

## ผู้ประกอบการไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อ. มรกต กำแพงเพชร\*

### บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอันล้ำสมัย ส่งผลให้รูปแบบการแข่งขันในโลกธุรกิจเปลี่ยนไป ต้องแข่งขันกันด้วย “ความคิดสร้างสรรค์” เพื่อสร้างความต่างของสินค้าและบริการ จึงเป็นเหตุให้หลายประเทศหันมาดำเนินนโยบาย ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยได้มีการบรรจุแนวคิดเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ไว้ในร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559) เพื่อให้ประเทศไทยทันต่อกระแสเศรษฐกิจโลก เงินทุนเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีไม่เพียงพอที่จะใช้แข่งขันและสร้างรายได้ให้กับประเทศอีกต่อไป รัฐบาลจึงสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มาเป็นทรัพยากรอันล้ำค่า ในการสร้างความมั่งคั่งให้เกิดขึ้นด้วยการสร้างความต่าง ซึ่งความต่างที่ว่าย่อมมีที่มาจากเรื่องราวหรือความโดดเด่น ของวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ ดังจะเห็นได้จากสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของไทย เช่น เพลินวาน ที่ได้ถูกนำมาพัฒนาสร้างสรรค์ จัดระบบ และต่อยอด จนประสบความสำเร็จในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

**คำสำคัญ** เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

### บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมาผู้ประกอบการอยู่ในยุคของการแข่งขันการเพิ่มผลผลิตด้วยเครื่องจักรและทุน ต่อมาเมื่อเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยี รูปแบบการแข่งขันจึงเปลี่ยนไปสู่การแข่งขันกันด้วยความรู้และเทคโนโลยีอันทันสมัยตามความสามารถของผู้ประกอบการที่จะหามาแข่งขันกันได้ ในปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยีมีราคาถูกลงมากจนถึงจุดที่ใคร ๆ ก็สามารถเป็นผู้ประกอบการและผลิตสินค้าได้ด้วยคุณภาพที่ดีทัดเทียมกันได้ รูปแบบใหม่ของการแข่งขันในวันนี้จึงต้องอาศัย “ความคิดสร้างสรรค์” เพื่อสร้าง “ความต่าง” ของสินค้าและบริการ ดังเช่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นที่เน้นคุณภาพและความพิเศษทางวัฒนธรรมเป็นจุดขาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อ เช่น การ์ตูน เพลง ภาพยนตร์ และวรรณกรรม ล้วนแล้วแต่มีรากฐานความแตกต่างมาจากวัฒนธรรมญี่ปุ่นทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมเมืองร่วมสมัยทั้งสิ้น จะเห็นได้จากการ์ตูนโดราเอมอนที่มีความเป็นญี่ปุ่นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในการ์ตูนแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมเมืองร่วมสมัย หรือแม้แต่การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ร้าน MUJI มีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สมัยใหม่ เรียบง่าย และมีความเป็นธรรมชาติ ซึ่งแตกต่างกับการออกแบบสมัยใหม่ของตะวันตก (modernism) เป็นอย่างมาก มีแนวคิดและปรัชญาการออกแบบมาจากศาสนาเซน และชินโต ที่เน้นความเรียบง่าย ความว่าง กำจัดทุกสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไป แต่ยังคงเชื่อมโยงสัมพันธ์กับความ เป็นธรรมชาติ ให้ความรู้สึกสงบอันเบิกบานซึ่งทำให้สินค้าที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมอย่าง MUJI นั้นมีความแตกต่างและเป็นที่ต้องการไปทั่วโลก จึงเป็นเหตุให้หลายประเทศหันมาดำเนินนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์กันมากขึ้น

**ความหมายของคำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”**

\* อาจารย์ประจำภาควิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ปัจจุบันยังไม่มีคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหนึ่งเดียว มุมมองการให้ความหมายขึ้นอยู่กับนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ และรวบรวมความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ได้ดังนี้

John Howkins ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ได้รับการยอมรับให้เป็นที่ปรึกษาแก่องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ องค์กรระหว่างประเทศ และรัฐบาลในประเทศต่าง ๆ มากกว่า 30 ประเทศทั่วโลกกล่าวว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries)”

องค์การยูเนสโก UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) ให้ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาว่า “ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน”

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization) ให้ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยยึดนิยามที่นำเสนอโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราชอาณาจักรว่า คือ “อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา”

