

รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ | ทัศนศิลป์

CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT REPORT



VISUAL ARTS

ART IS ALL AROUND

ครั้งแรกกับการรวมข้อมูลสถานะอุตสาหกรรม พร้อมแนวทางการพัฒนา
สู่การยกระดับ "อุตสาหกรรมทัศนศิลป์" ของไทยให้แข่งขันได้

รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
สาขาทัศนศิลป์
ปี 2563

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
ขอสงวนข้อมูลส่วนบุคคลในรายงานการศึกษานี้
ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
(Personal Data Protection Act: PDPA)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

(ฉบับแก้ไขปรับปรุง)

โครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สาขาทัศนศิลป์

ปี 2563

เสนอต่อ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)



โดย

บริษัท เอฟฟินีตี้ จำกัด

31 สิงหาคม 2563

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary).....	6
บทที่ 1 บทนำ.....	27
1.1 หลักการและเหตุผล	27
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	27
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	28
1.4 แนวทางการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน	29
บทที่ 2 การกำหนดขอบเขตและกรอบแนวคิดในการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์	38
2.1 การกำหนดขอบเขตของการจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูล อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์	38
2.2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา.....	49
บทที่ 3 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์.....	61
3.1 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในระดับสากล.....	61
3.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย	66
บทที่ 4 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ	77
4.1 กรณีศึกษาสหราชอาณาจักร.....	78
4.2 กรณีศึกษาประเทศสิงคโปร์.....	91
4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศกรณีศึกษา	105
4.4 สรุปบทเรียนสำคัญเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย	110
บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์	112
5.1 การจัดกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์	112
5.2 ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย	115
5.3 การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย	122
บทที่ 6 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์	126
6.1 วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์.....	129
6.2 ตัวชี้วัดของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์.....	129
6.3 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์	133
6.4 แผนการดำเนินโครงการ	148
บทที่ 7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	152
บทที่ 8 แผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์.....	157
8.1 ความเข้าใจเบื้องต้นต่อการจัดทำฐานข้อมูล	157
8.2 กรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูล (Database) สร้างสรรค์รายสาขา: ทัศนศิลป์	160

8.3	หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของไทย.....	164
8.4	กรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลจากต่างประเทศ.....	190
8.5	สรุปแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ของไทย	215
ภาคผนวก ก	นโยบายและแผนงานของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์	224
ภาคผนวก ข	ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก	230
	กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์	230

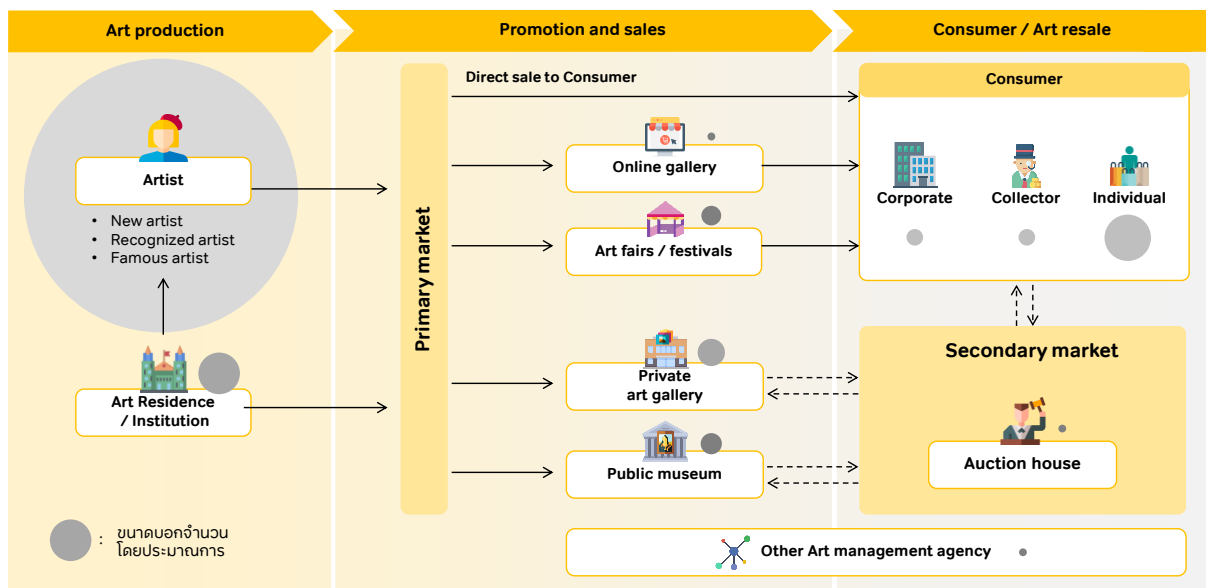
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ให้มีความพร้อมในด้านศักยภาพพื้นฐานและขีดความสามารถในการแข่งขันนั้น ได้มีกระบวนการศึกษาและทำความเข้าใจถึงลักษณะ รูปแบบในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมจากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในทุกมิติ ทั้งสถานการณ์โดยรวม สภาพปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจในการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์นี้ มีลักษณะ คุณสมบัติ รวมไปถึงแนวทางการประกอบธุรกิจที่แตกต่างไปจากภาคอุตสาหกรรมโดยทั่วไป ดังนั้น เพื่อให้การกำหนดแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ และสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ จึงได้มีการวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สามารถใช้เป็นแนวทางการผลักดันให้มีการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ต่อไป

ทั้งนี้ การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์นี้ ยังมีข้อจำกัดในด้านข้อมูลเป็นอย่างมาก ทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเชิงสถิติ ดังนั้น การศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางโครงสร้างฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ให้มีความถูกต้อง แม่นยำ และน่าสนใจ จึงเป็นผลการศึกษาอีกส่วนหนึ่งซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ให้สามารถติดตามสถานการณ์ ความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมในภาพรวม เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทันต่อสถานการณ์ในระยะยาวต่อไป

ห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ของไทย

เพื่อเป็นการทำความเข้าใจต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ลำดับต่อไป เป็นการนำเสนอข้อมูลห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของกระบวนการผลิตงานทัศนศิลป์ของไทย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งทำให้เห็นภาพมากยิ่งขึ้นว่า ในกระบวนการผลิตงานศิลปะในแต่ละครั้ง จะประกอบไปด้วยกิจกรรมใดบ้าง เกี่ยวข้องกับการดำเนินการในรูปแบบอะไรบ้าง ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงหลักๆ คือ 1) ขั้นตอนการผลิตงานศิลปะ (Art production) 2) ขั้นตอนการส่งเสริมและการขาย (Promotion and sales) และ 3) ผู้บริโภคและการขายซ้ำงานศิลปะ (Consumer / Art resale) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพแสดงห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- 1) **ขั้นตอนการผลิตงานศิลปะ (Art production):** กระบวนการสร้างงานศิลปะ จะเกี่ยวข้องกับศิลปิน ที่เป็นผู้สร้างงานศิลปะ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ศิลปินรุ่นใหม่ ศิลปินที่เริ่มมีชื่อเสียง และศิลปินที่มีชื่อเสียง โดยศิลปินเหล่านี้ อาจเป็นศิลปินอิสระ ที่ใช้พื้นที่ในการสร้างงานที่บ้าน หรือที่ส่วนตัว หรืออาจเป็นศิลปินที่สร้างงานในสถาบันศิลปะ (Art institution) ซึ่งมีอยู่จำนวนหนึ่งในประเทศ หรือที่พักอาศัยของศิลปิน (Art residence) ที่ให้บริการสถานที่สำหรับผลิตงานศิลปะแก่ ‘ศิลปินในพำนัก’ (Artist in residency) ซึ่งเปรียบเสมือนสถานที่ทำงานของศิลปินหลายราย ที่สามารถใช้ทรัพยากรพื้นที่ร่วมกัน รวมถึงอุปกรณ์สำหรับการสร้างงานที่เป็นเหมือนของส่วนรวมได้อีกด้วย แต่ในประเทศไทย ยังมีจำนวน Art residence น้อยมาก ส่วนใหญ่ศิลปินอิสระต่างๆ จึงต้องสร้างงานในพื้นที่ของตนเองเป็นหลัก
- 2) **ขั้นตอนการส่งเสริมและการขาย (Promotion and sales):** ภายหลังจากที่ศิลปินสร้างงานศิลปะเสร็จแล้วนั้น การขายงานศิลปะครั้งแรกจากศิลปินผู้สร้างงานศิลปะขึ้นนั้น จะนับว่าเป็นการขายที่เกิดขึ้นในตลาดแรก (Primary market) โดยในบริบทของประเทศไทยนั้น ตลาดแรกจะประกอบไปด้วยการขายไปยังผู้ซื้อโดยตรง (Direct sale) ไปยังนักสะสมงานศิลปะ หรือผู้ซื้อทั่วไปที่จะซื้อเป็นงานศิลปะเป็นครั้งคราวเป็นหลัก และการขายโดยไม่ผ่านตัวกลางนี้ ทำให้ไม่สามารถเก็บเป็นข้อมูลการซื้อขายแต่ละครั้งได้

นอกจากนี้ ศิลปินอาจขายงานผ่านแกลเลอรีที่ตนเองสังกัด โดยแกลเลอรีที่ทำหน้าที่เหมือนเป็นตัวแทนในการจำหน่ายงานศิลปะให้กับศิลปิน จะต้องมีการดำเนินการสนับสนุนศิลปิน ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านการตลาด และการบริการด้านการขายแก่ผู้ที่สนใจนั้น จึงต้องคิดค่าบริการตามสัดส่วนราคาขายของงานศิลปะแต่ละชิ้นไป ในขณะเดียวกัน งานศิลปะบางชิ้น อาจถูกซื้อไปโดยพิพิธภัณฑ์สาธารณะ ที่จะมีการซื้องานที่น่าสนใจเก็บไว้ เตรียมสำหรับการแสดงงานศิลปะในพิพิธภัณฑ์นั้นๆ อีกด้วย

และนอกเหนือจากรูปแบบการขายงานดังกล่าวแล้วข้างต้น ยังมีช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ไม่
 ใ ด้ รั บ
 ว่าจะเป็นการขายงานศิลปะผ่านช่องทางออนไลน์ หรือตามงาน Art Fair ต่างๆ ที่เป็นช่องทางที่ค่อนข้าง
 ความสนใจมากขึ้นในต่างประเทศ แต่ของประเทศไทย อาจเป็นช่องทางที่ไม่ได้เกิดการซื้อขายงานศิลปะที่
 คึกคักมากนัก (มีการจัด Art Fair ในโรงแรมเป็นบางครั้ง) และในบริบทของไทยอาจจะไม่มีการจัดเป็น
 Art Fair ที่น่าสนใจเทียบเท่ากับการไปขายงานใน Art Fair ที่จัดขึ้นในต่างประเทศ ที่มีความน่าสนใจ และ
 ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากกว่า

- 3) ผู้บริโภคและการขายซ้ำงานศิลปะ (Consumer / Art resale): กลุ่มผู้บริโภคงานศิลปะในประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจเอกชน นักสะสม และผู้ซื้อทั่วไป โดยในภาพรวมตลาดศิลปะของไทยก็ยังมีจำนวน ผู้ซื้องานศิลปะจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ นอกจากนี้ ความแตกต่างของตลาดงาน ศิลปะ นอกจากจะมี Primary market คือตลาดการซื้อขายงานศิลปะครั้งแรกจากศิลปินแล้วนั้น จะสามารถเกิด การซื้อซ้ำงานศิลปะ หรือการขายต่องานศิลปะไปยังผู้ซื้อรายอื่น ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการขายงานศิลปะโดย ผู้ขาย ไม่ใช่ศิลปินเจ้าของงานศิลปะนั้น เรียกว่าการซื้อขายในตลาดรอง (Secondary market) โดยบางครั้ง ก็จะมีการขายผ่าน auction house ที่จะจัดการประมูลงานศิลปะไปยังผู้ที่สนใจรายอื่นๆ ต่อไป แต่ใน ประเทศไทย อาจไม่มีกิจกรรมการประมูลงานศิลปะมากนัก โดยส่วนมากจะเป็นการประมูลที่จัดขึ้นใน ต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ หรือฮ่องกง เป็นต้น

นอกจากหน่วยงานที่นำเสนอไปข้างต้น ยังมีอีกกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อ อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ นั่นคือธุรกิจสนับสนุนด้านศิลปะที่เกี่ยวข้อง (Art management agency) ยกตัวอย่างเช่น บริษัทขนส่งงานศิลปะ (Art logistic / art handler) หรือธุรกิจให้บริการสนับสนุนในด้าน ต่างๆ ซึ่งเป็นอีกกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมด้านการซื้อขายงานศิลปะอีกด้วย

นอกจากการนำเสนอในเชิงรายละเอียด ว่าในภาพรวมห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ประกอบด้วยหน่วยงานใดบ้างแล้วนั้น จากการสัมภาษณ์ถึงจำนวนของหน่วยงานแต่ละประเภท พบว่าใน ภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย มีจำนวนของผู้ผลิตคือศิลปินอยู่เป็นจำนวนมากที่จบมาจาก สถาบันการศึกษาในแต่ละปี แต่จำนวนของตลาดหรือผู้ซื้อมีอยู่น้อยมาก ทำให้ตลาดงานศิลปะของไทยไม่ คึกคักเท่าที่ควรจะเป็น รวมถึงจำนวนหน่วยงานอื่นๆ หรือธุรกิจสนับสนุนงานศิลปะยังมีอยู่น้อยมาก ทำให้ ภาพรวมตลาดงานศิลปะของไทย ยังต้องได้รับการสนับสนุนเพื่อให้เกิดกลไก และหน่วยงานสนับสนุนอยู่เป็น จำนวนมาก ซึ่งจะมีรายละเอียดอยู่ในส่วนการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ที่จะนำเสนอในลำดับต่อไป

ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

เมื่อเข้าใจภาพรวมของระบบนิเวศอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยแล้วนั้น ลำดับถัดไป จะเป็น การนำเสนอผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย โดยใช้ข้อมูล จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน ประกอบกับข้อมูลจากการประชุมเชิง ปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดย สามารถจัดกลุ่มประเด็นปัญหาเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย **ประเด็นด้านศิลปิน** **ประเด็นด้านพื้นที่และธุรกิจสนับสนุน** **ประเด็นด้านคนดูและตลาด** และ **ประเด็นด้านหน่วยงานภาครัฐ** โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

● ประเด็นด้านศิลปิน

ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลหลักๆ มาจากตลาดไม่รองรับ คือไม่มีจำนวน ผู้บริโภคงานศิลปะที่มากพอ ทำให้ศิลปินจบใหม่จำนวนมากในแต่ละปี อาจประกอบอาชีพเป็นศิลปินได้ไม่นานนัก ใน ภาพรวม ศิลปินจำนวนมากต้องผันตัวไปประกอบอาชีพอื่น หรือทำอาชีพเชิงการออกแบบมากกว่าการสร้างงาน ทัศนศิลป์ เนื่องจากไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองได้ ซึ่งอธิบายความจริงเกี่ยวกับทัศนคติต่ออาชีพศิลปิน ‘ศิลปินไส้แห้ง’ ได้ ดีในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ ศิลปินขาดการได้รับการศึกษาในด้านการประกอบอาชีพเป็นอาชีพศิลปินจริงๆ คือขาด การพัฒนาทักษะในด้านการบริหารจัดการ การนำเสนอ การขายงาน การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เป็นต้น และ ได้รับการปลูกฝังค่านิยมผิดๆ ต่อแกลเลอรี ว่าควรขายงานโดยตรงมากกว่าผ่านแกลเลอรี ซึ่งแท้จริงแล้วการขายงาน ผ่านแกลเลอรีจะสามารถเข้าถึงตลาดได้ง่ายกว่า และกว้างกว่าการขายงานด้วยตนเอง ทั้งนี้จึงควรมีการพัฒนา ระบบ การศึกษาด้านศิลปะให้ทันสมัย และครอบคลุมการสอนทักษะอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพศิลปินมากขึ้น นอกจากนี้ พบว่าค่าเรียนด้านศิลปะนอกจากระบบการศึกษาแล้วนั้น มักมีราคาสูง ทำให้เข้าถึงได้ยาก และเอกชนที่ ต้องการเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อเป็นประโยชน์แก่สาธารณะและต่ออุตสาหกรรม กลับไม่มีช่องทางรวบรวมให้เอกชน หรือศิลปินสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ อีกด้วย ผลงานศิลปินของไทยมักถูกจำกัดอยู่เฉพาะบางเรื่อง คือเรื่อง ศาสนา ความเชื่อต่างๆ ของไทย ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงความต้องการของตลาดโลกได้ เนื่องจากเป็นเนื้อหาการนำเสนอที่ ค่อนข้างแคบ และปัจจุบัน รูปแบบงานทัศนศิลป์ของไทยยังไม่หลากหลายมากนัก เช่น ขาดการใช้สื่อเทคโนโลยีใน การสร้างงาน เป็นต้น ซึ่งสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ก็เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปรับรูปแบบการแสดงผลงาน เช่น ต้องสร้างประสบการณ์ที่ลดการสัมผัส เพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อโรค เป็นต้น ทั้งนี้ การขายงานของ ศิลปินไทยมักเป็นการขายตรงไปยังผู้ซื้อ และมักกำหนดราคาตามใจ มากกว่าอิงราคาตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคา ในตลาดอีกด้วย การสนับสนุนศิลปินในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมและมักสนับสนุนศิลปินบางกลุ่ม ยังขาด การสนับสนุนศิลปินรุ่นใหม่ รวมถึงศิลปินในภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย และขาดการสนับสนุนให้ศิลปินไปออกงานใน ต่างประเทศ เพื่อให้ศิลปินได้เห็นงานศิลปะที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เห็นความแตกต่าง และเป็นแรงบันดาลใจ ในการสร้างงานที่หลากหลายมากขึ้นได้

● ประเด็นด้านพื้นที่และธุรกิจสนับสนุน

ปัจจุบัน มีการสนับสนุนเชิงพื้นที่สำหรับการสร้างงานของศิลปินค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะการผลิตงานที่ไม่สามารถทำได้ในพื้นที่ส่วนตัวของศิลปิน เช่น งานประติมากรรมต่างๆ รวมถึงพื้นที่สำหรับการแสดงผลงานศิลปะที่ไม่มากพอ ทำให้ขาดปัจจัยสนับสนุนการสร้างชื่อเสียงให้ศิลปินรุ่นใหม่ ประกอบกับรัฐไม่ให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่สาธารณะมากเท่าที่ควร ซึ่งสามารถสนับสนุนโดยเป็นทั้งพื้นที่สำหรับการสร้างงาน และการแสดงผลงาน เพื่อเข้าถึงชุมชนได้ นอกจากนี้ พหิภักดิ์ของไทยในปัจจุบันยังไม่น่าสนใจมากนัก ทำให้ประชาชนยังไม่สนใจ และเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงงานศิลปะ ในด้านแกลเลอรีซึ่งเปรียบเป็นธุรกิจสนับสนุนศิลปินในด้านการขายงาน พบว่ามีจำนวนลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจ และขาดการสนับสนุนจากรัฐ และบางแกลเลอรีนำเสนอานที่เข้าถึงยาก แต่ก็มีแกลเลอรีที่นำเสนอานรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้น เช่น งานแสดงผลงานศิลปะของนักสะสมต่างๆ เป็นต้น และยังขาดการสร้างความเข้าใจเพื่อสร้างค่านิยมที่ถูกต้องต่อศิลปิน ว่าแกลเลอรีสามารถสนับสนุนศิลปินในด้านการขายงานได้ เป็นต้น และในปัจจุบัน การพัฒนาของเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการทำงานของแกลเลอรี เนื่องจากศิลปินสามารถขายงานโดยไม่ผ่านตัวกลาง แต่สามารถขายงานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ส่วนตัวของศิลปินเอง ทำให้แกลเลอรีจะต้องปรับตัวเพื่อหาจุดขาย ให้ศิลปินขายงานผ่านแกลเลอรีมากขึ้น ทั้งนี้ พบว่าบทบาทอาชีพสนับสนุนงานศิลปะในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ยังมีจำนวนน้อยมาก เช่น ภัณฑารักษ์ ที่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับงานแสดงผลงานศิลปะ และสร้างความน่าสนใจให้พิพิธภัณฑ์และการแสดงผลงานของแกลเลอรีต่างๆ ได้ เนื่องจากไม่มีหลักสูตรด้านภัณฑารักษ์โดยเฉพาะในสถาบันการศึกษาของไทย รวมถึงธุรกิจสนับสนุนศิลปะก็ยังมีน้อยมากในระบบนิเวศของทัศนศิลป์ไทย ทำให้ขาดธุรกิจที่สามารถสนับสนุนการดำเนินการของอุตสาหกรรมได้ เช่น ธุรกิจตัวกลางการขายงานศิลปะ ผู้ขนส่งงานศิลปะ รวมถึงตลาดการขายงานศิลปะออนไลน์ ธุรกิจผลิตงานศิลปะบางประเภท และธุรกิจเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เป็นต้น

● ประเด็นด้านคนดูและตลาด

จากที่กล่าวไปข้างต้น ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ คือ มีจำนวนคนดูและผู้บริโภคงานศิลปะน้อยมาก เนื่องจากคนส่วนใหญ่มองว่าเป็นเรื่องของคนบางกลุ่ม ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของทุกคน ซึ่งเกิดจากการขาดระบบพัฒนาคนดู ตั้งแต่ระบบการศึกษาด้านศิลปะที่ไม่มีคุณภาพ ขาดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ และกลไกการสร้างคนดู และพัฒนาให้เป็นผู้ซื้องานศิลปะ ทำให้ตลาดงานศิลปะของไทยไม่มีพลวัตเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ ขาดกลไกสนับสนุนให้เกิดระบบ เช่น การซื้อขายที่ไม่ผ่านตัวกลาง ทำให้ยากต่อการติดตามข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้ เอกชนไทยยังมีทัศนคติต่อคุณภาพงานของต่างประเทศจะต้องมีคุณภาพมากกว่างานไทย จึงไม่มีการสนับสนุนศิลปินไทยมากเท่าที่ควร ปัจจุบัน ยังขาดกิจกรรมสนับสนุนด้านการตลาด คือ ขาด Art Fair ที่มีคุณภาพที่สามารถสร้างตลาดงานศิลปะในประเทศได้ รวมถึงไม่สามารถเข้าถึง Art Fair ในต่างประเทศเนื่องจากไม่มีแกลเลอรีที่เป็นสมาชิกในงาน Art Fair ต่างประเทศ และขาดกิจกรรมประมูลงานศิลปะในประเทศ ที่สามารถสนับสนุนการขายงานได้ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะตลาดไม่รองรับ ทำให้ต้องเอางานศิลปะไปประมูลในต่างประเทศเป็นหลัก

นอกจากนี้ อีกกลุ่มที่มีความสำคัญกับตลาดงานศิลปะของไทย คือ นักสะสม พบว่ามีจำนวนนักสะสมเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่มากพอ และเริ่มมีการรวมตัวจัดตั้งเป็นสมาคมนักสะสม และพฤติกรรมการสะสมงานยังไม่หลากหลายมากนัก มักซื้องานตามนักสะสมคนอื่น รวมถึงนักสะสมบางราย ผันตัวเป็นตัวแทนการขายงานศิลปะในตลาดรอง สำหรับการขายงานเพื่อเก็งกำไรอีกด้วย

● ประเด็นด้านหน่วยงานภาครัฐ

ภาครัฐไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านศิลปะมากเท่าที่ควร เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจ ไม่เห็นคุณค่าและมูลค่าที่แท้จริงของอุตสาหกรรม ประกอบกับในคณะกรรมการขับเคลื่อนมักไม่มีตัวแทนจากคนในอุตสาหกรรมที่สามารถออกความเห็นที่เป็นความต้องการของคนในอุตสาหกรรม จึงทำให้ไม่มีเป้าหมายหรือการดำเนินการพัฒนาศิลปะ รวมถึงไม่มีแนวทางพัฒนาในด้านต่างๆ มากเท่าที่ควร การสนับสนุนศิลปินมักให้ความสำคัญกับการสนับสนุนศิลปินในสังกัดของหน่วยงาน ทำให้ไม่มีการสนับสนุนศิลปินอย่างทั่วถึงมากนัก หลายโครงการขาดการวางแผน ทำให้มีโครงการไม่มีประสิทธิภาพ หรือไม่ตรงกับความต้องการของชุมชน ทั้งนี้ ยังขาดการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ รวมถึงขาดการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเอกชนที่สามารถให้การสนับสนุนในบางเรื่อง เช่น การสนับสนุนด้านการเงิน หรืองานดำเนินการตามบทบาทของหน่วยงานต่างๆ อีกด้วย ทั้งนี้ มีระบบกองทุนของसर. ที่ขาดการบริหารจัดการ หรือยกระดับให้เป็นการสนับสนุนเชิงรุก ทำให้หน่วยงานในอุตสาหกรรม หรือศิลปินที่ต้องการการสนับสนุนด้านเงินทุน ไม่สามารถเข้าถึงกองทุนดังกล่าวได้ และการดำเนินการของรัฐ ไม่มีการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม และต่อความเปลี่ยนแปลงในภาพรวม ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง หรือไม่สามารถใช้ประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงเพื่อให้การสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพได้ อีกหนึ่งหน้าที่ของรัฐคือการให้บริการข้อมูลสาธารณะ ซึ่งในปัจจุบัน ยังขาดการเก็บรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลที่มีให้เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ รวมถึงขาดการทำวิจัยที่หลากหลาย โดยเฉพาะด้านคนดู ที่เอกชนไม่สามารถดำเนินการได้เอง เป็นต้น นอกจากนี้ พบว่าปัญหาด้านกฎระเบียบและภาษี ยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของอุตสาหกรรม เช่น ภาษีการนำเข้างานศิลปะ ที่ไม่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนงานศิลปะ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาให้เกิดตลาดงานศิลปะในประเทศ รวมถึงการเข้าถึงตลาดงานศิลปะในต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ ยังขาดการดำเนินการเชิงภาษี ที่สามารถสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานในอุตสาหกรรม รวมถึงกระตุ้นให้เกิดคนดู ผ่านมาตรการลดหย่อนภาษีต่างๆ อีกด้วย

จากประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้น ทำให้เข้าใจว่าการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในปัจจุบันนั้น ยังประสบปัญหาในด้านใดบ้าง เพื่อเป็นการทำความเข้าใจบริบทของสถานการณ์ของการดำเนินการต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่เป็นปัจจัยในภาพรวมของอุตสาหกรรมเป็นหลัก (เช่น เรื่องตลาดงานศิลปะ เป็นต้น) เพราะฉะนั้น ในการออกแบบแนวทางสนับสนุน และแก้ไขปัญหา ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการในภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมต่อไป

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

จากประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น ภาพรวมของอุตสาหกรรมนั้นยังต้องได้รับการพัฒนาในหลายๆ ส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรมีแนวทางสนับสนุนในปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม ทัศนศิลป์ เพื่อเป็นประโยชน์ในภาพรวมของหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรม ทั้งนี้ จากประเด็นปัญหาดังกล่าว จึงได้จัดทำแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ผ่านแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ซึ่งเป็นผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยมีวิสัยทัศน์ของแผนคือ “ตลาดศิลปะในประเทศพัฒนาอย่างมีพลวัต งานศิลปะไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (Dynamic Domestic Art Market and Variety of Thai Art is Accepted in International Market)” และมีตัวชี้วัดหลักของแผน คือ “มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ เติบโตอย่างน้อยเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี”

เพื่อสนับสนุนให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และบรรลุเป้าประสงค์ตามตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของอุตสาหกรรมที่มีการกำหนดไว้ในข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อกำหนดกลไกในการดำเนินงานที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางที่ได้มีการกำหนดไว้ นำไปสู่การกำหนดแนวทางการดำเนินงานของแผนฯ โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ

ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน

จากยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ข้างต้น ซึ่งจะมีรายละเอียดกลยุทธ์สนับสนุน ภายใต้การดำเนินการในแต่ละยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ดังต่อไปนี้

กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

วิสัยทัศน์: ตลาดศิลปะในประเทศพัฒนาอย่างมีพลวัต งานศิลปะไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
(Dynamic Domestic Art Market and Variety of Thai Art is Accepted in International Market)

ตัวชี้วัด
(KPI)

มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์เติบโต เฉลี่ย 5% ต่อปี*

1	Support Art Supporters สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ	2	Develop Audience & Market สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ
	สนับสนุนให้เกิดอาชีพ หรือบุคลากรสนับสนุนศิลปะมากขึ้น ✓		พัฒนาฐานคนดูและผู้สนใจศิลปะ ในประเทศมากขึ้น ✓
	สร้างกลไกสนับสนุนแกลเลอรี และหน่วยงานสนับสนุนศิลปะ		สร้างแบรนด์งานศิลปะไทย ผ่านการออกงานในต่างประเทศ
	สร้างพื้นที่รองรับ การสร้างและแสดงผลงานมากขึ้น ✓		สร้างช่องทางการขายงานศิลปะ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์
3	Build Art Supporting System สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน		
	สนับสนุนให้มีกองทุนสร้างสรรค์ และพัฒนาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน		
	ยกระดับระบบการศึกษาด้านศิลปะ เพื่อยกระดับทักษะศิลปิน และสร้างความเข้าใจต่อศิลปะมากขึ้น ✓		
	ส่งเสริมการวิจัย และจัดทำฐานข้อมูล เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม ✓		
	พัฒนาระบบการ กฎหมาย และภาษีที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถส่งเสริม/พัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ		

ภาพแสดงการนำเสนอแนวคิดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ

จากภาพรวมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย จะเห็นว่าในปัจจุบัน มีจำนวนศิลปินจำนวนมาก แต่ยังขาดแนวทางการสนับสนุนให้เกิดบุคลากรหรือธุรกิจสนับสนุนด้านศิลปะ รวมถึงพื้นที่ที่สามารถสนับสนุนการสร้างและแสดงผลงานศิลปะ ที่จะเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดระบบการที่มีประสิทธิภาพขึ้นได้ในภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ต่อไปในอนาคต

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 1 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนให้เกิดอาชีพหรือบุคลากรสนับสนุนศิลปะมากขึ้น

ในปัจจุบัน แนวทางการสนับสนุนบุคลากรในอุตสาหกรรมศิลปะ มักให้ความสำคัญไปที่การพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มศิลปินเท่านั้น ยังขาดแนวทางการสนับสนุนบุคลากรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่มีบทบาทสามารถสนับสนุนการดำเนินการในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ และเป็นประโยชน์กับศิลปิน ซึ่งเป็นผู้ผลิตงานศิลปะหลัก ที่จะมียุทธศาสตร์สนับสนุนกระบวนการอื่นๆ ได้ เช่น ธุรกิจสนับสนุนการขายงาน เป็นต้น ซึ่งสามารถเป็นการสนับสนุนให้ศิลปินสามารถให้ความสำคัญไปที่การพัฒนางานศิลปะของตนเองได้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการประชุมระดมความคิดเห็น ต่างก็มีความเห็นว่า การสนับสนุนให้เกิดอาชีพสนับสนุนอื่นๆ เช่น ภัณฑารักษ์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์หรือพื้นที่การแสดงผลงานศิลปะ นักบริหารจัดการวัฒนธรรม เป็นต้น เป็นตัวอย่างบทบาทอาชีพที่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนโดยเฉพาะ เมื่อเทียบกับการผลิตศิลปินที่มีหลักสูตรอยู่ในสถาบันการศึกษาเกือบทุกแห่ง จึงต้องมีการเพิ่มหลักสูตรการพัฒนาบทบาทต่างๆ ในระบบการศึกษา การสนับสนุนทุนการศึกษาในแต่ละด้าน หรือการจัดทำระบบสนับสนุนด้านองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาทักษะให้กับศิลปิน หรือผู้ที่สนใจ ก็เป็นการเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีองค์ความรู้ในบทบาทสนับสนุนต่างๆ ที่มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินการเฉพาะ และสนับสนุนการดำเนินการในอุตสาหกรรมได้ต่อไป ตัวอย่างเช่น เมื่อมีจำนวนภัณฑารักษ์ที่มีศักยภาพมากขึ้นในประเทศ ก็จะสามารถสนับสนุนให้เกิดการนำเสนอผลงานศิลปะได้อย่างน่าสนใจ และหลากหลายมากขึ้น กิจกรรมศิลปะ หรืองานแสดงผลงานศิลปะในแกลเลอรี พิพิธภัณฑ์ หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีการออกแบบการนำเสนอที่มีความแปลกใหม่ได้ ก็สามารถดึงดูดให้ผู้ชมที่สนใจงานศิลปะมากขึ้นต่อไปด้วย เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 1.2 สร้างกลไกสนับสนุนแกลเลอรีและหน่วยงานสนับสนุนศิลปะ

ในตัวอย่างกรณีศึกษาในต่างประเทศ นอกจากแนวทางการสนับสนุนบุคลากรด้านทัศนศิลป์แล้วนั้น ก็ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาหน่วยงานด้านศิลปะที่เกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น แกลเลอรี พิพิธภัณฑ์ หรือองค์กรอิสระที่สนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ต่อไป โดยรัฐเป็นผู้จัดหาระบบสนับสนุน เช่น ระบบเงินทุนสนับสนุน ภาระเบี่ยงเบนจูงใจทางภาษีต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานสนับสนุนศิลปะได้ต่อไป เนื่องจากในต่างประเทศรัฐมีแนวคิดที่ว่า ตัวกลางทางศิลปะบางแห่ง นอกจากเป็นหน่วยงานดำเนินการธุรกิจที่ต้องบริหารจัดการเพื่อผลกำไรแล้วนั้น ยังเป็นหน่วยงานสนับสนุนด้านศิลปะที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในประเทศ ที่มีคุณค่าในด้านจิตใจ และด้านสังคม มากกว่าคุณค่าที่เป็นตัวเลขเชิงเศรษฐกิจ ดังนั้น รัฐจึงต้องสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ ให้สามารถดำเนินการสนับสนุนศิลปะต่อไปได้ กลไกสนับสนุนหลักที่ควรพัฒนาเพื่อสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ คือระบบทุนสนับสนุนของรัฐ หรือเอื้อให้หน่วยงานอื่นๆ ให้การสนับสนุนด้านการเงินกับหน่วยงานด้านศิลปะนี้ ยกตัวอย่างเช่น การระดมทุนผ่านระบบ Crowdfunding เพื่อระดมทุนช่วยเหลือพิพิธภัณฑ์ที่อยู่ในระยะวิกฤติที่จะปิดตัว เพื่อระดมทุนจากประชาชนที่เห็นคุณค่าให้พิพิธภัณฑ์หรือแกลเลอรีนั้นๆ ยังสามารถดำเนินการต่อไปได้ เป็นต้น หรือตัวอย่างสหราชอาณาจักร มีการจัดทำระบบบัตรสมาชิกเข้าชมพิพิธภัณฑ์ทั่วประเทศ เรียกว่า “National Art Pass” เป็นบัตรสมาชิกที่มีค่าสมาชิกรายปี หรือสมาชิกตลอดชีวิต โดยบัตรดังกล่าว สามารถใช้ผ่านเข้าไปชมงานในพิพิธภัณฑ์กว่า 240 แห่งโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และใช้รับส่วนลดค่าเข้าร่วมกิจกรรมด้านศิลปะได้กว่าร้อยละ 50 ได้อีกด้วย

นอกจากกลไกสนับสนุนด้านการเงินแล้วนั้น รัฐเป็นผู้กำหนดมาตรการ หรือข้อบังคับที่เอื้อให้เกิดกลไกตลาด และเกิดการสนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ เช่น การซื้อขายงานศิลปะจะต้องซื้อขายโดยผ่านตัวกลาง ไม่สนับสนุนให้เป็นการซื้อขายโดยตรงระหว่างศิลปินกับผู้ซื้อ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความโปร่งใสของการซื้อขาย เกิดการสนับสนุนการดำเนินการของตัวกลาง และยังสามารถเก็บเป็นบันทึกการซื้อขาย ที่สามารถวัดผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 1.3 สร้างพื้นที่รองรับการสร้างและแสดงผลงานมากขึ้น

รัฐควรสนับสนุนให้มีพื้นที่สาธารณะ (Public space) ที่นอกจากจะเป็นพื้นที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในชุมชนนั้นๆ แล้ว ยังสามารถสนับสนุนให้เกิดศิลปะสาธารณะในพื้นที่ดังกล่าวได้อีกด้วย ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้ชุมชนสามารถเข้าถึงงานศิลปะ และสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน โดยพื้นที่สาธารณะ สามารถบริหารจัดการให้เป็นพื้นที่สำหรับการสร้างและแสดงผลงานของศิลปินที่ไม่มีพื้นที่สำหรับการสร้างและแสดงผลงานของตัวเองได้อีกด้วย

ทั้งนี้ นอกจากการสนับสนุนให้มีพื้นที่สาธารณะแล้วนั้น รัฐอาจสนับสนุนให้เกิด Art residence หรือสถานที่พำนักของศิลปิน ที่เปรียบเสมือนพื้นที่สำหรับการทำงานร่วมกันของศิลปิน ที่สามารถแบ่งปันการใช้พื้นที่หรืออุปกรณ์ศิลปะที่มีราคาแพงร่วมกันได้ อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่ศิลปินสามารถพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิด ที่จะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันได้อีกด้วย รวมถึงสามารถต่อยอดจัดเป็น Art Fair หรือ Art exhibition เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดให้กับศิลปินในพำนักได้อีกด้วย

การดำเนินการที่น่าสนใจอีกประการ คือรัฐ ต้องมองหาโอกาสใหม่ๆ ในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดการสนับสนุนเชิงพื้นที่ กับหน่วยงานเอกชนต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น การสร้างแรงจูงใจทางภาษี สำหรับธุรกิจอื่น เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ในการเป็นพื้นที่แสดงงานศิลปะให้กับศิลปิน ก็จะเป็นการเพิ่มพื้นที่ที่สามารถสร้างการแสดงผลงาน ให้ผู้ชมทั่วไปสามารถเข้าถึงงานศิลปะได้มากขึ้นอีกด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ

จากประเด็นปัญหาที่ได้นำเสนอไปข้างต้น พบว่าประเด็นปัญหาหลักที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่างให้ความเห็นว่าเป็นประเด็นปัญหาหลักของอุตสาหกรรม คือด้านคนดูและตลาดงานศิลปะในประเทศ ที่มีจำนวนคนที่สนใจงานศิลปะจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนศิลปิน หรือเปรียบเทียบกับคนดูในต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงต้องมีมาตรการสนับสนุนให้เกิดคนดูที่หลากหลาย ที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจงานทัศนศิลป์ รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมหรือช่องทางทางการตลาด เพื่อให้เกิดการซื้อขายงานศิลปะมากขึ้น ทั้งนี้ รัฐจะต้องสนับสนุนให้ศิลปินไทย หรืองานของศิลปินไทย เข้าร่วมงาน Art Fair หรือ Art exhibition ในต่างประเทศมากขึ้น นอกเหนือจากการสนับสนุนให้ศิลปินหรืองานศิลปะของไทยเข้าถึงตลาดงานศิลปะในต่างประเทศมากขึ้นแล้วนั้น ก็ยังเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรมของไทยได้อีกด้วย

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการสร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 2 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาศูนย์คนดูและผู้สนใจศิลปะในประเทศมากขึ้น

จากประเด็นเรื่องคนดูในภาพรวมของประเทศ พบว่าจำนวนคนที่สนใจงานศิลปะในประเทศมีอยู่จำนวนน้อยส่วนหนึ่งเป็นเพราะรากเหง้าวัฒนธรรมของคนไทยในสมัยก่อน ที่ไม่ได้ปลูกฝังให้งานศิลปะเป็นเรื่องของประชาชนทั่วไป แต่เป็นกิจกรรมเฉพาะสำหรับคนบางกลุ่ม โดยเฉพาะชนชั้นสูง ประกอบกับระบบการศึกษาของไทย ที่ไม่ได้ส่งเสริมให้เข้าถึงและเข้าใจงานศิลปะมากนัก ทำให้จำนวนคนที่สนใจงานศิลปะในประเทศมีอยู่จำนวนน้อยมาก ซึ่งแท้จริงแล้วจำนวนคนดูและคนซื้องานศิลปะ คือผู้สนับสนุนให้ศิลปินสร้างสรรค์งานได้ต่อไป

การดำเนินการที่สามารถสร้างการเข้าถึงงานศิลปะมากขึ้น ต่อยอดจากการสนับสนุนพื้นที่สาธารณะ คือการสนับสนุนให้มีศิลปะสาธารณะ (Public art) ในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น เพื่อสร้างความตระหนักและการเข้าถึงงานศิลปะว่างานศิลปะสามารถเข้าถึงได้ในชีวิตประจำวัน และยังเป็นสนับสนุนการจ้างงานศิลปินต่างๆ ให้ได้สร้างผลงานให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมถึงเป็นการสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ให้กับชุมชน และจะเป็นประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยวได้อีกด้วย ดังนั้น เพื่อให้มีกลุ่มคนดูและผู้สนใจงานศิลปะมากขึ้น จึงต้องมีการพัฒนาตั้งแต่ระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งเรื่องหลักสูตรการศึกษาด้านศิลปะ และการมีกิจกรรมสนับสนุนให้นักเรียนเข้าถึงกิจกรรมศิลปะ หรือมีประสบการณ์เข้าถึงศิลปะในพิพิธภัณฑ์ หรือแกลเลอรีต่างๆ อีกด้วย เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้นักเรียน ได้เรียนรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าของงานศิลปะ

นอกจากนี้ พิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างระบบการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วม และสร้างความเข้าใจในศิลปะในเชิงลึก เช่น การให้ความรู้ผ่านเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์อย่างจริงจัง หรือการให้ข้อมูลผ่านสื่อ เช่น แผ่นพับ ระบบบรรยายด้วยเสียง หรือแม้กระทั่งการให้ข้อมูลของแต่ละงานศิลปะในเชิงลึก เพื่อเป็นการให้ความรู้กับผู้ชมในการเข้าใจงานศิลปะแต่ละชิ้นในเชิงลึก ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมกับงานศิลปะได้ผ่านรูปแบบต่างๆ มากกว่าพิพิธภัณฑ์หลายๆ แห่งในไทย ที่ยังสามารถพัฒนากระบวนการในการให้ความรู้ให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงและเข้าใจงานศิลปะของไทยได้มากขึ้นได้อีกด้วย ในขณะที่ตัวกันสือต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ สามารถสร้างความเข้าใจ และเพิ่มจำนวนคนดูงานศิลปะ ผ่านการให้ข้อมูล หรือการเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานศิลปะที่เกิดขึ้น ก็สามารถสนับสนุนให้เกิดผู้ชมและผู้สนใจ ให้สามารถเข้าถึงกิจกรรมต่างๆ ได้อีกด้วย การเพิ่มจำนวนคนดูให้มากขึ้นนี้ มีประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาตลาดงานศิลปะ คือเป็นการเพิ่มจำนวนผู้สนับสนุนงานศิลปะ โดยเปรียบกับการเพิ่มผู้บริโภค ที่สามารถยกระดับจากผู้ชม เป็นผู้ซื้องานศิลปะได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2.2 สร้างแบรนด์งานศิลปะไทย ผ่านการออกงานในต่างประเทศ

นอกจากการพัฒนาจำนวนคนดู หรือผู้สนใจงานศิลปะในประเทศแล้วนั้น การสร้างจำนวนผู้สนใจงานศิลปะของไทย ในบริบทตลาดต่างประเทศ ก็เป็นช่องทางที่ต้องได้รับการสนับสนุนต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนให้มีศิลปินไทย หรืองานของศิลปินไทย ใน Art Fair หรือ Art Biennale ในต่างประเทศ ที่นอกจากจะเป็นการสนับสนุนให้ศิลปินไทย เข้าถึงตลาดงานศิลปะต่างประเทศ เป็นโอกาสในการเปิดมุมมองให้กับศิลปินแล้วนั้น ยังเป็นประโยชน์ต่อประเทศ ในการสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจต่องานทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเข้าใจต่อศิลปะและวัฒนธรรมของไทยอีกด้วย เปรียบเสมือนการส่งออก Soft Power ของวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อไปอีกด้วย

หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สศร. หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ควรมีการให้การสนับสนุนให้มีการส่งออกศิลปวัฒนธรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ รวมถึงเป็นการสนับสนุนศิลปินในสาขาต่างๆ ได้เข้าถึงตลาดงานศิลปะในต่างประเทศมากขึ้น ฝ่ายกระบวนการคัดเลือกผู้ที่ได้รับการสนับสนุนในแต่ละปี โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกที่โปร่งใส เพื่อให้มีศิลปินที่ได้รับการสนับสนุนที่หลากหลาย และสนับสนุนศิลปินอย่างทั่วถึง

กลยุทธ์ที่ 2.3 สร้างช่องทางการขายงานศิลปะทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

จากกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ จะเป็นการสร้างให้เกิดอุปสงค์ต่องานศิลปะ ทั้งความต้องการในงานศิลปะจากคนในประเทศ และคนต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการซื้อขายงานศิลปะ จึงต้องพัฒนาให้เกิดช่องทางการตลาดเพื่อเชื่อมโยงคนที่สนใจ ให้สามารถเข้าถึงงานศิลปะต่างๆ มากขึ้น โดยช่องทางตลาดนั้น ประกอบด้วยช่องทางออฟไลน์ และช่องทางออนไลน์ ปัจจุบันอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ยังขาดกิจกรรม Art Fair ที่เป็นกิจกรรมสนับสนุนช่องทางการตลาดของงานศิลปะ เพื่อให้ศิลปินหลากหลายรูปแบบ สามารถนำงานศิลปะของตนเองมานำเสนอให้กับตลาด หรือผู้สนใจได้ ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์กับศิลปินแล้ว ยังเป็นประโยชน์กับคนดู ที่สามารถเข้าถึงงานศิลปะต่างๆ ได้มากขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ แม้ในปัจจุบัน การจัดการประมูลงานศิลปะของไทย ยังขาดความเหมาะสม ทั้งตลาดยังไม่รองรับเนื่องจากมีขนาดความต้องการที่ยังน้อย ประกอบกับระเบียบกฎหมายยังไม่เอื้อต่อการนำเข้านงานศิลปะจากต่างประเทศมากนัก แต่ในอนาคต มีความจำเป็นที่จะต้องสนับสนุนให้เกิดการประมูลงานศิลปะในประเทศ เพื่อเป็นช่องทางการขายงานศิลปะของไทย รวมถึงสามารถยกระดับให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายงานศิลปะในภูมิภาคได้อีกด้วย

ทั้งนี้ เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ดีขึ้น ทำให้ช่องทางการขายงานศิลปะออนไลน์ เป็นช่องทางที่น่าสนใจ ซึ่งได้เปรียบในเรื่องความสะดวกในการเชื่อมต่อผู้ซื้อและผู้ขายงานศิลปะ แต่จะต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยของการดำเนินการธุรกรรมผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ให้มีความปลอดภัยมากขึ้นด้วย ก็จะเป็นการสนับสนุนด้านช่องทางการตลาด เพื่อให้เกิดการซื้อขายงานศิลปะได้อีกช่องทางหนึ่ง

ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน

จากประเด็นปัญหาที่ได้นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ และการประชุมระดมความคิดเห็น นั้น มักเป็นประเด็นปัญหาเชิงระบบนิเวศ หรือระบบสนับสนุนอุตสาหกรรมไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ปัญหาเชิงโครงสร้าง การขาดกองทุนสนับสนุนงานศิลปะ ขาดระบบการศึกษา ด้านศิลปะที่มีคุณภาพ เป็นต้น ดังนั้น ในยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ จะเป็นยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาระบบสนับสนุน ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมให้มีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ในภาพรวมของอุตสาหกรรม

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 3 ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 สนับสนุนให้มีกองทุนสร้างสรรค์ และพัฒนาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาของต่างประเทศ พบว่าหน่วยงานที่ดำเนินการสนับสนุนและพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ มักมีการจัดตั้งกองทุน เพื่อสนับสนุนให้มีระบบการให้ทุนที่เหมาะสม และเกิดประโยชน์ เกิดแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ระบบสนับสนุนด้านเงินทุน เป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชนอื่นๆ เป็นเครือข่ายหน่วยงานดำเนินการสนับสนุนงานศิลปะในด้านต่างๆ ต่อไป

ปัจจุบัน สสร. มีกองทุนภายใต้หน่วยงานอยู่แล้ว เพียงแต่จากการรวบรวมปัญหา พบว่ากองทุนดังกล่าว ขาดการบริหารจัดการให้มีแนวทางพัฒนาที่ต่อยอดมาจากระบบกองทุน รวมถึงขาดการดำเนินการเชิงรุก และแนวทาง/เกณฑ์การสนับสนุนที่ชัดเจน ทำให้ศิลปินและหน่วยงานที่ต้องการได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุน ไม่สามารถเข้าถึงระบบเงินทุนดังกล่าวได้ ดังนั้น ในอนาคต จึงต้องเร่งผลักดันให้มีคณะกรรมการบริหารจัดการกองทุนที่มีความเข้าใจในการดำเนินการของอุตสาหกรรม ที่สามารถให้ความเห็น และการตัดสินใจด้านกองทุนที่เข้าใจความต้องการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมมากขึ้น รวมถึงมีแนวทางพัฒนาต่อยอดกองทุนดังกล่าว ให้เกิดแนวทางการสนับสนุนในด้านอื่นๆ ต่อไป

ทั้งนี้ นอกจากการบริหารจัดการกองทุนแล้ว ควรจะมีแนวทางดำเนินการสนับสนุนด้านเงินทุนอื่นๆ เช่น ระบบบัตรสมาชิกเข้าถึงหน่วยงานศิลปะ เช่น พิพิธภัณฑ์หรือแกลเลอรี รวมถึงกิจกรรมด้านศิลปะต่างๆ โดยระบบสมาชิกแบบเสียค่าใช้จ่ายนี้ เป็นอีกรูปแบบ ในการเพิ่มเงินในกองทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 3.2 ยกระดับระบบการศึกษาด้านศิลปะ เพื่อยกระดับทักษะศิลปินและสร้างความเข้าใจต่อศิลปะมากขึ้น

