

## ความสอดคล้องระหว่าง “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)” และ “การนำประเทศไทยไปสู่ความเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Thailand)”

อ. เจนจิรา บัวขาว\*

### บทคัดย่อ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economics) เป็นรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจที่รัฐต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ของสินค้าหรือการบริการต่าง ๆ ของธุรกิจที่มีศักยภาพพอที่จะทำการผลิตผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) โดยรัฐบาลไทยได้นำแนวคิดดังกล่าวเข้ามาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการทางด้านเศรษฐกิจโดยมีภาระบุอย่างชัดเจนไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550 - 2554) และมีการกำหนดโครงการ “Creative Thailand: สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นโครงการที่จัดขึ้นโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center) และสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (The Office of Knowledge Management and Development) ซึ่งทั้งสองหน่วยงานมีหน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน), 2553) โครงการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแผนแม่บทในการกำหนดกรอบการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจของประเทศในแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะที่ 2: SP2

และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้ทรงพระราชทาน “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” (Sufficiency Economy) แก่ปวงชนชาวไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 และได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่สู่สาธารณชนเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2542 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป ถึงแม้ว่าทั้งปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีความแตกต่างกันในเชิงกระบวนการ แต่จากการวิเคราะห์ข้อเสนอของ ดร. ปรมิธี วิมลศิริ ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในเรื่อง 4 องค์ประกอบที่เป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อรัฐบาล ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบต่าง ๆ คือ Creative Generation, Creative Industry, Creative Space และ Creative Cooperation เมื่อมาศึกษาโดยละเอียดแล้วกลับพบว่าปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสอดคล้องในแง่ของการสร้างรากฐานให้แก่ทั้ง 4 องค์ประกอบอย่างมั่นคงและกระตุ้นให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินการส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลอย่างยั่งยืน จึงสามารถอนุมานได้ว่าการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้ง การบริหารงานระดับองค์กร และการบริหารประเทศ

### คำสำคัญ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)

\* อาจารย์ประจำภาควิชาการประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น

## ทำไมประเทศไทยจึงอยากเป็น “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”?

แนวความคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy” เป็นหนึ่งในกระแสทางด้านการบริหารธุรกิจที่แพร่หลายในยุคปัจจุบัน โดยลักษณะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่คุณ John Hawkins ระบุไว้ในหนังสือของท่าน คือ The Creative Economy : How People Make Money From Ideas คือ “การสร้างคุณค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้นำแนวทางด้านการบริหาร



ธุรกิจรูปแบบนี้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้กำเนิดโครงการ “Creative Thailand: สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์” ซึ่งสำนักนายกรัฐมนตรี ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative and Design Center: TCDC) และสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (The Office of Knowledge Management and Development: OKMD) โดยเน้นการให้ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นหนทางในการผลักดันให้เกิด อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) และมีตัวอย่างประเทศที่ประสบผลสำเร็จในการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น ประเทศเกาหลีใต้ ที่มีการกำหนดทิศทางในการส่งออก “วัฒนธรรม” ให้เป็นวาระแห่งชาติในชื่อว่า Hallyu หรือสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ค่ายเพลง ผู้ผลิตละคร ผู้ผลิตภาพยนตร์ จึงส่งผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้ง ภาพยนตร์ ละคร เพลง ดาราเกาหลี ที่จุดประกายความคลั่งไคล้ในคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Hallyu Wave) อย่างยิ่งยวดจากประเทศต่าง ๆ เช่น ประเทศจีน และประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งสินค้าทางด้านวัฒนธรรมเหล่านี้มีผลให้คนสนใจประเทศเกาหลีได้เป็นอย่างมาก ทำให้เกิดเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น แพ็คเก็จทัวร์ตามรอยซีรีส์เกาหลี เครื่องสำอางจากเกาหลีหลากหลายแบรนด์ เครื่องแต่งกาย และแฟชั่นสไตล์เกาหลี หนังสือการ์ตูนเกาหลี รายการทีวีเกาหลี เครื่องขายร้านอาหารเกาหลีในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์แบรนด์เกาหลี เป็นต้น โดยรายได้ที่ได้รับจากความคลั่งไคล้ใน Hallyu ของคนในภูมิภาคเอเชียก่อให้เกิดรายได้ที่มหาศาลสู่ประเทศเกาหลีอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นข้อที่สามารถอนุมานได้ว่าการให้ความสำคัญในการเชื่อมโยงความรู้สึก วัฒนธรรม และการพยากรณ์กระแสความนิยมของผู้บริโภคต่างชาติ มีผลโดยตรงต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางด้านวัฒนธรรมเกาหลีสู่สายตาชาวโลกและครองใจคนหลากหลายชาติได้เช่นปัจจุบัน

