การเมือง เทคโนโลยีและความเข้าใจทางเศรษฐกิจ
- ไม่เป็นเรื่องง่ายในลักษณะของการไหลบ่าอย่างเสรี แต่เกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะ

2) วัฒนธรรม (Culture)

แนวทางการศึกษาความคิดสร้างสรรค์ที่มองศิลปะว่ามีประโยชน์เพิ่มมากขึ้นเป็นสองเท่า เพราะว่าศิลปะมีบทบาทในการเชื่อมโยงโดยตรงกับวัฒนธรรม การฝึกฝนและการเข้าใจในศิลปะ รวมถึงรูปแบบทั้งหมดของศิลปะต่างเป็นองค์ประกอบสำคัญของการศึกษาความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

Buckingham (2003) แย้งว่า แม้จะมีหลักฐานยืนยันเพียงเล็กน้อยที่แสดงถึงความเกี่ยวข้องของศิลปะที่สร้างสรรค์ว่าทำให้วัยรุ่นมีการแยกตัวน้อยลง มีการจ้างงาน

มากขึ้น หรือได้ทำงานมากขึ้น จากมุมมองนี้เอง ชนชั้นทางสังคมเป็นเงื่อนไขสำคัญที่กำหนดอนาคตของเยาวชน

การกล่าวอ้างถึงวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความสมานฉันท์ในสังคมนั้น ความรู้เกี่ยวกับธรรมเนียมประเพณีที่สร้างสรรค์และกฎต่างๆ และการสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ทั่วโลก วัฒนธรรมทั้งหมดมีการเรียนรู้หรือไม่ หากการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมมีลักษณะที่ไม่ใช่ความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นอย่างไร ในขณะที่ Negus และ Pickering เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยทางสังคมอันได้แก่ เพศและชนชั้นทางสังคมที่ถูกนิยามให้เห็นถึงการปฏิเสธและข้อจำกัดของความคิดสร้างสรรค์ ลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นภายในบุคคลที่เชื่อว่า พวกเขาเป็น หรือพวกเขาสามารถเป็นได้ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มสังคมบางกลุ่มไม่พร้อมที่จะได้รับการศึกษาเหมือนคนอื่น ๆ Jonathan Needlands (2006) กล่าวถึงการเรียนรู้ของความคิดสร้างสรรค์เปรียบเสมือนสิ่งทีครอบคลุมจากธรรมชาติของวัฒนธรรมและการปรับตัวให้เข้ากับการจัดประเภททางวัฒนธรรมและการกำหนดจากวัฒนธรรม

Buckingham และ Jones (2001) วิพากษ์รายงานของคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติว่า ประสิทธิภาพล้มเหลวในการทำความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรม ความไม่เหมาะสมของการปฏิบัติการเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการทดสอบการทำงานขององค์กรและโครงสร้างในการควบคุมทางการเมืองและวัฒนธรรมของหน่วยงานราชการที่ดูแลเด็กและเยาวชน วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ควรได้รับการพิจารณาในลักษณะส่วนผสมที่ทำให้เกิดความสมดุลให้เกิดความเท่าเทียมระหว่างเยาวชน

3) ศิลปะสำหรับทุกคน (The Arts for everyone)

งานเขียน Finding Voices, Making Choices ของ Mark Webster และ Glen Buglass อธิบายถึงชุมชนทางศิลปะเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ทุกคนมีการสร้างสรรค์และทุกคนสามารถเป็นศิลปิน การเคลื่อนไหวของชุมชนทางศิลปะเป็นการต่อต้านประวัติศาสตร์ของอดีตชนวิทยาและการให้คำจำกัดความของกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมดซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนธรรมดาที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การเคลื่อนไหวนี้อาจไม่ได้กล่าวถึงรูปแบบทางศิลปะ แต่เป็นเรื่องของกระบวนการและการส่งเสริมให้ชุมชนทางศิลปะมีโครงการที่มีการเตรียมพร้อมทั้งแสดงความเป็นประชาธิปไตยและความยืดหยุ่นมากกว่าที่จะเป็นผลงานที่สำเร็จออกมา

Herbert กล่าวถึงพลังของความคิดสร้างสรรค์เปิดโอกาสถึงความเป็นได้ใหม่ให้กับประชาชนและมีการขยายวิสัยทัศน์และโลกที่พวกเขาอยู่ในเปิดกว้างมากขึ้น กิจกรรมที่มีฐานจากศิลปะเป็นเรื่องของความสนุก กิจกรรมที่ทำร่วมกันเป็นสิ่งปลอบใจทั้งปัจเจกบุคคลและระดับสังคม และการควบคุมภายในท้องถิ่นที่มีทั้งความจำเป็นและการให้อำนาจ

มุมมองของความคิดสร้างสรรค์ซึ่งประกอบสร้างให้เกิดพลังแห่งประชาธิปไตย การเคลื่อนไหวทางศิลปะตั้งอยู่บนข้อสันนิษฐานว่า ความเชื่อในการสร้างความมั่นใจและพลังของการรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจต่างๆ ไม่ว่าจะในสาขาศิลปะหรือวิทยาศาสตร์ก็ตาม มีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยม หรือของชนชั้นสูงก็ตาม การรวมตัวที่สร้างสรรค์ หรือการมีประสบการณ์ ทำให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความมั่นใจที่จะเผชิญหน้าต่อแนวคิดอุดมการณ์อื่นๆ หรือโครงสร้างทางวัตถุที่มีในชีวิตประจำวันของพวกเขา

แม้ว่าจะมีข้อเสนอทั่วไปเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญที่ปรากฏชัดเจนในศิลปะ ความพยายามที่จะสนับสนุนทั้งการผลิตที่สร้างสรรค์และการบริโภคทางวัฒนธรรม แต่ยังไม่ปรากฏถึงความไม่ชัดเจนว่าทั้งสองประเด็นต่างมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกันในรูปแบบใด

5. ความคิดสร้างสรรค์ในฐานะเงื่อนไขสำคัญทางเศรษฐกิจ (Creativity as economic imperative)

...เศรษฐกิจฐานความรู้ทำให้เกิดแรงจูงใจของความเสมอภาคอย่างมาก ราววัลต่างๆ ต้องเป็นของผู้มีพรสวรรค์ ความคิดสร้างสรรค์และมีสติปัญญา ไม่ใช่เป็นสิทธิที่ได้รับตั้งแต่เกิด (Charles Leadbeater, 2000: 224)

...ความคิดสร้างสรรค์ถูกแทนที่ด้วยวัตถุดิบ หรือแรงงานธรรมชาติในฐานะต้นน้ำที่สำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจ การประสบความสำเร็จในยุคสร้างสรรค์ที่กำลังมาถึงนี้ ภูมิภาคต่างๆ ต้องมีการพัฒนา ดึงดูดและรักษาแรงงานที่มีพรสวรรค์และสร้างสรรค์ซึ่งเป็นแรงงานที่สามารถสร้างนวัตกรรมต่างๆ ได้ พัฒนาอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีระดับสูงและมีพลังในการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Gertler et al., 2002)

ยุคแห่งการสร้างสรรค์ (Seltzer และ Bentley, 1999) พุดอย่างตรงไปตรงมาถึงการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศชาติด้วยการสร้างแรงงานที่มีลักษณะยืดหยุ่นสูง แม้จะคำนึงถึงลักษณะของแรงงานที่มีมาจากการผลิต แรงงานบนฐานความรู้ต้องเรียนรู้อย่างรวดเร็วและมีความยืดหยุ่นตลอดเวลา หรือเผชิญหน้ากับความเสี่ยงในการตกงาน หรือเศรษฐกิจเกิดชะลอตัว ดังนั้นผู้เรียนและแรงงานต้องพยายามเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการเรียนและนำมาประยุกต์เพื่อที่จะเรียนรู้วิธีใหม่และวิธีที่สร้างสรรค์ เนื่องจากความรู้เป็นทรัพยากรพื้นฐานของเศรษฐกิจใหม่และผลที่เกิดขึ้นทำให้คนได้รับและนำมาใช้จนเกิดการยอมรับเป็นเรื่องที่มี

ความสำคัญ ดังที่ Gertler et al. (2002) พูดเรื่องสถานที่ทำงานเป็นแนวคิดที่สร้างโดย Seltzer และ Bentley โดยเพิ่มการมองในลักษณะภาพกว้างๆ ทั่วโลกและมีการแพร่กระจายมากกว่าในภูมิภาค แรงงานมีลักษณะปราศจากน้ำหนักและความรู้ในงานอยู่บนฐานของทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มากกว่าที่เป็นเพียงวัตถุดิบและแรงงาน ความคิดสร้างสรรค์แสดงให้เห็นถึงการประสบผลสำเร็จที่มีศักยภาพมากที่สุดในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

แนวคิดของ Bentley และ Seltzer มองว่า ความคิดสร้างสรรค์คือการเรียนรู้ ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดและเป็นลักษณะของการสะสม รวมถึงเป็นการประยุกต์ความรู้และทักษะในวิธีใหม่เพื่อบรรลุเป้าหมายที่มีคุณค่า ทักษะต่างๆ ถูกเลือกจากตัวแทนความคิดสร้างสรรค์ที่มาจากการแก้ไขปัญหา การแลกเปลี่ยนความรู้ การเรียนที่เพิ่มมากขึ้น และการบรรลุเป้าหมายของงาน แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถในการผสานความสามารถด้านต่างๆ และทักษะเข้าด้วยกัน ความฉลาดทางอารมณ์เป็นแนวทางความคิดสร้างสรรค์ที่คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติได้เสนอไว้ แนวทางการศึกษาทั้งสองต่างมีความคล้ายคลึงกัน ในแง่ของความสำคัญต่อข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อม บริบทและการสนับสนุนซึ่งเป็นการสร้างความเครียด อย่างน้อยต้องมีความเชื่อใจ มีเสรีภาพในการแสดง ความหลากหลายในบริบทต่างๆ ความสมดุลที่ถูกต้องระหว่างทักษะและความท้าทาย การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดทั้งหมดนี้คือการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ความขัดแย้งของแรงจูงใจทำให้เกิดอิสรภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น และทักษะที่หลากหลายของปัจเจกบุคคล ความสำเร็จในยุคแห่งการสร้างสรรค์ถูกนิยามว่าเป็นความสามารถในการลอยตัว การอยู่ในภาวะปกติ ความมั่นคงและการดำรงชีวิตในธุรกิจหรือสถาบัน การไม่ตกลงจากด้านข้างของเรือ ทั้งหมดนี้คือการพูดถึง “ความขัดแย้งของทักษะต่างๆ”

...เมื่อความจำเป็นด้านทักษะต่างๆ เพิ่มมากขึ้น คุณสมบัติที่เพิ่มขึ้นอาจไม่ได้เป็นประโยชน์ที่จำเป็นมากนัก แต่เป็นเพราะเหตุผลที่ว่าจำเป็นต้องมีความคิดใหม่ที่มีคุณภาพสูงและมีความยืดหยุ่น แรงงานต้องสร้างความรู้ที่มีรายละเอียดผ่านช่วงเวลาต่างๆ รวมถึงการค้นพบข้อด้อยซึ่งพวกเขาไม่สามารถประยุกต์ใช้จากสิ่งที่อยู่ด้วยวิธีที่แตกต่างกัน ทักษะพื้นฐานใหม่คือควรรู้ว่าคนคิดและปฏิบัติอย่างไร ไม่ใช่เพียงแค่ว่า พวกเขาทำอะไรบ้าง (1999: 10)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวคิดหลักของความต้องการรูปแบบใหม่ของทักษะคือความคิดสร้างสรรค์ ในที่นี้หมายถึงความสามารถในการประยุกต์และสร้างความรู้ภายใต้ขอบเขตของบริบทเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายเฉพาะด้วยวิธีใหม่ๆ

การวิเคราะห์ของ Buckingham และ Jones (2001) ถึงการเกิดขึ้นใหม่ของ ธุรกิจและทุนในอังกฤษที่มุ่งเน้นเรื่องความยืดหยุ่นของแรงงาน การปรับตัวและการสร้างสรรค์ แรงจูงใจทางเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์จากความยืดหยุ่นและความคิดสร้างสรรค์เพื่อขจัด ความไม่มั่นคงและการจ้างงานที่ได้รับเงินค่าจ้างน้อยของแรงงานจำนวนมาก การปฏิเสธแรงงาน ที่มีความรู้ซึ่งทำให้เกิดความท้าทายในการทำงาน ในขณะที่เศรษฐกิจฐานความรู้ ความคิด สร้างสรรค์ ความมีวินัยในตนเองและการพึ่งพาตนเองต่างก็เป็นเครื่องมือทั้งหมดเพื่อช่วยในการ จัดการสำหรับการแนะนำวิธีการทำงานให้กับแรงงานของพวกเขา และให้คนอื่นได้เข้าใจถึงพื้นฐาน ของความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคลและทางเลือก

David Livingstone และ Anthonie Scholtz (2005) ทำการศึกษาเรื่อง ช่องว่างที่ สร้างสรรค์ (Creative Space) เพื่อเปิดโอกาสให้คนงานที่มีความรู้และคนอื่น ๆ ในเศรษฐกิจใหม่ ในประเทศแคนาดา โดยใช้วิธีสำรวจข้อมูลแบบสอบถามจากประชากรผู้ใหญ่ที่เป็นชาวแคนาดา มากกว่า 9,000 คน ข้อค้นพบของพวกเขาสนับสนุนแนวคิดของ Buckingham และ Jones ที่ว่า

...ความสัมพันธ์เชิงอำนาจของชนชั้นดั้งเดิมมีความสำคัญกับการจ้าง งานของแรงงานในแคนาดา จำนวนอุตสาหกรรมที่เพิ่มมากขึ้นและจำนวน แรงงานด้านการบริการมีโอกาสไม่มากในตำแหน่งที่มีการตัดสินใจ ลูกจ้างที่อยู่ใน ระดับการจัดการและมีความเชี่ยวชาญเป็นแรงงานที่มีความรู้ พวกเขาจะถูก จำกัดในการให้อำนาจในการตัดสินใจเช่นกัน แม้แต่ผู้ที่มีทักษะระดับสูงและมี ทักษะด้านเทคนิคเองยังไม่มีการรับประกันว่า จะมีโอกาสในการใช้อำนาจนั้น เช่นกัน (2005: 3)

การอบรมให้มีความคิดสร้างสรรค์ การบรรลุผลสำเร็จของปัจเจกบุคคลและการ ผนึกของบริษัท การสร้างผลกำไรและการรับประกันเรื่องงาน แรงงานที่มีความรู้เป็นสิ่งจำเป็น เจ้าของธุรกิจมีเวลาเป็นของตนเองได้ แรงงานที่ความยืดหยุ่นแบบใหม่ที่ถูกอธิบายโดย Seltzer และ Bentley สามารถจัดการตัวเองได้และจัดการแบ่งงานได้ สามารถควบคุมโครงสร้างทั้งองค์กร ได้ และสร้างวิธีปฏิบัติงานให้กับองค์กรของพวกเขาได้แม้ว่าจะมีข้อจำกัดอยู่บ้างก็ตาม

6. ความคิดสร้างสรรค์และเชาวน์ปัญญา (Creativity and Intelligence)

งานวิจัยของ Howard Gardner (1983) เรื่องทฤษฎีพหุปัญญา (Multiple Intelligence) เชาวน์ปัญญาแต่เดิมที่จำกัดอยู่เพียงความสามารถด้านภาษา ความสามารถด้าน คณิตศาสตร์และการคิดเชิงตรรกะ Gardner เขียนหนังสือชื่อ Frames of Mind เมื่อปี 1993

Gardner (1983) ให้คำนิยามของเขาวนับัญญัติว่า หมายถึงความสามารถในการแก้ไขปัญหาในสภาพแวดล้อมต่างๆ หรือการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบริบททางวัฒนธรรมในแต่ละสถานที่ รวมทั้งความสามารถในการตั้งปัญหาเพื่อหาคำตอบและเพิ่มพูนความรู้ โดยมีความเชื่อพื้นฐานสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

- 1) เขาวนับัญญัติของบุคคลไม่ได้จำกัดเพียงความสามารถด้านภาษา ความสามารถด้านคณิตศาสตร์และการคิดเชิงตรรกะ
- 2) เขาวนับัญญัติของแต่ละบุคคลไม่อยู่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากได้รับการส่งเสริมอย่างเหมาะสม

Gardner อธิบายถึงนิยามที่เริ่มแคบลงของเขาวนับัญญัติ บุคคลหนึ่งสามารถคุณค่าเชิงศักยภาพลงได้ภายใต้ขอบเขตของการนิยาม เช่น นักเล่นหมากรุกมีพรสวรรค์ แต่พวกเขาอาจไม่ฉลาด ตามความคิดของ Gardner สามารถเรียกว่าเป็นพรสวรรค์ หรือความสามารถที่มีอยู่ ในบริบทนี้ Gardner ให้เหตุผลเพื่ออธิบายมนุษย์ด้วยรูปแบบของเขาวนับัญญัติ 8 ด้าน ประกอบด้วย การเคลื่อนไหวร่างกายและกล้ามเนื้อ การใช้เหตุผลเชิงตรรกะและคณิตศาสตร์ ดนตรี ภาษา ศิลปะ การเข้าใจตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งรวมเรียกว่า “เขาวนับัญญัติด้านความเข้าใจ” ความสามารถทางปัญญาของมนุษย์ต้องประกอบด้วยชุดทักษะต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาความสามารถของปัจเจกบุคคลในการแก้ไขปัญหา ความสามารถในการตั้งปัญหาเพื่อหาคำตอบและเพิ่มพูนความรู้ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาความรู้ใหม่ๆ ความสามารถทางปัญญาของมนุษย์และไม่ใช่เพียงแค่อารมณ์สร้างสรรค์ แต่เป็นรากฐานของการนิยามความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

7. ความคิดสร้างสรรค์ในฐานะตัวบ่งบอกการใช้เทคโนโลยี (The Creative affordances of technology)

ศักยภาพที่สร้างสรรค์ของคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่ซึ่งรวมถึงระบบการเขียนโปรแกรมซอฟต์แวร์ ส่วนใหญ่มองว่าการใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นเป็นการคุกคามต่อความคิดสร้างสรรค์และเกิดความเสี่ยงหลายรูปแบบต่อเด็กและเยาวชน

Avril Loveless (2002) กล่าวว่า เทคโนโลยีดิจิทัลเปิดโอกาสใหม่ๆ และมีผลต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างแท้จริง ความคิดสร้างสรรค์จะไม่เกิดขึ้นทันทีหากปราศจากเทคโนโลยีใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ก่อให้เกิดวิธีการใหม่สำหรับความคิดสร้างสรรค์และทำให้เกิดการยอมรับในศักยภาพ Loveless อธิบายว่า ความซับซ้อนของเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยลักษณะที่มีเงื่อนไข การมีปฏิสัมพันธ์ ความสามารถ ขอบเขต ความเร็วและการทำงานอัตโนมัติ