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนาหรือ UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) ได้ให้ความหมายในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

โดยสรุป ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC, 2552)

## การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศต่างๆ

### ประเทศอังกฤษ

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอังกฤษถือเป็นต้นแบบที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจัดตั้งทีมงานเพื่อทำการศึกษาและจำแนกประเภทอุตสาหกรรม การจัดเก็บข้อมูลและสถิติ การวางนโยบายและแผนงานในระดับต่างๆ คือ นโยบายระดับชาติ (National Policies) นโยบายรายอุตสาหกรรม (Sectorial Policies) และนโยบายเฉพาะเรื่อง (Emerging Policies) นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งหน่วยงาน (Public Bodies) ต่างๆ เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนนโยบายทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคน การสนับสนุนทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนที่ให้กับธุรกิจขนาดย่อม และการสนับสนุนทางด้านการวิจัยและพัฒนาผ่านสิทธิทางภาษีและโครงการต่างๆ มากมาย นอกจากหน่วยงานภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนและภาคการศึกษา ก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการป้อนบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาวัฒนธรรมและเทคโนโลยี

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ เกิดขึ้นจากการเอาใจจริงเอาใจลงในระดับภาครัฐบาลโดยมีการกำหนดนโยบายสนับสนุน และส่งเสริมอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์อย่างจริงจัง อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม NESTA ได้มีการพัฒนาโปรแกรมบริหารจัดการโดยเฉพาะ โดยเริ่มจาก 6 อุตสาหกรรมแรกได้แก่ ทิว-วิทย์ โฆษณา สถาปนิก แฟชั่น คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมส์ ภาพยนตร์ และวิดีโอ โดยมีโครงการนำร่อง ได้แก่

1) การจัดตั้งสภาภาพยนตร์อังกฤษ เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อังกฤษ ทั้งยังมีการจัดเสริมทักษะ ฝึกอบรมสร้างสรรค์ และพัฒนาช่องทางใหม่แบบดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการบริษัทที่ทำธุรกิจภาพยนตร์ที่มีศักยภาพเติบโตดี

2) การออกกฎหมายเกี่ยวกับ Communications Act ที่ประกาศใช้ในปี 2003 เพื่อให้สื่อรัฐสนับสนุนกิจกรรม อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการอิสระอื่นๆ เข้าร่วมสร้างสรรค์ได้อย่างกว้างขวาง ด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เพื่อการค้นคว้าวิจัยได้มีการจัดทำเป็นแผนอย่างเป็นระบบ

3) การจัดตั้งงบประมาณ แผนการดำเนินงานชัดเจน มีระบบภาษี ช่วยดูแลสิทธิประโยชน์แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

4) การจัดตั้งหน่วยงาน Department of Culture, Media and Sport (DCMS) เป็นหน่วยงานยุทธศาสตร์กำกับดูแลอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ โดยมีการขับเคลื่อนธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายที่ได้จำแนกออกเป็น 13 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) ทิว-วิทย์ 2) โฆษณา 3) สถาปนิก 4) แฟชั่นดีไซเนอร์ 5) คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมส์ 6) ภาพยนตร์และวิดีโอ 7) ออกแบบสร้างสรรค์ 8) ศิลปะ-งานฝีมือ 9) ดนตรี 10) ช่างศิลป์ 11) ซอฟต์แวร์ 12) สิ่งพิมพ์ 13) ศิลปะร่วมสมัย โดยมุ่งให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งจากภาคศิลปะพื้นบ้าน และวัฒนธรรม รวมทั้งซอฟต์แวร์ คอมพิวเตอร์ และวิดีโอเกมส์

มูลค่าตลาดรวมกว่า 1 ใน 3 ของประเทศอังกฤษอาศัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ ทำรายได้จากการส่งออกกว่า 14 พันล้านปอนด์หรือคิดเป็นสัดส่วน 12 % ของการส่งออกสินค้าบริการรวมในปี 2549 โดยกว่า 50 % ของการเติบโตผลผลิตมาจากธุรกิจใหม่ และใช้แรงงานกว่า 1 ล้านคน มีการทำงานในกลุ่มงานความคิดสร้างสรรค์กว่า 8 แสนคน ในอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์รัฐบาลมีการทำ "Creative Mapping" โดยกำหนดให้นครลอนดอนเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ทำให้อุตสาหกรรมสินทรัพย์ทางปัญญาของอังกฤษมีมูลค่ากว่า 360 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี และตั้งเป้าไปอีก 13 ปี ข้างหน้า อุตสาหกรรมสินทรัพย์ทางปัญญาจะสร้างรายได้หลักเข้าประเทศขึ้นมาแทนภาคการเงินที่ยังเป็นอันดับหนึ่งอยู่ในขณะนี้

