>> ธเนศ วงศ์ยานนาวา**

02 >>

บทความพิเศษ

ผู้ประกอบการและการปฏิวัติการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ศิลปะ/นวัตกรรม*

Entrepreneur and Revolution of Creative Products in Art and Culture

** ศาสตราจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิลปินดัตช์ในยุคทองดัตช์ (Dutch Golden Age) อย่าง Jan Vermeer (1632-1675) และ Rembrandt van Rijn (1606-1669) มีความแตกต่างกัน ความไม่เหมือนกันของทั้งสองศิลปินนำไปสู่การถกกันระหว่างนักประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษ Simon Schama ผู้ต้องมานำเสนอจุดยืนสนับสนุนรสนิยมส่วนตัวที่มีต่อ Rembrandt กับอีกฝ่ายหนึ่งผู้ชื่นชม Vermeer เป็นนักเขียนอเมริกันโดยกำเนิด Tracy Chavelier ผู้เขียนหนังสือ *Girl with a Pearl Earring* (1999) โดยการถกกันจัดขึ้นที่ Royal Geographical Society กรุงลอนดอน ในวันที่ 15 ตุลาคม ค.ศ. 2014 สำหรับเรื่องของรสนิยมไม่ว่าจะมีหลักฐานอะไรมายืนยันรสนิยมเป็นอะไรที่ไม่สมควรจะมาถกเถียงกัน รสนิยมใครเป็นอย่างไรก็ยังคงดำเนินไปตามคนแต่ละคน

ผลงานภาพวาดของ Vermeer ไม่ได้มีมากมายแบบ Rembrandt ฐานะทางเศรษฐกิจของ Vermeer จัดว่าไม่จนสำหรับยุคนั้น ปัญหาสำคัญของ Vermeer เป็นเรื่องที่ต้องเลี้ยงดูลูกสิบเอ็ดคน Catharina Bolnes (1631-1687) เมียของ Vermeer ที่แต่งงานกันในปี ค.ศ. 1653 มาจากครอบครัวคาธอลิกในประเทศที่เป็นโปรเตสแต้นท์แคลแวง (Calvinism) รัฐโปรเตสแต้นท์ห้ามคาธอลิกประกอบกิจทางศาสนาในที่สาธารณะตั้งแต่ปลายศตวรรษที่สิบหก แต่จะทำได้ในบ้านกันอย่างลับๆ เท่านั้น พื้นที่ทางศาสนาในดินแดนที่คนส่วนใหญ่นับถืออีกศาสนาหนึ่งกลายเป็นเรื่องลับๆ ที่ให้ใครรู้ไม่ได้ การแต่งงานข้ามศาสนาถือได้ว่าเป็นการเข้าข้างศัตรู สำหรับในกรณีของดัตช์ที่ต่อสู้เพื่อเป็นอิสระจากสเปนที่นับถือคาธอลิก

* บทความพิเศษ คำบรรยายสำหรับการประชุมวิชาการงานสร้างสรรค์ด้านศิลปกรรมระดับชาติครั้งที่ 2 'Art and Design in the Age of Disruption' คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2564. ผ่านระบบออนไลน์โดย Zoom Meeting

การแต่งงานกับคนต่างศาสนาทำให้ Vermeer ต้องถอยห่างจากครอบครัวตัวเอง ลูกๆ ของเขาทั้งสิบเอ็ดคนที่เหลือรอดจากสิบห้าคนไม่ได้ตั้งชื่อตามสายตระกูลของพ่อตามแบบที่นิยมกันแต่อย่างไร สถานะทางเศรษฐกิจสังคมของ Vermeer ไม่ได้ดีเท่ากับเมีย บรรพบุรุษของ Vermeer ก็ขึ้นชื่อว่าทำของปลอมจนเกือบตาย ด้วยการที่ต้องพึ่งเมียอยู่ตลอดทำให้ Vermeer ต้องอยู่ที่เมือง Delft การย้ายออกไปอยู่เมืองใหญ่โดยปราศจากสนับสนุนจากครอบครัวย่อมทำให้ชีวิตศิลปินยิ่งเพิ่มความลำบาก เช่น Pieter de Hooch (1629–1684) Emanuel de Witte (1617–1692) เป็นต้น ด้วยการสนับสนุนจากครอบครัวฝ่ายเมียทำให้สถานะทางการเงินของ Vermeer มั่นคง เขาไม่ต้องดิ้นรนเหมือนศิลปินคนอื่นๆ ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ว่าจะต้องผลิตงานศิลปะตามรสนิยมของตลาด[1]

เมื่อไม่ได้ถูกควบคุมด้วยกลไกตลาดรูปภาพของ Vermeer ก็มีราคาสูงได้ ด้วยปริมาณผลิตที่จำกัดและราคาของภาพทำให้ชื่อเสียงของเขาไม่ได้กระจายออกไปไกล ลูกค้าของ Vermeer มักจะเป็นคนรวย ถึงกระนั้นก็ดี Vermeer ก็ยังต้องมีผู้อุปถัมภ์ นักเศรษฐศาสตร์อเมริกัน John Michael Montais ผู้เขียนหนังสือเกี่ยวกับชีวิตและการดำเนินชีวิตของ Vermeer ชิ้นสำคัญเสนอว่า Pietz Claesz van Ruijven (1624–1674) ผู้มาจากครอบครัวทำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นคนสำคัญคนหนึ่งที่อุปถัมภ์ศิลปินผู้นี้ ผลงานของ Vermeer ประมาณยี่สิบกว่าชิ้นที่อยู่ในมือของเขา โดยทั้งตัว Vermeer และเมียต่างก็ยืมเงินเศรษฐีผู้นี้ นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1657–1675 van Ruijven อาจจะครอบครองผลงานครึ่งหนึ่งที่วาดโดย Vermeer[2] ผลงานของ Vermeer มีปริมาณตัวเลขแค่หลักสิบคือประมาณสี่สิบถึงหกสิบรูป ตัวเลขก็พร้อมเสมอที่จะไม่คงที่ในทำนองเดียวกันกับ Rembrandt ที่ถูกลดจำนวนลงเรื่อยๆ สำหรับฝ่ายหลังภาพวาดจากฝีมือจริงๆ ของเขานั้นถูกลดลงไปเรื่อยๆ จากประมาณสองพันเหลือประมาณแค่ต่ำกว่าสามร้อย[3]

---

1 John Michael Montias, *Vermeer and His Mileu A Web of Social History*, (Princeton: Princeton University Press, 1989), pp. 186–187.

2 John Michael Montias, *Vermeer and His Milieu A Web of Social History*, p. 262.

3 ในปี ค.ศ. 1968 Rembrandt Research Project ตั้งขึ้นเพื่อหาว่าภาพไหนเป็นภาพของ Rembrandt จริงๆ โดยผู้เชี่ยวชาญ แนวทางของการเป็นผู้เชี่ยวชาญดำเนินเพื่อบ่งบอกอะไรเป็นของแท้หรือไม่แท้ตามแนวความคิดแบบ 'authenticity' ไล่ไปจนถึงฝีไม้ลายมือฯลฯ ที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญของการเป็นศิลปิน กรอบความคิดแบบนี้ดำเนินไปตามจิตวิญญาณแห่งยุคสมัย (*Zeitgeist*) ที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของปัจเจกบุคคล โดยในศิลปะมักจะแสดงออกมาในรูปของ "อัจฉริยะ" (genius) อันเป็นความคิดที่ปรากฏในปลายศตวรรษที่สิบเก้า สำหรับในการอธิบายทางประวัติศาสตร์ก็ปรากฏออกมาในรูป "มหาบุรุษ" (great man) ส่วนในทางการเมืองก็เป็น "มหาราช" (the Great) ทั้งหมดเป็นความคิดที่ได้รับความนิยมในศตวรรษที่สิบเก้า กรอบความคิดเหล่านี้ดูจะไปด้วยกันได้ดีกับอุดมการณ์ปัจเจกชนนิยม (individualism) ที่สะท้อนออกมาในการเขียนประวัติศาสตร์ศิลปะ ประวัติศาสตร์นักดนตรี ไปจนถึงประวัติศาสตร์การเมือง อย่างไรก็ดีกรอบความคิดในการพิจารณาศิลปะตามแนวทางนี้หมดความนิยมไปในทศวรรษที่ 1970 Rembrandt Research Project หลังจากผ่านไปหลายทศวรรษ ความนิยมก็เสื่อมทรามลง ในต้นทศวรรษที่ 1990 นักประวัติศาสตร์ศิลปะดัตช์ Ernst van de Wetering (1938–2021) หนึ่งในผู้ร่วมโครงการเป็นเวลา 47 ปี ไม่เห็นดีเห็นงามกับโครงการอีกต่อไป ความขัดแย้งมาจากการประเมินภาพ *Supper at Emmaus* (1648) ที่อยู่ที่พิพิธภัณฑ์ลูฟท์ (Louvre) ภาพที่เคยถูกปฏิเสธในทศวรรษที่ 1960 กลับถูกบอกว่าเป็นของจริงในเวลาต่อมา ดู "'Unafraid of upsetting the applecart': leading Rembrandt scholar Ernst van de Wetering has died, age 83", https://www.theartnewspaper.com/news/obituary-ernst-van-de-wetering-rembrandt-scholar. Accessed 22 August, 2021.

Rembrandt กับ Vermeer แตกต่างกันในการผลิตภาพวาด ผลงานของ Rembrandt มีมากมาย เพียงแต่ Rembrandt ไม่ได้พึ่งพิงหรือรับการอุปถัมภ์จากผู้มั่งคั่งได้มากเท่ากับ Vermeer ในศตวรรษที่สิบเจ็ดสถานะของการเป็นอาชีพของช่างฝีมือ (artisan) ที่ค่อยๆ ถูกยกระดับขึ้นมาเป็นศิลปิน (artist) มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เสรีภาพจากกลุ่มวิชาชีพ (guild) มีได้มากยิ่งขึ้น เสรีภาพของศิลปินจึงเป็นเสรีภาพที่ไม่ได้ถูกควบคุมจากกลุ่มวิชาชีพ เช่น Guild of St. Luke of Delft เป็นต้น แต่ความเป็นเอกเทศ (autonomy) ปราศจากการควบคุมจากกลุ่มวิชาชีพไม่ได้หมายความว่าศิลปินจะมีเสรีภาพจากข้อเรียกร้องของลูกค้า สายสัมพันธ์ระหว่างศิลปินและลูกค้าจึงไม่ใช่เรื่องของเสรีภาพและความเป็นเอกเทศ

Rembrandt ไม่ต้องการเข้าไปยุ่งกับกลุ่มสมาคมนักวาดภาพของอาร์มสตอร์ดาม (Amsterdam) การทำงานของ Rembrandt สร้างความปวดหัวให้กับลูกค้ามากๆ เช่น ต้องการให้นั่งเป็นแบบนานๆ ทำงานช้าไม่เสร็จเสียที ขนาดคนอย่าง Frederick Henry Prince of Orange (1584–1647) คอยภาพถึงหกปี แต่ต่อมาเนื่องจากว่า Rembrandt ต้องการเงินซื้อบ้านงานก็เสร็จได้ Rembrandt มักจะไม่สามารถบริหารจัดการเหล่าผู้อุปถัมภ์ คนที่จัดการ Rembrandt ทำงานได้ก็มีพ่อค้าที่มั่งคั่งอย่าง Jan Six (1618–1700)[4] ผู้สามารถได้ร่างต้นแบบรูปวาดตัวเอง (portrait) ของตัวเองได้[5] เทคนิคในการถ่ายโอนหนี้ไปให้คนอื่นๆ จัดการเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนให้ Rembrandt ทำงานให้เสร็จ

ในความเห็นของนักประวัติศาสตร์ศิลปะ Svetlana Alpers วิธีจัดการความเสี่ยงถ้าจะทำธุรกิจกับศิลปินอย่าง Rembrandt คือใช้กลไกการเงินหรือความสัมพันธ์ทางการตลาด ถ้าจะกล่าวอีกแบบหนึ่งก็คือคนที่จัดการ Rembrandt ได้ดีคือเจ้าหนี้ ช่วงเวลาของการเป็นหนี้จึงเป็นช่วงเวลาที่ดีในการผลิตงานดีๆ ของ Rembrandt[6] เมื่อ Rembrandt มีหนี้ก็ทำให้ข้อตกลงที่ทำเอาไว้ดำเนินไปได้สะดวก หนี้ผลักดันให้ข้อตกลงดำเนินไปได้ตามสัญญา สำหรับเหล่าผู้มั่งคั่งในสมัยยุคทองดัตช์การลงทุนไปกับศิลปินอย่าง Rembrandt เต็มไปด้วยความเสี่ยง

4 Jan Six เป็นพวกฮูเกโน้ท์ (Huguenot) (พวกโปรเตสแต้นท์ในฝรั่งเศสในศตวรรษที่สิบห้าที่ขัดแย้งกับคาธอลิกจนนำไปสู่ “สงครามศาสนาในฝรั่งเศส” ที่มีคนตายไปหลายล้านคนหลังจากรบกันกว่าสามสิบปี) ที่อพยพเข้ามาในดินแดนที่เรียกว่าเนเธอร์แลนด์ในเวลาต่อมา Six ร่ำรวยและมีผลงานของ Rembrandt ในครอบครอง ภาพวาดตัวเองของ Jan Six เป็นภาพวาดโดย Rembrandt ที่มีชื่อเสียงมากที่ตระกูล Six ยังครอบครองอยู่ สำหรับ Jan Six ในรุ่นที่ 11 เป็นพ่อค้าศิลปะ ในปี ค.ศ. 2018 เขาเป็นคนที่ระบุว่า Portrait of a Young Gentleman ที่บริษัทประมูล Christie ลงความเห็นว่าเป็นผลงานในแวดวงของ Rembrandt แต่ Six กลับเห็นว่าเป็นผลงานของ Rembrandt ภาพๆ นี้จึงเป็นอีกภาพหนึ่งที่ถูกค้นพบใหม่ว่าเป็นภาพของ Rembrandt ในรอบเกือบครึ่งศตวรรษ ดู Henri Neuendorf, “Double Dutch: This Old Master Dealers Has Discovered Yet Another Previously Unknown Rembrandt”, *Artnet News*, https://news.artnet.com/art-world/jan-six-previously-unknown-rembrandt-rembrandt-1350119. Accessed 15 August, 2021.

5 Svetlana Alpers, *Rembrandt’s Enterprise The Studio and the Market*, (Chicago: University of Chicago Press, 1988), pp. 90–93.