งานวิจัยของ Loveless (1999) เรื่อง A digital big breakfast: the Glebe School Project กล่าวถึงคนรุ่นต่อไปที่มีความกระตือรือร้นอย่างมากและมีความเพลิดเพลินกับการใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์หลายรูปแบบ โดยเฉพาะรูปแบบของการมองเห็น เด็กๆ แสดงความเป็นเจ้าของภาพเหล่านั้นและความคิดของการใช้ชีวิตโดยการปรับตัวหรือพัฒนาพวกเขาเพื่ออนาคต เช่นเดียวกับ Rebecca Sinker (1999) อธิบายถึงสื่อมัลติมีเดียซึ่งส่งผลต่อการควบคุมของเด็ก การมองสินค้าเหล่านี้ผ่านโครงการสื่อดิจิทัล พวกเขาเด็กๆ รู้สึกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปแล้ว ปรากฏจากลักษณะความเป็นผลงานของเด็ก หากเป็นผู้ใหญ่ต้องมีการประเมินผลงานและชื่นชมผลงานของเด็กๆ

ในบริบทนี้ Loveless ชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีถูกนำมาใช้ภายในโรงเรียน และมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่สร้างความน่าตื่นเต้น แต่เป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาทักษะมากขึ้น และเป็นมากกว่าการฝึกอบรมทางทักษะ

Loveless เสนอถึงข้อควรระวังมัดระวังของการใช้เครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ในการสร้างสรรค์ทางดิจิทัลว่า อาจเป็นแค่ความหุนหาวและดูสะดุดตา เป็นวิธีการเสนอความหมาย ซึ่งเป็นการยกระดับการผลิตให้อยู่ในตำแหน่งที่เหนือไปกว่าการตกแต่ง แม้ว่าต้องใช้เวลาและความตั้งใจที่มีอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ภายใต้กระบวนการที่ยึดถือวัฏธุนิยม

Douglass Clement และ Julie Sarama (2003) ศึกษาเรื่องการเพิ่มขึ้นของความคิดสร้างสรรค์ ผลที่เห็นได้ชัดคือความสัมพันธ์ของเพื่อนเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างกันด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างเช่น โลโก (Logo) อย่างที่ Scanlon et al. (2005) กล่าวถึงการออกแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นการเพิ่มความรู้และทักษะของเด็กๆ มากขึ้น และเป็นวิถีทางของการเรียนรู้ การทำซ้ำ และเป็นการฝึกฝนแบบฝึกหัด แม้ว่าคอมพิวเตอร์อาจไม่ใช่สิ่งจำเป็น แต่ช่วยส่งเสริมการแสดงออกและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

การนิยามความคิดสร้างสรรค์ในบริบททางเทคโนโลยีสามารถสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่กำเนิด แต่เกิดจากสังคมและสถานการณ์ ดังนั้นการพัฒนาเทคโนโลยีทำให้เกิดความเชื่อมโยงที่มีผลต่อความก้าวหน้าของความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใช้ปัจเจกบุคคล เทคโนโลยีทั้งหมดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา ผู้ที่พยายามพัฒนาตามก็จะสามารถเห็นความคิดสร้างสรรค์อยู่ภายในเทคโนโลยีได้

แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของ John Howkins

John Howkins เป็นนักวิชาการที่กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นพื้นฐานใหม่สำหรับการสร้างความมั่งคั่งและความเจริญทางเศรษฐกิจ Howkins เขียนหนังสือ The Creative Economy – How people make money from ideas ขึ้นในปี 2001 ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจและธุรกิจในอังกฤษไปสู่ระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานบริษัท BOP Consulting บริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์ ณ กรุงลอนดอน

ความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐศาสตร์ต่างไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ธรรมชาติของระดับความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสิ่งและวิธีการที่ทั้งสองสิ่งหลอมรวมกันเพื่อสร้างมูลค่าและความมั่งคั่งที่น่าทึ่งเป็นเรื่องแปลกใหม่

Howkins (2001) นิยามความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นศักยภาพในการสร้างสิ่งแปลกใหม่ หมายถึงการผลิตโดยบุคคลหนึ่งหรือมากกว่าซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) ความคิดและการประดิษฐ์ที่เป็นส่วนตัว
- 2) เป็นต้นแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน
- 3) มีความหมายสำคัญ

นอกจากนั้นความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องของพรสวรรค์และความถนัดซึ่งมีทั้งลักษณะที่เป็นการสร้างสิ่งใหม่จากความว่างเปล่า หรือการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วจนเกิดเป็นลักษณะใหม่ก็ได้

ความคิดสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจเสมอไป แต่กลายเป็นเศรษฐกิจได้ก็ต่อเมื่อมีการผลิตสินค้าที่สามารถซื้อขายกันได้ ความคิดสร้างสรรค์ยังปรากฏมากในวิทยาศาสตร์โดยเฉพาะในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) นักชีววิทยา Edward O. Wilson นักวิทยาศาสตร์คนหนึ่งที่มีความโดดเด่นในศตวรรษที่ 20 กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นศักยภาพทางปัญญาในการสร้างสถานการณ์ใหม่ๆ และเลือกเอาแบบที่ประสิทธิภาพที่สุดขึ้นมาใช้ สรุปว่า ทั้งศิลปะและวิทยาศาสตร์ต่างก็เป็นความคิดสร้างสรรค์เหมือนกัน แต่คนส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับสิ่งที่เป็วิทยาศาสตร์มากกว่า

Howkins ยังกล่าวถึงเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ว่า ประกอบด้วยการซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ การซื้อขายในแต่ละครั้งมีมูลค่าสองลักษณะที่ส่งเสริมกันและกัน เรียกว่า

มูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ และมูลค่าทางกายภาพที่รองรับอยู่ ในอุตสาหกรรมบางประเภทนั้นทรัพย์สินทางปัญญาจะมีมูลค่าสูงกว่า เช่น ซอฟต์แวร์ดิจิทัล ในขณะที่อุตสาหกรรมอื่นๆ มีราคาต่อหน่วยของวัตถุทางกายภาพสูงกว่ามูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญา เช่น งานศิลปะ

แนวคิดเรื่องทุน

เมื่อพูดถึงเรื่องประเด็นทางการเงิน UNCTAD (2008) กล่าวถึงประเด็นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ส่งผลให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในการวัดจำเป็นต้องศึกษาวัฏจักรที่แสดงถึงเครื่องบ่งชี้ของความคิดสร้างสรรค์ทั้งในแง่ผลผลิตและผลลัพธ์ผ่านการเชื่อมโยงทุน 5 ที่ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบัน และทุนทางสังคม ทุนทั้งสี่รูปแบบรวมเรียกว่า “ทุนที่สร้างสรรค์” (the Creative Capital) ผลของการสั่งสมทุนทั้งสี่รูปแบบส่งผลให้เกิด “ผลลัพธ์แห่งความคิดสร้างสรรค์” (Outcomes of Creativity)

นักเศรษฐศาสตร์นิยาม “ทุน” ว่าหมายถึงความถึงบางสิ่งที่ไม่ได้มีค่าสำหรับใช้งานในปัจจุบันเท่านั้น แต่เป็นการลงทุนสำหรับอนาคต แนวคิดเรื่องทุนจึงพัฒนามาพร้อมกับแนวคิดเรื่องดอกเบี้ย ทุนคือคลังสินค้ามีความมั่นคงและมีอายุยาวนาน ทุนมีสองประเภทหลักๆ ได้แก่ เงิน มักเรียกว่า เงินทุน (Financial capital) กับ ทุนทางกายภาพ (Physical capital) ได้แก่ อาคาร เครื่องมือ สิ่งอื่นๆ ทุนหมายถึงสิ่งที่เกิดจากการลงทุนในอดีตและมีมูลค่าอยู่ที่การใช้งานในอนาคตการลงทุน ปัจจัยการผลิตประกอบด้วยสามอย่าง ได้แก่ ที่ดิน ทุนและแรงงาน

คำว่า “ทุน” ปรากฏขึ้นครั้งแรกในศตวรรษที่ 13 ตามนครแห่งการค้าสำคัญทางภาคเหนือของอิตาลี ทุนสื่อถึงความมั่งคั่ง สินทรัพย์ กองทุนและเงินต้น รวมทั้งทรัพย์สินและสินค้าที่ซื้อขายได้ ในหนังสือ *Dak Capital* ของ Karl Marx กล่าวว่า “ประวัติศาสตร์สมัยใหม่ของทุนเริ่มตั้งแต่การสร้างให้เกิดการค้าระดับโลกและตลาดโลกขึ้นในศตวรรษที่ 16”

นักประวัติศาสตร์ Fernand Braudel อธิบายคำว่า “Capitalist” (นายทุน) ปรากฏขึ้นภายหลังในศตวรรษที่ 17 ส่วนคำว่า “Capitalism” (ทุนนิยม) ไม่ได้ปรากฏในภาวะปกติจนกระทั่งปลายศตวรรษที่ 19 แต่ละคำต่างมีนัยยะในตัวเอง “Capital” (ทุน) เป็นคำที่เป็นกลางและสากลที่สุด ปรากฏควบคู่กับเศรษฐกิจการค้าทุกแห่ง ส่วนคำว่า “Capitalist” (นายทุน)

หมายถึงปัจเจกบุคคลที่ใช้ประโยชน์จากทุนเป็นประจำ John Stuart Mills กล่าวว่า นายทุนมีหน้าที่เก็บกำไรบางส่วนหรือทั้งหมดจากที่ได้ในปีนี้เพื่อใช้ส่งเสริมผลผลิตในปีหน้า ในตอนแรกคำว่า "Capitalism" (ทุนนิยม) มี นัยยะเชิงอุดมการณ์ เป็นคู่ตรงข้ามของลัทธิ Marx และลัทธิสังคมนิยม ปัจจุบันใช้เพื่อสื่อความหมายถึงขนาดของทุนที่มีความยิ่งใหญ่และมีความหมายเชิงลบมากขึ้น

ในขณะที่ทุนทางกายภาพที่สำคัญที่สุดในทัศนะของชาวอิตาลีในศตวรรษที่ 13 คือเรือและโกดัง อุตสาหกรรมการผลิตโดยเฉพาะที่มีขนาดใหญ่มากต้องอาศัยการเข้าถึงเงินและวัตถุดิบ เช่น น้ำและถ่านหิน ความจำเป็นต้องมีทุนมากขึ้นส่งผลให้เกิดนายทุนแบบเต็มเวลา ผู้ทุ่มเทพริบปรุงแนวคิดเกี่ยวกับเงินทุนและทุนทางกายภาพในฐานะปัจจัยการผลิต ได้แก่ Alfred Marshall John Maynard Keynes และคนอื่นๆ มองว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นผลจากการสะสมเงินทุนและทุนทางกายภาพ พวกเขาเชื่อว่า การแข่งขันกันสะสมทุนก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economics of Scale) กล่าวคือ ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำลง เมื่อมีการผลิตสินค้าจำนวนมากขึ้น และส่งผลต่อความชำนาญที่มากขึ้น

ตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เป็นต้นมา การเติบโตของอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะในด้านการวิจัยและพัฒนา การออกแบบ บริการทางการเงิน การประมวลผลข้อมูล โฆษณาและการตลาด จำต้องอาศัยสินทรัพย์ชุดหนึ่ง ไม่ได้แข่งขันการหาตลาดใหม่หรือลดต้นทุนวัตถุดิบ แต่อยู่ที่การประดิษฐ์คิดค้น การสร้างความหลากหลาย และการสร้างมูลค่าที่จับต้องไม่ได้

Antoine de Rivarol กล่าวว่า "ความคิดคือทุนซึ่งให้ดอกผลเมื่อมันอยู่ในมือของคนที่พรสวรรค์เท่านั้น" Howkins อธิบายเรื่องทุน 4 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่ ทุนของความคิด ทุนทางมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางโครงสร้าง (Structural Capital) และทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ซึ่งมีทุนที่สอดคล้องกับแนวคิดของ UNCTAD เรื่องทุน 5 ที่อยู่ 2 ทุนด้วยคือ ทุนทางมนุษย์และทุนทางโครงสร้าง

1. ทุนของความคิด

Howkins อธิบายเรื่องทุนของความคิดโดยใช้ตัวอย่างของ Anita Roddick เจ้าของบริษัทความงามและผลิตภัณฑ์ที่ชื่อ "เดอะบอดีช็อป" (The Body Shop) Roddick เป็นผู้นำแนวคิดใหม่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผิวหนังและผม โดยไม่ใช่สารเคมีอย่างที่บริษัทเครื่องสำอางทั่วไปใช้กัน แต่หมายถึงวิธีใหม่ในการปฏิบัติต่อผู้หญิง ขายสิ่งดีที่ทำได้จริง และทุก

อย่างต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สิ่งที่เป็นความคิดสร้างสรรค์อีกประการหนึ่งของเดอะบอดี คือปคือคือการโฆษณาที่น่าเสนอเรื่องราวของผู้หญิงในฐานะผู้ใหญ่ มีลูก มีรอยเหี่ยวย่น และมีความแก่ชรา ในขณะที่เครื่องสำอางยี่ห้ออื่นๆ น่าเสนอโฆษณาเรื่องราวของเด็กสาวร่างผอมเพรียว อ่อนเยาว์และไม่มีวันอ้วน การนำเสนอแนวคิดใหม่ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงโฆษณาที่แสดงถึงภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น Howkins กล่าวว่า การคว้าโอกาส การเน้นย้ำอย่างชาญฉลาดกับความคิดสร้างสรรค์ของเดอะบอดีคือคือ คือ สารมากกว่าขนาดทางกายภาพหรือความสำเร็จ Roddick มีความคิดและสร้างบริษัทเพื่อให้ความคิดนั้นงอกงาม ความคิดของ Roddick มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสองประการที่แตกต่างกัน คือ สามารถขายมันออกไปเพื่อแลกกับสิ่งที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า **“มูลค่าแห่งการแลกเปลี่ยน”** (Exchange Value) ซึ่งความคิดที่ไม่ได้รับการคุ้มครองอาจไม่ได้มีมูลค่ามากมายในสายตาของผู้ซื้อ ขณะที่ Roddick ตัดสินใจลงทุนกับแนวคิดของเธอในฐานะทุนสร้างสรรค์และสร้างให้ประสบความสำเร็จ สิ่งนี้ที่สามารถเรียกได้ว่า **“ทุนของความคิด”**

2. ทุนทางมนุษย์ (Human Capital)

งานวิจัยสำคัญของ Fritz Malchup ในหนังสือชื่อ The Production and Distribution of Knowledge in the US เมื่อปี 1962 รวบรวมหลักฐานไว้ว่า การผลิตและการถ่ายโอนสารสนเทศเริ่มมีส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ประเทศพๆ กับภาคการผลิตและสร้างวดี **“การลงทุนทางปัญญา”** ขึ้นมาเพื่อเรียกการลงทุนในสินทรัพย์ทุนที่สนับสนุนการเติบโตดังกล่าว งานวิจัยของ E.F. Denison และ Kendrick J.W. ชี้ให้เห็นว่า การลงทุนด้านการศึกษาและฝึกอบรมช่วยเพิ่มมูลค่าของแรงงานที่ช่วยให้ผลผลิตและความสามารถในการผลิตสูงขึ้นโดยวัดจากการลงทุนและผลลัพธ์เป็นตัวเลขได้ สรุปว่าเราสามารถมองแรงงานในฐานะทุนการลงทุนด้านทักษะและความรู้ก่อให้เกิด **“เส้นโค้งของการเรียนรู้”** (Learning Curve) นักการศึกษาอาศัยการคำนวณนี้เพื่อกดดันรัฐบาลให้เพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา และย้ำถึงความสำคัญที่จะช่วยให้เศรษฐกิจมีความสามารถในการผลิตและการแข่งขันสูงขึ้นได้

องค์ประกอบแรกเริ่มของทุนทางมนุษย์คือการศึกษาในโรงเรียนซึ่งวัดจากการเข้าเรียนและผลการสอบ ในขณะที่การศึกษาและการฝึกอบรมแบบอื่นๆ รวมถึงการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์และการพัฒนาได้ถูกเสริมเข้ามาอย่างช้าๆ

ทุนทางมนุษย์เป็นทุนที่โดดเด่นมากเนื่องจากถูกมองว่าเป็นเรื่องส่วนตัวและอยู่ในตัวเรา ขณะที่ทุนประเภทอื่นๆ เช่น เงินทุนและทุนทางกายภาพไม่เกี่ยวกับบุคคลเพราะเป็นทุนที่อยู่ภายนอกบุคคล สิ่งที่ปัจเจกบุคคลต้องทำคือ การสะสมและเพิ่มคุณภาพ ขอบเขตและอรรถประโยชน์ของทุนภายในของตนให้สูงที่สุด ส่วนองค์กรต้องทำการเจรจาการใช้งานมันอย่างยุติธรรมและสมเหตุสมผล และใช้มันอย่างเต็มที่

3. ทุนทางโครงสร้าง (Structural Capital)

ทุนทางโครงสร้างหรือที่เรียกกันว่า ทุนโครงสร้างพื้นฐาน เป็นช่องทางจัดการและจัดระเบียบทุนทางมนุษย์ ทุนโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมนโยบายขององค์กรทั้งในการคัดเลือกคน การให้ค่าตอบแทน และฝึกอบรม ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการและระบบบริหารจัดการความรู้ วิธีที่คนในองค์กรทำงานร่วมกัน ทักษะคติของพวกเขาในการทำงานหนักและทำงานจนดิ้น การบริหารจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา การคุ้มครองเครื่องหมายการค้า การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ และการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ธรรมชาติของสารสนเทศทำให้โครงสร้างมีลักษณะเปิด ครอบคลุมและหมายความรวมทุกอย่าง กระบวนการวิจัย พัฒนาและนวัตกรรมส่วนใหญ่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์กรเรียนรู้ผ่านกระบวนการที่ค่อยเป็นค่อยไป คล้ายกับฟองน้ำที่ค่อยดูดซับน้ำ หากปัจเจกบุคคลเชื่อว่า กระบวนการถ่ายโอนมีความยุติธรรม พวกเขาจะยินยอมมีส่วนร่วม แต่ถ้าพวกเขามองว่าไม่ยุติธรรม พวกเขาจะปกป้องทุนอย่างระแวดระวัง หากองค์กรละเลยก็จะส่งผลเสียต่อการสร้างสรรค์ ปัจเจกบุคคลรู้สึกว่าคุณค่าของตนไม่ได้รับการยอมรับ และเท่ากับองค์กรปิดประตูสู่แหล่งที่มีโอกาสพบความคิดใหม่ๆ

4. ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital)

ความคิดเกี่ยวกับทุนทางมนุษย์และทุนโครงสร้างพื้นฐานถูกนำมารวมกันภายใต้แนวคิดเดียวที่เรียกว่า “ทุนทางปัญญา” ตั้งแต่ปี 1990 โดย Leif Edvinsson แห่ง Scandia บริษัททางการเงินของสวีเดน ในช่วงเวลานั้นสแกนเดีและบริษัทผู้ให้บริการทางการเงินอื่นๆ มองหาโอกาสขยายตัวด้วยการควบรวมและการเข้าถือสิทธิ์ในบริษัทอื่นๆ วิธีทำบัญชีทั่วไปจะแจ้งเพียงสินทรัพย์ทางกายภาพและการเงินของบริษัท โดยละเลยทรัพยากรทางปัญญาของพนักงาน เพราะเป็นการวัดสิ่งที่บริษัท “มี” และล้มเหลวในการคิดรวมสิ่งที่บริษัท “รู้” Edvinsson เรียกส่วนหลังนี้ว่า “สินทรัพย์แฝง”

คนที่สร้างสรรค์หลายต่อหลายคนมองว่า ความรู้และความคิดคือสินทรัพย์
สำคัญที่สุด Intellectual Capital Management Group ได้นิยามทุนทางปัญญาว่า ความรู้ที่
อาจถูกแปลงเป็นกำไรได้ ทุนทางปัญญาของทั้งโลกมีมูลค่าสูงกว่าเงินทุนและทุนทางกายภาพ
ทุนทางปัญญามีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ และ
อุตสาหกรรมทุกแขนงที่ต้องอาศัยตราสินค้า (Brand)

การคำนวณราคาของมูลค่านั้น ทุนทางกายภาพมักถูกให้ค่าตามต้นทุนซื้อหรือ
ต้นทุนเปลี่ยนแทน แต่มีทุนทางกายภาพหลายชนิดที่บอกต้นทุนตามราคาซื้อหรือราคาการหามา
ทดแทนได้ลำบาก สินทรัพย์เหล่านี้จะซื้อขายได้ต่อเมื่อมีตลาดเท่านั้น และมีกิจกรรมที่นัก
เศรษฐศาสตร์เรียกว่า “ผู้ต้องการขายและผู้ต้องการซื้อ” ในปริมาณมากพอ

ในขณะที่ทุนทางปัญญาการคำนวณราคาของมูลค่านั้นทำได้ลำบากกว่า
โดยเฉพาะธุรกิจด้านความบันเทิงทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นดนตรีหรือการปฏิบัติการเกี่ยวกับภาพ
ทั้งหมดถูกประเมินค่าต่ำกว่าจริง ราคานั้นควรจะสูงกว่านี้ เพราะมีสินทรัพย์แฝงทำให้ไม่
สามารถตีมูลค่าที่แท้จริงได้ ดังนั้นนักเศรษฐศาสตร์บางคนใช้ทฤษฎีของ James Tobin เจ้าของ
รางวัลโนเบล ซึ่งต้องการวัดมูลค่าของบริษัทโดยเปรียบเทียบกับมูลค่าตามตลาดของบริษัทมา
หารด้วยต้นทุนเปลี่ยนแทนของสินทรัพย์ทั้งหมด ผลลัพธ์ที่ได้รู้จักกันในชื่อของ “q ของTobin”
(Tobin's q)

$$q \text{ ของTobin} = \frac{\text{มูลค่าตามตลาดของบริษัท}}{\text{ต้นทุนเปลี่ยนของสินทรัพย์ทั้งหมด}}$$

Tobinบอกว่า q ควรมีมูลค่าเท่ากับหนึ่ง เพราะผู้ถือหุ้นที่มีเหตุผลไม่ควรจ่ายเงิน
ซื้อหุ้นในราคาสูงกว่ามูลค่าที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการบริษัท แต่ Tobin ตั้งใจแสดงให้เห็นว่า
ค่า q มักออกมาไม่เท่ากับหนึ่ง และโดยส่วนมาก q จะมีค่าสูงกว่า ซึ่งหมายความว่าบริษัทไปได้
ดี แต่วิธีการของ Tobin มีจุดด้อย เพราะไม่สามารถบอกมูลค่าแฝงของบริษัทที่ไม่จดทะเบียนใน
ตลาดหุ้นและบริษัทที่ไม่มีหุ้นได้

องค์ประกอบบางอย่างของทุนทางปัญญาอาจถูกวัดค่าโดยไม่ต้องสนใจมูลค่า
ตามตลาดหุ้น มีวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาที่ยอมรับกันอยู่หลายอย่าง แม้
ส่วนมากจะวัดเฉพาะรายได้ “ที่รู้” หรือ “เฉพาะอย่าง” ภายในช่วงเวลาที่ยอมรับให้ใช้งานใน

ปัจจุบันและละเลยมูลค่าระยะยาวซึ่งมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น การประเมินมูลค่าโครงสร้างพื้นฐานส่วนใหญ่ เช่น ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ระบบที่เกี่ยวข้องในการ “บริหารจัดการความรู้” ซึ่งสามารถวัดต้นทุนเปลี่ยนแทนของฮาร์ดแวร์ได้ แต่ไม่สามารถบอกมูลค่าเนื้อหาหรือประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับ วิธีการส่วนใหญ่อาจไม่คำนึงถึงหลักการข้อหนึ่งของทฤษฎีทางปัญญาว่า ความเป็นเจ้าของให้ผลประโยชน์อื่นๆ นอกเหนือจากรายได้ที่เป็นตัวเงิน เช่น หากผู้สร้างละครทุ่มเงิน 6,000 ปอนด์เป็นต้นทุนในการสร้างละครเวทีเรื่องหนึ่ง และสามารถขายตั๋วเข้าชมได้เป็นเงิน 6,000 ปอนด์เช่นกัน บัญชีการเงินย่อมแสดงให้เห็นว่า ไม่มีสินทรัพย์และปราศจากหนี้ ผลประโยชน์อื่นๆ นอกเหนือจากตัวเงินคือ ผู้สร้างสั่งสมความรู้ความชำนาญที่มีค่าเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มโอกาสที่เขาจะประสบความสำเร็จทั้งด้านปัญญาและด้านการเงินในครั้งต่อไป

5. **ทุนแห่งความสร้างสรรค์ (Creative Capital)**

ทุนตัวที่ห้าที่ Howkins เสนอเพิ่มเติมนอกเหนือจากทุนต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยเสนอแนวทางการปฏิบัติต่อความคิดสร้างสรรค์ในฐานะสินทรัพย์ที่เป็นทุน เป็นส่วนสำคัญของการสร้างสรรค์ในอนาคตและผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ รวมถึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของทุนทางมนุษย์ เศรษฐกิจรูปแบบอื่นๆ มีการกล่าวถึงเรื่อง “เงินสำรอง” ดังนั้นสามารถเรียกทุนทางปัญญาว่า “ความคิดสำรอง” และเรียกทุนแห่งความสร้างสรรค์ว่า “ความสร้างสรรค์สำรอง”

การปฏิบัติต่อความสร้างสรรค์ในฐานะทุน ช่วยให้เราเข้าใจธรรมชาติของตลาดความสร้างสรรค์ ในทางบัญชีเป็นตลาดทุนเท่าๆ กับตลาดกระแสรายวัน ตลาดทุนคือโลกของการเก็งกำไรตามความหมายของทั้งสองนัยยะ การสร้างสรรค์จะเกิดขึ้น เมื่อเรานำทุนทางปัญญาไม่ว่าจะเป็นของเราหรือของผู้อื่น ใส่มูลค่าของตัวเองเข้าไป แล้วเปลี่ยนให้เป็นสิ่งใหม่และเป็นสิ่งต้นแบบ

ทุนแห่งความสร้างสรรค์จะให้ผลมากที่สุดเมื่อได้รับการบริหารและตั้งเป้าหมายจะออกงามที่สุดในโครงสร้างขนาดเล็กและยืดหยุ่นที่เปิดกว้างสำหรับนักคิดเต็มเวลา ต้องพึงพาการบริหารจัดการที่ถูกต้องเพื่อคอยดูแลว่า เมื่อไรจะสามารถเปลี่ยนความคิดหรือควรจะเปลี่ยนความคิดเป็นทรัพย์สิน อะไรคือวิธีการที่มีต้นทุนต่ำที่สุด และอะไรคือวิธีการใช้สินทรัพย์นั้นได้ดีที่สุด ผู้บริหารที่สร้างสรรค์จะเปิดเผยให้สินทรัพย์ทางปัญญาซึ่งซ่อนอยู่ในบริษัทและในความคิดของเรา

ทุนแห่งความสร้างสรรค์ หมายถึง บทสรุปแก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีพรสวรรค์ของมนุษย์เป็นวัตถุดิบ พรสวรรค์ที่ทำให้เกิดความคิดใหม่และเป็นต้นแบบ

และแปลงความคิดเหล่านั้นให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจและผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ การ
หมุนเวียนที่สำคัญที่สุดไม่ใช่ตัวเงิน แต่เป็นความคิดและทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งจับต้อง
ไม่ได้และเปลี่ยนแปลงได้ง่าย

การคาดคะเนการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แซงหน้าเศรษฐกิจประเภทอื่นๆ
เช่น สำนักงานสิทธิบัตรสหรัฐอเมริกา กล่าวว่า ธุรกิจการค้าเนื้อหาที่สร้างสรรค์เป็นรากฐานทาง
เศรษฐกิจเพื่อทำให้โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของโลกเติบโตขึ้น คณะกรรมาธิการยุโรป
กล่าวว่า เนื้อหาจะขับเคลื่อนให้เกิดเทคโนโลยีใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ไม่ใช่เป็นเพียงพื้นฐาน
ของสารสนเทศและเทคโนโลยีใหม่ๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจสมัยใหม่ทั้งหมด
ตั้งแต่ซอฟต์แวร์ไปจนถึงสินค้าอื่นๆ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม รองเท้า เป็นต้น

Howkins รวบรวมแนวคิดและองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสร้างสรรค์
ทรัพย์สินทางปัญญา การจัดการ ทุนและความมั่งคั่งภายใต้กรอบกว้างๆ เศรษฐศาสตร์เกี่ยวข้องกับ
กับปัญหาที่ว่า การสนองความต้องการของปัจเจกและสังคมซึ่งเป็นความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัด
ขณะที่ทรัพยากรนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นจำเป็นต้องหาทางจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิด
ประโยชน์สูงสุด ความคิดไม่ได้มีข้อจำกัดแบบเดียวกับสินค้าทั่วไป และธรรมชาติของเศรษฐกิจ
ความคิดสร้างสรรค์ย่อมแตกต่างจากเศรษฐกิจทั่วไป อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วย
อุตสาหกรรม 4 ประเภทได้แก่ อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์ อุตสาหกรรมสิทธิบัตร อุตสาหกรรม
เครื่องหมายการค้าและแบบผลิตภัณฑ์ Howkins กล่าวว่า นิยามของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และ
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังเป็นที่ถกเถียงกัน ประเทศส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และ
อุตสาหกรรมที่ครอบคลุมถึงจินตนาการสร้างสรรค์ทุกรูปแบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้อยู่ใน
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์แบบดั้งเดิม แต่อยู่ในลักษณะที่ทักษะและแบบทางธุรกิจเพื่อใช้สร้างมูลค่า
ในด้านอื่นๆ ทักษะต่างๆ ตั้งแต่การใช้จินตนาการและการบริหารจัดการกับต้นทุนทางปัญญา

ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา
(United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD)

ปัจจุบันกำลังพัฒนาเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจโมเลกุล (Molecular Economy) ที่มีการ
ผสมผสานเทคโนโลยีหลักเป็นตัวเร่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เศรษฐกิจยุคปัจจุบันที่มีการ
พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด ที่เรียกว่า ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้
(Knowledge Economy) ทั้งนี้การเปลี่ยนผ่านของแต่ละพัฒนาการทางเศรษฐกิจเหล่านี้เกิดจาก
ความพยายามที่จะสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของมนุษย์และการสร้างรายได้เปรียบทาง

เศรษฐกิจในเวทีการค้าโลก หรือเรียกอีกนัยหนึ่งว่า ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้การสร้างความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิต (Factor-driven Economy) เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ (Efficiency Economy) และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-driven Economy)

ความพยายามในการสร้างความสามารถในการแข่งขันนั้นทำให้ประเทศที่พัฒนาแล้วเริ่มหารูปแบบและปรับแบบจำลองการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีอยู่ให้สามารถสร้างความมั่งคั่งและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ซึ่งมองว่าเป็นทรัพยากรรูปแบบที่ไม่มีวันสิ้นสุดและไม่มีวันหมดไปเหมือนทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ

กระบวนการของการพัฒนารูปแบบใหม่ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจและวัฒนธรรมโดยมุ่งให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านเศรษฐศาสตร์ วัฒนธรรม เทคโนโลยีและสังคม ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค จุดศูนย์กลางของกระบวนการใหม่คือ ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เปรียบเสมือนเครื่องยนต์ที่มีพลังมหาศาลที่พร้อมจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตและสนับสนุนการพัฒนาในยุคโลกาภิวัตน์

ข้อเสนอที่สำคัญของรายงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประจำปี 2008 จัดทำโดยองค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) เพื่อแสดงถึงอิทธิพลของการเชื่อมโยงวิถีมนุษย์เข้ากับผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ได้แก่ กระบวนการคิด การผลิต การผลิตซ้ำและการทำธุรกิจทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ รูปแบบเศรษฐกิจในอดีตที่ไม่สามารถจัดการกับความไม่สมดุลต่างๆ ในสังคมได้ และในการที่จะทำให้เกิดความเท่าเทียมกัน รวมถึงมาตรฐานการดำรงชีวิตให้กับประชากรส่วนมากนั้น

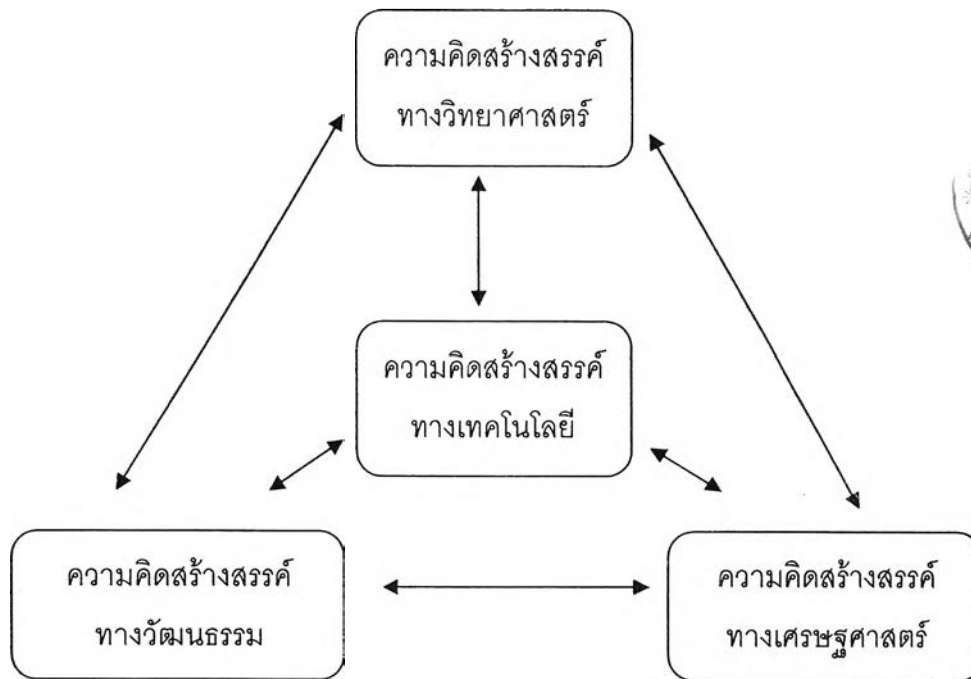
Edna dos Santos-Duisenberg (2552) หัวหน้าโปรแกรมเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของ UNCTAD เสนอว่า สิ่งสำคัญคือการก้าวพ้นจากรูปแบบเดิมๆ ที่มีพื้นฐานจากเศรษฐศาสตร์ เพราะเป็นช่วงเวลาของการมองปัญหาแบบองค์รวมถึงการพัฒนา และการคิดในแง่ของกลยุทธ์ในการพัฒนา ไม่ใช่เป็นการมองในด้านเศรษฐศาสตร์เพียงด้านเดียว แต่ต้องมองถึงความสอดคล้องและสัมพันธ์กันระหว่างเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและเทคโนโลยี

นิยามความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ตามนิยามของ UNCTAD หมายถึง การสร้างความคิดใหม่ๆ และการนำความคิดเหล่านั้นมาผลิตเป็นต้นแบบงานศิลปะและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การประดิษฐ์ทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ตลอดจนองค์ประกอบทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ การสนับสนุนทางนวัตกรรม รวมถึงการเพิ่มความสามารถในการผลิตและส่งผลให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจ (2008: 9-10)

แม้ว่าจะไม่มีกรนิยามคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ที่ทำให้สามารถเข้าใจได้ง่ายจากมิติสาขาต่างๆ ซึ่งในปรากฏการณ์นี้ สาขาจิตวิทยากล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคลไว้และมีการศึกษาอย่างกว้างขวาง กล่าวว่าคุณคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะของปัจเจกบุคคลหรือเป็นกระบวนการที่สร้างความคิดแรกเริ่มขึ้นมา ดังนั้นคุณลักษณะเฉพาะของความคิดสร้างสรรค์จึงมีความหลากหลายตามสาขาวิชาที่มนุษย์สนใจศึกษา ได้แก่

- ความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะเกี่ยวข้องกับจินตนาการและศักยภาพในการสร้างสรรค์ความคิดแรกเริ่มและความแปลกใหม่ในลักษณะแสดงความเข้าใจทางโลกอยู่ในลักษณะของตัวหนังสือ เสียงและภาพ
- ความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวข้องกับความอยากรู้อยากเห็นและความต้องการที่จะทดลองและสร้างความเชื่อมโยงใหม่กับการแก้ไขปัญหา
- ความคิดสร้างสรรค์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นกระบวนการที่มีพลวัตต่อนวัตกรรมทางเทคโนโลยี การดำเนินธุรกิจ การตลาด ฯลฯ และเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจ



แผนภาพ 2.1 ความคิดสร้างสรรค์ในเศรษฐกิจปัจจุบัน

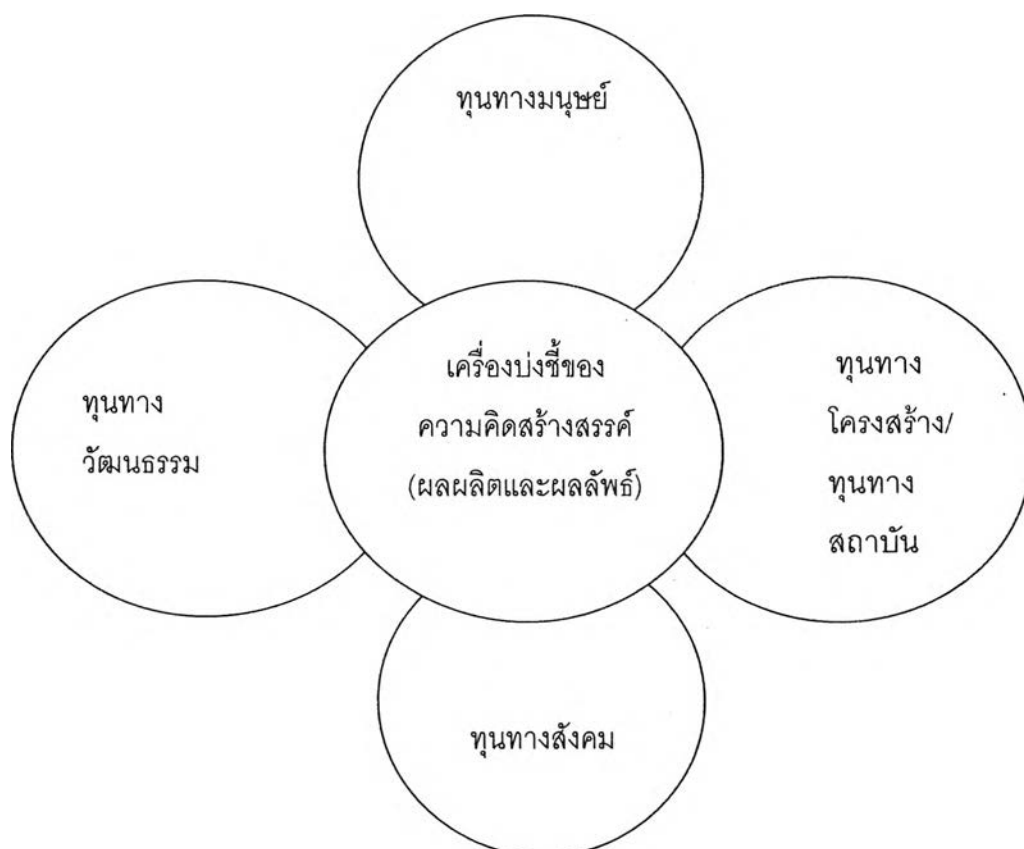
ที่มา : Creative Economy Report 2008, UNCTAD

ความคิดสร้างสรรค์ทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์สาขาอื่นๆ อาจจะมีมากหรือน้อยก็ตาม แต่ยืนยันว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันหมดตามที่ปรากฏในภาพ 2.1 ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์ถูกตีความและให้นิยามว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์

คำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” หมายความว่ารวมถึง ความคิดริเริ่ม จินตนาการ แรงบันดาลใจ ความช่างคิดและช่างประดิษฐ์ ปัจจัยเหล่านี้ต่างเป็นคุณลักษณะสำคัญภายในของปัจเจกบุคคลที่ใช้จินตนาการ การแสดงความคิดเห็นควบคู่ไปกับความรู้ ความคิดเหล่านี้ต่างเป็นแก่นสำคัญของทุนทรัพย์สินปัญญา (UNCTAD, 2008: 3)

แนวคิดในการพิจารณาความคิดสร้างสรรค์โดยใช้เครื่องมือกระบวนการทางสังคมจากมุมมองทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจยังปรากฏไม่เด่นชัด โดยเฉพาะประเด็นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ส่งผลให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในกรณีนี้ความสำคัญในการวัดไม่เพียงแต่เป็นการศึกษาผลลัพธ์ของความคิดสร้างสรรค์แต่จำเป็นต้องศึกษาวัฏจักรของกิจกรรมที่สร้างสรรค์ผ่านรูปแบบของทุน 4 รูปแบบที่มีส่งผลเชื่อมโยงต่อกัน ได้แก่ ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ทุนมนุษย์ (Human Capital) และทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน (Structural/Institutional Capital) ทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า “ทุนที่สร้างสรรค์” (the Creative Capital) ผลของการสั่งสมทุน

ทั้งสี่รูปแบบนี้ทำให้เกิด “ผลลัพธ์แห่งความคิดสร้างสรรค์” (Outcomes of Creativity) ครอบคลุมความคิดของดัชนีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Index) เรียกว่า “แบบจำลองห้าซี” (5 Cs Model) ความคิดสร้างสรรค์ถูกนิยามว่าเป็นกระบวนการซึ่งความคิดถูกสร้างขึ้น เชื่อมโยงและเปลี่ยนแปลงให้เป็นสิ่งต่างๆ ที่มีมูลค่า ความเป็นสิ่งแรก (Originality) หมายถึงการสร้างสรรคสิ่งต่างๆ จากสิ่งที่ไม่เคยมีหรือมีการปรับปรุงใหม่จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว



แผนภาพ 2.2 ความเชื่อมโยงของทุน 5 ซี
(ผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับทุนทั้ง 4 รูปแบบ)

ที่มา : Creative Economy Report 2008, UNCTAD

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเกิดกระแสการพัฒนาและเป็นกระแสหลักที่ทุกประเทศต่างพยายามผลักดันให้เป็นนโยบายหลักในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การขับเคลื่อนการพัฒนาโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ขณะนี้เป็นแนวคิดที่มีนิยามและขอบเขตที่ยังไม่ชัดเจน เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ปรากฏทั้งในระดับสังคมและประเทศ ไม่ว่าจะประเทศที่ยากจนหรือร่ำรวย ไม่ว่าจะประเทศที่ใหญ่หรือเล็ก ไม่ว่าจะประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาก็ตาม

John Howkins เป็นผู้คิดค้นคำว่า “เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์” เมื่อปี 2001 ในหนังสือ The Creative Economy – How people make money from ideas ซึ่งอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจ Howkins มองว่า **ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องใหม่รวมถึงเศรษฐกิจด้วย** แต่สิ่งใหม่คือธรรมชาติและการขยายความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจและการผสมผสานของทั้งสองประการเพื่อสร้างให้เกิดคุณค่าพิเศษและความมั่งคั่ง การใช้คำเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ของ Howkins ค่อนข้างกว้าง ครอบคลุมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 ประเภทตั้งแต่ศิลปะไปจนถึงสาขาที่กว้างขึ้นอย่างวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Howkins ประเมินตัวเลขในปี 2000 ว่าเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ทั่วโลกมีมูลค่าถึง 2.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 5 ในแต่ละปี ความคิดสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ลักษณะแรกมีความสัมพันธ์กับการบรรลุผลสำเร็จของปัจเจกบุคคลและการสร้างสินค้า ลักษณะแรกมีคุณลักษณะความเป็นสากลของมนุษยชาติและพบได้ในทุกสังคมและทุกวัฒนธรรม ลักษณะที่สองมีบทบาทสำคัญในสังคมอุตสาหกรรม ซึ่งเพิ่มมูลค่าอย่างสูงให้กับความแปลกใหม่ นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และทางเทคโนโลยี และสินทรัพย์ทางปัญญา (UNCTAD, 2008: 15)

การนิยามที่ยังไม่ชัดเจนของแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นแนวคิดเชิงอัตวิสัยที่กำลังทำให้มีความชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตามการเติบโตจากการบรรจบของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมเหล่านั้นที่ปรากฏทั้งในระดับประเทศและระดับระหว่างประเทศ

สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนานั้นมิติการพัฒนาในเรื่องเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ การประชุมของ UNCTAD ครั้งที่ 11 ที่เซาเปาโล กล่าวถึงการวิเคราะห์เรื่องนโยบายและวัตถุประสงค์หลักของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ไว้ 4 ประการได้แก่

1. มุ่งให้เกิดวัตถุประสงค์วัฒนธรรมระดับประเทศไปพร้อมกับนโยบายด้านเทคโนโลยีและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อรับมือกับความไม่สมดุลที่เป็นการขัดขวางการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศที่กำลังพัฒนา

3. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมต่อความคิดสร้างสรรค์ (Creative Nexus) ระหว่างการลงทุน เทคโนโลยี เจ้าของกิจการและการค้า
4. เพื่อให้เกิดการตอบสนองนโยบายด้านนวัตกรรมให้สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดผลของการพัฒนา

บทบาทของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนารวมถึงการประชุมสัมมนาซึ่งจัดขึ้นที่ Nagaur ประเทศอินเดียเมื่อปี 2005 การประชุมสัมมนาครั้งนี้ดำเนินการโดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) โดยมุ่งให้ความสนใจเรื่องความสำคัญของศิลปะประจำท้องถิ่นและกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นวิธีการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจและชีวิตความยากจน ข้อชี้แนะจากการประชุมในครั้งนี้เรียกว่า Jodhpur Initiatives ความก้าวหน้าในการพัฒนารูปแบบของ กลยุทธ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและการพัฒนาอุตสาหกรรมของกลุ่มประเทศเอเชีย

ในช่วงเวลาเดียวกันสำนักงานใหญ่ของ UNESCO ดำเนินการจัดประชุมเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อจำแนกลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สร้างการพัฒนาทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมทั้งประเทศอุตสาหกรรมและประเทศที่กำลังพัฒนา ผลจากการประชุมครั้งนี้ทำให้เกิดการคุ้มครองและการสนับสนุนการแสดงออกความหลากหลายทางวัฒนธรรมและลงมติยอมรับโดยการประชุมทั่วไปของ UNESCO เมื่อเดือนตุลาคม ปี 2005 และประกาศใช้เมื่อเดือนมีนาคม ปี 2007

จะเห็นได้ว่า แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์มีการพัฒนาผ่านวิถีทางหลายรูปแบบในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาตลอด 10 ปี การปรากฏขึ้นเพื่อเป็นวิถีทาง ข้อเสนอทางทฤษฎีที่แสดงถึงการพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่ควรแยกจากกันหรือเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่สามารถแยกจากกันได้ แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่พัฒนาความยั่งยืนให้เกิดขึ้นทั้งการเติบโตด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ในประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดความสนใจในความสำคัญของสินทรัพย์ที่สร้างสรรค์และความมั่งคั่งในทรัพยากรทางวัฒนธรรมซึ่งปรากฏในประเทศที่กำลังพัฒนาทุกประเทศ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใช้ทรัพยากรเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำให้ประเทศมีเรื่องราวเป็นของตนเองเท่านั้นและยังแสดงออกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมต่อพวกเขาและต่อโลก ประเทศเหล่านี้เป็นที่มาของการเติบโตทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และการเพิ่มการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจโลก

ขณะเดียวกันเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ยังสนับสนุนให้เกิดความสมานฉันท์ในสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการพัฒนามนุษย์อีกด้วย

นิยามของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์

UNCTAD ให้คำนิยามของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (2008: 15)

- เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่ค่อยๆ พัฒนามาบนพื้นฐานของทรัพย์สินทางความคิดที่มีศักยภาพทำให้เศรษฐกิจเกิดการเติบโตและมีการพัฒนา
- เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์สามารถทำให้เกิดการสร้างรายได้ สร้างงาน และรายได้จากการส่งออก รวมถึงการผนวกสังคมเข้าไว้ด้วยกัน แม้ว่าจะมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมก็ตาม และมีการพัฒนามนุษย์
- เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วยเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและการท่องเที่ยว
- เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาทางเลือกที่เป็นได้เพื่อเกิดนโยบายด้านนวัตกรรมของสาขาต่างๆ และผลักดันให้เกิดการปฏิบัติการในระดับนโยบาย
- หัวใจของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์คืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นวงจรการคิด การผลิตและการกระจายสินค้าและบริการที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยนำเข้าพื้นฐาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วยกิจกรรมเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้ที่มีการผลิตสินค้าทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เป็นสินค้าทางความคิดหรือศิลปะที่ประกอบด้วยเนื้อหาที่สร้างสรรค์ รวมถึงมีค่านิยมทางเศรษฐกิจและมีวัตถุประสงค์ทางการตลาดด้วย

ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีตั้งแต่ศิลปะแบบดั้งเดิมและงานฝีมือ สิ่งพิมพ์ ดนตรี ศิลปะการแสดง และความบันเทิง ไปจนถึงระดับที่ใช้กับเทคโนโลยีอย่างเข้มข้นและเป็นกลุ่มภาคบริการ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์และวิทยุ กระจายเสียง สื่อใหม่และการออกแบบ ภาคอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์มีลักษณะยืดหยุ่นและประกอบด้วยโครงสร้าง

หน่วยย่อยต่างๆ ที่สามารถนำมาผนวกกันได้ ตั้งแต่ลักษณะของการเป็นศิลปินเดี่ยว ธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ระดับโลกที่มีลักษณะรูปแบบเครือข่าย

UNCTAD (2008: 5) ได้แสดงตัวเลขของการเจริญเติบโตช่วงปี 2000-2005 ว่าภาคอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์มีอัตราการเติบโตร้อยละ 8.7 และในปี 2005 สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกทั่วโลกได้มากถึง 424.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3.4 ของเศรษฐกิจการค้าโลก ดังนั้นประเทศมหาอำนาจให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจกลับมาเติบโตได้อีกครั้งหนึ่ง เกิดการจ้างงานและเกิดการรวมตัวทางสังคมที่เรียกว่า “เมืองสร้างสรรค์” (Creative City) ขณะนี้มีการแพร่หลายในยุโรปและอเมริกาเหนือ ทำให้เศรษฐกิจในเมืองกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่งผ่านการพัฒนาด้านวัฒนธรรมและสังคม มีการเสนองานที่น่าสนใจให้กับประชากรวัยหนุ่มสาว การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มประเทศยุโรปมีมูลค่าถึง 654 พันล้านเหรียญยูโรในปี 2003 มีการเติบโตร้อยละ 12.3 และเป็นการเติบโตอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับเศรษฐกิจโดยรวมของกลุ่มสหภาพยุโรปและมีการจ้างแรงงานจำนวนมากกว่า 5.6 ล้านคน

ข้อมูลที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ ปัจจุบันกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียมีอัตราการเจริญเติบโตด้านการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์มากจนน่าจับตามอง และได้รับผลประโยชน์จากพลวัตของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ของโลก โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียใช้เป็นนโยบายภาคตัดขวางเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ทำให้ประเทศจีนกลายเป็นผู้นำระดับโลกในปี 2005

แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่ากลุ่มประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ไม่สามารถควบคุมการพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ของตนให้เพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากนโยบายภายในประเทศยังไม่เข้มแข็งพอ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าดังกล่าวยังคงมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างมากระหว่างปี 1996-2005 จากตัวเลข 51 ล้านเหรียญสหรัฐเป็น 274 ล้านเหรียญสหรัฐ ตัวเลขเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงการปรับกลยุทธ์แบบให้ตามทัน (Catching up Strategies) ของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียที่พยายามผลิตสินค้าเพื่อไล่ตามความต้องการของตลาดโลกได้ และเป็นการยืนยันอีกครั้งของการขยายอุปทานของสินค้าที่สร้างสรรค์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการกระจายและการบริโภค

การบัญญัติคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ของหลายๆ ประเทศเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี 1994 เมื่อประเทศออสเตรเลียเผยแพร่รายงานชื่อ “Creative Nation” ทำให้เกิดการยอมรับอย่างกว้างขวางขึ้นเมื่อผู้จัดทำนโยบายในสหราชอาณาจักรในปี 1997 รัฐบาลโดยกระทรวงวัฒนธรรม

สื่อและกีฬาจัดตั้งหน่วยงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขึ้น เป็นที่น่าสังเกตว่าการจัดตั้ง "อุตสาหกรรมสร้างสรรค์" ได้รับการพัฒนามาตั้งแต่ช่วงเวลาที่การขยายขอบเขตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นเรื่องศิลปะและมีการขยับแนวคิดไปสู่ลักษณะของไม่ใช่เชิงเศรษฐกิจมากขึ้น

การจัดประเภทเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์

แบบจำลองที่แตกต่างกันเพื่อแสดงถึงความก้าวหน้าในปัจจุบันเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่เป็นระบบมากขึ้นของคุณลักษณะเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นแบบจำลอง 4 รูปแบบที่แตกต่างกัน แบบจำลองแต่ละแบบแสดงถึงเหตุผลและข้อสันนิษฐานทั้งในด้านจุดประสงค์และกระบวนการปฏิบัติของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีรูปแบบดังต่อไปนี้

1. **การจัดประเภทเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ของประเทศสหราชอาณาจักร (UK DCMS Model)** แบบจำลองนี้เกิดขึ้นเมื่อปลายทศวรรษที่ 1990 ในประเทศสหราชอาณาจักรเพื่อวางตำแหน่งทางเศรษฐกิจใหม่ให้กับสหราชอาณาจักร โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในโลกได้ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถูกนิยามว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและศักยภาพทางความรู้ความสามารถเพื่อสร้างศักยภาพด้านความมั่งคั่งและการสร้างงาน ผ่านการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (UNCTAD, 2008: 12) ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 13 ประเภท ประกอบด้วย โฆษณา สถาปัตยกรรม งานศิลปะและวัตถุโบราณ งานฝีมือ แฟชั่น งานออกแบบ ภาพยนตร์และ วิทยุทัศน์ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ และวิทยุทัศน์และคอมพิวเตอร์เกม

2. **การจัดประเภทเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์โดยใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Symbolic Texts Model)** แบบจำลองที่มีแนวคิดต้นแบบคืออุตสาหกรรมวัฒนธรรมจากสำนักวิพากษ์วัฒนธรรมศึกษาที่เกิดขึ้นในยุโรปและโดยเฉพาะในสหราชอาณาจักร แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับศิลปะชั้นสูง หรือให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมเป็นการสร้างของสังคมและการเมือง มุ่งให้ความสนใจว่าวัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture) กระบวนการซึ่งวัฒนธรรมของสังคมมีการก่อตัวและถ่ายทอดโดยยึดลักษณะของการผลิต การแพร่กระจายและการบริโภคผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม หรือสารที่สำคัญ โดยใช้วิธีการผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์และวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ การจัดประเภทกลุ่มนี้แบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมกลุ่มหลัก กลุ่มรองและกลุ่มรอบนอก

2.1 กลุ่มหลักของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ โฆษณา ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ดนตรี สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ วีดีโอเกมและเกมคอมพิวเตอร์

2.2 กลุ่มรองของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ ศิลปะสร้างสรรค์