## แนวทาง มาตรการ กลไกขับเคลื่อนพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

จาก “แนวทาง มาตรการ กลไกขับเคลื่อนพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย” ที่ปรากฏในเว็บไซต์ [www.creative-thailand.org](http://www.creative-thailand.org) สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีการวางแผนการเผยแพร่และสนับสนุนแนวความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์กรต่าง ๆ เพื่อรองรับการเผยแพร่และสนับสนุนให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศหลากหลายหน่วยงาน เช่น ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารองค์ความรู้

(องค์การมหาชน) องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ โดยให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่า (Value Creation) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งปรากฏให้เห็นชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 โดยที่แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ 2) เอกลักษณ์ศิลปและวัฒนธรรม 3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม 4) อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์ 5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 6) การขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ 7 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานนายกรัฐมนตรี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งภาครัฐจำเป็นต้องร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อสร้าง “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ที่จะเป็ประโยชน์ต่อประเทศในอนาคต ดร. ประเมธี วิมลศิริ ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้นำเสนอแนวทางในการวางนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในช่วงต่อไป โดยมุ่งเน้นให้ภาครัฐทำหน้าที่เป็น “ผู้สนับสนุน” โดยการปรับปรุงกลไกและการสร้างสภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจให้อำนวยความสะดวกต่อการทำธุรกิจสร้างสรรค์ และอีกบทบาทหนึ่งได้แก่การเป็น “ผู้ส่งเสริม” เพื่อให้เกิดกรณีตัวอย่างซึ่งจะก่อให้เกิดการบริโภคเลียนแบบ (Demonstration effect) โดยอาจเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตเฉพาะราย แต่มีเป้าหมายถึงประโยชน์ส่วนรวม สำหรับแนวทางในการดำเนินการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ในภาพที่ 1 (ฐิติกร พูลภัทรชีวิน , 2553) ดังนี้



ภาพที่ 1: แสดงองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมเฉพาะสำหรับกลุ่มธุรกิจเศรษฐกิจสร้างสรรค์เรียบเรียงจากแนวคิดของ ดร. ประเมธี วิมลศิริ

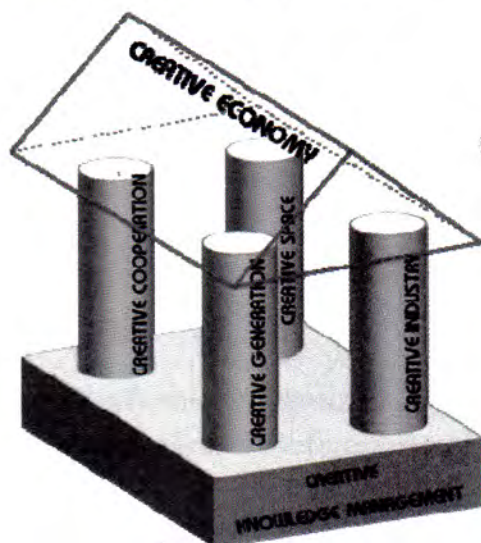
องค์ประกอบที่ 1 Creative Generation ได้แก่ การพัฒนาคนให้มีความคิดสร้างสรรค์ และส่งเสริมคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ให้ประกอบอาชีพได้ ซึ่งในการนี้จะต้องทำความเข้าใจกับกระบวนการเรียนรู้ทั้งในและนอกโรงเรียนเพื่อกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่สามารถคิดอย่างสร้างสรรค์ได้ พร้อมทั้งสร้างกลไกและการสนับสนุนที่ทำให้ความคิดสร้างสรรค์นั้นสามารถต่อยอดไปเป็นธุรกิจได้