6 Svetlana Alpers, *Rembrandt’s Enterprise The Studio and the Market*, p. 97.

ตราบใดก็ตามที่ศิลปินผู้นี้ยังไม่เป็นหนี้ “ความเสี่ยงสูงนำไปสู่ผลตอบแทนสูง” ไล่ไปจนถึง “การลงทุนมีความเสี่ยง” มาสู่ “การจะได้ลูกเสือต้องเข้าทำเสือ” แสดงถึงชีวิตจะรุ่งโรจน์ได้ก็จะต้องเสี่ยง จากพ่อค้าจนถึงผู้ประกอบการ (entrepreneur) ของวิถีทุนนิยมความเสี่ยงคือโอกาสของความมั่งคั่ง

I

ในระบบทุนนิยมการเพิ่มความเสี่ยงหมายถึงโอกาสที่จะเพิ่มความมั่งคั่ง ยิ่งรุกหนักเสี่ยงหนักโอกาสก็เหมือนพระผู้เป็นเจ้าหรือเวลาจะอยู่ข้างผู้ชิงรุกก่อน ความกล้าที่จะลองผิดลองถูกทำให้ความกล้าหาญเป็นสิ่งจำเป็น เพราะผู้ประกอบการก็เหมือนกับนักรบที่พร้อมจะไปตายในสนามรบ ความกล้าหาญทำให้พร้อมเสมอที่จะทำอะไรที่เสี่ยงๆ เมื่อกล้าหาญอะไรที่ถูกปิดกั้นก็พร้อมเสมอที่จะถูกท้าทาย การท้าทายอำนาจและอะไรที่ปิดกั้นจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการจะทำให้เกิดสิ่งแปลกใหม่ การละเมิดกฎ/จารีตประเพณีจึงกลายเป็นกฎอันใหม่ อะไรใหม่ๆ ที่พร้อมจะถูกจัดให้เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์พร้อมเสมอที่จะทิ้งของเก่าไว้ข้างหลังเป็นคำขวัญของสภาวะสมัยใหม่ (modernity)

คุณสมบัติของการพัฒนาไปสู่ความคิดสร้างสรรค์จึงไม่ได้อยู่ที่การมีระเบียบวินัยและการทำงานหนักตามกรอบความคิดของโปรเตสแต้นท์ ความขยันทำงานกลายเป็นคุณสมบัติสำคัญของระบบทุนนิยมที่ต้องการผลิตสินค้าแบบทีละมากๆ (mass production) สำหรับในวิถีการผลิตแบบใหม่ๆ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพแรงงานแบบเดิม การมีความคิดใหม่ๆ ไปจนถึงการมองประเด็นต่างๆ ในมิติแบบใหม่ๆ เป็นอะไรที่พึงปรารถนา (desirable) ความคิดใหม่ๆ นั้นจะไม่สมควรที่จะเก็บไว้คนเดียว แต่จำเป็นที่จะต้องเอาความคิดใหม่ๆ เหล่านี้มาประยุกต์กับสังคมเพื่อนำไปสู่ตลาดและสังคมที่ดีขึ้น

ในแง่นี้นวัตกรรม (innovation) จึงเป็นสิ่งใหม่ๆ ที่เชื่อมต่อโดยตรงกับสังคม เพียงแต่เมื่อเชื่อมต่อโดยตรงกับสังคมแล้วจะเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือไม่ก็เป็นอะไรที่ต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ อีกมากมาย ในช่วงทศวรรษที่ 1970 และต้นทศวรรษที่ 1980 นวัตกรรมวิดิโอเบต้าแม็กซ์ (Betamax) ของบริษัทโซนี (Sony) ที่มีขนาดเล็กกว่าเทปวิดิโอแบบวีเอชเอส (VHS) แข่งขันกัน แต่ในท้ายที่สุดตลับเทปขนาดใหญ่แบบวีเอชเอสได้รับการยอมรับจากตลาดมากกว่า ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจึงต้องการการยอมรับจากสังคมมากกว่าที่จะอยู่แต่ในห้องทดลองหรือแผนการไปจนถึงตำนานของผู้ผลิตที่สร้างให้กับตัวเองโดยปราศจากการยอมรับของผู้อื่น

ผู้ประกอบการ (entrepreneur) ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) และ

นวัตกรรมไม่ต้องการการผลิตแบบของโหลๆ (mass) จนทำให้ “ธุรกิจไม่ได้ดำเนินไปตามแบบเดิมๆ” (business not as usual)[7] อะไรที่เป็นของเดิมๆ จะต้องไม่เหมือนเดิม แม้ว่าคนที่ได้ประโยชน์จากธุรกิจแบบเดิมจะอยากให้เป็นเหมือนเดิมไปเรื่อยๆ ก็ตาม มนุษย์ที่ใช้แรงงานและความคิดในลักษณะจะต้องออกมาในพิมพ์เดียว (uniformity) กันหมดไม่ได้เป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) และการพัฒนานวัตกรรม (innovation) แต่ความคิดแปลกใหม่ย่อมไม่ใช่วัฒนธรรมขององค์กรขนาดใหญ่ (bureaucracy) จากระบอบเผด็จการไล่มาถึงระบบราชการไปถึง มหาวิทยาลัย โรงเรียน ครอบครัว บุคลิกภาพ ฯลฯ ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นป้อมปราการกักขังไม่ให้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาขึ้นมาได้

นับตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ยี่สิบเป็นต้นมาเป็นอย่างน้อยๆ ความคิดสร้างสรรค์ถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญภายใต้นามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จนทำให้ใครที่ทำอะไรที่ไม่สร้างสรรค์กลายเป็นบาป ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่แต่แค่เศรษฐกิจ แต่ความคิดสร้างสรรค์จะต้องทำให้เกิดขึ้นในทุกๆ ระดับ บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์กลายมาเป็นวีรบุรุษและวีรสตรีของโลกแทนที่เหล่านักรบและผู้นำทางการเมือง เพียงแต่ใครๆ ก็สามารถพัฒนาศักยภาพที่จะมีความคิดสร้างสรรค์ได้ ทุกๆ คนจึงสามารถที่จะพัฒนาตัวเองให้แตกต่างไปจากคนอื่นๆ จนสามารถสถาปนาพลังทางเศรษฐกิจและการเมืองในฐานะชนชั้นสร้างสรรค์ (creative class) อันเป็นชนชั้นที่แตกต่างไปจากการใช้แรงงานแบบเดิมๆ แรงปรารถนา (desire) ที่จะมีอะไรใหม่ๆ ในมิติต่างๆ จากการเมืองไปจนถึงเศรษฐกิจกลับสร้างความหวาดวิตกกับอนาคตที่จะต้องเปลี่ยนแปลงไป

นวัตกรรมที่หักเหธุรกิจ (disruptive innovation) เป็นสัญญาณของหายนะของกลุ่มธุรกิจบางกลุ่มมากกว่าที่จะเป็น “ข่าวดี” (gospel) ตามแบบพระคัมภีร์ไบเบิลที่ต้องประกาศให้คนรู้[8] การประกาศเป็นทั้งการเตือนสำหรับธุรกิจแบบเดิมๆ ว่าหายนะกำลังจะมา แต่ก็เป็นข่าวดีสำหรับธุรกิจใหม่ๆ เพียงแต่ว่าในท้ายที่สุดทุกๆ คนจะต้องเจอ “ข่าวร้าย” เนื่องด้วยว่านวัตกรรมคือศักยภาพของไม่ทันสมัย ทุกๆ นวัตกรรมพร้อมเสมอที่จะกลายเป็นสิ่งที่ตกยุค[9] เพราะอย่างน้อยๆ ตาม Moore’s Law อัตราเร่งที่ของเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้นทวีคูณทุกๆ สิบแปดเดือน เป็นต้น สำหรับในมิติทางเวลาแบบเส้นตรง (unilinear conception of time) ทุกๆ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นคือความล้าหลัง เนื่องด้วยว่าภายใต้สภาวะสมัยใหม่นวัตกรรมต้องการการ

7 Raul Gouvea, Dimitri Kapelianis, Manuel-Julian R. Montoya and Gautam Vora, “The creative economy, innovation, and entrepreneurship: an empirical examination”, *Creative Industries Journal*, Vol. 14, No. 1 (2021), p. 24

8 Jill Lepore, “The Disruption Machine What the gospel of innovation gets wrong”, *The New Yorker*, June 23, 2014. https://www.newyorker.com/magazine/2014/06/23/the-disruption-machine. Accessed 15 May 2021.

9 ดู Hermann Lübbe, “The Contraction of the Present”, in *High-Speed Society Social Acceleration, Power, and Modernity*, (University Park: The Pennsylvania State University Press, 2009)

ปฏิวัติ (revolution) เปลี่ยนแปลงที่ต้องดำเนินไปตลอดเวลา แม้ว่าคำว่าปฏิวัติจะเป็นคำที่ดูน่ากลัวเกินไปสำหรับภาคธุรกิจ นวัตกรรมที่หักเหธุรกิจหรือการปฏิวัติเป็นสิ่งที่ไม่มีที่สิ้นสุด

ในโลกของนวัตกรรมความแตกต่างและความหลากหลายที่เคยบ่งบอกว่าการเป็นพวกนอกรีต (heretic) ในสังคมดั้งเดิมนั้นกลับกลายเป็นวิถีสามัญ เพียงแต่สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่กลับไม่ได้เป็นสิ่งปกติโดยเฉพาะในช่วงแรกๆ การเป็นพวกนอกรีตที่แสดงถึงการเลือกวิถีชีวิตได้ด้วยตัวเองตามแรงปรารถนา (desire) ของตนเองนั้นต้องการความกล้าหาญและความมั่นใจ (confidence) จากอัตตาหรือตัวเอง (self) เป็นอย่างมาก ทั้งนี้รากศัพท์ของ 'heretic' 'heresy' มาจากภาษากรีก 'hairetikos' หมายถึง "สามารถที่จะเลือกได้" ถึงแม้ว่าความกล้าหาญที่จะเลือกได้เองเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของมนุษย์ในสภาวะสมัยใหม่ ถึงแม้ว่าความกลัวเป็นกลไกของวิวัฒนาการ (evolution) มนุษย์ในการมีชีวิตรอด เพียงแต่ความกลัวของผู้ประกอบการเป็นเพียงแค่ความกลัวในความล้มเหลว ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากอุปสรรคและปัญหาใดๆ ความกล้าหาญที่จะเผชิญหน้ากับความล้มเหลวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

II

นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) ที่เชื่อกันว่าจะนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (economic growth)[10] การประกอบการ (entrepreneurship) ได้กลายมาเป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจ นอกเหนือไปจากที่ดิน แรงงาน และทุน เนื่องด้วยผู้ประกอบการจะเป็นผู้นำนวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาด ผู้ประกอบการจึงพร้อมเสมอที่จะต้องเสี่ยง ความหมายของ '*entreprenuer*' ที่มาจากคำว่า 'entreprendre' หมายถึงคนที่ประกอบกิจกรรม ทำอะไรออกไป ทำอะไรแล้วเสร็จ ในราวศตวรรษที่สิบหกความหมายของคำๆ นี้หมายถึงคนที่ทำอะไรบางอย่างเหมือนกับการไปทำสงคราม มีความกล้าหาญที่พร้อมจะไปตายในสนามรบเป็นสิ่งสำคัญมาก ในศตวรรษที่สิบเจ็ดคำๆ นี้ยังหมายถึงการทำอะไรที่ต้องเสี่ยง คนที่รับเหมาก่อสร้างทำงานใหญ่ๆ ให้กับรัฐบาลหรือศาสนจักร บางครั้งก็ใช้กับนักสำรวจไปจนถึงพวกที่ไปทำงานอยู่ในอาณานิคม คนสำคัญอีกคนหนึ่งก็คือคนที่รับเหมาเก็บภาษีให้กับรัฐ เมื่อไม่รู้ว่าจะเก็บภาษีได้ตามยอดที่ตั้งเป้าเอาไว้หรือไม่ก็ทำให้ชีวิตของ 'ผู้ประกอบการทางการเมือง' (political entrepreneur) เต็มไปด้วย

10 Rana P. Maradana, Rudra P. Pradhan, Saurav Dash, Kunal Gaurav, Manu Jayakumar & Debaleena Chatterjee, "Does innovation promote economic growth? Evidence from European countries", Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 6, Issue. 1 (2017).
https://doi.org/10.1186/s13731-016-0061-9.

ความเสี่ยง นับตั้งแต่ประมาณทศวรรษที่ 1730 ความหมายของ 'entrepreneur' ขยายออกไปสู่พื้นที่ทางเศรษฐกิจ[11]

นวัตกรรมที่ทำให้เพิ่มผลิตผล (productivity) และหักเหธุรกิจเมื่อเริ่มประกอบการนั้น ทุน (capital) เป็นปัจจัยสำคัญ ถึงแม้ว่าความคิดสร้างสรรค์อาจจะเป็นของผู้ประกอบการ แต่ทุนไม่จำเป็นที่จะต้องมาจากผู้ประกอบการเอง ผู้มีความคิดสร้างสรรค์จะต้องสามารถสรรค์สร้างหาทางในการนำเงินคนอื่นๆ มาช่วยในการลงทุน โดยไม่จำเป็นที่จะต้องไปคำนึงว่าคนลงทุนมีสถานะทางเพศเป็นแบบใด เพราะไม่ว่าจะเป็น 'creator' หรือ 'creatix' หรือจะเป็น 'ข้ามเพศ' ต่างก็เป็นที่ต้องการทั้งสิ้น ในขณะเดียวกันการมีความคิดสร้างสรรค์ที่พัฒนาต่อไปให้เป็นนวัตกรรมจนนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นเส้นทางแห่งความฝันที่พร้อมเสมอจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว

การมองโลกในแง่ดี (optimism) ไล่ไปจนถึงการคิดบวก (positive thinking) ที่สามารถดำเนินเคียงคู่ไปกับจิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology)[12] ช่วยทำให้โครงการต่างๆ ของผู้ประกอบการพร้อมเสมอที่จะออกมาเผชิญความเสี่ยง ในขณะเดียวกันอุดมการณ์ "เสื่อผืนหมอนใบ" หรือ "จากผ้าขี้ริ้วไปสู่ความร่ำรวย" (from ragged to rich) ก็ยังเป็นอุดมการณ์สำคัญในการทำมวลสมาชิกมีความหวัง สังคมอเมริกันที่ผลิตความต่างๆ ที่กล่าวมานี้ย่อมทำให้คนเชื่อว่าทุกสิ่งทุกอย่างเป็นไปได้ "จากผ้าขี้ริ้วไปสู่ความร่ำรวย" นั้นแสดงถึงหนทางในการไต่เต้าทางชนชั้นเป็นไปได้ตราบใดก็ตามที่ชีวิตมีความหวัง (hope) ขยันขันแข็งและมีความพยายาม

ผู้ประกอบการที่ต้องไต่บันไดทางชนชั้นถูกหล่อเลี้ยงด้วยความเชื่อเหล่านี้ อุดมการณ์แบบ "จากผ้าขี้ริ้วไปสู่ความร่ำรวย" ในยุค 'Gilded Age' ในปลายศตวรรษที่สิบเก้าสร้างเหล่ามหาเศรษฐีที่เป็นตำนานความมั่งคั่งของสหรัฐอเมริกา แต่ก็ไม่ใช่คนส่วนใหญ่ที่จะทำได้ จาก

11 Jean-Baptiste Say (1767-11832) ได้ชื่อว่าเป็นคนใช้คำ 'entrepreneur' เป็นคนแรกๆ กับโรงงานสิ่งทอ แต่ Richard Cantillon (1680-1743) ถูกยกย่องให้เป็นคนแรกๆ ที่ใช้คำๆ นี้ในทางเศรษฐกิจ คำๆ นี้แต่เดิมใช้กับผู้ประกอบกิจการทำงานให้กับรัฐ เช่น วิศวกร เป็นต้น การเป็นผู้ประกอบการให้กับรัฐดำเนินชีวิตไปตามกฎเกณฑ์ของรัฐ ในขณะที่ผู้ประกอบการในตลาดที่ต้องการกำไรนั้นต้องจัดการดูแลเรื่องราวต่างๆ ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน (uncertainty) ด้วยตัวเอง แต่ใครๆ ก็สามารถที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ เช่น ชาวนา ดู C. Mirjam Van Praag, "Some Classic Views on Entrepreneurship", De Economist, Vol. 147, No. 3 (September, 1999), pp. 311-335; Bernard F. de Bélidor Mark Thornton, "Turning the Word Upside Down: How Cantillon Redefined the Entrepreneur", *Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 23, No. 3-4 (Fall/Winter, 2020), pp. 265-280.