2.3 กลุ่มรอบนอกของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า แฟชั่น ซอฟต์แวร์ และกีฬา

3. การจัดประเภทเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model) เป็นแบบจำลองที่ตั้งบนข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับคุณค่าทางวัฒนธรรมของสินค้าวัฒนธรรม ทำให้เกิดคุณลักษณะที่แตกต่างกันในอุตสาหกรรม การใช้เนื้อหาทางวัฒนธรรมในการจัดประเภทสินค้าและบริการ โดยเน้นเรื่องการผลิตของอุตสาหกรรม การเกิดขึ้นของศิลปะสร้างสรรค์ที่เป็นหลักปรากฏในรูปของเสียง ตัวอักษรและภาพ โดยมีลักษณะเป็นการรวมจุดศูนย์กลางภายในวงกลมแล้วกระจายออกมาเป็นแต่ละชั้น การแบ่งสัดส่วนจากลักษณะเนื้อหาด้านวัฒนธรรมไปจนถึงเนื้อหาเชิงพาณิชย์ที่กระจายออกจากจุดศูนย์กลางหลักภายในวงกลม การจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มสหภาพยุโรป โดยแบ่งออกเป็น

3.1 ศิลปะสร้างสรรค์หลัก ได้แก่ วรรณคดี ดนตรี ศิลปะการแสดงและงานศิลปะ

3.2 อุตสาหกรรมวัฒนธรรมหลักอื่นๆ ได้แก่ ภาพยนตร์ พิพิธภัณฑสถานและห้องสมุด

3.3 อุตสาหกรรมวัฒนธรรมในวงกว้าง ได้แก่ การดูแลมรดก (Heritage Services) สื่อสิ่งพิมพ์ การบันทึกเสียง วีดิทัศน์และเกมคอมพิวเตอร์ การโฆษณา สถาปัตยกรรมและแฟชั่น

4. การจัดประเภทเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญา (WIPO Copyright Model) แบบจำลองตั้งบนพื้นฐานของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการสร้าง การผลิต การกระจายเสียงและการจัดจำหน่ายของงานที่มีลิขสิทธิ์ และให้ความสำคัญกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งแสดงให้เห็นในรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ของการผลิตสินค้าและบริการ โดยจัดประเภทเป็น

4.1 อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์หลัก ได้แก่ โฆษณา งานสะสม ภาพยนตร์และวีดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ งานศิลปะและงานกราฟิก

4.2 อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์ที่มีลักษณะพัวพัน ได้แก่ สื่อบันทึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดนตรี กระจาดาช เครื่องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ

4.3 อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์บางส่วน ได้แก่ สถาปัตยกรรม เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า งานออกแบบ แฟชั่น สินค้าตกแต่งบ้าน และของเล่น

การจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การจัดประเภทเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ทั้ง 4 รูปแบบมีลักษณะแตกต่างจากการตีความด้านโครงสร้างของการผลิตที่สร้างสรรค์ แบบจำลองที่มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ในการวิเคราะห์ มาตรฐานในการนิยามและระบบการจัดประเภทเพื่อให้สามารถสร้างกรอบแนวคิดที่สามารถปฏิบัติงานได้จริงเพื่อให้เกิดการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีมาตรฐานสามารถใช้กับเศรษฐกิจทั่วโลกได้ ดังนั้น UNCTAD จึงมีการจัดแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้เช่นกัน โดยใช้พื้นฐานของแนวคิดเรื่อง “ความคิดสร้างสรรค์” จากกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านศิลปะเป็นหลักไปจนถึงการผลิตสินค้าเชิงสัญญาะที่มีลักษณะของทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลัก การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของ UNCTAD แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะได้แก่

1. **กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage)** เป็นต้นกำเนิดของรูปแบบทางศิลปะทั้งหมดและเป็นจิตวิญญาณทางวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นมรดกที่มีการรวบรวมลักษณะทางวัฒนธรรมตั้งแต่ประวัติศาสตร์ มานุษยวิทยา เชื้อชาติ สุนทรียศาสตร์และมุมมองด้านสังคม ปัจจัยต่างๆ นี้มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์และเป็นต้นกำเนิดของสินค้าและบริการทางมรดก ความคิดที่เชื่อมโยงกับมรดกในแนวคิดเรื่อง “ความรู้ดั้งเดิมและการแสดงออกทางวัฒนธรรม” ที่มีการฝังตัวในการสร้างสรรค์ทางศิลปะและงานฝีมือต่างๆ ในลักษณะของตำนานพื้นบ้านและเทศกาลเฉลิมฉลองวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1.1 การแสดงออกทางวัฒนธรรมดั้งเดิม (Traditional Cultural Expressions) ได้แก่ ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาล และงานเฉลิมฉลอง

1.2 แหล่งวัฒนธรรม (Cultural Sites) อนุสรณ์สถานทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑน์ หอสมุด นิทรรศการ ฯลฯ

2. **กลุ่มศิลปะ (Arts)** กลุ่มนี้รวมถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีพื้นฐานของศิลปะและวัฒนธรรมบริสุทธิ์ งานศิลปะที่มีแรงบันดาลใจจากการสืบทอดมรดก ค่านิยมทางอัตลักษณ์และความหมายเชิงสัญญาะ กลุ่มนี้แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยขนาดใหญ่ 2 กลุ่มได้แก่

2.1 ทัศนศิลป์ (Visual Arts) ภาพจิตรกรรม งานประติมากรรม
ภาพถ่ายและโบราณวัตถุ

2.2 ศิลปะการแสดง (Performing Arts) การแสดงดนตรี โรง
ภาพยนตร์หรือโรงมหรสพ การเต้น โอเปร่า ละครสัตว์ ละครหุ่น ฯลฯ

3. กลุ่มสื่อ (Medias) กลุ่มนี้สามารถแบ่งกลุ่มย่อยออกเป็น 2 กลุ่มจากการ
ผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์โดยมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสารขนาดใหญ่

3.1 กลุ่มการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Medias)
ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์อื่นๆ

3.2 สื่อทัศนูปกรณ์ (Audiovisuals) ได้แก่ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ
และการกระจายเสียง

4. กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creations) กลุ่มนี้เกิด
จากการเน้นความต้องการของผู้บริโภค และอุตสาหกรรมภาคการบริการที่สร้างสรรค์สินค้าและ
บริการตามลักษณะงาน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่

4.1 การออกแบบ (Design) ได้แก่ การตกแต่งภายใน แฟชั่น
เครื่องประดับ กราฟฟิก และของเล่น

4.2 สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม และ Digitalized Creative
Content

4.3 การบริการที่สร้างสรรค์ ได้แก่ สถาปัตยกรรม โฆษณา การวิจัย
และพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ ดิจิทัลและการบริการที่สร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

การจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของ UNCTAD ใช้ลักษณะความ
แตกต่างระหว่างการดำเนินงานที่มีต้นน้ำ (Mainstream Activities) และการดำเนินงานปลาย
น้ำ (Downstream Activities) การดำเนินงานที่มีต้นน้ำ หมายถึง ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการผลิต
วัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ศิลปะการแสดง งานศิลปะ การดำเนินงานปลายน้ำ หมายถึง ความใกล้ชิด
กับตลาด (ผู้บริโภค) เช่น โฆษณา สิ่งพิมพ์ หรือสื่อต่างๆ และในลักษณะที่สองนี้เน้นคุณค่าใน
เชิงพาณิชย์เนื่องจากมีต้นทุนต่ำในการผลิตซ้ำและการถ่ายทอดไปยังเศรษฐกิจอื่นได้ง่าย จาก
แนวคิดนี้ทำให้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีขอบเขตกว้างขวางและมีบทบาทเชื่อมโยงกับภาคย่อยมี
หลากหลาย การแบ่งภาคย่อยกำหนดขอบเขตตั้งแต่การดำเนินงานที่มีความรู้ดั้งเดิมและมรดก
ทางวัฒนธรรมไปจนถึงเทศกาลทางวัฒนธรรม และขยายขอบเขตไปยังกลุ่มย่อยในด้านเทคโนโลยี

และการบริการ เหตุผลในการจัดแบ่งประเภทนี้ตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในประเทศส่วนใหญ่ที่มีการรวบรวมอุตสาหกรรมต่างๆ ไว้ภายใต้ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” การจัดแบ่งประเภทนี้ช่วยทำให้เกิดความสอดคล้องในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้บนฐานของการจัดประเภทนี้ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วยกลุ่ม 4 กลุ่มที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน โดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นวัฏจักรของการสร้าง การผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญาเป็นปัจจัยนำเข้าขั้นปฐมภูมิ
- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วยชุดของกิจกรรมบนฐานความรู้ ให้ความสนใจแต่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงศิลปะเท่านั้น มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับการค้าและทรัพย์สินทางปัญญา
- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วยสินค้าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา หรือบริการเชิงศิลปะที่ประกอบด้วยเนื้อหาที่สร้างสรรค์ มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและมีวัตถุประสงค์ในการทำตลาด
- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นทางแยกที่มาบรรจบกันของผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะ การบริการและภาคอุตสาหกรรม
- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทำให้เกิดภาคใหม่ที่มีลักษณะพลวัตในการค้าโลก

ข้ออภิปรายต่อเนื่องเรื่องของวิทยาศาสตร์และวิจัยและการพัฒนาซึ่งเป็นเรื่องประกอบของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังรวมถึงการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่มาจากการวิจัยที่เป็นระบบ แม้ว่าทฤษฎีการวิเคราะห์การวิจัยเชิงประจักษ์แทบจะไม่ปรากฏในการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการวิจัย วิทยาศาสตร์และพลวัตของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ ในขณะที่แนวคิดขององค์การ UNESCO ศึกษาในบริบทการเพิ่มความร่วมมือระหว่างวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรมในลักษณะของการส่งเสริมงานวิจัยที่มีระบบของภาคสาธารณะและภาคเอกชน การศึกษาผลระยะยาวของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์โดยการจัดประชุมโลกทางวิทยาศาสตร์ ในปี 1999 ความร่วมมือของทั้งสองภาคส่วนที่สำคัญและการดำเนินการที่มีการติดตามผล การร่วมมือของนักวิทยาศาสตร์ทั้งจากภาคสาธารณะและภาคเอกชนทำให้เกิดประโยชน์ทางตรงของนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเพิ่มสัดส่วนการลงทุนจากภาคเอกชนให้กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีการวิจัยอย่างเป็นระบบ

แรงขับเคลื่อนหลักทางเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ในทั่วโลก

แรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั่วโลกขยายตัวขึ้นเกี่ยวข้องกับทั้งภาคเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ การปฏิวัติทางเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบการปฏิบัติทางดิจิทัลและสภาวะทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการพัฒนา แรงขับเคลื่อนหลักที่สำคัญได้แก่

1. เทคโนโลยี (Technology)

การบรรจบกันระหว่างเทคโนโลยีโทรคมนาคมและรูปแบบมัลติมีเดียทำให้เกิดการบูรณาการโดยวิธีการทั้งผลิต จัดจำหน่ายและบริโภคในรูปแบบใหม่ของงานศิลปะและการแสดงออกที่สร้างสรรค์ ในขณะที่เดียวกันการที่ภาครัฐผ่อนผันกฎระเบียบให้กับธุรกิจสื่อและโทรคมนาคม โดยให้เอกชนมีส่วนร่วมลงทุนในกิจการที่รัฐเคยถือครองไว้ เป็นการเปิดทางให้การลงทุนในภาคเอกชนขยายตัวขึ้นอย่างมหาศาล ผลที่ต่อเนื่องมายังภาคการผลิตที่ผลิตสินค้าและเกิดการจ้างงานข้ามประเทศ ทำให้หลายๆ ประเทศไขว่คว้าโอกาสในการพัฒนาครั้งนี้ เพื่ออธิบายให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นคือ กรณีของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีเริ่มขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยการผลิตการสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นวีดีโอเกม แอนิเมชัน และการบริการด้านไอทีที่สมบูรณ์แบบต่างๆ ผลที่เกิดขึ้นคือการส่งออกรายการโทรทัศน์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าจากตัวเลขเดิมคือ 12.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็น 37.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี 1999 จนถึงปี 2003

เมื่อโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัลการพัฒนาขยายตัวขึ้นอย่างมหาศาลภายในขอบเขตของสื่อซึ่งเนื้อหาที่สร้างสรรค์ถูกส่งผ่านไปยังผู้บริโภค เช่น วิดีโอออนดีมานด์ (Video on Demand) มิวสิกพอดแคสติง (Music Podcasting) เกมคอมพิวเตอร์ และรายการโทรทัศน์ผ่านเคเบิล ระบบดาวเทียมและอินเทอร์เน็ต ภาพโดยรวมสะท้อนถึงจำนวนการเผยแพร่ของสถานีที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ความต้องการเนื้อหาที่สร้างสรรค์ที่เพิ่มขึ้น จึงเป็นหน้าที่ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและทำให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2552: 11-13) แนวโน้มของการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจคือเน้นย้ำเรื่องการพัฒนาและส่งเสริมแนวคิดด้าน "นวัตกรรม" ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น ไม่ใช่จำกัดเฉพาะกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเท่านั้น แต่รวมไปถึงผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในเศรษฐกิจ การส่งเสริมแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนในเศรษฐกิจบนฐานความรู้ (Knowledge Economy) ที่ผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตั้งแต่กลุ่มงานที่ใช้ทักษะสามารถผลิตความคิดที่สร้างสรรค์และทำให้นวัตกรรมเกิดความหลากหลายในการผลิตงานของเจ้าของธุรกิจเพื่อสามารถผลิตรายการเพื่อส่งคมรูปแบบใหม่ได้

2. ความต้องการ (Demand)

การเติบโตของความต้องการสินค้าที่สร้างสรรค์เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ขยายตัวขึ้น มีปัจจัยหลายประการที่กระตุ้นความต้องการให้เพิ่มขึ้น ประการแรกคือรายได้จริงที่เพิ่มขึ้นในประเทศอุตสาหกรรม รวมถึงสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์ แนวโน้มที่จะเพิ่มความต้องการของสินค้าที่ให้รายได้แบบไม่ตายตัว (Income-elastic Product) และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็นำไปสู่การกระตุ้นความต้องการที่ยิ่งๆ ขึ้นไปของผู้บริโภค ประการที่สองคือการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องและทำให้เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ขยายตัวคือการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในการบริโภคของคน การแพร่หลายของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ทั้งอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ สื่อดิจิทัล ฯลฯ ล้วนเป็นช่องทางใหม่ในการเปิดประสบการณ์ทางวัฒนธรรมให้กับคนในยุคนี้ ทั้งยังเปลี่ยนบทบาทของพวกเขาจากการเป็นผู้รับสารที่นิ่งเฉยให้กลายเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาวัฒนธรรมที่มีความกระตือรือร้น การพัฒนาเหล่านี้ทำให้เกิดกระบวนการนิยามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมใหม่เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในฐานะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคต

ดังนั้นผู้บริโภคในฐานะผู้สร้างหรือผู้ร่วมสร้างสินค้าที่สร้างสรรค์เป็นตัวกระตุ้นการแลกเปลี่ยนและการสื่อสารทางวัฒนธรรมมากขึ้น บางบริษัทในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสินค้าหรือบริการของพวกเขาเองด้วย ยกตัวอย่างเช่น ซอฟต์แวร์ที่เปิดให้ใช้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Open-source Software) และการผลิตข้อมูลข่าวสารในกลุ่มเพื่อน (Peer-produced Information)

3. การท่องเที่ยว (Tourism)

เมื่อธุรกิจท่องเที่ยวทั่วโลกเกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา นี้ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เสนอขายสินค้าที่สร้างสรรค์และบริการเชิงวัฒนธรรมก็ขยายตัวในตลาดการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน รายงานประจำปี 2004 ระบุว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาในยุโรปถึง 416 ล้านคน ขณะที่ในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกมีนักท่องเที่ยวเดินทางประมาณ 153 ล้านคน ส่วนทวีปแอฟริกาทั้งหมดมีนักท่องเที่ยวเดินทางประมาณ 33 ล้านคนต่อปี ภาควัฒนธรรมโดยเฉพาะการท่องเที่ยวมีความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะได้สัมผัสสมรรถกทางวัฒนธรรม เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และห้องแสดงผลงานศิลปะ (Galleries) งานเทศกาล งานอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเข้าชม เช่น ดนตรี ชมการแสดงโอเปร่าในเมืองต่างๆ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างในแต่ละท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourists) ที่มองเห็นความแตกต่างและตระหนักถึงความเป็นวัฒนธรรมมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมจึงเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมาและได้รับการสนับสนุนจากองค์การยูเนสโกยกย่องให้เป็นมรดกโลก ปัจจุบันมีทั้งหมด 851 แห่งจาก 141 ประเทศสมาชิก ทั้งการยกย่องให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติ ทางคณะกรรมการของมรดกโลก (World Heritage Committee) แบ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม 660 แห่ง มรดกทางธรรมชาติ 166 แห่ง และอีก 25 แห่งเป็นทั้งมรดกทางวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติ ในเดือนตุลาคม ปี 2007 มี 184 ประเทศเข้าร่วมลงนามในการประชุมมรดกโลก

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น มาเลเซียและเกาหลีที่เดินทางมาเยี่ยมชมแหล่งมรดกที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย ทำให้คาดการณ์ได้ว่า ภายใน 5 ปีนี้จะมีชาวจีนชนชั้นกลางมากกว่า 200 ล้านคนเดินทางในฐานะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่กลุ่มชนชั้นกลางที่มั่งคั่งของอินเดียก็มองหาสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการท่องเที่ยวทางศาสนาหรือเชิงแสวงบุญ การให้ส่วนลดของสายการบินต่างๆ ในเอเชีย หรือประเทศกำลังพัฒนาที่พยายามจัดการส่งเสริมการตลาด ต่างเป็นปัจจัยเสริมในการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้

นโยบายที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้องค์การ UNESCO กระตุ้นไปยังภาครัฐบาลของประเทศต่างๆ ในการสร้างความสมดุลของการท่องเที่ยวด้วยการคุ้มครองเนื่องจากความกลัวที่จะสูญเสียความสวยงามในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและมรดกทางธรรมชาติที่อาจถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปเยี่ยมชม ดังนั้นองค์กรระดับนานาชาติอย่างองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization) สนับสนุนทัศนคติของภาครัฐบาลให้มีนโยบายการท่องเที่ยวทั้งในด้านความเป็นมิตรเชิงวัฒนธรรมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างผลประโยชน์ให้กับประชาชนในท้องถิ่น