ปัจจุบัน ระบบการศึกษาด้านศิลปะของไทยยังขาดคุณภาพ และไม่สามารถปลูกฝังให้เยาวชนเข้าถึงและเข้าใจศิลปะ ทำให้เติบโตไปเป็นประชากรที่ไม่มีความเข้าใจ และไม่เห็นคุณค่าของงานศิลปะ ดังนั้น เพื่อให้เกิดฐานคนดูและคนซื้องานศิลปะที่เห็นคุณค่าของงานศิลปะ จึงต้องปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านศิลปะ รวมถึงสนับสนุนให้นักเรียนและนักศึกษา ได้เข้าถึงกิจกรรมด้านศิลปะต่างๆ มากขึ้น

นอกจากระบบการศึกษาแล้วนั้น ยังมีแนวทางอื่นๆ ที่สามารถสนับสนุนด้านการสร้างความเข้าใจ หรือพัฒนาทักษะของศิลปินได้ เช่น การจัดทำแพลตฟอร์มรวบรวมองค์ความรู้และหลักสูตรด้านศิลปะ เพื่อเป็นประโยชน์กับทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ หรือเป็นประโยชน์กับศิลปิน หรือบุคลากรอื่นๆ ที่สนใจให้สามารถหาความรู้ในด้านต่างๆ ได้ ก็จะเป็นการพัฒนาทักษะของบุคลากรในอุตสาหกรรม และสามารถสร้างความเข้าใจด้านศิลปะให้กับประชาชนทั่วไปได้อีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.3 ส่งเสริมการวิจัย และจัดทำฐานข้อมูล เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม

ปัจจัยการสนับสนุนขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรม นอกจากระบบการสนับสนุนด้านการเงินแล้วนั้น การบริหารจัดการให้มีข้อมูลสาธารณะที่เพียงพอ ก็เป็นอีกบทบาทสำคัญที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานอื่นๆ จะต้องดำเนินการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนด้านข้อมูล ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานผู้ออกนโยบายต่างๆ เอกชนและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานในอุตสาหกรรม ไปจนถึงประชาชนทั่วไป ได้เข้าถึงข้อมูลที่เป็นต่อการทำความเข้าใจ หรือสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ ต่อไปได้

ดังนั้น จึงต้องมีการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นของอุตสาหกรรมไว้ที่เดียว เพื่อเป็นประโยชน์ด้านการเข้าถึงข้อมูล และผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในข้อมูลด้านต่างๆ ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลจำเป็นอื่นๆ เพิ่มเติม รวมถึงบริหารจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการภายใต้บทบาทของหน่วยงานตนเองให้มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอยู่เสมอ และต้องมีการนำเสนอข้อมูลที่มีรูปแบบที่แปลกใหม่ น่าสนใจ เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์กับผู้ใช้งาน

ในส่วนของการงานวิจัย พบว่าในปัจจุบันมีข้อมูลงานวิจัยด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่น้อยมาก และไม่มี ความหลากหลายมากที่ควร ดังนั้น จึงต้องสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการทำการวิจัยที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยในด้านตลาดและคนดู เพื่อเป็นการทำความเข้าใจด้านคนดูในเชิงลึก และเป็นข้อมูลสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถสร้างความเข้าใจต่อความต้องการของกลุ่มคนดูได้ต่อไปอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.4 พัฒนาระบบการ กฎหมาย และภาษีที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถส่งเสริม/พัฒนา อุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากกลยุทธ์ข้างต้น การพัฒนาในด้านระเบียบข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมาตรการทางภาษี ต่างๆ เป็นแนวทางที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงใช้เป็นแรงจูงใจให้เกิดการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาด้านภาษีสำหรับการนำเข้างานศิลปะจากต่างประเทศ ที่เป็นกำแพงสำคัญสำหรับการแลกเปลี่ยนงานศิลปะระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิด กลไกสนับสนุนการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์ และเกิดระบบนิเวศด้านศิลปะที่มีความ สมบูรณ์ จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาด้านระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เพื่อทำความเข้าใจและพิจารณา ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ให้เอื้อต่อการสร้างระบบนิเวศของทัศนศิลป์ของประเทศต่อไป ไม่ว่าจะเป็น กฎหมายการจัดตั้งหน่วยงานอิสระที่สนับสนุนศิลปะ กฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าส่งออกงานศิลปะ ข้อบังคับสำคัญจำเป็นที่ต้องมีเพื่อให้เกิดกลไกในภาพรวม เช่น บังคับให้การซื้อขายต้องผ่านตัวกลางมากกว่าเกิดการ ซื้อขายโดยตรง เป็นต้น เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และสามารถมีข้อมูลการซื้อขายในระบบ เป็นต้น

ด้านกระบวนการของหน่วยงานภาครัฐ เป็นปัญหาที่ทำให้หน่วยงานสนับสนุนไม่สามารถเข้าถึงรูปแบบการสนับสนุนของรัฐได้เท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการด้านเอกสาร ระยะเวลาในการดำเนินการนาน โครงการที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่ตรงกับการดำเนินการของเอกชน กระบวนการเบิกจ่าย ไปจนถึงระบบงบประมาณที่ทำให้การสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการของรัฐ ไม่เพียงแต่เป็นปัญหาต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์เท่านั้น แต่ยังเป็นปัญหาสำหรับการเข้าถึงการสนับสนุนในทุกๆ อุตสาหกรรม ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพ และสามารถสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

นอกจากนี้ ควรมีการใช้มาตรการทางภาษีเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสนับสนุนการดำเนินการด้านศิลปะของหน่วยงานต่างๆ เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับหน่วยงานที่ดำเนินการสนับสนุนศิลปะและวัฒนธรรม ที่เป็นประโยชน์ในภาพรวมของประเทศ ลดหย่อนภาษีสำหรับบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปะ เพื่อสร้างให้มีหน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์มากขึ้น ไปจนถึงการลดหย่อนภาษีให้กับประชาชนทั่วไปที่บริโภคหรือสนับสนุนงานศิลปะของไทย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ ไม่อาจดำเนินการโดยการขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมข้างต้นเพียงอย่างเดียว แต่ในการดำเนินงานจำเป็นต้องพัฒนากลไกการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับบริบทการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมเพื่อให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมมีความก้าวหน้าในระยะยาว รวมไปถึงการพิจารณาการจัดตั้งหน่วยงาน Art Council เพื่อส่งเสริมงานด้านศิลปะในภาพรวมของประเทศอย่างบูรณาการ โดยมีประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ ดังต่อไปนี้

1. สนับสนุนให้มีการจัดตั้ง Art Council

เพื่อให้การส่งเสริมงานศิลปะในภาพรวมของประเทศมีการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนงานศิลปะ ทั้งในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมควบคู่กันอย่างสมดุล จึงเสนอแนะให้มีการพิจารณาสนับสนุนการจัดตั้ง Art Council จากการรวมกลุ่มสมาชิกในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานศิลปะทุกสาขา เพื่อให้มีผู้เชี่ยวชาญ เชิงลึกในด้านงานศิลปะ รวมไปถึงผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการงานศิลปะอย่างเป็นระบบ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านงานศิลปะของประเทศไทย ให้ก้าวสู่เวทีนานาชาติได้อย่างทัดเทียม

2. ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการบริหารกองทุนเพื่องานศิลปะ

ปัจจุบัน สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) ได้มีการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมศิลปร่วมสมัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนเกี่ยวกับการให้การอุดหนุนหรือให้กู้ยืมเงินแก่ผู้ขอรับการส่งเสริม ที่นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาวัฒนธรรม และสังคมของประเทศ ซึ่งมีข้อจำกัดหลายประการในการเข้าถึงกองทุน ดังนั้นจึงควรพัฒนาความร่วมมือและต่อยอดการดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ของ สศร. ให้มีขอบเขตการสนับสนุนศิลปินที่หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

การส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต้องมีการสร้างให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและเห็นความสำคัญ พร้อมทั้งผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานหลักอย่างกระทรวงวัฒนธรรม หรือหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นต้น และพัฒนากลไกการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อนำประสบการณ์ ข้อคิดเห็นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและสร้างความร่วมมือ ทั้งในด้านการจัดกิจกรรมและการสนับสนุนเชิงนโยบาย เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม และรายสาขาเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง

4. การส่งเสริมความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

แนวคิดหลักในการส่งเสริมความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐนั้น คือ สนับสนุนให้มีมุมมองด้านการงาน ศิลปะ และวัฒนธรรมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับ โดยงานศิลปะเหล่านั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ต้องรักษาเพียงเท่านั้น แต่การนำมาต่อยอด ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยยังคงไว้ซึ่งความหมาย แนวคิด หรือแก่นของงานศิลปะต่างๆ ในการสร้างสรรค์งานชิ้นใหม่ รวมไปถึงการทำความเข้าใจถึงบริบท ระบบนิเวศ และสถานการณ์ของอุตสาหกรรม เพื่อให้การสนับสนุนงานศิลปะต่างๆ จากภาครัฐ ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง

5. การจัดทำข้อมูลสนับสนุนการกำหนดแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อมูลทางเศรษฐกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ปัจจุบัน อาศัยการอ้างอิงจากระบบมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย หรือ Thailand Standard Industrial Classification (TSIC) ซึ่งเน้นการจัดหมวดหมู่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต การค้า และภาคบริการ แต่ข้อมูลหมวดหมู่งานศิลปะนั้น ซึ่งไม่สะท้อนสถานการณ์ของอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง จึงต้องศึกษาข้อมูลกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และกำหนดเป็นหมวดหมู่ทางธุรกิจร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน และสำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นต้น เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานมีการสื่อสาร เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาใช้ในการติดตามสถานการณ์ วิเคราะห์ และวางแผนการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

6. การทบทวนการกำหนดตัวชี้วัดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การกำหนดตัวชี้วัดเดิมที่มีการพิจารณาผลสำเร็จของการดำเนินงานในมิติของผลในเชิงปริมาณนั้น บางส่วนไม่สามารถวัดผลความสำเร็จของโครงการในด้านคุณภาพได้อย่างแท้จริง จึงควรกำหนดให้มีความชัดเจนและสามารถวัดผลในเชิงคุณภาพ และผลลัพธ์ความสำเร็จการดำเนินงานในระยะยาว หรืออาจปรับเปลี่ยนการติดตามประเมินความสำเร็จของการดำเนินงานในรูปแบบ Objective and Key Results (OKR) ต่อไป

7. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หน่วยงาน CEA ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นี้ CEA ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักของศิลปิน หรือผู้คนในวงการทัศนศิลป์ รวมไปถึงคนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากเท่าที่ควร อาจเป็นเพราะ CEA เป็นหน่วยงานที่มีการจัดตั้งขึ้นเพียง 2 ปี และอยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการองค์กร ควบคู่ไปกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้น การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หน่วยงาน CEA ทั้งในด้านบทบาทหน้าที่ และกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการในอยู่ปัจจุบัน พร้อมทั้งทิศทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมของประเทศไทยในอนาคต ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มศิลปิน และผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งจะทำให้ CEA ได้รับความสนใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถให้ข้อมูลความต้องการได้โดยตรง และในทางกลับกัน CEA ยังสามารถดึงความร่วมมือจากหน่วยงานที่มีความพร้อมในการจัดกิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

แผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

นอกจากการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์แล้ว การศึกษาค้นคว้านี้ ยังรวมถึงการศึกษาแผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรมต่อไป โดยกระบวนการศึกษา จะมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาจากต่างประเทศ รวมถึงการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศเทียบกับของไทยในปัจจุบัน แล้วจัดทำเป็นแนวทางสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในอนาคต รวมถึงข้อเสนอแนะรูปแบบการนำเสนอข้อมูลของอุตสาหกรรม โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางแสดงข้อมูลผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บของแต่ละประเทศ

ประเภทของข้อมูล		 สหราชอาณาจักร	 ไต้หวัน	 ไทย
สถิติ	มูลค่ารายสาขา	✓	✓	✓
	จำนวนแรงงานรายสาขา	✓	✓	✓ ไม่แยกสาขาศิลปะ
	จำนวนนักเรียน/นักศึกษาด้านศิลปะ	✓	✓	
	จำนวนพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี	✓	✓	✓ ไม่ได้รวมปีนภาพรวมของประเทศ
	จำนวนกิจกรรมด้านทัศนศิลป์	✓	✓	
	จำนวนกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม		✓	
	จำนวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทัศนศิลป์	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
	จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
	จำนวนเงินสนับสนุน/งบประมาณ	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
งานศิลปะ	Online Collection	✓	✓	
	รายละเอียดงานศิลปะ	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
	ช่องทางการซื้อ/เช่างานศิลปะ	✓	✓	
PR & Press	ตารางประชาสัมพันธ์นิทรรศการ/กิจกรรม	✓	✓	✓ มีเป็นช่องทางเฉพาะหน่วยงาน
บุคลากร/หน่วยงาน	รายชื่อ	✓ (เฉพาะศิลปินที่ได้รับรางวัล)	✓	
	ประวัติ/ผลงาน	✓	✓	✓ มีหลายหน่วยงานที่จัดเก็บ เช่น Rama IX Museum
	ช่องทางการติดต่อ		✓	
	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	
องค์ความรู้	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓ สคร. มีรวบรวมแต่ไม่หลากหลาย
	ข้อมูลด้านอาชีพ	✓		
	บทความ/บทสัมภาษณ์	✓	✓	✓ มีบทสัมภาษณ์ในสื่อเอกชน/BACC
	อื่นๆ	โครงการที่ดำเนินโดย ACE	การให้ความรู้ผู้ชม เช่น เทคนิคงานศิลปะประเภทต่างๆ	

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากการศึกษาข้อมูลกรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลในต่างประเทศ และการวิเคราะห์การจัดเก็บข้อมูลของไทยในปัจจุบัน สามารถสรุปเป็นบทเรียนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยอนาคต โดยแยกออกเป็นด้านรายละเอียดข้อมูล และด้านรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้

ด้านรายละเอียดข้อมูล จากตารางวิเคราะห์เปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บของแต่ละประเทศ จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่มีการนำเสนอของไทยนั้น ค่อนข้างมีน้อย และไม่ครอบคลุมในแต่ละประเภทของข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลเชิงสถิติ ที่ปัจจุบันมีการจัดทำและนำเสนอเพียงข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เท่านั้น ซึ่งยังขาดการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลสถิติประเภทอื่น เช่น จำนวนแรงงานจบใหม่ จำนวนองค์กร/หน่วยงานด้านศิลปะ จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/งานศิลปะ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพอื่นๆ ก็ยังสามารถพัฒนาตามกรณีศึกษาข้างต้นได้ เช่น การนำเสนอรายละเอียดงานศิลปะพร้อมภาพประกอบเป็น Online collection หรือจัดทำเป็นการเดินชมพิพิธภัณฑ์ออนไลน์ ที่เป็นการชมงานผ่านพิพิธภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ที่ให้ประสบการณ์เหมือนกับเดินชมงานจริงๆ การนำเสนอข้อมูลศิลปิน นอกจากที่มีการนำเสนอของไทยในปัจจุบัน เช่น รายนามของศิลปินอาวุโส ควรมีการรวบรวมข้อมูลของศิลปินกลุ่มอื่นๆ เช่น ศิลปินรุ่นใหม่ หรือศิลปินรายสาขาอื่นๆ โดยมีรายละเอียดที่ครบถ้วน เช่น ประวัติโดยย่อ ตัวอย่างผลงานสำคัญ และช่องทางการติดต่อ เป็นต้น (เบื้องต้นจะมีพิพิธภัณฑ์พระราม 9 ที่ดำเนินการจัดเก็บอยู่แล้ว แต่ขาดการบริหารจัดการให้ข้อมูลมีความทันสมัย เป็นต้น)

ด้านข้อมูลองค์ความรู้ทางวิจัย แม้หลายหน่วยงานของไทยจะมีการนำเสนอเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน แต่ยังสามารถเพิ่มความหลากหลายในประเภทข้อมูลงานวิจัยต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลงานวิจัยด้านผู้ชม และด้านตลาด เป็นต้น

ด้านรูปแบบการนำเสนอ การนำเสนอข้อมูลของหน่วยงานไทย หลักๆ จะเป็นการให้ข้อมูลเชิงพรรณนา ผ่านบทความแบบมีภาพประกอบบนเว็บไซต์ ซึ่งนอกเหนือจากการพัฒนาฐานข้อมูลผ่านการเก็บรวบรวม หรือจัดทำข้อมูลให้หลากหลายมากขึ้นแล้วนั้น ในอนาคต หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ต้องต่อยอดการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์แก่สาธารณะมากขึ้นเช่นกัน เช่น การนำเสนอข้อมูลงานวิจัยในรูปแบบ Infographic คลิปวิดีโอ หรือ Podcast บันทึกสัมภาษณ์ศิลปิน/บุคลากรที่น่าสนใจ เป็นต้น

แนวทางการดำเนินการในขั้นถัดไป



มีหน่วยงานกลางรวบรวมข้อมูลไว้ที่เดียว และบริหารจัดการภาพรวม เพื่อให้มีข้อมูลครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน



แบ่งหน้าที่รับผิดชอบเก็บข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเก็บข้อมูลที่ยังไม่ถูกจัดเก็บเพิ่มเติม



สนับสนุนให้หน่วยงานต่างๆ เผยแพร่ข้อมูลภายใน ที่อาจเป็นประโยชน์แก่สาธารณะ



สำรวจความต้องการด้านข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้มีข้อมูล/การนำเสนอที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปกรศึกษา

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลในอนาคต จึงได้สรุปข้อเสนอแนะ แนวทางการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ประกอบด้วย การมีฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรม ที่เชื่อมโยงฐานข้อมูลที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องอยู่แล้ว เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วน และมีหน่วยงานบริหารจัดการด้านฐานข้อมูลหลัก เพื่อให้มีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยสามารถแบ่งการจัดเก็บข้อมูลในแต่ละประเภท ตามหน่วยงานที่ดำเนินการจัดเก็บอยู่แล้ว ให้จัดเก็บข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บตามบทบาทของหน่วยงานนั้นๆ ต่อไป นอกจากนี้ การสนับสนุนให้หน่วยงานต่างเผยแพร่ข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ผ่านช่องทางต่างๆ ของหน่วยงานเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชนมากขึ้น และควรสำรวจความต้องการด้านการใช้ข้อมูลในฐานข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาปรับปรุงให้ฐานข้อมูลมีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้อยู่เสมอ

จากข้อมูล การจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น เป็นเพียงการศึกษาแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลเท่านั้น ลำดับถัดไป CEA หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ให้เกิดขึ้นจริงตามข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการ เพื่อร่วมกันสร้างฐานข้อมูลกลางของสาขาทัศนศิลป์ อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม และการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่ต้องดำเนินการจัดทำเพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาในรูปแบบอื่นๆ ดังนั้น การจัดทำฐานข้อมูลนี้ จึงเป็นประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง ต่อการดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ของไทย เพื่อขับเคลื่อนให้ “ตลาดศิลปะในประเทศพัฒนาอย่างมีพลวัตงานศิลปะไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล” ตามวิสัยทัศน์ของแผนฯ ที่ตั้งไว้ให้สำเร็จลุล่วงได้ต่อไป

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนา กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) โดยกำหนดให้มีภารกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการสนับสนุนนวัตกรรมและการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งจัดเก็บข้อมูล สถิติ องค์ความรู้ และนวัตกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรและพัฒนาธุรกิจของประเทศ ทั้งนี้ การพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ให้มีความพร้อมและมีศักยภาพในการแข่งขัน จึงเป็นหนึ่งในเป้าหมาย สำคัญของ สศส. โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ได้กำหนดให้อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 12 สาขา ได้แก่ 1. งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) 2. ศิลปะการแสดง (Performing Arts) 3. ทัศนศิลป์ (Visual Arts) 4. ดนตรี (Music) 5. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video) 6. การพิมพ์ (Publishing) 7. การกระจายเสียง (Broadcasting) 8. ซอฟต์แวร์ (Software) 9. การโฆษณา (Advertising) 10. การออกแบบ (Design) 11. สถาปัตยกรรม (Architecture) และ 12. แฟชั่น (Fashion)

อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละสาขา มีลักษณะในการดำเนินธุรกิจ และ กิจกรรมต่างๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้ปัญหาและข้อจำกัดที่พบมีความแตกต่างกันและเฉพาะเจาะจง การกำหนด แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องทราบถึงรายละเอียดข้อมูลสถานการณ์ สภาพปัญหาที่ธุรกิจต้องเผชิญ รวมถึงประเด็นที่จะก่อให้เกิดผลต่อการดำเนินกิจการ

สศส. จึงได้ดำเนินโครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องสำหรับวางโครงสร้างฐานข้อมูลของ อุตสาหกรรมดังกล่าว รวมทั้งวิเคราะห์ศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ แนวทางการส่งเสริม/มาตรการที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และนำไป กำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์/แผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งผลักดันให้มีการนำแผนพัฒนาฯ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงภาพรวม สถานการณ์ ศักยภาพ พร้อมทั้งวางทิศทางและจัดทำ แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ที่มีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
- 1.2.2) เพื่อจัดทำแนวทางการรวบรวมข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เช่น จำนวนผู้ประกอบการ จำนวนแรงงาน เป็นต้น สำหรับ วางโครงสร้างฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมดังกล่าว

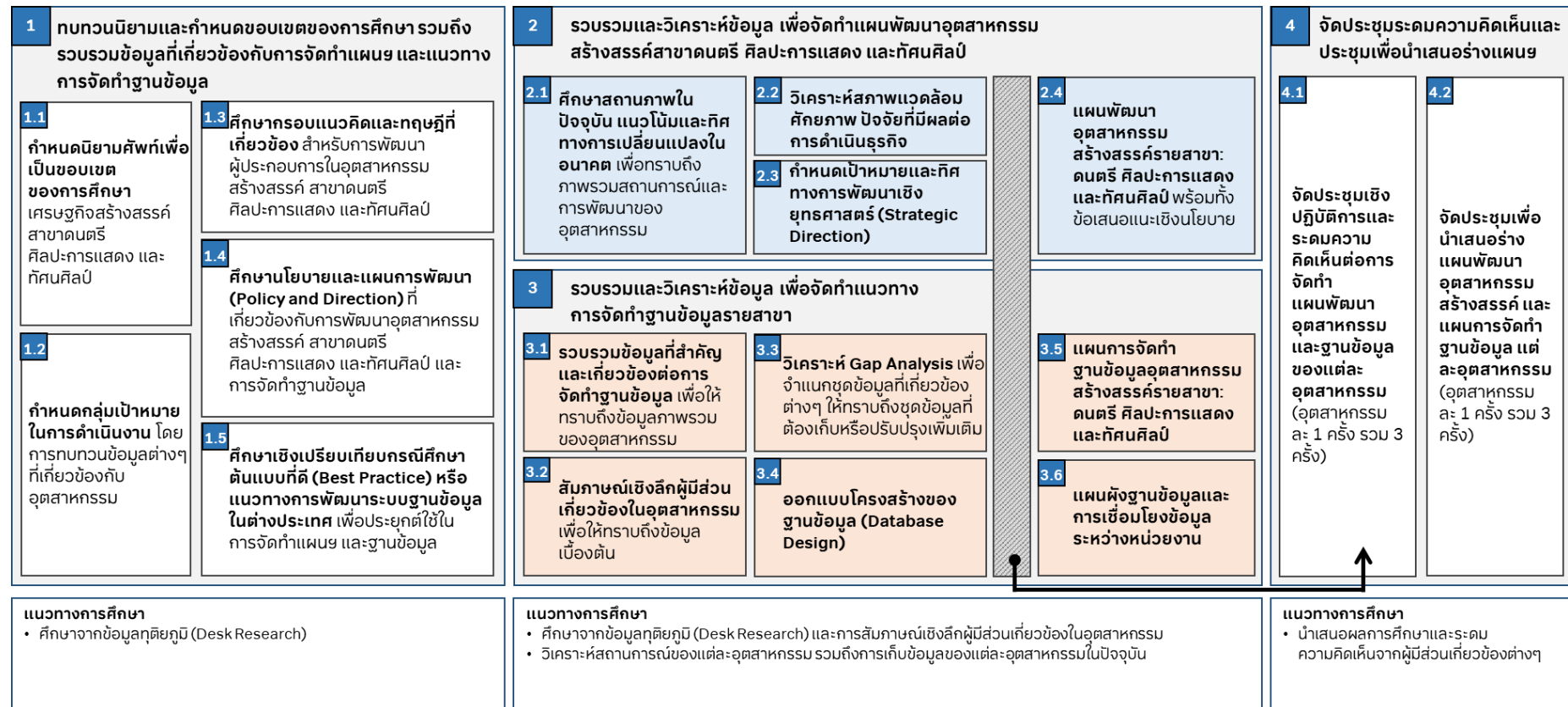
1.3 ขอบเขตการศึกษา

ในการดำเนินการโครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา มีรายละเอียดของการดำเนินงาน ดังนี้

- 1.3.1) กำหนดกรอบการศึกษาเพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ รวมถึงฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดังกล่าว เช่น นิยาม กลุ่มเป้าหมาย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ รวมทั้งกำหนดแผนการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นถึงระยะเวลาการดำเนินกิจกรรมต่างๆ
- 1.3.2) ศึกษาและวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีหรือแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลในต่างประเทศ เพื่อประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ และการจัดทำฐานข้อมูล
- 1.3.3) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาเป้าหมาย ตลอดจนแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าว ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ
- 1.3.4) วิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินงานในข้อ 1.3.2 – 1.3.3 เพื่อให้ทราบถึงทิศทางการพัฒนาสถานการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ตลอดจนแนวโน้มในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมาย พร้อมทั้งแนวทางการออกแบบฐานข้อมูล (Database Design) ที่สามารถนำไปต่อยอดและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้
- 1.3.5) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย
 - (1) แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ พร้อมบทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 1 ฉบับ
 - (2) แผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล และแนวทางการดำเนินงานในระยะต่อไป 1 ฉบับ
 - (3) แผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- 1.3.6) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็น เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา แยกตามสาขา ประกอบด้วยสาขา ดนตรี สาขาศิลปะการแสดง และสาขาทัศนศิลป์
- 1.3.7) จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไขจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.4 แนวทางการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน

จากความเข้าใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ และแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมข้างต้น ตลอดจนนโยบายและกรอบแนวคิดในการศึกษาตามที่เสนอไปข้างต้น คณะที่ปรึกษาจึงได้มีการออกแบบขั้นตอนการทำงานออกมาเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1.4.1 ทบทวนนิยามและกำหนดขอบเขตของการศึกษา รวมถึงรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ แผนที่ และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูล

ในส่วนของการทบทวนนิยามและการกำหนดขอบเขตของการศึกษา จะทำการพิจารณาจากข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษา และสร้างความเข้าใจถึงบริบทการพัฒนาในปัจจุบัน ทั้งในส่วนของการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและการจัดเก็บฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โดยมีการดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.1.1 กำหนดนิยามศัพท์เพื่อเป็นขอบเขตของการศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สาขาศนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

การนิยามคำศัพท์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ และศัพท์ที่มีความเกี่ยวข้องกับฐานข้อมูล (Database) ของอุตสาหกรรม จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่างๆ คณะหรือมหาวิทยาลัย รวมไปถึงผลงานทางวิชาการหรือนักวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษาในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรม

1.4.1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน โดยการทบทวนข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางแผนทางในการศึกษา ผ่านการทบทวนข้อมูลต่างๆ จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือทั้งในภาพรวมอุตสาหกรรมและรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ หลังจากนั้น จะทำการวิเคราะห์และจำแนกข้อมูล รูปแบบผลงาน หรือผลิตภัณฑ์ ของแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ และยังเป็นกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการวางกรอบดำเนินงานของโครงการให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.4.1.3 ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

การทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เพื่อพิจารณารอบแนวคิดด้านการพัฒนาและในประเด็นสำคัญอื่นๆ จากหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ CEA ทฤษฎี Porter's Value Chain Analysis หรือกรอบการศึกษาที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งนี้จะนำกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ต่อไป

1.4.1.4 ศึกษานโยบายและแผนการพัฒนา (Policy and Direction)

การศึกษาแผนการพัฒนาและนโยบายของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ รวมไปถึงแผนการดำเนินการ แผนการปฏิบัติของกระทรวงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่างกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนการพัฒนาของกระทรวงวัฒนธรรม แผนการพัฒนาของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย แผนปฏิบัติราชการของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม และแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นต้น เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูล



ภาพที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี โดยกรมส่งเสริมวัฒนธรรม

1.4.1.5 ศึกษาเชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) หรือแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลในต่างประเทศ

การศึกษาวិเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาที่สามารถเป็นแบบอย่างแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ของประเทศไทย โดยพิจารณาจากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมในต่างประเทศ รวมทั้งถอดบทเรียนการพัฒนาในบริบทของประเทศเป้าหมาย เช่น นโยบายจากภาครัฐในการสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาในสาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ รวมถึงปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนา ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนา และแนวทางการสนับสนุนอื่นๆ เพื่อประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลของสาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ของประเทศไทยต่อไป

1.4.2 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

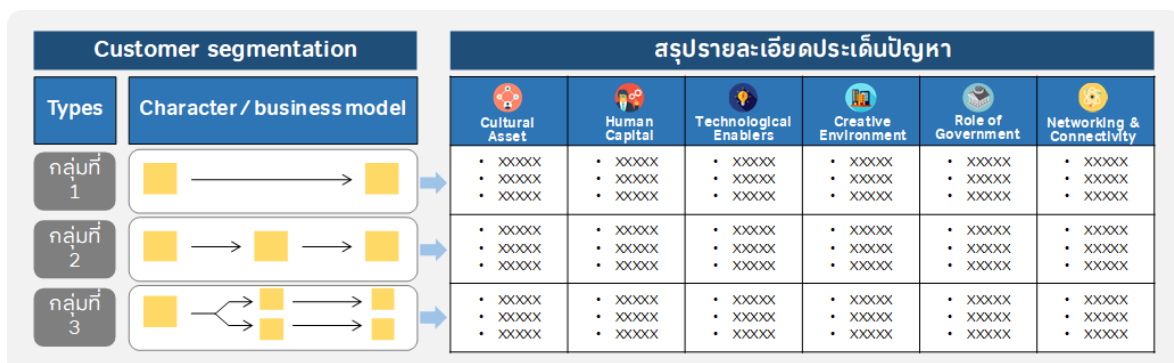
การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถบ่งชี้ถึงภาพรวมทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ของประเทศไทย พร้อมทั้งปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ในระดับนโยบายหรือแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมของภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนแนวโน้มสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการกำหนดแนวทางของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไป โดยมีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.2.1 ศึกษาสถานการณ์ในปัจจุบัน แนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อทราบถึงภาพรวมสถานการณ์และการพัฒนาของอุตสาหกรรม

ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จากรายงานการศึกษาและข้อมูลทางสถิติทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมถึงการรวบรวมข้อมูลจากภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการของอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน พร้อมทั้งพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจมีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคต

1.4.2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและประเมินศักยภาพ รวมไปถึงการพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ของไทย โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการ และใช้กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ร่วมกับข้อมูลจากการศึกษาและการรวบรวมข้อมูลอื่นๆ ในข้างต้น เพื่อสรุปข้อมูลภาพรวมของสถานการณ์ ประเด็นปัญหา อุปสรรคในปัจจุบัน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และประเด็นอื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรม



ภาพที่ 3 ตัวอย่างกรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

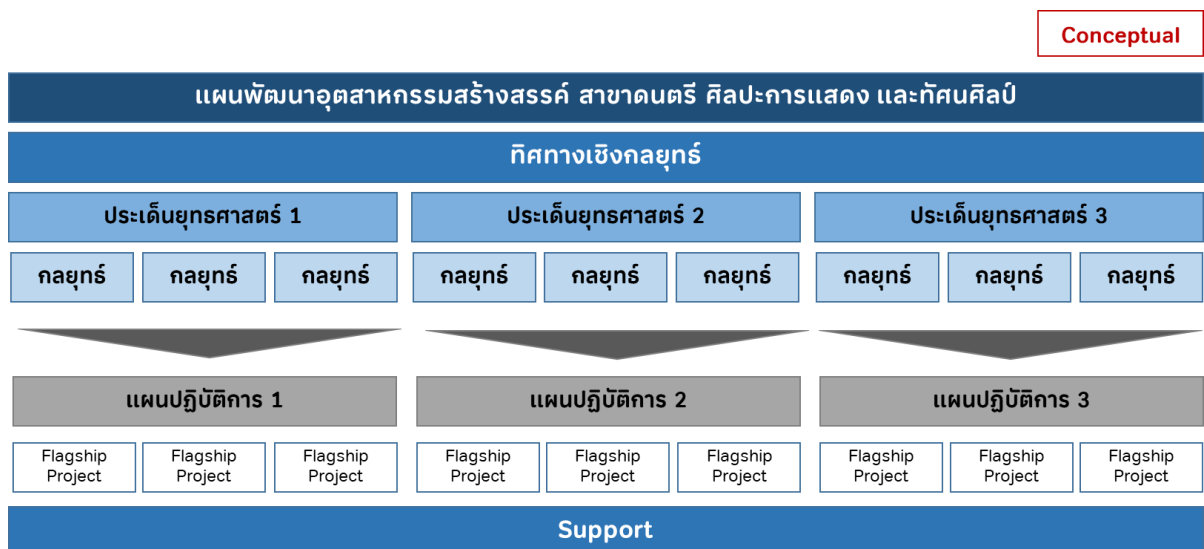
1.4.2.3 กำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Direction)

ขั้นตอนถัดมา จะเป็นการกำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ จะมีการวิเคราะห์และประเมินประเด็นการพัฒนาและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมในเชิงลึก ตลอดจนพิจารณาปัจจัยภายในและภายนอกทั้งหมดที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายของการพัฒนา (Strategic Option) และทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมในปัจจุบัน โดยมีการดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.2.4 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งเป็นผลจากการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลและการดำเนินงานในข้างต้น ทั้งนี้รายละเอียดของการจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมประกอบไปด้วย ทิศทางเชิงกลยุทธ์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ รวมทั้งกำหนด Flagship Project หรือโครงการสำคัญ ที่จะช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการวางกรอบการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 3 อุตสาหกรรมข้างต้น พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพิ่มเติม ในกรณีที่เป็นการดำเนินงานสนับสนุนที่มีความสำคัญ ที่สามารถพัฒนาเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในการจัดทำแผนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- 1) จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
- 2) บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)
- 3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ (Strategic Direction) และเป้าหมายของการพัฒนา

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1.4.3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลรายสาขา

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานในการจัดทำฐานข้อมูลรายสาขาของ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ให้มีความชัดเจนและเหมาะสมอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งตอบโจทย์ผู้ใช้งาน ทั้งผู้ใช้ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.3.1 รวบรวมข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องต่อการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลภาพรวมของ อุตสาหกรรม

การศึกษาข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดทำฐานข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและ องค์ประกอบโดยรวมของฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมไปถึงภาพรวมของการเชื่อมโยงข้อมูล จากหน่วยงานต่างๆ พร้อมทั้งทำการจัดกลุ่มข้อมูลในส่วนโครงสร้างของฐานข้อมูลในเบื้องต้นให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรในอุตสาหกรรม

1.4.3.2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้น

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาครัฐและ เอกชน สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฯ ในประเทศ โดยการนำผลสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล เบื้องต้น และความต้องการในการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลของผู้ใช้งาน รวมไปถึงการจัดลำดับความสำคัญของ ข้อมูลหลักและข้อมูลสนับสนุนที่มีความเหมาะสมกับผู้ใช้งานแต่ละประเภท เพื่อเป็นการวางแผนทางในการพัฒนา ฐานข้อมูลให้มีความเหมาะสมและส่งผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งาน

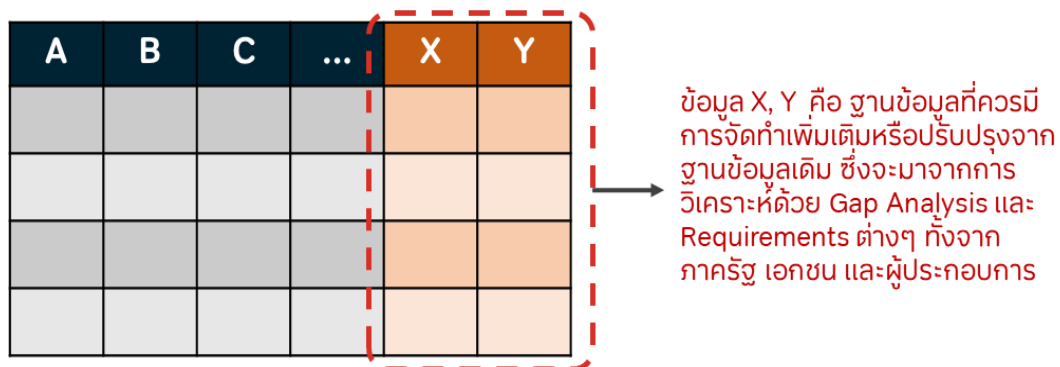
จากการดำเนินการ ที่ปรึกษาได้ทำการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ทั้งภาครัฐ และเอกชนรวมทั้ง 19 หน่วยงาน แบ่งออกเป็น สถาบันการศึกษา/โรงเรียนศิลปะ 2 หน่วยงาน ศิลปิน/ผู้ผลิตงาน ศิลปะ 8 หน่วยงาน แกลเลอรี/ออนไลน์แกลเลอรี 5 หน่วยงาน นิติสารศิลปะ 1 หน่วยงาน หน่วยงานเอกชนอื่นๆ 2 หน่วยงาน และหน่วยงานภาครัฐ 1 หน่วยงาน โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5 สรุปหน่วยงานที่ให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์

1.4.3.3 วิเคราะห์ Gap Analysis เพื่อจำแนกชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้ทราบถึงชุดข้อมูลที่ต้องเก็บหรือปรับปรุงเพิ่มเติม

การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของฐานข้อมูล โดยการวิเคราะห์ด้วย Gap Analysis เพื่อประเมินการจัดเก็บข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เทียบกับลักษณะของฐานข้อมูลที่ดีควรจะเป็น และทำการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาฐานข้อมูล เพื่อให้สามารถลดช่องว่างของฐานข้อมูลว่ามีข้อมูลส่วนใดที่จำเป็นจะต้องจัดเก็บเพิ่มเติมหรือควรได้รับการปรับปรุง ในขณะเดียวกันเพื่อให้ทราบถึงความสอดคล้องของฐานข้อมูลและความต้องการของผู้ใช้งานทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

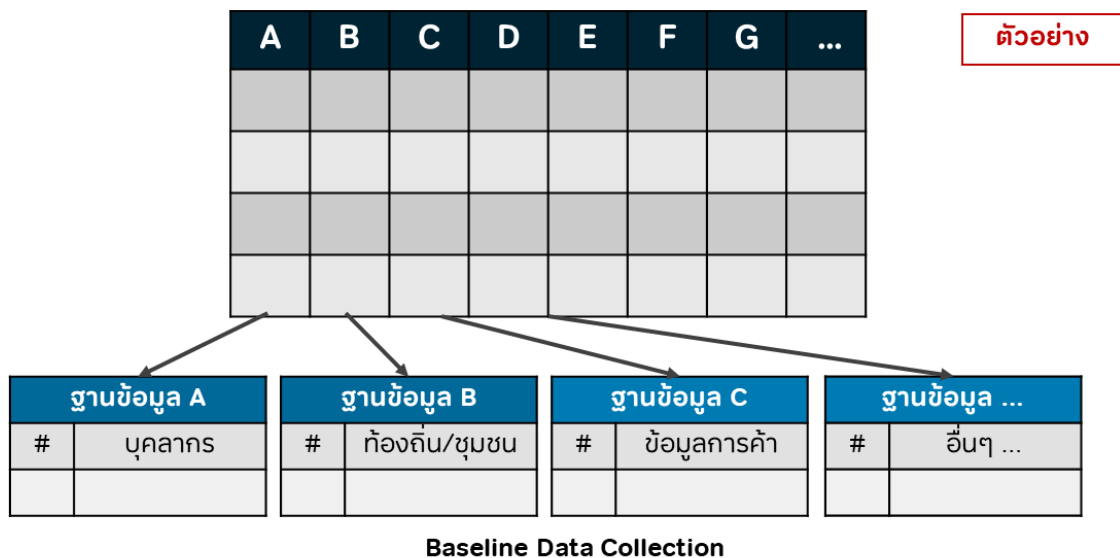


ภาพที่ 6 ตัวอย่างผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ด้วย Gap Analysis

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

1.4.3.4 ออกแบบโครงสร้างของฐานข้อมูล (Database Design)

ขั้นตอนถัดมา จะเป็นการออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูล ซึ่งจากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจาก ทราพระผลการดำเนินงานในขั้นตอน 3.3.1 - 3.3.3 มาออกแบบเป็นโครงสร้างของฐานข้อมูลรายอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลและข้อเสนอแนะ ด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต



ภาพที่ 7 ตัวอย่างออกแบบโครงสร้างของฐานข้อมูล (Database Design)

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1.4.3.5 แผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

การจัดทำแผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในรายสาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จะเป็นการรวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการศึกษาการจัดทำฐานข้อมูลตามข้างต้น และจัดทำออกมาเป็น แผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรมรายสาขา ซึ่งจะประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- 1) แผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
- 2) ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล
- 3) แนวทางการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

1.4.3.6 แผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

การจัดทำแผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบูรณาการและเชื่อมโยงข้อมูลในการดำเนินงานระยะต่อไป

1.4.4 จัดประชุมระดมความคิดเห็นและประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนฯ

การจัดประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม โดยมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อนำเสนอ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสรุปแนวทางการดำเนินงานของการศึกษา โดยการจัดการประชุม จะแบ่งออกเป็น

- การประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม โดยจะจัดอุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 3 ครั้ง
- การประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลแต่ละอุตสาหกรรม โดยจะจัดอุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 3 ครั้ง

1.4.4.1 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูล เพื่อนำเสนอผลการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม แนวทางและปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนา และทิศทางเชิงกลยุทธ์ในเบื้องต้น พร้อมทั้งรับฟังข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมในลำดับต่อไป ทั้งนี้มีการกำหนดแนวทางในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ และระดมความคิดเห็นแยกรายอุตสาหกรรม โดยให้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการอุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 3 ครั้ง

1.4.4.2 จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม

การจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยนำผลการศึกษามาปรับปรุงพัฒนาแผนพัฒนารายอุตสาหกรรม ให้มีความครบถ้วนและถูกต้องมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้มีการกำหนดแนวทางในการจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลแยกรายอุตสาหกรรม โดยให้มีการจัดประชุมนำเสนอแผนอุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 3 ครั้ง

บทที่ 2 การกำหนดขอบเขตและกรอบแนวคิดในการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

การศึกษาแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์ มีความจำเป็นจะต้องกำหนดขอบเขตการศึกษา เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และกำหนดขอบเขตการศึกษาว่าการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมจะมีการมุ่งเน้นการต่อยอดพัฒนาได้อย่างชัดเจน และไม่ให้เกิดการดำเนินงานที่ทับซ้อนกับหน่วยงานที่มีการดำเนินการอยู่แล้ว พร้อมทั้งสามารถร่วมพัฒนาในขอบเขตที่ยังไม่มีผู้ดำเนินการได้ต่อไป รวมไปถึงการวางกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน สำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษาในลำดับถัดไป ทั้งนี้ การนำเสนอประกอบไปด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ 1) การกำหนดขอบเขตในการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ และ 2) กรอบแนวคิดในการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การกำหนดขอบเขตของการจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูล อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์

ในลำดับถัดไปจะเป็นการกำหนดขอบเขตในการจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ดังนั้น การศึกษาข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทั้งในส่วนของการเป้าหมาย ทิศทาง และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ได้โดยไม่ให้เกิดการดำเนินงานที่ทับซ้อนกับหน่วยงานที่มีการดำเนินการอยู่แล้ว และสามารถสร้างความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมในขอบเขตที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการขับเคลื่อนและการดำเนินงานด้านการนำไปต่อยอดทางเศรษฐกิจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

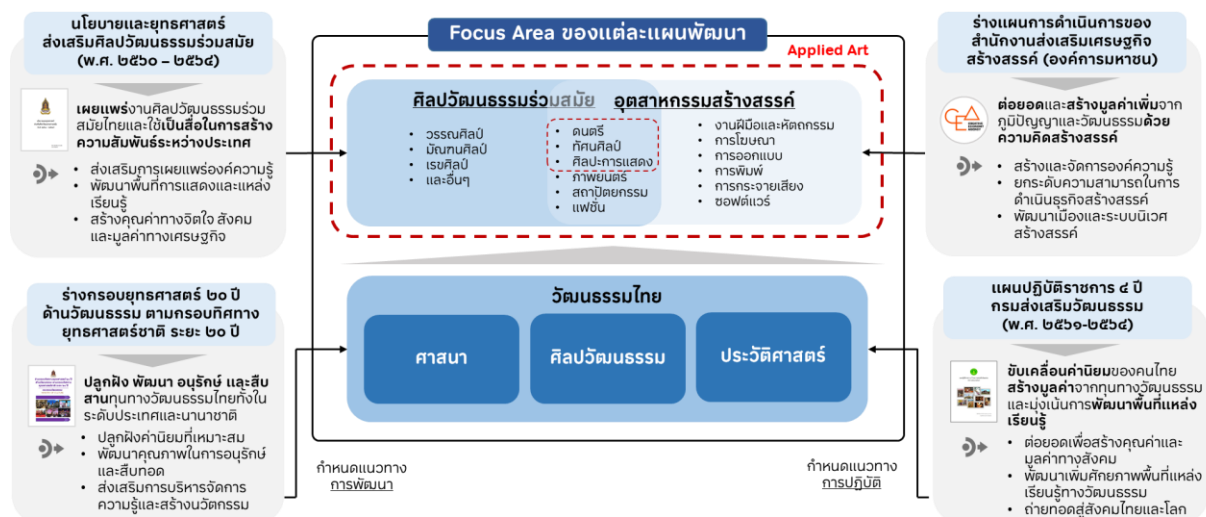
2.1.1 การกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน

สำหรับการกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน อาศัยการศึกษานโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อุตสาหกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจถึงขอบเขต และบทบาทหน้าที่การดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ และพิจารณากำหนดขอบเขตการจัดทำแผนการส่งเสริม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์ โดยมีรายละเอียดการศึกษาข้อมูลนโยบายที่เกี่ยวข้อง และการกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

2.1.1.1 การศึกษานโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

ปัจจุบันประเทศไทยมีการกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม อาจกล่าวได้ว่าเป็นการอาศัยจุดแข็งด้านทุนทางศิลปวัฒนธรรมของประเทศในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยอาศัยการบูรณาการองค์ความรู้และนวัตกรรมในการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ดังนั้น การศึกษาทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสาขาข้างต้นจากหน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาข้างต้นให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศไทยในปัจจุบัน ทั้งนี้ การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำพินิจนโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 แผนพัฒนา ดังต่อไปนี้

- 1) ร่างกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี
- 2) แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. 2561-2564)
- 3) นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560-2564)
- 4) ร่างแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)



ภาพที่ 8 ภาพรวมนโยบายและแผนการพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

เมื่อพิจารณาบทบาทและขอบเขตของนโยบายและแผนพัฒนาข้างต้น จะเห็นได้ว่าร่างกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี ของกระทรวงวัฒนธรรม เป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนที่เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์วัฒนธรรมของประเทศไทย ในขณะที่แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ.2561-2564) มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อนำไปพัฒนาและส่งเสริมทุนทางด้านวัฒนธรรมของไทย ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 แผนพัฒนาข้างต้นนั้น มีขอบเขตการพัฒนาครอบคลุมในส่วนองศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ดั้งเดิมของชาติเป็นหลัก

ในขณะที่นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560-2564) ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยนั้น มุ่งเน้นการพัฒนาผลงานทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่มีเนื้อหาสะท้อนความเป็นปัจจุบัน แต่ยังคงปรากฏรากเหง้าของศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาติ โดยในปี พ.ศ. 2545 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยได้จำแนกขอบข่ายของงานศิลปวัฒนธรรมร่วมออกเป็น 9 สาขา ได้แก่ (1) ทัศนศิลป์ (2) ศิลปะการแสดง (3) ดนตรี (4) วรรณศิลป์ (5) สถาปัตยกรรม (6) มันทนศิลป์ (7) เรขศิลป์ (8) ภาพยนตร์ และ (9) ออกแบบเครื่องแต่งกาย โดยมีแนวทางการพัฒนาผลงานผ่านการใช้เทคนิคและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารหรือตีแผ่ความคิดเกี่ยวกับสภาพแห่งปัจจุบันให้สังคมรับรู้ผ่านการนำเสนอผลงาน

อย่างไรก็ตาม พบว่านโยบายและแนวทางการพัฒนาส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและดำเนินงานด้านการนำไปต่อยอดทางเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรม ทำให้มีการแต่งตั้งหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมทั้งมีการผลักดันให้มีการจัดทำวางแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เพื่อเป็นแนวทางในการผลักดันระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตต่อไป จากความเข้าใจในภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในบทที่ 2 จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยนั้นสามารถจำแนกออกเป็น 12 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก และสามารถสังเกตได้ว่ามีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความทับซ้อนกับขอบข่ายงานของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทยจำนวน 6 อุตสาหกรรม ประกอบด้วย (1) ทัศนศิลป์ (2) ศิลปะการแสดง (3) ดนตรี (4) สถาปัตยกรรม (5) ภาพยนตร์ และ (6) ออกแบบเครื่องแต่งกาย ทั้งนี้จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่าแต่ละนโยบายและแนวทางการพัฒนามีทิศทางการพัฒนาที่มีลักษณะสอดคล้องกันกับนโยบายภาพรวมในระดับประเทศ และในขณะเดียวกันแต่ละแผนพัฒนามีความมุ่งเน้นที่แตกต่างกันออกไป ในลำดับถัดไปจะเป็นในส่วนของการละเอียดแนวทางการดำเนินงานและความต่อเนื่องของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