12 ความพยายามที่แยกความแตกต่างระหว่าง 'positive thinking' กับ 'positive psychology' แสดงถึงความต้องการเป็นเอกเทศของแต่ละกรอบคิด การกำหนดขอบเขตหรือพื้นที่แยกขาดออกจากกันเป็นหลักคิดสำคัญของตะวันตก กรอบคิด 'positive thinking' แสดงความสัมพันธ์ต่ออัตตาในรูปแบบของการคิดดีๆ กับตัวเอง โดยการคิดบวกกับตัวเองนั้นไปด้วยกันได้กับความภาคภูมิใจที่มีต่อตัวเอง (self-esteem) ในขณะที่ 'positive psychology' เป็นการศึกษาทางจิตวิทยาที่ต้องการหลุดจากภาพลักษณ์ในเชิงลบของจิตวิทยาที่ต้องบำบัดคนที่มีปัญหาทางจิต 'positive psychology' จึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการมีชีวิตที่ดี (well-being) แต่การมุ่งแสวงหาชีวิตที่ดีของอเมริกันนั้นดำเนินไปตาม 'คำประกาศอิสรภาพของสหรัฐอเมริกา' ในการ "ไล่ล่าหาความสุข" (pursuit of happiness)

ตระกูล Carnegie มาสู่ Rockefeller ไล่ไปจนถึง Stanford[13] นั้นล้วนแล้วแต่ทำให้สหรัฐอเมริกาเป็นดินแดนแห่งโอกาส (land of opportunity) ที่ใครๆ จากดินแดนอื่นๆ อยากจะย้ายถิ่นไปอยู่ในดินแดนแห่งความเป็นไปได้ของการมีชีวิตที่มั่งคั่ง

ผู้ประกอบการที่มีความเป็นผู้นำ (leadership) และมั่งคั่งในทางธุรกิจเหล่านี้ได้กลายมาเป็นต้นแบบสำคัญในการเลื่อนฐานะทางชนชั้น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจกลายมาเป็นวีรบุรุษแทนที่เหล่าชนชั้นนักรบ (warrior class) ความเป็นผู้นำไม่ได้อยู่กับเหล่านักรบมหาราชอีกต่อไป วีรบุรุษแบบเดิมๆ ถูกหัก (break) ทิ้งให้เหลืออยู่แต่ในความทรงจำชุดความคิดแบบมหาราช (the great) ตลอดจนเหล่านักรบผู้ตายเพื่อแผ่นดินและการขยายอำนาจกลายเป็นเพียงตำนานปรัมปราของรัฐประชาชาติ (nation-state) โลกของผู้ประกอบการไม่ต้องการสงครามและนักรบ วีรบุรุษแบบใหม่คือวีรบุรุษหรือวีรสตรีแห่งการเป็นผู้ประกอบการจาก Andrew Carnegie (1835-1919) มาจนถึง Richard Branson Bill Gates Steve Jobs Peter Thiel Mark Zuckerberg และ Elon Musk บุคคลเหล่านี้ได้กลายมาเป็นวีรบุรุษที่ปรากฏอยู่ในสื่อต่างๆ

เส้นทางความศรัทธา (faith) ในดินแดนแห่งโอกาสของเหล่าผู้มีศรัทธาประหนึ่งศาสนิกชนที่ดีนั้นแสดงถึงความฝันแบบอเมริกัน (American dream) ที่มีหลากหลายรูปแบบ[14] การไต่เต้าบันไดทางชนชั้นที่ตอกย้ำด้วยคำว่า “ความฝัน” นั้นทำให้ดูราวกับว่าทุกสิ่งทุกอย่างเป็นไปได้ ไม่มีอะไรที่จะมาขัดขวาง ประโยค “ฟ้าไม่ใช่ข้อจำกัด” (sky is not a limit) แสดงถึงเสรีภาพในการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ และความสำเร็จ “ความฝัน” จากการซื้อล็อตตารี่ไปจนถึงความฝันแบบอเมริกันช่วยทำให้คนยากจนเชื่อว่าวันหนึ่งตนเองสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองให้กลายมาเป็นนายทุนผู้มั่งคั่งได้ แม้ว่าอุดมการณ์ของการกำหนดชะตาชีวิตด้วยตัวเอง (self-determination) จะทำให้การซื้อล็อตตารี่เป็นเรื่องงมงายมากกว่าก็ตาม

จากกรรมกรกลายมาเป็นนักธุรกิจมาสู่ผู้ประกอบการที่พัฒนามาเป็นธุรกิจขนาดใหญ่หรือบรรษัทข้ามชาติในเวลาต่อมาเป็นสิ่งที่เป็นไปได้เสมอ เพียงแต่ชื่อของผู้ไม่ประสบความสำเร็จไม่ได้ถูกจารึกเอาไว้[15] ประวัติศาสตร์ก็เป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่าเป็นพื้นที่ของผู้ชนะ ความล้มเหลวจึงไม่ใช่แค่ความล้มเหลวในชีวิต แต่ยังล้มเหลวที่จะปรากฏอยู่ในความทรงจำของผู้คน

13 ถึงแม้ว่าการมองโลกในแง่ดีและมีความหวังจะเป็นสิ่งสำคัญของการไต่เต้าทางชนชั้น แต่ภาพลักษณ์ของบุคคลต่างๆ เหล่านี้ต่อสาธารณชนภายนอกไม่จำเป็นที่จะต้องดี ในทางตรงกันข้ามความชั่วร้ายของเหล่าผู้ประสบความสำเร็จมั่งคั่งเหล่านี้กลับกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ตราตรึง Leland Stanford (1824-183) เป็นหนึ่งในผู้ประสบความสำเร็จที่เต็มไปด้วยภาพลักษณ์เชิงลบ คำอย่าง ‘robber baron’ ติดตัวไปกับเขาจากธุรกิจรถไฟในฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกาไปจนถึงการเป็นผู้ว่าการรัฐแคลิฟอร์เนีย

14 Jim Cullen, *The American Dream: A Short History of an Idea That Shaped a Nation*, (New York: Oxford University Press, 2003)

15 เมื่อ Robert Kiyosaki เขียนหนังสือเล่มที่สองร่วมกับ Donald Trump ในปี ค.ศ. 2011 ชื่อหนังสือก็บอกชัดถึงปริมาณความล้มเหลว Midas Touch: Why Some Entrepreneurs Get Rich and Why Most Don’t เพราะมีแค่บางคนเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ

ในสนามรบทางธุรกิจก็เช่นเดียวกันกับประวัติศาสตร์ไม่มีพื้นที่สำหรับผู้แพ้ ดังนั้นเมื่อเป็นบรรษัทขนาดใหญ่แล้วยุทธศาสตร์ (strategy) ในการดำเนินธุรกิจเพื่อทำให้เกิดการแข่งขันที่ฝ่ายตัวเองได้เปรียบกว่าย่อมเป็นวิถีปฏิบัติที่สำคัญ การแข่งขันกันภายใต้อุดมการณ์ 'อย่างเป็นธรรม' กับระบบผูกขาด (monopoly) จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในความเป็นจริง ประโยคแบบ 'Too Big to Fail' ตอกย้ำความสำคัญของบรรษัทขนาดใหญ่มากกว่าบริษัทเล็กๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังวิกฤติการเงิน ค.ศ. 2008 แต่ความฝันของสังคมอเมริกันตามคำไม่ผิดเพี้ยนยังคงต้องดำรงอยู่ต่อไป

ถึงแม้ว่าช่องว่างทางชนชั้นจะห่างไกลกันประหนึ่งมหาสมุทร ภายใต้โครงสร้างของความไม่เท่าเทียมกัน (inequality) ในโลกไม่ว่าจะเป็นประเทศร่ำรวยหรือยากจน[16]ไปจนถึงระดับแบ่งขั้ว (polarization) (หรือช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนแบบสุดขั้ว) นั้นฝ่ายที่มีความหวังหรืออาจจะอยู่ส่วนบนของโครงสร้างอำนาจก็พร้อมจะต้องกล่าวว่าทุกๆ คนมีโอกาสที่จะเลื่อนฐานะทางชนชั้นมีเสมอ โครงสร้างทุนนิยมไม่ได้มีแค่การแบ่งขั้วทางชนชั้นเป็นสองขั้ว (polarization) ระบบทุนนิยมจึงไม่ได้มีแค่กรรมกรและนายทุนเท่านั้น[17] การจำแนกแจกแจงทางโครงสร้าง (structural differentiation) อันเป็นความคิดสำคัญของยุคทันสมัย (modernization) (ทศวรรษที่ 1950–1970 อันเป็นช่วงสงครามเย็น) จึงได้รับความนิยมเพื่อชี้ถึงสายสัมพันธ์ในแนวนอน (horizontal) มากกว่าแนวตั้ง (vertical)

ความหวาดวิตกของการมีแค่สองชนชั้นในสังคมนั้นหลอกหลอนชนชั้นนำของยุโรปตะวันตกในกลางศตวรรษที่สิบเก้าเป็นอย่างมาก การเพิ่มคำอย่างชนชั้นกลาง (middle class) ขึ้นมาดูจะเป็นทางแก้ไขความวิตกจริต (anxiety) และความหวาดกลัวความขัดแย้ง[18] ความหลากหลายที่แสดงถึงการไม่แบ่งเป็นสองขั้วเป็นองค์ประกอบสำคัญของสภาวะสมัยใหม่และทุนนิยม มาตรฐานการครองชีพดีขึ้นจนทำให้กระบวนการของเปลี่ยนแปลงให้เป็นกระฎุมพี (embourgeoisement) และเลื่อนระดับชนชั้น (class mobility) เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาสำหรับ

16 นับตั้งแต่วิกฤตการเงินในปี ค.ศ. 2008 เป็นต้นมาประเด็นเรื่องความไม่เท่าเทียมกันกลายเป็นปัญหาสำคัญที่กล่าวถึงกันอย่างมากในประเทศร่ำรวย ทั้งๆ ที่นี่เป็นปัญหาของโลกมาเป็นเวลายาวนานแล้ว สหรัฐอเมริกาได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนมีมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศร่ำรวยด้วยกัน จนมีการกล่าวว่าความฝันอเมริกันเป็นไปได้ในเหล่าประเทศสแกนดิเนเวียมากกว่าสหรัฐอเมริกา ช่องว่างระหว่างคนรวยและคนระดับกลางก็ยิ่งห่างกันมากขึ้น เสรีนิยมใหม่ตกเป็นจำเลยสำคัญ ผลงานเรื่องความไม่เท่าเทียมกันและการเลื่อนฐานะทางชนชั้นถูกหยิบยกขึ้นมา จนสามารถกลายเป็นหนังสือขายดิบขายดี เช่น *Capital in the Twenty-First Century* (2013) โดย Thomas Piketty ก่อนที่จะถูกแปลจากภาษาฝรั่งเศสมาเป็นภาษาอังกฤษในปี ค.ศ. 2014 และภาคภาษาไทย Thomas Piketty, *Capital in the Twenty-First Century*, translated by Arthur Goldhammer, (Cambridge: Harvard University Press, 2014); Anthony Atkinson, *Inequality: What Can Be Done?*, (Cambridge: Harvard University Press, 2018); Branko Milanovic, *Global Inequality: A New Approach for the Age of Globalization*, (Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 2018).

17 นับตั้งแต่คำอธิบายของ Karl Marx ต่อพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ในลักษณะของการแบ่งขั้วทางชนชั้น (class polarization) ความพยายามในการปฏิเสธเรื่องนี้มีมาตลอดทั้งในหมู่มาร์กซิสด้วยกันเองไล่มาจนถึงพวกที่ปฏิเสธข้อเสนอนี้

18 สำหรับความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปของชนชั้นกลาง ดู Dror Wahrman, *Imagining the Middle Class The Political Representation of Class in Britain, c. 1780–1840,* (Cambridge: Cambridge University Press, 1995)

ผู้ที่ครองอำนาจมากกว่าการปฏิวัติล้มล้างโครงสร้างดั้งเดิม

เส้นทางของการไต่เต้าทางชนชั้นเพื่อขยับเป็นชนชั้นกลางแล้วขยับขึ้นไปเป็นอีกชนชั้นสูงเป็นความฝันของผู้คนจำนวนมาก ชีวิตต้องมีความหวังจึงเป็นคาถาสำคัญ ในการที่จะเลื่อนฐานะทางชนชั้นทุกๆ คน (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเหล่าผู้คนที่ยากจนจนไม่มีอะไรจะเสีย) ต่างก็ต้องพร้อมที่จะเสี่ยงและแบกรับความเสี่ยงได้ พร้อมๆ กันนั้นทุกๆ คนจะเป็นผู้ประกอบการได้ เช่น ศิลปินจะต้องฝึกฝนตนเองเพื่อที่จะเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น สิ่งที่กล่าวมานี้เป็นศรัทธา (faith) ต่อพัฒนาการของระบบทุนนิยม ศรัทธาที่มีต่อตัวเองและระบบทุนนิยมว่าจะนำพาชีวิตที่มีแสงสว่างอยู่ที่ปลายอุโมงค์ ศรัทธาที่มีต่อระบบทุนนิยมย่อมทำให้ความฝันของฝ่ายต่อต้านว่าทุนนิยมจะถูกทำลายกลายเป็นความผิดหวัง