มิติที่หลากหลายของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์

แม้ว่าเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้มีขนาดใหญ่มาก แต่มีมิติที่หลากหลายและมีส่วนทำให้เกิดการพัฒนาด้านสังคมและเศรษฐกิจในหลายวิธีด้วยกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Aspects)

มุมมองด้านเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศเป็นองค์ประกอบหลักของเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ สืบเนื่องจาก UNCTAD ทำให้การค้าโลกในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ช่วงปี 2000-2005 การค้าในกลุ่มสินค้าและบริการจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 8.7 ปัจจุบันการส่งออกทั่วโลกด้านงานศิลปะ

เพิ่มขึ้นถึงสองเท่าจาก 10.3 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 1996 เป็น 22.1 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2005 ขณะที่การส่งออกผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นถึงสามเท่าตัวในช่วงปีเดียวกัน การค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการดำเนินการด้านลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นวิธีการในการซื้อขายเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตลาดทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ ระบบการจัดการด้านลิขสิทธิ์ที่ชัดเจนและมีแบบแผน ทำให้การเก็บรวบรวมมีประสิทธิภาพและการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์เป็นไปอย่างเที่ยงธรรม

2. ด้านสังคม (Social Aspects)

ผลกระทบหลักทางด้านสังคมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขยายตัวทำให้เกิดการจ้างงานตามมา สามารถกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต้องการแรงงานที่มีทั้งความรู้สูง ต้องการทักษะเฉพาะและแรงงานที่มีคุณวุฒิสูง เป็นแรงงานหลักที่มีคุณภาพและทุ่มเทกำลังเพื่อสร้างปัจจัยการผลิต ตัวอย่างเช่น การผลิตภาพยนตร์ จากรายงานบ่งชี้ว่ามีแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประมาณร้อยละ 2 - 8 ของแรงงานในเศรษฐกิจทั้งหมด ศักยภาพในการสร้างงานของอุตสาหกรรมนี้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย ตัวอย่างเช่น กลยุทธ์ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการจ้างงานและมุ่งกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในภูมิภาคอุตสาหกรรมที่เคยซบเซา นอกจากนี้ยังเน้นการสร้างคุณภาพให้กับงานในเศรษฐกิจ ความคิดสร้างสรรค์ให้ผู้สร้างสรรค์เกิดความพึงพอใจและมีความท้าทายมากกว่างานประจำทั่วไป ในประเทศสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของการจ้างงานทั้งหมดในปี 2003 โดยพลังที่เข้มแข็งของแรงงานสร้างสรรค์มาจากศิลปินอิสระ นักเขียน นักแสดงและอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ด้านสังคมอื่นๆ ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับบทบาทของความสมานฉันท์ในสังคม ส่วนในระดับรากหญ้า เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่เชื่อมโยงกลุ่มทางสังคมและสนับสนุนการร่วมประสานกันของคนในชุมชน สภาพตั้งเครียดของสังคมหรือความขัดแย้งต่างๆ ในชุมชนสามารถเปลี่ยนเป็นความเห็นพ้องต้องกันได้ด้วยการมีส่วนร่วมแบ่งปันในกิจกรรมหรือพิธีการทางวัฒนธรรมต่างๆ และตระหนักย้ำและชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของของทักษะฝีมือที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในท้องถิ่น กิจกรรมเหล่านี้มีความสำคัญต่อสุขภาพของปัจเจกบุคคล มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและมีสุขภาพจิตที่ดีขึ้นด้วย

การที่ผู้หญิงจำนวนมากหันมาจ้างงานฝีมือ งานศิลปะหรือแฟชั่น เป็นบทบาทที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความสมดุลระหว่างแรงงานชายหญิง โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา และเป็นการรวมผู้ที่มีความสามารถแต่ถูกมองข้ามไปให้มีส่วนร่วมต่องานที่ไม่เป็นทางการในระบบเศรษฐกิจ

นอกจากนี้เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ยังเกี่ยวพันกับระบบศึกษาทั้งในประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนา แนวคิดด้านศิลปะที่เรียนรู้ในโรงเรียนสามารถสร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมให้กับเด็กได้ ขณะที่การศึกษาสำหรับผู้ใหญ่มักใช้การศึกษาด้านวัฒนธรรมและศิลปะในการเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมและหน้าที่ ความสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างระบบการศึกษาและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์คือ การศึกษาและสถาบันอบรมมีส่วนรับผิดชอบในการพัฒนาบุคลากรด้วยการสร้างทักษะและจูงใจให้เป็นแรงงานสำคัญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นตัวจัดหาและตัวป้อนทางวัฒนธรรมและศิลปะเข้าสู่ระบบการศึกษาเพื่อสนับสนุนการศึกษาของเด็กๆ ในชุมชนที่พวกเขาอาศัยอยู่ในระยะยาว

3. ด้านวัฒนธรรม (Cultural Aspects)

การใช้คำว่า “วัฒนธรรม” เป็นการตีความในเชิงมานุษยวิทยาซึ่งมีความหมายในการแบ่งปันค่านิยมและธรรมเนียมประเพณี รวมถึงการชี้ให้เห็นถึงชุมชนหรือประเทศที่การเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน หรือในลักษณะการทำหน้าที่ของการปฏิบัติทางศิลปะ เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ในฐานะผู้ป้อนสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ในเชิงนโยบายควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมควบคู่ไปกับเศรษฐกิจเพื่อเป็นเป้าหมายร่วมกันระหว่างสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และเป้าหมายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ว่าจะจะเป็นความเข้าใจในระดับชาติ ภูมิภาค เมือง หรือหมู่บ้าน ต่างก็สะท้อนแง่มุมความเป็นกลุ่ม

เมื่อไม่นานมานี้แนวความคิดนี้ถูกยกขึ้นเป็นสาระสำคัญในการประชุมการคุ้มครองและส่งเสริมความหลากหลายในการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่จัดโดยองค์การยูเนสโก ในปี 2001 ความหลากหลายในมิติด้านวัฒนธรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นตัวสร้างความโดดเด่นเฉพาะตัวและความหลากหลาย (Uniqueness and Plurality) ในสังคมหรือกลุ่มที่แตกต่าง รวมถึงมรดกของมนุษยชาติ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคม โดยมีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นตัวสนับสนุน วัฒนธรรมภายในตัวเองเป็นความเข้าใจของแรงบันดาลใจของมนุษย์ มีการโต้แย้งว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถูกบ่งชี้ว่าความสำเร็จของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต้องอาศัยความได้เปรียบจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมของทั้งในประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนา

4. ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังเกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ศูนย์กลางวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมในชุมชน ในระดับชาติหรือภูมิภาคในโลก เป็นสิ่งที่ต้องดำรงรักษาไว้สำหรับยุคอนาคต ไม่ว่าจะเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ หรือระบบนิเวศน์จำต้องได้รับการปกป้อง ความยั่งยืนทางวัฒนธรรมสื่อให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาที่ยังคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นภาษาของชุมชนและพิธีกรรมดั้งเดิมที่ถูกแปลงสู่งานศิลปะไปจนถึงสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ดำเนินรอยตามแนวทางการพัฒนาเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนต่อไป

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีลักษณะเป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม เมื่อปัจจัยนำเข้าระดับปฐมภูมิสำหรับกิจกรรมที่สร้างสรรค์คือความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญมากกว่าทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างเหมืองแร่หรือที่ดินในกรณีของเกษตรกรรม และการผลิตสินค้าที่สร้างสรรค์ยังมีการพึ่งพาน้อยกับนโยบายโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมหนัก ดังนั้นจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพที่สร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการปกป้องสภาพแวดล้อม

สำหรับบทสรุปของการศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD จำเป็นต้องมีความเคร่งครัดในกฎระเบียบที่หลากหลาย รวมถึงการร่วมมือในการวางกรอบนโยบายจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และทรัพย์สินทางปัญญาเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวเชื่อมความแข็งแกร่งระหว่างความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม เทคโนโลยีและการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ แนวคิดนี้จะเติบโตอย่างรวดเร็วโดยที่ยังไม่มีใครค้นพบถึงขีดความสำคัญที่แท้จริงของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อีกทั้งยังไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจน ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับภาครัฐที่จะสร้างกลยุทธ์ต่างๆ ขึ้นมาเพื่อวางกรอบในการสร้างคำจำกัดความของตนเองและนำไปปรับใช้ให้เหมาะสม

รัฐบาลมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างความสั่นไหวให้กับระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งควรส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะและการประสานระหว่างศิลปะ ความคิดสร้างสรรค์และธุรกิจและในส่วนของสังคมควรสร้างการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันกับทุกภาคส่วน อีกทั้งประเด็นเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาก็เป็นตัวกระตุ้นให้กับนักคิด นักสร้างสรรค์ทั้งหลาย ซึ่งการจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่มีในปัจจุบันควรต้องได้รับการปรับปรุง เพราะถึงแม้จะรุ่มรวยทางด้านมรดกทางวัฒนธรรมสูง หากไม่สามารถนำมาผสมผสานกับเศรษฐกิจและเทคโนโลยีได้ก็ไม่สามารถจะผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาวได้

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความหลากหลายและกระจัดกระจายอยู่ค่อนข้างมาก งานวิจัยครั้งนี้จึงได้พยายามรวบรวมและหาส่วนที่เหมือนและส่วนที่ต่างของแต่ละแนวคิด โดยมีวิธีการในเก็บรวบรวมรายงาน บทความและหนังสือดังที่จะกล่าวในบทต่อไป

แนวคิดเรื่องทุนต่างๆ ของประเทศไทย

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ (2547) กล่าวถึง ทุนทางสังคม (Social Capital) ว่า ถูกลำนำมาใช้แตกต่างกันสืบเนื่องมาจากฐานคิดที่แตกต่างกัน และมีความหมายที่กล่าวถึง “ความสัมพันธ์ทางสังคม” ในรูปแบบต่างๆ แนวคิดทุนทางสังคมมีฐานะเป็นแนวคิดเชิงบูรณาการภายใต้การผสมผสานแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์กับสังคมวิทยา มาได้ต่อการดำเนินนโยบายการพัฒนากระแสหลักที่มุ่งเน้นในเรื่องความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากเกินไป

ทุน หมายถึง ปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่ง เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ร่วมกับปัจจัยการผลิตอื่นๆ เพื่อการผลิตสินค้าและบริการ แม้ว่าคำว่า “ทุน” มีความหมายในเชิงเศรษฐกิจเป็นหลัก สังเกตได้จากการใช้แนวคิดเรื่องทุนในสังคมไทยนั้นมีการใช้ในหลายความหมาย ไม่ว่าจะเป็น “ทุนทางเศรษฐกิจ” (Economic Capital) ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนภูมิปัญญา (Intellectual Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนแห่งความยั่งยืน (Sustainability Capital) เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาเรื่อง “ศักยภาพทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์” มุ่งศึกษาทุนที่สำคัญดังนี้

1. ทุนมนุษย์ (Human Capital)

อมรา พงศาพิชญ์ (2543: 9, อ้างถึงในปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547) ให้ความหมายทุนมนุษย์ไว้ว่า การวางอยู่บนความคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่อธิบายเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนจากการลงทุน

เทียนฉาย กิระนันท์ (2544) กล่าวว่า นักเศรษฐศาสตร์จะวิเคราะห์ถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจของ “คน” ในรูปของความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพ ที่แฝงอยู่ในตัว “คน” จะไม่สามารถสร้างผลผลิตได้มากนัก แต่ศักยภาพทางเศรษฐกิจในตัว “คน” นั้นเองที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ผลผลิตจึงได้มีการวิเคราะห์ว่า คล้ายๆ กับศักยภาพทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์ประเภททุนอย่างหนึ่ง และเรียกศักยภาพทางเศรษฐกิจของ “คน” นี้ว่า “ทุนมนุษย์” หรือ Human capital

ทั้งนี้ทุนมนุษย์มองได้ 2 ด้านคือ ในแง่ของการลงทุนทางการศึกษา สุขภาพ และการฝึกทักษะความสามารถของมนุษย์ และในแง่ของการนำทุนหรือสมรรถนะและศักยภาพของ

มนุษย์ไปใช้เพื่อการสร้างสรรค์และผลิตงาน ทูมมนุษย์ในแง่นี้วางอยู่บนฐานความคิดทาง เศรษฐศาสตร์โดยให้ความสำคัญกับคนซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญ โดยมุ่งเน้นไปที่เรื่อง ศักยภาพการผลิตของคน เพื่อที่จะได้ทุนมนุษย์ที่แข็งแรง สามารถผลิตผลงานได้ และการศึกษาที่ แต่ละคนได้รับ ดังนั้นสังคมใดที่มีทรัพยากรมนุษย์ที่ได้รับการศึกษามากก็เชื่อว่า ย่อมจะพัฒนา สังคมให้เจริญมากขึ้นได้ การรวมกลุ่มคนในสังคมของแต่ละอาชีพแต่ละสายงานยังจะทำให้มีการ ระดมสมอง และระดมพลังที่จะขับเคลื่อนงานต่างๆ และเรียกร้องความต้องการของกลุ่มได้มากขึ้น ยิ่งเป็นกลุ่มคนที่ได้รับความไว้วางใจ มีประสิทธิภาพและมีอำนาจก็ยิ่งจะทำให้เกิดการผลักดันใน เชิงนโยบายได้ง่ายขึ้น

2. ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)

ทุนวัฒนธรรมเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมอย่างแยกกันแทบ จะไม่ออก เช่น กลุ่มเศรษฐศาสตร์สถาบัน นับรวมเอาทุนวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของทุนสังคม ทั้งนี้วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อยู่ในสังคมมนุษย์ การที่แต่ละสังคมมีวัฒนธรรมแตกต่างกันย่อมแสดง ถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันที่แตกต่างกันด้วย เพราะเหตุนี้มักคิดหลายคนจึงให้ความสำคัญกับ เรื่องทุนวัฒนธรรมเทียบกับทุนทางสังคม โดยเฉพาะนักมานุษยวิทยาที่ศึกษาเรื่องวัฒนธรรม เป็นหลัก

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546: 2) กล่าวถึงทุนวัฒนธรรมในมุมมองของนัก เศรษฐศาสตร์ไว้ดังนี้ ช่วงแห่งการเปลี่ยนผ่านนี้ ระบบทุนนิยมโลกจะพัฒนาไปสู่ระบบทุนนิยม วัฒนธรรม (Cultural Capitalism) โดยที่ทุนวัฒนธรรมเป็นทุนหลักของสังคมเศรษฐกิจโลก เพราะ วัฒนธรรมเป็นเรื่องของวิถีการดำเนินชีวิต ดังนั้นทุนวัฒนธรรมจึงมีขนาบทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ วัฒนธรรมในแต่ละสังคมต่างก็มีรูปแบบของทุนที่แตกต่างกันไป โดยแต่ละสังคม จะมุ่งเน้นการให้วัฒนธรรมสู่การเป็นตลาดทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออก ขณะที่วัฒนธรรมใน ปัจจุบันเป็นทุนที่จะก่อให้เกิดเงิน เป็นสิ่งที่ดีค่าและมีราคาในเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะสินค้าทาง วัฒนธรรมที่จะขายเป็นสินค้าได้ สิ่งที่เชื่อให้เกิดการไหลบ่าทางวัฒนธรรมคือ เทคโนโลยี สารสนเทศที่ทำให้วัฒนธรรมบางวัฒนธรรมเข้าไปมีอิทธิพลเหนือวัฒนธรรมอื่น เช่น การที่ ภาษาอังกฤษเข้าไปแทรกอยู่ในภาษาถิ่นของบางประเทศ

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2540) ซึ่งเป็นนักรัฐศาสตร์มองว่า วัฒนธรรมคือทุน โดย มองต่างจากแนวเศรษฐศาสตร์ ชัยอนันต์มองในแนววัฒนธรรมนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน สังคมไทยซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นจุดเด่น การมีวัฒนธรรมที่สั่งสมมานานถือเป็นทุนที่สำคัญ ซึ่งจะมี บทบาทหลักในการสร้างชาติ

ปีนวดิ ศรีสุพรรณ (2547) เสนอถึงการเปรียบเทียบระหว่างทุนมนุษย์ ทุนวัฒนธรรมและทุนทางสังคมที่ทำให้เกิดความเข้าใจในทุนแต่ละทุน ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบ ทุนมนุษย์ ทุนวัฒนธรรม และทุนทางสังคม

ทุน / คุณลักษณะ	ลักษณะ	ความหมาย	ที่มา
ทุนทางสังคม (Social Capital)	นามธรรม	ทุนที่เกิดจากความสัมพันธ์ ของคนในสังคม	ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล กลุ่ม องค์กร
ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)	นามธรรม	ทุนที่เกิดจากวัฒนธรรม	วัฒนธรรมในแต่ละ สังคม
ทุนมนุษย์ (Human Capital)	รูปธรรม	ทรัพยากรมนุษย์ที่มี คุณภาพ/ประสิทธิภาพ	ความรู้ที่ได้รับ ทักษะต่างๆ สุขภาพที่ดี

ที่มา: ปีนวดิ ศรีสุพรรณ, 2547

จากตารางที่ 2.1 พบว่า ทุนทางสังคมและทุนวัฒนธรรมมีความเป็นนามธรรมสูงกว่าทุนมนุษย์ที่สามารถวัดเป็นรูปธรรมได้โดยพิจารณาจากประสิทธิภาพและศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้

ประเวศ วะสี (2542) ได้ให้ความหมายของทุนทางสังคมคือ การที่คนมารวมกัน เอาความดีมารวมกัน เอาความรู้มารวมกัน เรียกว่า เกิดทุนทางสังคมซึ่งนำไปสู่พลังทางสังคมที่จะแก้ปัญหาต่างๆ ได้ทุกอย่าง

ในขณะที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (คสช.) เป็นองค์กรที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติมาโดยตลอด แต่หลังจากที่รัฐบาลภายใต้การนำของนายทักษิณ ชินวัตรเข้าบริหารประเทศ คสช. มีการปรับตัวครั้งใหญ่ภายใต้ความคาดหวังของของนายกรัฐมนตรีที่ต้องการให้ คสช. ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานวางยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะและมียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ทำให้ในระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2547 คสช. มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภายในองค์กรอยู่ตลอด จนกระทั่งช่วงเดือนตุลาคม 2543 ถึงตุลาคม 2544 คสช. ได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ขึ้น และยึดเอา “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และนำเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงมาใช้ และได้นำคำว่า “ทุนทางสังคม” เข้าไปใช้ด้วย โดยกล่าวถึงเรื่องของการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่าย ความ

เข้มแข็งของชุมชนที่สามารถทำให้ประเทศพัฒนา ทั้งในด้านการเป็นโครงข่ายทางสังคม การปฏิรูปโครงสร้าง และการสร้างมูลค่าเพิ่ม และประกาศบังคับใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549)