ประเทศอังกฤษ จัดเป็นประเทศแรกที่ครองส่วนแบ่งตลาดโลกมากที่สุดในอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industries) คือ 18 % ขณะที่สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดโลกประมาณ 17% และจีน 13% อัตราการเติบโตที่รวดเร็วสูงสุดกลับเป็นประเทศอินเดีย ที่เติบโตสูงกว่า 40% ต่อปี เช่นเดียวกับเกาหลี และสิงคโปร์ ฯลฯ

### **ประเทศจีน-ประเทศฮ่องกง**

ประเทศจีนเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีบทบาทมากเป็นอันดับหนึ่งในเอเชีย แต่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศจีน จีนถูกนิยามให้เป็นอุตสาหกรรมบนพื้นฐานวัฒนธรรม (Cultural Industry) ซึ่งปัจจุบันยังมีจุดอ่อนในเรื่องความเป็นอิสระของสื่อสารมวลชน อันแตกต่างจากประเทศอื่นๆ ที่มักเติบโต เพราะมีอิสระในด้านความคิดสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามประเทศจีนได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมบนพื้นฐานวัฒนธรรม มาตั้งแต่ ปี 2000 โดยพรรคคอมมิวนิสต์ ประกาศย้ำว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดวัฒนธรรมทาง

สังคมนิยมที่ช่วยสร้างความเจริญรุ่งเรืองในทางเศรษฐกิจ อีกทั้งจะส่งเสริมให้เกิดการตอบสนองด้านวัฒนธรรมและจิตใจ ดังนั้น วัฒนธรรมทางสังคมนิยม จึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยมีการปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน

ประเทศฮ่องกง มีการพัฒนาอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ มาตั้งแต่ปี 1990 โดยได้รับแรงจูงใจจากอังกฤษ เนื่องจากในช่วงเวลาที่ฮ่องกงเผชิญภาวะวิกฤติทางการเงินและอสังหาริมทรัพย์ตกต่ำ รัฐบาลจึงผลักดันแนวคิดระบบเศรษฐกิจแนวใหม่ โดยเอาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทในการช่วยผลักดันเศรษฐกิจอย่างจริงจัง (ฝ่าแนวคิด Creative Economic ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ-คิดอย่างสร้างสรรค์, 2552)

### แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ คนที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจและนำเอาแนวคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาก่อนให้เกิดเป็นสินค้าและบริการ ที่สร้างให้เกิดการจ้างงาน รายได้ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่ง John Howkins ได้ให้คำนิยามของคำว่า ผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

“ผู้ประกอบการในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะดำเนินงานคล้ายผู้ประกอบการในรูปแบบดั้งเดิมของเซย์ (Say's original model entrepreneur) ที่ยังคงให้ความสำคัญกับการแสวงหากำไร และรายได้จากการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรที่หายาก เพื่อนำมาผลิตสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด แต่จะมีความแตกต่างที่สำคัญมากตรงที่ ผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์นี้จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นทรัพยากรล้ำค่าในการสร้างความมั่งคั่งให้เกิดขึ้น บุคคลเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มที่สร้างความตกตะลึงให้กับบุคคลอื่นในสังคม ไม่เพียงแต่ความคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรม แต่ยังรวมถึงความคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการทำงานที่เกี่ยวข้อง” (John Howkins อ้างถึงใน ชมัยพร วิเศษมงคล, ม.ป.ป.)