ความหวังในการล่มสลายของระบบทุนนิยมตามเส้นทางของพัฒนาการทางวัตถุนิยมทางประวัติศาสตร์ (historical materialism) ไปสู่สังคมคอมมิวนิสต์ที่หลอกหลอนผู้คนมาตลอดระยะเวลากว่าหนึ่งร้อยปีจบลงด้วยการพังทลายของกำแพงเบอร์ลิน ในทศวรรษที่ 1990 ประโยคที่กล่าวว่า “ไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากระบบทุนนิยม” (There is no alternative)(TINA) ภายใต้อุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ (neoliberalism) ดังกึกก้องมากขึ้นกว่าเดิม วิถีแห่งโลกาภิวัตน์ที่เดินบนเส้นทางของเสรีนิยมใหม่ที่ให้ความสำคัญกลไกตลาดเสรีเกือบจะเรียกได้ว่าเป็นฉันทานุมัติ (consensus) ของโลก[19] ความคาดหวังที่จะให้ทุนนิยมล้มสลายเป็นความหวังของนักคิดจำนวนหนึ่งในศตวรรษที่สิบเก้าและยี่สิบ ถึงแม้ว่าคำถามนี่จะอ่อนกำลังไปอย่างมากในปลายศตวรรษที่ยี่สิบเป็นต้นมา แต่ความหวังยังคงเป็นสิ่งสำคัญในชีวิต ศาสนาทำให้ชีวิตมีความหวัง สำหรับนักเศรษฐศาสตร์ Joseph Schumpeter (1883–1950) “ลัทธิมาร์กซิสเป็นศาสนาอย่างหนึ่ง”[20] ความหวังทำให้ทุกๆ ฝ่ายคิดว่าเวลาอยู่ข้างตนเอง เช่น เข็มนาฬิกาเดินไปยังฝั่งของตัวเอง (time is on my side) เป็นต้น

ถ้าย้อนกลับไปในครึ่งแรกของศตวรรษที่ยี่สิบ คำถามว่าทุนนิยมจะพังทลายหรือไม่นั้นยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดการปฏิวัติรัสเซีย นักเศรษฐศาสตร์ Joseph Schumpeter ได้ถามคำถามนี้ในหนังสือ *Capitalism, Socialism, and Democracy* (1942) “ทุนนิยมจะไปรอดหรือไม่?” ถึงแม้ว่าด้วยความเป็นอนุรักษ์นิยม Schumpeter จะไม่ได้นิยมสังคมนิยมและไม่เห็นด้วยกับแนวทางของการต่อสู้ทางชนชั้นและสนับสนุนทุนนิยมอย่างเต็มที่ก็ตาม คำตอบก็คือ “ไม่”[21] แต่ทุนนิยมก็ยังไม่ได้ถูกทำลาย ในความเห็นของ Schumpeter

19 กรอบความคิด ‘Washington Consensus’ นำเสนอโดย John Williamson ในปี ค.ศ. 1989 เพื่อให้องค์กรระหว่างประเทศ เช่น World Bank IMF ฯลฯ นำไปใช้กำกับเหล่าประเทศยากจนทั้งหลาย เช่น การยกเลิกรัฐวิสาหกิจ หรือ ‘privatization’ เป็นต้น

20 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, Third Edition, (New York: HarperPerennial, 1950), p. 5.

21 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, p. 61.

ทุนนิยมเป็นกระบวนการวิวัฒนาการ (evolution process) ที่เต็มไปด้วยการปรับตัว ทุนนิยมไม่ได้เป็นอะไรที่หยุดนิ่ง (stationary)[22]

> แรงขับ (impulse) พื้นฐานที่กำหนดและรักษา (keep) จักรกลทุนนิยมให้ขับเคลื่อนมาจากสินค้าอุปโภคบริโภคใหม่ๆ วิธีการผลิตแบบใหม่ๆ หรือจะเป็นการขนส่งแบบใหม่ๆ ตลาดใหม่ๆ รูปแบบองค์ใหม่ๆ ที่กิจการของระบบทุนนิยม (capitalist enterprise) สร้างขึ้นมา[23]

ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ได้มาจากนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลง ของเก่าๆ จะถูกทิ้งไว้ข้างหลัง สิ่งใหม่ๆ จะเข้ามาแทนที่ สิ่งใหม่จะทำลายของเก่า ส่วนของเก่าๆ ถูกทำลายทิ้งไปเพื่อทำให้สิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นมาได้ การทำลายอย่างสร้างสรรค์หรือการปฏิวัติไปเรื่อยๆ (continuous revolution) แสดงถึงหัวใจสำคัญของระบบทุนนิยม

> การปฏิวัติอย่างต่อเนื่อง ภายในโครงสร้างเศรษฐกิจเองจะต้องทำลายของเก่าตลอดเวลา แล้วสร้างสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดด้วย กระบวนการทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์ (creative destruction) คือข้อเท็จจริงสำคัญ (essential fact) ของทุนนิยม[24]

กระบวนพัฒนาของระบบทุนนิยมที่ดำเนินการผ่านยุทธศาสตร์ทางธุรกิจ (business strategy) ใช้ระยะเวลายาวนานกว่าที่จะเป็นรูปเป็นร่าง การแข่งขันที่สำคัญคือการแข่งขันกัน

22 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, p. 82 ประเด็นนี้ Schumpeter เห็นว่า Karl Marx ก็คิดถึงเรื่องวิวัฒนาการของระบบทุนนิยม กรอบความคิดที่ดูจะให้ความสำคัญในช่วงเวลายาวๆ ของ Schumpeter แตกต่างไปจากแนวทางเศรษฐกิจที่ต้องตอบปัญหาเฉพาะหน้าแบบ Keynesian แนวทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่สอดคล้องไปกับกลไกคะแนนเสียงของการเลือกตั้ง ภูมิหลังความแตกต่างทางชนชั้นระหว่าง John Maynard Keynes (1883-1946) และ Joseph Schumpeter เป็นสิ่งที่สำคัญมากระหว่างคนที่มาจากจากชนชั้นที่แตกต่างกันมาก ชีวิตของ Schumpeter เต็มไปด้วยความผันผวนทั้งในระดับครอบครัวที่เติบโตมาจากชนชั้นธรรมดา ชีวิตส่วนตัว เช่น เมียและลูกตาย การเมืองของออสเตรียก่อนกองทัพนาซีผนวกไปจนถึงการอพยพโยกย้ายไปตามเมืองต่างๆ จนไปสอนหนังสืออเมริกา เมืองใหญ่เก้าเมืองที่ต้องโยกย้าย พร้อมๆ กันกับการย้ายบ้านยี่สิบสามครั้ง ภูมิหลังเหล่านี้ทำให้ Schumpeter แตกต่างไปจากคนชนชั้นสูงแบบ Keynes ดู Thomas K. McCraw, *Prophet of Innovation Joseph Schumpeter and Creative Destruction*, (Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2007), pp. 466-468.

23 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, p. 82.

24 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, p. 83.

ในด้านนวัตกรรมที่ทำลายล้างของเก่าๆ ด้วยการนำเสนอของใหม่โดยฝีมือของผู้ประกอบการ ใครจะเป็นผู้ทำลายหรือใครจะเป็นผู้ถูกทำลายดำเนินไปผ่านการแข่งขันในตลาด เพียงแต่การแข่งขันจะดำเนินไปพร้อมกันกับการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ รูปแบบองค์ใหม่ๆ ฯลฯ การนำเสนอสิ่งใหม่ๆ เพื่อทำลายล้างของเก่าหรือ "การทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์จะต้องทำอย่างสม่ำเสมอ" (perennial gale of creative destruction)[25] เสถียรภาพของระบบทุนนิยมเป็นสิ่งที่หาไม่ได้ เพราะเมื่อต้องสร้างสิ่งใหม่ๆ ระบบทุนนิยมต้องทำลายล้างของเก่าเสมอ การทำลายและการสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ดำรงอยู่ภายในคู่กันภายในที่ถูกทำให้เป็นจริงในตลาดด้วยผู้ประกอบการ

III

รากฐานความคิดของผู้ประกอบการที่เป็นทั้งผู้ทำลายและผู้สร้างมีฐานมาจากความคิดเรื่อง 'daemon'[26] ในกรอบคิดแบบกรีกโบราณอำนาจของ 'daemon' ของการเป็นผู้ประกอบการแสดงพลังที่ไม่ใช่ทั้งมนุษย์และเทพเจ้า พลังที่กล่าวได้อีกแบบหนึ่งก็คือผู้ที่ไม่ได้อยู่ในโลกนี้ คนแบบนี้ไม่ได้อยู่ทั้งในวิถีทางโลกหรือวิถีแห่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สถานะของ '*daemon*' เป็นสถานะที่ไม่ได้อยู่ที่ไหน สถานะที่ไม่ใช่มนุษย์ชายขอบ (marginal) เพราะการเป็นชายขอบบ่งบอกถึงความสัมพันธ์กับภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัมพันธ์กับความเป็นศูนย์กลาง สถานะมนุษย์ชายขอบเป็นการถูกผลักออกไปจากการเป็นศูนย์กลาง เพียงแต่ '*daemon*' มักจะเป็นศูนย์กลางในตัวเองมากกว่าที่จะยอมให้อะไรอื่นๆ เป็นศูนย์กลาง การเป็นศูนย์กลางก็คือการเป็นผู้ทำลาย/สร้างสรรค์มากกว่าที่จะเป็นผู้ที่ถูกทำลาย ทางเลือกจึงอยู่ที่ว่าจะเป็นผู้ทำลายหรือจะเป็นผู้ถูกทำลาย

---

25 Joseph Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, pp. 83–84.

26 รากฐานความคิดเรื่องการทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์ (creative destruction) เป็นความคิดที่ปรากฏอยู่ในกลุ่มนักประวัติศาสตร์ธุรกิจของมหาวิทยาลัย Harvard นักประวัติศาสตร์ธุรกิจ Fritz Aldrich ผู้พิจารณาสถานะของผู้ประกอบการในรูปแบบของพลังแบบ 'daemonic' ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของ Thorstein Veblen (1857–1929) ในงาน *Theory of Business Enterprise* (1904) สถานะของผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ทำลายล้างและสรรค์สร้างตามนัยของคำ 'daemonic' จากกรีกโบราณที่ทรงอิทธิพลอย่างมากในระบบความคิดของโลกตะวันตก รากฐานความคิดเรื่อง 'daemonic' ที่ไม่ใช่เทพเจ้าหรือมนุษย์ในความคิดของกรีกโบราณนั้นแสดงคุณสมบัติของ 'irrationality' ความคิดสร้างสรรค์ ไล่ไปจนถึงการทำลายล้าง กรอบความคิดเรื่องทำลายล้างและสร้างสรรค์ยังพบได้จากความคิดเรื่อง 'Daemonic' ของนักเทววิทยาอย่าง Paul Tillich (1886–1965) ชาวเยอรมันที่อพยพมาอยู่อเมริกา จนในที่สุดก็มาสอนที่ Harvard Divinity School ในเรื่อง 'the dialectics of daemonic' ความคิดของ Aldrich และ Schumpeter ใกล้เคียงกันในเรื่องผู้ประกอบการในฐานะผู้สร้างสรรค์และทำลายล้าง โดยรากฐานความคิดที่สำคัญทางเศรษฐกิจในฐานะที่เป็นทั้งทำลายล้างและสร้างสรรค์ยังมีฐานคิดมาจากนักเศรษฐศาสตร์และสังคมวิทยาเยอรมัน Werner Sombart (1863–1941) ผู้เห็นว่าการทำลายล้างจะทำให้เกิด "จิตวิญญาณแห่งการสร้าง" (spirit of creation) ฐานความคิดแบบนี้ปรากฏให้เห็นได้จากความคิดของ Friedrich Nietzsche ดู Robert Fredona & Sophus A. Reinhart, "The Harvard Research Center in Entrepreneurial History and the Daimonic Entrepreneur", History of Political Economy, Vol. 49, Issue. 2 (June, 2017), pp. 267–314.

พลังของนวัตกรรมที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์โดยผู้ประกอบการนั้นพร้อมเสมอที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความมั่งคั่งหรือเป็นผู้ล้มละลาย ระยะเวลาเท่านั้นที่จะเป็นเครื่องพิสูจน์ เพียงแต่ระยะเวลายาวขนาดไหนที่จะเป็นเครื่องพิสูจน์เป็นเรื่องของต้นทุน ใครจะเป็นผู้มีทุนและเวลามากพอคือผู้ที่จะอยู่ได้นาน? ดังที่ได้กล่าวมาแล้วใครที่เป็นฝ่ายล้มหายตายจากไปถูกประวัติศาสตร์ตราหน้าและบดขยี้ไปให้หายไปจากความทรงจำ นวัตกรรมของผู้ประกอบการถูกผนวกรวมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความศรัทธาที่มีต่อเทคโนโลยีเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ เส้นทางพัฒนาการที่เชื่อในความก้าวหน้า (progress) เพื่อมุ่งไปสู่ข้างหน้าจำเป็นที่จะต้องทิ้งของเก่าเอาไว้เบื้องหลัง นวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่มุ่งไปสู่โลกอนาคตมากกว่าอดีตจึงต้องสิ่งของรุ่นเก่าๆ ไว้ข้างหลังตลอด นวัตกรรมไม่ได้นำมาซึ่งประโยชน์ให้กับทุกๆ คน แต่จะมีใครบางคนหรือบางกลุ่มเท่านั้นที่ได้ประโยชน์ เช่น คนหนุ่มสาว เป็นต้น

สำหรับสังคมแบบดั้งเดิมสิ่งใหม่ๆ ไม่ได้เป็นสิ่งที่น่าชื่นชมเสมอไป อย่างน้อยๆ ที่สุดในมิติของอนุรักษ์นิยมแล้วนวัตกรรมและความคิดใหม่ๆ บางอย่างย่อมไม่ใช่สิ่งที่พึงประสงค์ ในสังคมจารีต (tradition) ที่ยึดมั่นสิ่งเดิมๆ หรือผู้เป็นเจ้าตลาดอยู่แล้วย่อมไม่ปรารถนาจะให้มีนวัตกรรม การสร้างสิ่งใหม่ๆ ย่อมไม่ใช่ของแปลก กรีกโบราณมีความคิดเรื่อง '*kaitonomia*' อันแสดงนัยของการมีระเบียบทางการเมืองใหม่ *kainos* = ใหม่ *tom* = ตัดขาด แต่การจะมีระเบียบทางการเมืองแบบใหม่ย่อมเป็นอะไรที่ชนชั้นที่ครองอำนาจอยู่ไม่พึงประสงค์

ในโลกละติน (Latin) กรอบความคิดเรื่องนวัตกรรมจะเป็นสิ่งที่มีมานานตั้งแต่ประมาณศตวรรษที่สามหรือที่สี่ โดยมีการกล่าวถึง 'in-novo' อันหมายถึงการทำใหม่ เพียงแต่การทำใหม่ในที่นี้เป็นการย้อนกลับจุดเริ่มต้นหรือจุดที่ยังคงความบริสุทธิ์ (purity) จุดเริ่มต้นของคริสต์ศาสนาคือพระผู้เป็นเจ้าผู้บริสุทธิ์ เพราะฉะนั้นลักษณะของ 'in-novo' เป็นการกลับที่เริ่มแรก การกลับเป็นสู่ของเก่าจึงเป็นการทำอะไรที่ 'in-novo' หรือ "ใหม่"

ในราวศตวรรษที่สิบหกเมื่อมีการปฏิรูปศาสนา (Reformation) ในยุโรป นวัตกรรมเริ่มเป็นคำที่ปรากฏให้เห็นมากขึ้น ความเข้าใจที่มีต่อคำอย่างนวัตกรรมเป็นไปในทางลบ นวัตกรรมเป็นอะไรที่เลวร้าย นวัตกรรมเป็นคำต้องห้าม เนื่องจากการปฏิรูปเป็นสิ่งต้องห้ามโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสายตาของคาธอลิก โดยพวกต่อต้านโปรเตสแต้นท์ (Counter Reformation) เป็นพวกที่ต้องการพาทุกคนกลับไปอยู่ภายใต้อำนาจของพระสันตปะปา ในราวศตวรรษที่สิบเก้าความพยายามในการล้มล้างโครงสร้างสังคมก็ยังเป็นเรื่องนวัตกรรม ความหมายในทางลบของนวัตกรรมใช้กันมาจนถึงปลายศตวรรษที่สิบเก้า ถึงแม้ว่านวัตกรรมในฐานะอะไรที่เป็นบวกหรือเป็นประโยชน์นั้นจะเริ่มในราวศตวรรษที่สิบเก้า ความชัดเจนในทางบวกของนวัตกรรมปรากฏในศตวรรษที่ยี่สิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา[27]

27 Benoît Godin, *Innovation A Conceptual History of an Anonymous Concept*, Working Paper No. 21. http://www.csiic.ca/PDF/WorkingPaper21.pdf.