สิ่งที่ท้าทายที่สำคัญสำหรับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียคือ การพัฒนาความรู้ความสามารถของคนในประเทศเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเตรียมพร้อมเพื่อแข่งขันกับประเทศต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้คนที่มีความสามารถเป็นทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันในเศรษฐกิจแนวใหม่ที่ทุนมนุษย์เป็นต้นกำเนิดความคิดสร้างสรรค์ ทั้งที่เกิดจากปัจเจกบุคคล หรือเกิดจากกลุ่มบุคคล ยิ่งไปกว่านั้นจำเป็นต้องให้เกิดลักษณะของกลุ่มคนที่มีความรู้ความสามารถ (Talent Pool) มาอยู่รวมกันเพื่อสามารถขับเคลื่อนทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้ทุนมนุษย์มีความเข้มแข็งมากขึ้น และเมื่อประสานกับทุนอื่นๆ อันได้แก่ ทุนทางสังคม ทุนทางโครงสร้าง สาธารณูปโภคพื้นฐาน และทุนทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งของประเทศ ทำให้สามารถพัฒนาทั้งเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและพัฒนาประเทศได้

ทฤษฎี 3 ทีแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจ

นักเศรษฐศาสตร์ได้เถียงกันมานานในประเด็นเรื่องความหลากหลายที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ แต่ความหลากหลายในที่นี้หมายถึง ความหลากหลายของบริษัทต่างๆ หรืออุตสาหกรรมต่างๆ นักเศรษฐศาสตร์ Quigley เสนอประเด็นตรงข้ามว่า เศรษฐกิจในภูมิภาคได้รับประโยชน์จากที่ตั้งภูมิภาค ที่ตั้งภูมิภาคประกอบด้วยความหลากหลายของบริษัทและอุตสาหกรรม James Jacobs เน้นถึงบทบาทของความหลากหลายของทั้งบริษัทและคน ซึ่งเป็นแรงผลักดันนวัตกรรมและการเติบโตของเมือง Jacobs กล่าวว่า เมืองใหญ่เป็นสถานที่รวมคนที่มีพื้นฐานใดๆ ก็ได้และต้อนรับพวกเขาให้พวกเขาใช้พลังและความคิดที่พวกเขามีมาสู่การสร้างนวัตกรรมและความมั่งคั่ง

นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่พูดถึงความสำคัญของการเปิดรับคนใหม่ที่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมได้ง่ายขึ้น เรียกว่า อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมอยู่ในระดับต่ำ (Low Entry Barriers) บริษัทใหม่ๆ สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายขึ้นและทำให้อุตสาหกรรมมีชีวิตชีวามากขึ้น Florida มองว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สถานที่ควรเปิดรับคนต่างๆ ด้วยแนวคิดเช่นเดียวกัน เป็นการเปิดโอกาสให้คนใหม่ๆ ได้เข้ามาอย่างรวดเร็วทั้งการจัดการด้านสังคมและเศรษฐกิจ กล่าวคือสถานที่

ได้รับผลประโยชน์ที่สร้างสรรค์ ทุกคนได้รับสิทธิอย่างเท่าเทียมกันเพื่อดึงดูดความสนใจของคน
ที่มีความรู้ความสามารถและคนที่สร้างสรรค์ เนื่องจากคนทั้งสองกลุ่มเป็นกลุ่มคนที่สร้าง
นวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างความก้าวหน้าทางนวัตกรรมด้วย

ทฤษฎี 3 ที่แห่งการพัฒนาเศรษฐกิจของ Florida (2002: 249) ประกอบด้วย
เทคโนโลยี (Technology) ความรู้ความสามารถ (Talent) และการยอมรับความคิดเห็นของ
ผู้อื่น (Tolerance) องค์ประกอบทั้งสามต่างมีความสำคัญทั้งในเงื่อนไขจำเป็นที่ต้องมีเพื่อดึงดูด
คนที่สร้างสรรค์ให้เกิดการสร้างนวัตกรรมและกระตุ้นให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาเศรษฐกิจกล่าวถึงความสำคัญของการเติบโตของภูมิภาค
เพื่อดึงดูดความสนใจของบริษัทต่างๆ ให้เข้ามาเปิดบริษัทในภูมิภาค หรือการเกิดขึ้นของกลุ่ม
ต่างๆ ในอุตสาหกรรม ทฤษฎีทุนทางสังคมของ Robert Putnam เห็นว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจ
เป็นผลมาจากความสมานฉันท์ในสังคม ความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในชุมชน ทฤษฎี
ทุนทางมนุษย์ของนักเศรษฐศาสตร์ก้าวหน้าอย่าง Robert Lucas และ Edward Glaeser กล่าวถึง
การเติบโตในภูมิภาคเกิดจากการกระจุกตัวของคนที่มีการศึกษาเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการ
เติบโตของภูมิภาค สถานที่ที่เต็มไปด้วยอุตสาหกรรม ยิ่งมีการรวมตัวของชุมชนหลายๆ ชุมชนมาก
ขึ้นเท่าไร ส่งผลให้คนที่มีการศึกษาเพิ่มมากขึ้นตามมา และมีมากกว่าพื้นที่ที่มีการรวมตัวของ
ชุมชนที่มีจำนวนน้อย

Florida กล่าวถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเกิดจากคนที่สร้างสรรค์ที่มีความ
ความชื่นชอบต่อสถานที่ที่มีความหลากหลาย มีการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นและเปิดรับ
ความคิดใหม่ๆ ความหลากหลายเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับสถานที่เพื่อใช้ดึงดูดคนที่
สร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านทักษะและความคิด สถานที่ที่มีความ
หลากหลายผนวกกับคนที่สร้างสรรค์ ทำให้เกิดการผสมผสานแบบใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่
มีความหลากหลายและมีลักษณะกระจุกตัวจะทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ การกระจุกตัวทั้งใน
ความหลากหลายและปริมาณที่เพิ่มขึ้นของทุนความคิดสร้างสรรค์นำไปสู่นวัตกรรมที่เพิ่มมากขึ้น
การเกิดขึ้นของธุรกิจเทคโนโลยีขั้นสูง การเกิดการสร้างสรรค์และเกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ในทางปฏิบัติทฤษฎีทุนแห่งความคิดสร้างสรรค์กล่าวถึงการเติบโตของภูมิภาคมา
จากทฤษฎี 3 ที่แห่งการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อกระตุ้นนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทฤษฎี
3 ที่ อธิบายถึงทำไมเมืองอย่าง Baltimore St. Louis และ Pittsburgh ถึงไม่เติบโตมากนัก ทั้งๆ

ที่เมืองเหล่านี้ต่างมีเทคโนโลยีที่เหมาะสมและมีมหาวิทยาลัยชั้นนำจำนวนมากอยู่ แต่เนื่องจากขาดองค์ประกอบที่จำเป็นอีกสองประการได้แก่ การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การดึงดูดและพยายามรักษาคนที่มีความรู้ความสามารถในระดับสูงให้อยู่ในภูมิภาค ลักษณะพึงพาอาศัยกันของทฤษฎี 3 ที่สามารถอธิบายว่า ทำไมเมืองอย่าง Miami และ New Orleans จึงไม่ได้เป็นเมืองที่คนส่วนใหญ่มีความต้องการอยากจะทำตั้งถิ่นฐาน สาเหตุหลักเป็นเพราะเมืองเหล่านี้ขาดฐานทางเทคโนโลยีที่จำเป็น ในขณะที่เมืองอย่าง San Francisco (บริเวณอ่าว) Boston Washington D.C. Austin และ Seattle มีองค์ประกอบที่จำเป็นครบทั้งสามองค์ประกอบจึงเป็นสถานที่ที่สร้างสรรค์ แต่ภายในเมืองเหล่านี้มีคนที่สร้างสรรค์จำนวนมากและมีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงเป็นรากฐานที่สำคัญ แต่ยังมีตัวชี้วัดพื้นฐานของความหลากหลาย ได้แก่ ดัชนีวัดเกย์ (Gay Index) ดัชนีวัดคนที่มีการดำรงชีวิตแตกต่างจากคนอื่น (Bohemian Index) และดัชนีอื่นๆ ซึ่งจริงๆ แล้วไม่ได้เกิดจากอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง แต่มาจากลักษณะของคนในอุตสาหกรรมเช่น ศิลปิน นักดนตรี ประชาชนที่เป็นเกย์และเป็นสมาชิกของชนชั้นที่สร้างสรรค์ คนเหล่านี้มีความชื่นชอบในสถานที่ที่มีลักษณะเปิดและความหลากหลาย อุปสรรคในการเข้าสู่สังคมมีระดับต่ำเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะปัจจุบันสถานที่เหล่านี้ไม่ได้มีเพียงมีอัตราการเกิดสูง แต่ยังมีศักยภาพในการดึงดูดคนจากภายนอกเข้ามา

Florida อธิบายถึงองค์ประกอบต่างๆ รวมถึงดัชนีที่ใช้ในการวัดเพื่อให้เกิดความเข้าใจในทฤษฎี 3 ที่มากยิ่งขึ้น โดยแบ่งประเด็นต่างๆ ออกเป็น

1. เทคโนโลยี (Technology)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นสภาวะที่จำเป็นสำหรับภูมิภาคที่ต้องการเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมั่นคง หากเป็นภูมิภาคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแล้ว จะสามารถดึงดูดแรงงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาอยู่ในภูมิภาคได้ ในทางกลับกันจะสร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ทำให้เป็นภูมิภาคที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงมากยิ่งขึ้น (High Technology) ซึ่ง Robert Solow แห่งสถาบัน MIT ในอเมริกาและได้รับรางวัลโนเบลจากการแยกปัจจัยทางเทคโนโลยีออกจากการวัดอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ กล่าวว่า **เทคโนโลยีคือกุญแจสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจ**

ในภูมิภาคที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง (High technology) สามารถวัดได้จากการ
 กระจุกตัวของบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และการเติบโตของบริษัทเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งสามารถวัด
 ได้จากดัชนีนวัตกรรมที่เกิดขึ้นภายในภูมิภาคดังนี้

- 1) จำนวนสิทธิบัตรต่อประชากรหนึ่งพันคน
- 2) การเติบโตของจำนวนสิทธิบัตร (อัตราโดยเฉลี่ยต่อปี)
- 3) ฐานข้อมูลของสถาบัน Milken's Tech Pole Index ซึ่งวัดจากทั้ง
 ขนาดและการกระจุกตัวของเศรษฐกิจในภูมิภาคโดยดูจากอุตสาหกรรมที่มีการเติบโต เช่น
 ซอฟต์แวร์ อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ชีวเวชภัณฑ์ (biomedical product) และการบริการด้าน
 วิศวกรรม

2. ความรู้ความสามารถ (Talent)

การกระจุกตัวของคนที่ทำงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และมีความสัมพันธ์กับการ
 เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูง Robert Lucas นักวิชาการและผู้ได้รับรางวัลโนเบล ให้
 เหตุผลสนับสนุนถึงปัจจัยภายในของมนุษย์ว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นผลมาจากทุนมนุษย์
 เช่นเดียวกับ Edward Glaeser นักเศรษฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัย Harvard กล่าวถึง บทบาท
 ของความเป็นเมืองทำให้เกิดทุนมนุษย์ที่สำคัญ มนุษย์พยายามแสวงหาวิธีพัฒนาตนเองเพื่อให้
 เป็นทุนมนุษย์ที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน ดัชนีวัดความคิดสร้างสรรค์ได้แก่

- 1) วัดจากจำนวนประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า
 คิดเป็นร้อยละต่อจำนวนประชากรทั้งหมดในพื้นที่
- 2) จำนวนร้อยละของ Super Creative Class ได้แก่ นักวิทยาศาสตร์
 วิศวกร ศิลปิน นักดนตรี นักออกแบบ เป็นต้น
- 3) จำนวนร้อยละของชนชั้นที่สร้างสรรค์ (Creative Class) อันได้แก่
 Super Creative Class และผู้เชี่ยวชาญ (Professional)

3. การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น (Tolerance)

การยอมรับความคิดเห็นในนิยามของ Florida มีความเชื่อมโยงกับเมือง เป็น
 แหล่งที่ทำให้เกิดการรวมตัวระหว่างเทคโนโลยีและความรู้ความสามารถของมนุษย์ Kevin

Stolarick แห่งมหาวิทยาลัย Carnegie Mellon กล่าวถึงความสัมพันธ์ของการขยายตัวของเมือง และการเติบโตทางเศรษฐกิจว่า การเติบโตของการจ้างงานระหว่างปี 1999 -2002 รัฐที่ติดอันดับหนึ่งในห้าที่มีอัตราเติบโตด้านค่าจ้างสูงมากกว่ารัฐอื่นๆ ได้แก่ Portland Seattle Minnesota New York City และ San Francisco นอกจากนี้ Kevin Kelly ผู้เขียนหนังสือ New Rules for the New Economy กล่าวถึง เศรษฐกิจแนวใหม่ว่า พื้นที่ที่มีความสำคัญและมีบทบาทเพิ่มขึ้นมากกว่าสถานที่ ลักษณะของพื้นที่ส่งผลให้มนุษย์เกิดความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น การเติบโตทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องอาศัยพื้นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ ทั้งในด้านการรวมตัวของชนชั้นที่สร้างสรรค์ และการรวมตัวของเทคโนโลยีขั้นสูงต่างๆ ด้วย

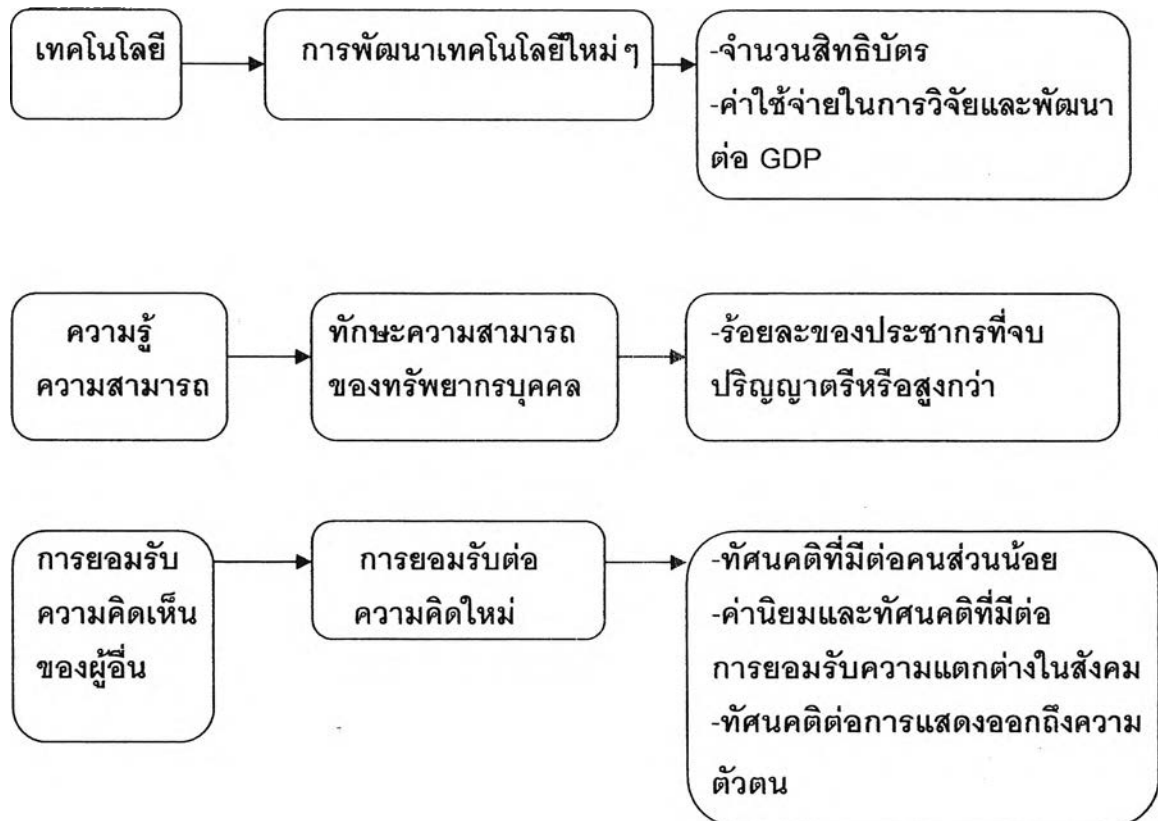
1) ดัชนีองค์ประกอบของความหลากหลาย (Composite Diversity Index) Florida พยายามค้นหาปัจจัยด้านความหลากหลายด้วยการทดสอบตัวแปรอื่นๆ อีกเพื่อศึกษาถึงความหลากหลายเป็นแรงจูงใจทุนที่สร้างสรรค์และกระตุ้นการเติบโตของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง Gates และ Florida ใช้ดัชนีอีกหลายดัชนีเพื่อศึกษาถึงภาพกว้างที่เรียกว่า "ดัชนีองค์ประกอบของความหลากหลาย" (Composite Diversity Index) หรือเรียกว่า "ดัชนี CDI" ประกอบด้วยดัชนีสำคัญ ได้แก่ ดัชนีเกย์ (Gay Index) ดัชนีคนที่มีการดำเนินชีวิตแตกต่างจากคนอื่น (Bohemian Index) และดัชนีแหล่งรวมประชากรที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Melting Pot Index)

1.1) ดัชนีเกย์ (Gay Index) ก่อนหน้านี้ยังไม่มีรวบรวมข้อมูลทางสถิติที่ดีเพื่อชี้ให้เห็นว่า ประชากรที่เป็นเกย์อยู่ที่ไหน ดัชนีเกย์มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับชนชั้นที่สร้างสรรค์ทั้งในระยะเวลาการศึกษาทั้งสองช่วงในปี 1990 และปี 2000 ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระหว่างการกระจุกตัวของประชากรที่เป็นเกย์ในพื้นที่เมืองใหญ่และดัชนีตัวอื่นๆ ที่วัดความหลากหลายอื่นๆ คือ อัตราการเข้ามาอยู่อาศัยของคนต่างชาติ ผลที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบของความหลากหลายของสังคมที่เปิดมากขึ้น

1.2) ดัชนีวัดคนที่มีการดำเนินชีวิตแตกต่างจากคนอื่น (Bohemian Index) ดัชนีใหม่ที่วัดจำนวนของนักประพันธ์ นักออกแบบ นักดนตรี นักแสดงและผู้กำกับ จิตรกรและช่างแกะสลัก ช่างถ่ายภาพและนักเต้น เป็นต้น ขณะที่ดัชนี Bohemian Index กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำนายทุกสิ่งทุกอย่างของภูมิภาคที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดและการเติบโตของการจ้างงาน