จากการศึกษาร่างกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนปฏิรูปราชการ 4 ปี กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. 2561-2564) นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560-2564) และวางแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ของประเทศในภาพรวมได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ การพัฒนาเพื่อต่อยอดทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาพื้นที่และแหล่งเรียนรู้เป็นหลัก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในบริบทของโลกและเทคโนโลยี ทำให้การกำหนดนโยบายจากภาครัฐมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในเรื่องของการพัฒนาขีดความสามารถและการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นด้านการพัฒนาบุคลากรและการยกระดับภาคการผลิตด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถแข่งขันได้ในระดับโลกอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนจากภาครัฐเพื่อพัฒนาพื้นที่และแหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ผ่านการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่จำเป็นอย่างยิ่ง ที่เป็นส่วนสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์รายสาขาข้างต้น เช่น ศูนย์วัฒนธรรม โรงละครใหม่ และหอวิเศษศิลป์ เป็นต้น นอกจากนี้ การอนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรม การปรับปรุงมาตรฐาน / กฎหมายและกลไกการบริหารของหน่วยงานที่

เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการจัดทำและเผยแพร่ฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรากฐานเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมในภาพรวมอย่างมั่นคงและยั่งยืนเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 1 สรุปประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

แผนพัฒนา ประเด็นการพัฒนา		ร่างกรอบยุทธศาสตร์ ๒๐ ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ ชาติ ระยะ ๒๐ ปี	แผนปฏิบัติการ ๕ ปี กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕)	นโยบายและยุทธศาสตร์ ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ร่วมสมัย (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)	ร่างแผนการดำเนินการของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
1. การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์		✓	✓	✓	✓
2. การพัฒนาเพื่อ ต่อยอดทางเศรษฐกิจ		✓	✓	✓	✓
3. การอนุรักษ์ และการสืบสาน		✓	✓	✓	
4. การ ยกระดับ โครงสร้าง พื้นฐาน	4.1 การพัฒนาพื้นที่ และแหล่งเรียนรู้	✓	✓	✓	✓
	4.2 การจัดทำและ เผยแพร่ฐานข้อมูล			✓	✓
	4.3 การปรับปรุง มาตรฐาน/กฎหมาย และกลไกการบริหาร	✓	✓	✓	

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

ทั้งนี้ จากการทบทวนนโยบายการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ข้างต้น เมื่อพิจารณาประกอบกับประเด็นการพัฒนาที่มีความโดดเด่นจากตารางที่ 4 พบว่ามีตัวอย่างโครงการหรือกิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรีและภาพรวมของทั้ง 3 อุตสาหกรรม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตัวอย่างโครงการ/กิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

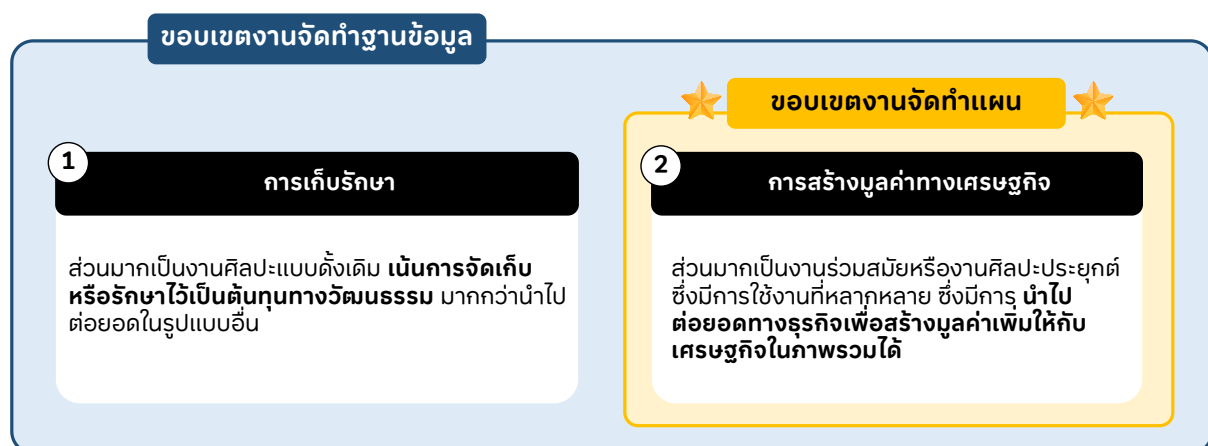
ประเด็นการพัฒนา		โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา	
		 อุตสาหกรรมทัศนศิลป์	ภาพรวม 3 อุตสาหกรรม (ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์)
1. การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์		- พัฒนาหลักสูตรการศึกษาศิลปะด้านทัศนศิลป์	- พัฒนาระบบการคิดเชิงสร้างสรรค์ - จัดทำและทบทวนมาตรฐานอาชีพ - สนับสนุนศิลปินเพื่อเข้าร่วมแสดงผลงานในระดับนานาชาติ
2. การพัฒนาเพื่อ ต่อยอดทางเศรษฐกิจ		-	- ส่งเสริมงานวิจัยเพื่อต่อยอดทางเศรษฐกิจ - พัฒนาสินค้าและบริการด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และทุนทางวัฒนธรรม
3. การอนุรักษ์ และการสืบสาน		- จัดงานแสดงศิลปะในเวทีระดับชาติและระดับสากล	- ถ่ายทอดงานศิลปะจากศิลปินแห่งชาติ - พัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมรณรงค์และสืบสานวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ
4. การ ยกระดับ โครงสร้าง พื้นฐาน	4.1 การพัฒนา พื้นที่และแหล่ง เรียนรู้	- พัฒนาพื้นที่แหล่งเรียนรู้ด้านทัศนศิลป์ ได้แก่ หอศิลป์ร่วมสมัยและลานประติมากรรม	- พัฒนาแหล่งเรียนรู้ ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรม หออิศราภิรักษ์ศิลปิน หอวิศิษฐ์ศิลป์ และ Digital Museum - พัฒนาเมืองและย่านสร้างสรรค์ผลักดันสู่ระดับสากล
	4.2 การจัดทำและ เผยแพร่ฐานข้อมูล	-	- สร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมสู่ระบบ Digital - จัดทำฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์
	4.3 การปรับปรุง มาตรฐาน/กฎหมายและกลไก การบริหาร	- จัดทำมาตรฐานชาติด้านทัศนศิลป์	- ปรับปรุงกฎหมายด้านศิลปวัฒนธรรม - พัฒนากลไกด้านการบริหารจัดการของภาครัฐ - บูรณาการความร่วมมือทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากบทบาทและแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมบริบทที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น พบว่า กระทรวงวัฒนธรรม โดยกรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม สืบสาน อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยให้คงอยู่ เป็นทรัพย์สินและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศ ส่วนสำนักงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น มีบทบาทหน้าที่บางส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ การส่งเสริมการนำศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่มาต่อยอด รวมถึงการสร้างสรรค์ผลงานใหม่เพิ่มเติม พร้อมทั้งนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ซึ่ง สสส. จะต้องสร้างความร่วมมือและกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไปในระยะยาว

2.1.1.2 สรุปขอบเขตการดำเนินงาน

จากการศึกษาข้างต้น สามารถนำมาสรุปเป็นขอบเขตการดำเนินงานโครงการใน 2 ส่วน คือ 1) ขอบเขตการดำเนินงานในการจัดทำแผน และ 2) ขอบเขตการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ โดยการแบ่งขอบเขตการดำเนินงานโครงการนี้ พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 9 สรุปขอบเขตการดำเนินงานของโครงการ

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1. ขอบเขตงานจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์

เป็นการศึกษาข้อมูลและจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ที่มีการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในภาพรวม โดยสำหรับขอบเขตงานจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น ให้ความสำคัญกับงานทัศนศิลป์เป็นงานร่วมสมัย หรือศิลปะประยุกต์ เป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มงานที่ยังมีการซื้อขาย สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อยู่ และแตกต่างกับผลงานทัศนศิลป์โบราณ ซึ่งส่วนมากจะเน้นไปที่การเก็บรวบรวมผลงานอยู่ในพิพิธภัณฑ์ และมีการซื้อขายชิ้นงานไม่มากนัก

2. ขอบเขตการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลสำหรับการวางแผนโครงสร้างการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ มีขอบเขตการดำเนินงานที่กว้างและครอบคลุมเนื้อหามากกว่าการจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยมีขอบเขตการรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุม ใน 2 ส่วนคือ

- 1) ข้อมูลที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เช่น มูลค่าอุตสาหกรรม
- 2) ข้อมูลที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรักษา โดยครอบคลุมงานทัศนศิลป์ทุกประเภทที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ทั้งงานทัศนศิลป์โบราณ และงานร่วมสมัย เช่น ข้อมูลผลงานประเภทต่างๆ ข้อมูลศิลปินแห่งชาติ เป็นต้น

ทั้งนี้ การรวบรวมและศึกษาข้อมูลในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่ครอบคลุมการดำเนินงานทั้ง 2 ส่วนนี้ จะทำให้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีการรวบรวมข้อมูลทั้งด้านที่เป็นต้นทุนทางศิลปวัฒนธรรม ที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับผู้สนใจได้ศึกษาค้นคว้าและสร้างแรงบันดาลใจในการผลิตผลงานใหม่บนรากฐานและต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม และส่งผลสะท้อนให้เห็นความก้าวหน้าในการส่งเสริมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในภาพรวมผ่านข้อมูลด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย หรือแผนงานในการสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในระยะยาวต่อไป

2.1.2 ขอบเขตเชิงนิยามของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

เพื่อทำความเข้าใจเบื้องต้น และกำหนดกรอบการศึกษาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ จึงศึกษาค้นคว้า ความหมายและนิยามของคำว่า ‘ทัศนศิลป์’ จากหน่วยงาน ผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ได้กำหนดขอบเขตนิยามของทัศนศิลป์ โดยคัดเลือกเหลือ 4 แหล่ง ได้แก่ 1. สารานุกรมภาษาอังกฤษ Britannica 2. ศูนย์ศิลปะรัฐเทกซัส The Old Jail Art Centre 3. หนังสือทัศนศิลป์ปริทัศน์ เขียนโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ และ 4. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Britannica ได้กำหนดความหมายของทัศนศิลป์ว่า “A visual object or experience consciously created through an expression of skill or imagination. The term art encompasses diverse media such as painting, sculpture, printmaking, drawing, decorative arts, photography, and installation.”
2. The Old Jail Art Centre ได้กำหนดความหมายของทัศนศิลป์ว่า “The Visual Arts gives a way to express feeling, emotion, opinion, or taste through visual means, for instance, photography, painting, sculpting and drawing. ... an artist use paint, canvas and various materials to create art objects.”
3. ทัศนศิลป์ปริทัศน์ (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์) ได้กำหนดความหมายของทัศนศิลป์ว่า “ผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เห็นถึงรูปทรง 2 มิติและ 3 มิติ มีเนื้อที่ของปริมาตรและเนื้อที่บริเวณว่างตามปริมาตร ของการรับรู้ที่มีลักษณะเป็น 2 มิติและ 3 มิติ และที่สำคัญ คือ ต้องสามารถมองเห็นได้”
4. ราชบัณฑิตยสถาน ได้กำหนดความหมายของทัศนศิลป์ว่า “ศิลปกรรมประเภทหนึ่งซึ่งแสดงออกด้วยลักษณะที่เป็นรูปภาพหรือรูปทรง รับรู้ได้ด้วยการเห็นและสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น ภาพจิตรกรรม ภาพพิมพ์ งานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม”

คำที่เกี่ยวข้อง	Encyclopedia Britannica	The Old Jail Art Centre	ทัศนศิลป์ปริทัศน์ (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์)	ราชบัณฑิตยสถาน
ผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปทรง 2 มิติ หรือ 3 มิติ			✓	
เป็นวิธีในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด หรือรสนิยม		✓		
เป็นการแสดงออกถึงทักษะหรือจินตนาการ	✓			
โดยผ่านตัวกลางคือสิ่งของ หรือ art objects	✓	✓		✓
ผู้ชมจะต้องใช้สายตา หรือการมองเห็น ในการรับสาร		✓	✓	✓ (ผ่านการมองเห็นและสัมผัส)

ทัศนศิลป์ (Visual Arts) คือ ศิลปะสาขาหนึ่งที่ศิลปินจะถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด รสนิยม หรือทักษะ ผ่านการสร้างสิ่งของทางศิลปะ (art object) และผู้ชมสามารถรับสารผ่านสายตา หรือการมองเห็น (หรือสัมผัส)

ภาพที่ 10 สรุปความหมายของทัศนศิลป์ (Visual Arts)

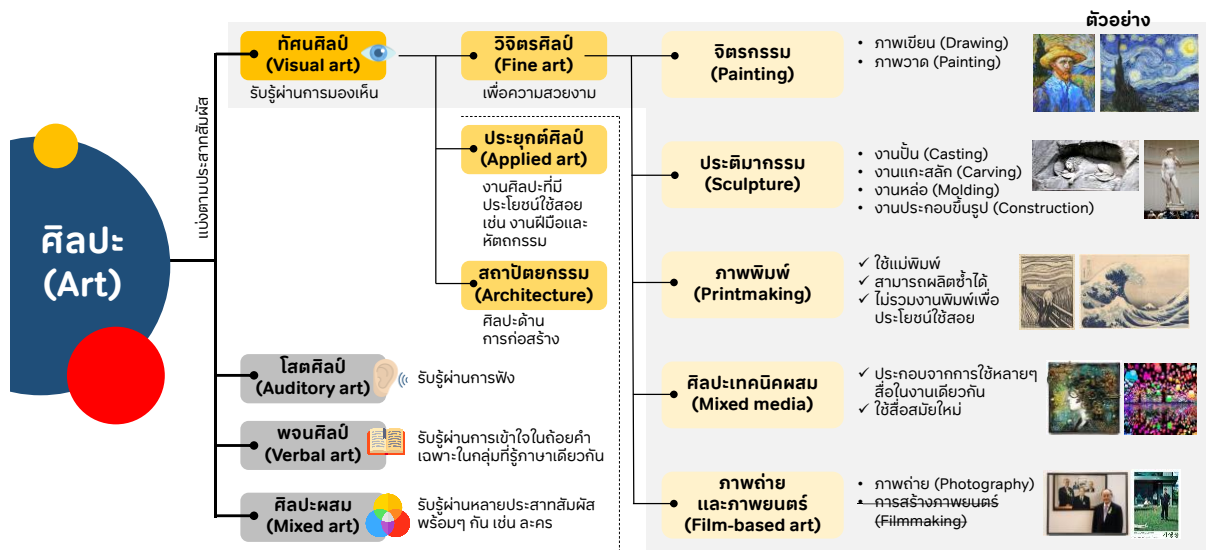
ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของแต่ละหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ส่วน ที่กำหนดคำอธิบายความหมายและคำนิยามของทัศนศิลป์สามารถสรุปได้ว่าส่วนประกอบของคำนิยามของทัศนศิลป์นั้น ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลัก กล่าวคือ 1. ผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปทรง 2 มิติ หรือ 3 มิติ 2. เป็นวิธีในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด หรือรสนิยม 3. เป็นการแสดงออกถึงทักษะหรือจินตนาการ 4. โดยผ่านตัวกลางคือสิ่งของ หรือ art objects 5. ผู้ชมจะต้องใช้สายตา หรือการมองเห็นในการรับสาร

ทั้งนี้สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า “ทัศนศิลป์ (Visual Arts) คือ ศิลปะสาขาหนึ่งที่ศิลปินถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด รสนิยม หรือทักษะ ผ่านการสร้างสิ่งของทางศิลปะ (Art Object) และผู้ชมสามารถรับสารผ่านสายตา หรือการมองเห็น (หรือสัมผัส)”

2.1.3 ประเภทหรือการจัดหมวดหมู่ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

การจัดประเภทของทัศนศิลป์ พบว่ามีการจัดประเภทของทัศนศิลป์ไว้อย่างหลากหลาย แต่ที่ปรึกษา ได้คัดเลือกการจัดประเภทของทัศนศิลป์ที่ปรากฏในแบบเรียนของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยได้นำเสนอข้อมูลการจัดประเภทของทัศนศิลป์ไว้ในเบื้องต้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 11 การจัดประเภทของทัศนศิลป์

ที่มา: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่า ทัศนศิลป์ (Visual arts) เป็นแขนงหนึ่งของศิลปะ ที่จะต้องอาศัยการมองเห็นในการรับสารของตัวกลางทางศิลปะชนิดนั้นๆ โดยทัศนศิลป์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

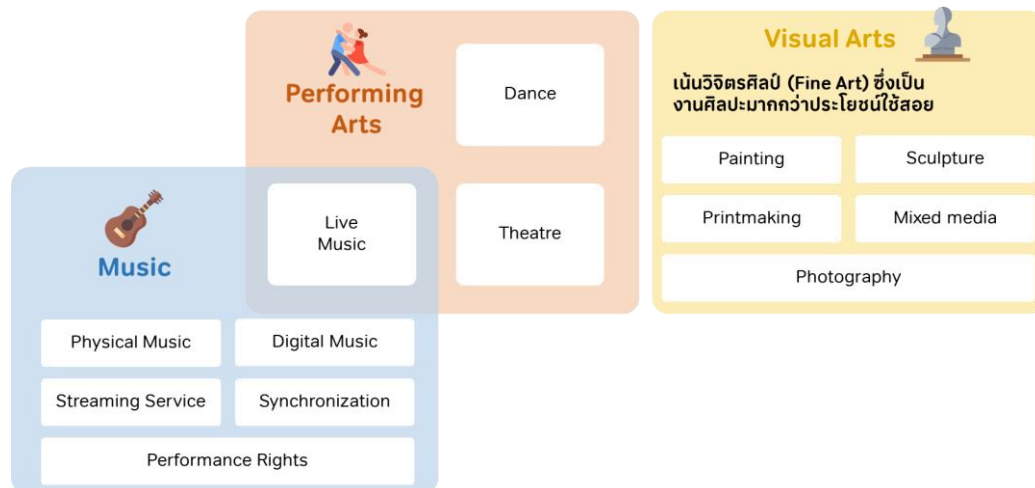
- 1) จิตรศิลป์ (Fine art): งานศิลปะที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ของการเสพเพื่อความสวยงามทางศิลปะ
- 2) ประยุกตศิลป์ (Applied art): งานศิลปะเชิงประยุกต์ คืองานศิลปะที่นอกจากจะสวยงามแล้ว ยังมีประโยชน์ใช้สอยอื่นๆ อีกด้วย เช่น งานฝีมือและหัตถกรรม ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ได้ และมีความสวยงามจากการออกแบบ หรือนิตยสาร ที่มีการใช้งานในการเป็นสื่อข้อมูลข่าวสารไปยังผู้อ่าน และในกระบวนการผลิต จะใช้การออกแบบเพื่อให้มีความสวยงาม เป็นต้น
- 3) สถาปัตยกรรม (Architecture): การออกแบบสิ่งปลูกสร้าง อาคารบ้านเรือน ทั้งเพื่อการอยู่อาศัย หรือไม่ใช้เพื่อการอยู่อาศัย โดยความสวยงามนั้นสามารถรับรู้ได้ผ่านการมองเห็นเช่นกัน

การศึกษาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในครั้งนี้ จะมุ่งเน้นการศึกษาทัศนศิลป์ ที่เป็นงานศิลปะประเภทจิตรศิลป์เป็นหลัก คือ เป็นศิลปะเชิงสร้างสรรค์เพื่อการชื่นชม ที่ตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ อารมณ์ ปัญญาหรือเพื่อความสุขทางใจ มีคุณค่าทางสุนทรียภาพ โดยงานประเภทรูปนั้น ยังสามารถแบ่งประเภทตามลักษณะของสื่อที่ใช้เป็นงานศิลปะ (medium) เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. จิตรกรรม (Painting) คือ งานประเภทภาพเขียน หรือภาพวาด
2. ประติมากรรม (Sculpture) คือ งานปั้น งานแกะสลัก งานหล่อ รวมถึงงานประกอบขึ้นรูป
3. ภาพพิมพ์ (Printmaking) คือ งานศิลปะที่กระบวนการผลิตจะต้องอาศัยแม่พิมพ์ เป็นตัวแบบในการประทับกับสื่อ ให้ออกมาเป็นงานศิลปะ ทำให้งานประเภทรูปนี้อาจมีการผลิตซ้ำๆ ได้ ผ่านการใช้แม่พิมพ์
4. ศิลปะเทคนิคผสม (Mixed media) คือ การสร้างงานศิลปะที่ประกอบขึ้นจากหลายๆ สื่อ รวมถึงงานศิลปะเทคนิคผสมที่เป็นการใช้สื่อใหม่ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีประกอบในการสร้างงานศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นการใช้คอมพิวเตอร์ ในการสร้างงานเป็นงานศิลปะ หรือใช้โปรเจคเตอร์ ในการฉายภาพที่ออกแบบบนฉากร้านเป็นงานศิลปะประเภทนี้เช่นเดียวกัน
5. ภาพถ่ายและภาพยนตร์ (Film-based art) คือ การใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องบันทึกแสงผ่านฟิล์ม ซึ่งจะประกอบไปด้วย การถ่ายภาพ (Photography) ที่เป็นภาพนิ่ง และการสร้างภาพยนตร์ (Filmmaking) ที่เป็นการสร้างภาพเคลื่อนไหว แต่การศึกษาในครั้งนี้ จะไม่รวมการสร้างภาพยนตร์ในขอบเขตการศึกษา เนื่องจากจะเป็นงานที่อยู่ในขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาภาพยนตร์

2.1.4 การกำหนดขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ในส่วนของการกำหนดขอบเขตการศึกษาในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ราย สาขาทัศนศิลป์ ในบริบทของประเภทหรือหมวดหมู่ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสำหรับการต่อยอดทางธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเป็นหลัก เพื่อเป็นการวางกรอบการศึกษาให้มีความชัดเจนนำไปสู่การวางแผนทางการส่งเสริมที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และนำไปกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์/แผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งผลักดันให้มีการนำแผนพัฒนาฯ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าวต่อไป



ภาพที่ 12 สรุปขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

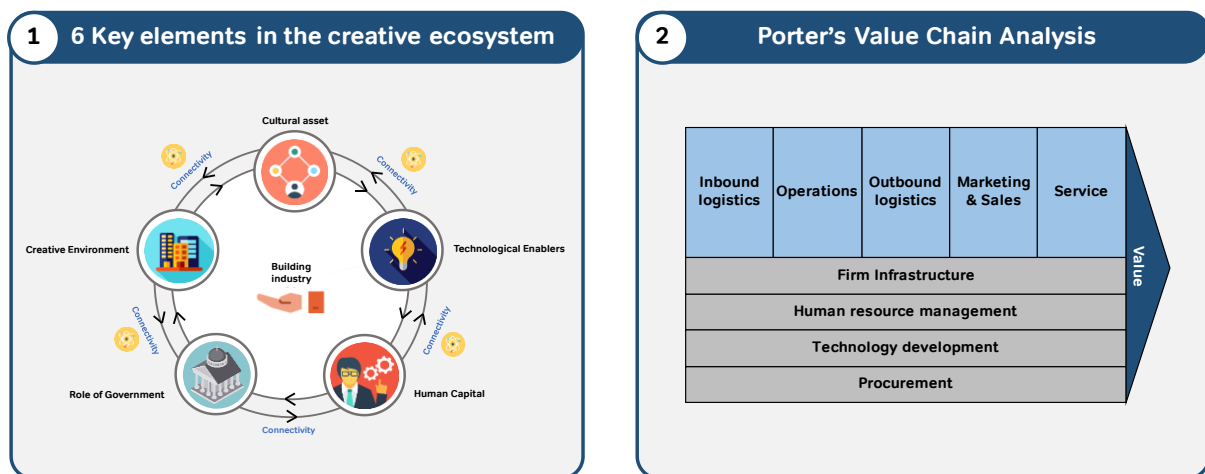
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

การศึกษาของโครงการในครั้งนี้ จะประกอบด้วยการศึกษาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาทั้งหมด 3 สาขา คือ สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ และจากรายละเอียดการจัดประเภทของทัศนศิลป์ในข้างต้นนั้น จะสามารถสรุปขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในครั้งนี้ได้ว่าเป็น การศึกษางานทัศนศิลป์ (Visual arts) ที่เป็นงานจิตรศิลป์ (Fine art) โดยครอบคลุมงานศิลปะที่เป็นงานจิตรกรรม (Painting) ประติมากรรม (Sculpture) ภาพพิมพ์ (Printmaking) ศิลปะเทคนิคผสม (Mixed media) และภาพถ่าย (Photography) เป็นสำคัญ

2.2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

ในส่วนของกรอบแนวคิดการจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จะเห็นได้ว่าการศึกษาข้อมูลและรายละเอียดผลการดำเนินงานประกอบไปด้วยกรอบแนวคิดทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้

จากข้อมูลเบื้องต้นของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งในการศึกษาในรายละเอียดเพิ่มเติมนั้น จะอาศัยกรอบแนวคิด 2 ส่วนในการวิเคราะห์และจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ คือ 1. องค์ประกอบหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ 2. กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis)



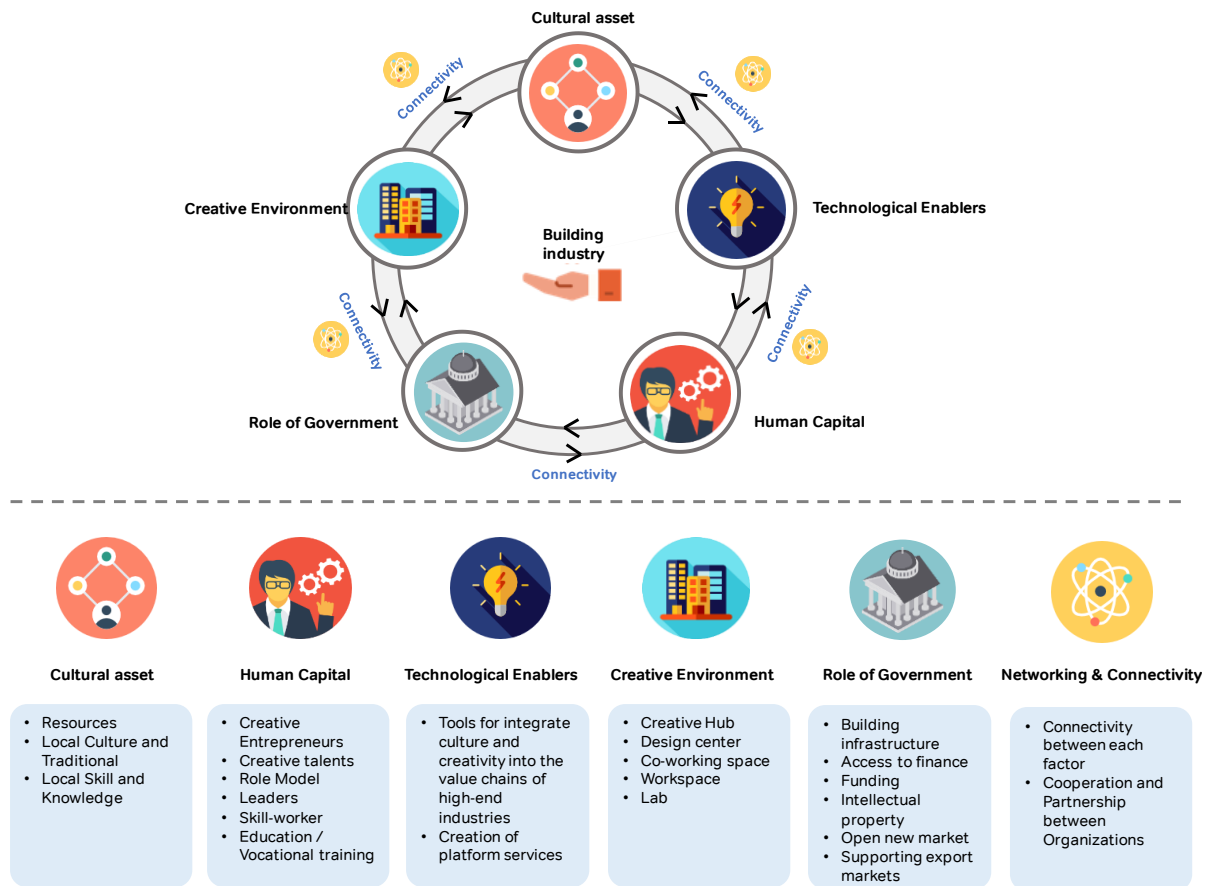
ภาพที่ 13 กรอบแนวคิดหลักในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
รายสาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

2.2.1 องค์ประกอบหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จาก 6 หน่วยงานที่มีส่วนในการสนับสนุนอุตสาหกรรมทั้งในด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และด้านการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วย

- 1) Innovation Ecosystems โดย World Bank
- 2) Creative Economy โดย The World Economic Forum
- 3) Creative Ecosystem โดย The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)
- 4) Creative Ecology โดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDB)
- 5) Entrepreneurial Ecosystem โดย The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
- 6) Entrepreneurship Policy Framework โดย The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

จากข้อมูล 6 หน่วยงานข้างต้น สามารถสรุปเป็นแนวคิดและกรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา 6 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 14 องค์ประกอบและรายละเอียดของกรอบ 6 Key Elements in the Creative Ecosystem

ที่มา: World Economic Forum, UNCTAD, กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ CEA และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1) ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Cultural asset)

ทุนทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางวัฒนธรรมถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่อยู่ในกลุ่ม Creative Originals ซึ่งนำบริบทด้านสังคมและวัฒนธรรม มาใช้ในการสร้างสรรค์ต่อยอดผลงานในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น ประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทุนทางวัฒนธรรมจะได้เปรียบในการพัฒนาผลสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กว่าประเทศอื่นๆ ด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุนทางสังคม และเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อใช้เป็นพลังขับเคลื่อนทางด้านเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ประเทศไทยถือว่ามีความหลากหลายและเอกลักษณ์ที่เฉพาะทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากความแตกต่างของภูมิประเทศ ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่กำหนดกรอบการดำรงชีวิตของผู้คนในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งส่งผลทั้งในเรื่องของวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม ดังนั้นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์และต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม จึงถือเป็นการรักษาองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมที่มีโอกาสสูญหายไปคงอยู่ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้ชุมชนนำองค์ความรู้จากมรดกทางศิลปวัฒนธรรมไปใช้ในการสร้างสรรค์พัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพหรือศักยภาพตามความเหมาะสมต่อเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

จากความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือชุมชนในพื้นที่ จำเป็นต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญไว้ไม่ให้สูญหาย และนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานอื่นๆ ต่อไป ซึ่งประเด็นที่สำคัญของการรวบรวมและต่อยอดปัจจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม มีตัวอย่างดังนี้

- ความหลากหลายและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น (Resources)
- วัฒนธรรม ประเพณีและมรดกทางประวัติศาสตร์ที่สืบทอดต่อกันมาในแต่ละท้องถิ่น (Local Culture and Traditional)
- ความรู้ในเรื่องของทักษะฝีมือ และความเชี่ยวชาญในงานช่างเฉพาะด้านที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น (Local Skill and Knowledge)

2) ปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคล (Human Capital)

ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนามากที่สุดปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากการสร้างสรรค์ ถือเป็นงานที่เกิดขึ้นจากความสามารถของมนุษย์ ความรู้และทักษะฝีมือที่มีการฝึกฝนมีความชำนาญ หรือการใช้ความคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้เกิดสินค้าหรือการบริการใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานสร้างสรรค์ในกลุ่ม Creative Originals มักจะมีการถ่ายทอดทักษะการสร้างสรรค์ผลงานจากรุ่นสู่รุ่นด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ดี การสร้างสรรค์ชิ้นงานหรือบริการจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบัน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการและรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนสมัยใหม่ควบคู่กัน มากกว่าการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่เป็นงานศิลปะที่เน้นการสร้างตัวตนของศิลปินเท่านั้น

ดังนั้น การพัฒนาและส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจ มีทักษะฝีมือในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรม และสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสร้างสรรค์ในแต่ละท้องถิ่น โดยประเด็นที่สำคัญของการพัฒนาปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีตัวอย่างดังนี้

- การส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurs)
- การสนับสนุนบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ทั้งในเรื่องของการออกแบบและการต่อยอดทางความรู้เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ (Creative talents)
- การให้ความสำคัญกับบุคลากรที่เป็นต้นแบบของการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Role Model)
- สถาบันการศึกษาหรือศูนย์พัฒนางานทักษะพื้นฐานของงานสร้างสรรค์ (Education / Vocational training)

3) ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technological Enablers)

การพัฒนาทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจัดว่าเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งมีผลต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การพัฒนาเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความประณีตและแปลกใหม่เพื่อสร้างความน่าสนใจและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนการเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายหรือส่งเสริมการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ / ผู้ผลิตในการเข้าถึงผู้บริโภค ในขณะเดียวกันผู้บริโภคยังสามารถค้นหาสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดอีกด้วย

นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยียังสามารถพัฒนาเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนหรือช่างฝีมือที่มีความรู้ มีทุนทางวัฒนธรรมและทักษะ การสร้างสรรค์งานกับกลุ่มนักออกแบบที่ต้องการแรงบันดาลใจหรือความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานจากทักษะที่มีอยู่เดิม ซึ่งทั้งสองกลุ่มจะสามารถพัฒนาเป็นแรงขับเคลื่อนให้แกกัน และนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือและหัตถกรรมรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นในอนาคตอีกด้วย

อย่างไรก็ตามการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐ ภาคการศึกษา โดยเฉพาะการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัย และภาคเอกชน เพื่อให้การพัฒนาสามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยประเด็นที่สำคัญของปัจจัยทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีตัวอย่างดังนี้

- การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในงานผลิตและออกแบบ เพื่อนำไปสู่การต่อยอดและโอกาสในการพัฒนางานสร้างสรรค์ (Tools for integrate culture and creativity into the value chains of high-end industries)
- การพัฒนาช่องทางการค้าขายออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการพบกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง (Creation of platform services)

4) ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ (Creative Environment)

สภาพแวดล้อมหรือแหล่งรวมพื้นที่สร้างสรรค์ ถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อกระบวนการคิดและการผลิตชิ้นงานในแวดวงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ประสบพบเจอ โดยการที่คนจะสามารถแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์นั้นๆ ได้ จำเป็นต้องมีสภาพแวดล้อมหรือพื้นที่ที่เหมาะสม ในการแสดงออก ตัวอย่างเช่น การพัฒนาชุมชนหรือย่านสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักออกแบบ ผู้ประกอบการ นำผลงานหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ มาจัดแสดงสู่สายตาประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ เมื่อกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์มารวมตัวกัน จะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มุมมอง และทัศนคติต่อกันและกัน ซึ่งจะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ยิ่งกระจายวงกว้างออกไปในพื้นที่หรือสังคมนั้นๆ

นอกจากนี้ ยังมีตัวอย่างของปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่มีผลต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์อีกมากมาย เช่น ศูนย์เรียนรู้ทางด้านงานออกแบบ พื้นที่การสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ ที่มีความพร้อมทางด้านเครื่องมือและเครื่องใช้ที่ทันสมัย ศูนย์การค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงอาคารและตึกที่มีรูปแบบทางด้านสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ก็ถือเป็นจุดกำเนิดของความคิดสร้างสรรค์เช่นกัน โดยประเด็นที่สำคัญของปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีตัวอย่างดังนี้

- พื้นที่หรือแหล่งรวมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Hub) ที่ดึงดูดคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มารวมกัน เพื่อแบ่งปันความคิดและความรู้ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น สถานที่แสดงดนตรี (Live house) หอศิลป์ (Art Gallery)
- ศูนย์เรียนรู้การออกแบบ (Design center)
- การสร้างพื้นที่ทำงานที่คนสามารถร่วมแบ่งปันและแชร์ความคิดสร้างสรรค์ (Co-working space)
- พื้นที่การสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ (Workspace/Lab) ที่มีความพร้อมทั้งในด้านของอุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้ออกมาเป็นรูปธรรม

5) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ (Role of Government)

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการและแนวคิดที่ต่างไปจากอุตสาหกรรมแบบเดิมหรือเก่านั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐต้องเข้ามามีบทบาทให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ ทั้งในเรื่องของการสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน (Funding) ในกิจกรรมที่จำเป็นต่อการพัฒนา

รวมถึงการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากร (Training policy or Planning guide) ตลอดจนการส่งเสริมในส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Public products and service provision) เช่น การลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน (การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร) การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) สนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพและสื่อถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายอื่นๆ โดยบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่สำคัญและส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีตัวอย่างดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ จากภาครัฐ (Building infrastructure)
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Access to finance)
- การลงทุนในโครงการต่างๆ และการสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐ (Funding)
- การปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property)
- การเปิดตลาดใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ (Open new market)

- มาตรการสนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์/สินค้า มาตรการทางภาษีในการนำเข้าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการสร้างสรรค์งาน รวมถึงสิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ (Supporting export markets)

6) ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ (Networking / Connectivity)

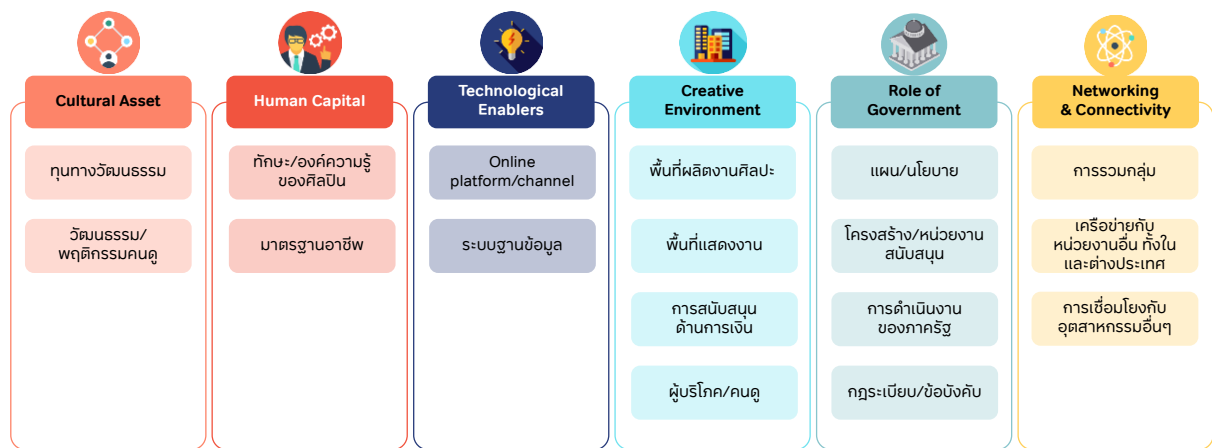
ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายหรือการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนต่างๆ ภายใต้ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นๆ เนื่องจากการแข่งขันในตลาดที่สูงมากในปัจจุบัน ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ความต้องการและรสนิยมทางด้านแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องยากที่ผู้ประกอบการจะสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงดำเนินธุรกิจอยู่ได้แต่เพียงผู้เดียว

ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจับมือและสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการแข่งขันในตลาด ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้จัดส่ง ผู้สร้างสรรค์งาน สถานที่แสดงสินค้า/งาน และลูกค้า รวมถึงความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานหรือบุคคลที่มีส่วนในการสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ระหว่างเครือข่ายและกลุ่มคนทั้งจากภายในและภายนอกกลุ่มธุรกิจ ที่ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-Creation Activities) ตลอดจนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน (Competitive position) ให้แก่อุตสาหกรรมอีกด้วย โดยประเด็นทางด้านความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ ที่สำคัญและส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีตัวอย่างดังนี้

- ความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยและสภาพแวดล้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกัน (Connectivity between each factor)
- การประสานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอย่างมีบูรณาการ (Cooperation and Partnership between Organizations)
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- ระดับความร่วมมือและการรวมกลุ่มของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

จากการศึกษาปัจจัยและสภาพแวดล้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังกล่าวในช่วงต้น ในการดำเนินงานการจัดทำโครงการแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จึงอาศัยกรอบแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล สถานการณ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 3 อุตสาหกรรมเป้าหมาย พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการที่ควรได้รับการสนับสนุนเป็นลำดับแรกต่อไป

ตัวอย่างการใช้กรอบ 6 องค์ประกอบหลักของ Creative Ecosystem ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากสถานการณ์เบื้องต้นของแต่ละอุตสาหกรรม พร้อมทั้งนำประเด็นต่างๆ ในปัจจัยแต่ละส่วนมาพิจารณา เพื่อเป็นข้อมูลตั้งต้นสำหรับการวิเคราะห์ และจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ต่อไป โดยตัวอย่างการสรุปข้อมูลงานทัศนศิลป์ตามกรอบองค์ประกอบหลัก ทั้ง 6 ส่วน มีดังนี้



ภาพที่ 15 การวิเคราะห์องค์ประกอบของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย
ตามกรอบการวิเคราะห์ 6 Key Elements in the Creative Ecosystem
ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- **ด้านที่ 1: ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Cultural Asset)**

เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุนทางวัฒนธรรมด้านทัศนศิลป์ งานศิลปะต่างๆ รวมถึงการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมทั้งในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ ยังรวมถึงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับคนดู ซึ่งเป็นรากทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของคนเสพงานศิลปะของไทยในปัจจุบัน

- **ด้านที่ 2: ปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคล (Human Capital)**

เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแรงงานหรือบุคลากรในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นศิลปิน บทบาทสนับสนุนด้านศิลปะอื่นๆ โดยครอบคลุมถึงเรื่องทักษะเชิงศิลป์ การสร้างผลงานของศิลปิน หรือ ทักษะเชิงบริหารจัดการอื่นๆ รวมทั้งความคุ้มครองด้านแรงงาน มาตรฐานอาชีพต่างๆ เป็นต้น

- **ด้านที่ 3: ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technological Enablers)**

เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีผนวกเข้ากับการดำเนินการที่มีอยู่แล้ว หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มา ช่วยยกระดับการดำเนินการ หรือยกระดับการสนับสนุนการดำเนินการของอุตสาหกรรมได้ รวมถึงสื่อศิลปะใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยี เช่น การสร้างงานศิลปะในรูปแบบดิจิทัล เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึง การใช้ช่องทางออนไลน์ หรือ Online platform ในการสร้างการเข้าถึงงานศิลปะ ซึ่งเป็นการเชื่อม งานศิลปะหรือผู้ผลิต เข้ากับกลุ่มผู้ชมหรือผู้ซื้อได้ หรือการพัฒนาฐานข้อมูลจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และ สนับสนุนการนำข้อมูลไปใช้ต่อยอดต่อไปอีกด้วย

- **ด้านที่ 4: ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ (Creative Environment)**

เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ซึ่งสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ จะรวมทั้งเรื่องพื้นที่ (Space) ทั้งพื้นที่สำหรับการผลิตงานศิลปะ การทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงพื้นที่ที่จะใช้แสดงผลงานอีกด้วย นอกจากนี้ จะเกี่ยวกับการสนับสนุนด้านการเงินจากหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุนด้านเงินทุน และเกี่ยวข้อง กับ ผู้บริโภค ซึ่งคือผู้ชมงานศิลปะ รวมถึงผู้ซื้องานศิลปะ นักสะสม หรือธุรกิจผู้สนับสนุน เป็นต้น

- **ด้านที่ 5: บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ (Role of Government)**

เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการออกแผนพัฒนา กำหนด ทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ นโยบายสนับสนุน โครงสร้างของหน่วยงานรัฐ และหน่วยงาน สนับสนุน กระบวนการของการดำเนินการของภาครัฐ กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือภาษีที่เกี่ยวข้อง

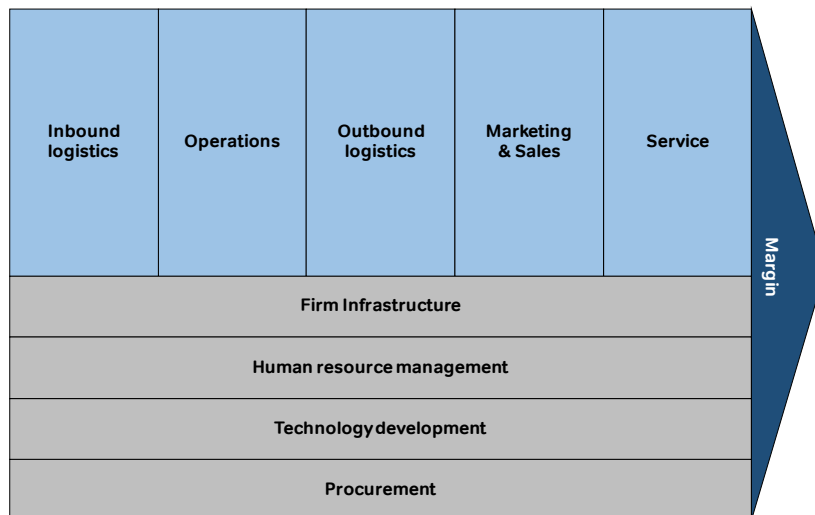
- **ด้านที่ 6: ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ (Networking / Connectivity)**

เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือ หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วน เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในประเทศ หรือกับหน่วยงานต่างประเทศ ทั้งภายในอุตสาหกรรม หรือระหว่างอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ กับอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกด้วย

จากรายละเอียดในข้างต้น เป็นกรอบแสดงรายละเอียดว่า ปัจจัยการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ทัศนศิลป์แต่ละด้านนั้น จะอยู่ภายใต้กรอบการวิเคราะห์ตาม 6 Key Elements in the Creative Ecosystem ภายใต้กรอบในด้านใด ซึ่งเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์รายละเอียดของปัจจัยที่จะต้องพัฒนาในด้านระบบนิเวศ สร้างสรรค์ที่ครอบคลุมในทุกปัจจัยได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ต่อไป

2.2.2 กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis)

นอกจากกรอบปัจจัยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 6 ปัจจัยในข้างต้นแล้ว การศึกษาในครั้งนี้ จะใช้กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis) ในการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า ในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อเป็นการทำความเข้าใจกระบวนการสร้างมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงผู้เล่นที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม กิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน และวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาของแต่ละขั้นตอน เป็นต้น โดยกรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 16 กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis)

กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่านี้ มักใช้กับการวิเคราะห์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในบริษัทหนึ่งๆ โดยจะแบ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้น เป็น 2 ระดับ ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมหลัก คือ

1. การขนส่งขาเข้า (Inbound Logistics): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับหรือขนส่ง รวมถึงการจัดเก็บ และ แจกจ่ายวัตถุดิบ ก่อนเข้ากระบวนการในการแปรรูป
2. การปฏิบัติการ (Operations): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบ ให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งกระบวนการผลิต และกระบวนการบรรจุ เป็นต้น
3. การขนส่งขาออก (Outbound Logistics): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้า หรือบริการไปยังลูกค้า
4. การตลาดและการขาย (Marketing and Sales): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักชวนให้เกิดการซื้อขาย รวมถึงการโฆษณา และช่องทางในการจัดจำหน่าย เป็นต้น
5. การบริการ (Services): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือการบริการ หลังการขาย เป็นต้น

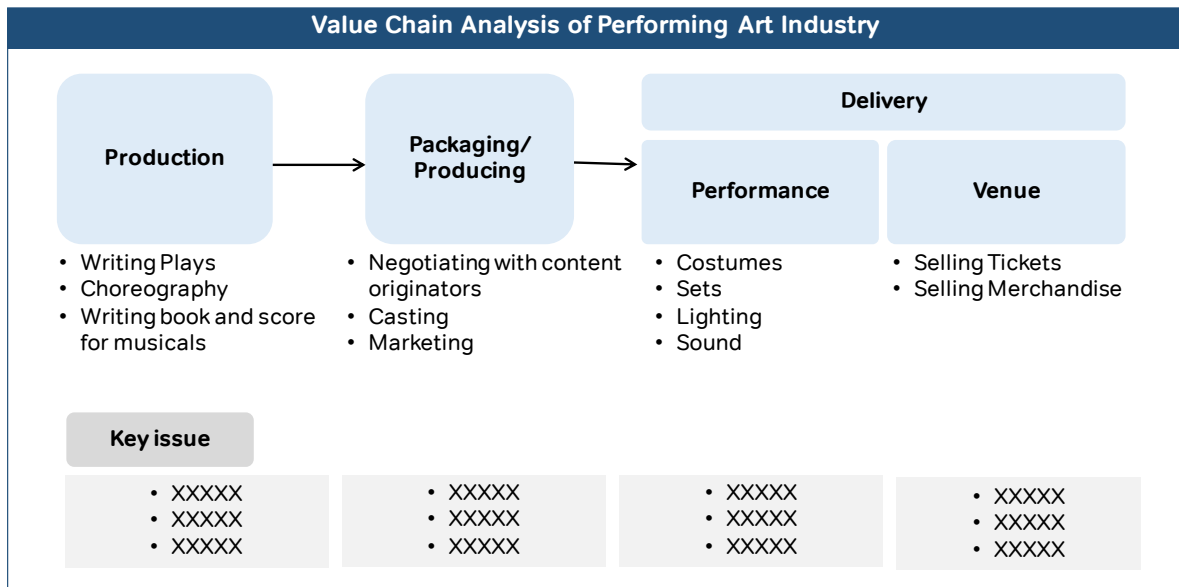
กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมหลักให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย 4 กิจกรรมหลัก คือ

1. โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure): เช่น ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการของ องค์กร เป็นต้น
2. การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลขององค์กร ซึ่งรวมทั้งการวิเคราะห์งาน การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผล การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ หรือแรงงานสัมพันธ์ เป็นต้น
3. การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development): คือ กิจกรรมที่เป็นการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถ เพิ่มคุณค่า หรือพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีประสิทธิภาพ หรือมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น
4. การจัดซื้อจัดหา (Procurement): คือ กิจกรรมการจัดซื้อจัดหาปัจจัยนำเข้า (input) อันได้แก่วัตถุดิบ หรือ เครื่องจักร มาใช้ในกิจกรรมหลัก