**องค์ประกอบที่ 2 Creative Industry** ได้แก่ การส่งเสริมธุรกิจรายสาขา เน้นเฉพาะสาขาที่มีโอกาสจะพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ โดยจะต้องมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันพัฒนาเป็นโครงการ

**องค์ประกอบที่ 3 Creative Space** ได้แก่ การพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อเอื้ออำนวยต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยสร้างชุมชนของธุรกิจสร้างสรรค์ หรือพัฒนาเมืองที่มีศักยภาพให้กลายเป็นศูนย์กลางด้านความคิดสร้างสรรค์ประจำภูมิภาค

**องค์ประกอบที่ 4 Creative Cooperation** ได้แก่ การผลักดันให้มีการวางแผนอย่างบูรณาการและการดำเนินการอย่างมีเอกภาพระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยตนเอง สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะเชิญชวนให้บุคลากรในวงการสร้างสรรค์ให้เข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

นอกจากนั้น คุณ จูติกร พูลภัทรชีวิน ที่ปรึกษาและวิทยากรพิเศษ บริษัท แอทไวส์ คอนซัลติ้ง จำกัด ยังให้ข้อเสนอว่า เพื่อให้โมเดลที่นำเสนอข้างต้นสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ควรจะมีการเพิ่มองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งเข้าไปด้วย ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวถือเป็นฐานรากของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นั่นคือ **“การจัดการความรู้เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Management)”** ซึ่งหมายรวมถึงองค์ความรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยทุกประเภท อาทิ วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งเอกลักษณ์เหล่านี้จะเป็นเสมือนทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้าของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสามารถสร้างความแตกต่างอย่างมีคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการได้ จากแนวคิดดังกล่าวจึงแสดงผลเป็นโมเดลเพื่ออธิบายองค์ประกอบของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใหม่ดังนี้



**ภาพที่ 2** แสดงองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (จูติกร พูลภัทรชีวิน, 2553 )  
(เพิ่มเติมองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดย คุณ จูติกร พูลภัทรชีวิน)

จากภาพที่ 2 ซึ่งมีการเพิ่มองค์ประกอบทางด้านการจัดการความรู้เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะพบว่ารากฐานในการพัฒนาให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตไปสู่ความเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังที่จะกล่าวในหัวข้อต่อไป

### การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการองค์กร

จากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ซึ่งหากผู้บริหารได้ยึดเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมานำใช้ในการบริหารองค์กรจะเกิดความยั่งยืนในการบริหารงาน กล่าวคือ กิจกรรมดำเนินงานโดยตั้งอยู่บน **ความพอประมาณ** ซึ่งหมายถึงความพอดี ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป ทั้งในแง่การผลิตสินค้า การบริการ และบริหารงบประมาณรวมทั้งทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของกิจการ และ **หลักความมีเหตุผล** ซึ่งหมายถึงการที่ผู้นำองค์กรมีความละเอียดรอบคอบในการตัดสินใจทั้งทางด้านการบริหารจัดการ การผลิต และการลงทุนของกิจการ โดยยึดหลักความเป็นเหตุเป็นผลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้ง **การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว** ซึ่งหมายถึงการบริหารจัดการองค์กรโดยมีการศึกษาความเสี่ยงก่อนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การกู้ยืมเงิน และการขยายธุรกิจ เป็นต้น รวมถึงการมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างไม่ประมาท และมีการบริหารการเงินที่ดี ซึ่งในการบริหารจัดการองค์กรโดยยึดหลักทั้งสามข้างต้นจะต้องดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ โดยอาศัย **เงื่อนไขความรู้** ซึ่งประกอบด้วยความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการองค์กรอย่างรอบด้าน และมีความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาใช้ให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ และ **เงื่อนไขคุณธรรม** ซึ่งหมายถึงการที่ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรมีความตระหนักในคุณธรรมในการบริหาร พนักงานทุกระดับรวมทั้งผู้บริหารจะต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการทำงานซึ่งหากในการบริหารองค์กรผู้บริหารและบุคลากรร่วมใจกันนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินกิจการจะนำไปสู่ความสมดุลและยั่งยืนของกิจการแม้ว่าจะมีปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานกิจการก็ตาม