นวัตกรรมถูกยกระดับให้กลายเป็นความภาคภูมิใจของประเทศ ดังจะเห็นได้จากดัชนีชี้วัดว่าประเทศไหนมีนวัตกรรมสูง เช่น ในยุโรปก็ได้แก่สวิสเซอร์แลนด์ สวีเดน ในเอเชียก็ได้แก่เกาหลีใต้ สิงคโปร์ เป็นต้น ตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมานวัตกรรมแนบแน่นกับเศรษฐกิจ ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 เป็นต้นมานวัตกรรมกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (modernization) ในประเทศยากจนเป็นสิ่งที่แยกจากกันได้ยาก นวัตกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรมทำให้การวิจัยและพัฒนากลายมาเป็นคำสำคัญของประเทศ โดยมีหน่วยงานวิจัยต่างๆ เป็นขับเคลื่อนพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ มหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันแห่งการวิจัยเข้ามาแทนที่การสอน มหาวิทยาลัยแห่งการสอน (teaching university) พร้อมเสมอที่จะกลายเป็นสถาบันที่ล้าหลัง เป้าหมายที่สำคัญของมหาวิทยาลัยในกรอบเสรีนิยมใหม่คือพัฒนางานวิจัยทางด้านเทคโนโลยีเพื่อไปใช้ในอุตสาหกรรมและการพาณิชย์[28]

กระบวนการทำให้เกิดผลลัพธ์เชิงพาณิชย์ (commercialization) ของการวิจัยเป็นวิถีทางของเสรีนิยมใหม่ การวิจัยจะต้องมีจุดหมายอยู่ที่ตลาด การวิจัยมีเป้าหมายระยะยาวเพื่อทำให้เกิดผลกำไร กรอบความคิดอรรถประโยชน์นิยม (utilitarianism) สถิตอยู่ในการศึกษาวิจัย จากประโยค “ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ” แสดงว่างานวิจัยเป็นต้นแบบอันหนึ่งของการฝึกฝนเพื่อคาดการณ์ได้ว่าประโยชน์อะไรจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งประโยชน์ที่จะได้จากการนำงานวิจัยไปต่อยอดสำนึกที่จะต้องมองไปสู่อนาคตข้างหน้าว่าจะได้อะไรเสียอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เป้าหมายในอนาคตที่สำคัญของนวัตกรรมคือการมีผลกำไร การไม่ขาดทุนและมีกำไรเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินชีวิตภายใต้อุดมการณ์ตลาดที่ทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้นภายใต้การขับเคลื่อนของอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่

ทุกๆคนสมควรมีอัตตาแบบผู้ประกอบการ (entrepreneur self)[29] อัตตาเต็มเปี่ยมไปด้วยความมั่นใจและพร้อมเสมอที่จะเสี่ยง เมื่อทุกๆ อณูของสังคมจะต้องอยู่ภายใต้สำนึกว่าตัวเองเป็นมนุษย์เศรษฐกิจ (homo economicus) อรรถประโยชน์ เช่น ผลกำไร ฯลฯ ย่อมเป็นเป้าหมายสำคัญ การเป็นมหาวิทยาลัยผู้ประกอบการ (entrepreneurial university)[30] และนักวิชาการประกอบการ (academic entrepreneur) เป็นรูปแบบสำคัญของมหาวิทยาลัยที่เสรีนิยมใหม่

28 นับตั้งแต่ครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบเก้าเป็นต้นมามหาวิทยาลัยหันเหไปตอบสนองต่ออุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และการพัฒนาเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา ในปลายศตวรรษที่สิบเก้าเมื่อสหรัฐอเมริกาขยายอำนาจเป็นจักรวรรดินิยมทำให้ความต้องการเทคโนโลยีทางการทหารเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนถึงสงครามโลกครั้งที่สอง มหาวิทยาลัยได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยีทางการทหารเต็มตัว เช่น Manhattan Project กับการสร้างระเบิดปรมาณู สายสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย อุตสาหกรรม และการทหารมีความชัดเจนมากขึ้น หลังสงครามโลกครั้งที่สองคำอย่าง Military-Industrial Complex กลายมาเป็นคำยอดนิยม

29 Ulrich Brockling, *The Entrepreneurial Self Fabricating a New Type of Subject*, (London: Sage Publications, 2015)

30 Holden Thorp & Buck Goldstein, *Engines of Innovation The Entrepreneurial University in the Twenty-First Century*, (Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2010).

ตั้งเป้าไว้[31] การแสวงหาประโยชน์จึงเป็นหนึ่งในเป้าหมายที่สำคัญ เพียงอรรถประโยชน์ไม่ได้เกิดขึ้นจากการขายแรงงานสอนหนังสือ เงินเดือนของนักวิชาการมหาวิทยาลัยจึงไม่ได้สำคัญเท่ากับค่าลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ฯลฯ ที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนางานวิจัยไปสู่ตลาด สถานะของมหาวิทยาลัยก็ไม่ได้แตกต่างกัน

นวัตกรรมไม่เพียงแต่เป็นหมุดหมายของสภาวะสมัยใหม่เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องหมายของอำนาจและความมั่งคั่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนวัตกรรมกลายมาเป็นจักรกลสำคัญทางเศรษฐกิจ[32] รัฐจำเป็นต้องผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและผู้ประกอบการ บทบาทสำคัญในการทำให้นวัตกรรมสามารถเกิดรายได้หรือทำเงินมาจากผู้ประกอบการ เช่น การจ้างงาน ฯลฯ นวัตกรรมจึงต้องมีความหมายเชิงพาณิชย์ โดยมีจุดหมายที่จะทำให้เกิดผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม (innovative entrepreneur) ทั้งนี้รัฐประชาชาติเองจำเป็นที่จะต้องสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมภายใต้ระบบนวัตกรรมแห่งชาติ (national innovation system)

ความต้องการให้ประเทศมีนวัตกรรมกลายมาเป็นโครงสร้างสำคัญของกลุ่มประเทศ OECD รัฐประชาชาติอื่นๆ ก็ต้องการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (creativity) ประโยชน์ที่ได้รับจากการประกอบการระดับเล็กๆ หรือระดับกลางจะได้มากกว่าแบบอื่นๆ บริษัทที่ประกอบธุรกิจแล้วเจริญเติบโตสูงมากๆ มักจะอยู่ในสัดส่วนต่ำประมาณ 2-6%[33] ดังนั้นโครงสร้างที่เอื้ออำนวยให้เกิดนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการจึงต้องการการสนับสนุนจากรัฐ การสนับสนุนระยะสั้นๆ เช่น เงินกู้จุลภาค (microfinance) ไม่ได้ช่วยกำกับดูแลอะไรได้[34] การสนับสนุนจึงต้องเป็นในระยะยาว ทั้งเส้นทางความคิดสร้างสรรค์ต้องการการพัฒนาไปสู่นวัตกรรมที่เป็นตอบรับของตลาดนั้นมีระยะทางไกลมาก

สำหรับผู้ประกอบการนวัตกรรมไม่จำเป็นต้องยึดโยงหรือติดกับบริษัทใดๆ แต่ยังสามารถที่จะพัฒนาบริษัทตัวเองขึ้นมา เพียงแต่โอกาสที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ

---

31 Thomas Åsterbo, Serguey Branguinsky, Pontus Braunerhjelm and Anders Broström, "Academic Entrepreneurship: The Bayh-Dole Act Versus The Professor's Privilege", *ILR Review*, Vol. 72, Issue. 5 (2019), pp. 1094-1122.

32 ภายใต้ชุดความคิดของพลังแห่งนวัตกรรมในการพัฒนาไปสู่ตลาดแบบ "วิจัยและพัฒนา" (research & development) ทำให้ผลงานของ Joseph Schumpeter กลายมาเป็นผลงานชิ้นสำคัญที่นักเศรษฐศาสตร์มักจะอ้างอิง ในขณะที่ Benoît Godin กลับเห็นว่าการให้ความสำคัญกับ Joseph Schumpeter ในเรื่องของนวัตกรรมไม่ถูกต้อง เพราะประเด็นของ Schumpeter นั้นไม่ใช่เรื่องของนวัตกรรม แต่เป็นสิ่งประดิษฐ์ (invention) นวัตกรรมของ Schumpeter ไม่ได้มีขั้นตอนของการแพร่กระจาย (diffusion) แต่กระโดดไปสู่ตลาดเลย ดู Benoît Godin, "Invention, Diffusion, and Linear Model of Innovation: The Contribution of Anthropology to Conceptual Framework", *Journal of Innovation Economics & Management*, Vol. 15. No. 3 (2014). Pages 11-37. ดู pp. 24-25; Benoît Godin, *Models of Innovation: The History of an Idea*, (Cambridge: The MIT Press, 2017).

33 Joern H. Block, Christian O. Fisch & Mirjam van Praag, "The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship", *Industry and Innovation*, Vol. 24, No. 1 (2017), p. 62.

34 "Rethinking Microfinance," *Berkeley Economic Review*, October 11, 2018. https://econreview.berkeley.edu/rethinking-microfinance/. Accessed 15 August, 2021.

มีมากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย หนึ่งในนั้นคือบุคลิกภาพ นักประดิษฐ์ (inventor) ไม่จำเป็นต้องพึ่งพากับการจดทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) แต่เพียงอย่างเดียว แต่กล้าหาญพอที่จะหันมาเป็นผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมเสียเอง บุคลิกภาพของบุคคลนั้นๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกเส้นทางของการเป็นผู้ประกอบการ นักประดิษฐ์คิดค้นไม่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาตัวเองไปสู่ผู้ประกอบการแม้ว่าอาจจะมีโอกาส (opportunities) ก็ตาม สิ่งประดิษฐ์ยังไม่ใช่นวัตกรรม เพราะสิ่งประดิษฐ์ยังไม่ได้ส่งผลต่อวิถีชีวิตและระบบอุตสาหกรรม นวัตกรรมต้องการผู้ใช้หรือผู้บริโภค นวัตกรรมต้องการตลาดและการตลาด (marketing) เพื่อทำให้เกิดสินค้าเพื่อการบริโภค

ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องนำนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาด ผู้ประกอบการพร้อมที่จะเสี่ยงเข้าไปเปิดตลาดใหม่ๆ ด้วยความคิดใหม่ๆ ผลกำไรใหม่ๆ ที่จะได้มาจากเหล่านวัตกรรมและความคิดใหม่ๆ จนในท้ายที่สุดทำให้ผู้ครองตลาดเดิมๆ ค่อยๆ หมดความนิยมล้มหายตายจากไป การจะล้มยักษ์ใหญ่ในวงการได้ผู้ประกอบการและนวัตกรรมไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ ผู้เป็นเจ้าครองตลาดเดิมไม่พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพราะการเป็นเจ้าใหญ่ของตลาดอยู่แล้วมักจะทะนงตนว่าไม่มีใครมาล้มได้ เช่น การเปลี่ยนจากกล้องฟิล์มมาเป็นกล้องดิจิทัลจนนำไปสู่การล่มสลายของบริษัท Kodak การล่มสลายของร้านเช่าวิดีโอกับ ‘สตรีมมิ่ง’ (streaming) แบบ Netflix เป็นต้น ไม่มีอะไรที่อยู่ถาวร ทุกอย่างมีชีวิตอยู่เพียงแค่ช่วงเวลาหนึ่ง

การเป็นยักษ์ใหญ่ที่มีชื่อเสียงในวงการมักจะมีแนวโน้มที่จะจบลงด้วยความเชื่องช้าทางนวัตกรรม ถึงแม้จะไม่เชื่องช้าบริษัทที่ครองตลาดจำนวนมากก็ไม่ต้องการให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เปิดทางให้กับบริษัทใหม่ๆ เข้ามาท้าทาย ด้วยความใหญ่โตขององค์กรที่ไม่ได้แตกต่างไปจากระบบราชการ (bureaucracy) ที่ไม่สามารถขับเคลื่อนได้อย่างรวดเร็วตามพัฒนาการของเทคโนโลยีและตลาดนั้นทำให้องค์ขนาดใหญ่เหล่านี้กลายเป็นเพียงทารกที่ดูดกลืนทรัพยากรอย่างมหาศาลแต่กลับไม่ก้าวหน้า ในท้ายที่สุดบริษัทยักษ์ใหญ่ต้องล้มหายตายจากไปด้วยพลังของการทำลายล้างที่สร้างสรรค์

บนเส้นทางคล้ายคลึงกันมหาวิทยาลัยที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ (bureaucracy) ที่เน้นการวิจัยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านนวัตกรรมที่จะต้องออกสู่ตลาดจึงกลายเป็นความย้อนแย้งในตัวเอง การเป็นองค์กรขนาดใหญ่ของมหาวิทยาลัยกับการเป็น ‘มหาวิทยาลัยผู้ประกอบการ’ ที่มีความคล่องตัวในการแข่งขันทางธุรกิจกลายเป็นคำที่ขัดแย้งกันในตัวเอง เพราะอย่างน้อยๆ การบริหารงานของมหาวิทยาลัยที่มีกฎระเบียบมากมายเช่น ระเบียบการเงิน จัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น ก็ไม่สามารถที่จะทำตัวเป็น “ยูนิคอร์น” (unicorn) ที่จะเริ่มต้นอะไรใหม่ๆ ได้ กฎระเบียบมากมายขององค์กรขนาดใหญ่ในภาคธุรกิจบ่งบอกถึงความไม่ยืนหยุ่น วัฒนธรรมของบริษัทในสหรัฐอเมริกาชายฝั่งตะวันออกยังติดอยู่กับวัฒนธรรมแบบเดิมๆ เช่น ระเบียบบังคับ