จากกรอบแนวคิดในข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าในระดับอุตสาหกรรมได้ เนื่องจากห่วงโซ่มูลค่าในระดับอุตสาหกรรม แท้จริงแล้ว เปรียบเสมือนการมองภาพกระบวนการเพิ่มมูลค่าในระดับ อุตสาหกรรม โดยมีขั้นตอนหรือองค์ประกอบของกิจกรรมที่เป็นภาพรวมของบริษัทหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องในแต่ละ กระบวนการ จนได้ภาพกระบวนการเพิ่มมูลค่าของทั้งอุตสาหกรรม

ดังนั้น การใช้กรอบแนวคิดนี้มาวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จะทำให้สามารถเข้าใจกระบวนการสร้างมูลค่าในแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงเข้าใจ ผู้เล่นหลักในแต่ละกระบวนการ และกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดในอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้ ภายหลังจากที่ทำการเก็บ รวบรวมรายละเอียดมาวิเคราะห์กระบวนการเพิ่มมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรมนั้น จะทำให้เห็นว่า ในปัจจุบัน กระบวนการสร้างมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรมนั้น มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นๆ ในขั้นตอนใด ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์เชิงภาพรวมของอุตสาหกรรมได้ดีมากยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างผลลัพธ์การนำ กรอบแนวคิดนี้มาวิเคราะห์ในแผนภาพถัดไป

ตัวอย่าง



ภาพที่ 17 ตัวอย่างการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

บทที่ 3 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

ข้อมูลที่จะนำเสนอต่อไปนี้ จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษาข้อมูล จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการวิจัย รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการนำเสนอจะแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ สถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในระดับสากล เพื่อเป็นการอธิบายข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรมในบริบทระดับสากล และ สถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย เพื่อเป็นการทำความเข้าใจในสถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในบริบทของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในระดับสากล

ในส่วนต่อไปนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลสถานการณ์อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ เพื่อให้เข้าใจภาพรวมในบริบททัศนศิลป์ระดับสากล ซึ่งจะเริ่มจากการทำความเข้าใจกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ข้อมูลเชิงสถิติ และบทวิเคราะห์แนวโน้มที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

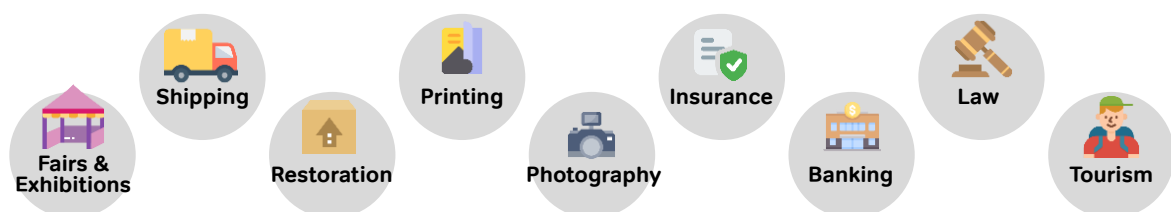
3.1.1 กิจกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในเชิงลึกต่อไป จึงต้องทำความเข้าใจเบื้องต้นต่อทัศนศิลป์ โดยกระทรวงดิจิทัล วัฒนธรรม สื่อ และกีฬา (Department for Digital, Culture, Media & Sport) ของสหราชอาณาจักร ได้เผยแพร่ ‘Creative Industries Mapping Documents 2001’ ซึ่งเป็นข้อมูลภาพรวมของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร ทั้งหมด 13 อุตสาหกรรม รวมถึงอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

จากเอกสารชุดดังกล่าว มีการนำเสนอข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมหลัก (Core activity) และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related activity) ของทัศนศิลป์ รวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



Related industries



ภาพที่ 18 กิจกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์

ที่มา: Creative Industries Mapping Documents 2001, GOV.UK

สำหรับกิจกรรมหลัก (Core activity) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น หากเป็นบริบทของสหราชอาณาจักร จะหมายรวมถึง การวาดภาพ การสร้างประติมากรรม รูปปั้นต่างๆ งานศิลปะบนกระดาษ รวมถึงการผลิตงานจิตรศิลป์อื่นๆ (เช่น การผลิตพิมพ์ เป็นต้น)

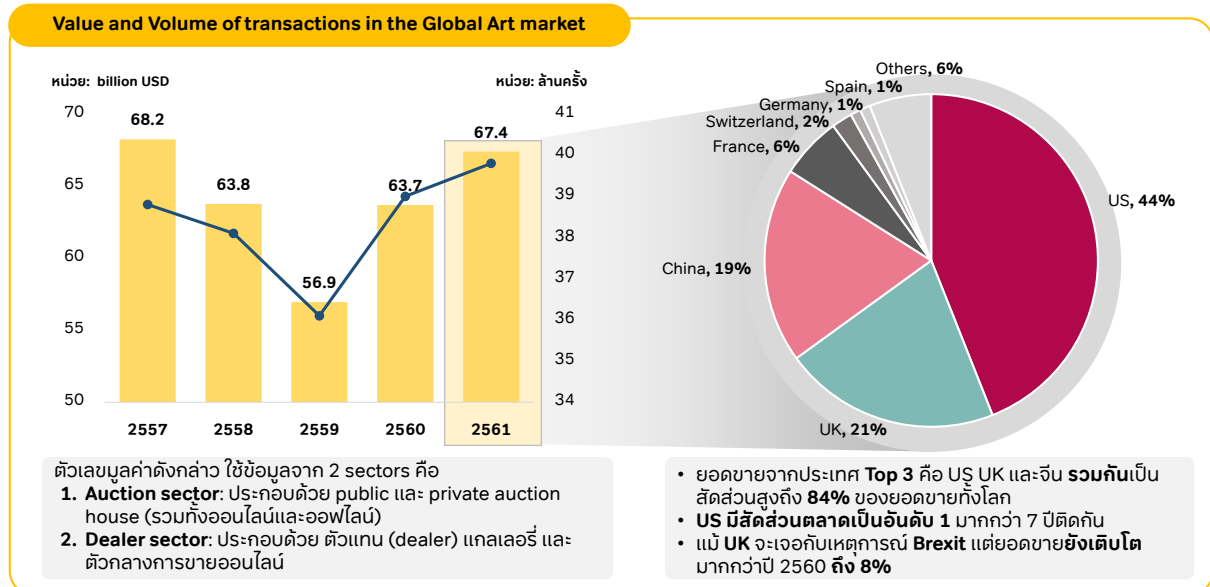
ในขณะที่**กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related activity)** หรือกิจกรรมสนับสนุนการดำเนินการหลักของทัศนศิลป์นั้น จะหมายรวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การผลิตเฟอร์นิเจอร์ งานสะสมต่างๆ (เช่น งานเซรามิก งานแก้วต่างๆ เป็นต้น) การออกแบบแฟชั่น (รวมถึงเครื่องประดับ งานอัญมณีต่างๆ) เสื้อผ้า โบราณวัตถุ อาวุธและชุดเกราะ งานโลหะ หรือแม้กระทั่งหนังสือ หรือแผนที่ต่างๆ เป็นต้น

นอกจากในมุมมองของกิจกรรมแล้ว หากกล่าวถึงในภาพของอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง งานทัศนศิลป์สามารถนำไปเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมงานเทศกาล นิทรรศการ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมการเก็บรักษาโบราณวัตถุ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมภาพถ่าย อุตสาหกรรมประกันการประกันภัย การธนาคาร กฎหมาย และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้น จะทำให้เห็นภาพความเข้าใจเบื้องต้นว่า หากกล่าวถึงงานทัศนศิลป์ หรืออุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น ในภาพรวมระดับสากล จะพูดถึงกิจกรรมใด เกี่ยวข้องกับกิจกรรม และอุตสาหกรรมอื่นๆ อันประกอบด้วยอะไรบ้าง ซึ่งจะทำให้เข้าใจการดำเนินการของอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมใกล้เคียงได้มากขึ้น

3.1.2 ข้อมูลเชิงสถิติแสดงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมศิลปะของโลก

ส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับงานทัศนศิลป์ ในบริบทภาพรวมของโลก โดยข้อมูลจากรายงาน ‘The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2019’ ซึ่งดำเนินการวิจัยโดยหน่วยงานวิจัยชื่อ Arts Economics ภายใต้การสนับสนุนของ Art Basel และ UBS จัดทำรายงานแสดงข้อมูลมูลค่าของตลาดงานศิลปะของโลก โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 19 ข้อมูลสถิติมูลค่าของอุตสาหกรรมศิลปะของโลก

ที่มา: The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2019

รายงานฉบับนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกิจกรรมการซื้อขายที่เกิดขึ้นจาก 2 ส่วนหลัก คือ ผ่านการประมูล (Auction sector) และผ่านตัวกลางการซื้อขายงานศิลปะ (Dealer sector) โดยใช้ข้อมูลจากทุกๆ ภูมิภาคของโลก ซึ่งจะทำให้ข้อมูลบันทึกการซื้อขาย และสามารถแสดงรายละเอียดข้อมูลดังแสดงในแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 – 2561 นั้น จำนวนการซื้อขาย รวมถึงมูลค่าการซื้อขายงานศิลปะที่เกิดขึ้นนั้น มีจำนวนและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2561 พบว่ามีจำนวนครั้งการซื้อขายเกิดขึ้นทั้งหมดประมาณ 40 ล้านครั้ง และมีมูลค่ารวม 67.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ

หากพิจารณาข้อมูลจากปีพ.ศ. 2561 จะเห็นได้ว่ามูลค่าการซื้อขายที่เกิดขึ้นทั้งหมดของโลกนั้น เป็นการซื้อขายที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาประมาณร้อยละ 44 รองลงมาคือสหราชอาณาจักรร้อยละ 21 และจีนร้อยละ 19 ของมูลค่าที่เกิดขึ้นทั้งหมด

โดยจากรายละเอียดที่ระบุในรายงานฉบับดังกล่าว พบว่าประเทศที่มีมูลค่าการซื้อขายงานศิลปะ 3 อันดับแรกนั้น มักจะเป็น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และจีน ตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยหากคิดรวมมูลค่าของ 3 ดังกล่าว จะมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 84 ของมูลค่าการซื้อขายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในปีพ.ศ. 2561 และสหรัฐอเมริกา ครองอันดับ 1 มานานกว่า 7 ปีติดต่อกันอีกด้วย

3.1.3 แนวโน้มที่สำคัญของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

นอกจากนี้ จากรายงานฉบับเดียวกัน ได้มีการสรุปประเด็นแนวโน้มที่น่าสนใจ ในตลาดงานศิลปะของโลก จากข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าว โดยสรุปเป็น 5 แนวโน้มสำคัญ ดังนี้

 US ยังเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด • US เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดติดกันถึง 5 ปี นับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา • มูลค่าตลาดศิลปะของ US ปี 2561 นับเป็น 44% ของมูลค่าตลาดศิลปะทั้งหมด	 Millennials มีบทบาทในตลาดศิลปะมากขึ้น • จากข้อมูลผลสำรวจพบว่า มีนักสะสม (collector) ที่เป็นรุ่น Millennials มีจำนวนมากขึ้น • โดยเฉพาะในทวีปเอเชีย: 46% ของ collector ในสิงคโปร์จากการสำรวจคือ Millennials	
 ตลาดออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง • ยอดขาย (Sales) งานศิลปะผ่านตลาดออนไลน์ของปี 2561 สูงขึ้นถึง 11% เมื่อเทียบกับปี 2560	 การประมูล (Auction) ก็ยังเป็นช่องทางซื้อขายที่สำคัญ • การประมูลยังถูกมองว่าเป็นการซื้อขายที่มีความเสี่ยงต่ำที่สุด • ยอดขายของ fine and decorative art and antiques ผ่านการประมูลสาธารณะในปี 2561 สูงขึ้นถึง 30% เมื่อเทียบกับปี 2559	 Art Fairs มีบทบาทในตลาดศิลปะมากขึ้น • นอกจากช่องทางการประมูลแล้วนั้น ยอดขายงานศิลปะผ่าน Art Fairs โตขึ้นถึง 6% ในปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 • สัดส่วนยอดขายของ dealer เกิดขึ้นผ่าน art fairs ถึง 46%

ภาพที่ 20 สรุปแนวโน้มที่สำคัญของตลาดศิลปะของโลก

ที่มา: The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2019

1. สหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดการซื้อขายงานศิลปะที่ใหญ่ที่สุด: จากข้อมูลย้อนหลังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา พบว่าศูนย์กลางการซื้อขายงานศิลปะของโลก จะเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกามากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 – 2561 และข้อมูลปีล่าสุด มูลค่าการซื้อขายงานศิลปะในสหรัฐอเมริกา สูงถึงร้อยละ 44 ของมูลค่าที่เกิดขึ้นทั้งหมดของโลกอีกด้วย
2. เยาวชนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะ Millennials มีบทบาทในตลาดศิลปะมากขึ้น: จากการเก็บข้อมูลนักสะสมงานศิลปะ (Collector) ทั่วโลก พบว่ามีนักสะสมที่เป็นคนรุ่นใหม่ หรือประชากรยุค ‘Millennials’ (เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2524 - 2539) มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลในทวีปเอเชีย ที่พบว่ามีนักสะสมรุ่น Millennials มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 46 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดอีกด้วย
3. ตลาดซื้อขายงานศิลปะออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง: พบว่ามูลค่ายอดขายงานศิลปะ เกิดขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ในปีพ.ศ. 2561 มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นกว่าร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับมูลค่าการขายงานศิลปะผ่านช่องทางออนไลน์ในปีพ.ศ. 2560
4. การประมูล (Auction) ยังเป็นช่องทางการซื้อขายที่สำคัญ: จากข้อมูลมูลค่าการซื้อขายงานศิลปะที่ผ่านช่องทางต่างๆ พบว่าการซื้อขายงานศิลปะประเภท ‘Fine and decorative art and antiques’ ที่ผ่านการประมูลสาธารณะในปีพ.ศ. 2561 สูงขึ้นถึงร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2559 เหตุผลสำคัญเป็นเรื่องความปลอดภัย ที่ผู้ซื้อมองว่า การซื้อขายผ่านการประมูลสาธารณะเป็นช่องทางที่มีความเสี่ยงต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่นๆ เช่น การซื้อขายผ่านตลาดออนไลน์ เป็นต้น
5. Art Fairs มีบทบาทในตลาดศิลปะมากขึ้น: ช่องทางการขายงานศิลปะอีกรูปแบบที่ได้รับความนิยม คือ การค้าขายงานศิลปะ ผ่านเทศกาล Art fairs ต่างๆ จากข้อมูลพบว่าการซื้อขายที่เกิดขึ้นผ่าน art fairs ในปีพ.ศ. 2561 มีการเติบโตถึงร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับข้อมูลในปีพ.ศ. 2560 และสัดส่วนยอดขายผ่านตัวแทนการขายงานศิลปะทั้งหมดในปีพ.ศ. 2561 เกิดขึ้นในงาน Art fairs เป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 46

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นว่า ทิศทางหรือแนวโน้มของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น จะต้องประสบกับความเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน ในอุตสาหกรรม ทำให้เห็นว่าการคำนึงถึงแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในลำดับต่อไปนั้น จะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เพื่อสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาให้แนวทางสนับสนุนต่างๆ สอดคล้องกับแนวโน้มต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตต่อไป

นอกจากการทำความเข้าใจสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ และอุตสาหกรรมงานศิลปะในบริบทโลกแล้วนั้น ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอผลการรวบรวมข้อมูล เพื่ออธิบายถึงสถานการณ์ทัศนศิลป์ของประเทศไทย ว่าจะมีความเหมือน หรือแตกต่างกับสถานการณ์ในบริบทของต่างประเทศ ตามที่ได้นำเสนอมาในข้างต้นหรือไม่ โดยสามารถศึกษาได้จากหัวข้อต่อไป

3.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย

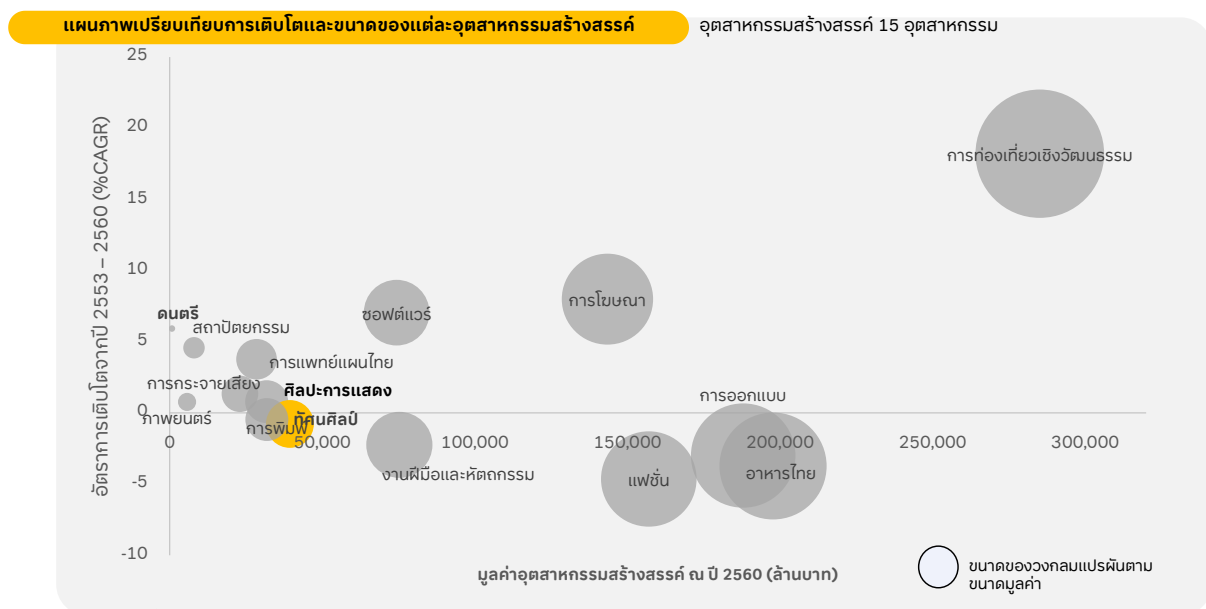
ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น ส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษาภาพรวมสถานการณ์ของทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งจะมีทั้งข้อมูลเชิงสถิติที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลเชิงบรรยายเพื่อให้เข้าใจภาพรวมมากยิ่งขึ้น โดยจะแบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย
- ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย

โดยจะมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

3.2.1 มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย

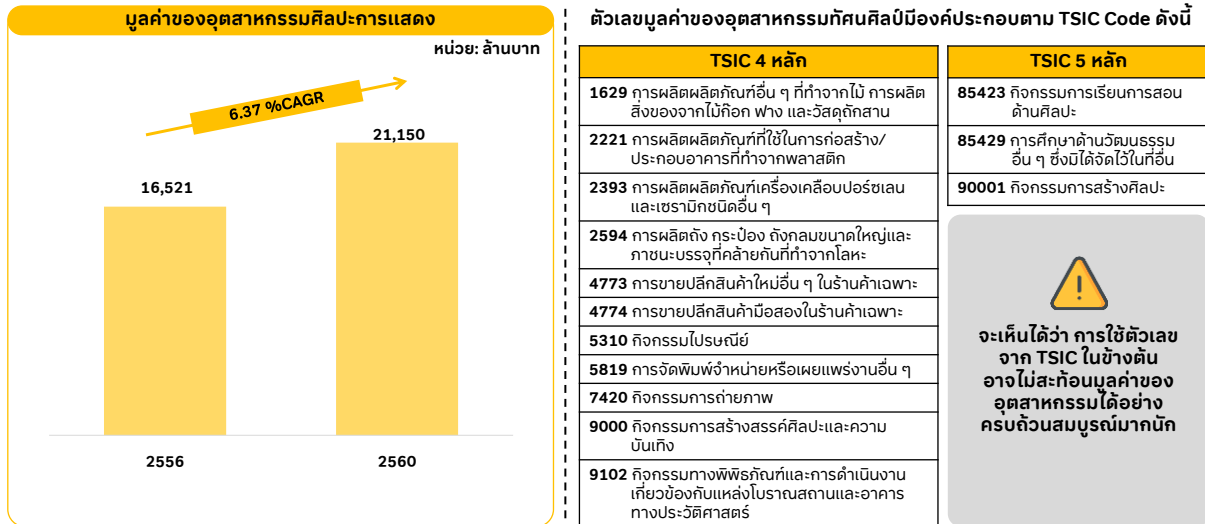
ในการทำความเข้าใจสถานการณ์ของทัศนศิลป์ของไทยนั้น ส่วนแรกจะเป็นการทำความเข้าใจสถานการณ์เบื้องต้นของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ เปรียบเทียบกับสาขาอื่นๆ โดยทำความเข้าใจผ่านข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้จัดทำรายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยได้รวบรวมข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 12 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลักข้างต้น รวมถึง 3 อุตสาหกรรมการบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย โดยสามารถเปรียบเทียบมูลค่าและอัตราการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรม ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 21 เปรียบเทียบขนาดและการเติบโตของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์กับสาขาอื่น

ที่มา: รายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดย ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หากเปรียบเทียบมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ณ ปีพ.ศ. 2560 และอัตราการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรม (คำนวณจากมูลค่าปีพ.ศ. 2553 - 2560) โดยแสดงดังแผนภาพในข้างต้น เห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเป้าหมายของการศึกษาในครั้งนี้นั้น หรืออุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น ค่อนข้างมีมูลค่าและการเติบโตที่น้อย เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ



ภาพที่ 22 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ที่มา: รายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดย ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นอกจากนี้ หากพิจารณาเฉพาะข้อมูลของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น พบว่าข้อมูลล่าสุด คือข้อมูล ณ ปีพ.ศ. 2560 อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยมีมูลค่าอยู่ที่ 21,150 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 6.37 %CAGR จากปีพ.ศ. 2556 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 16,521 ล้านบาท

จากข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมดังกล่าว จะเป็นการรวบรวมมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยสืบค้นตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมของไทย (Thailand Standard Industrial Classification หรือ TSIC) แบ่งออกเป็น

หากพิจารณาจากรหัส TSIC ระดับ 4 หลัก จะประกอบไปด้วย

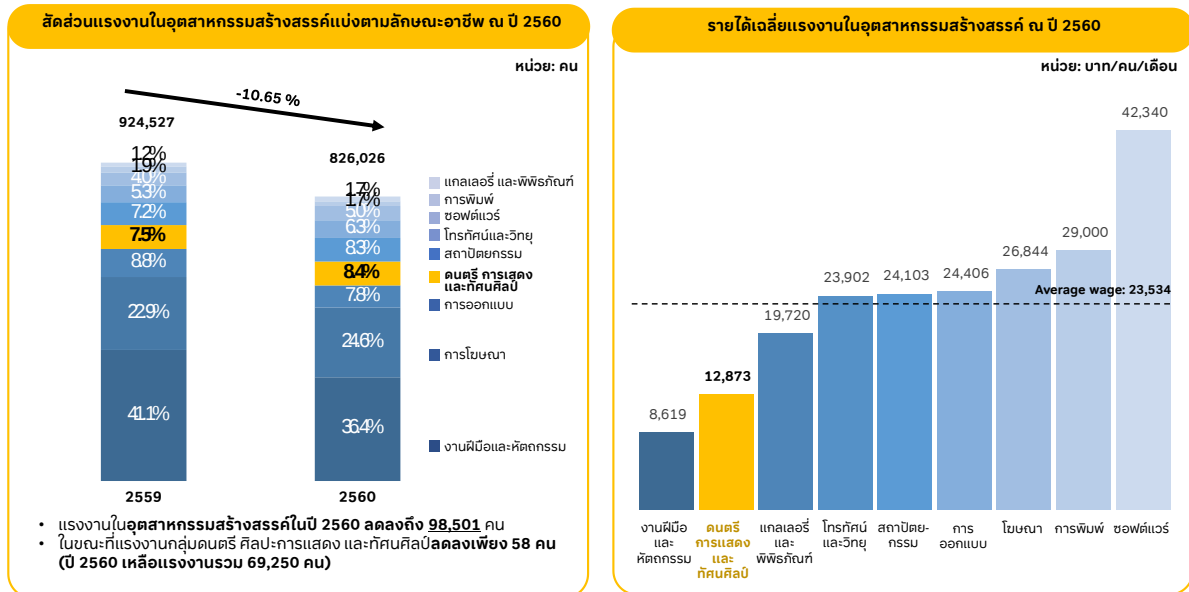
- รหัส 1629 การผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำจากไม้ การผลิตสิ่งของจากไม้ก๊อก ฟาง และวัสดุถักสาน
- รหัส 2221 การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง/ประกอบอาคารที่ทำจากพลาสติก
- รหัส 2393 การผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบปอร์ซเลนและเซรามิกชนิดอื่นๆ
- รหัส 2594 การผลิตถัง กระจบอง ถังกลมขนาดใหญ่และภาชนะบรรจุที่คล้ายกันที่ทำจากโลหะ
- รหัส 4773 การขายปลีกสินค้าใหม่อื่นๆ ในร้านค้าเฉพาะ
- รหัส 4774 การขายปลีกสินค้ามือสองในร้านค้าเฉพาะ
- รหัส 5310 กิจกรรมไปรษณีย์
- รหัส 5819 การจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่งานอื่นๆ
- รหัส 7420 กิจกรรมการถ่ายภาพ
- รหัส 9000 กิจกรรมการสร้างสรรค์ศิลปะและความบันเทิง
- รหัส 9102 กิจกรรมทางพิพิธภัณฑ์และการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับแหล่งโบราณสถานและอาคารทางประวัติศาสตร์

หากพิจารณาจากรหัส TSIC ระดับ 5 หลัก จะประกอบไปด้วย

- รหัส 85423 กิจกรรมการเรียนการสอนด้านศิลปะ
- รหัส 85429 การศึกษาด้านวัฒนธรรมอื่นๆ ซึ่งมีได้จัดไว้ในที่อื่น
- รหัส 90001 กิจกรรมการสร้างศิลปะ

จะเห็นได้ว่า การจัดกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ตามรหัส TSIC ดังกล่าวนั้น อาจรวมมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย และอาจไม่ได้นับรวมเฉพาะงานศิลปะที่เป็นงานทัศนศิลป์ ยกตัวอย่างเช่นในหมวด ‘1629 การผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำจากไม้ การผลิตสิ่งของจากไม้ก๊อก ฟาง และวัสดุถักสาน’ อาจรวมเอาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่งานทัศนศิลป์ไปด้วยเช่นกัน ทำให้ตัวเลขมูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีการจัดทำไว้แล้วนั้น อาจไม่สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้อย่างถูกต้องมากนัก

นอกจากข้อมูลเชิงมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาตามข้างต้นนั้น หากพิจารณาข้อมูลตัวเลขสัดส่วนการจ้างงาน และรายได้เฉลี่ยของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละสาขา ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลของรายงานฉบับเดียวกันนี้ ข้อมูลการจ้างงานของทัศนศิลป์ จะถูกพิจารณารวมกับแรงงานของอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมศิลปะการแสดงอีกด้วย ทำให้มีการจัดแบ่งแรงงานออกเป็น 9 กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความใกล้เคียงกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 23 เปรียบเทียบตัวเลขสัดส่วนแรงงานและรายได้เฉลี่ยของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ที่มา: รายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงาน

จากรายงานข้างต้น ระบุว่า มีตัวเลขการจ้างงานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 รวมทั้งสิ้น 826,026 คน โดยแบ่งออกเป็นการทำงานในอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม 300,829 คน (คิดเป็นร้อยละ 36.4 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมการโฆษณา 203,014 คน (คิดเป็นร้อยละ 24.6 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมการออกแบบ 64,088 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ 69,250 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.4 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมสถาปัตยกรรม 68,119 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.3 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และการถ่ายภาพ 51,701 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.3 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ 41,249 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.0 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) อุตสาหกรรมการพิมพ์ 13,761 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.7 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด) และอุตสาหกรรมพิพิธภัณฑ์ แกลเลอรีและห้องสมุด 13,934 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.7 ของแรงงานสร้างสรรค์ทั้งหมด)

หากพิจารณาตัวเลขรายได้เฉลี่ยของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ข้อมูล ณ ปีพ.ศ. 2560 จะเห็นได้ว่า แรงงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์มีรายได้เฉลี่ยมากที่สุด คือ 42,340 บาทต่อคนต่อเดือน รองลงมาคือแรงงานในอุตสาหกรรมการพิมพ์มีรายได้เฉลี่ย 29,000 บาทต่อคนต่อเดือน และอุตสาหกรรมโฆษณามีรายได้เฉลี่ย 26,844 บาทต่อคนต่อเดือน ในขณะที่แรงงานในอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมมีรายได้เฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 8,619 บาทต่อคนต่อเดือน รองลงมาคือแรงงานในอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ที่มีรายได้เฉลี่ย 12,873 บาทต่อคนต่อเดือน

จากข้อมูลที่น่าเสนอในข้างต้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบตัวเลขของอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ นั้น เห็นได้ว่าอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ไม่เพียงแต่เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าและอัตราการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับสาขาอื่นในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ในด้านการจ้างงาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขา ทัศนศิลป์ ยังเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนน้อยที่สุดเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมงานฝีมือ และหัตถกรรมเท่านั้น

3.2.2 เทศกาลศิลปะที่สำคัญของไทย

ประเทศไทยมีการจัดเทศกาลศิลปะขนาดใหญ่ หรือ Art Bienale ขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2561 หรือที่รู้จักกันในนาม *เทศกาลศิลปะนานาชาติร่วมสมัย Bangkok Art Biennale* ซึ่งจัดโดยมูลนิธิบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ร่วมกับ หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนมากมาย โดยรวบรวมผลงานของศิลปินระดับโลกทั้งหมด 75 คนมาจัดแสดงตามสถานที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร 20 แห่ง อาทิ วัดอรุณราชวรารามราชวรีวิหาร วัดพระเชตุพลวิมลมังคลารามราชวรีวิหาร โรงแรมแมน หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร สยามพารากอน เซ็นทรัลเวิลด์ เป็นต้น โดยมีระยะเวลาของการจัดงานประมาณ 5 เดือน และจะมีการจัดงานต่อเนื่องเป็นประจำทุกๆ 2 ปี

ในปีเดียวกันนี้ ยังได้เห็นการริเริ่มจัดงานเทศกาลศิลปะในลักษณะเดียวกันจากทางฝั่งภาครัฐอย่าง *โครงการ การแสดงศิลปกรรมร่วมสมัยนานาชาติ* ภายใต้ชื่อ *Thailand Biennale* นำโดยสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม มีการจัดงานขึ้นครั้งแรกที่จังหวัดกระบี่ โดยนำผลงานของศิลปินต่างชาติกว่า 70 คนจาก 30 ประเทศ มาจัดแสดงกลางแจ้งในพื้นที่ทางธรรมชาติในรูปแบบศิลปะเฉพาะที่ (site-specific art) โดยมีระยะเวลาของการจัดงานประมาณ 4 เดือน และมีการตั้งเป้าหมายที่จะจัดโครงการทุก 2 ปีในแต่ละจังหวัดของประเทศไทย

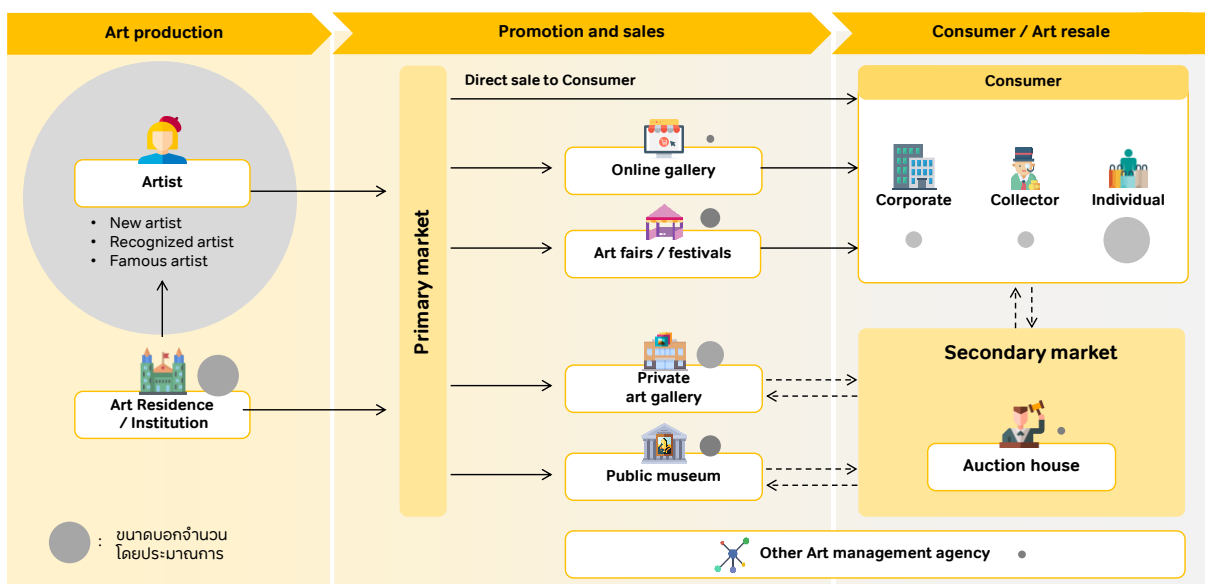
จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นว่า ประเทศไทยมีเทศกาลศิลปะขนาดใหญ่ถึงสองเทศกาลด้วยกัน ซึ่งเป็นโครงการริเริ่มจากทั้งทางฝั่งภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีลักษณะการจัดงานที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ เป็นการจัด นิทรรศการหรือเทศกาลนานาชาติเบียนนาเล่ ที่จัดขึ้นทุกสองปี โดยอาจมีข้อแตกต่างเพียงเล็กน้อยในเรื่องของพื้นที่ การจัดงาน ซึ่งการจัดงานเทศกาลศิลปะเช่นนี้นอกจากจะให้ประโยชน์ในแง่การนำศิลปะเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวัน ของคนมากขึ้นแล้ว ยังสามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของประเทศได้อีกด้วย



ภาพที่ 24 เทศกาลของงานศิลปะในประเทศไทย
ที่มา: จากเว็บไซต์และ Facebook หลักของแต่ละเทศกาล

3.2.3 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย

ลำดับต่อไป เป็นการนำเสนอข้อมูลห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของกระบวนการผลิตงานทัศนศิลป์ของไทย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งทำให้เห็นภาพมากยิ่งขึ้นว่า ในกระบวนการผลิตงานศิลปะในแต่ละครั้ง จะประกอบไปด้วยกิจกรรมใดบ้าง เกี่ยวข้องกับการดำเนินการในรูปแบบอะไรบ้าง ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงหลักๆ คือ 1) ขั้นตอนการผลิตงานศิลปะ (Art production) 2) ขั้นตอนการส่งเสริมและการขาย (Promotion and sales) และ 3) ผู้บริโภคและการขายงานศิลปะ (Consumer / Art resale) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 25 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศไทย
ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- 4) ขั้นตอนการผลิตงานศิลปะ (Art production): กระบวนการสร้างงานศิลปะ จะเกี่ยวข้องกับศิลปิน ที่เป็นผู้สร้างงานศิลปะ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ศิลปินรุ่นใหม่ ศิลปินที่เริ่มมีชื่อเสียง และศิลปินที่มีชื่อเสียง โดยศิลปินเหล่านี้ อาจเป็นศิลปินอิสระ ที่ใช้พื้นที่ในการสร้างงานที่บ้าน หรือที่ส่วนตัว หรืออาจเป็นศิลปินที่สร้างงานในสถาบันศิลปะ (Art institution) ซึ่งมีอยู่จำนวนหนึ่งในประเทศ หรือที่พักอาศัยของศิลปิน (Art residence) ที่ให้บริการสถานที่สำหรับผลิตงานศิลปะแก่ ‘ศิลปินในพำนัก’ (Artist in residency) ซึ่งเปรียบเสมือนสถานที่ทำงานของศิลปินหลายราย ที่สามารถใช้ทรัพยากรพื้นที่ร่วมกัน รวมถึงอุปกรณ์สำหรับการสร้างงานที่เป็นเหมือนของส่วนรวมได้อีกด้วย แต่ในประเทศไทย ยังมีจำนวน Art residence น้อยมาก ส่วนใหญ่ศิลปินอิสระต่างๆ จึงต้องสร้างงานในพื้นที่ของตนเองเป็นหลัก
- 5) ขั้นตอนการส่งเสริมและการขาย (Promotion and sales): ภายหลังจากที่ศิลปินสร้างงานศิลปะเสร็จแล้วนั้น การขายงานศิลปะครั้งแรกจากศิลปินผู้สร้างงานศิลปะชิ้นนั้น จะนับว่าเป็นการขายที่เกิดขึ้นในตลาดแรก (Primary market) โดยในบริบทของประเทศไทยนั้น ตลาดแรกจะประกอบไปด้วยการขายไปยังผู้ซื้อโดยตรง (Direct sale) ไปยังนักสะสมงานศิลปะ หรือผู้ซื้อทั่วไปที่จะซื้อเป็นงานศิลปะเป็นครั้งคราวเป็นหลัก และการขายโดยไม่ผ่านตัวกลางนี้ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลการซื้อขายแต่ละครั้งได้

นอกจากนี้ ศิลปินอาจขายงานผ่านแกลเลอรีที่ตนเองสังกัด โดยแกลเลอรีที่ทำหน้าที่เหมือนเป็นตัวแทนในการจำหน่ายงานศิลปะให้กับศิลปิน จะต้องมีการดำเนินการสนับสนุนศิลปิน ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านการตลาด และการบริการด้านการขายแก่ผู้ที่สนใจนั้น จึงต้องคิดค่าบริการตามสัดส่วนราคาขายของงานศิลปะแต่ละชิ้นไป ในขณะเดียวกัน งานศิลปะบางชิ้น อาจถูกซื้อไปโดยพิพิธภัณฑ์สาธารณะ ที่จะมีการซื้องานที่น่าสนใจเก็บไว้ เตรียมสำหรับการแสดงงานศิลปะในพิพิธภัณฑ์นั้นๆ อีกด้วย

นอกจากรูปแบบการขายครั้งแรกจากช่างต้น จะมีช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขายงานศิลปะผ่านช่องทางออนไลน์ หรือตามงาน art fairs ต่างๆ ที่เป็นช่องทางที่ค่อนข้างได้รับความนิยมมากขึ้นในต่างประเทศ แต่ของประเทศไทย อาจเป็นช่องทางที่ไม่ได้เกิดการซื้อขายงานศิลปะที่คึกคักมากนัก (มีการจัด Art Fair ในโรงแรมเป็นบางครั้ง) และในบริบทของไทยอาจจะไม่มีการจัดเป็น art fairs ที่น่าสนใจเทียบเท่ากับการไปขายงานใน art fairs ที่จัดขึ้นในต่างประเทศ ที่มีความน่าสนใจ และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากกว่า

- 6) ผู้บริโภคและการขายงานศิลปะ (Consumer / Art resale): กลุ่มผู้บริโภคนงานศิลปะในประเทศประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจเอกชน นักสะสม และผู้ซื้อทั่วไป โดยในภาพรวมตลาดศิลปะของไทยก็ยังมีจำนวนผู้ซื้องานศิลปะจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ นอกจากนี้ ความแตกต่างของตลาดงานศิลปะนอกจากจะมี primary market คือตลาดการซื้อขายงานศิลปะครั้งแรกจากศิลปินแล้วนั้น จะสามารถเกิดการซื้องานศิลปะ หรือการขายต่องานศิลปะไปยังผู้ซื้อรายอื่น ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการขายงานศิลปะโดยผู้ขาย ไม่ใช่ศิลปินเจ้าของงานศิลปะนั้น เรียกว่าการซื้อขายในตลาดรอง (Secondary market) โดยบางครั้งก็เกิดการขายผ่าน auction house ที่จัดการประมูลงานศิลปะไปยังผู้ที่สนใจรายอื่นๆ ต่อไป แต่ในประเทศไทยอาจไม่มีกิจกรรมการประมูลงานศิลปะมากนัก โดยส่วนมากจะเป็นการประมูลที่จัดขึ้นในต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ หรือฮ่องกง เป็นต้น

นอกจากหน่วยงานที่นำเสนอไปข้างต้น ยังมีอีกกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์ นั่นคือธุรกิจสนับสนุนด้านศิลปะที่เกี่ยวข้อง (Art management agency) ยกตัวอย่างเช่น บริษัทขนส่งงานศิลปะ (Art logistic / art handler) หรือธุรกิจให้บริการสนับสนุนในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นอีกกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมด้านการซื้อขายงานศิลปะอีกด้วย

นอกจากการนำเสนอในเชิงรายละเอียด ว่าในภาพรวมห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ประกอบด้วยหน่วยงานใดบ้างแล้วนั้น จากการสัมภาษณ์ถึงจำนวนของหน่วยงานแต่ละประเภท พบว่าในภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย มีจำนวนของผู้ผลิตคือศิลปินอยู่เป็นจำนวนมากที่จบมาจากสถาบันการศึกษาในแต่ละปี แต่จำนวนของตลาดหรือผู้ซื้อผู้น้อยมาก ทำให้ตลาดงานศิลปะของไทยไม่คึกคักเท่าที่ควรจะเป็น รวมถึงจำนวนหน่วยงานอื่นๆ หรือธุรกิจสนับสนุนงานศิลปะยังมีอยู่น้อยมาก ทำให้ภาพรวมตลาดงานศิลปะของไทย ยังต้องได้รับการสนับสนุนเพื่อให้เกิดกลไก และหน่วยงานสนับสนุนอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งจะมีรายละเอียดอยู่ในส่วนการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยที่จะนำเสนอในภายหลัง

3.2.4 การดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

หัวข้อต่อไปนี้เป็นสรุปผลการศึกษา และการรวบรวมรายละเอียดการดำเนินการของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทัศนศิลป์ของไทย โดยจะทำการจัดกลุ่มออกเป็นการสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อช่วยในการพิจารณาว่ามีการสนับสนุนในแต่ละด้านเป็นอย่างไร โดยการศึกษาในเบื้องต้น พบว่า หน่วยงานที่มีหน้าที่และการดำเนินการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์โดยตรงนั้น มีเพียงสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) เป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่ กิจกรรมการสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อเพิ่มพูนพัฒนาภูมิปัญญาและการประยุกต์ใช้ในสังคม ที่เกี่ยวข้องกับทั้งงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในสาขาวิจิตรศิลป์ และประยุกต์ศิลป์ ให้สามารถนำงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมาเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ และจากการสัมภาษณ์ตัวแทน รวมถึงการเก็บข้อมูลจาก นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อเป็นการวิเคราะห์การดำเนินการพัฒนาและสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในปัจจุบัน โดยสามารถมาจัดกลุ่มตามประเด็นการพัฒนาหลักๆ 4 ด้านคือ แนวทางการสนับสนุนศิลปิน แนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ แนวทางการพัฒนาด้านคนดูและตลาด และแนวทางการสนับสนุนในด้านอื่นๆ โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

ตารางที่ 3 แนวทางการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทัศนศิลป์ของไทย

	 ศิลปิน	 พื้นที่	 คนดู / ตลาด	 อื่นๆ
 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย	- ให้รางวัลศิลปินศิลปาร - ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินร่วมสมัย - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนบุคลากรและองค์ความรู้ ระหว่างหอศิลป์และแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมร่วมสมัยทั้งในและต่างประเทศ	- การจัดสรรและพัฒนาพื้นที่การแสดง ต่อยอดเป็นแหล่งเรียนรู้ - บริหารหอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน	จัดกิจกรรม PR เชิงรุกเพื่อสร้างผู้สนใจงานศิลปวัฒนธรรม	- มีกองทุนส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - สร้างและพัฒนากลไกจูงใจการสนับสนุนการสร้างงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (เช่น การจัดทำแผนระยะสั้นจากหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น) - จัดเก็บข้อมูลเพื่อการดำเนินการของแต่ละกรมเป็นหลัก - ศึกษาและเผยแพร่งานวิจัยองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง:

 กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม - คุ้มครอง ป้องกัน อนุรักษ์ บำรุงรักษา พัฒนา ส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่ จัดการศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนา สืบถอดศิลปะและทรัพย์สินมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ - พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ลิขสิทธิ์งานศิลปกรรม	 กรมศิลปากร กระทรวงการคลัง ภาษีศุลกากร
--	---	--

ที่มา: ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงาน จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

แนวทางการสนับสนุนศิลปิน สคร. ดำเนินการให้รางวัลศิลปินศิลปาธร แก่ศิลปินผู้ทรงคุณวุฒิที่สร้างคุณูปการ สร้างผลงานที่น่าสนใจ รวมถึงการสนับสนุนศิลปินในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินร่วมสมัย รวมถึงพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะอย่างยิ่ง พัฒนาทักษะด้านบริหารจัดการพื้นที่การแสดงศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนบุคลากรและองค์ความรู้ ระหว่างหอศิลป์หรือแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมร่วมสมัยทั้งในและต่างประเทศ

แนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ สคร. มีแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนเชิงพื้นที่ที่ระบุไว้ คือการจัดสรรและพัฒนาพื้นที่การแสดง ต่อยอดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ รวมถึงบริหารจัดการหอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน

แนวทางการพัฒนาตลาดและคนดู มีแนวทางพัฒนาฐานคนดู หรือผู้สนใจในงานศิลปวัฒนธรรม ผ่านการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เชิงรุก รวมถึงการสร้างการยอมรับต่อผลงานไทยในสายตาชาวโลก ผ่านการสนับสนุนการออกงานในต่างประเทศ เป็นต้น

แนวทางการสนับสนุนด้านอื่นๆ สคร. มีกองทุนส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และการพัฒนากลไกการสนับสนุนการสร้างงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น การจัดทำแผนระดมทุนจากหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น และมีการดำเนินการในการศึกษาและเผยแพร่งานวิจัยด้านองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และมีการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการดำเนินการของภายในหน่วยงานเป็นหลัก ซึ่งการจัดเก็บข้อมูลนั้น จะถูกเก็บไว้ภายใต้แต่ละหน่วยงานนั้นๆ เป็นหลัก ไม่ได้มีการนำเสนอหรือถ่ายทอดข้อมูล รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

นอกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทัศนศิลป์โดยตรงแล้วนั้น พบว่ามีบางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์เฉพาะเรื่อง เช่น กรมศิลปากร ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง ป้องกัน อนุรักษ์ บำรุงรักษา ฟื้นฟู ส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่ จัดการศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนา สืบทอดศิลปะและทรัพย์สินมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ รวมถึงบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการลิขสิทธิ์งานศิลปะกรรม หรือกรมศิลปากร ที่เกี่ยวข้องกับการนำงานศิลปะเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้น

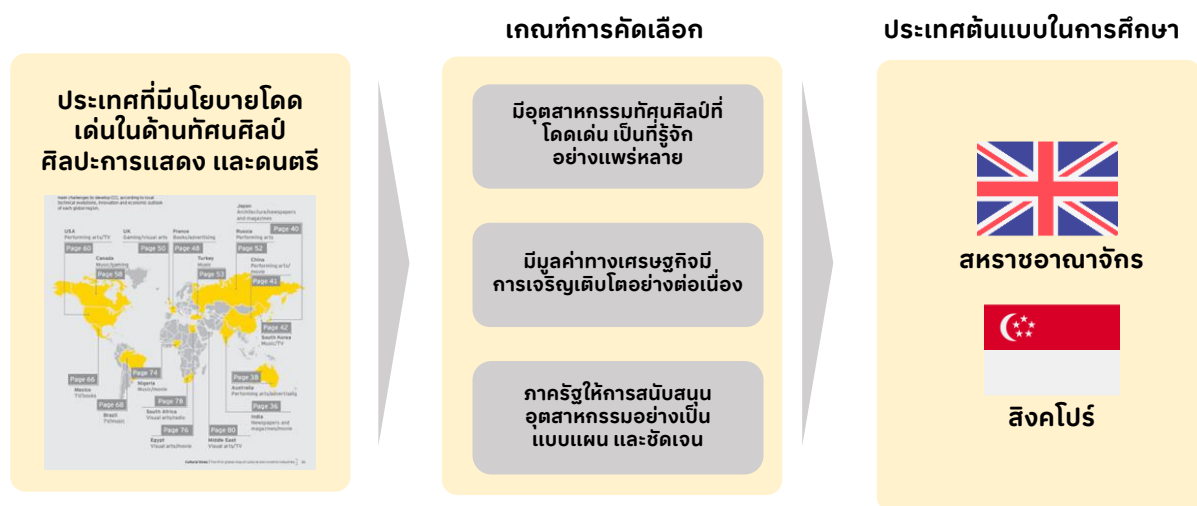
จากรายละเอียดการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทัศนศิลป์ในประเทศที่นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่า แม้มีหน่วยงานที่ดำเนินการสนับสนุนที่เกี่ยวข้องอยู่แล้ว แต่แนวทางการดำเนินการในปัจจุบันยังไม่หลากหลาย และไม่เพียงพอต่อความต้องการของหน่วยงานในอุตสาหกรรมมากนัก โดยข้อมูลในส่วนนี้ จะทำให้เข้าใจสถานการณ์แนวทางการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในปัจจุบัน ว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ในปัจจุบันนั้น มีการดำเนินการสนับสนุนในด้านต่างๆ เป็นอย่างไร

จากข้อมูลในบทนี้นั้น จะเป็นการนำเสนอรายละเอียดเพื่อสร้างความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ทั้งในระดับความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์ สถานการณ์ในปัจจุบัน แนวโน้มของทัศนศิลป์ ทั้งในภาพรวมของโลก และบริบทของประเทศไทย ข้อมูลห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย และการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน ในลำดับถัดไปนั้น จะเป็นการนำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาของต่างประเทศ ว่าในบริบททัศนศิลป์ของต่างประเทศ มีการดำเนินการ รวมถึงแนวทางสนับสนุนของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้นๆ เป็นอย่างไร เพื่อเป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในรูปแบบการสนับสนุนต่างๆ เพื่อเป็นแนวคิดในการนำมาออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยต่อไป