ความสอดคล้องระหว่าง ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ 4 องค์ประกอบในการพาประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์



ภาพที่ 3 โมเดลเศรษฐกิจพอเพียง (ไพศาล บรรจสุวรรณ์, 2550)

ในภาพที่ 2 องค์ประกอบของการพัฒนาให้ประเทศไปสู่ความเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย Creative Generation, Creative Industry, Creative Space, Creative Cooperation และ Creative Knowledge Management มีความสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังนี้

1. **ความพอประมาณ สอดคล้องกับ องค์ประกอบที่ 2 Creative Industry:** องค์ประกอบที่ 2 Creative Industry มีการเลือกส่งเสริมธุรกิจที่จะสามารถพัฒนาเป็นธุรกิจที่จัดอยู่ในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ถือว่าเป็นการกำหนดแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและผู้ประกอบการที่มีความเหมาะสม เพื่อเป็นการกำหนดกรอบในการพัฒนาธุรกิจเหล่านั้นได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

2. **ความมีเหตุผล สอดคล้องกับ องค์ประกอบที่ 4 Creative Cooperation:** ในองค์ประกอบที่ 4 แสดงให้เห็นถึงการที่หน่วยงานของรัฐรวมทั้งการผลักดันให้ภาคเอกชนเกิดการวางแผนในการใช้นโยบาย Creative Thailand เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มธุรกิจที่สามารถพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งในการพัฒนาให้ธุรกิจต่าง ๆ ไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้นั้น ภาครัฐและเอกชนจะต้องมีการสนับสนุนด้านการให้ความรู้ เทคโนโลยี และเงินทุนแก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องเพื่อการผลักดันอย่างเป็นรูปธรรม

3. **การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว สอดคล้องกับ องค์ประกอบที่ 3 Creative Space:** ในองค์ประกอบที่ 3 แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มิได้เกิดขึ้นจากความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนเท่านั้น แต่ชุมชนซึ่งเป็นหน่วยย่อยที่สำคัญในการดูแลความเป็นอยู่ของบุคคลต่าง ๆ ในชุมชนมีผลต่อการกำเนิดของธุรกิจสร้างสรรค์ ดังนั้นชุมชนจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งผู้นำระดับต่าง ๆ ในชุมชน เช่น อบต. ผู้ใหญ่บ้าน และกำนัน มีส่วนสนับสนุนให้ลูกบ้านที่มีความสามารถในการสร้างธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

4. **เงื่อนไขความรู้ สอดคล้องกับ การจัดการความรู้เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Management):** องค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งมีเฉพาะและหลากหลายตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย มีความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาสินค้าหรือการบริการที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่แตกต่างกับชาติอื่น ๆ ซึ่งองค์ความรู้ดังกล่าวถือว่ามีความสำคัญในการสร้างธุรกิจใหม่เป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นองค์ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการรวบรวมอย่างเป็นระบบจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งยังจำเป็นต้องศึกษาอย่างละเอียดรอบด้าน และนำองค์ความรู้ที่มีอยู่มาบูรณาการเป็นสินค้าหรือการบริการที่มีลักษณะความเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ โดยตั้งอยู่บนสามพื้นฐานคือ ความรอบรู้ คือ หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมและให้ข้อมูลทางด้านวัฒนธรรม จำเป็นต้องศึกษาถึงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ถิ่นอย่างถ่องแท้ เพื่อใช้ในการให้ความรู้แก่ประชาชนรวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) อย่างเป็นรูปธรรม ความรอบคอบ และความระมัดระวัง ในการดำเนินงาน คือ การที่หน่วยงานที่เป็นผู้เก็บรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลทางด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบความเป็นมาขององค์ความรู้ต่าง ๆ ทางด้านวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะได้นำมาเผยแพร่ให้แก่สาธารณะชนอย่างถูกต้องเหมาะสม