1.3) ดัชนีแหล่งรวมประชากรที่มีความหลากหลายทาง

วัฒนธรรม (Melting Pot Index) ลักษณะของประชากรที่มีความแตกต่างกันและมีการอพยพย้ายถิ่นฐานมาอยู่ที่สหรัฐอเมริกาเป็นจำนวนมาก ทำให้มีจำนวนประชากรที่เกิดใหม่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติปรากฏเช่นกัน



แผนภาพ 2.3 การพัฒนา 3 T และดัชนีชี้วัด 3T

ที่มา : พัฒนาโดยผู้วิจัย จากแนวคิดของ Florida

ผลการวิจัยของ Florida สนับสนุนแนวคิดเบื้องต้นของความหลากหลายและผลงานที่สร้างสรรค์มีทิศทางที่สัมพันธ์กันเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ค่าสหสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างดัชนีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงและการจัดลำดับของดัชนี CDI มีทิศทางเดียวในระดับสูงเช่นกัน ดัชนี CDI ส่งผลต่อการทำนายการเติบโตของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ดังนั้นการทำนายถึงผลกระทบของดัชนี CDI ที่มีการเติบโตของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงและต่อปัจจัยระดับความสำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษาภายในภูมิภาคนี้ ประชากรและการวัดด้านวัฒนธรรม กิจกรรมนันทนาการและสภาพภูมิอากาศ ดัชนี CDI ส่งผล

ต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีนัยสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงตั้งแต่ปี 1990 จนถึงปี 1998

การกระจุกตัวของภูมิภาคที่มี Bohemian Index ในปี 1990 ทำให้เห็นการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง การเติบโตทั้งการจ้างงานและจำนวนประชากรระหว่างปี 1990 และปี 2000 ข้อมูลสนับสนุนที่สำคัญคือ สถานที่ที่เต็มไปด้วยศิลปะและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเป็นสถานที่สำคัญในการกระตุ้นเกิดผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่สร้างสรรค์และทำให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมทั้งหมด

งานวิจัยเพื่อพิสูจน์ทฤษฎีทุนที่สร้างสรรค์และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

Richard Florida และ Gary Gates (นักวิจัยแห่งสถาบันการวิจัยของ Washington D.C.) พยายามสร้างชุดการวิเคราะห์จากแหล่งต่างๆ เพื่อศึกษาการเติบโตของการจ้างงานและการเติบโตของจำนวนประชากรช่วงระหว่างทศวรรษ 1990 Gates และ Florida ศึกษาถึงผลกระทบที่เป็นอิสระของตัวแปรในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ความรู้ความสามารถ ความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้ข้อมูลจากพื้นที่ 200 กว่าพื้นที่ในเมือง และแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มโดยใช้ข้อมูลขนาดและขอบเขตของพื้นที่ตั้งแต่เมืองที่มีขนาดใหญ่ที่สุด มีจำนวนประชากรโดยเฉลี่ยประมาณ 2.2 ล้านคน ไปจนถึงเมืองที่มีขนาดเล็กที่สุด จำนวนประชากรโดยเฉลี่ย 250,000 คน และเป็นการศึกษาถึงตัวดัชนีด้านองค์ประกอบความหลากหลาย (CDI) ตามที่ Florida คิดค้นขึ้นเมื่อเพื่อทดสอบถึงความสามารถในการวัดของดัชนีต่างๆ และค้นพบข้อมูลและสถิติที่สำคัญได้แก่

- การเติบโตของจำนวนประชากร ความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ส่งผลให้เกิดการเติบโตของจำนวนประชากร ดัชนีที่สามารถทำนายการเติบโตของจำนวนประชากรระหว่างปี 1990 และปี 2000 ได้แก่ ดัชนีความหลากหลายขององค์ประกอบ หรือดัชนี CDI สองตัวได้แก่ ดัชนีคนที่มีการดำเนินชีวิตแตกต่างจากคนอื่น (Bohemian Index) และดัชนีแหล่งรวมประชากรที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Melting Pot Index) ขณะที่การทำนายก่อนหน้านี้คาดการณ์ว่า ดัชนีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงและทุนทางมนุษย์ส่งผลต่อการเติบโตของจำนวนประชากร แต่ในความเป็นจริงจากข้อมูลที่ได้กลับพบว่า ดัชนีอุตสาหกรรม

เทคโนโลยีขั้นสูงและทุนทางมนุษย์ไม่ได้ส่งผลต่อการเติบโตของจำนวนประชากรในภูมิภาคต่างๆ เลย

- การเติบโตของการจ้างงาน ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดต่อการเติบโตของการจ้างงาน แต่เดิมมีการคาดการณ์ว่าการเติบโตของจำนวนประชากรน่าจะเป็นผลมาจากอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงและความรู้ความสามารถของบุคคล แต่จากข้อมูลพบว่า ดัชนีที่มีความสำคัญในการทำนายผลได้แม่นยำคือ ดัชนี Bohemian Index

- ภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ พบว่า ความคิดสร้างสรรค์และความหลากหลายเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อการเติบโตของจำนวนประชากรและการเติบโตของการจ้างงานในเมืองใหญ่ ดัชนี Bohemian และดัชนี CDI ต่างเป็นตัวทำนายที่มีนัยสำคัญต่อการเติบโตของประชากรและการจ้างงานในภูมิภาคที่มีจำนวนประชากรโดยเฉลี่ย 2.2 ล้านคน ดังนั้นในภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ควรพัฒนากลยุทธ์เพื่อสนับสนุนให้เปิดรับความหลากหลายและมีการลงทุนในทรัพยากรต่างๆ มากขึ้นเพื่อให้เกิดชุมชนที่มีประกอบด้วยศิลปะท้องถิ่นและชุมชนทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญมากขึ้น

- ภูมิภาคที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง การอพยพย้ายถิ่นมีความสำคัญมากต่อการเติบโตของภูมิภาคขนาดเล็กและขนาดกลาง ดัชนีแหล่งรวมประชากรที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นตัวทำนายเพียงตัวเดียวที่มีความเสถียรเพื่อใช้ในการทำนายต่อการเติบโตของจำนวนประชากรในภูมิภาค ในขณะที่ภูมิภาคขนาดเล็กได้รับประโยชน์จากกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนให้มีการเปิดสังคมและมีการอพยพย้ายถิ่น

งานวิจัยขยายบทบาทของทุนทางสังคมไปสู่ทุนที่สร้างสรรค์

Bourdieu นิยามทุนทางสังคมเพื่ออธิบายผลประโยชน์ที่ได้รับและโอกาสที่ทำให้ประชาชนเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ ขณะที่ Coleman นิยามว่าเป็นผลประโยชน์ที่สังคมพยายามหยิบยื่นให้กับปัจเจกบุคคล สำหรับ Putnam แล้วทุนทางสังคมเป็นการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นการพึ่งพาอาศัยกัน หากเราทำบางอย่างให้กับคนอื่น พวกเขา่อมกระทำบางอย่างที่สร้างผลประโยชน์มากขึ้นให้กับเราเช่นกัน บางครั้งอาจเป็นลักษณะของการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ความไว้วางใจและความมีจิตใจของความเป็นพลเมืองที่ดี เป็นต้น ดังนั้นการ

ตกต่ำของทุนทางสังคมย่อมหมาหมายถึงสังคมเริ่มขาดความน่าเชื่อถือและจิตใจของความเป็นพลเมืองที่ดีเริ่มมีน้อยลง

เมื่อทุนทางสังคมเริ่มอ่อนแอลงย่อมส่งผลกระทบต่อสังคม เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านเริ่มมีน้อยลง และส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนในชุมชน ทำให้สังคมมีความสุขน้อยลง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษา ทำลายความเป็นอยู่ที่ดีของเด็กๆ ทำให้ประชาธิปไตยในชุมชนลดน้อยลง และยังคงคุกคามต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองต่างๆ

โครงสร้างทางสังคมเป็นสิ่งจำเป็นในช่วงแรกๆ แต่ช่วงหลังก็เป็นอุปสรรคต่อความมั่งคั่งเช่นกัน สังคมแบบดั้งเดิมต้องการให้ชุมชนมีลักษณะใกล้ชิด มีความสามัคคี สังคมเกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและนวัตกรรมต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่งความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งเป็นสิ่งจำเป็นต่อสังคม แต่ปัจจุบันไม่เน้นเรื่องความสัมพันธ์กลับทำให้สังคมมีประสิทธิภาพมากกว่า โครงสร้างสังคมแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นเรื่องการอบรมบ่มนิสัย แต่ในขณะนี้คือการยับยั้ง ชุมชนค่อยๆ พัฒนาและมีการเข้าสังคมมากขึ้น ความหลากหลายของมิติภาพมีมากขึ้น คนมีความต้องการแบบปัจเจกนิยมมากขึ้น ดังนั้นความสัมพันธ์ของชุมชนมีลดน้อยลง (Weak Ties) คนเริ่มมีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น มีอุปสรรคในการเข้าร่วมน้อยลงและคนมีความต้องการเป็นตัวเองเพิ่มมากขึ้น

Nicholas Lemann กล่าวถึงทุนทางสังคม จากการรวบรวมข้อมูลขององค์กรประเภทต่างๆ Lamann กล่าวว่า การเข้าร่วมกิจกรรมแบบเก่ามีอัตราลดน้อยลง แต่มีลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมแบบใหม่ที่สำคัญ เช่น จำนวนสมาชิกสมาคมฟุตบอลของเด็กๆ ในช่วงระยะเวลาสองทศวรรษ ตัวเลขเพิ่มขึ้นจาก 127,000 คนเป็น 2.4 ล้านคน และการเพิ่มจำนวนการเป็นสมาชิกขององค์กรพิทักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่า มีการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมแต่เป็นกิจกรรมรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลายมากขึ้น

ขณะที่นักเศรษฐศาสตร์ Dora Costa และ Matthew Kahn ศึกษาถึงแนวโน้มของทุนทางสังคมระหว่างปี 1952 และปี 1998 โดยใช้ข้อมูลชุดเดียวกับ Kahn เพื่อศึกษาถึงความบ่อยครั้งของประชาชนในการเข้าร่วมกับองค์กรอาสาสมัครต่างๆ ไปหาญาติและเพื่อนสนิท และความบันเทิงต่างๆ ภายในบ้าน พวกเขาสรุปได้ว่า ความตกต่ำของทุนทางสังคมในชีวิตของคนอเมริกันมีลักษณะกล่าวเกินจริง แม้ว่าการเข้าร่วมองค์กรอาสาสมัครต่างๆ มีจำนวนลดลงจริง แต่

ไม่ได้ส่งผลต่อการเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ และยังไม่มี การลดลงของการใช้ช่วงเวลาตอนที่อยู่ที่บ้านพร้อมเพื่อนและญาติ

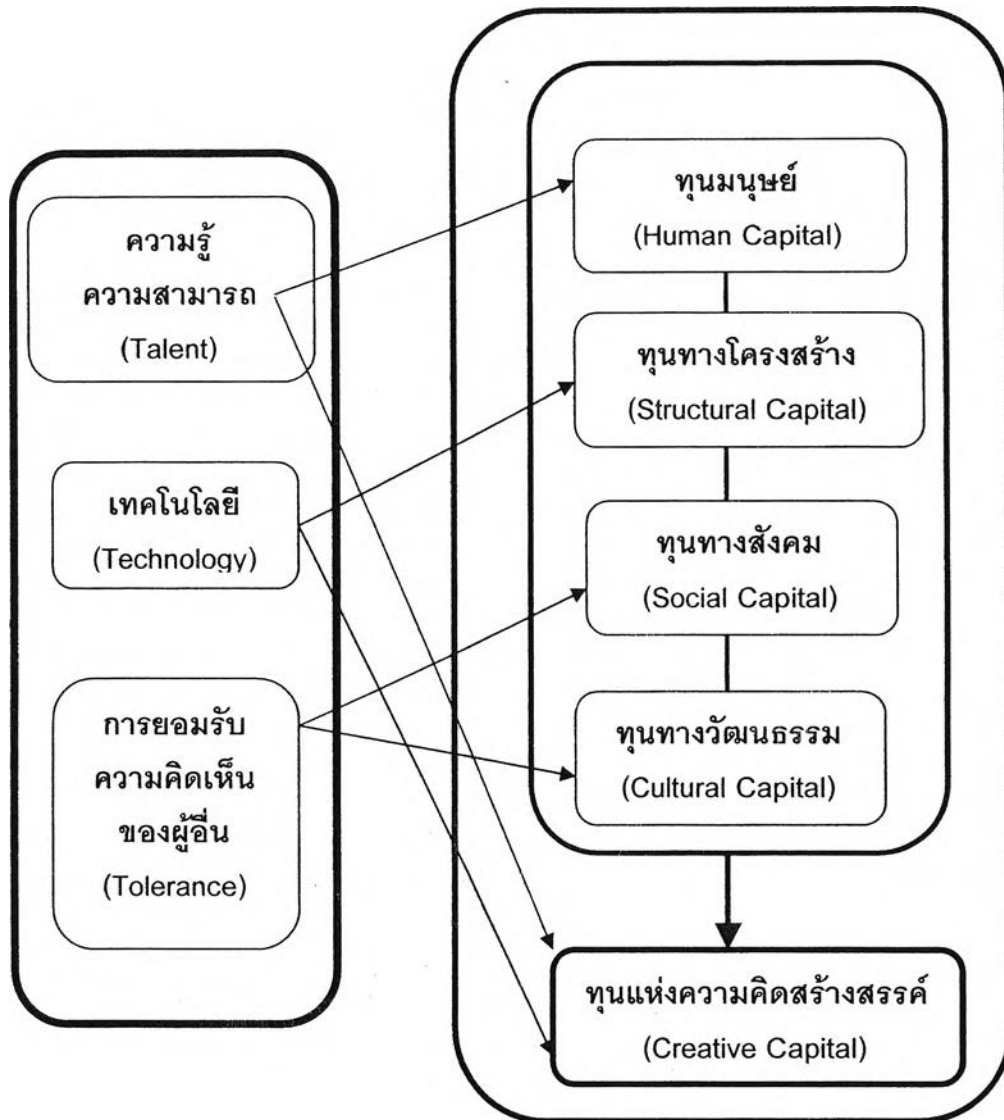
Costa และ Kahn สนใจศึกษาถึงเหตุผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและค้นพบถึงความแตกต่างระหว่างคนแต่ละรุ่นแต่ก็มีความแตกต่างน้อยมากและพบเพียงเรื่องเดียวคือเรื่อง การศึกษาและรายได้ กล่าวคือปริมาณทุนทางสังคมภายในบ้านที่ลดน้อยลง โดยเฉพาะการไปหาเพื่อนและญาติสามารถอธิบายได้จากอัตราที่ผู้หญิงเริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงานเพิ่มมากขึ้น การตกต่ำของทุนทางสังคมที่มีไม่มากนักในชุมชน ซึ่งเป็นผลมาจากความไม่เสมอภาคในด้านรายได้และความหลากหลายของเชื้อชาติที่เพิ่มสูงขึ้น

Florida กล่าวถึงการศึกษาของงานต่างๆ ขาดการอธิบายทางเลือกที่สังเกตเห็นได้ชัด ทำให้เกิดปัญหา "ช่องว่างของทุนทางสังคม" (Social Capital Gap) แม้ว่าชุมชนจะมีความหลากหลายทางเชื้อชาติปรากฏให้เห็นก็ตาม ความพยายามในการทำงานอย่างหนักเพื่อสร้างโอกาสไปยังประเทศใหม่ ทำให้พวกเขาละเลยการสละเวลาเพื่อหน้าที่ของพลเมืองที่ดี อุปสรรคด้านภาษาหรือวัฒนธรรมเป็นข้อจำกัดที่สำคัญในการเข้าร่วม พวกเขาพยายามแยกตัวออกจาก การเข้าร่วมทางการเมืองและการเข้าร่วมในฐานะของพลเมืองที่ดี บางครั้งพวกเขาอาจไม่ได้ถือครองสิทธิในความเป็นพลเมืองของอเมริกันหรือสถานภาพพลเมืองชั้นสองก็ตาม ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาต่างๆ นี้เป็นการสันนิษฐานเกี่ยวกับทุนทางสังคมที่อยู่ในสภาวะขาดแคลน ซึ่งเป็นผลมาจากความหลากหลายทางเชื้อชาติที่ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจลดลงตามไปด้วย

การเชื่อมโยงเรื่องสถานที่เข้ากับทุนทางสังคมแบบเดิมที่สร้างประโยชน์เฉพาะให้กับคนในกลุ่มและเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับกลุ่มของตน หากสถานที่ใดมีเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ไม่แน่นแฟ้นและไม่ผูกพันกันมากนักย่อมเปิดโอกาสให้กับผู้เข้ามาใหม่ให้เข้ามาในชุมชนหรือสังคมนั้นได้ง่ายขึ้น และทำให้เกิดการผสมผสานรูปแบบใหม่ของทรัพยากรและความคิด ซึ่งจำเป็นสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3T

5C



แผนภาพ 2.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย 3T และ 5C

จากแผนภาพ 2.4 สามารถสรุปได้ว่า การพิจารณาว่า ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจหรือไม่นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงวัฏจักรของกิจกรรมสร้างสรรค์ผ่านรูปแบบของทุนทั้ง 4 รูปที่มีผลเชื่อมโยงต่อกัน ได้แก่ ทุนทางสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ และทุนทางโครงสร้าง ซึ่งทั้งสี่ทุนนี้เมื่อนำมาสังเคราะห์รวมกัน ทำให้เกิดเป็น “ทุนที่สร้างสรรค์” ซึ่งเมื่อความคิดสร้างสรรค์ได้ถูกแปลงเป็นสินค้าที่มีมูลค่าแล้ว ในลำดับต่อไปสามารถพัฒนาเป็นทุนสำคัญเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกัน ทุนทั้ง 5 ประการนี้มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎี 3 T แห่งการพัฒนาเศรษฐกิจของ Florida ทั้งนี้ประเด็นสำคัญคือ องค์ประกอบด้านเทคโนโลยี ความรู้ และความสามารภ และการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ต่างเป็นเงื่อนไขจำเป็นในการผลักดันให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมอันจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจต่อไปในอนาคต

กล่าวโดยสรุปคือ ในการขับเคลื่อนสังคมไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้องพัฒนาในหลายๆ ด้าน อันได้แก่ เทคโนโลยี ความรู้และความสามารถของมนุษย์ และการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ทั้งนี้การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นแสดงให้เห็นว่า สังคมมีการเปิดกว้างมากขึ้น เงื่อนไขที่จำเป็นทั้งสามประการส่งผลให้ประเทศมีทุนที่จำเป็นต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนทางโครงสร้าง ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนความคิดสร้างสรรค์