บทที่ 4 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ

ลำดับถัดไปเพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับประเทศไทย การศึกษาและทบทวนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศไทย จึงเป็นสิ่งสำคัญ จะเห็นได้จากแนวคิดในการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมต่างๆ ของนานาประเทศจะมีลักษณะเฉพาะตามจุดแข็งและต้นทุนทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย แนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ตลอดจนการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นการศึกษารณีตัวอย่างของประเทศอื่นๆ จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย ทั้งข้อดีและข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายต่างๆ ตลอดจนเป็นแนวทางในการเสริมสร้างจุดแข็งและโอกาส รวมถึงลดทอนอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นต่อไป

ในการศึกษาการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์จากกรณีศึกษาประเทศต้นแบบ ที่ปรึกษาได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาประเทศต้นแบบเพื่อการศึกษาในโครงการนี้ ดังนี้



ภาพที่ 26 เกณฑ์การศึกษาประเทศต้นแบบเชิงนโยบาย

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

- การเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมดนตรีที่โดดเด่น เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และประชาชนให้ความสนใจในอุตสาหกรรมในประเทศนั้นๆ
- การเป็นประเทศที่อุตสาหกรรมมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นลำดับต้นๆ ในระดับนานาชาติ หรือมีมูลค่าทางเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- การเป็นประเทศที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเป็นแบบแผน ชัดเจน และมีความน่าสนใจ ซึ่งสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ประเทศไทยได้

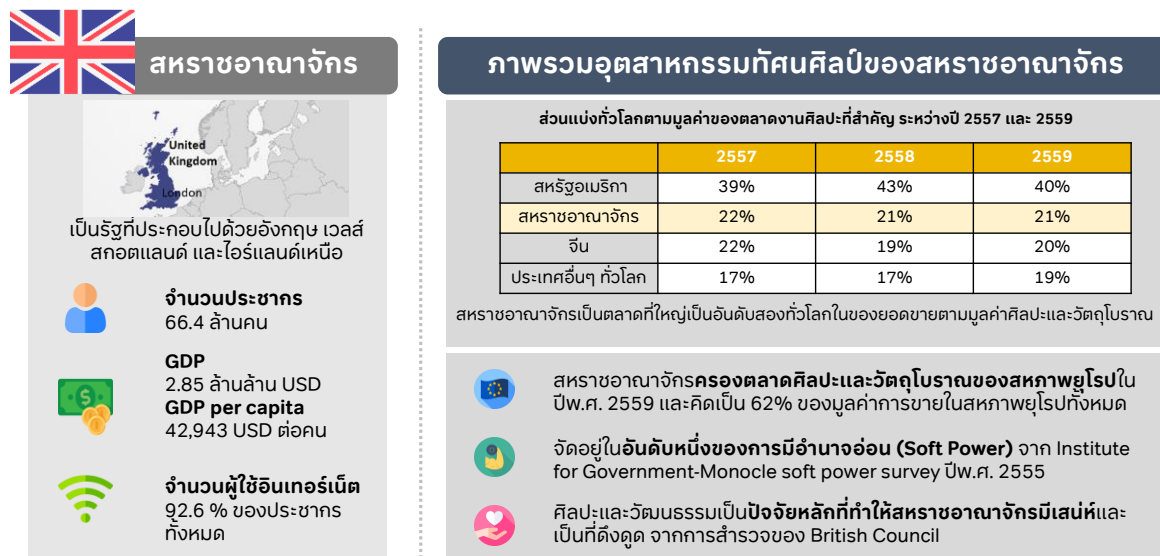
จากเกณฑ์การคัดเลือกในข้างต้น ทำให้ได้ประเทศที่ผ่านการคัดเลือก ที่มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์สำหรับประเทศไทย ได้แก่ สหราชอาณาจักร และประเทศสิงคโปร์รายละเอียดของแต่ละกรณีศึกษา ประกอบไปด้วย ภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ หน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรม แนวทางหรือแผนทางพัฒนาการสนับสนุนอุตสาหกรรม และสรุปประเด็นสำคัญจากกรณีศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 กรณีศึกษาสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรเป็นหนึ่งในผู้นำทางอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ มีมูลค่าการซื้อขายผลงานศิลปะ และชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก ภาครัฐของสหราชอาณาจักรยังให้ความสำคัญกับศิลปวัฒนธรรมเป็นอย่างมากที่สามารถเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนได้ เป็นผลให้ทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักรได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบและครอบคลุม

4.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร

ลำดับแรกเพื่อเป็นการทำความเข้าใจกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร จึงขอนำเสนอข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักรในเบื้องต้น เช่น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม มูลค่าตลาดงานศิลปะ ตำแหน่งในเวทีโลก ความสำคัญของทัศนศิลป์ต่อสหราชอาณาจักร เป็นต้น



ภาพที่ 27 ข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์สหราชอาณาจักร

ที่มา: World Bank 2018, The British Art Market 2017,

Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paper

ด้านมูลค่าของอุตสาหกรรม สหราชอาณาจักรเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองทั่วโลกในของยอดขายตามมูลค่าศิลปะและวัตถุโบราณ ระหว่างปีพ.ศ. 2557 และ 2559 โดยเฉลี่ยสหราชอาณาจักรครองตลาดทั่วโลกอยู่ร้อยละ 22 รองจากสหรัฐอเมริกา ที่โดยเฉลี่ยร้อยละ 40 และเหนือกว่าประเทศจีน ที่โดยเฉลี่ยร้อยละ 20 นอกจากนั้น

สหราชอาณาจักรยังคงครองตลาดศิลปะและวัตถุโบราณของสหภาพยุโรปในปีพ.ศ. 2559 และคิดเป็น 62% ของมูลค่าการขายในสหภาพยุโรปทั้งหมด

ด้านความสำคัญของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ จากการสำรวจของ British Council พบว่าศิลปะและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหลักอันดับหนึ่งที่ทำให้สหราชอาณาจักรมีเสน่ห์และเป็นที่ดึงดูด มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 42 ปัจจัยรองลงมาคือตัวเมืองของสหราชอาณาจักรอยู่ที่ร้อยละ 39 และต่างจังหวัด ทัศนียภาพของสหราชอาณาจักรอยู่ที่ร้อยละ 36 ขณะเดียวกัน จากการสำรวจของ Institute for Government-Monocle soft power survey ปีพ.ศ. 2555 พบว่าสหราชอาณาจักรจัดอยู่ในอันดับหนึ่งของการมี Soft Power คือความสามารถในการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วมมากกว่าการบังคับหรือให้เงิน ในปัจจุบันใช้ในการเปลี่ยนแปลงและสร้างอิทธิพลต่อความคิดของสังคมและประชาชนในประเทศอื่น โดยอาศัยทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม จึงอาจกล่าวได้ว่าสหราชอาณาจักรเป็นผู้นำของโลกด้านศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะสาขาทัศนศิลป์

4.1.2 หน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร

อุตสาหกรรมทัศนศิลป์สิ่งคปรีเดิโตและพัฒนามากขึ้น เนื่องจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนที่เพิ่มขึ้นและร่วมมือกัน



ภาพที่ 28 หน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร

ที่มา: Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paper, Private Investment in Culture Survey และการวิเคราะห์ของทีปรีกษา

อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสิงคโปร์ได้รับการผลักดันจากภาครัฐอย่างเต็มที่และเป็นระบบ โดยกระทรวงที่มีหน้าที่หลักในอุตสาหกรรมศิลปะ คือ **กรมวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬา (Department for Culture, Media & Sport)** เป็นหน่วยงานของรัฐบาลสหราชอาณาจักร ที่รับผิดชอบนโยบายและแผนงานด้านวัฒนธรรม กีฬา เศรษฐกิจ ดิจิทัลและสื่อในบางส่วน เช่น อินเทอร์เน็ต และการออกอากาศ โดยเป้าหมายหลัก คือ ปกป้อง และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมและศิลปะ ช่วยให้ธุรกิจและชุมชนเติบโตโดยการลงทุนด้านนวัตกรรม และทำให้สหราชอาณาจักรเป็นอีกหนึ่งประเทศที่น่าเยี่ยมชม และเป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยมในระดับโลก

ทั้งนี้ กรมวัฒนธรรมฯ ได้ร่วมมือ สนับสนุน และให้ทุนแก่องค์กรด้านศิลปะระดับชาติ ที่เป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อาทิ **Arts Council England** หน่วยงานรัฐบาลที่ได้รับทุนสนับสนุนในการส่งเสริมศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ และวรรณกรรมในอังกฤษ ช่วยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กรศิลปะและสร้างกิจกรรมศิลปะคุณภาพสูง พัฒนาและลงทุนในประสบการณ์และกิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม **The National Gallery** คือหอศิลป์ระดับชาติที่เก็บงานจิตรกรรมยุโรปและส่งเสริมการเข้าถึงสาธารณะ ซึ่งรวมภาพเขียนกว่า 2,300 ภาพตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 13 ถึงปีค.ศ. 1900 **The National Lottery Community Fund** หรือกองทุนชุมชนลอตเตอรี่แห่งชาติถูกต้องตามกฎหมาย คือกองทุนขนาดใหญ่ที่ระดมทุนจากผู้เล่นลอตเตอรี่ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ ผลักดันเป็นโครงการต่างๆ สู่ชุมชน โดยร่วมมือกับกลุ่มท้องถิ่นและองค์กรการกุศล **The National Heritage Memorial Fund** เก็บงานจิตรกรรมอันเป็นมรดกที่โดดเด่นที่สุดของสหราชอาณาจักร

อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการลงทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมศิลปะ นับว่าเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญสำหรับองค์กรศิลปะขนาดเล็กและวัฒนธรรมในสหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 15 ของรายได้ทั้งหมดของศิลปิน รองลงมาจากอันดับแรกคือรายได้ที่ตัวเองคิดเป็นร้อยละ 52 และอันดับที่สองคือการระดมทุนจากภาครัฐ ร้อยละ 33 ในปีพ.ศ. 2560-2561 โดยทัศนศิลป์เป็นประเภทของศิลปะที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนมากที่สุด กล่าวคือทัศนศิลป์ได้รับเงินทุนมากกว่าประเภทอื่นๆ เช่น ดนตรี การเต้น หรือ วรรณกรรม เป็นต้น มูลค่าการลงทุนสนับสนุนจากภาคเอกชนในปีพ.ศ. 2560-2561 มีมูลค่ากว่า 545 ล้านเหรียญปอนด์ คิดเป็นร้อยละ 27 จากรายได้ทั้งหมด โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 คือการให้จาก **ปัจเจกบุคคล** ซึ่งเป็นรูปแบบที่ใหญ่ที่สุดในปีพ.ศ. 2560-2561 โดยให้ผ่านการบริจาค มรดกตกทอด การชำระค่าสมาชิก ของขวัญที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการหักจากเงินเดือนคิดเป็นร้อยละ 47 ประเภทที่ 2 คือการให้จาก **ธุรกิจภาคเอกชน** โดยการสนับสนุนเงินทุนหรืออุปกรณ์เพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่ตกลงกัน เช่น การส่งเสริมชื่อผลิตภัณฑ์ หรือการเป็นสมาชิกกับบริษัท หรือบริจาคโดยไม่หวังผล คิดเป็นร้อยละ 16 ประเภทที่ 3 คือการให้จาก **มูลนิธิ** โดยการให้เงินโดยมูลนิธิให้กับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อสนับสนุนศิลปิน

นอกเหนือจากการสนับสนุนในรูปแบบเงินทุนจากภาคเอกชน ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ของภาคเอกชนที่มีส่วนในการผลักดันอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อาทิ **สมาคมบุคลากรในแวดวงทัศนศิลป์** คือเครือข่ายทัศนศิลป์ ซึ่งเป็นตัวแทนและสนับสนุนระบบนิเวศทัศนศิลป์ที่หลากหลาย ครอบคลุมการฝึกฝนศิลปะและภัณฑารักษ์ และ **สถาบันการศึกษาเกี่ยวกับทัศนศิลป์** ซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้และการศึกษาเกี่ยวกับทัศนศิลป์ ผลักดันและสนับสนุนศิลปิน

4.1.3 แนวทางหรือแผนพัฒนาการสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ภาครัฐสหราชอาณาจักร และกรมวัฒนธรรมฯ ให้ความสำคัญกับทัศนศิลป์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเชื่อว่า ศิลปะสามารถสร้างมูลค่าเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล ส่งเสริมความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีขึ้นของประชาชน ความสามัคคีภายในชุมชน และยกระดับคุณภาพการศึกษา

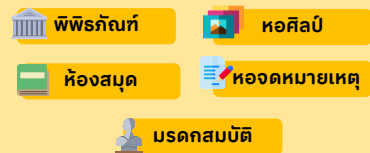
สหราชอาณาจักรได้วางขอบข่ายบทบาทของภาครัฐ คือ การสนับสนุนความเจริญเติบโตทางด้านวัฒนธรรมเชิงความคิดสร้างสรรค์ในประเทศ ทำให้ประชาชนเข้าถึงศิลปะได้ และส่งเสริมไปยังต่างประเทศ โดยไม่กำหนดทิศทางการพัฒนา ให้คงความเป็นเอกลักษณ์และท้องถิ่นเพื่อการแข่งขันระดับโลก จึงได้ออกแบบแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมศิลปะที่ครอบคลุมในหลากหลายด้านคือ พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ห้องสมุด หอจดหมายเหตุ และมรดกสมบัติของสหราชอาณาจักร

The Culture White Paper

สหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับศิลปะเป็นอย่างมาก เนื่องจากเชื่อว่าศิลปะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล ส่งเสริมความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีขึ้นของประชาชน ความสามัคคีภายในชุมชน และยกระดับคุณภาพการศึกษา

บทบาทของรัฐบาลคือการทำให้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักรเติบโตขึ้น ทำให้เข้าถึงได้ และส่งเสริมการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยไม่จำกัดการพัฒนา และให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อการแข่งขันระดับโลก

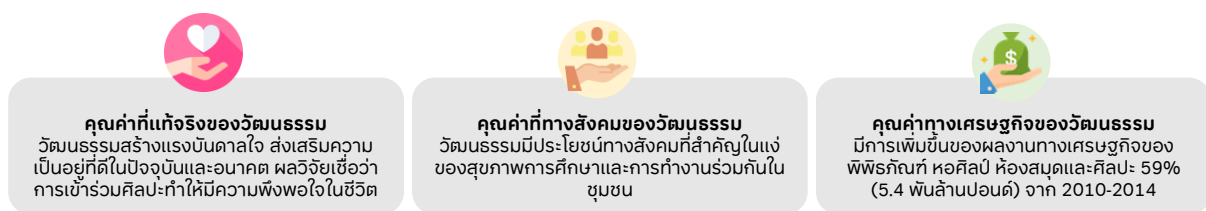
ผลิตภัณฑ์ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์:



ภาพที่ 29 แนวทางและบทบาทของภาครัฐสหราชอาณาจักรในการผลักดันอุตสาหกรรมศิลปะ

ที่มา: Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paper และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

มีการให้คำอธิบายเกี่ยวกับความสำคัญของคุณค่าวัฒนธรรมเป็น 3 คุณค่าหลัก คือ คุณค่าที่แท้จริงของวัฒนธรรม คุณค่าทางสังคมของวัฒนธรรม และคุณค่าทางเศรษฐกิจของวัฒนธรรม



ภาพที่ 30 มุมมองภาครัฐสหราชอาณาจักรต่อคุณค่าของวัฒนธรรม

ที่มา: Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paper และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

คุณค่าที่แท้จริงของวัฒนธรรม วัฒนธรรมสร้างแรงบันดาลใจ ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีในปัจจุบันและอนาคต ผลวิจัยเชื่อว่าการเสพงานศิลปะทำให้มีความพึงพอใจในชีวิต จากการสำรวจพบว่าวัฒนธรรมมีคุณค่าที่แท้จริงสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคล ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรม เช่น การเยี่ยมชม การเข้าร่วม และการมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม

คุณค่าที่ทางสังคมของวัฒนธรรม วัฒนธรรมมีประโยชน์ทางสังคมที่สำคัญในแง่ของสุขภาพการศึกษาและการทำงานร่วมกันในชุมชน มีหลักฐานมากมายเกี่ยวกับประโยชน์ของศิลปะที่มีต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ ซึ่งรวมถึงการพัฒนา เช่น การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจในเชิงบวก ลดจำนวนเวลาที่ใช้ในโรงพยาบาล และการพัฒนาสุขภาพจิต การสำรวจแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมสามารถเพิ่มโอกาสของคนหนุ่มสาวที่กำลังจะไปศึกษาต่อสูงขึ้น จากการศึกษาพบว่าเด็กอายุ 16-18 ปีที่เข้าร่วมในศิลปะและผู้ที่เข้าเยี่ยมชมแหล่งมรดกหรือห้องสมุดมีแนวโน้มที่จะไปศึกษาต่อในปีต่อไป มีข้อมูลที่แสดงความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างวัฒนธรรมและการศึกษา นำมาสู่ข้อเสนอเชิงวิชาการว่าการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม นำไปสู่ความสัมพันธ์ทางสังคมการทำงานร่วมกันของชุมชนและทำให้ชุมชนรู้สึกปลอดภัยและแข็งแกร่งขึ้น การวิจัยยังพบอีกว่าการเชื่อมโยงเชิงบวกระหว่างการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมและการพัฒนาทักษะทางสังคมและการมีส่วนร่วมกับชุมชนในวงกว้าง ช่วยแก้ปัญหาที่เป็นบ่อเกิดอันนำไปสู่อาชญากรรมได้อีกด้วย

คุณค่าทางเศรษฐกิจของวัฒนธรรม มีการเพิ่มขึ้นของผลงานทางเศรษฐกิจของพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ห้องสมุด และศิลปะประมาณร้อยละ 59 (5.4 พันล้านปอนด์) จากปีพ.ศ. 2553-2557 เนื่องจากวัฒนธรรมของสหราชอาณาจักรมีให้เห็นทั่วโลกในเชิงบวกมากขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจมากกว่าผลกระทบโดยตรง เห็นได้ชัดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การวิจัยโดย British Council แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีการกล่าวถึงมากที่สุดในฐานะสิ่งที่ทำให้สหราชอาณาจักรเป็นสถานที่ที่น่าสนใจในการเยี่ยมชม

จากประเด็นข้างต้น ทำให้สหราชอาณาจักรตั้งเป้าหมายเพื่อเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ประกอบด้วย 4 ข้อ คือ

1. เพิ่มการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาส และส่งเสริมเส้นทางอาชีพทางวัฒนธรรมให้ดีขึ้น
2. ส่งเสริมรากฐานทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้ได้รับเงินทุนที่เหมาะสมกับลอนดอน และมีคุณภาพชีวิตที่ดี
3. ขยายอิทธิพลของสหราชอาณาจักร เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุน ละดึงดูดผู้ชม
4. สนับสนุนรูปแบบการลงทุนทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดและช่วยให้สถาบันได้รับสิ่งที่ดีที่สุด
- 5.

✓ เพิ่มการมีส่วนร่วมทางศิลปะวัฒนธรรมและส่งเสริมเส้นทางอาชีพทางศิลปะวัฒนธรรม	✓ ส่งเสริมรากฐานทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเด็กและเยาวชน	✓ ขยายอิทธิพลของสหราชอาณาจักร เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุน ละดึงดูดผู้ชม	✓ สนับสนุนรูปแบบการลงทุนทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด
1. การเข้าถึงโอกาสทางวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียม ให้วัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาทั้งในและนอกโรงเรียน  พัฒนาหลักสูตรทางศิลปะในโรงเรียน สนับสนุนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ แกลเลอรี  จัดตั้งโครงการ Pupil Premium Awards สำหรับการศึกษาศิลปะวัฒนธรรมสำหรับนักเรียนที่ด้อยโอกาส ส่งเสริมการเข้าถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถ  ศึกษาวิจัยอุปสรรคของผู้มีรายได้น้อยจากการประกอบอาชีพด้านศิลปะ  ส่งเสริมการฝึกงานเกี่ยวกับศิลปะ เพื่อช่วยในการพัฒนาทักษะและการเลือกอาชีพ ส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม  ส่งเสริมการเป็นอาสาสมัครด้านวัฒนธรรม การวิจัยเส้นทางอาชีพทางศิลปะของกลุ่มชาติพันธุ์ พหุวัฒนธรรมและชนกลุ่มน้อย เพื่อสนับสนุนการประกอบอาชีพด้านศิลปะ	2. พัฒนาและส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ประชาชน ส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรมในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและมีเติบโตทางเศรษฐกิจ  จัดการแข่งขัน UK City of Culture และ European Capital of Culture เพื่อดึงดูดผู้ชมและใช้ศิลปะวัฒนธรรมของเมืองสู่สายตาชาวโลก  เชื่อมโยงศิลปะวัฒนธรรมในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชน โดยเฉพาะ สุขภาพคนที่ดีและชุมชนที่ดี ส่งเสริมความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ  จัดเลือกผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาศิลปะวัฒนธรรมในระดับชาติให้คำปรึกษาแก่องค์กรท้องถิ่นอื่นๆ  ส่งเสริมความร่วมมือกับองค์กรระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในศิลปะวัฒนธรรม  สนับสนุนและลงทุนในการเปลี่ยนคอลเลกชันผลงานศิลปะสาธารณะให้เป็นรูปแบบดิจิทัล  ร่วมมือกับ Google Cultural Institute และ BBC สร้างแพลตฟอร์มงานจิตรกรรม www.artuk.org	3. ใช้วัฒนธรรมพื้นฐานของสหราชอาณาจักรในระดับสากล ส่งเสริมการส่งออกทางศิลปะวัฒนธรรมเพื่อสร้าง Soft Power และสร้างแบรนด์ประเทศ  Cultural Diary (ปฏิทินวัฒนธรรมประเทศ) มีงานศิลปะ-กิจกรรม-อีเวนต์โดยองค์กรกว่า 9,000 แห่ง  ร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการส่งเสริมการเปิดตลาดศิลปะในต่างประเทศ และส่งเสริมวัฒนธรรม  The GREAT Campaign สนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ สนับสนุนศิลปินส่งออกผลงานสู่ต่างประเทศ และ จัดงานแฟร์ขายผลงานศิลปะกับต่างประเทศ  แลกเปลี่ยนความรู้ ความเชี่ยวชาญและการช่วยเหลือในการพัฒนาทางวัฒนธรรมกับพันธมิตรทั่วโลก	4. ส่งเสริมองค์กรทางศิลปะวัฒนธรรม และพัฒนาการลงทุนจากภาครัฐ ส่งเสริมองค์กรทางศิลปะวัฒนธรรม  สามารถลดหย่อนภาษีสำหรับพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ใหม่ และสามารถเรียกคืนภาษี VAT จากสินค้าและบริการได้  จัดตั้ง Virtual Commercial Academy for Culture เพื่อสนับสนุนการศึกษาด้านการค้าธุรกิจ การค้ากับบุคลากรในศิลปะวัฒนธรรม ส่งเสริมองค์กรศิลปะวัฒนธรรมพัฒนารูปแบบการระดมทุนที่หลากหลาย  ลงทุนในการปรับปรุงพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์  จัดตั้งโครงการ Crowdfunding เพื่อให้การสนับสนุนเงินทุนแก่องค์กรทางศิลปะ  พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริจาคหลักกับองค์กรทางวัฒนธรรม

ภาพที่ 31 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์สหราชอาณาจักร

ที่มา: Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paperและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

เพื่อเป็นการบรรลุเป้าประสงค์ 4 ข้อข้างต้น ภาครัฐสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะกรมวัฒนธรรมฯ จึงได้ออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การเข้าถึงโอกาสทางวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียม รัฐบาลเชื่อว่าโอกาสที่ยิ่งใหญ่นั้นมาจากวัฒนธรรมประจำชาติ และโอกาสที่จะได้รับแรงบันดาลใจจากประสบการณ์ศิลปะ สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนได้ทุกคนไม่ว่าจะภูมิหลังแบบใด

1.1 ให้วัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาของเด็กทั้งในและนอกโรงเรียน เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับวัฒนธรรมควรเริ่มต้นเมื่ออายุน้อย

กำหนดหลักสูตรระดับชาติให้นักเรียนได้เรียนศิลปะ ดนตรี ละคร เต้นรำ การออกแบบและเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยคำนึงถึงการพัฒนาทางวัฒนธรรมของนักเรียน รวมถึงความเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมในงานศิลปะ ดนตรี กีฬา และโอกาสทางวัฒนธรรมอื่นๆ โดยคาดหวังว่าโรงเรียนจะมีหลักสูตรที่กว้างขวางและมีความสมดุลและโอกาสนอกหลักสูตรที่จะเพิ่มความรู้ความเข้าใจและทักษะของนักเรียนในกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์และกีฬา

สนับสนุนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ แกลเลอรี มีมูลนิธิ Clore-Duffield สนับสนุนพื้นที่การเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์แกลเลอรีและอาคารมรดกท้องถิ่นทั่วประเทศ นอกจากนี้ รัฐบาลอังกฤษได้ลงทุนผ่านเครือข่ายโรงเรียนศิลปะและองค์กรมรดก ผ่าน Arts Council England ซึ่งดำเนินโครงการผู้นำผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาวรรณกรรม (SLiCE) ซึ่งทำงานร่วมกับครูเพื่อพัฒนาการศึกษาทางวัฒนธรรมภายในโรงเรียนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนวิธีการส่งมอบการศึกษาทางวัฒนธรรม ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการศึกษาทางวัฒนธรรมระดับชาติ

จัดตั้งโครงการพลเมืองวัฒนธรรม และ Pupil Premium Awards ให้เงินสนับสนุนแก่โรงเรียนต่างๆ เพื่อเน้นประโยชน์ของการศึกษาทางวัฒนธรรมสำหรับนักเรียนที่ด้อยโอกาส และให้โรงเรียนช่วยเหลือนักเรียนที่ด้อยโอกาสได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น ผ่านการปรับปรุงความก้าวหน้าและผลการสอบ

1.2 ส่งเสริมการเข้าถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถ รวมถึงการส่งเสริมสายอาชีพที่ชัดเจน

ทำงานร่วมกับ Arts Council England เพื่อทำความเข้าใจอุปสรรคต่อการเข้าถึงศิลปะในกลุ่มรายได้ต่ำ และกลุ่มที่ไม่ได้เป็นตัวแทนจากการเป็นมืออาชีพด้านศิลปะ ส่งเสริมให้บุคคลที่สร้างแรงบันดาลใจจากทั่วภาคส่วนทางวัฒนธรรมเข้าไปในโรงเรียนและพูดคุยกับนักเรียนเกี่ยวกับประสบการณ์ สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้คนหนุ่มสาวที่จะต้องการเข้าสู่อาชีพในภาควัฒนธรรม

พัฒนากลยุทธ์ที่สนับสนุนองค์กรทางวัฒนธรรมเพื่อใช้ประโยชน์จากการฝึกงานช่วยในการพัฒนาทักษะและการเลือกอาชีพ อาทิ การตอบสนองความต้องการทักษะการแสดงบนเวทีและหลังเวที เช่น Lightning และการผลิต โดยนำเสนอเส้นทางที่เข้มงวดและยืดหยุ่นในภาควัฒนธรรมผ่านการฝึกงานและประกาศนียบัตรวิชาชีพใหม่ และลงทุนในการจัดโครงการ Skills for the Future programme มุ่งเน้นไปที่การดึงดูดผู้เข้าร่วมใหม่ที่หลากหลายให้กับแรงงานด้านศิลปะ

1.3 ส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ร่วมมือกับ Arts Council England ในการศึกษาเกี่ยวกับการสร้าง พัฒนา และปรับปรุงความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์คนพิการในภาควัฒนธรรม ซึ่งจะระบุแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มจำนวนคนพิการที่ทำงานในภาควัฒนธรรมให้มากขึ้น โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมเพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ผ่านการสร้างการเข้าถึงและจัดสรรสถานที่ รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือในการเผยแพร่ผลงาน เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของชนกลุ่มน้อย เช่น คนผิวสี กลุ่มชาติพันธุ์ และกลุ่มคนพิการ ตัวอย่างมาตรการ เช่น การให้บริการของ Stagertext บริการคำบรรยายและการแสดงสดให้กับโรงภาพยนตร์และสถานที่แสดงศิลปะอื่นๆ ที่มีการให้บริการอย่างกว้างขวางมากขึ้น และ VocalEyes องค์กรการกุศลด้านเสียงบรรยายทั่วประเทศ เป็นต้น

ส่งเสริมการเป็นอาสาสมัครและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม โดยเฉพาะกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสนับสนุนการทำงานขององค์กรทางวัฒนธรรม ทำงานร่วมกับ Arts Council England, Historic England และองค์กรทางวัฒนธรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชนเพื่อส่งเสริมโอกาสในการเป็นอาสาสมัครในภาควัฒนธรรม

2. พัฒนาและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่ประชาชน การสร้างสถานที่ทางวัฒนธรรมสามารถกำหนดอนาคตของทั้งเมืองและชนบทได้ เช่น การได้รับเลือกเป็นเมืองวัฒนธรรมแห่งสหราชอาณาจักร สามารถสร้างงานและสร้างรายได้มหาศาลแก่ชุมชน

2.1 ส่งเสริมวัฒนธรรมในการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

โครงการวัฒนธรรมส่งเสริมชุมชน ด้วยเหตุที่ชุมชนแต่ละแห่งล้วนมีความโดดเด่นด้วยการผสมผสานที่ไม่เหมือนใครของภูมิประเทศและสถาปัตยกรรม ประเพณี และเทศกาล ช่างฝีมือและศิลปิน รัฐบาลจึงต้องการให้ผู้นำท้องถิ่นเข้าใจถึงศักยภาพของวัฒนธรรม เนื่องจากโครงการเมืองแห่งวัฒนธรรมเปิดให้ทุกเมืองในทุกประเทศของสหราชอาณาจักร ให้โอกาสการลงทุนทางวัฒนธรรมใหม่ๆ จัดแสดงศิลปะ วัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ ดึงดูดผู้ชมใหม่และการแสดงที่ดีที่สุดของวัฒนธรรมแห่งชาติของสหราชอาณาจักร เช่น จัดการแข่งขันค้นหา UK City of Culture, European Capital of Culture, the Great Exhibition of the North, the Discover England fund

ร่วมมือกับองค์กรต่างๆ พัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมเพื่อสุขภาพคนและชุมชนที่ดี โดยช่วยให้องค์กรวัฒนธรรมมีส่วนร่วมที่ดีขึ้นในการว่าจ้าง สนับสนุนภาครัฐในการพัฒนาความตระหนักมากขึ้นเกี่ยวกับศักยภาพขององค์กรวัฒนธรรมในการส่งมอบผลลัพธ์ ทำงานร่วมกับ Arts Council England กองทุนลอตเตอรี่มรดกและสาธารณสุขอังกฤษเพื่อสร้างผลการวิจัยว่ากิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ได้รับทุนสนับสนุนสาธารณะมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมากต่อสุขภาพ และเพื่อตอบสนองต่อคำแนะนำของกลุ่มรัฐสภาเกี่ยวกับศิลปะและสุขภาพ

2.2 ส่งเสริมความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

ส่งเสริมผู้มีประสบการณ์ระดับชาติเพื่อทำงานกับผู้ที่กำลังพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ สร้างพันธมิตรทางวัฒนธรรมใหม่เนื่องจากเชื่อว่ากลยุทธ์ทางวัฒนธรรมควรยึดโยงกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างหลากหลาย โดยต้องมีแรงผลักดันในระยะยาวและยั่งยืน การเป็นพันธมิตรที่มีประสิทธิภาพจะนำองค์กรวัฒนธรรม ทักษะ ความเป็นผู้นำ และความรู้มารวมกันด้วยพันธมิตรระดับชาติและระดับท้องถิ่น ภาครัฐสหราชอาณาจักรจึงได้ระบุงค์กรท้องถิ่นและองค์กรระดับชาติที่ควรค่าแก่การร่วมมือและพันธมิตร องค์กรระดับท้องถิ่น เช่น เทศบาล ตำรวจ มหาวิทยาลัยสวนสาธารณะและอาสาสมัครชุมชน องค์กรระดับชาติ เช่น National Lottery Distributors, National Arts Museum, National Arts Organizations และ National Heritage Organizations

ร่วมมือกับองค์กรวัฒนธรรมแห่งชาติเพื่อสนับสนุนชุมชนผ่านโครงการ เช่น ทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่ายลอตเตอรี่และองค์กรวัฒนธรรมแห่งชาติเพื่อเปิดตัวโครงการ Great Place โครงการนี้จะเริ่มดำเนินการใน 12 พื้นที่ มี 4 พื้นที่ที่เป็นพื้นที่ชนบท จะมีการสนับสนุนพื้นที่เหล่านี้ให้เกิดมีความร่วมมือในท้องถิ่นที่แข็งแกร่งและความมุ่งมั่นที่จะฝังวัฒนธรรมในแผนและนโยบายของหน่วยงานท้องถิ่น ให้คำแนะนำแก่พื้นที่นำร่องเกี่ยวกับการวางแผนและการพัฒนาเพื่อสนับสนุนข้อเสนอทางวัฒนธรรมที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ รัฐบาลจะสนับสนุนให้ผู้นำทางวัฒนธรรมช่วยให้ท้องถิ่นพัฒนาวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมใหม่ๆ

2.3 สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในศิลปวัฒนธรรม

สนับสนุน ลงทุนและปรับปรุงคอลเลกชันผลงานศิลปะสาธารณะ ในปัจจุบันมีการปรับปรุงให้เกิดการนำเสนอในรูปแบบดิจิทัล เช่น British Museum ได้นำเสนอเทคนิคใหม่ๆ ทำให้เกิดการเข้าถึงสมบัติทางวัฒนธรรมของสาธารณชนทั่วโลกอันเป็นส่วนหนึ่งของความร่วมมือกับ Google Cultural Institute ด้วยการใช้เทคโนโลยี Virtual Reality ทำให้ประชาชนสามารถสัมผัสสมบัติทางประวัติศาสตร์และผลงานศิลปะที่จัดแสดงโดยพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ ประโยชน์ของการแปลงเป็นดิจิทัล ทำให้ผู้คนนับล้านที่ไม่สามารถเยี่ยมชมคอลเลกชันมีโอกาสที่จะได้สัมผัสกับชิ้นงานต่างๆ จากระยะไกลได้

มูลนิธิ The Public Catalogue ได้ร่วมมือกับ British Broadcasting Corporations (BBC) เปิดตัว www.artuk.org บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการรวบรวมภาพวาดสีน้ำมันกว่า 200,000 และคอลเลกชันศิลปะสาธารณะกว่า 3,000 รายการ ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ www.artuk.org ได้สร้างโอกาสให้คนทั่วไปจำนวนมากสามารถเข้าถึงผลงานศิลปะได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว อีกทั้งยังสร้างพื้นที่สำหรับศิลปินในการจัดแสดงคอลเลกชันต่างๆ ได้ด้วย

3. ใช้วัฒนธรรมเพิ่มสถานะระหว่างประเทศ วัฒนธรรมช่วยขยายอิทธิพลของสหราชอาณาจักรอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการค้าและการลงทุน และดึงดูดผู้เข้าชม และชีวิตของเมือง อิทธิพลเหล่านี้ทำให้สหราชอาณาจักรมีสถานะในเครือข่ายทั่วโลกและองค์กรระหว่างประเทศ ในทางกลับกันเครือข่ายเหล่านั้นให้โอกาสในการส่งเสริมความสามารถทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร

3.1 ส่งเสริมการส่งออกทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มชื่อเสียงระดับโลกและ Soft Power

จัดทำ Cultural Diary หรือปฏิทินวัฒนธรรมประเทศ (www.theculturediary.com) ทุกรูปแบบงานศิลปะ อัฟโฟลด์โดยองค์กรกว่า 9,000 แห่ง เป็น Platform หลักสำหรับวัฒนธรรม เป็นปฏิทินสากลสำหรับทุกรูปแบบศิลปะและสถานที่ที่มีการจัดนิทรรศการ มีการสนับสนุนจากรัฐบาล ทำให้องค์กรทางวัฒนธรรมทุกขนาดและจากทุกภาคส่วนทางวัฒนธรรมสามารถขยายการเข้าถึงระหว่างประเทศ ด้วยการเชื่อมโยงสถาบันทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ส่งเสริมองค์กรวัฒนธรรมในการเปิดตลาดระดับโลก ผ่านโครงการ The Great Campaign เครือข่ายสถานทูต UK Trade & Investment และค่าคอมมิชชั่นที่ค่อนข้างสูง ทำให้องค์กรทางวัฒนธรรมของสหราชอาณาจักรตระหนักถึงประโยชน์ของการทำงานในระดับสากลและตอบสนองความต้องการวัฒนธรรมและมรดกของสหราชอาณาจักรในต่างประเทศ

British Council ทำหน้าที่ในการน้อมนำวัฒนธรรมของสหราชอาณาจักรมาใช้เป็นสะพานเชื่อมโยงและส่งเสริมความใกล้ชิดกับประเทศต่างๆ มีสำนักงานอยู่ในประเทศต่างๆ กว่า 100 ประเทศ สนับสนุนวัฒนธรรมของสหราชอาณาจักรในต่างประเทศผ่านการแบ่งปันความรู้ วัฒนธรรมและการศึกษา องค์กรนี้จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการสนับสนุนองค์กรทางด้านศิลปะและพิพิธภัณฑ์ของสหราชอาณาจักรในต่างประเทศ

แคมเปญ GREAT Britain เปิดตัวในเดือนกันยายนปีพ.ศ. 2554 เพื่อใช้โอกาสจากการจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และพาราลิมปิกในปีพ.ศ. 2555 ณ กรุงลอนดอน ในการส่งเสริมการค้า การส่งออกและการลงทุนภายในของสหราชอาณาจักรโดยการนำเสนอให้สหราชอาณาจักรเป็นสถานที่ที่ดียิ่งในการเยี่ยมชมศึกษาและทำธุรกิจ มีแคมเปญสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ 1,100 แห่งในกว่า 190 แห่งทั่วโลก

สร้างเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เพื่อดึงดูดผู้มาเยือน และสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เช่น ในกรุงลอนดอน เอดินเบอร์ระ และแมนเชสเตอร์ สนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ สนับสนุนศิลปินในการเดินทางและผลักดันวัฒนธรรมสู่ต่างประเทศ และเฉลิมฉลองฤดูกาลแห่งวัฒนธรรมกับต่างประเทศ

4. ส่งเสริมองค์กรทางศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาการลงทุนจากภาครัฐ ภาครัฐเชื่อว่าการลงทุนในวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานสำหรับภาควัฒนธรรมที่เฟื่องฟู

4.1 ส่งเสริมองค์กรทางศิลปวัฒนธรรม

รัฐบาลให้เงินทุนสนับสนุนหลักสำหรับองค์กรทางวัฒนธรรมที่สำคัญ สถาบันวัฒนธรรม 18 แห่งได้รับเงินสนับสนุนโดยตรงจากรัฐบาล เช่น พิพิธภัณฑ์ และหอศิลป์องค์กรศิลปะและมรดก รวมถึงห้องสมุดและหอจดหมายเหตุทั่วประเทศ รวมถึงการสนับสนุนทางอ้อม เช่น ทุนการพัฒนางานองค์กรวัฒนธรรมและการศึกษาวิจัย รวมทั้ง มีการพิจารณาให้พิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ลดหย่อนภาษีได้ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ในการพัฒนานิทรรศการใหม่และแสดงคอลเลกชันทั่วประเทศ นอกจากนี้ มีการริเริ่มรูปแบบการคืนเงินภาษี VAT เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ในสหราชอาณาจักรโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย โครงการนี้อนุญาตให้พิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ในระดับชาติและมหาวิทยาลัยสามารถเรียกคืนภาษี VAT ที่เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการส่วนใหญ่ที่ซื้อเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าชมคอลเลกชันได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

4.2 ส่งเสริมองค์รวฒนธรรมพัฒนารูปแบบการระดมทุนที่หลากหลาย

ความร่วมมือกับมูลนิธิวิสุทษ์สันเพื่อส่งมอบกองทุนเพื่อการปรับปรุงพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ โดยการระดมทุนสาธารณะตรงกับการทำบุญส่วนตัว นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกองทุนได้ลงทุนไปกว่า 58 ล้านบาทในภาคพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ ทำให้พิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ที่หลากหลายสามารถปรับปรุงการจัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นสำหรับการสนับสนุนเพิ่มเติมโดยอนุญาตให้พิพิธภัณฑ์และแกลเลอรีสร้างแนวทางที่ประสบความสำเร็จให้กับผู้ให้ทุนรายอื่น

จัดตั้งโครงการนำร่องการระดมทุน (Crowdfunding) เพื่อให้การสนับสนุนเงินทุนสำหรับองค์กรทางวัฒนธรรม Crowdfunding เป็นการระดมทุนจากคนจำนวนมากเพื่อให้การสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นส่วนหนึ่งของแนวการระดมทุนหลักสำหรับโครงการทุกขนาด การระดมทุนในรูปแบบ Crowdfunding เติบโตเร็วที่สุดในทุกรูปแบบทางการเงินในปีพ.ศ. 2558 โดยมีอัตราการเติบโต 507% ต่อปีและกระจายรายได้ได้มากกว่า 12 ล้านบาท ภาครัฐจึงจะเปิดตัวโครงการนำร่องใหม่ร่วมกับ National Endowment สำหรับวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและศิลปะ เพื่อสำรวจโอกาสในการจับคู่ crowdfunding เป็นวิธีการใหม่ในการระดมทุนโครงการทางวัฒนธรรมและเพื่อรองรับการเติบโตของวิธีการระดมทุนนี้

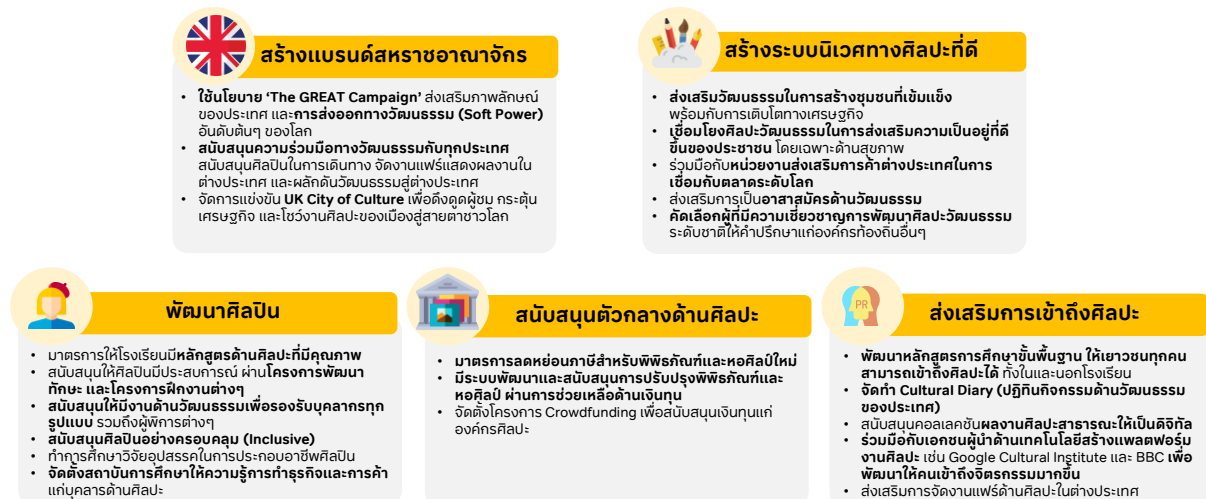
จัดตั้ง Virtual Commercial Academy for Culture ใหม่เพื่อสนับสนุนการขยายความเชี่ยวชาญด้านการค้าทั่วภาควัฒนธรรมผ่านการรวมกันของผู้เชี่ยวชาญภาครัฐและการค้า การใช้ฟอรัมเครือข่ายที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างศูนย์กลางที่แข็งแกร่งในเชิงพาณิชย์ในภาควัฒนธรรม

กระตุ้นความสนใจจากกลุ่มผู้บริจาคหลักในการพัฒนาความสัมพันธ์กับองค์กรทางวัฒนธรรม เนื่องจากการลงทุนทางสังคมสามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางการเงินของภาคธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงองค์กรกับนักลงทุนที่สนใจในการสนับสนุนการพัฒนาทางวัฒนธรรมที่มีผลลัพธ์ทางสังคมที่สามารถพิสูจน์ได้ เช่น ในด้านสุขภาพหรือการศึกษา

4.1.4 สรุปประเด็นสำคัญจากกรณีศึกษาสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรเห็นถึงความสำคัญของทัศนศิลป์ เพราะเชื่อว่าศิลปะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีขึ้นของประชาชน ความสามัคคีภายในชุมชนและยกระดับคุณภาพการศึกษา ทำให้รัฐบาลได้ดำริและปรับปรุงนโยบายด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ของวัฒนธรรมและศิลปะผ่านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมือง เพื่อสนับสนุนให้เกิดอิสระในการผลิตงานศิลปะของผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและศิลปะ อีกทั้งยังทำหน้าที่ผลักดันอุตสาหกรรมตั้งแต่ขั้นแรกฐาน ทั้งการพยายามปรับปรุงระบบนิเวศของทัศนศิลป์ ช่วยกระตุ้น พัฒนาและสนับสนุนการทำงานของศิลปิน ไปจนถึงส่งเสริมการเข้าถึงศิลปะของภาคประชาชน

นอกจากนี้ สหราชอาณาจักรยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศิลปินให้มีความรู้ความสามารถ ผ่านการสนับสนุนหลักสูตรด้านศิลปะ และสนับสนุนทั้งด้านศิลปะและการบริหารจัดการ ทั้งนี้รัฐยังให้ความสำคัญในการเข้าถึงผู้ชม โดยการร่วมมือกับองค์กรเอกชน ให้สามารถนำเสนองานจิตรกรรมแบบดิจิทัล และสนับสนุนการเข้าถึงศิลปะของทุกกลุ่ม เช่น ผู้พิการ ชาติพันธุ์ เป็นต้น และพัฒนาผู้ชมให้มีความรู้ความเข้าใจ และให้เกิดกระบวนการสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของศิลปะตั้งแต่เยาว์ชน รวมไปถึงสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้าใจและผลักดันศิลปวัฒนธรรม เพื่อสร้างรายได้ จากทั้งหมดที่กล่าวมา มีรายละเอียดสำคัญ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 32 ปัจจัยความสำเร็จของการสนับสนุนเชิงนโยบายและการดำเนินการของภาครัฐ

ที่มา: Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paper และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- สร้างแบรนด์สหราชอาณาจักร** เนื่องจากภาครัฐเชื่อว่าวัฒนธรรมสามารถช่วยขยายอิทธิพลของสหราชอาณาจักรอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการค้าและการลงทุน ทั้งยังช่วยดึงดูดผู้เข้าชม และชีวิตของเมือง อิทธิพลเหล่านี้ทำให้สหราชอาณาจักรมีสถานะในเครือข่ายทั่วโลกและองค์ระหว่างประเทศ ในทางกลับกัน เครือข่ายเหล่านี้ให้ออกาสในการส่งเสริมความสามารถทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร จึงส่งเสริมการส่งออกทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มชื่อเสียงระดับโลกและ Soft Power ริเริ่มโครงการ The GREAT Campaign ใช้วัฒนธรรมส่งเสริมแบรนด์สหราชอาณาจักรไปทั่วโลก และสนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ สนับสนุนศิลปินในการเดินทางและผลักดันวัฒนธรรมสู่ต่างประเทศ