บัญชา ฯลฯ ในขณะที่องค์กรธุรกิจจากชายฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา เช่น ซิลลิค่อนแวลเลย์ (Silicon Valley) ฯลฯ มีความยืนหยุ่น ไร้ระเบียบบังคับบัญชาแบบแนวดิ่ง (hierarchy) ฯลฯ

IV

ผู้ประกอบการใหม่ๆ มอบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคผ่านนวัตกรรมใหม่ๆ จนทำให้ผู้ประกอบการเก่าค่อยๆ หมดความสำคัญลงไป กระบวนการทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์ที่ Clayton Christensen (1952–2020) เรียกว่า "นวัตกรรมหักเหตลาด" (disruptive innovation)[35] เพียงแต่คำที่นักวิชาการจาก Harvard Business School เลือกใช้คำนั้นฟังดูแล้วไม่ได้น่ากลัว ความคิดอันโด่งดังของ Christensen สามารถย้อนกลับไปสู่ความคิดของ Joseph Schumpeter และสำนักประวัติศาสตร์ธุรกิจจากวิทยาลัยธุรกิจของมหาวิทยาลัย Harvard (Harvard Business School) เช่น Center for Research for Entrepreneur History (ตั้งในปี ค.ศ. 1948 ปิดตัวลงในปี ค.ศ. 1958) โดยรากฐานทางความคิดของนักเศรษฐศาสตร์คนสำคัญของศตวรรษที่ยี่สิบอย่าง Schumpeter พัฒนามาจาก Karl Marx ความคิดใหม่ๆ สามารถที่จะหยิบยืมต่อยอดกันได้เสมอโดยเส้นแบ่งทางการเมืองและเศรษฐกิจไม่ได้มีความสำคัญแต่อย่างใด นักเศรษฐศาสตร์อนุรักษ์นิยมพัฒนาความคิดมาจากฝ่ายราดิคัล (radical)

ในส่วนแรกของหนังสือ The Communist Manifesto เป็นคำประกาศที่หลอกหลอนคนทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังความสำเร็จของการปฏิวัติรัสเซีย ประโยค "ประวัติศาสตร์ทั้งหมดของสังคมที่ดำรงอยู่คือประวัติศาสตร์ของการต่อสู้ทางชนชั้น"[36] นั้นดังกึกก้องตลอดกว่าหนึ่งศตวรรษจนกระทั่งกำแพงเบอร์ลินล่มสลาย จากนั้นอีกหลายบรรทัดต่อมาก็คือประโยคที่ผู้คนมักจะอ้างถึงอยู่เสมอๆ ก็คือ "กระฎุมพีอยู่ไม่ได้ถ้าไม่ปฏิวัติเครื่องมือในการผลิต และต่อมาความสัมพันธ์ทางการผลิต และทั้งนี้ก็คือความสัมพันธ์ทั้งหมดของสังคม" ด้วย "ปฏิวัติการผลิตอยู่เสมอๆ นำไปสู่การบ่อนทำลายสภาพสังคมอย่างต่อเนื่อง จนทำให้ไม่มีความแน่นอนและความปั่นป่วนดำรงอยู่ตลอดเวลาทำให้ยุคของกระฎุมพีแตกต่างไปจากยุคอื่นๆ"

พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของ Karl Marx นั้นมีขั้นตอน การเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ของเหล่ามาร์กซิสที่เป็นกรอบคิดในการต่อสู้ทางการเมืองตั้งแต่ศตวรรษที่สิบเก้า

35 Joseph W. Bower and Clayton M. Christensen, "Disruptive Technologies: Catching the Wave", Harvard Business Review, Vol. 73, No. 1 (January–February, 1995), pp. 43–53.

36 ผู้เขียนจะไม่อ้างอิงแหล่งที่มาใดๆ เพราะ The Communist Manifesto สามารถหาจากสื่อในรูปแบบต่างๆ ได้เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง 'website' การอ้างอิงประโยคจาก The Communist Manifesto อยู่ในเครื่องหมายคำพูด แต่จะไม่มีการระบุหน้าเป็นการแปลจากภาษาอังกฤษโดยผู้เขียน สำหรับฉบับภาษาไทย เช่น คาร์ล มาร์กซ์ เฟรเดอริค เองเกลส์, คำประกาศแห่งความเสมอภาค, แปลและเรียบเรียงโดยฝ่ายสาราณียากร อ.ม.ธ. (กรุงเทพ: เจริญวิทย์การพิมพ์, 2517)

จนถึงการสิ้นสุดของสงครามเย็นก็คือการต่อสู้ทางชนชั้น (class struggle) การเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ในแบบการต่อสู้ทางชนชั้นเกิดขึ้นจากน้ำมือของมนุษย์ผู้กำหนดชะตาชีวิตตัวเองได้ (self-determination) กรอบความคิดเรื่องการต่อสู้ทางชนชั้นเหมาะสมกับการเมืองของสภาวะสมัยใหม่ที่มนุษย์จะดำรงอยู่ในฐานะของผู้กระทำที่ตัดสินใจได้ด้วยตัวผู้กระทำเอง (agency) กรอบความคิดในการให้พลังอำนาจในการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ที่เต็มไปด้วยเจตจำนง (will) ตามกรอบคิดแบบคริสต์ศาสนากลับไม่ได้ทำให้การปฏิวัติเกิดขึ้นเสมอไป ข้อจำกัดทางโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองสังคมยังคงกำหนดชีวิตและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

การเปลี่ยนแปลงประวัติศาสตร์ของ Karl Marx ไม่ได้มีแค่เรื่องของการต่อสู้ทางชนชั้น การเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ยังมีมิติของเทคโนโลยีที่กำหนดรูปแบบของความสัมพันธ์ทางสังคมหรือที่มักจะรู้จักกันในนาม “เทคโนโลยีกำหนด” (technological determinism) ผ่านข้อความ “กังหันลมให้สังคมที่มีฟิวดัลลอร์ด (feudal lord) เครื่องจักรไอน้ำให้สังคมที่มีนายทุนอุตสาหกรรม (industrial capitalist)” เทคโนโลยีมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงในระดับของพลังการผลิต (productive forces) ที่เป็นพลังสำคัญของการเปลี่ยนแปลงประวัติศาสตร์[37] โดยรูปแบบการผลิตและความสัมพันธ์ทางการผลิตแบบเก่าจะถูกทำลายโดยพลังการผลิตแบบใหม่ เครื่องจักรไอน้ำเข้ามาแทนที่กังหันลม นายทุนอุตสาหกรรมจะเข้ามาแทนที่ฟิวดัลลอร์ด พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ดำเนินไปด้วยความขัดแย้งของพลังการผลิตที่เครื่องจักรไอน้ำทำลายล้างวิถีการผลิต (mode of production) แบบฟิวดัล

การเปลี่ยนแปลงทางการผลิตหรือการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีจะดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น การผลิตของโลกอนาล็อค (analog) ถูกทดแทนด้วยดิจิตอลที่ยิ่งทำให้อำนาจของทุนนิยมและตลาด[38] โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดออนไลน์ ทรงพลังมากยิ่งขึ้น เป็นต้น ธุรกิจหน้าร้านและพื้นที่ขายของทางกายภาพ (physical space)กลายเป็นต้นทุนที่กลับนำไปสู่วิกฤติเนื่องด้วยวิกฤติ (crisis) ภายในตัวระบบเองที่เกิดขึ้นจากรูปแบบของการขายสินค้าก็จำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยน ของเก่าจำเป็นที่จะต้องถูกทำลาย การสร้างใหม่ด้วยการทำลายของเก่าเป็นพัฒนาการสำคัญของประวัติศาสตร์[39] กระบวนการทำลายล้างที่ดำเนินไปอย่างสร้างสรรค์ของ Joseph Schumpeter จึงเป็นพัฒนาการที่สร้างสรรค์และทำลายล้างความคิดของ Karl Marx จากประโยค “กระฎุมพีอยู่ไม่ได้ถ้าไม่ปฏิวัติเครื่องมือในการผลิต” เพียงแต่การปฏิวัติทางเทคโนโลยีก็ทำให้การผูกขาดของบรรษัทใหญ่ด้านดิจิตอลทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

37 ดู G. A. Cohen, *Karl Marx's Theory of History: A Defence*, (Princeton: Princeton University Press, 1978).

38 Dan Schiller, *Digital Capitalism Networking the Global Market System*, (Cambridge: MIT Press, 1999).

39 ดูReinhart Koselleck, *Critique and Crisis Enlightenment and the Pathogenesis of Modern Society*, (Cambridge: MIT Press, 1988). Reinhart Koselleck, “Crisis”, translated by Michaela W. Richter, *Journal of the History of Idea*, Vol. 67, No. 2 (April, 2006), pp. 357–400.

ระบบทุนนิยมไม่เพียงแต่ปฏิวัติความคิดและการผลิต ความคิดที่เป็นประโยชน์ทางธุรกิจของระบบทุนนิยมถูกพัฒนาขึ้นมาจากนักคิดที่เป็นศัตรูต่อต้านระบบทุนนิยม ศัตรูจึงมอบ "ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ" ให้กับระบบทุนนิยมเสมอ เช่น รูปภาพนักปฏิวัติ Che Guevara ถูกนำมาใช้ประกอบการโฆษณาสินค้าได้เสมอ เป็นต้น การปรับเปลี่ยนเป็นหัวใจสำคัญของระบบทุนนิยม การปรับตัวของระบบทุนนิยมไม่มีความจำเป็นใดๆ ที่จะต้องคิดว่ากรอบความคิดเหล่านี้เป็นของฝ่ายตรงข้าม การนำมาใช้ประโยชน์ไม่ได้ส่งผลว่าจะทำให้เกิดความไม่บริสุทธิ์ (impurity) ทางความคิด ความไม่คงเส้นคงวาทางตรรกะ ฯลฯ การปรับเปลี่ยนความคิดของฝ่ายต่อต้านให้มาเป็นประโยชน์ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรม ทุนนิยมจึงเต็มไปด้วยวิถีแห่งการมองโลกที่มีความหวังมากกว่าที่จะหมดหวัง

ความคิดของผู้ต่อต้านถูกปรับเปลี่ยนพัฒนาให้กลายมาเป็นประโยชน์แก่วงการธุรกิจและวิทยาลัยธุรกิจของสถาบันการศึกษาชั้นนำของระบบทุนนิยมแองโกล-อเมริกัน (Anglo-American capitalism) ทั้งๆ ที่ตัว Joseph Schumpeter เองก็ไม่คิดว่าทุนนิยมจะไปรอดเพียงแต่ภายใต้สำนึกแห่งการมองโลกในแง่ดีที่ทุนนิยมได้รับมาจากคริสต์ศาสนาก็พร้อมเสมอที่จะปรับเปลี่ยนทุกสิ่งทุกให้เป็นสิ่งที่มีมูลค่าและเป็นประโยชน์ การปรับตัวของสิ่งมีชีวิตตามกรอบคิดแบบลัทธิดาร์วิน (Darwinism) ในครึ่งหลังของศตวรรษที่สิบเก้าจึงได้กลายมาเป็นคาถาสำคัญของระบบทุนนิยม การปรับตัวคือหัวใจสำคัญของผู้ประกอบการในระบบทุนนิยม เส้นทางความคิดจาก Karl Marx มาสู่ Joseph Schumpeter มาถึง Clayton Christensen เดินทางมานานนับศตวรรษ[40] แต่กาลหรือเวลาได้บ่อนทำลายทุกสิ่งทุกอย่างให้เกิดนวัตกรรมทางความคิดที่กลับหัวกลับหางจากความล่มสลายของระบบทุนนิยมให้กลายมาเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนทุนนิยม

V

พลังขับเคลื่อนของทุนนิยมที่ต้องการปฏิวัติและมีนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลาทำให้ระบบฟิวดัล (feudal) กลายเป็นระบบที่ล้าหลังและไร้ซึ่งประสิทธิภาพ หลังจากความเสื่อมและถดถอยของระบบอภิสิทธิ์ชน (aristocracy) ศิลปะในฐานะสิ่งของที่มีมูลค่าของสังคมฟิวดัลและสังคมอภิสิทธิ์ชนถูกดูดกลืนให้เป็นส่วนหนึ่งของกลไกตลาดและระบบทุนนิยม เช่น ศิลปินดัตช์ในยุคทองอันเป็นสมัยของสาธารณรัฐดัตช์ (Dutch Republic) (ค.ศ. 1588–1795) ขายผลงานในตลาดมากกว่าที่จะพึ่งพากลไกอุปถัมภ์ เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะมีสมาคมวิชาชีพหรือกลุ่มในพื้นที่ประชาสังคม (civil society) รองรับเอาไว้เป็นตาข่ายควบคุมและปลอดภัย (safety net) ก็ตาม

40 Gordon Liversidge, "Christensen's Disruptive Innovation and Schumpeter's Creative Disruption", https://core.ac.uk/download/pdf/233601003.pdf. Accessed 1 August 2021.