ด้วยเหตุนี้นโยบายของรัฐบาลไทยที่ต้องการผลักดันให้ผู้ประกอบการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกับนานาประเทศ ระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์นี้เป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งภาคการผลิต ภาคบริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคล มีการนำวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี มารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิด “อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์” หรือ “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม” รัฐบาลไทยมีความมุ่งมั่นและเชื่อว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และได้ดำเนินตาม Thailand's Model คือ ผลักดัน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งตรงกับความสำเร็จของนานาประเทศที่เชื่อว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย เนื่องจาก เศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้จะสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างกันภายในระบบเศรษฐกิจ ทั้งในระดับมหภาค และระดับจุลภาค ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาสามารถก้าวกระโดด (Leapfrog) ไปอยู่ในกลุ่มที่มีการเติบโตสูงของเศรษฐกิจโลกได้ แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการมีนโยบายภาครัฐสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ

ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่มองเห็นโอกาสต้องเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งรัฐบาลให้การสนับสนุนด้วยการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องด้วยการเพิ่มคุณค่า (Value creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้ วัฒนธรรมและวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่มีธุรกิจที่ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ 2) เอกภพทัศน์ศิลปะและวัฒนธรรม

3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม 4) อุตสาหกรรมสื่อ บ้านเท็ง และซอฟต์แวร์ 5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 6) การขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตัวอย่างของธุรกิจที่อยู่ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จับต้องได้และเห็นเป็นภาพที่ชัดเจนที่อยากจะนำเสนอในบทความนี้ได้แก่ “เพลินวาน” แหล่งท่องเที่ยวแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิต (Live Museum) ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แนวคิดธุรกิจ (Business Concept) ไม่มีอะไรที่ซับซ้อน เพียงเน้นความเรียบง่าย แต่มีดีไซน์ที่แตกต่าง ผู้ประกอบการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สร้างความน่าสนใจให้โครงการ ดูแปลกใหม่โดยออกแบบให้มีลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุคที่ดูร่วมสมัย ผู้ประกอบการตั้งใจให้เป็นศูนย์การค้าย้อนยุคแห่งแรก ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น มีชีวิตชีวา การรวบรวมเอาร้านค้าต่าง ๆ ให้อยู่ในที่เดียวกัน เหมือนเป็นวันสต็อปช้อปปิ้ง ทั้งร้านกาแฟ ร้านเสื้อผ้าย้อนยุค ร้านขายขนมจุกจิกที่เน้นขายสินค้าในสมัยโบราณ ฯลฯ เป็นการสร้างพลังทางธุรกิจ ด้วยการใช้เสน่ห์ของการออกแบบและตกแต่งให้เป็นประโยชน์สมกับเป็น The Memories of Classic Romance การฟื้นความทรงจำด้วยข้าวของเครื่องใช้ในสมัยโบราณ ที่นี่จึงเป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต และพัฒนาจนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวติดอันดับในเวลาอันรวดเร็ว เป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ดีอีกตัวอย่างหนึ่ง

### บทสรุป

ท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การแสวงหาอาวุธใหม่ๆ ของผู้ประกอบการเพื่อใช้แข่งขัน ไม่ใช่เรื่องที่ควรนิ่งนอนใจอีกต่อไป ผู้ประกอบการต้องสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเท่านั้นที่สามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ “ความคิดสร้างสรรค์” จึงกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามแนวคิดเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) ซึ่งเป็นรูปแบบของกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่นำสินทรัพย์อย่าง ความคิดสร้างสรรค์มาเพิ่มมูลค่าโดยอาศัย “ความสามารถเฉพาะตัว” ผสมกับ “สินทรัพย์ของท้องถิ่น” ทั้งนี้ ระบบเศรษฐกิจดังกล่าวไม่ได้มีรูปแบบเช่นที่ผ่านมา หากแต่เป็นระบบใหม่ที่เปิดพื้นที่ให้บุคคลในแต่ละถิ่นที่อยู่ได้นำความคิดสร้างสรรค์ของตนมามีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้นการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ให้ได้ผล ผู้ประกอบการจะต้องสร้างให้ตนเองมีความคิดสร้างสรรค์ก่อน เพราะปัจจัยแห่งความสำเร็จในการทำธุรกิจในวันนี้ไม่ได้อยู่ที่เงินหรือเครื่องจักรอีกต่อไป “ความคิดใหม่ๆ” ต่างหากที่เป็นพลังสำคัญ

### เอกสารอ้างอิง

- ชัยพร วิเศษมงคล. (ม.ป.ป.). **ผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2553, จาก [http://cms.sme.go.th/cms/c/journal\\_articles/view\\_article\\_content?article\\_id=01-ARTICLE-280509&article\\_version=1.0](http://cms.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=01-ARTICLE-280509&article_version=1.0)
- ผ่านแนวคิด Creative Economy ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ-คิดอย่างสร้างสรรค์. **ผู้จัดการรายสัปดาห์**. (2552). ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2552, จาก <http://gotoknow.org/blog/art-entertainment/305038>