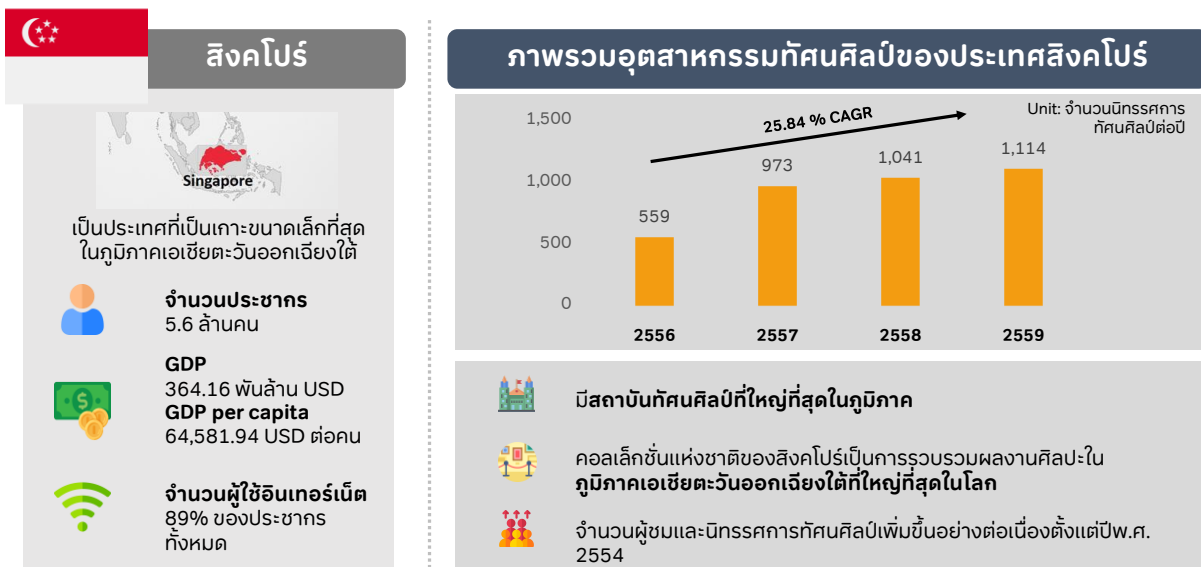
- 2) **ส่งเสริมระบบนิเวศทางศิลปะที่ดี** หรือสภาพแวดล้อมสำหรับศิลปะที่ดี ระบบนิเวศทางศิลปะคือ สภาพแวดล้อมทางศิลปะในสหราชอาณาจักร ที่เอื้อต่อการสนับสนุนและกระตุ้นการรับชม ชื่นชมศิลปะของผู้ชม และการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปิน โดยภาครัฐกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มผู้บริจาดหลักในการพัฒนาความสัมพันธ์กับองค์กรทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นการส่งเสริมศิลปิน รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมในการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างความตระหนักของศิลปะในชุมชน โดยส่งเสริมโครงการส่งออกผลงานศิลปะไปเปิดตลาดระดับโลกด้วย UK Trade & Investment ส่งเสริมผู้ที่มีประสบการณ์ ส่งเสริมผู้ที่กำลังพัฒนาวัฒนธรรม เพื่อให้วัฒนธรรมสามารถต่อยอดและพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการเป็นอาสาสมัครด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้างการเข้าร่วมและเข้าถึงศิลปะในภาคประชาชน
- 3) **พัฒนาศิลปิน** ภาครัฐให้ความสำคัญกับศิลปิน โดยให้โรงเรียนรัฐมีหลักสูตรที่ส่งเสริมศิลปะ ส่งเสริมการเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ ส่งเสริมให้นักเรียนเข้าพิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ ส่งเสริมการฝึกงานช่วยในการพัฒนาทักษะและการเลือกอาชีพ และทำให้เส้นทางสู่ภาควัฒนธรรมง่ายขึ้นสำหรับผู้ด้อยโอกาส รวมถึงการจัดตั้ง Virtual Commercial Academy for Culture ใหม่เพื่อสนับสนุนการขยายความเชี่ยวชาญด้านการค้าธุรกิจทั่วภาควัฒนธรรม
- 4) **สนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ** ภาครัฐให้ความสำคัญกับองค์กรแสดงผลงานอย่างมาก อาทิ พิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ โดยการลดหย่อนภาษีใหม่สำหรับพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ และเรียกคืนภาษี VAT จากสินค้าและบริการได้เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าชมพิพิธภัณฑ์ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ด้านการเงินคือลงทุนในกองทุนปรับปรุงพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ จัดตั้งโครงการนำร่องการระดมทุน (Crowdfunding)
- 5) **ส่งเสริมการเข้าถึงศิลปะ** ภาครัฐร่วมสนับสนุนอย่างเป็นระบบ โดยการจัดทำ Cultural Diary (ปฏิทินวัฒนธรรมประเทศ) ที่รวบรวมงานแสดงศิลปะในทุกรูปแบบบนเว็บไซต์ ทำให้ศิลปิน ผู้จัดงานและผู้ชมสามารถทราบข่าวสารและเข้าร่วมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งนี้ยังร่วมมือกับ Google Cultural Institute และ BBC บุกเบิกเทคนิคใหม่ทำให้จิตรกรรมเข้าถึงคนทั่วโลกโดยใช้เทคโนโลยี การลงทุนและปรับปรุงคอลเลกชันผลงานศิลปะสาธารณะมีรูปแบบดิจิทัล สนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ และสนับสนุนศิลปินในการเดินทาง จัดงานแฟร์ และผลักดันวัฒนธรรมสู่ต่างประเทศ

4.2 กรณีศึกษาประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม รัฐบาลจึงเห็นความสำคัญของศิลปะอย่างยิ่งในฐานะเครื่องมือที่สร้างเอกลักษณ์ และความสามัคคีให้แก่ประเทศ ภาครัฐจึงได้กำหนดแผน แนวทางและเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านงานศิลปะที่ชัดเจน

4.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศสิงคโปร์

ลำดับแรกเพื่อเป็นการทำความรู้จักอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสิงคโปร์ จึงขอนำเสนอข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศสิงคโปร์ในเบื้องต้น เช่น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม การขยายตัวของจำนวนนิทรรศการ จำนวนผู้ชม จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมและตำแหน่งในเวทีโลก เป็นต้น



ภาพที่ 33 ข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศสิงคโปร์

ที่มา: World Bank 2018, SG Arts Plan 2018 – 2022

ด้านการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสิงคโปร์มีการขยายตัวอย่างมากในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา โดยเห็นได้ชัดจากจำนวนนิทรรศการที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี โดยเพิ่มขึ้นจาก 559 รอบ ในปีพ.ศ. 2556 เป็น 973 รอบ ในปีพ.ศ. 2557 และขึ้นสูงสุดที่ 1,114 รอบ ในปีพ.ศ. 2559 ซึ่งมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 25.84 ในปีพ.ศ. 2559 มีวันแสดงนิทรรศการ (จำนวนวันทั้งหมดที่มีการแสดงนิทรรศการ) ถึง 28,740 วัน ขณะเดียวกันจำนวนผู้ชมมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีพ.ศ. 2554 และยังมีจำนวนการจ้างงานสูงสุดในบรรดาสายอาชีพด้านศิลปะ อยู่ที่ประมาณ 7,500 ตำแหน่งงาน

ด้านการศึกษา จากจำนวนนักเรียนที่เลือกเข้าศึกษาในสถาบันศิลปะทั้งหมด ทัศนศิลป์เป็นสาขาวิชาที่นักเรียนเลือกมากที่สุด คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 จากทั้งหมด โดยลำดับถัดมาคือการแสดงละครเวที คิดเป็นประมาณร้อยละ 20 และการเต้น คิดเป็นประมาณร้อยละ 20 เช่นกัน

ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สิงคโปร์มีสถาบันทัศนศิลป์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค สิงคโปร์มีสถาบันศิลปะที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค คอลเลกชันแห่งชาติสิงคโปร์ได้รับการอนุรักษ์และเก็บรักษาไว้ที่ Heritage Conservation Centre ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับโลกที่มีมาตรฐาน เป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์และเก็บรักษางานศิลปะ

ด้านตำแหน่งโลก สิงคโปร์มีงานศิลปะมากกว่า 8,000 ชิ้น ทำให้คอลเลกชันแห่งชาติของสิงคโปร์เป็นการรวบรวมผลงานศิลปะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

4.2.2 หน่วยงานที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

อุตสาหกรรมทัศนศิลป์สิงคโปร์เติบโตและพัฒนามากขึ้น เนื่องจากการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนที่เพิ่มขึ้นและร่วมมือกัน



ภาพที่ 34 หน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
ที่มา: SG Arts Plan 2018 – 2022 และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสิงคโปร์ได้รับการผลักดันจากภาครัฐอย่างเต็มที่และเป็นระบบ โดยกระทรวงที่มีหน้าที่หลักในอุตสาหกรรมศิลปะ คือกระทรวงวัฒนธรรม ชุมชน และเยาวชน (Ministry of Culture, Community and Youth) โดยเป้าหมายหลัก คือสร้างแรงบันดาลใจให้ชาวสิงคโปร์ด้วยศิลปะและการกีฬา โดยมีส่วนร่วมร่วมกับเยาวชนเสริมสร้างความผูกพันกับชุมชน และส่งเสริมการแบ่งปัน

ทั้งนี้ กระทรวงวัฒนธรรมฯ ได้ก่อตั้งสภาศิลปะแห่งชาติ (National Arts Council) เป็นผู้ดูแลอุตสาหกรรมศิลปะโดยตรง เป้าหมายหลัก คืออนุรักษ์วัฒนธรรมของสิงคโปร์ ฝึกฝนศิลปิน และส่งเสริมบริษัทต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงการพัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ตั้งแต่การพัฒนาศิลปิน พัฒนาผู้ชม พัฒนาเครื่องมือโดยใช้เทคโนโลยี และพัฒนาผลงานหรือการแสดงต่างๆ ที่หลากหลาย ผ่านการออกแผนพัฒนา หรือนโยบาย SG Arts Plan 2018 - 2022

นอกจากสภาศิลปะแห่งชาติ ยังมีองค์กรด้านทัศนศิลป์อื่นๆ ของภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อาทิ Singapore Art Museum ที่มุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติงานศิลปะร่วมสมัยระดับนานาชาติซึ่งเชี่ยวชาญในสิงคโปร์และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ National Gallery Singapore หรือหอศิลป์แห่งชาติสิงคโปร์เป็นสถาบันทัศนศิลป์ชั้นนำที่ดูแลคอลเลกชันสาธารณะที่ใหญ่ที่สุดของสิงคโปร์และศิลปะสมัยใหม่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐยังร่วมมือกับภาคเอกชนอย่างเข้มแข็งเพื่อช่วยสนับสนุนอย่างรอบด้าน อาทิ องค์กรด้านทัศนศิลป์ของภาคเอกชนหรือส่วนตัว ซึ่งสามารถพิจารณาว่าเป็นผู้ว่าจ้าง จัดแสดงและสนับสนุนผลงานของศิลปินทัศนศิลป์ เช่น พิพิธภัณฑ์ภาคเอกชน แกลเลอรีส่วนตัว เป็นต้น

องค์กรหรือสถาบันการศึกษาทัศนศิลป์ ช่วยส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาความสามารถบุคลากรด้านทัศนศิลป์ เช่น The School of the Arts (SOTA) มีหลักสูตรศิลปะและการศึกษาแบบบูรณาการ เช่น หลักสูตร International Baccalaureate (IB) Diploma หรือหลักสูตรสำหรับอาชีพ

สมาคมศิลปินในแวดวงทัศนศิลป์ เป็นการรวมกลุ่มของศิลปินเพื่อพัฒนาความสามารถและเป็นกระบอกเสียงของอาชีพ เช่น People's Association มีโครงการ The Community Art Gallery เป็นโปรแกรม PAssionArts โดย PA Community Arts & Culture Clubs โดยเชิญผู้อยู่อาศัยและศิลปินในชุมชนให้แสดงและแบ่งปันแสดงผลงานศิลปะในสถานที่ชุมชนเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้ชื่นชมศิลปะมากขึ้น

มูลนิธิเกี่ยวกับทัศนศิลป์ ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่ศิลปิน และเปิดโอกาสแก่ผู้ชมที่ด้อยโอกาส เช่น The Singapore Press Holdings Foundation Limited มีการสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน Arts Fund คือ การให้โอกาสผู้ด้อยโอกาสได้ชื่นชมศิลปะ และช่วยเหลือกลุ่มศิลปินท้องถิ่นในการผลิตงานที่มีคุณภาพและเข้าถึงผู้ชมมากขึ้น รวมถึงบริษัทด้านศิลปะ ซึ่งเป็นผู้จัดการประชุมสัมมนาเกี่ยวกับทัศนศิลป์ และจัดนิทรรศการส่งเสริมภาพลักษณ์สิงคโปร์

4.2.3 แนวทางหรือแผนพัฒนาการสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของภาครัฐ

National Arts Council สิงคโปร์มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนต่ออุตสาหกรรมศิลปะ คือต้องการให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความหลากหลาย และโดดเด่นในด้านศิลปะสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คน เชื่อมโยงอุตสาหกรรมและชุมชนต่างๆ และมีตำแหน่งในระดับโลก จึงได้ออกแผนพัฒนาอุตสาหกรรมศิลปะ SG Arts Plan 2018 – 2022 ซึ่งครอบคลุม 3 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ ศิลปะการแสดง วรรณกรรม และทัศนศิลป์



ภาพที่ 35 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ SG Arts Plan 2018-2022

ที่มา: SG Arts Plan 2018 – 2022 และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

ทั้งนี้ National Arts Council (NAC) ได้อธิบายสถานะปัจจุบันของศิลปะในสิงคโปร์และหลักการเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์เพื่อบรรลุอนาคตของศิลปะ คือ

- บรรลุความเป็นเลิศทางศิลปะ คือการที่ศิลปินได้รับรางวัลและสถานที่การแสดงได้รับการยอมรับระดับชั้นนำ ซึ่ง NAC ควรสนับสนุนศิลปินและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุความเป็นเลิศทางศิลปะเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ ต่อไป
- มีการสนับสนุนจากรัฐที่เข้มแข็ง ทำให้ภูมิทัศน์ทางศิลปะของสิงคโปร์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในห้าทศวรรษที่ผ่านมา ผ่านการร่วมมือกับสถาบันทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง เช่น Esplanade – Theatres on the Bay ได้ปรับปรุงชีวิตของผู้คนและควมมีชีวิตของสิงคโปร์ผ่านศิลปะ
- การสนับสนุนที่หลากหลายเพื่อศิลปะ เนื่องจากแหล่งรายได้ที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มทางเลือกในการระดมทุนสำหรับศิลปินและกลุ่มศิลปะ ซึ่งสำคัญที่ควรร่วมกับภาคเอกชนและภาคประชาชนและสำหรับสถาบันทางวัฒนธรรม และบริษัทด้านศิลปะในการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดยิ่งขึ้น
- การสนับสนุนความเหมือนในสังคมที่หลากหลาย เมื่อสังคมมีความหลากหลายมากขึ้น ศิลปะสามารถช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้นและสร้างสามัคคีระหว่างชุมชน
- การเสริมสร้างเอกลักษณ์ประจำชาติ ศิลปะสามารถสร้างประสบการณ์ศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับผู้ชมในท้องถิ่นและทั่วโลกที่แสดงว่าเราเป็นประเทศใด

- การใช้เทคโนโลยี เทคโนโลยีจะช่วยให้ศิลปินและกลุ่มศิลปะสามารถรองรับได้การเปลี่ยนแปลงในความต้องการและความชอบของผู้ชม และการปรับปรุงงานศิลปะได้
- การพัฒนาความสามารถด้านต่างๆ ความเชี่ยวชาญไม่เพียงแต่ในการสร้างงานศิลปะ แต่ยังรวมถึงในด้านต่างๆ เช่น การจัดการศิลปะ โรงละครทางเทคนิค การวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลศิลปะชุมชน การพัฒนาผู้ชม การอำนวยความสะดวกในการสนทนา และการศึกษาศิลปะ นอกจากนี้ยังมีความจำเป็นที่จะต้องให้การสนับสนุนคนงานศิลปะอิสระมากขึ้นเพื่อให้ศิลปินอิสระทำงานได้ดีที่สุดและปกป้องผลประโยชน์ในเรื่องที่เกี่ยวกับสัญญาและการวางแผนทางการเงิน
- การมีโอกาสนและการเข้าถึงศิลปะ ชาวสิงคโปร์ทุกคนไม่สามารถเข้าถึงงานศิลปะได้อย่างเท่าเทียมกันเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น ที่ตั้ง ราคา หรืออุปสรรคด้านภาษา NAC จะทำงานร่วมกับสถาบันวัฒนธรรมและชุมชนศิลปะเพื่อเพิ่มการเข้าถึงสำหรับชาวสิงคโปร์มากขึ้นเพื่อประสบการณ์และมีส่วนร่วมในศิลปะ
- การเพิ่มจำนวนผู้ชม อุตสาหกรรมศิลปะมีการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมและชื่นชมศิลปะมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ไม่เพียงแต่การเพิ่มอุปทานของศิลปะเพิ่มมากขึ้น แต่ต้องเพิ่มอุปสงค์หรือความต้องการของการรับชมศิลปะของผู้ชมที่รับชมอยู่แล้ว และการเพิ่มผู้ชมใหม่ๆ ด้วยเช่นกัน
- การเพิ่มจำนวน Art Space จำเป็นต้องทำกับหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจมากขึ้นเพื่อรักษาพื้นที่ทั้งทางกายภาพและดิจิทัลเพื่อขยายขอบเขตของศิลปะ นอกจากนี้ต้องให้ความสำคัญกับคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถทางศิลปะเพื่อรับประโยชน์จากพื้นที่ศิลปะที่มีอยู่

รัฐบาลสิงคโปร์ได้เริ่มประเมินสถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์โดยเลือกใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์เพื่อนำไปออกแบบแผนพัฒนาต่อไป

SWOT Analysis คือ หลักการวิเคราะห์สภาพองค์กร อุตสาหกรรม ณ ปัจจุบัน เพื่อเข้าใจจุดแข็ง จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค ที่เกิดขึ้นทั้งภายในอุตสาหกรรม และภายนอกอุตสาหกรรมหรือสภาพแวดล้อม เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาวิธีพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน SWOT สามารถแบ่งออกเป็น 4 ข้อ คือ 1) Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ 2) Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ 3) Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ 4) Threats คือ ความเสี่ยง ภัยคุกคาม ข้อจำกัด หรืออุปสรรคต่างๆ ที่มีต่อการดำเนินการของอุตสาหกรรม



ภาพที่ 36 SWOT Analysis อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ประเทศสิงคโปร์

ที่มา: SG Arts Plan 2018 – 2022 และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จุดแข็ง (Strengths) อุตสาหกรรมทัศนศิลป์สิงคโปร์ คือ

- สิงคโปร์มีสถาบันศิลปะที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค
- สิงคโปร์มีงานศิลปะมากกว่า 8,000 ชิ้น ทำให้คอลเลกชันแห่งชาติของสิงคโปร์เป็นการรวบรวมผลงานศิลปะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก
- คอลเลกชันแห่งชาติสิงคโปร์ได้รับการอนุรักษ์และเก็บรักษาไว้ที่ Heritage Conservation Centre ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับโลกที่มีมาตรฐาน เป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์และเก็บรักษางานศิลปะ
- วิทยาลัยศิลปะ เช่น The Nanyang Technological University คณะ Arts Design and Media ได้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นใหม่ให้ตรงกับเป้าประสงค์ในการให้การศึกษา ฝึกฝนและพัฒนาศิลปินและอย่างต่อเนื่องทุกปี
- การเติบโตของจำนวนผู้ชมสำหรับทัศนศิลป์ได้เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ. 2554 เนื่องมาจากมีโครงการกิจกรรมทัศนศิลป์มีมากมายตลอดทั้งปี
- การให้เงินอุดหนุน ส่งเสริมการปฏิบัติงานศิลปะและโครงการกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานศิลปะสามารถสร้างและนำเสนอผลงานศิลปะใหม่ๆ ซึ่งช่วยพัฒนาความสามารถระดับมืออาชีพของผู้ปฏิบัติงานและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชม
- การสนับสนุนที่อยู่อาศัยด้านศิลปะ (Arts housing support) มีให้สำหรับศิลปินและองค์กรด้านศิลปะได้รับประโยชน์จากพื้นที่สตูดิโอราคาไม่แพง แม้จะมีต้นทุนด้านอสังหาริมทรัพย์สูง

จุดด้อย (Weaknesses) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์สิงคโปร์ คือ

- โดยทั่วไปเมืองศิลปะส่วนใหญ่ทั่วโลกศิลปะขับเคลื่อนด้วยหลายองค์กรและการรวมกลุ่มซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ไม่แสวงหาผลกำไร กลุ่มศิลปิน หอจดหมายเหตุศิลปะ และองค์กรวิจัย อย่างไรก็ตามในสิงคโปร์มีโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนค่อนข้างน้อย เนื่องจากขาดพื้นที่ที่เหมาะสมและค่าใช้จ่ายสูง
- แม้จะมีผู้ชมเพิ่มขึ้น แต่ทัศนศิลป์ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่แต่งงาน เด็กและผู้สูงอายุ
- ขาดการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้ชมศิลปะในปัจจุบันและผู้ที่ไม่ชมศิลปะ
- ศิลปิน หอศิลป์ และงานแสดงศิลปะอยู่รอดได้ยากขึ้นเพราะตลาดสำหรับผู้ซื้องานศิลปะสิงคโปร์นั้นค่อนข้างเล็ก ตลาดศิลปะยังคงอยู่ในสถานะเริ่มต้น ซึ่งการค้าแสดงให้เห็นเพียงร้อยละ 1 ของการส่งออกและนำเข้าศิลปะระดับโลก
- การสนับสนุนและระดมทุนในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ไม่ได้เป็นบรรทัดฐานที่ยอมรับในสิงคโปร์ โดยการระดมทุนเพียงเกิดขึ้นใหม่ในบริษัทสิงคโปร์และศิลปิน
- พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานศิลปะที่จะมุ่งเน้นไปที่การทำศิลปะและโครงการศิลปะเนื่องจากพื้นที่ที่มีราคาไม่แพงนั้นหายากจึงเป็นข้อจำกัด สำหรับภาคส่วนทัศนศิลป์ นอกจากนี้ พื้นที่ศิลปะที่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลมีจำกัด ทำให้การขาดแคลนพื้นที่สำหรับศิลปินจำนวนมากขึ้น
- พื้นที่การแสดงผลงานศิลปะมีอยู่อย่างจำกัดในกลุ่มศิลปะ เช่น ข้อจำกัดในสังคมศิลปะจากการนำเสนอ นิทรรศการขนาดใหญ่
- แพลตฟอร์มการพัฒนามีเพียงไม่กี่แห่งที่ให้การสนับสนุนผู้ปฏิบัติงานศิลปะ เช่น ภัณฑารักษ์ นักเขียน ศิลปะ หอศิลป์ และผู้เชี่ยวชาญด้านนิทรรศการ

โอกาส (Opportunities) อุตสาหกรรมทัศนศิลป์สิงคโปร์ คือ

- การทำงานกับสถาบันทัศนศิลป์ที่สำคัญอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นสามารถช่วยสร้างและเข้าถึงผู้ชมใหม่ๆ เพิ่มขีดความสามารถของศิลปิน และทำให้สิงคโปร์เป็นผู้นำทางความคิดระดับภูมิภาค
- สมาคมหอศิลป์ (Art gallery associations) สามารถเพิ่มขีดความสามารถของหอศิลป์ต่างๆ ในสิงคโปร์โดยการพัฒนากลยุทธ์สำหรับธุรกิจศิลปะ ปลูกฝังนักสะสม จัดระเบียบกิจกรรม และอำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด
- การเข้าถึงและขยายผู้ชมใหม่ๆ สำหรับงานทัศนศิลป์ เข้าถึงได้มากขึ้นผ่านทางโครงการการศึกษาและครอบครัว การเปิดรับศิลปะและศิลปินของสิงคโปร์มากขึ้นในหลายรูปแบบ สามารถนำมาใช้ในหลายระดับภายในห้องเรียนและผ่านการอำนวยความสะดวกในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของโรงเรียน เพื่อเป็นการรักษาความสนใจในศิลปะในหมู่เด็กๆ
- ทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างกันและกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่ผู้ชมศิลปะได้ดีขึ้น

- ทำให้พื้นที่สาธารณะมากขึ้น และหน่วยงานการวางแผนที่ดินสามารถสนับสนุนให้พิจารณาศิลปะสาธารณะเป็นส่วนหนึ่งของแผนการพัฒนาที่ดิน เพื่อสร้างพื้นที่เพิ่มเติมสำหรับการสร้างงานศิลปะและนำเสนองานสำรวจคุณสมบัติสาธารณะที่ไม่ได้ใช้สำหรับการใช้งานศิลปะชั่วคราว เช่น การสร้าง การผลิตและการนำเสนอ
- กิจกรรมไลฟ์สไตล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่รวมศิลปะในสามารถทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มทางเลือกการนำเสนอผลงานสำหรับศิลปิน
- การเปลี่ยนแปลงระดับโลกสู่ยุคดิจิทัล ทำให้สิงคโปร์มีสภาพแวดล้อมที่สามารถรองรับการเติบโตของเทคโนโลยี สื่อใหม่และโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และสามารถใช้ในการเพิ่มการมีส่วนร่วมทางดิจิทัลสร้างผู้ชมใหม่ๆ และเกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลายและรูปแบบใหม่
- มีการสร้างแกลเลอรีต่างประเทศที่มีชื่อเสียงมากขึ้นและมีการสร้างเขตศิลปะในสิงคโปร์ เช่น Gillman Barracks สิงคโปร์จึงอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมในการพัฒนาชื่อเสียงในฐานะศูนย์ศิลปะหลักในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอื่น ๆ
- การพัฒนาความสามารถของภัณฑารักษ์และนักเขียน เพื่อเป็นสื่อกลางและตรวจสอบคุณภาพและคุณค่าของศิลปินและผลงานศิลปะ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประวัติศาสตร์แห่งชาติเกี่ยวกับศิลปะสิงคโปร์ที่สอดคล้องกับผู้ชม
- การยกสถานะของสิงคโปร์ในด้านศิลปะและเสริมสร้างชื่อเสียงระดับโลก โดยแสดงผลงานของศิลปินในแพลตฟอร์มระหว่างประเทศที่สำคัญ นำนิทรรศการสิงคโปร์ไปยังพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์นานาชาติ และนำเสนอศิลปินและแกลเลอรีในงานแสดงศิลปะที่มีชื่อเสียง
- ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของศิลปะ โดยเฉพาะธุรกิจเชิงพาณิชย์และศิลปะ เนื่องจากเป็นภาคเอกชนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ภาคศิลปะพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถของคนกลางเพื่อให้สิงคโปร์สามารถพัฒนาตลาดศิลปะการแข่งขัน
- หอศิลป์มีบทบาทสำคัญในการค้นหาศิลปินที่กำลังจะมาถึง

ข้อจำกัดหรืออุปสรรค (Threats) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ คือ

- แม้ว่าจำนวนผู้ชมทัศนศิลป์เพิ่มขึ้น แต่การให้ผู้คนเข้าร่วมกิจกรรมทัศนศิลป์ยังคงเป็นความท้าทาย มีกิจกรรมศิลปะอื่นๆ ในการแข่งขันมากมายในปฏิทินทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ภาคส่วนทัศนศิลป์ยากที่จะดึงดูดสำหรับผู้ชมใหม่ๆ
- แม้ว่ากิจกรรมทัศนศิลป์จะช่วยลดอุปสรรคในการเข้า (โดยทั่วไปไม่ใช้บัตรเข้าชม) งานจัดแสดงที่ไม่มีค่าใช้จ่ายนี้ แทบได้ต้นทุนคือน้อยมากหรือไม่มีเลยสำหรับผู้จัดงาน ในระยะยาวระบบนี้อาจทำให้เกิดความไม่เต็มใจที่จะจ่ายสำหรับกิจกรรมทัศนศิลป์และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนโดยรวมของระบบนิเวศ
- เกิดเมืองศิลปะใหม่ เช่น ฮองกง กรุงจาการ์ตา และกรุงเทพฯ กำลังวางโครงสร้างพื้นฐาน สถาบันและแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียงใหม่ เพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นจุดหมายปลายทางทางศิลปะ รวมถึงเทศกาลศิลปะร่วมสมัยในระดับภูมิภาค เกิดขึ้นในกรุงกัวลาลัมเปอร์และกรุงเทพฯ พัฒนาการใหม่ๆ เหล่านี้จะทำให้สิงคโปร์มีคู่แข่งในการเป็นเมืองแห่งทัศนศิลป์ในภูมิภาค
- ในแง่ของการค้าศิลปะ สิงคโปร์ยังคงล้าหลังตลาดศิลปะในภูมิภาคที่เติบโตเต็มที่ เช่น ปักกิ่ง และฮองกง ซึ่งยังคงเป็นแพลตฟอร์มที่โดดเด่นในเอเชีย

หลังจากการประเมินและวิเคราะห์สถานการณ์ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ National Arts Council ออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ใน SG Arts Plan 2018 – 2022 โดยกำหนดเป้าหมายหลัก ดังนี้

1. สิงคโปร์จะได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองแห่งทัศนศิลป์ศิลปะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั่วโลก เช่น นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเพลิดเพลินไปกับการเยี่ยมชมสถาบันศิลปะและหอศิลป์ของสิงคโปร์ และตื่นตากับโครงการกิจกรรมประจำปีของทัศนศิลป์สิงคโปร์
2. ระบบนิเวศของสิงคโปร์แข็งแกร่งและมีอุตสาหกรรมศิลปะ ที่ได้รับการสนับสนุนจากความซาบซึ้งในศิลปะ และการอุปถัมภ์ในหมู่ผู้ชม รวมถึงชาวสิงคโปร์ เช่น พิพิธภัณฑ์สิงคโปร์เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญสำหรับโรงเรียน และช่วยให้เพิ่มจำนวนผู้ชมมากขึ้น
3. ศิลปะสาธารณะที่น่าดึงดูดใจและมีความหมาย สามารถพบได้ในหลายๆ พื้นที่สาธารณะของสิงคโปร์ ซึ่งเป็นการเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับภูมิทัศน์ภาพของสิงคโปร์

เพื่อบรรลุเป้าหมาย SG Arts Plan 2018 – 2022 จึงออกแบบนโยบายสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ดังนี้ โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ สร้างแรงบันดาลใจให้คนสิงคโปร์ เชื่อมโยงกับชุมชนอื่นๆ และทำให้สิงคโปร์มีตำแหน่งระดับโลก

✓ สิงคโปร์จะได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองแห่งทัศนศิลป์ของงานศิลปะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในระดับโลก	✓ ระบบนิเวศของทัศนศิลป์สิงคโปร์มีความเข้มแข็ง และได้รับการสนับสนุนโดยผู้ชมที่มีความเข้าใจในศิลปะ	✓ มี Public art ที่ดึงดูดและมีคุณค่าในหลากหลายพื้นที่สาธารณะ เพื่อสร้าง Character ให้กับภูมิทัศน์ทัศนศิลป์
1. สร้างแรงบันดาลใจให้คนสิงคโปร์ ส่งเสริมและพัฒนาศิลปิน ส่งเสริมระบบนิเวศทัศนศิลป์ที่ยั่งยืน - ส่งเสริมองค์การด้านศิลปะในการสร้างโอกาสและพัฒนาความสามารถศิลปิน - โครงการพัฒนาวชิรศิลป์ด้านการจัดการ การจัดการนิทรรศการ - พัฒนาการเขียนวิจารณ์งานศิลปะและบทบาทด้านอื่นๆ - การนำศิลปะสู่สาธารณะตามเทศกาลที่สำคัญ - แสดงผลงานกับศิลปินในพื้นที่สาธารณะ (Public art) สนับสนุนการพัฒนาศิลปะร่วมสมัย - ลงทุนให้ Singapore Art Museum ส่งเสริมและเผยแพร่ และ Content ของงานร่วมสมัยมากขึ้น บริหารจัดการ National Collection ให้เติบโตให้กับคนดูในปัจจุบันและอนาคต - พัฒนาการอนุรักษ์การครอบครองสะสมงานศิลปะมากขึ้น - จัดแสดงงานเพื่อคณาจารย์และผู้มีอำนาจทัศนศิลป์ - การวิจัยวิธีใหม่ในการจัดเก็บและการอนุรักษ์ผลงานศิลปะ - พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานการดูแลศิลปะ	2. เชื่อมโยงกับชุมชน พัฒนางานวิจัยในกลุ่มผู้ชม - พัฒนางานวิจัยเพื่อเข้าใจผู้ชม และพัฒนาโปรแกรมศิลปะ - สร้างการเข้าถึงงานศิลปะผ่านเทคโนโลยี - สนับสนุนให้ศิลปินเข้าใจและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เจาะกลุ่มผู้ชมที่เข้าถึงไม่ได้ผ่านการแสดงศิลปะสู่สาธารณะ - นำเสนอผลงานศิลปะและกิจกรรมในระยะเวลาที่ยาวนาน - ทำงานร่วมกับสมาคมเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินและสาธารณะ/ชุมชน - ร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในศิลปะของเด็กๆ พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและตัวกลางด้านศิลปะ - สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรศิลปะและสมาคมหอศิลป์ - คิดค้นวิธีการใหม่ ในการสนับสนุนธุรกิจศิลปะ ขยายฐานสมาชิก และสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ - สนับสนุนแพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน - ส่งเสริมการเติบโตของตัวกลาง เช่น พิพิธภัณฑ์เอกชน	3. ทำให้สิงคโปร์มีพื้นที่ในเวทีระดับโลก สร้างพันธมิตรใหม่เพื่อเปิดโอกาสให้ศิลปินสิงคโปร์ได้รับชื่อเสียงและสร้างชื่อเสียงในระดับสากล - พันธมิตรกับแพลตฟอร์มในระดับนานาชาติและระดับภูมิภาค - สนับสนุนบริษัทศิลปะของสิงคโปร์ในการจัดประชุมที่ทำได้ - สิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ - สนับสนุนตัวกลาง เช่น art societies เพื่อช่วยให้ศิลปินรุ่นเก๋าส่งและนำเสนอผลงานศิลปะใหม่ๆ ในระดับสากล สนับสนุนให้ทัศนศิลป์ของสิงคโปร์ได้รับการยอมรับในระดับสากล - สนับสนุนศิลปินสิงคโปร์ในการนำเสนอผลงานบนแพลตฟอร์มระหว่างประเทศ (รัฐสนับสนุนให้ศิลปินสามารถไปออกงาน Venice Biennale จนถึงปี 2033) - จัด Singapore Art Week สร้างแบรนด์ทัศนศิลป์สิงคโปร์ - สนับสนุนนิทรรศการศิลปะร่วมสมัยระดับนานาชาติ - สนับสนุนสถาบันศิลปะของสิงคโปร์ไปจัดนิทรรศการของสิงคโปร์ในพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ต่างประเทศ

ภาพที่ 37 นโยบายอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ใน SG Arts Plan 2018 – 2022

ที่มา: SG Arts Plan 2018 – 2022 และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1. สร้างแรงบันดาลใจให้คนสิงคโปร์

1.1 ส่งเสริมและพัฒนาศิลปิน ผลักดันระบบนิเวศทัศนศิลป์ที่ยั่งยืน

ใช้สถาบันศิลปะและคนกลาง ในการพัฒนาศิลปินสถาบันศิลปะและบริษัทด้านศิลปะมีบทบาทสำคัญในการสร้างโอกาสให้กับศิลปินและช่วยพัฒนาความสามารถระดับมืออาชีพของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ สถาบันศิลปะเป็นนายจ้างที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงมากที่สุดของศิลปิน สามารถพัฒนาโครงการการฝึกอบรมที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมศิลปะที่กว้างขึ้น โดยโครงการเหล่านี้สามารถมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาวิชาชีพในด้านการจัดการ การจัดการนิทรรศการและบทบาทสนับสนุนอื่นๆ การเขียนวิจารณ์งานศิลปะที่มากขึ้นมีความสำคัญยิ่งขึ้นในการส่งเสริมนักวิจารณ์ศิลปะมากขึ้น การส่งเสริมบริษัทศิลปะในการพัฒนาโครงการตามท้องถิ่นที่อยู่ ซึ่งจะเป็เครื่องมือในการดูแลศิลปินทัศนศิลป์รุ่นต่อไป เพื่อส่งเสริมความพยายามของภาคอุตสาหกรรมในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ เป็นการสนับสนุนศิลปินในการพัฒนาผลงานศิลปะที่มีการเพิ่มการบรรยายงานศิลปะที่โดดเด่น

สร้างโอกาสมากขึ้นสำหรับศิลปินในการสร้างและแสดงผลงานศิลปะ การนำศิลปะสู่สาธารณะเป็นวิธีที่รวดเร็วและตรงไปตรงมาในการสร้างโอกาสในการนำเสนอผลงานให้กับศิลปินและเสริมสร้างสุนทรียภาพทางสายตาแก่เมือง การนำศิลปะสู่สาธารณะเป็นคุณลักษณะสำคัญในกิจกรรมทัศนศิลป์ที่สำคัญเช่น Singapore Art Week และ Singapore Biennale นอกเหนือจากงานในการนำศิลปะสู่สาธารณะ การสำรวจการใช้พื้นที่สาธารณะที่ไม่ได้ใช้ชั่วคราวเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสร้างพื้นที่การผลิตและการนำเสนอระยะสั้นมากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนให้ใช้พื้นที่ทางเลือกการนำเสนอผลงานศิลปะ เช่น ร้านค้า พื้นที่ว่างในห้างสรรพสินค้า

1.2 สนับสนุนการพัฒนาศิลปะร่วมสมัยมากขึ้น

การพัฒนาศิลปะร่วมสมัยควรได้รับการสนับสนุนที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยการลงทุนเพิ่มเพื่อช่วยสถาบันทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์ศิลปะสิงคโปร์ (Singapore Art Museum: SAM) ในการส่งเสริมการชื่นชมศิลปะร่วมสมัย ผ่านการว่าจ้าง การครอบครองงานศิลปะและการทำเอกสารบันทึกผลงานและคำอธิบายในปัจจุบัน เพื่อการบรรยายทัศนศิลป์ในอนาคต สนับสนุนพิพิธภัณฑ์ศิลปะสิงคโปร์ในการลงทุนเพื่อการศึกษาและการเผยแพร่ นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ศิลปะสิงคโปร์คาดว่าจะปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ภายในปี 2021 พิพิธภัณฑ์ศิลปะสิงคโปร์จะเป็นความสำเร็จสำคัญของศิลปะร่วมสมัยจากสิงคโปร์และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1.3 บริหารจัดการ National Collection ให้เติบโตให้กับคนดูและในปัจจุบัณและอนาคต

พัฒนากลยุทธ์การครอบครองงานศิลปะ (Acquisition Strategy) เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพการรวบรวมงานศิลปะซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการได้ครอบครองงานศิลปะและการนำเสนอผลงานศิลปะในนิทรรศการเป็นกุญแจสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของสิงคโปร์ในฐานะผู้นำด้านความคิดในศิลปะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สถาบันทางศิลปะ เช่น National Gallery Singapore (The Gallery), Singapore Art Museum (SAM) และ Creative Workshop & Gallery (STPI) เป็นต้นควรทำงานร่วมกันเพื่อสร้างการบริการสาธารณะที่ได้รับประโยชน์การประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ตั้งแต่การครอบครอง รวบรวมงานศิลปะ และการอนุรักษ์ผลงานศิลปะ โดยทำการวิจัยวิธีการใหม่สำหรับการจัดเก็บและการอนุรักษ์ผลงานศิลปะ ซึ่งจะช่วยให้สถาบันทางศิลปะเหล่านี้สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานใหม่ที่เป็นไปได้ และปรับปรุงกระบวนการรวบรวม อนุรักษ์และจัดแสดง เพื่อให้มาตรฐานการดูแลงานศิลปะได้รับการพัฒนาและรักษาอย่างต่อเนื่อง

2. เชื่อมโยงกับชุมชนอื่นๆ

2.1 พัฒนางานวิจัยและเทคโนโลยีเกี่ยวกับกลุ่มผู้ชมทัศนศิลป์และพฤติกรรม

การทำวิจัยเพิ่มเติมเพื่อให้ชุมชนมีความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับผู้ชมทัศนศิลป์และผู้ที่ไม่ชมทัศนศิลป์ในปัจจุบัน โดยการวิจัยนี้จะถูกใช้ในการพัฒนาความคิดริเริ่มที่จะขยายกลุ่มผู้ชมเป้าหมายใหม่ และสำหรับกลุ่มศิลปะและผู้จัดงานเทศกาล เพื่อสร้างรายการกิจกรรมที่มีความหมาย ดึงดูดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ชม

ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีของสิงคโปร์สามารถช่วยดึงดูดผู้ชมใหม่ผ่านการมีส่วนร่วมทางดิจิทัล การจัดทำคอลเลกชันสะสมแห่งชาติและการจัดแสดงงานของสถาบันที่สำคัญในรูปแบบดิจิทัล จะสร้างจุดเริ่มต้นใหม่และเพิ่มการเข้าถึงมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เทคโนโลยีและสื่อใหม่ (New Media) สามารถใช้เพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างศิลปินและภาคเทคโนโลยี

2.2 เจาะกลุ่มผู้ชมที่เข้าถึงไม่ได้ ผ่านการแสดงผลงานศิลปะสู่สาธารณะและโครงการกิจกรรมที่เข้าถึงได้

ศิลปะสามารถเข้าถึงผู้คนได้โดยการนำเสนอผลงานศิลปะและโครงการกิจกรรมในระยะไม่ไกลจากที่อยู่อาศัย เส้นทางในการแสดงผลงานศิลปะสู่สาธารณะควรถูกสร้างขึ้นใหม่ และหน่วยงานสาธารณะควรทำงานร่วมกันเพื่อให้พื้นที่เพียงพอสำหรับจัดแสดงผลงานศิลปะจากชุมชนมากขึ้น โดย National Art Council จะทำงานร่วมกับสมาคม People's Association ในโครงการ PAssionArts Community Arts and Culture Clubs โดยใช้ความเชี่ยวชาญของสมาคมในการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินและสาธารณะ เพื่อให้เข้าถึงผู้ชมมากขึ้น ศิลปินและกลุ่มศิลปะจะได้รับการส่งเสริม ได้รับโอกาสในการว่าจ้าง และการนำเสนอผลงานจากกิจกรรมในสิงคโปร์ โดยผู้จัดงานกิจกรรมเหล่านี้จะได้รับการสนับสนุนให้จัดแสดงผลงานศิลปะ

กลยุทธ์ระยะยาวที่ทำการบำรุงรักษาศิลปะสู่สาธารณะมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานศิลปะของสิงคโปร์ National Arts Council จะทำงานร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ของศิลปินและงานศิลปะที่สำคัญของสิงคโปร์ในทุกระดับการศึกษาผ่านโครงการกิจกรรมที่น่าสนใจ รวมถึงทรัพยากรดิจิทัล ควบคู่ไปกับความพยายามในการสนับสนุนให้โรงเรียนในสิงคโปร์มีส่วนร่วมในกิจกรรมของพิพิธภัณฑ์มากขึ้น โดยเฉพาะในระดับหมู่คณะ

2.3 พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและตัวกลางด้านศิลปะที่ให้การสนับสนุนศิลปินและสร้างนักสะสมใหม่

สถาบันทางวัฒนธรรม เช่น STPI Creative Workshop and Gallery ซึ่งได้พัฒนาตัวเองเป็นแกลเลอรีระดับนานาชาติชั้นนำในวงจรรงานศิลปะระดับโลก สามารถทำงานร่วมกับสมาคมหอศิลป์ (Art Gallery Associations) เพื่อสำรวจวิธีการใหม่ๆ ในการสนับสนุนธุรกิจศิลปะ ขยายฐานสมาชิก และเป็นตัวแทนผลประโยชน์ของแกลเลอรีสมาชิกในการทำงานกับหน่วยงานสาธารณะ สื่อและผู้มีส่วนได้เสีย

หอศิลป์ควรได้รับการสนับสนุนให้นำแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจที่ดีมาใช้เพื่อให้มั่นใจว่าการติดต่อทางการค้าของพวกนั้นยุติธรรม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการตอบสนองความต้องการของการค้าการลงทุน สำหรับผู้จัดการแกลเลอรีที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพ

ส่งเสริมการเติบโตของตัวกลางที่ได้รับทุนจากเอกชน เช่น พิพิธภัณฑ์ส่วนตัว และพื้นที่ศิลปะโดยนักสะสม เนื่องจากตัวกลางเหล่านี้สามารถสร้างโอกาสให้กับศิลปิน และพัฒนาอุปถัมภ์ผ่านโครงการและความคิดริเริ่ม เช่น การเจรจาของนักสะสม เวิร์กช็อป และการนำเสนอคอลเลกชันศิลปะส่วนตัว

3. ทำให้สิงคโปร์มีตำแหน่งระดับโลก

3.1 สร้างพันธมิตรใหม่เพื่อเปิดโอกาสให้ศิลปินสิงคโปร์ได้รับชื่อเสียงและสร้างชื่อเสียงให้กับสิงคโปร์ในระดับสากล

การร่วมมือและเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มในระดับนานาชาติและระดับภูมิภาคที่ได้รับการยอมรับ เพื่อให้โอกาสแก่ศิลปินสิงคโปร์มากขึ้นในการได้รับการเปิดเผยในระดับสากล ทั้งนี้ยังให้การสนับสนุนบริษัทศิลปะของสิงคโปร์ในการจัดประชุมที่จะสร้างสิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ และมีการสนับสนุนตัวกลางเช่น สังคมศิลปะ (art societies) เพื่อช่วยให้ศิลปินรุ่นใหม่สร้างและนำเสนอผลงานศิลปะใหม่ๆ ในระดับสากล

3.2 สนับสนุนให้ทัศนศิลป์ของสิงคโปร์ได้รับการยอมรับในระดับสากล

สนับสนุนศิลปินสิงคโปร์ในการนำเสนอผลงานบนแพลตฟอร์มระหว่างประเทศ และมุ่งมั่นที่จะจัดแสดงผลงานศิลปินสิงคโปร์ที่ Venice Biennale จนถึงปีค.ศ. 2033 และสนับสนุนศิลปินที่ได้รับเชิญไปงาน Biennales ที่สำคัญและสนับสนุนนิทรรศการศิลปะร่วมสมัยระดับนานาชาติ รวมถึงการสนับสนุนสถาบันศิลปะของสิงคโปร์ไปจัดนิทรรศการของสิงคโปร์ในพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ต่างประเทศ เพื่อนำเสนอผลงานของศิลปินสิงคโปร์บนแพลตฟอร์มงานศิลปะที่มีชื่อเสียง

จัดการเฉลิมฉลองเพื่อเน้นประวัติศาสตร์ศิลปะที่ไม่เหมือนใครของสิงคโปร์ เพื่อส่งเสริมความชื่นชมศูนย์กลางทางศิลปวัฒนธรรมของสิงคโปร์ ศิลปินเหรียญวัฒนธรรม และงานศิลปะที่โดดเด่น

National Arts Council จะเป็นองค์กรหลักในการพยายามเขียน บันทึกและอนุรักษ์การบรรยายเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะของสิงคโปร์ เพื่อเสริมสร้างและแบ่งปันเอกลักษณ์และค่านิยมไปทั่วโลก

4.2.4 สรุปประเด็นสำคัญจากกรณีศึกษาประเทศสิงคโปร์

ภาครัฐสิงคโปร์เห็นถึงความสำคัญของทัศนศิลป์ เพื่อเป็นตัวกลางในการสายสัมพันธ์ประชาชนที่มีความแตกต่างทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม จึงผลักดันอุตสาหกรรมในหลากหลายประเด็น ตั้งแต่การพยายามที่จะสร้างแบรนด์ศิลปะของสิงคโปร์ให้มีชื่อเสียงและเป็นที่พูดถึง สร้างระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมของศิลปินให้ดีขึ้น ช่วยกระตุ้นและสนับสนุนการทำงานของศิลปิน และการเข้าถึงศิลปะ ในขณะเดียวกันภาครัฐสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศิลปินให้มีความรู้ความสามารถไม่เพียงแต่ในด้านศิลปะ แต่รวมถึงด้านการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ และการจัดการศิลปะ ทั้งนี้ผู้ชมยังคงเป็นความสำคัญหลักที่รัฐผลักดัน ทั้งการเข้าถึงและเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมผู้ชม และพัฒนาองค์กรที่จัดแสดงผลงานศิลปะให้สามารถตอบสนองความต้องการของศิลปินและผู้ชมได้ ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดมีดังนี้



ภาพที่ 38 ปัจจัยความสำเร็จของการสนับสนุนเชิงนโยบายและการดำเนินการของภาครัฐ

ที่มา: SG Arts Plan 2018 – 2022 และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- 1) สร้างแบรนด์ทัศนศิลป์สิงคโปร์ เพื่อให้ทัศนศิลป์ของสิงคโปร์ในทุกรูปแบบเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในสิงคโปร์และต่างประเทศ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้หลากหลายแบบทั่วโลก ได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองแห่งทัศนศิลป์ศิลปะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั่วโลกและรักษาภาพลักษณ์ผู้นำการสะสมศิลปะเอเชีย จึงจัด Singapore Art Week สร้างแบรนด์ทัศนศิลป์สิงคโปร์ประจำปีทุกปี เพื่อแสดงผลงานจากศิลปินสิงคโปร์ รวมถึงการเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มในระดับนานาชาติและระดับภูมิภาค เพื่อมีช่องทางเพิ่มตามในการเผยแพร่ผลงานของศิลปินสิงคโปร์ และส่งเสริมการเผยแพร่ทัศนศิลป์ของสิงคโปร์สู่ต่างประเทศในทุกกิจกรรมที่สามารถทำได้
- 2) สร้างระบบนิเวศศิลปะที่ดี หรือสภาพแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่ดี ระบบนิเวศทางศิลปะคือสภาพแวดล้อมทางศิลปะในสิงคโปร์ ที่เอื้อต่อการสนับสนุนและกระตุ้นการรับชม ชื่นชมศิลปะของผู้ชม และการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปิน โดยสนับสนุนตัวกลางหรือคนกลาง ที่อยู่ระหว่างการทำงาน และการร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรมหรือองค์กร มี 'National Arts Council' และกองทุน/grant สนับสนุนด้านศิลปะในประเทศ รัฐสนับสนุนเชิงพื้นที่ทั้งการสร้างงานและการแสดงผลงาน บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้องกับแต่ละเรื่อง เช่น การศึกษา สื่อ เงินทุน เป็นต้น สนับสนุนให้เกิดการเขียนวิจารณ์งานศิลปะและบทบาทสนับสนุนในด้านต่างๆ และที่สำคัญมี Technology sector ที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นภาคส่วนสนับสนุนให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในศิลปะ

- 3) **พัฒนาศิลปิน** โดยการสนับสนุนองค์ความรู้แก่ศิลปินและเยาวชน ผ่านการปรับปรุงหลักสูตรการศึกษา รวมถึงการสนับสนุนงานให้แก่ศิลปิน เช่น การว่าจ้าง สะสมงานศิลปะและบันทึกผลงาน รวมถึงการแสดงผลงานทัศนศิลป์ในพื้นที่สาธารณะ เพื่อสนับสนุนศิลปิน สร้างเอกลักษณ์ให้สิงคโปร์และสร้างวัฒนธรรมการเสพศิลป์ ส่งเสริมช่องทางการแสดงผลงานในต่างประเทศ โดยการเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มในระดับนานาชาติและระดับภูมิภาค และพัฒนาความสามารถของศิลปินไม่เพียงแต่ศิลปะแต่รวมถึงด้านอื่นๆ เช่น พัฒนาวิชาชีพด้านการจัดการ การจัดนิทรรศการ การเขียนวิจารณ์งานศิลปะและบทบาทด้านอื่นในท้องถิ่น
- 4) **สนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ** เช่น หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ โดยการพัฒนากลยุทธ์การครอบครองสะสมงานศิลปะ และการวิจัยวิธีใหม่ในการจัดเก็บและการอนุรักษ์ผลงานศิลปะ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานการดูแลงานศิลปะ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นส่วนกระตุ้นให้ดีขึ้นสนับสนุนให้องค์กรต่างๆ เช่น แกลเลอรี เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน เช่น การพัฒนาฐานลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดการแกลเลอรีที่มีความเชี่ยวชาญ
- 5) **ส่งเสริมการเข้าถึงศิลปะ** ผลงานทัศนศิลป์ของชาวสิงคโปร์จะไม่ถูกชื่นชม หากไม่สามารถเข้าถึงผู้ชมทั้งคนสิงคโปร์และคนต่างชาติได้ ในทุกวัฒนธรรม เชื้อชาติหรือชนกลุ่มน้อยด้วยเช่นกัน ภาครัฐจึงผลักดันเป็นอย่างมากเพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานสามารถเข้าถึงผู้ชมให้ได้มากที่สุด โดยการแสดงผลงานศิลปะสู่สาธารณะตามเทศกาลที่สำคัญ นำเสนอผลงานศิลปะและกิจกรรมในระยะใกล้ที่อยู่อาศัย เข้าใจผู้ชมให้ได้มากที่สุดโดยการวิจัยให้ชุมชนมีความเข้าใจทัศนศิลป์ และขยายฐานผู้ชม และร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการเพิ่มความตระหนักของศิลปะสิงคโปร์ในโรงเรียน เพื่อเพิ่มวัฒนธรรมการชื่นชมงานศิลปะ สร้าง Art Appreciation ในผู้ชม และยังเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านศิลปะ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น บทความ Podcast และวิดีโอ