ในศตวรรษที่สิบเก้าด้วยการขยายตัวของกลไกตลาดผลงานศิลปะจำเป็นต้องมีพ่อค้าศิลปะ (art dealer) ที่ขายสินค้าแบบศิลปะเคียงคู่ไปกับข้าวของเครื่องใช้อื่นๆ เช่น เครื่องเพชร เฟอร์นิเจอร์ ถ้วย โถ ฯลฯ ส่วนนักประพันธ์เพลง (composer) ที่ไม่มีผู้อุปถัมภ์ก็ต้องมีพ่อค้าที่เปิดร้านขายโน้ตเพลงเพื่อทำให้นักดนตรีมีรายได้ พ่อค้าศิลปะสามารถที่จะให้เงินเดือนสนับสนุนศิลปิน พ่อค้าจะต้องทำตัวเป็นผู้คอยให้การสนับสนุนและแนะนำลูกค้าว่างานศิลปะของศิลปินหน้าใหม่เหล่านี้น่าสนใจอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้คนที่สนใจในศิลปะ หน้าร้านและร้านที่จะนำเสนอผลงานวัตถุศิลปะจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ศิลปินมักจะไม่มีความสามารถในการขายงานของตัวเองโดยปราศจากผู้สนับสนุน ศิลปินต้องการเครือข่าย (network) มากกว่าการดำรงชีวิตอยู่คนเดียว ศิลปินที่ต้องการขายงานของตัวเองต้องการคนอื่นๆ ในการทำให้มีชีวิตรอด ทั้งนี้การจะเป็นผู้ประกอบการทางศิลปะได้ก็จำเป็นที่จะต้องมีสายสัมพันธ์กับลูกค้า ความรอบรู้และรอบด้านของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งจำเป็นโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นกิจการของตัวเอง คนที่มีรสนิยมและประสบการณ์การทำงานที่หลากหลายก็ยิ่งช่วยทำให้ง่ายต่อการเป็นผู้ประกอบการ ถึงแม้ว่าคนที่มีประสบการณ์การทำงานที่หลากหลายมักจะมาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย[41]

โดยทั่วๆ ไปในประวัติศาสตร์ผู้คนที่ซื้อและขายงานศิลปะจำนวนมากมักจะไม่ใช่ชนชั้นล่าง เช่น Giovanni Battista Della Palla (1489-1532) ผู้สืบเชื้อสายมาจากพ่อค้าเครื่องเทศและมีบทบาทในเมืองฟลอเรนซ์ ผู้เป็นคนจัดหางานศิลปะให้ Francis I แห่งฝรั่งเศส (1494-1547) เครือข่ายและสายสัมพันธ์ (connection) ทางชนชั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในขณะที่ประติมากรอย่าง Baccio Bandinelli (1488-1560) ยังเป็นพ่อค้าขายงานศิลปะไปในตัว ในศตวรรษที่สิบห้าและสิบหกตัวประติมากรเองก็นิยมที่จะทำตัวเป็นพ่อค้าขายงานศิลปะด้วย[42] ในศตวรรษที่สิบเก้าพ่อค้าศิลปะ Paul Durand-Ruel (1831-1922) ผู้สนับสนุนศิลปินอิมเพรสชั่นนิสม์ (Impressionism) ตั้งแต่ Claude Monet (1840-1926) ไปจนถึง Pierre August Renoir (1841-1919) เป็นต้น สำหรับในศตวรรษที่ยี่สิบก็ได้แก่ พ่อค้าศิลปะผู้มีชื่อเสียงอย่าง Joseph Duveen (1869-1939) หรือ Baron Duveen ผู้มีลูกค้าอย่าง William Randolph Hearst (1863-1951) J. P. Morgan (1837-1913) John D. Rockefeller (1839-1937) ส่วน Ambroise Vollard (1866-1939) และ Daniel-Henry Kahnweiler (1884-1979) ต่างก็เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขายงานของ Pablo Picasso (1881-1973)[43] ความสำเร็จของศิลปินจึงขึ้นอยู่กับพ่อค้า

41 Thomas B. Astebro & Peter Thompson, "Entrepreneurs: Jacks of All Trades or Hobos?", *Research Policy*, Vol. 40, Issue. 5 (June, 2011), pp. 637-649.

42 Caroline Elam, "Art in the Service of Liberty: Battista della Palla, Art Agent for Francis I", *I Tatti Studies in the Italian Renaissance*, Vol. 5 (1993), p. 55

43 Edward Winkelman, "A Brief History of Art Dealing", https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-history-art-dealing. Accessed 12 May 2021.

ศิลปะและอื่นๆ ที่สนับสนุนผลงานของศิลปินตามสังกัดและสถาปนารสนิยม (taste) แบบใหม่ๆ

สำหรับผู้ประกอบการที่เป็นศิลปินก็ไม่ได้แตกต่างไปจากอาชีพอื่นๆ ที่ยังไม่พร้อมในด้านทุน เพียงแต่อาชีพศิลปินอาจจะมีความเป็นอิสสระ แม้ว่าหลายต่อหลายคนจะต้องมีสังกัดก็ตาม ในขณะเดียวกันในศตวรรษที่ยี่สิบเอ็ดศิลปินไม่ได้เหมือนกับคนที่ถูกฝึกฝนมาจากสาขาวิชาแบบ STEM (Science Technology Engineering Mathematics) ทำให้โอกาสเข้าสู่ตลาดแรงงานมีน้อย หนทางของการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นทางเลือกภายใต้ข้อจำกัดของตลาดแรงงาน แต่ศิลปินสามารถผันตัวเองมาเป็นผู้ประกอบการ การที่ศิลปินจะมาเป็นผู้ประกอบการเองนั้นกลับมีต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำ (low opportunity cost) ครั้นถ้าภูมิหลังของศิลปินมาจากครอบครัวที่มีฐานะ ตลอดจนใกล้ชิดกับผู้คนที่ทำงานสร้างสรรค์และอยู่ในเมืองด้วยแล้วก็จะยิ่งทำให้การแบกรับความเสี่ยงจากการเลือกเส้นทางศิลปะมีน้อยกว่า[44]

การดำรงชีวิตที่ดี/ไม่ดี (well-being) เช่น สุขภาพ ครอบครัว การมีงาน และรายได้ ฯลฯ ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ในขณะเดียวกันความไม่มั่นคงทางอารมณ์ของเหล่าศิลปินแบบอัจฉริยะ/คนบ้า (mad/genius) มักจะเป็นที่กล่าวถึงเสมอๆ อารมณ์ขุ่นมัว ความเศร้า ฯลฯ มักจะถูกกล่าวถึงในฐานะแรงขับทางศิลปะอยู่เสมอๆ [45] แต่สิ่งเหล่านี้พร้อมเสมอที่จะขัดขวางการเป็นผู้ประกอบการ โดยยังไม่ต้องคิดถึงเรื่องว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จหรือไม่ เมื่อมีฐานะมั่นคงและชีวิตที่ดีทำให้มีความเสี่ยงน้อยกว่าก็หมายความว่าโอกาสของการเป็นผู้ประกอบการมีได้มากกว่า พร้อมๆ กันการมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ที่มาจากสถานะทางชนชั้นและความได้เปรียบทางชนชั้นย่อมทำให้ช่องทางต่างๆ มีมากกว่า ศิลปะก็เป็นวิถีทางที่เปิดทางให้กับความคิดสร้างสรรค์เสมอ เพียงแต่ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้หมายความว่าจะส่งเสริมหรือสร้างความมั่นใจว่าตนเองจะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต การยอมรับ (recognition) และชื่อเสียง (fame) ไม่ได้เกิดจากผู้สร้างแต่มาจากผู้รับหรือตลาด การยอมรับ เกียรติยศและชื่อเสียง (fame) เป็นสิ่งที่คนอื่นมอบให้ ไม่มีใครที่จะมอบชื่อเสียงของตัวเองให้กับตัวเองโดยตัวเอง

บุคคลที่มีความคิดว่าตัวเองมีความสามารถจะประกอบกิจการได้สำเร็จนั้นพร้อมเสมอที่จะทำงานอะไรที่ท้าทาย แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะประสบความสำเร็จได้จริงๆ ด้วยข้อจำกัดต่างๆ ของการเป็นผู้ประกอบการอะไรที่เป็นลบก็มักจะอุบัติขึ้นมาได้เสมอๆ เมื่อไม่ประสบความสำเร็จก็หมายความถึงผลลัพธ์ทางลบที่ตามมาด้วย เช่น เมื่อเสียใจบอกกับตัวเองว่าไม่น่าเลย

44 คนที่มาจากครอบครัวมีฐานะสามารถเลือกอาชีพศิลปะได้มากกว่า จนทำให้ในสหรัฐอเมริกาโอกาสของคนที่ไม่ใช่คนผิวขาวจะมาเป็นศิลปินมีน้อยกว่า Karol Jan Borowiecki & Christian Møller Dahl, "What makes an artist? The evolution and clustering creative activity in the US since 1850", *Regional Science and Urban Economics*, Vol. 86, (January, 2021), pp. 1-23.

45 Karol Jan Borowiecki, "How are you, My Dearest Mozart? Well-Being and Creativity of Three Famous Composers Based on Theirs Letters", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 99, Issue. 4 (October, 2017), pp. 591-605.

ซึมเศร้า เป็นต้น[46] ความกล้าหาญและความยืดหยุ่นที่แข็งแกร่ง (resilience) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ แต่ถึงกระนั้นก็ดีไม่ได้หมายความว่าจะมีความกล้าหาญและแข็งแกร่งมากพอที่จะยอมรับความล้มเหลวได้

อนาคตจะเป็นอย่างไรเป็นสิ่งที่ไม่มีใครรู้ได้ ผลงานที่ผลิตออกมาจะทำให้ผู้ผลิตผลงานประสบความสำเร็จหรือไม่? เมื่อผลงานศิลปะไม่ได้เป็นผลงานแบบสินค้าอุปโภคบริโภคที่ขายให้กับผู้คนส่วนใหญ่ (mass) ผลงานศิลปะเป็นตลาดเฉพาะมากๆ ยกเว้นแต่ว่าศิลปะที่สามารถจับตลาดมหาชนได้ เช่น ดนตรีป๊อป ดนตรีลูกทุ่ง เป็นต้น ผลงานศิลปะจึงไม่ได้มีคุณสมบัติเหมือนกับหลอดยาสีฟัน งานศิลปะมีคุณลักษณะเฉพาะแต่ละชิ้น (singularity) ถึงแม้ว่าจะทำเป็นชุดๆ ได้ เช่น Suite Vollard โดย Pablo Piccasso เป็นต้น คุณสมบัติเฉพาะที่แสดงความเป็นหนึ่งเดียวของงานศิลปะนั้นไม่ได้ถูกประเมินผ่าน เช่น ประสิทธิภาพ การทำตามหน้าที่ ทำได้ตามวัตถุประสงค์ ดังแบบเช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ เพื่อบริโภค (consumer products) เป็นต้น แต่งานศิลปะถูกประเมินผ่านคุณค่า (value judgment) กับสิ่งเฉพาะอันหนึ่ง (singular) ที่เกิดขึ้นจากผู้ซื้อที่มีรสนิยมที่แตกต่างกัน ความยุ่งยากเพิ่มมากขึ้นเมื่อ “รสนิยมเป็นเรื่องที่ไม่สามารถที่จะนำมาถกเถียงกันได้”[47]

ศิลปินไม่ใช่เป็นผู้ประเมินคุณค่าโดยเฉพาะอย่างยิ่งมูลค่าในตลาดศิลปะ การกลั่นกรองว่าใครจะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับเป็นกลไกที่สำคัญของวงการศิลปะ เช่น รูปภาพร้อยรูป หนังสือหรือภาพยนตร์ร้อยเรื่องที่ควรดูก่อนตาย เป็นต้น การจัดอันดับศิลปะเป็นกลไกอันหนึ่งที่สำคัญ เช่น การทำเงินของศิลปิน การประกวดศิลปะ เป็นต้น ก็ไม่ได้แตกต่างไปจากการจัดอันดับ (ranking) แบบอื่นๆ ที่ช่วยทำให้การแข่งขันมีความเข้มข้นและดูราวกับสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น การจัดอันดับเป็นกลไกสำคัญของเสรีนิยมใหม่ในการสร้างแรงดึงดูดที่จะทำให้ความสนใจให้กับผู้บริโภค

ในอดีตนักวิจารณ์ศิลปะ (art critic) มีบทบาทสำคัญในการจัดระเบียบว่าอะไรเป็นศิลปะหรือวรรณกรรมที่ดี แต่เมื่อตลาดศิลปะแยกไม่ออกจากการแสดงทั้งในแกลเลอรี่และพิพิธภัณฑ์ กลไกสำคัญในการจัดอันดับอันหนึ่งคือภัณฑารักษ์ (curator) ผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าใครจะขึ้นอันดับ โดยภัณฑารักษ์จะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าศิลปะชิ้นนี้เป็นผลงานที่น่าสนใจที่ผู้ชมควรชม หรือนักสะสมสมควรที่จะเก็บไว้ในครอบครอง แต่กระบวนการนำเอาศิลปะมาแสดงในที่ต่างๆ ต้องใช้เงินและเวลา การเตรียมงานแสดงไปจนถึงนิทรรศการศิลปะที่เกิดขึ้นจริงนั้นต้องใช้เวลาหลายปี เมื่อเวลาและเงินรวมตัวกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในแบบ “เวลาคือเงิน”

46 Gideon D. Markman, David B. Balkin, Robert A. Baron, “Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27, Issue. 2 (2002), pp. 149-165.

47 *De gustibus non est disputandum.*

(time is money) ก็ทำให้เวลาหลายปีและเงินที่ลงไปนั้นมหาศาล ผลงานศิลปะที่นำไปแสดงในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลกต้องใช้เวลาเตรียมการอย่างมากก็เพิ่มมูลค่าให้กับมูลค่าเดิมอย่างมหาศาล

เมื่อภาคการเงิน (financial sector) สามารถที่จะทำเงินและทุนหมุนเวียน (circulation) จนทำให้เกิดผลกำไรมหาศาลจากตลาดทุนภายในเวลาอันรวดเร็วก็หมายความว่าการหมุนเวียนของศิลปะเปลี่ยนไปตามพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ตลอดจนการเปลี่ยนมือผู้ครอบครองย่อมเพิ่มมูลค่าด้านเงินให้กับวัตถุศิลปะ กลไกสำคัญของในการเพิ่มมูลค่าของศิลปะหนีไม่พ้นตลาดศิลปะโดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดของการประมูลก็ยิ่งทำให้สินค้าไปจนถึงศิลปะต่างๆ มีค่าเพิ่มมากขึ้นด้วยการแข่งขันกันต่อหน้าสาธารณชนว่าใครจะเป็นจะเป็นผู้ประมูลได้ครอบครองผลงาน ในขณะที่ผู้ขายก็จะได้มูลค่าหรือเงินสูงสุด ภายใต้กลไกเศรษฐกิจการประมูล (auction) มักจะเป็นที่รู้กันว่าเป็นการลงทุน เพียงแต่มูลค่าที่ศิลปะมีอยู่ในตัวนั้นไม่ใช่แค่มูลค่าทางการเงิน แต่เป็นเรื่องของมูลค่าทางวัฒนธรรมและจิตวิทยาของบุคคลแต่ละคนที่ให้กับวัตถุนั้นๆ มูลค่าของการประมูลที่สูงขึ้นเป็นกระบวนการต่อสู้กันในการประมูลเองที่ผู้ชนะการประมูลพร้อมจะจ่ายราคาที่สูงกว่าเพราะให้มูลค่ากับสินค้านั้นๆ มากเกินไป (winner's curse) การแข่งขันในการประมูลจะทำให้ราคาสูงขึ้นได้ก็ต้องเป็นกิจกรรมทางสาธารณะ

เมื่อสาธารณชนให้ความสนใจงานศิลปะและเสริมด้วยพลังของสื่อที่ปฏิบัติการในฐานะตัวขับเคลื่อนกลไกของการตลาด (marketing) ก็ทำให้ศิลปะเพิ่มมูลค่าและสามารถที่จะเคลื่อนตัวไปตามสถานที่ต่างๆ ได้ทุกมุมโลก ศิลปะต้องการนักโฆษณา นักการตลาด นักประวัติศาสตร์ศิลปะ เป็นต้น ศิลปะที่หมุนเวียน (circulate) ไปตามที่ต่างๆ กลายเป็นศิลปะของทุนนิยมโลก (global capitalist art) โดยมีเหล่าภัณฑารักษ์ พิพิธภัณฑ์ แกลเลอรี่ นิตยสารข่าวสารศิลปะ นักประวัติศาสตร์ศิลปะ[48] เป็นต้น เป็นผู้เสริมสร้างคุณค่า ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นจักรกลในการมอบตราประทับและขับเคลื่อนให้กับวัตถุศิลปะ (art object) การเก็บสะสม (collection) ว่าจะเลือกสะสมศิลปะแบบไหนไปจนถึงทิศทางของการเก็บที่เป็นนโยบายของ