5. **เงื่อนไขคุณธรรม สอดคล้องกับ องค์ประกอบที่ 1 Creative Generation:** ซึ่งมีได้หมายถึงเพียงการพัฒนาคนให้เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อการประกอบธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่นักธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ดีจำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีคุณธรรม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของ **ความซื่อสัตย์สุจริต** คือ ความซื่อสัตย์ของผู้บริหารต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของธุรกิจของตน (Stakeholders) เช่น พนักงาน ลูกค้า และคู่แข่ง เป็นต้น ทางด้าน **ความซื่อสัตย์สุจริต** ผู้บริหารจำเป็นต้องมีเพียงในการบริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้า การบริการ แก่ผู้บริโภคที่ถือว่าเป็นผู้สร้างรายได้ให้เกิดแก่ธุรกิจ ส่วน **ความมีสติปัญญา** คือ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจของตนอย่างถ่องแท้ และ **ความแบ่งบัน** คือ ทำการแข่งขันในตลาดอย่างเป็นธรรม ไม่ทำการกักตุนวัตถุดิบ ไม่ทำการตัดราคากับคู่แข่ง เป็นต้น ในการบริหารองค์กร คุณธรรม เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากปัจจุบันความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ หากผู้ประกอบการผลิตสินค้าหรือการบริหารที่ไม่มีมาตรฐาน หรืออาจจะเอาเปรียบและข้อโกงลูกค้า ข้อมูลทางด้านลบจากลูกค้าย่อมมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และยอดขายเช่นเดียวกัน จึงกล่าวได้ว่าไม่ว่าจะเป็นการประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กร หรือการบริหารประเทศก็ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขององค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มีสามารถส่งเสริมต่อการบริหารองค์กรและการสร้างความยั่งยืนให้แก่ประเทศได้เป็นอย่างดี

## บทสรุป

แนวความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดกรอบทางด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (2550-2554) ถือว่าเป็นแนวคิดทางด้านเศรษฐกิจแบบใหม่ที่เน้นให้ผู้ประกอบการสร้างความยั่งยืนแก่องค์กรโดยการใส่ใจถึงกระบวนการสร้างและการนำเสนอคุณค่าที่แตกต่างของสินค้าและการบริการขององค์กร และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ กลับสามารถสอดคล้องกับแนวความคิดต่าง ๆ ที่จะเป็นหนทางในการพัฒนาประเทศให้เกิดความยั่งยืน แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่สามารถสนับสนุนการสร้าง ความยั่งยืนให้กับทั้งองค์กรธุรกิจ และหน่วยงานของภาครัฐได้เป็นอย่างดี

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2553). **หลักแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.doae.go.th/report/SE/html/02.htm>.
- คงรัฐ สุนทรโรจน์พัฒนา. (2553). **รู้จักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดย วรากรณ์ สามโกเศศ มติชนรายวัน**. วันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2552 ปีที่ 32 ฉบับที่ 11422. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธค 2553, จาก <http://kongrata.blogspot.com/2010/12/creative-economy-creative-economy.html>.
- ฐิติกร พูลภัทรชีวิน. (2553). **Creative Economy # 4: แนวทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2553, จาก <http://sites.google.com/site/gaiusjustthink/thitikorn-on-design/naewthangnikarkhabkheluxnserssthkicsrangsrrkh>.
- ไพศาล บรรจสุวรรณ์. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2554, จาก <http://share.psu.ac.th/blog/pisan-surat/2188>
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและสำนักงานบริหารองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2553). **ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ Creative Thailand และเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2553, จาก [http://www.creativethailand.org/th/about/about\\_creativethailand.php](http://www.creativethailand.org/th/about/about_creativethailand.php).
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและสำนักงานบริหารองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2553). **แนวทาง มาตรการ กลไก ขับเคลื่อนพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2553, จาก [http://www.creativethailand.org/th/about/about\\_cceo\\_p3.php](http://www.creativethailand.org/th/about/about_cceo_p3.php).
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและสำนักงานบริหารองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2553). **ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ Creative Thailand และเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2554, จาก [http://www.creativethailand.org/th/about/about\\_creativethailand.php](http://www.creativethailand.org/th/about/about_creativethailand.php).
- สุภัทธา สุขชู. (2549). "Hallyu" คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี. **Positioning Magazine**. กุมภาพันธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/printnews.aspx?id=45405>.