4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศกรณีศึกษา

จากการศึกษาจากกรณีศึกษาของสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ มีนัยสำคัญต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรม เป็นสองด้านหลักคือ การดำเนินกิจกรรมการผลักดันอุตสาหกรรม และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็นการสร้างแบรนด์ประเทศ การสร้างระบบนิเวศ การพัฒนาศิลปิน พัฒนางค์การการแสดงผลงานและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4 สรุปนโยบายและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์

การพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์		 สหราชอาณาจักร	 สิงคโปร์
ภาพรวม		• รัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาศิลปะในประเทศ ทั้งในระดับกระทรวง (ผ่านกระทรวง DCMS) และมี Art Council เป็นหน่วยงานหลัก • ใช้นโยบาย 'The GREAT Campaign' ส่งเสริมภาพลักษณ์ และการส่งออก Soft Power	• ภาครัฐผลักดันและเห็นความสำคัญกับการพัฒนาด้านศิลปะ และมีเป้าหมายการพัฒนาศิลปะที่ชัดเจน • มีหน่วยงานอิสระ 'National Arts Council' ดูแลการพัฒนาศิลปะของประเทศ และมีระบบ grant / Art fund เพื่อสนับสนุนด้านศิลปะโดยเฉพาะ • สร้างความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมในเชิงลึกผ่านงานวิจัยที่หลากหลาย
แนวทางการพัฒนา	 สร้างแบรนด์ประเทศด้านทัศนศิลป์	• พัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศ ผ่านการส่งออกวัฒนธรรม (รวมถึงศิลปะ) และได้รับการคัดเลือกเป็นประเทศส่งออกวัฒนธรรมอันดับ 1 ของโลก • สนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ ผ่านการส่งศิลปินไปเข้าร่วม Art fair ณ ต่างประเทศ	• ได้รับการยอมรับว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญด้านศิลปะของโลก • รักษาภาพลักษณ์ผู้นำการสะสมงานศิลปะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใน National Collection • สร้างพันธมิตรและส่งศิลปินไปแสดงผลงานในแพลตฟอร์มในระดับนานาชาติและระดับภูมิภาค • ส่งเสริมการเผยแพร่ภาพลักษณ์ผ่านการจัดงาน Singapore Art Week
	 สร้างระบบนิเวศทางศิลปะที่ดี	• ใช้ศิลปะวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างรายได้ให้กับชุมชน • สร้างการเชื่อมโยงกับตลาดโลก ผ่านหน่วยงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ • คัดเลือกผู้ที่มีความเชี่ยวชาญการพัฒนาศิลปะวัฒนธรรมระดับชาติให้คำปรึกษาแก่องค์กรท้องถิ่นอื่นๆ • ส่งเสริมการสร้างอาชีพด้านวัฒนธรรม เช่น อาสาสมัครในพิพิธภัณฑ์	• รัฐสนับสนุนเชิงพื้นที่ของศิลปิน ทั้งสำหรับการสร้างและแสดงผลงาน • บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งรัฐและเอกชน • สนับสนุนด้านการเขียนและวิจารณ์เพื่อสร้างการรับรู้และคุณภาพของงาน • มี Technology sector ซึ่งเป็นภาคสนับสนุนที่เข้มแข็ง
	 พัฒนาศิลปิน	• พัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านศิลปะ และส่งเสริมให้เยาวชนเข้าถึงศิลปะ • สนับสนุนให้ศิลปินมีประสบการณ์ ผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพ และการฝึกงาน • สนับสนุนให้มีงานด้านวัฒนธรรมเพื่อรองรับบุคลากรรวมถึงผู้ฝึกงานต่างๆ • ศึกษาวิจัยอุปสรรคในการประกอบอาชีพศิลปิน • จัดตั้งสถาบันการศึกษาให้ความรู้การทำการธุรกิจและการค้าแก่บุคลากรด้านศิลปะ	• สนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ของศิลปินทั้งเชิงลึก และด้านอื่นๆ • มีรางวัลสนับสนุนศิลปินทุกระดับ เช่น Young Artist Award • พัฒนาคุณภาพหลักสูตรด้านศิลปะทั้งในและนอกโรงเรียน • พัฒนาศักยภาพของบทบาทสนับสนุนอื่นๆ เช่น Curator ผู้จัดการองค์กรศิลปะ
	 สนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ	• มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ใหม่ • มีระบบพัฒนาและสนับสนุนการปรับปรุงพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ ผ่านการช่วยเหลือด้านเงินทุน • จัดตั้งโครงการ Crowdfunding เพื่อสนับสนุนเงินทุนแก่องค์กรศิลปะ	• สนับสนุนด้านการเงินแก่องค์กรศิลปะต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ ในการนำเสนองานศิลปะเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน • สนับสนุนให้ตัวกลาง (เช่น แกลเลอรี) เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ • ผลักดันให้เกิดตัวกลางด้านศิลปะที่สนับสนุนโดยเอกชน เช่น พิพิธภัณฑ์ของเอกชน เป็นต้น
	 ส่งเสริมการเข้าถึงศิลปะ	• พัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ให้เยาวชนทุกคนสามารถเข้าถึงศิลปะได้ทั้งในและนอกโรงเรียน • จัดทำ Cultural Diary (ปฏิทินกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของประเทศ) • สนับสนุนคอลเลกชันผลงานศิลปะสาธารณะให้เป็นดิจิทัล • ร่วมมือกับเอกชนผู้นำด้านเทคโนโลยีสร้างแพลตฟอร์มงานศิลปะ เช่น Google Cultural Institute และ BBC เพื่อพัฒนาให้คนเข้าถึงจิตรกรรมมากขึ้น • ส่งเสริมการจัดงานแฟร์ด้านศิลปะในต่างประเทศ	• สนับสนุนการสร้าง public art เพื่อสร้างการเข้าถึงงานศิลปะ • มีงานวิจัยด้านผู้ชมที่หลากหลายและจำนวนมาก • เผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้สู่สาธารณะ • พัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานด้านศิลปะที่มีคุณภาพ

ที่มา: Department for Culture, Media & Sport: The Culture White Paper, SG Arts Plan 2018 – 2022 และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากตารางข้างต้น คือข้อสรุปนโยบายและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักรและประเทศสิงคโปร์ ซึ่งประเทศไทยสามารถถอดแบบกรณีศึกษาแผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ จากทั้งสองประเทศได้ดังนี้

ในภาพรวมและขั้นการดำเนินการผลักดัน หน่วยงานภาครัฐควรตั้งเป้าหมาย และประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขที่ชัดเจน รวมทั้งการเตรียมพร้อมสำหรับโอกาสในอนาคตและใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยสามารถใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ SWOT Analysis ดังเช่นสิงคโปร์เพื่อสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมได้อย่างครอบคลุมในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และสามารถเตรียมพร้อมและมีวิสัยทัศน์ในการเห็นถึงความสำคัญของศิลปะ ซึ่งสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับการที่ศิลปะเป็นสิ่งที่ผลักดันความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตั้งแต่เศรษฐกิจ สุขภาพ การศึกษาและสังคม ทำให้มีการวางแผนระบบการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์อย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกันทั้งสองประเทศมีการร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะประเทศสิงคโปร์ ที่มีความพยายามจะร่วมมือกับองค์กรด้านศิลปวัฒนธรรม สถาบันการศึกษา และสมาคมต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการร่วมผลักดันอุตสาหกรรม และเข้าใจถึงความต้องการของผู้สร้างสรรค์ผลงาน และยังสามารถสร้างเครือข่ายในการพัฒนาผลงาน ลงทุน และสร้างงานแก่ศิลปินสิงคโปร์ได้ ในขณะที่สหราชอาณาจักรส่งเสริมองค์กรแสดงผลงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ ตั้งแต่เงินทุน กลยุทธ์การแสดงผลงานและอื่นๆ ทั้งนี้ในภาพรวมทั้งสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ ได้ผลักดันการใช้เทคโนโลยีและการศึกษาวิจัยกับทัศนศิลป์เป็นอย่างมาก เพื่อสามารถเข้าใจตลาด พฤติกรรมผู้ชม และความชื่นชอบของผู้ชม และสามารถยกระดับผลงาน เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของศิลปินได้เช่นกัน

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ของสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ สามารถจำแนกได้เป็น 5 ด้าน กล่าวคือ 1) สร้างแบรนด์ประเทศ ด้านทัศนศิลป์ 2) สร้างระบบนิเวศศิลปะที่ดี 3) พัฒนาศิลปิน 4) สนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ และ 5) ส่งเสริมการเข้าถึงศิลปะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการสร้างแบรนด์ประเทศ ด้านทัศนศิลป์ ประเทศไทยสามารถนำบทเรียนการส่งออกวัฒนธรรมเพื่อสร้าง Soft Power ตามแบบอย่างของสหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ได้ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยให้เป็นที่รู้จักระดับโลก อาจสร้างแคมเปญประเทศไทยโดยใช้ศิลปวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาและส่งเสริมส่งออกในต่างประเทศ ทั้งนี้รวมถึงการสร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ สนับสนุนศิลปินในการเดินทางและผลักดันวัฒนธรรมสู่ต่างประเทศ หากจุดเด่นให้กับประเทศไทย เช่น การเป็นผู้นำด้านการสะสมงานศิลปะแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างประเทศสิงคโปร์ และจัดเทศกาลทัศนศิลป์ประจำปี เชิญศิลปินระดับโลกทั้งชาวไทยและต่างประเทศ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจ และส่งเสริมความหลากหลายด้านการการแสดงแก่ชาวไทยทั่วประเทศ ทั้งนี้ยังสามารถส่งเสริมการร่วมมือและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างประเทศกับองค์กรด้านทัศนศิลป์ต่างประเทศได้ด้วยเช่นกัน เป็นการสร้างเครือข่าย แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และเผยแพร่ทัศนศิลป์ในต่างประเทศ

ด้านการสร้างระบบนิเวศด้านทัศนศิลป์ที่ดี ภาครัฐของไทยสามารถช่วยสร้างสภาพแวดล้อมการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ กระตุ้นและส่งเสริมศิลปิน รวมถึงสร้างวัฒนธรรมการชื่นชมศิลปะในหมู่ผู้ชม โดยการสนับสนุนอาชีพด้านทัศนศิลป์อย่างเป็นแบบแผน กล่าวคือ การสร้างงาน และอำนวยความสะดวกเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน ตั้งแต่เงินทุน พื้นที่จัดแสดง อุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ยังรวมถึงกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคหลักในการพัฒนาความสัมพันธ์กับองค์กรทางวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มการเข้าถึงระหว่างผู้สนับสนุนหรือสปอนเซอร์และศิลปิน ช่วยเพิ่มการจ้างงาน การผลิตผลงาน และการแสดงผลงาน ทั้งสหราชอาณาจักรยังให้ความสำคัญกับชุมชนในการส่งเสริมวัฒนธรรมในการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและการเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น จัดการแข่งขันเมืองวัฒนธรรมเพื่อกระตุ้นการผลักดันศิลปวัฒนธรรมในเมืองนั้นๆ และสร้างโอกาส งาน และรายได้แก่คนในชุมชนจากการดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังส่งเสริมผู้ที่มีประสบการณ์ส่งเสริมผู้ที่กำลังพัฒนาวัฒนธรรม จากระดับชาติจนถึงท้องถิ่น และจากหลากหลายหน่วยงานในการสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐยังส่งเสริมการเข้าถึงและมีส่วนร่วมทางศิลปวัฒนธรรมได้ โดยการส่งเสริมการเป็นอาสาสมัครด้านวัฒนธรรม นอกจากนี้อาจมีประเด็นอื่นๆ อย่างเช่น การจัดเทศกาลแสดงผลงาน การร่วมมือกับต่างประเทศ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการผลิตผลงาน สนับสนุนการเขียนวิพากษ์วิจารณ์ ที่เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่สามารถดึงดูดผู้เล่นอื่นๆ ที่สนใจเข้าสู่อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ด้วย

ด้านการพัฒนาและสนับสนุนผู้สร้างสรรค์ ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้สร้างสรรค์ผลงานนับว่าเป็นทรัพยากรหลักในระบบนิเวศทัศนศิลป์ โดยสามารถเริ่มต้นได้ทั้งระบบการศึกษา ที่ให้ครอบคลุมการเรียนรู้ศิลปะและคุณค่าของทัศนศิลป์ หรือขั้นตอนการผลิตในหลากหลายแขนง และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของนักเรียน ให้โรงเรียนรัฐมีหลักสูตรที่ส่งเสริมศิลปะ ส่งเสริมการเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ ใช้พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญสำหรับนักเรียน อีกทั้งส่งเสริมการฝึกงานที่จะช่วยในการพัฒนาทักษะและการเลือกอาชีพทางทัศนศิลป์ ในส่วนของการผลิต ภาครัฐสามารถจัดทำกองทุนสนับสนุนกิจกรรมทัศนศิลป์ โดยจัดเกณฑ์การให้เงินทุน สนับสนุนศิลปินและองค์กรศิลปะและการเรียนรู้ด้านการบริหารธุรกิจ เนื่องจากองค์กรศิลปะนับว่าเป็นตัวกลางในการจ้างงานศิลปินและเผยแพร่ผลงานศิลปิน เพื่อเป็นการสนับสนุนการว่าจ้าง สะสมงานศิลปะและบันทึกผลงาน ด้านการแสดงผลงาน ภาครัฐสามารถแสดงผลงานทัศนศิลป์ในพื้นที่สาธารณะ ดังเช่นสิงคโปร์ที่ใช้ทัศนศิลป์ในการเพิ่มทัศนียภาพที่สวยงามมากยิ่งขึ้นและสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ประเทศ นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาวิชาชีพด้านการจัดการ การจัดนิทรรศการ การเขียนวิจารณ์งานศิลปะและบทบาทด้านอื่นๆ ในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความคิดสร้างสรรค์และการทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพของศิลปิน และด้านส่งเสริมความเท่าเทียม คือการทำให้เส้นทางสู่ภาควัฒนธรรมง่ายขึ้นสำหรับผู้ด้อยโอกาสในทุกภูมิภาค

ด้านการสนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ ภาครัฐสามารถสนับสนุนศิลปินผ่านการร่วมมือกับสถานที่จัดแสดง เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายแก่ศิลปิน ส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานศิลปิน ซึ่งถือว่าการสนับสนุนในทางอ้อมด้านการจัดแสดงงานและครอบครองงานศิลปะ รัฐบาลสามารถช่วยพัฒนากลยุทธ์การครอบครองสะสมงานศิลปะ ผ่านการวิจัยวิธีในการจัดเก็บและการอนุรักษ์ผลงานศิลปะ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานการดูแลงานศิลปะ ด้านการเข้าถึงผลงานของประชาชน รัฐบาลสามารถเอาอย่างสหราชอาณาจักรในลดหย่อนภาษีใหม่สำหรับพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ และเรียกคืนภาษี VAT จากสินค้าและบริการได้ เพื่อทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถเข้าชมได้อย่างไม่มีค่าใช้จ่าย หรือค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด นอกจากนี้ยังรวมถึงการร่วมมือกับภาคเทคโนโลยี และสื่อเอกชนในการริเริ่มใช้สื่อดิจิทัลหรือออนไลน์ในการจัดแสดงผลงาน เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทั่วโลก รวมถึงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างหน่วยงาน ด้านการเงิน รัฐบาลสามารถสนับสนุนผ่านการลงทุนในการสนับสนุนพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ และริเริ่ม Crowdfunding เพื่อเพิ่มแหล่งเงินทุนแก่องค์กรต่างๆ ได้ทุกช่วงเวลา

ด้านการส่งเสริมการเข้าถึงศิลปะ ภาครัฐสามารถช่วยส่งเสริมการเข้าถึงและเข้าใจผู้ชมโดยการจัดทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้ชม ตั้งแต่รูปแบบการรับชม ประเภท และศึกษาผลโครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินไปแล้ว เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถปรับกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลงาน สามารถประชาสัมพันธ์แก่ประเภทของผู้ชมที่สนใจได้ถูกกลุ่ม และในขณะเดียวกันเพื่อสามารถออกแบบกลยุทธ์ที่สามารถขยายตลาดสู่กลุ่มผู้ชมใหม่ๆ ได้ด้วยเช่นกัน การประชาสัมพันธ์ระดับประเทศ แสดงผลงานศิลปะสู่สาธารณะ เป็น Public Art หรือตามเทศกาลที่สำคัญ และนำเสนอผลงานศิลปะและกิจกรรมในระยะใกล้ที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ในระดับประเทศ ภาครัฐไทยสามารถจัดทำ Cultural Diary หรือปฏิทินวัฒนธรรมประเทศ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลการนำเสนอผลงานศิลปะในทุกประเภท ทั้งผู้ชม ผู้สนับสนุนงาน ศิลปิน และภาครัฐสามารถเข้าร่วมและร่วมผลักดันได้อย่างเต็มที่ มิใช่เพียงในประเทศแต่รวมถึงต่างประเทศด้วยเช่นกัน การใช้ดิจิทัลทำให้กิจกรรมสหราชอาณาจักรเข้าถึงคนทั่วโลกก็สามารถส่งเสริมการเข้าถึงได้เป็นอย่างดี พัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานให้เยาวชนเข้าถึงศิลปะได้ทั้งในและนอกโรงเรียน และปลูกฝังการเสพศิลป์ (Art Appreciation) ในเยาวชน ทั้งนี้ การสนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับทุกประเทศ สนับสนุนศิลปินในการเดินทางและผลักดันวัฒนธรรมสู่ต่างประเทศ ยังเป็นช่องทางโดยตรงที่สำคัญที่สามารถทำให้เข้าถึงตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 สรุปบทเรียนสำคัญเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

จากการศึกษาจากกรณีศึกษาจากต่างประเทศ ทำให้เข้าใจว่า ในต่างประเทศนั้น รัฐมีบทบาทต่อการพัฒนาทัศนศิลป์ในแต่ละประเทศ โดยใช้เครื่องมือหรือแนวทางในบ้าง ในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพอย่างไร ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการสรุปประเด็นบทเรียน ที่ได้เรียนรู้จากการศึกษากรณีศึกษาด้านแบบข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาทัศนศิลป์ของไทยต่อไป ซึ่งสามารถสรุปเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

 รัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาศิลปะ	- จากกรณีศึกษาทั้ง 2 ประเทศ มีหน่วยงานสนับสนุนด้านศิลปะโดยเฉพาะ (เช่น Arts Council) ทำให้มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก มีเป้าหมายชัดเจน และผลักดันการพัฒนาศิลปะที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ - ทั้งยังมีกองทุน/ระบบการให้เงินสนับสนุนด้านศิลปะที่สามารถให้การสนับสนุนด้านเงินทุนอย่างครบครัน
 รัฐส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศด้วยศิลปะ	- แต่ละประเทศให้ความสำคัญกับศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศ เนื่องจากเป็นการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของประเทศได้ช่องทางหนึ่ง - สนับสนุนการส่งออกศิลปะวัฒนธรรมผ่านทุกช่องทาง เช่น การไปออกงานต่างประเทศ จัดงาน สื่อ เป็นต้น
 พัฒนาระบบนิเวศ/โครงสร้างพื้นฐาน	- ต้องมีระบบสนับสนุนด้านพื้นฐานที่เพียงพอและแข็งแกร่ง เช่น พื้นที่ เงินทุน ข้อมูล และมีช่องทาง PR หลัก - พัฒนาให้มีมาตรการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ อย่างครอบคลุมและทั่วถึง
 ให้ความสำคัญด้านการศึกษาในศิลปะ	- พัฒนาให้มีระบบการศึกษาด้านศิลปะที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจและการเห็นคุณค่าในศิลปะ - มีระบบสนับสนุนการพัฒนากีฬา/ความเข้าใจ ของทั้งศิลปินและประชาชนทั่วไป
 การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	รัฐไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการพัฒนาในทุกรายละเอียด แต่จะสนับสนุนตัวกลาง หน่วยงานรัฐ หรือเอกชนในแต่ละด้าน ก็สามารถเป็นผู้สนับสนุนอุตสาหกรรมอีกช่องทางหนึ่ง

ภาพที่ 39 สรุปบทเรียนสำคัญเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1. รัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาศิลปะ: ทั้ง 2 ประเทศที่ได้นำเสนอไปนั้น ต่างก็มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาศิลปะ โดยเฉพาะ เช่น กระทรวงที่รับผิดชอบด้านศิลปวัฒนธรรม หรือ National Arts Council ซึ่งจะเป็นหน่วยงานกลางหน่วยงานหลัก ที่สามารถเข้าใจและเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของอุตสาหกรรมและเป็นตัวกลาง รวบรวม และผลักดัน ให้หน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมในเรื่องต่างๆ ต่อไปได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพและหน่วยงานกลางนี้เอง มักจะเป็นผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการกองทุนศิลปะ เพื่อให้มีกองทุน และรับการสนับสนุนด้านเงินทุนในด้านต่างๆ แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไปได้
2. รัฐส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศด้วยศิลปะ: หนึ่งในเป้าหมายของการส่งเสริมด้านศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศ คือการพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ ซึ่งเป็นการนำเสนอประเทศผ่านการส่งออก Soft Power ไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ในการสร้างมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งเป็นผลทางอ้อมของการส่งออกศิลปวัฒนธรรมอีกด้วย โดยรัฐ จะดำเนินการสนับสนุนการส่งออก ผ่านการจัดงานศิลปวัฒนธรรมประจำปี และสนับสนุนการออกงานในต่างประเทศ เป็นต้น

3. **พัฒนาระบบนิเวศ/โครงสร้างพื้นฐาน:** บทบาทหน้าที่หลักของรัฐ ในการพัฒนาอุตสาหกรรม เป็นเพียงผู้ดำเนินการพัฒนาปัจจัยที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน ในการสนับสนุนให้หน่วยงานต่างๆ สามารถดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเท่านั้น เช่น การสนับสนุนด้านพื้นที่สาธารณะ ระบบเงินทุน นำเสนอข้อมูลสาธารณะ เป็นต้น แต่รัฐไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการพัฒนาในทุกแนวทางการพัฒนา แต่จะเป็นกลไกสนับสนุนให้หน่วยงานอื่นๆ ที่มีความรู้และความเข้าใจ สามารถดำเนินการในเรื่องๆ นั้นได้ต่อไปนั่นเอง รวมถึงการสร้างแพลตฟอร์ม หรือรูปแบบในการเชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมสร้างการพัฒนาได้อย่างมีระบบต่อไปเท่านั้น
4. **ให้ความสำคัญด้านการศึกษาในศิลปะ:** อีกประการสำคัญคือ รัฐต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาปรับปรุงระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานต่างๆ ให้มีคุณภาพ เพื่อให้สามารถสร้างการเข้าถึงการเรียนรู้ด้านศิลปะ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนทั่วไป ได้เห็นคุณค่าของงานศิลปะ รวมถึงรัฐอาจเป็นผู้รวบรวมหรือพัฒนาแพลตฟอร์มในการพัฒนาทักษะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาหาความรู้ ให้กับศิลปิน บุคลากรที่เกี่ยวข้อง หรือประชาชนทั่วไปอีกด้วย
5. **การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง:** จะเห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการพัฒนาในทุกๆ รายละเอียด แต่รัฐ จะเป็นผู้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อประสานความร่วมมือ หรือสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยง ในการร่วมกันดำเนินการพัฒนาแนวทางพัฒนาในด้านต่างๆ

จากการนำเสนอข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรม ข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ทั้งในระดับสากล และระดับประเทศไทย ประกอบกับข้อมูลแนวทางการพัฒนาทัศนศิลป์ในต่างประเทศ จากการศึกษากรณีศึกษาทั้ง 2 ประเทศข้างต้นนั้น ทำให้เห็นความแตกต่างของการพัฒนาของแต่ละประเทศ เทียบกับการดำเนินการพัฒนาของไทยในปัจจุบัน ลำดับถัดไป จะเป็นการวิเคราะห์ประเด็นในเชิงลึก เพื่อเป็นการทำความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ซึ่งมีรายละเอียดในส่วนต่อไปนี้

บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

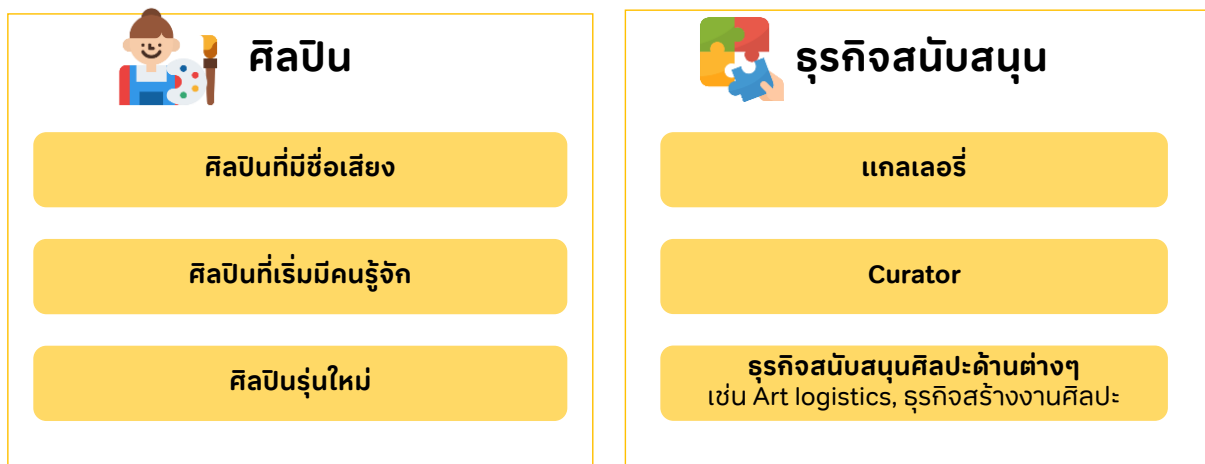
จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานการณ์ของทัศนศิลป์ ทั้งในบริบทระดับสากล และสถานการณ์ของทัศนศิลป์ของไทย และจากข้อมูลกรณีศึกษา ทำให้ได้เข้าใจสถานการณ์ และแนวทางการพัฒนาทัศนศิลป์ของต่างประเทศแล้วนั้น ในบทนี้ จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ทำให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องในหลายแง่มุม โดยข้อมูลที่จะนำเสนอต่อไปนั้น จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- การจัดกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์
- ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย
- การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

5.1 การจัดกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ข้อมูลส่วนแรก จะเป็นการสรุปรูปแบบของกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย โดยจากภาพระบบนิเวศ (Ecology) ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยที่ได้นำเสนอไปแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า ในภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย จะมีกลุ่มหรือหน่วยงานที่เป็นส่วนสำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ **กลุ่มศิลปิน** ซึ่งเป็นผู้ผลิตงานศิลปะ และ**กลุ่มธุรกิจหรือตัวกลางศิลปะที่เกี่ยวข้อง** ที่ดำเนินการในส่วนสนับสนุนอื่นๆ เช่น แกลเลอรี ภัณฑารักษ์ และธุรกิจสนับสนุนศิลปะในด้านอื่นๆ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 40 รูปแบบกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในปัจจุบัน

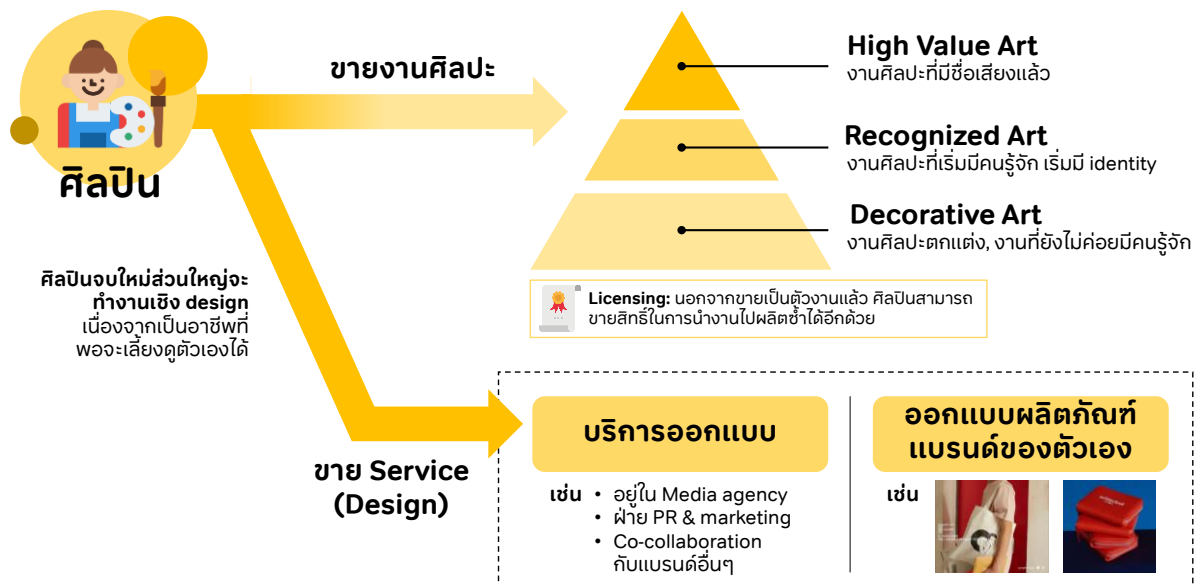
ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

● กลุ่มศิลปิน

กลุ่มเป้าหมายสำคัญกลุ่มแรก ในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ คือกลุ่มศิลปิน ซึ่งเป็นผู้ผลิตงานศิลปะหลัก โดยรูปแบบงานศิลปะ หรือสื่อกลางในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก หรือข้อความของศิลปินที่ต้องการจะสื่อ นั้น มีหลากหลายรูปแบบตามที่ได้นำเสนอไปในส่วนขอบเขตการศึกษา ยกตัวอย่างเช่น งานจิตรศิลป์ที่เป็นภาพวาด หรือภาพเขียน งานประติมากรรม งานภาพพิมพ์ งานสื่อผสมและสื่อใหม่ หรืองานที่เป็นภาพถ่าย เป็นต้น โดยศิลปิน สามารถแสดงออกผ่านการสร้างงานที่หลากหลายรูปแบบ ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่ที่งานประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น

ทั้งนี้ หากพิจารณาตามวิธีการในการสร้างงานของศิลปินนั้น พบว่าศิลปิน นอกจากจะสร้างอาชีพผ่านการสร้างงานศิลปะที่เป็นผลิตภัณฑ์ (Product) แล้วนั้น อาชีพของศิลปิน สามารถสร้างรายได้ผ่านการขายเชิงการออกแบบ (Design) หรือการขายเชิงความคิด ซึ่งนับเป็นการให้บริการ (Service) เช่น การรับจ้างออกแบบต่างๆ การทำงานในบริษัท Media Agency หรือในฝ่ายของบริษัทใหญ่ๆ ที่มีบทบาทในส่วนการออกแบบ เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ พบว่าแรงงานที่จบด้านจิตรศิลป์ หรือสายงานที่ตรงสายในการเป็นศิลปินทัศนศิลป์นั้น หลังจากเรียนจบมาแล้ว จะมีส่วนที่ประกอบอาชีพเป็นศิลปินที่ยังผลิตงานศิลปะอยู่จำนวนน้อยมาก ส่วนใหญ่ จะไปประกอบสายอาชีพอื่นเป็นหลัก หรือจะไปทำงานสายการออกแบบมากกว่า

หากพิจารณาศิลปินที่ยังประกอบอาชีพเป็นศิลปินเป็นอาชีพหลักนั้น มีจำนวนอยู่น้อยมาก และสามารถจำแนกความแตกต่างของศิลปิน จากระดับความมีชื่อเสียงได้อีกด้วย กล่าวคือ ศิลปินรุ่นใหม่ หรือศิลปินที่ยังไม่มีชื่อเสียงนั้น จะต้องใช้ความพยายามในการสร้างชื่อเสียงของตนเอง เพื่อให้งานมีมูลค่ามากขึ้น มีคนรู้จักมากขึ้น เมื่อศิลปินเริ่มมีชื่อเสียง หรือคนเริ่มรู้จักงานของศิลปินมากขึ้น จากงานที่เริ่มมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว คล้ายกับนักสะสมหรือกลุ่มคนซื้อ เริ่มเข้าใจ และเห็นความแตกต่างของงานแล้วนั้น ก็ทำให้ราคาของงานศิลปะมีราคาสูงขึ้น เปรียบเสมือนกับสินค้าประเภทหนึ่งที่เริ่มทำแบรนด์ให้คนรู้จักมากขึ้นได้แล้วนั่นเอง โดยศิลปินที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในแวดวงศิลปะ หรือคนทั่วไปรู้จัก ทั้งในและต่างประเทศแล้วนั้น จะสามารถขายงานศิลปะในระดับราคาที่ค่อนข้างสูง ทั้งนี้ นอกจากการขายงานศิลปะที่เป็นงาน masterpiece ของงานจริงแล้วนั้น ศิลปินยังสามารถขายงานในรูปแบบการขายสิทธิ์ หรือ Licensing ซึ่งเป็นการขายสิทธิ์ในการนำงานศิลปะนั้นๆ ไปผลิตซ้ำ หรือนำไปผลิตในรูปแบบอื่นๆ ได้อีกด้วย



ภาพที่ 41 ประเภทการสร้างผลงานของศิลปิน

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

● กลุ่มธุรกิจสนับสนุน

นอกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ผลิตงานศิลปะ หรือกลุ่มศิลปินแล้วนั้น อีกประเภทของกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ หรือกลุ่มที่เป็นธุรกิจที่ดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะ ซึ่งเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญในภาพรวมในระบบนิเวศของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยเช่นกัน

โดยตัวอย่างของธุรกิจสนับสนุนงานศิลปะ ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจแกลเลอรี ที่เปรียบเสมือนธุรกิจด้านช่องทางการตลาดช่องทางหนึ่งของการขายงานศิลปะ หรือเป็นศูนย์บ่มเพาะศิลปิน และเป็นสังกัดศิลปิน บางรายที่ได้ทำสัญญากับแกลเลอรีบางแห่งได้อีกด้วย หรืออีกกลุ่มที่ถือว่าเป็นกลุ่มสนับสนุน คือ ภัณฑารักษ์ หรือ Curator ซึ่งถือว่าเป็นอีกกลุ่มสำคัญในแวดวงงานศิลปะ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างเนื้อหา (Content creator) ในการออกแบบการนำเสนอผลงานศิลปะต่างๆ เช่น Art exhibition หรือการออกแบบการนำเสนอผลงานศิลปะในแกลเลอรี หรือในพิพิธภัณฑ์ต่างๆ อีกด้วย เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มที่สร้างความน่าสนใจของงานศิลปะ ผ่านการออกแบบด้านการเล่าเรื่อง (Story telling) เป็นต้น นอกจากนี้ ก็จะมีธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ เช่น ตัวกลางการขนส่งงานศิลปะ เช่น JWD Art Space ที่มีบริการขนส่งงานศิลปะในประเทศไทย หรือ การส่งงานศิลปะระหว่างประเทศ ที่ถือว่าเป็นธุรกิจสนับสนุนงานศิลปะที่สำคัญอีกหน่วยงานหนึ่งด้วยเช่นกัน

จากข้อมูลข้างต้น เป็นการสรุปข้อมูลรูปแบบกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทราบว่า ในภาพรวมอุตสาหกรรมนั้นจะมีกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ประกอบด้วยกลุ่มใดบ้าง และมีลักษณะการดำเนินการเป็นอย่างไร ซึ่งการเข้าใจความแตกต่างของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ในลำดับถัดไป เพื่อให้วิเคราะห์ความแตกต่างของการดำเนินการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ซึ่งจะมียละเอียดในหัวข้อต่อไป

5.2 ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

ในหัวข้อต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน และสามารถจัดกลุ่มประเด็นของปัญหาได้เป็น 4 ประเภหลักๆ คือ ประเด็นเกี่ยวกับศิลปิน ประเด็นเกี่ยวกับพื้นที่และธุรกิจสนับสนุน ประเด็นเกี่ยวกับคนดูและตลาด และประเด็นเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งการทำความเข้าใจรายละเอียดประเด็นปัญหานั้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ต่อการทำความเข้าใจในสถานการณ์ หรือการดำเนินการของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องต่างๆ เป็นอย่างไรบ้าง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนา และออกแบบเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ เป็นลำดับต่อไป โดยประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ มีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

ศิลปิน	Space / ธุรกิจสนับสนุน	คนดู / ตลาด	ภาครัฐ
จำนวนศิลปิน - จำนวนศิลปินมากขึ้นแต่ตลาดไม่รองรับ ทำให้ต้องไปประกอบอาชีพอื่นเป็นหลัก ทัศนคติ / ทักษะ - ทัศนคติ 'ศิลปินไส้แห้ง' - ค่านิยมว่าห้ามขายงานผ่านแกลลอรี - ขาดทักษะในด้านการบริหาร การนำเสนอ การขาย ช่องทางหารายได้ การใช้เทคโนโลยี เป็นต้น - หลักสูตรไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย - การเรียนรู้ด้านศิลปะมีราคาแพง - เอกชนอยากถ่ายทอดองค์ความรู้ แต่ไม่มีช่องทาง ผลงาน - ปัจจุบันแบ่งประเภทงานยากขึ้น - Content งานไทย ไม่เป็น universal มักเป็นเรื่องศาสนา วัฒนธรรม ซึ่งความเป็นไทยยังมีความเป็นไทยแบบที่จับต้องไม่ได้ยังสามารถต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากประเทศอื่นได้ - COVID-19 ทำให้ต้องหารูปแบบการสร้างประสบการณ์แบบใหม่มากขึ้น เช่น touchless และต้องใช้เทคโนโลยี - ยังมีความเชื่อของคนรุ่นเก่า ที่จำกัดเนื้อหาการแสดงผลออกที่หลายๆ - ศิลปินตั้งราคาตามใจ ทำให้กระทบราคาตลาด รวมถึงราคาสีขลิบสีต่างๆ การสนับสนุน - ศิลปินต่างจังหวัดไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าศิลปินในเมือง - ศิลปินไทยไม่ค่อยเห็นงานต่างประเทศ ทำให้ไม่เห็นงานหลายๆ	Space - มีพื้นที่น้อย ทั้งพื้นที่สำหรับการสร้างงาน (โดยเฉพาะงานขนาดใหญ่) และพื้นที่สำหรับแสดงงาน - ขาดพื้นที่แสดงงานเดี่ยว สำหรับการสร้างชื่อของศิลปินใหม่ๆ - Public space ลดลงเรื่อยๆ และรัฐไม่ได้เห็นความสำคัญ - Museum ไม่น่าสนใจ Gallery - แกลเลอรีน้อยลงเรื่อยๆ เนื่องจากบริหารต้นทุนไม่ไหว - บางแห่งเข้าถึงยาก เน้นแสดง collection ส่วนตัวของเจ้าของ - นำเสนองานไม่ค่อยน่าสนใจ - ขาดการสร้างการเข้าถึงกับศิลปิน ในค่า commission กับค่าบริการ - เทคโนโลยีทำให้การขายงานไม่ต้องผ่านตัวกลางอีกต่อไป ขายออนไลน์ได้เลย Curator - มี Curator จำนวนน้อยราย ทำให้งานไม่หลากหลาย และต้องใช้คนเดิมๆ - ไม่มีหลักสูตรสำหรับ curator โดยเฉพาะ - เด็กเริ่มสนใจมากขึ้น แต่อาจไม่มีตลาดรองรับในอนาคต Art management - ขาดธุรกิจตัวกลาง เช่น art dealer, online marketplace ทำให้ระบบนิเวศไม่สมบูรณ์ - ธุรกิจรับผลิตงานศิลปะตามแบบ มีจำนวนน้อยในประเทศ - ธุรกิจเทคโนโลยีศิลปะน้อยมาก	คนดู - คนสนใจงานศิลปะน้อย โดยเฉพาะคนเสพงานศิลปะในเชิงลึก และเสพตามกระแสเป็นหลัก - คนมองว่าศิลปะเป็นเรื่องไกลตัว เป็นของคนบางระดับ - ไม่มีระบบพัฒนาคนดู ตั้งแต่การสร้างจำนวนคนดูไปจนถึงคนซื้องาน - ระบบการศึกษาไม่ได้พัฒนาความเข้าใจในศิลปะ ตลาด - ภาพรวมตลาดศิลปะไม่คึกคักเท่าต่างประเทศ เนื่องจากขาดการสนับสนุนทั้งระบบ - เป็นการซื้อขายโดยตรง (Direct sale) มากกว่าผ่านตัวกลาง ยากต่อการ track - ลูกค้าเอกชนมีทัศนคติต่องานไทยที่ไม่ดีคุณภาพ มักเลือกงานต่างชาติมากกว่า - ออกงาน art fair ต่างประเทศยาก เนื่องจากต้องผ่านแกลเลอรีในประเทศ แต่ขาดแกลเลอรีที่สามารถพาไปออกงานได้ - ขาด art fair ที่มีคุณภาพในประเทศ แต่มี hotel art fair ก็พอมีมาตรฐาน - ไม่มีระบบประมูลงานศิลปะในประเทศ มักต้องเอางานไปประมูลในต่างประเทศ นักสะสม - มีนักสะสมรุ่นใหม่มากขึ้น แต่ภาพรวมก็ยังน้อยอยู่ และเริ่มรวมตัวเป็นสมาคม - บางส่วนสะสมงานตามคนอื่นมากกว่าตามความสนใจเฉพาะตน แต่มีนักสะสมที่ลองเก็บงานที่หลากหลายขึ้น - บางส่วนก็เป็นผู้ secondary dealer ขายงานเพื่อเก็งกำไร	กระบวนการ / การดำเนินการ - ศิลปะในประเทศไม่ได้รับการสนับสนุนมากนัก - เจ้าหน้าที่ไม่มีความเข้าใจ ทำให้ไม่มีมาตรการที่เพียงพอ และไม่ตรงกับความต้องการ - ไม่มีกรรมการที่เป็นตัวแทนจากคนในอุตสาหกรรมที่มีความเข้าใจจริงๆ - ไม่มีเป้าหมาย/แผนการส่งออกวัฒนธรรม - มีสนับสนุนกลุ่มเดิมๆ ไม่ได้ครอบคลุม - โครงการสนับสนุนขาดการวางแผน บางโครงการเปิดรับสมัครกระชั้นชิด - ขาดการบูรณาการกับเอกชน บางงานจัดเหมือนกับเอกชน เช่น Biennale - ควรถามความต้องการของคนในชุมชนด้วยว่าอยากให้มีการพัฒนาแบบใด เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้ชุมชนเป็นเจ้าของ - กองทุนของสสส. มีกระบวนการด้านเอกสารและไม่ได้สนับสนุนศิลปินอย่างแท้จริง - รัฐไม่ได้ปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลง เช่น ยังไม่มีหน่วยงานสนับสนุนงานใหม่ๆ และการ PR ล้าสมัย ควรใช้ Tiktok เป็นต้น ข้อมูล / งานวิจัย - รัฐควรเผยแพร่ข้อมูลความเข้าใจพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ - ขาดงานวิจัยด้านศิลปะที่หลากหลาย กฎระเบียบ / ภาษี - ขาดระเบียบ/กฎหมายเอื้อให้เกิดระบบศิลปะที่สมบูรณ์ เช่น กฎจะต้องซื้อขายผ่านตัวกลาง เป็นต้น - ไม่มีมาตรการสร้างแรงจูงใจให้เอกชนสนับสนุนศิลปะ - ภาษีศุลกากรเป็นอุปสรรคต่อการแลกเปลี่ยนงานศิลปะ และการนำงานมาจัดแสดง

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

● ประเด็นด้านศิลปิน

ด้านจำนวนของศิลปิน จากที่ได้กล่าวถึงไปในเบื้องต้นนั้น พบว่าภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย มีการผลิตจำนวนศิลปินรุ่นใหม่ ผ่านระบบการศึกษาต่างๆ ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก แต่สวนทางกับจำนวนความต้องการของตลาดงานศิลปะ ที่มีความต้องการน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ ทำให้สามารถกล่าวได้ว่าในปัจจุบัน มีปริมาณความต้องการของตลาดที่น้อยกว่าที่ควรจะเป็น ทำให้ศิลปินไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองผ่านการขายงานศิลปะได้ จึงต้องไปประกอบอาชีพอื่นๆ เป็นหลัก

ด้านทัศนคติและทักษะของศิลปิน จากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการสัมภาษณ์ศิลปินเอง ต่างก็ให้ความเห็นว่า ปัจจุบันยังมีทัศนคติด้านลบต่ออาชีพศิลปินอันเนื่องมาจากเหตุผลที่อธิบายไปก่อนหน้านี้ ที่ศิลปินไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองได้ ซึ่งสะท้อนความเป็นจริงบางประการ เพียงแต่ในอนาคต นอกจากจะต้องพัฒนาด้านตลาดให้ศิลปินเลี้ยงดูตนเองได้มากขึ้น ก็จะเป็นวิธีสร้างค่านิยมต่ออาชีพศิลปินที่ดีขึ้นได้ ประกอบกับศิลปินบางส่วน ถูกปลูกฝังความเชื่อแบบผิดๆ ต่อการขายงานผ่านแกลเลอรี ว่าเป็นช่องทางที่ไม่เหมาะสม และแนะนำให้ศิลปินขายงานเอง จะได้รับรายได้จากการขายที่มากกว่า ซึ่งความเป็นจริงแล้วนั้น การขายงานผ่านแกลเลอรีเปรียบเสมือนการขายงานผ่านธุรกิจสนับสนุนด้านการขายให้กับศิลปิน เพื่อที่ศิลปินจะได้ให้ความสำคัญกับการสร้างงานศิลปะ และให้หน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญมีช่องทางการขายงานสนับสนุนด้านการขาย จะเป็นประโยชน์กับศิลปินได้อีกด้วย จึงต้องมีการสร้างความเข้าใจใหม่ระหว่างศิลปินและธุรกิจสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับแกลเลอรีต่างๆ

ทั้งนี้ ศิลปินหลายรายสะท้อนว่า ระบบการศึกษาก็ไม่ทันสมัย และไม่ได้สอนในองค์ความรู้ด้านการประกอบอาชีพศิลปิน เช่น ทักษะการนำเสนอ ทักษะเชิงธุรกิจ การบริหารจัดการ หรือองค์ความรู้ที่ควรเรียนรู้ในการประกอบอาชีพจริงๆ อีกด้วย และการไปเรียนเพิ่มเติม โดยเฉพาะการเรียนด้านศิลปะมักมีราคา ค่าเรียนที่สูงมากอีกด้วย ทั้งนี้ หน่วยงานเอกชนด้านศิลปะบางแห่ง มีความคิดที่จะถ่ายทอดทักษะหรือองค์ความรู้ที่จำเป็น เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับศิลปินหรือผู้ที่สนใจอื่นๆ เพียงแต่ไม่มีช่องทางในการรวบรวมองค์ความรู้นั้น หรือไม่มีช่องทางให้ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้อีกด้วย

ด้านผลงาน ปัจจุบัน ประเภทของงานศิลปะเริ่มมีการผสมผสานสื่อหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อสมัยใหม่ต่างๆ ทำให้รูปแบบงานมีความหลากหลายมากขึ้น และไม่สามารถจำกัดประเภทของงานศิลปะได้อีกต่อไป อีกทั้งเนื้อหาของงานของศิลปินไทยโดยส่วนมาก มักจำกัดอยู่กับเรื่องศาสนา ความเชื่อ ความเป็นไทย เป็นต้น ซึ่งเป็น content ที่ค่อนข้างเฉพาะตัว ในมุมมองของผู้มีประสบการณ์ด้านการขายงานในต่างประเทศ พบว่า content ศิลปะไทยที่ค่อนข้างแคบนี้ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงตลาดในต่างประเทศได้มากนัก ในอนาคตจำเป็นต้องให้ศิลปินไทยได้มีโอกาสแสวงหาที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะงานศิลปะระดับนานาชาติต่างๆ เพื่อเป็นการพัฒนาเรื่องที่จะนำเสนอให้กว้าง และมีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ พบว่าการสร้างงานศิลปะไทยที่หยิบยกเรื่องวัฒนธรรม มาต่อยอด หรือนำเสนอด้วยรูปแบบหรือวิธีใหม่ๆ โดยศิลปินรุ่นใหม่ บางครั้งจะไม่สามารถทำได้ เนื่องจากถูกห้าม หรือถูกจำกัดเนื้อหาว่าเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม จึงทำให้ศิลปินรุ่นใหม่ๆ ไม่สามารถนำเสนองานศิลปะที่หลากหลายมากนัก