48 บทบาทในการประเมินผลงานศิลปะของนักประวัติศาสตร์กับการประเมินผลงานภาพ The Flight into Egypt (1657–1658) ของ Nicolas Poussin (1594–1665) ที่พิพิธภัณฑ์เมืองลียอง (Lyon) ประเทศฝรั่งเศสได้มาเป็นภาพจริงหรือไม่ แม้ว่าจะมีลายเซ็น? ทั้งนี้ภาพเดียวกันก็อยู่ในมือของนักสะสม Emile E. Wolf ที่ได้รับการรับรองโดยนักประวัติศาสตร์ศิลปะ Christopher Wright ในปี ค.ศ. 1986 แต่ก็ถูกผู้เชี่ยวชาญปฏิเสธว่าไม่ใช่ของจริง ในขณะที่ Barbara Piasecka Johnson ผู้ภรรยาม่ายของ John Steward Johnson ผู้เป็นทายาทของตระกูล Johnson & Johnson เป็นเจ้าของภาพเดียวกันอีกคนหนึ่ง ซื้อมาในปี ค.ศ. 1989 โดยมี Anthony Blunt อดีตท่านเซอร์ผู้ถูกทอดยศ เพราะเป็นสายลับให้กับสหภาพโซเวียตเป็นผู้รับรอง Anthony Blunt เป็นนักประวัติศาสตร์ชื่อดังของโลก ผู้เชี่ยวชาญศิลปะฝรั่งเศส โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Nicolas Poussin และยังเคยเป็นผู้ดูแลศิลปะและสมบัติโบราณของสมเด็จพระนางเจ้าเอลิซาเบธที่สอง การต่อสู้กันดำเนินไปอย่างเข้มข้น ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของ พิพิธภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญ กระบวนการยุติธรรม ฯลฯ การต่อสู้ไม่เชื่อแค่ศิลปะชิ้นไหนจริงหรือไม่นั้นเกี่ยวข้องกับมูลค่าทางการเงิน ศิลปะเป็นอะไรที่มากกว่าศิลปะ เมื่อเป็นอะไรที่มากกว่าก็หมายความว่าวัตถุศิลปะเกี่ยวข้องกับอะไรอื่นๆ อีกมากมาย ดู Bernard Lahire, *This is Not Just a Painting An Inquiry into Art, Domination, Magic and the Sacred*, translated by Helen Morrison, (Cambridge: Polity Press, 2019).

พิพิธภัณฑ์บ่งบอกถึงอนาคตของศิลปะ พิพิธภัณฑ์แสดงคุณลักษณะของรูปแบบการเก็บผลงานศิลปะเฉพาะทางสำหรับอนาคต

พิพิธภัณฑ์เป็นองค์กรสำคัญในการเป็นตราประทับสำคัญของวงการศิลปะนานาชนิด ผลงานชิ้นหนึ่งในพิพิธภัณฑ์ของศิลปินคนหนึ่งจะครอบคลุมไปถึงผลงานอื่นๆ ของศิลปินด้วย ความหลากหลายของพิพิธภัณฑ์หมายถึงความหลากหลายของการเก็บสะสม การจำแนกแจกแจงในลักษณะเฉพาะทาง (specialized) ของพิพิธภัณฑ์ทำให้ศิลปะหรือแม้กระทั่งวัตถุนานาชนิดจากอดีตมีมูลค่า ในท้ายที่สุดพิพิธภัณฑ์ในฐานะเครื่องหมาย (การค้า) วางรากฐานให้กับเส้นทาง (trajectory) ประวัติศาสตร์ศิลปะในอนาคต โดยมีนักประวัติศาสตร์ศิลปะเป็นผู้เสริมสร้างคุณค่าของศิลปะ พิพิธภัณฑ์เป็นสถาบันอีกอันหนึ่งที่จะกำหนดอนาคตว่าประวัติศาสตร์ศิลปะและตลาดศิลปะจะเป็นอย่างไร โดยพิพิธภัณฑ์เองก็มีตำแหน่งในโลกที่แตกต่างกันด้วยงบประมาณที่แตกต่างกัน เทศกาลศิลปะต่างๆ ที่มีพลังสำคัญของการแข่งขัน (competition) ที่เกิดขึ้นในระดับของตัวศิลปินเองไล่ไปจนถึงระดับประเทศและเทศกาลเอง

นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมาศิลปะกลับมาเป็นกลไกสำคัญในการปรับปรุงเมืองที่เสื่อมโทรมจนทำให้แรงงานระดับชนชั้นแรงงานถูกทดแทนด้วยแรงงานชนชั้นกลางของเศรษฐกิจภาคบริการ (service sector)[49] ด้วยพลังของเศรษฐกิจภาคบริการผ่านการท่องเที่ยวศิลปะ (art tourism) ทำให้เทศกาลงานศิลปะ พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ กลายมาเป็นเป้าหมายสำคัญของเศรษฐกิจวัฒนธรรม (cultural economy) สถาปัตยกรรมและพิพิธภัณฑ์ที่มีผลงานศิลปะเป็นพลังสำคัญในการปรับเปลี่ยนเมืองจากซากเดนที่หลงเหลือจากการพลังทลายของอุตสาหกรรม เช่น พิพิธภัณฑ์กูเก้นไฮม์ บิลเบา (Guggenheim Bilbao) เปลี่ยนโฉมเมืองบิลเบา (Bilbao) ที่เสื่อมโทรมให้กลายมาเป็นเมืองที่น่าอยู่และน่าเที่ยว ผลกระทบบิลเบา (Bilbao Effect) จากพิพิธภัณฑ์ที่ออกแบบอย่างโดดเด่นจนกลายเป็นตึกเอกลักษณ์ (iconic building) โดย Frank Gehry ทำให้เศรษฐกิจวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและศิลปะแยกจากกันไม่ได้ ผลกระทบในทำนองเดียวกันเกิดขึ้นกับ Museum of Old and New Art (MONA) ที่โอบาร์ท (Hobart) เกาะแทสมาเนีย (Tasmania) ออกแบบโดย Fender Katsalidis Architects จากเมลเบิร์น ออสเตรเลีย

กระบวนการยกระดับเมืองให้มีระดับเหมาะสมกับวิถีชีวิตชนชั้นกลาง (gentrification) ผ่านการออกแบบตึก พิพิธภัณฑ์ งานศิลปะ ฯลฯ เป็นแนวทางสำคัญอันหนึ่งของการพัฒนาเมืองและเศรษฐกิจวัฒนธรรม[50] ไปจนถึงการท่องเที่ยว บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญกับกระบวนการยกระดับทางชนชั้น กระบวนการทำให้เมืองมีระดับเหมาะสมกับวิถีชีวิต

49 Rosalyn Deutsche and Cara Gendel Ryan, "The Fine Art of Gentrification", *October*, Vol. 30, (Winter, 1984), p. 94.

50 Adrian Franklin, "Art tourism: A new field for tourist studies", *Tourist Studies*, Vol. 18, Issue. 4 (2018), pp. 399-416.

ชนชั้นกลางที่ยังติดกับความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างน้อยทำให้กระบวนการเป็นที่ท่องเที่ยว (tourisification) ที่ช่วยทำให้เศรษฐกิจเติบโต ด้วยศิลปะและสถาปัตยกรรมทำให้การตัดขาดความทรงจำของเมืองเก่ามาอยู่กับความใหม่ของเมืองใหม่ ทุกอย่างเริ่มต้นใหม่ ทุกอย่างจะต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เมืองก็หนีไม่พ้นเรื่องของเศรษฐกิจการสร้างสรรค์ไปได้ยาก

ปริมาณตัวเลขของนักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมชมศิลปะที่พิพิธภัณฑ์หรือที่อื่นๆ ในเมืองมักจะเป็นพวกที่มีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) สูงนั้นช่วยตอกย้ำคุณค่าของศิลปะ ทั้งนี้ศิลปะในตัวเองก็เป็นวัตถุแห่งการสร้างสรรค์อยู่แล้ว การท่องเที่ยวศิลปะจึงเป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ภายใต้นามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism)[51] คุณค่าของศิลปะจำกัดการไหลเวียนอยู่แต่ในหมู่คนที่มีทุนทางวัฒนธรรมและชนชั้นแบบหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ต้องหลีกหนีจากการท่องเที่ยวที่มีผู้คนมากๆ หลั่งไหล แม้ว่าสถานที่ที่ครอบครองศิลปะที่มีชื่อเสียงจะหนีปัญหาปริมาณคนไปเยี่ยมชมไม่ได้ก็ตาม ปริมาณผู้ชมกลับเป็นดัชนีสำคัญของคุณค่าของศิลปะ สิ่งเหล่านี้ย่อมนำมาซึ่งรายได้มหาศาลให้กับเมือง อย่างไรก็ดีเมืองไม่ได้มีแค่ศิลปะที่จำกัดอยู่แค่พิพิธภัณฑ์ แกลเลอรี่ ฯลฯ แบบทัศนศิลป์หรือแม้กระทั่งโรงละครเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกิจกรรมศิลปะที่ผู้ชมมีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ เช่น อาหาร (ที่จัดให้เป็นศิลปะ) แบบละเมียดละไมในเหล่าภัตตาคารชื่อดัง ในเมืองบาร์เซโลน่า (Barcelona) ซาน เซบาสเตียน (San Sebastian) ในประเทศสเปน เป็นต้น

ระบอบปกครองบริหารควบคุมศิลปะ (regime of art control) ทำให้ศิลปะทั้งในฐานะผลงานและตัวศิลปินเองพร้อมเสมอที่จะอยู่ในสภาวะไร้เสียง ถึงแม้ว่าจะยังไม่ถึงระดับการสิ้นสุดของศิลปิน (the end of artist) ภายใต้โลกที่ทุกสิ่งทุกอย่างต้องมีความใหม่และอะไรใหม่ๆ อยู่เสมอชีวิตศิลปินจึงไม่ได้แตกต่างไปจากอาชีพอื่นๆ ภายใต้สภาวะสมัยใหม่ที่ต้องการแยกตัวเองขาดออกจากจารีตประเพณีหรือสิ่งเก่าๆ ก็คือการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอๆ ความไม่มั่นคงทางอาชีพย่อมเป็นเรื่องปกติ สำหรับศิลปิน การพึ่งพาอาศัย เช่น แกลเลอรี่ พ่อค้าศิลปะ ฯลฯ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก ศิลปินหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องอยู่กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในตลาดศิลปะ ถึงแม้ว่าศิลปินจะไม่อาจทำตัวเป็นผู้ประกอบการได้เอง

ส่วนผู้ลงทุนในศิลปะก็ประสบปัญหาเฉกเช่นเดียวกันกับคำประกาศว่า “การลงทุนมีความเสี่ยง” เพราะอนาคตของศิลปวัตถุเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน สถานะของของเก่าๆ ที่พร้อมจะล้มหายตายจากไปจากความทรงจำและตลาด เช่น Jean-Louis Ernest Meissonier ศิลปินที่มีชื่อเสียงในศตวรรษที่สิบเก้า มีรายได้มหาศาล กลับไม่ได้โดดเด่นในประวัติศาสตร์

51 Kim Lehman & Dirk Reiser, “The nexus between an art experience and creative tourism”, *Mondes du tourisme*, 10/2014. Pp. 19-32. https://doi.org/10.4000/tourisme.372.

ศิลปะตะวันตก[52] เป็นต้น ระบอบปกครองบริหารควบคุมศิลปะ เช่น กลไกในการควบคุมของสภาวะสมัยใหม่ดำเนินไปด้วยการวิจารณ์ว่าไม่มีความคิดริเริ่ม (originality) เป็นต้น คำวิจารณ์ดังกล่าวแสดงถึงการประเมินค่าที่ไม่ได้เป็นมิติทางเศรษฐกิจโดยตรง แต่กลับส่งผลในทางการตลาด จากคำวิจารณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ไปจนถึงการค้าศิลปะที่พร้อมเสมอที่จะทำให้ราคาศิลปะขึ้นหรือลงล้วนแล้วแต่มีผลต่อศิลปะและศิลปิน

ความคิดริเริ่มทำให้เกิดผลงานใหม่ๆ ที่มีพัฒนามาจากจุดเริ่มต้น (origin) การกลับไปสู่จุดเริ่มต้นมีความสำคัญในฐานะเป็นจุดกำเนิดในปฐมกาล (genesis) ในพระคัมภีร์ไบเบิลที่เป็นแหล่งกำเนิดของทุกสิ่งทุกอย่างตามกรอบของคริสต์ศาสนา สถานะของการเป็นครั้งแรกหรือเป็นคนแรกที่เป็นผู้ให้กำเนิดแบบพระผู้เป็นเจ้าในฐานะผู้สร้าง (creator) คนแรกนั้นคือความพยายามในการสถาปนาสภาวะแห่งความบริสุทธิ์ (purity) ที่ไม่ได้แปดเปื้อน ผลงานที่เกิดขึ้นจากฝีมือของปัจเจกชนล้วนๆ ดังราวกับว่าบุคคลผู้นั้นไม่ได้มีความสัมพันธ์อะไรกับใครประหนึ่งพระผู้เป็นเจ้าที่อยู่ได้ด้วยตัวเอง ไม่ต้องพึ่งพาใคร อยู่ได้ด้วยตัวเอง “ฉันเป็นฉัน” (I am who I am) (Exodus 3:14) อุดมการณ์ปัจเจกชนนิยม (individualism) ในแบบ “มนุษย์ในฐานะพระเจ้า” (Homo Deus) คือวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตของผู้คนจำนวนหนึ่งในโลกศตวรรษที่ยี่สิบเอ็ด แต่มนุษย์ไม่ใช่พระผู้เป็นเจ้าที่อยู่ได้ด้วยตัวเอง มนุษย์จะมีชีวิตอยู่ได้ก็ด้วยการร่วมมือกับคนอื่นๆ แต่ก็ไม่ผิดอะไรที่จะมีจินตนาการและความฝันว่าอยู่ได้ด้วยตัวเองคนเดียว

52 ชื่อเสียงของ Ernest Meissonier ค่อยๆ หายไปตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1891 ทั้งๆ ที่เขาได้รับการว่าจ้างจาก เช่น Leland Stanford ในการวาดรูปภาพเหมือนตัวเอง ดู Marc J. Gotlieb, *The Plight of Emulation Ernest Meissonier and French Salon Painting,* (Princeton: University of Press, 1996).