ทั้งนี้ ในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่ามีหลายปัจจัยที่ทำให้การสร้างงานต้องเปลี่ยนรูปแบบไปจากเมื่อก่อน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทำให้รูปแบบสื่องานศิลปะเปลี่ยนไป รวมถึงสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ที่ทำให้รูปแบบการแสดงผลงานศิลปะ ต้องพัฒนาให้มีลักษณะที่ดีขึ้น ลดการสัมผัส ลดการเดินทาง เป็นต้น ทำให้การแสดงผลงานศิลปะต้องปรับรูปแบบเป็นการแสดงผลงาน online หรือใช้เทคโนโลยีมาช่วย เช่น online museum experience เป็นต้น

จากการขายงานโดยตรงจากศิลปินไปยังผู้ซื้อและไม่ผ่านตัวกลาง รวมถึงการขายงานของศิลปินไทยหลายราย ที่ขายงานโดยตั้งราคาตามอารมณ์หรือความรู้สึก มากกว่าอิงตามราคาตลาด ซึ่งการตั้งราคาตามใจนี้ ส่งผลกระทบต่อราคางานศิลปะที่ควรจะเป็น ซึ่งทำให้งานของศิลปินรายอื่นๆ ขายงานยากขึ้นได้อีกด้วย ทั้งนี้ จึงต้องสร้างความเข้าใจในภาพรวม หรือความเข้าใจต่อการกำหนดราคางานศิลปะ ผ่านการให้ความรู้แก่ศิลปิน หรือการขายงานผ่านตัวกลางที่มีความเข้าใจในด้านการขาย เช่น แกลเลอรีต่างๆ ก็สามารถช่วยให้ศิลปินสามารถตั้งราคาตามที่ต้องการจะเป็นได้มากขึ้นได้อีกด้วย

ด้านการสนับสนุนศิลปิน จากการวิเคราะห์แนวทางสนับสนุนในปัจจุบัน ประกอบกับการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่าปัจจุบันมีแนวทางพัฒนาศิลปินเฉพาะบางกลุ่ม เช่น ศิลปินสังกัดศิลปินศิลปาธรเป็นหลัก ซึ่งในภาพรวมนั้น ยังขาดการสนับสนุนศิลปินกลุ่มอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะศิลปินรุ่นใหม่ต่างๆ ที่ยังต้องการความสนับสนุนในด้านต่างๆ อีกทั้งศิลปินในต่างจังหวัด ที่ไม่สามารถเข้าถึงหน่วยงานสนับสนุนเหมือนศิลปินที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ อีกด้วย ทั้งนี้ จากประเด็นเรื่องเนื้อหาของงานศิลปะที่ไม่หลากหลาย เป็นเพราะศิลปินยังขาดการสนับสนุนให้ไปออกงาน หรือร่วมงานในระดับนานาชาติ ที่จะสามารถเปิดมุมมองด้านการสร้างงานที่กว้างขึ้น มากกว่ามีประสบการณ์เฉพาะในประเทศ ที่จะได้เห็นเพียงงานของไทยเท่านั้น รวมถึงขาดโอกาสที่จะได้เข้าถึงตลาดต่างประเทศ และไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับศิลปินต่างชาติ หรือหน่วยงานระหว่างประเทศ ที่จะสามารถให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ได้

- **ประเด็นด้านพื้นที่และธุรกิจสนับสนุน**

ด้านพื้นที่ แม้งานศิลปะบางประเภท จะสามารถผลิตได้เองที่พื้นที่ส่วนตัวของศิลปิน แต่งานศิลปะบางประเภท โดยเฉพาะงานที่มีขนาดใหญ่ เช่น ประติมากรรมต่างๆ ต้องอาศัยพื้นที่ขนาดใหญ่ในการสร้างงาน ซึ่งศิลปินรุ่นใหม่ ไม่สามารถมีทุนในการสร้างพื้นที่สร้างงานของตนเองมากนัก รวมถึงยังขาดพื้นที่สำหรับการแสดงผลงานศิลปะเพื่อสร้างการรับรู้ต่อตนเอง โดยเฉพาะศิลปินรุ่นใหม่ ที่ต้องสร้างการรับรู้ต่องานศิลปะของตนเอง และในภาพรวม รัฐไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่สาธารณะ ที่จะสามารถสนับสนุนทั้งการสร้างงาน การแสดงผลงานให้กับคนทั่วไป ผ่านงานศิลปะสาธารณะ (Public art) อีกด้วย รวมถึงจำนวนพิพิธภัณฑ์ของไทยนั้น มีค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ และการแสดงผลงานยังไม่มีที่น่าสนใจเท่าที่ควร

ด้านแกลเลอรี พบว่าจำนวนแกลเลอรีน้อยลงเรื่อยๆ ในปัจจุบัน เนื่องจากขาดการสนับสนุน ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ และผู้ชมที่น้อยลง จากปัญหาด้านธุรกิจทำให้แกลเลอรีหลายแห่งต้องปิดตัวลงในหลายปีที่ผ่านมา และพื้นที่แสดงผลงานศิลปะบางแห่ง เป็นการแสดงเฉพาะงาน collection ส่วนตัวของเจ้าของที่ค่อนข้างมีงานที่จำกัด ศิลปินเข้าถึงยาก รวมถึงผู้ชมก็ไม่ได้เห็นงานที่หลากหลายมากนัก และในภาพรวมก็ยังขาดการแสดงผลงานศิลปะในแกลเลอรีที่มีความน่าสนใจ รวมถึงขาดการสร้างความรู้ความเข้าใจกับศิลปิน ในเรื่องทัศนคติของการขายงานผ่านแกลเลอรี ที่จะเป็นหน่วยงานสนับสนุนการขายของศิลปินมากกว่าจะเอาเปรียบการขายงานของศิลปิน เป็นต้น และปัจจุบัน ในตลาดงานศิลปะในต่างประเทศ พบว่าเริ่มมีแนวโน้มที่ศิลปินขายงานผ่านช่องทางออนไลน์ของตนเองมากขึ้น ทำให้ความสำคัญของการขายงานผ่านแกลเลอรีลดลง ทำให้แกลเลอรีต้องปรับตัวผ่านการสร้างความน่าสนใจ และสร้างอัตลักษณ์ให้แกลเลอรีของตนเองมากขึ้น ในขณะที่แกลเลอรีของไทยอาจยังไม่เห็นการปรับตัวต่อปัญหาดังกล่าวมากนัก

ด้านภัณฑารักษ์ (Curator) จากปัญหาดังต้น จะเห็นได้ว่าจะมีกล่าวถึงการแสดงผลงานศิลปะของไทย ไม่น่าสนใจมากนัก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะยังขาดจำนวนภัณฑารักษ์ในประเทศที่มีคุณภาพ และมีจำนวนน้อยมาก ทำให้พิพิธภัณฑ์ หรือแกลเลอรี ไม่สามารถสร้างงานที่หลากหลายและน่าสนใจได้มากนัก รวมถึงระบบการศึกษาในประเทศยังไม่มีหลักสูตรสำหรับการพัฒนาภัณฑารักษ์โดยเฉพาะอีกด้วย ดังนั้น ในอนาคตจึงจำเป็นต้องมีแนวทางพัฒนาให้เกิดภัณฑารักษ์มากขึ้น หรือรวมถึงบทบาทอาชีพสนับสนุนงานศิลปะในด้านอื่นๆ มากขึ้นอีกด้วย

ด้านธุรกิจสนับสนุน จากที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ในภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ยังขาดจำนวนธุรกิจสนับสนุนงานศิลปะอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งธุรกิจสนับสนุนการขายงานศิลปะ (Art dealer) ธุรกิจขนส่งและดูแลรักษางานศิลปะ ช่องทางการขายงานศิลปะออนไลน์ ธุรกิจสนับสนุนการผลิตงานศิลปะอื่นๆ เช่น การผลิตประติมากรรม การขึ้นรูปงานขนาดใหญ่ ธุรกิจเทคโนโลยีด้านศิลปะ และธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งกล่าวได้ว่ายังขาดผู้เล่นในบทบาทต่างๆ ที่สามารถสนับสนุนการดำเนินการในอุตสาหกรรมในประเทศ

● ประเด็นด้านคนดูและตลาด

ด้านคนดู จำนวนคนทั่วไปที่สนใจ และมีความเข้าใจด้านศิลปะมีอยู่จำนวนน้อยมาก เป็นเพราะยังขาดการถ่ายทอด และปลูกฝังให้คนทั่วไปมีความเข้าใจในศิลปะ ทำให้ผู้ชมในปัจจุบัน อาจเกิดจากการเสพงานศิลปะตามกระแส มากกว่าเสพงานด้วยความชอบในงานศิลปะ อีกทั้งยังมองว่าศิลปะเป็นเรื่องไกลตัว เข้าถึงยาก และเป็นเรื่องสำหรับคนบางกลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะยังขาดระบบการพัฒนาให้เกิดคนดูที่มีคุณภาพ เช่น ระบบการศึกษาที่ทำให้เด็กๆ เข้าถึง และเข้าใจในงานศิลปะ หรือหน่วยงานศิลปะก็ยังขาดการดำเนินการให้คนทั่วไป มีความสนใจในงานศิลปะมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งหากจำนวนคนดูเพิ่มมากขึ้นนั้น ก็มีโอกาสด้านคนดูเหล่านั้น จะเปลี่ยนเป็นผู้ซื้องานศิลปะ ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้ศิลปินเจ้าของงาน สามารถประกอบอาชีพเป็นศิลปินต่อไปได้ในท้ายที่สุด

ด้านตลาด จากปัญหาด้านคนดูในช่วงต้น ทำให้ในภาพรวมตลาดงานศิลปะของไทยไม่คึกคักมากเท่าที่ควร กล่าวคือในตลาด มีจำนวนผู้ผลิต หรือศิลปินอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังคงขาดจำนวนผู้ซื้องานศิลปะ และการซื้อขายที่เกิดขึ้น มักเป็นการซื้อขายโดยตรงจากศิลปินไปยังผู้ซื้อโดยไม่ผ่านตัวกลาง ทำให้ไม่มีการบันทึกการซื้อขายที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงขาดกฎระเบียบที่เอื้อให้เกิดการซื้อขายที่ผ่านตัวกลาง ที่จะช่วยสนับสนุนให้มีตัวกลางด้านศิลปะมากขึ้น ที่จะสามารถสนับสนุนให้ตัวกลางต่างๆ สามารถเป็นอีกหน่วยงานที่สามารถพัฒนาตลาดงานศิลปะในภาพรวมได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ผู้สนับสนุนที่เป็นหน่วยงานเอกชนต่างๆ กลับมีทัศนคติต่อการซื้องานศิลปะที่มองว่างานของศิลปินต่างชาติจะต้องมีคุณภาพดีกว่าศิลปินไทย ในขณะที่ศิลปินไทยจะมีความรู้ความเข้าใจบริบทของประเทศไทยได้ดีกว่า แต่ธุรกิจเอกชนก็มักจะเลือกสนับสนุนงานของศิลปินต่างชาติเป็นหลักมากกว่า

ในด้านตัวกลางของตลาดงานศิลปะ เช่น Art Fair พบว่าไม่มีงานศิลปะในประเทศมากนัก อาจมีการจัด Art Fair ในโรงแรมบ้าง แต่ก็ยังมีจำนวนน้อย และการออกงาน Art Fair บางแห่งในต่างประเทศก็เข้าไปได้ยาก เนื่องจากจะต้องผ่านการคัดเลือกจากแกลเลอรีสมาชิกในแต่ละ Art Fair ซึ่งต่อเนื่องจากที่ไทยไม่มีจำนวนแกลเลอรีที่สามารถเป็นสมาชิกของ Art Fair ในต่างประเทศนั้น ก็จะไม่มีช่องทางการสนับสนุนให้ศิลปินในประเทศ ไปเข้าร่วมงาน Art Fair นั้นๆ ได้เช่นกัน รวมถึงยังขาดช่องทางการขายงานผ่านการประมูล โดยแท้จริง รวมถึงบริษัทด้านการประมูลมักมีการดำเนินการในการหางานไปร่วมงานประมูลในต่างประเทศเป็นหลัก เนื่องจากตลาดงานศิลปะของไทยมีขนาดเล็กมาก และไม่เพียงพอต่อการจัดการประมูลงานศิลปะขนาดใหญ่ในประเทศนั่นเอง ทั้งนี้ยังติดปัญหาเรื่องระบบภาษีนำเข้าต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้างานศิลปะจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศ

ด้านนักสะสม กลุ่มผู้ซื้องานศิลปะเป็นประจำ คือกลุ่มนักสะสม โดยพบว่ายังมีจำนวนนักสะสมในประเทศจำนวนน้อย และเริ่มมีการรวมกลุ่มเป็นนักสะสมงานศิลปะมากขึ้นในปัจจุบัน และเนื่องจากงานศิลปะไม่หลากหลายมากนัก ก็ทำให้นักสะสมงานที่ไม่หลากหลายเช่นกัน บางส่วนจะเป็นการซื้อตามนักสะสมคนอื่น มากกว่าจะซื้อตามความต้องการของตนเอง เป็นต้น รวมถึงนักสะสมในประเทศ ก็มีบทบาทในการขายงานต่อ หรือทำตัวเป็น secondary dealer ในการขายต่องานศิลปะเพื่อการเก็งกำไร เป็นต้น

- **ประเด็นด้านหน่วยงานภาครัฐ**

ด้านกระบวนการและการดำเนินการ ปัญหาหลักๆ ที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือเรื่องกระบวนการและการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานและเจ้าหน้าที่รัฐ ไม่มีความเข้าใจ ไม่เห็นคุณค่า หรือโอกาสในการสนับสนุนงานศิลปะ ทำให้ไม่มีนโยบาย หรือแนวทางการสนับสนุนด้านศิลปะมากเท่าที่ควร หรือมาตรการ/แนวทางที่มี ไม่ได้ตรงกับความต้องการของหน่วยงานในอุตสาหกรรมอีกด้วย รวมถึงคณะกรรมการที่มีอำนาจ ไม่ได้มีความเข้าใจ และไม่ได้มีแนวทางดึงผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงศิลปะเป็นสมาชิกในคณะกรรมการที่สามารถออกความเห็นหรือผลักดันให้เกิดการสนับสนุนที่ควรจะเป็นได้ ในภาพรวมก็ยังขาดเป้าหมาย หรือแผนพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่เป็นรูปธรรม ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างก็ดำเนินการเฉพาะบทบาทหน้าที่ของตนเอง มากกว่าบูรณาการเพื่อไปยังเป้าหมายเดียวกัน การสนับสนุนที่มีก็จะสนับสนุนเฉพาะกลุ่มเดิมๆ หรือกลุ่มที่มีความใกล้ชิดกับหน่วยงานเท่านั้น ไม่ได้มีการสนับสนุนที่หลากหลายและครอบคลุมมากนัก ทั้งยังขาดการบูรณาการกับเอกชน ในการร่วมมือกันสนับสนุนอุตสาหกรรม บางกิจกรรมไม่เพียงแต่จะไม่สนับสนุนหน่วยงานเอกชนที่เป็นผู้จัดกิจกรรม แต่กลับสร้างงานที่คล้ายกันขึ้นมาเองอีกด้วย เช่น การจัด Art Biennale เป็นต้น การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ยังขาดการทำความเข้าใจคนในพื้นที่ว่ามีความต้องการพัฒนาด้านศิลปะเป็นอย่างไร ทำให้ไม่มีการพัฒนาด้านศิลปะที่เชื่อมโยงกับพื้นที่หรือกับชุมชนมากนัก กองทุนของसर. ที่มีก็ไม่มีกระบวนการบริหารจัดการที่ชัดเจน ในการให้การสนับสนุนที่หลากหลาย และแนวทางการพัฒนาด้านอื่นๆ ไม่ได้ก้าวทันกับปัจจุบัน มีความล้าหลังอยู่มาก โดยเฉพาะการใช้ช่องทางใหม่ๆ ในการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ด้านข้อมูลและงานวิจัย ภาครัฐมีหน้าที่ในการจัดทำให้มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินการในภาพรวมของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะเรื่องข้อมูลและงานวิจัย แต่ปัจจุบัน พบว่ารัฐหลายหน่วยงาน มีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลที่ใช้ประโยชน์เฉพาะภายในหน่วยงานนั้นๆ มากกว่าเผยแพร่ข้อมูลให้เป็นประโยชน์กับหน่วยงานอื่นๆ ได้ใช้ประโยชน์ และในภาพรวมงานวิจัยด้านศิลปะ ยังไม่หลากหลายมากนัก มีเฉพาะการจัดทำในบางเรื่อง โดยเฉพาะเรื่องงานศิลปะแบบดั้งเดิม และยังขาดการวิจัยเพิ่มเติมในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะความเข้าใจในพฤติกรรมคนดูหรือผู้บริโภคด้านงานศิลปะ เป็นต้น

ด้านกฎระเบียบและมาตรการทางภาษี รัฐสามารถเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดแนวทางการสนับสนุนโดยหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้ ผ่านการใช้แรงจูงใจทางภาษี หรือกฎระเบียบต่างๆ เช่น กลไกที่เอื้อให้เกิดระบบตลาด ผ่านข้อบังคับให้การซื้อขายงานศิลปะต้องผ่านตัวกลาง เป็นต้น (ในหลายประเทศ จะมีกฎหมายเอื้อให้เกิดการซื้อขายโดยผ่านตัวกลางในลักษณะนี้) ทั้งนี้ก็ยังขาดการสร้างแรงจูงใจในการสนับสนุนงานศิลปะผ่านมาตรการทางภาษี เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับธุรกิจที่ให้การสนับสนุนการสร้างงานศิลปะในด้านต่างๆ หรือมาตรการทางภาษีเอื้อให้เกิดการลงทุนด้านศิลปะ เป็นต้น ทั้งนี้ ระเบียบภาษีศุลกากรด้านงานศิลปะยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนงานศิลปะระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการนำเข้างานศิลปะที่ยังไม่เกิดการซื้อขาย ก็จะถูกเก็บภาษีเท่ากับการนำเข้าผลิตภัณฑ์ฟุ่มเฟือยอื่นๆ และบางครั้งก็ถูกเก็บภาษีที่ไม่เป็นธรรม รวมถึงระบบ A.T.A CARNET สำหรับการงดเว้นภาษีที่เกี่ยวข้องนั้นมักจำกัดระยะเวลาที่สั้นและตายตัว ซึ่งไม่สะดวกกับแลกเปลี่ยนงานศิลปะ

จากประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้น ทำให้เข้าใจว่าการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในปัจจุบันนั้น ยังประสบปัญหาในด้านใดบ้าง เพื่อเป็นการทำความเข้าใจบริบทของสถานการณ์ของการดำเนินการต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัญหาในแต่ละด้านนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่เป็นปัจจัยในภาพรวมของอุตสาหกรรมเป็นหลัก (เช่น เรื่องตลาดงานศิลปะ เป็นต้น) เพราะฉะนั้น ในการออกแบบแนวทางสนับสนุน และแก้ไขปัญหา ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการในภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมต่อไป แต่ก่อนที่จะเป็นการนำเสนอแผนนั้น ในหัวข้อต่อไป จะเป็นการสรุปการวิเคราะห์ช่องว่างของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ ว่ายังสามารถพัฒนาการดำเนินการในด้านต่างๆ ได้อย่างไรบ้าง ซึ่งจะมีรายละเอียดในหัวข้อต่อไปนี้

5.3 การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

จากที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลช่องว่างการพัฒนาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ตามการจัดกลุ่มประเด็นของอุตสาหกรรม 4 ด้านหลัก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

	 ศิลปิน	 Space / ธุรกิจสนับสนุน	 คนดู / ตลาด	 ภาครัฐ
 To be	ศิลปินมี Business Mindset มีมาตรฐานอาชีพเทียบเท่าอาชีพอื่นๆ และศิลปินได้รับการสนับสนุนอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม	มีพื้นที่รองรับการสร้างและแสดงงานศิลปะ รวมถึงเชื่อมศิลปะกับชุมชน และมีธุรกิจสนับสนุนด้านศิลปะอย่างเพียงพอ	ตลาดและคนดูงานศิลปะของไทยทั้งในและต่างประเทศ เติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง	หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ควบคู่กับการพัฒนาการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
 GAP การพัฒนา อุตสาหกรรม	✓ พัฒนากิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การบริหารจัดการ การตลาดและการขาย • มีการสนับสนุนศิลปินอย่างครอบคลุมรวมศิลปินรุ่นใหม่ ศิลปินต่างจังหวัด หรือศิลปินผู้พิการ • พัฒนาความคุ้มครองสิทธิ/มาตรฐานอาชีพ	• สนับสนุนแกลเลอรี โดยเฉพาะด้านเงินทุน หรือด้านภาษี • พัฒนาพื้นที่/ชุมชน ด้วยศิลปะ ✓ กุญแจสำหรับธุรกิจสนับสนุนศิลปะรายใหม่ ✓ พัฒนาจำนวน curator ที่มีคุณภาพ รวมถึงอาชีพสนับสนุนอื่นๆ	✓ สร้างการเข้าถึงงานศิลปะ และขยายฐานผู้ชม/ผู้สนใจ • สร้างกลไกพัฒนาผู้ชมเป็นผู้ซื้องานศิลปะ เพื่อสร้างตลาดในประเทศ • เชื่อมโยงกับตลาดศิลปะของต่างประเทศ	✓ กำหนดเป้าหมายและแผนอย่างชัดเจน ✓ เจ้าหน้าที่รัฐควรสร้างความเข้าใจในศิลปะ/อุตสาหกรรม ✓ ต่อยอดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ และมีการนำเสนอข้อมูลให้เป็นประโยชน์แก่สาธารณะ ✓ สร้างกลไกความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
 As is	สถานการณ์และปัญหาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในปัจจุบัน รวมถึงบทบาทของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง			

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้น เป็นการวิเคราะห์ช่องว่าง ความแตกต่าง ระหว่างการดำเนินการในปัจจุบัน ซึ่งหมายถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรม โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมถึงข้อมูลการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับเป้าหมายของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่ควรจะเป็น ซึ่งเป็นภาพเป้าหมายที่คาดหวัง โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ว่ามองภาพอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่ควรจะเป็น เป็นอย่างไร ประกอบกับข้อมูลการวิเคราะห์กรณีศึกษา จากต่างประเทศ ว่าในต่างประเทศ มีแนวทางการพัฒนาที่น่าสนใจเป็นอย่างไร

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากสองส่วนนั้น จะทำให้เห็นว่า ช่องว่างระหว่างสถานการณ์ปัจจุบัน กับภาพที่ควรจะเป็น มีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง จะทำให้เข้าใจว่า ในแต่ละประเด็นของการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ จะต้องดำเนินการเพิ่มเติมในเรื่องใดบ้าง ซึ่งจากแผนภาพในข้างต้น จะมีรายละเอียดช่องว่างแต่ละด้าน ดังนี้

ช่องว่างด้านศิลปิน จะต้องพัฒนาให้มีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปรับปรุงหลักสูตรของระบบการศึกษาให้สามารถพัฒนาทักษะในด้านอื่นๆ อย่างครบถ้วน เพื่อให้เกิดศิลปินรุ่นใหม่ ที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ หรือประกอบอาชีพเป็นศิลปินที่เลี้ยงชีพตัวเองได้มากขึ้น หรือแม้กระทั่งพัฒนาระบบการสอนในช่องทางอื่นๆ เช่น หลักสูตรออนไลน์พัฒนาทักษะธุรกิจในการประกอบอาชีพศิลปินโดยเฉพาะ เป็นต้น ทั้งนี้ มาตรการสนับสนุนศิลปิน จะต้องพิจารณาให้มีแนวทางสนับสนุนและต่อยอดศิลปินให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกประเภทอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนศิลปินรุ่นใหม่และศิลปินในภูมิภาคอื่นๆ รวมถึงยกระดับกฎระเบียบ หรือกฎหมายคุ้มครองให้อาชีพศิลปิน มีความเท่าเทียมกับอาชีพอื่นๆ มากขึ้น

ช่องว่างด้านพื้นที่และธุรกิจสนับสนุน จะต้องพัฒนากลไกสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะแกลเลอรีต่างๆ ให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ และมีจำนวนรวมถึงความหลากหลายของแกลเลอรีมากขึ้น ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน และระบบภาษีต่างๆ เป็นต้น รวมถึงสนับสนุนให้มี Public Space มากขึ้น เพื่อเป็นพื้นที่เชื่อมชุมชนกับงานศิลปะ นอกจากนี้ ยังขาดการสนับสนุนให้เกิดธุรกิจสนับสนุนงานศิลปะใหม่ๆ จึงต้องมีระบบให้ทุนสำหรับธุรกิจศิลปะใหม่ๆ รวมถึงสนับสนุนการให้ทุนการศึกษา หรือการสนับสนุนให้เกิดอาชีพสนับสนุนอื่นๆ เช่น ภัณฑารักษ์ มากขึ้นในอนาคต

ช่องว่างด้านคนดูและตลาด จะต้องพัฒนาให้มีฐานคนดู หรือคนที่สนใจงานศิลปะมากขึ้น ผ่านการประชาสัมพันธ์ หรือรูปแบบกิจกรรมดึงดูดคนดูใหม่ๆ และพัฒนาระบบการศึกษา ให้เข้าถึงและเข้าใจงานศิลปะมากขึ้น เพื่อมีจำนวนคนดูมากขึ้นแล้วนั้น ก็จะต้องมีกลไกสนับสนุนให้คนดูสามารถเปลี่ยนเป็นผู้ซื้องานศิลปะได้มากขึ้นต่อไปด้วย เช่น การจัด Art Fair หรือช่องทางการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อเชื่อมผู้ที่สนใจซื้องานศิลปะ ให้สามารถเข้าถึงงานศิลปะ หรือเข้าถึงผู้ผลิตมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างตลาดงานศิลปะทั้งในและต่างประเทศ ให้มีการซื้อขายมากขึ้นต่อไป

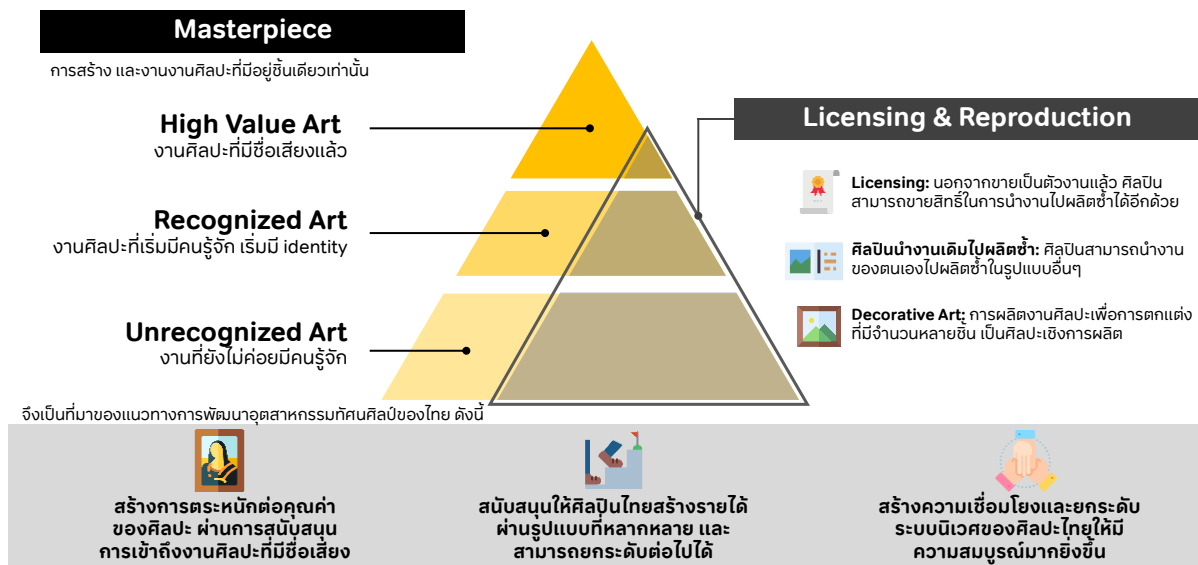
ช่องว่างด้านหน่วยงานภาครัฐ ควรสร้างความเข้าใจต่อการดำเนินการในเชิงศิลปะ และการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์มากขึ้น เพื่อให้มีเป้าหมายการพัฒนาด้านศิลปะที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป้าหมายในการส่งออกศิลปวัฒนธรรมของประเทศ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ ประกอบกับพัฒนาด้านการเก็บรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม และต่อสาธารณะ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึง และนำไปต่อยอดใช้ประโยชน์ได้ในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ บทบาทของภาครัฐ ควรเป็นเพียงผู้สนับสนุนในส่วนที่เอกชนไม่สามารถทำได้ หรือให้การสนับสนุนในเรื่องที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม ดังนั้น รัฐจะต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการร่วมดำเนินการเฉพาะบางเรื่อง ในการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ต่อไป

จากข้อมูลข้างต้น จะเป็นการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาในภาพรวมของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ทั้งหมดของประเทศไทย จะเห็นได้ว่ายังต้องได้รับการพัฒนาอีกหลายส่วน แต่ในขณะเดียวกัน CEA ไม่สามารถดำเนินการพัฒนาในทุกช่องว่างดังกล่าวได้ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านการดำเนินการ จึงจะเห็นได้ว่า มีช่องว่างบางส่วนเท่านั้นที่ CEA สามารถดำเนินการพัฒนาหรือสนับสนุนในช่องว่างนั้นๆ ได้ ซึ่งขอบเขตช่องว่างที่ CEA สามารถดำเนินการพัฒนาเองได้นั้น จะได้แก่ประเด็นที่มีสัญลักษณ์เครื่องหมายถูกสีเขียว ที่ได้นำเสนอไว้ในแผนภาพข้างต้น

ข้อมูลที่ได้นำเสนอผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษารวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลจากการวิจัยในบริบทต่างประเทศ จากกรณีศึกษา ข้อมูลการดำเนินการของรัฐในปัจจุบัน ตลอดจนข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้เข้าใจสถานการณ์ ประเด็นปัญหา รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ซึ่งเป็นข้อมูลตั้งต้นที่มีประโยชน์เป็นอย่างมาก ในการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา ว่าในขั้นตอนถัดไป คือการออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างไรต่อไป ซึ่งจะนำเสนอรายละเอียดของแนวทางการพัฒนาตามช่องว่างการพัฒนา ในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ในบทต่อไป

บทที่ 6 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์

หลังจากการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย โดยใช้ข้อมูลสถานการณ์และศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ตลอดจนรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรม ในลำดับต่อไป จะเป็นการออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ยังได้นำประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงโอกาส และแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของต่างประเทศจากกรณีศึกษา มาร่วมวิเคราะห์และจัดทำเป็นแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์อีกด้วย



ภาพที่ 42 แนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

แนวคิดหลักของการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยนั้น จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่ได้นำเสนอไปในเบื้องต้น ภาพรวมของงานทัศนศิลป์ในประเทศไทยนั้น มีความหลากหลาย และมีความแตกต่างในเชิงระดับของงาน จากความแตกต่างของควมมีชื่อเสียงของศิลปิน โดยเบื้องต้น เมื่อกล่าวถึงงานทัศนศิลป์ หรืองานศิลปะ มักกล่าวถึงในบริบทการสร้างงานศิลปะที่มีขึ้นเดียว หรือเรียกว่างาน Masterpiece ที่แตกต่างกันตามความมีชื่อเสียงของศิลปิน ที่ทำให้ขายในราคาที่แตกต่างกัน ในขณะเดียวกัน ยังมีการสร้างมูลค่าผ่านรูปแบบอื่น ไม่เพียงแต่เป็นการสร้างงานใหม่ขึ้นมาเท่านั้น เช่น การขายสิทธิ์ของงานศิลปะนั้น (Licensing) ในการนำงานนั้นๆ ไปผลิตในรูปแบบอื่นๆ หรือศิลปินก็สามารถนำงานของตนเอง เช่น ภาพงานที่มีชื่อเสียงของตนเอง ไปผลิตในรูปแบบอื่น หรือทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีงานทัศนศิลป์ประเภทที่เกิดจากการผลิตซ้ำ และเป็นงานศิลปะสำหรับการตกแต่ง (Decorative art) และจากกระบวนการผลิตซ้ำจะทำให้มีราคาที่ถูกลง และคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้มากขึ้นด้วย

ดังนั้น ในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ในต่อไปนี้นั้น จะรวมทั้งการผลิตงานศิลปะที่เป็นการสร้างงานชิ้นเดียว (marterpiece) รวมถึงการสร้างมูลค่าจากรูปแบบการผลิตงานศิลปะในรูปแบบอื่นๆ อีกด้วย เพื่อเป็นการยกระดับอุตสาหกรรม ผ่านการสร้างการเข้าถึงงานศิลปะของศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ประชาชนเห็นงานศิลปะที่หลากหลาย สนับสนุนให้ศิลปินสามารถสร้างรายได้ และประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง เลี้ยงดูตนเองได้มากขึ้น และมีกลไกยกระดับศิลปินให้สามารถสร้างรายได้ได้มากขึ้น และสร้างการเชื่อมโยงภาพรวมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ให้มีระบบ และมีปัจจัยสนับสนุนการดำเนินการของอุตสาหกรรมต่อไปได้อีกด้วย

ลำดับต่อไป จะเป็นการนำเสนอกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาศาตรกรพัฒนาศาตรกรสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ โดยใช้ข้อมูลที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมความคิดเห็นฯ เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัยการพัฒนา รวมถึงรายละเอียดการดำเนินการพัฒนาที่คาดหวัง

จากการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลทั้งหมดตามข้างต้นนั้น ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ และออกแบบเป็นกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาศาตรกรพัฒนาศาตรกรสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในภาพรวมการพัฒนาศาตรกรพัฒนาศาตรกรทัศนศิลป์นั้น จะมีเฉพาะบางกลยุทธ์เท่านั้น ที่ CEA สามารถเป็นผู้ดำเนินการได้ (มีเครื่องหมายสีเขียวในแผนภาพต่อไปนี้) เนื่องจากหลายๆ กลยุทธ์ จะเป็นการพัฒนาที่ต้องอาศัยหน่วยงานอื่นๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบหลัก โดย CEA อาจเป็นหน่วยงานสนับสนุนในกลยุทธ์ดังกล่าวได้

โดยการนำเสนอในส่วนต่อไปนี้ จะแยกออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

- วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศาตรกรพัฒนาศาตรกรสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์
- ตัวชี้วัดของแผนฯ
- รายละเอียดแต่ละยุทธศาสตร์
- แผนการดำเนินโครงการ

ซึ่งนำเสนอรายละเอียดแสดงดังแผนภาพกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาศาตรกรพัฒนาศาตรกรสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ตามลำดับดังต่อไปนี้

แนวทางนำเสนอกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาศาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

วิสัยทัศน์: ตลาดศิลปะในประเทศพัฒนาอย่างมีพลวัต งานศิลปะไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (Dynamic Domestic Art Market and Variety of Thai Art is Accepted in International Market)

ตัวชี้วัด (KPI)

อัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5% ต่อปี*

จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/ แกลเลอรี/งานศิลปะ โดยรวม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 3% ต่อปี

จำนวนศิลปินที่ไปออกงานทั้งระดับโลก และ/หรือระดับภูมิภาค รวมกัน ไม่น้อยกว่า 10 คน ในระยะเวลาของแผนฯ

1

Support Art Supporters

สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ

สนับสนุนให้เกิดอาชีพ หรือบุคลากรสนับสนุนศิลปะมากขึ้น



สร้างกลไกสนับสนุนแกลเลอรี และหน่วยงานสนับสนุนศิลปะ

สร้างพื้นที่รองรับ การสร้างและแสดงผลงานมากขึ้น



2

Develop Audience & Market

สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ

พัฒนาฐานคนดูและผู้สนใจศิลปะ ในประเทศมากขึ้น



สร้างแบรนด์งานศิลปะไทย ผ่านการออกงานในต่างประเทศ

สร้างช่องทางการขายงานศิลปะ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

3

Build Art Supporting System

สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน

สนับสนุนให้มีกองทุนสร้างสรรค์ และพัฒนาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ยกระดับระบบการศึกษาด้านศิลปะ เพื่อยกระดับทักษะศิลปิน และสร้างความเข้าใจต่อศิลปะมากขึ้น



ส่งเสริมการวิจัย และจัดทำฐานข้อมูล เพื่อการพัฒนาศาหกรรมในภาพรวม



พัฒนาระบบการ กฎหมาย และภาษีที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถส่งเสริม/พัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

✓ : แนวทางการพัฒนาที่ CEA สามารถดำเนินการได้

ภาพที่ 43 กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาศาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

6.1 วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

จากข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ คือ “ตลาดศิลปะในประเทศพัฒนาอย่างมีพลวัต งานศิลปะไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (Dynamic Domestic Art Market and Variety of Thai Art is Accepted in International Market)” เนื่องจากประเด็นปัญหาของอุตสาหกรรมที่ได้นำเสนอไปข้างต้น พบว่าตลาดงานศิลปะของไทยไม่มีการเติบโตเนื่องจากขาดการพัฒนาตลาด ดังนั้น จึงควรพัฒนาให้เกิดจำนวนคนดู และเกิดเป็นตลาดงานศิลปะทั้งในและต่างประเทศมากขึ้นต่อไป ซึ่งการมีตลาดงานศิลปะที่ขยายตัวขึ้นนั้น ก็เป็นการสนับสนุนให้เกิดระบบการซื้อขายที่จะสนับสนุนผู้ผลิตคือศิลปิน รวมถึงธุรกิจสนับสนุนที่เกี่ยวข้องอื่นๆ และจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในด้านอื่นๆ ในระยะต่อไปด้วย

เพื่อดำเนินการให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามข้างต้น จึงต้องมีแนวทางพัฒนา เพื่อเป็นรายละเอียดการดำเนินการการพัฒนาในด้านต่างๆ ในแต่ละปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ซึ่งจากแผนจะกำหนดเป็น 3 ยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดตัวชี้วัดของแผน และรายละเอียดของแต่ละยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

6.2 ตัวชี้วัดของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการติดตามและประเมินผลการดำเนินการตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ต่อไป จึงต้องกำหนดตัวชี้วัดของแผน โดยเบื้องต้นได้กำหนดไว้ทั้งหมด 3 ตัวชี้วัด ซึ่งมีรายละเอียดค่าเป้าหมายและหลักการคิดของแต่ละตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

6.2.1 ตัวชี้วัดที่ 1: อัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

จากการกำหนดค่าเป้าหมายของอัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์นั้น มีหลักคิดมาจากการคำนวณอัตราการเติบโตเฉลี่ยของสาขาทัศนศิลป์ โดยใช้ข้อมูลจาก สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งค่าเฉลี่ยการเติบโตของสาขาทัศนศิลป์ตลอดปี พ.ศ. 2554 - 2560 อยู่ที่ร้อยละ 5 แต่จากสถานการณ์วิกฤตเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ผลจากการระบาดของโควิด 19) มีความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจค่อนข้างสูง ดังนั้น การกำหนดค่าเป้าหมายดังกล่าว จึงกำหนดไว้เบื้องต้นว่า มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ต้องมีการเติบโตอย่างน้อยเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวมของ CEA อีกด้วย

ตารางที่ 7 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยในช่วงที่ผ่านมา

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	Avg
1. งานฝีมือและหัตถกรรม	-7.3%	-3.5%	1.6%	-3.2%	0.3%	-1.2%	-2.2%	-2.2%
2. ดนตรี	2.9%	17.9%	7.8%	4.0%	4.2%	8.5%	5.9%	7.3%
3. ศิลปะ-การแสดง	10.8%	18.1%	23.1%	-2.7%	16.6%	-1.5%	0.8%	9.3%
4. กติชนศิลป์	4.7%	6.2%	4.9%	4.7%	8.6%	6.3%	-0.8%	5.0%
5. ภาพยนตร์	12.3%	7.7%	12.9%	2.2%	14.2%	0.1%	0.8%	7.2%
6. การแพร่ภาพและกระจายเสียง	9.2%	1.7%	11.8%	0.4%	2.3%	-2.1%	1.3%	3.5%
7. การพิมพ์	7.7%	8.9%	5.6%	1.5%	9.6%	3.2%	-0.5%	5.1%
8. ซอฟต์แวร์	12.4%	327.5%	22.4%	11.6%	11.2%	5.1%	7.0%	56.8%
9. การโฆษณา	4.6%	15.9%	5.1%	0.3%	-4.0%	-2.5%	8.0%	3.9%
10. การออกแบบ	-2.3%	3.2%	7.1%	9.6%	5.9%	4.3%	-3.0%	3.5%
11. การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม	12.9%	16.6%	3.7%	-9.8%	2.5%	0.4%	4.6%	4.4%
12. แฟชั่น	-7.7%	0.6%	16.9%	15.6%	7.4%	3.9%	-4.6%	4.6%
13. อาหารไทย	1.2%	19.7%	3.9%	3.5%	6.4%	2.2%	-3.7%	4.7%
14. การแพทย์แผนไทย	3.0%	5.6%	15.8%	3.9%	10.5%	12.6%	3.8%	7.9%
15. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	26.8%	22.3%	18.0%	1.7%	28.0%	17.3%	18.2%	18.9%
รวม 12 อุตสาหกรรม	-1.2%	10.8%	9.1%	6.5%	4.6%	2.3%	-0.1%	4.6%
รวม 15 อุตสาหกรรม	2.0%	13.6%	9.4%	5.3%	8.1%	4.8%	2.6%	6.5%

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ทั้งนี้ จากที่ได้นำเสนอไปในส่วนข้อมูลสถิติของมูลค่าอุตสาหกรรมในบทที่ 3 ซึ่งใช้การจัดเก็บข้อมูลสถิติของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่อิงจากระบบการจัดเก็บตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย หรือ Thailand Standard Industrial Classification (TSIC) พบว่ารหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมของไทยในปัจจุบัน ไม่ได้ระบุกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานสร้างสรรค์ และงานศิลปะแยกจากการผลิตผลิตภัณฑ์ทั่วไป ทำให้มูลค่าของงานสร้างสรรค์ ถูกนับรวมเป็นการผลิตเชิงอุตสาหกรรมกับผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงซึ่งไม่ได้สะท้อนมูลค่าของกิจกรรมการผลิตงานสร้างสรรค์หรืองานศิลปะโดยแท้จริง ทั้งนี้ CEA จึงต้องเร่งดำเนินการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำการพิจารณาระบบการจัดเก็บดังกล่าว เพื่อให้เหมาะสมและมีรหัสการจัดเก็บเฉพาะสำหรับงานศิลปะประเภทต่างๆ สะท้อนมูลค่าของอุตสาหกรรมที่แท้จริง และจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดที่จะต้องอิงตามตัวเลขเชิงสถิติดังกล่าวอีกด้วย

6.2.2 ตัวชี้วัดที่ 2: จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี/งานศิลปะ โดยรวมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีการจัดเก็บสถิติจำนวนผู้เข้าชมงานศิลปะในภาพรวมระดับประเทศ การจัดเก็บข้อมูลที่ปรากฏอยู่มีเพียงการจัดเก็บข้อมูลจำนวนการแสดงผลงานของแต่ละหน่วยงานเท่านั้น การกำหนดค่าเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับจำนวนผู้ชมงานศิลปะในที่นี้จึงใช้การอ้างอิงจากประเทศต้นแบบที่มีการจัดเก็บข้อมูลสถิติดังกล่าว ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และสหราชอาณาจักร โดยจากการศึกษาสถิติจำนวนผู้ชมของทั้งสองประเทศในช่วงเวลาเดียวกัน คือช่วงปี พ.ศ. 2556-2561 พบว่ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนผู้ชมที่ต่างกัน โดยสิงคโปร์ซึ่งถือเป็นแหล่งงานทัศนศิลป์เกิดใหม่ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนผู้ชมอยู่ที่ร้อยละ 2.9 ซึ่งเป็นอัตราเฉลี่ยที่สูงกว่าสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นแหล่งงานทัศนศิลป์ที่ค่อนข้างเก่าแก่และมีชื่อเสียงอยู่ก่อนแล้ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนผู้ชมงานศิลปะอยู่ที่ร้อยละ 1 ดังนั้น เมื่อพิจารณากำหนดค่าเป้าหมายจำนวนผู้ชมของประเทศไทยซึ่งจากการศึกษาพบว่ายังมีจำนวนผู้ชมงานศิลปะค่อนข้างน้อย ทำให้ยังสามารถขยายฐานคนดูให้เพิ่มขึ้นได้อีกมาก จึงได้กำหนดค่าเป้าหมายไว้เบื้องต้นว่า จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี/งานศิลปะ โดยรวมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในปัจจุบัน

ตารางที่ 8 จำนวนผู้เข้าชมงานศิลปะของสิงคโปร์และสหราชอาณาจักร

จำนวนผู้เข้าชมงาน	2556	2557	2558	2559	2560	2561	Avg.
 สิงคโปร์	-0.8%	-11.7%	18.7%	14.3%	2.8%	-5.6%	2.9%
 สหราชอาณาจักร	2.4%	3.9%	4.1%	-6.2%	-0.8%	-0.1%	1.0%

ที่มา: Singapore Cultural Statistics 2019, Taking Part Survey 2018/19 และการวิเคราะห์ของทีปภิภา

ดังนั้น เมื่อพิจารณากำหนดค่าเป้าหมายจำนวนผู้ชมของประเทศไทยซึ่งจากการศึกษาพบว่ายังมีจำนวนผู้ชมงานศิลปะค่อนข้างน้อย ทำให้ยังสามารถขยายฐานคนดูให้เพิ่มขึ้นได้อีกมาก จึงได้กำหนดค่าเป้าหมายไว้เบื้องต้นว่า จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี/งานศิลปะ โดยรวมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในปัจจุบัน

6.2.3 ตัวชี้วัดที่ 3: จำนวนศิลปินที่ไปออกงานทั้งระดับโลก และ/หรือระดับภูมิภาค รวมกันไม่น้อยกว่า 10 คน ในระยะเวลาของแผนฯ

สำหรับที่มาของตัวชี้วัดในด้านการสนับสนุนการส่งออกศิลปินไปต่างประเทศนั้นมีที่มาจากการศึกษาแนวทางของประเทศต้นแบบซึ่งมีนโยบายส่งออกศิลปินที่ค่อนข้างชัดเจน 2 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ และไต้หวัน โดยทั้งสองประเทศมีการตั้งเป้าหมายที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สิงคโปร์นั้นตั้งเป้าหมายในการส่งศิลปินไปแสดงในเทศกาลศิลปะที่มีชื่อเสียงขนาดใหญ่อย่างเทศกาล Venice Biennale ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ 2 ปี โดยตั้งไว้ว่าจะส่งศิลปินสิงคโปร์ไปเข้าร่วมแสดงผลงานในเทศกาลดังกล่าวต่อเนื่องจนถึงปี 2033 ครั้งละ 1-3 คน และมีภัณฑารักษ์ไปเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง ในขณะที่ไต้หวันใช้รูปแบบการสนับสนุนศิลปินไปแสดงในเวทีที่หลากหลาย โดยจากการศึกษาสถิติที่จัดเก็บโดยกระทรวงวัฒนธรรมของไต้หวัน พบว่าในปี 2018-2019 ทางกระทรวงวัฒนธรรมได้มีการสนับสนุนศิลปินทัศนศิลป์ไปออกงานในต่างประเทศถึง 28-29 งานต่อปี ในทั้งหมด 8 ประเทศ สำหรับประเทศไทยนั้นมีการสนับสนุนศิลปินไปแสดงงานต่างประเทศโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอยู่บ้าง แต่ยังขาดการตั้งเป้าหมายและแผนการดำเนินการในภาพรวมระดับประเทศเอาไว้อย่างชัดเจน ในเบื้องต้นจึงกำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการส่งออกศิลปินไปต่างประเทศไว้ว่า จำนวนศิลปินที่ไปออกงานทั้งระดับโลก และ/หรือระดับภูมิภาค รวมกันไม่น้อยกว่า 10 คน ในระยะเวลาของแผนฯ

 สิงคโปร์	- ตั้งเป้าหมาย ส่งออกศิลปินไปแสดงงาน Venice Biennale ทุกปีจนถึงปี 2033 - ส่งศิลปินไป 1-3 คนต่อครั้ง และมีภัณฑารักษ์ไปด้วย 1 คน - ปัจจุบันให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2003 – 2019 (ครั้งล่าสุด)
 ไต้หวัน	ข้อมูลปี 2018 – 2019 กระทรวงวัฒนธรรมของไต้หวันให้การสนับสนุนการส่งออกศิลปินไปออกงานรวม 28-29 งานต่อปี ใน 8 ประเทศ

ภาพที่ 44 ตัวอย่างจำนวนการสนับสนุนการส่งออกศิลปินไปต่างประเทศของประเทศอื่นๆ

ที่มา: เว็บไซต์ของ NAC Singapore และ Taiwan Cultural Statistics 2019

จากข้างต้น เมื่อได้นำเสนอวิสัยทัศน์ และตัวชี้วัดของแผนฯ แล้วนั้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาไปยังเป้าที่ตั้งไว้ จึงต้องมีวิธีการไปถึงเป้าหมายดังกล่าว หรือกลยุทธ์ในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ในด้านต่างๆ ตามช่องว่างการพัฒนาในแต่ละเรื่อง โดยได้กำหนดไว้เป็น 3 ยุทธศาสตร์หลัก และแต่ละยุทธศาสตร์จะประกอบไปด้วยกลยุทธ์สนับสนุนในแต่ละเรื่อง โดยมีรายละเอียดแต่ละยุทธศาสตร์ ดังนี้

6.3 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

จะเห็นว่าแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ เพื่อสนับสนุนให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และบรรลุเป้าประสงค์ตามตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของอุตสาหกรรมที่มีการกำหนดไว้ในข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อกำหนดกลไกในการดำเนินงานที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางที่ได้มีการกำหนดไว้ นำไปสู่การกำหนดแนวทางการดำเนินงานของแผนฯ โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ

ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน

จากยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ข้างต้น จะมีกลยุทธ์สนับสนุนการดำเนินการในแต่ละยุทธศาสตร์ ในส่วนของรายละเอียดกลยุทธ์และโครงการสำคัญของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ จะมีการนำเสนอในลำดับถัดไป ดังต่อไปนี้

6.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ

จากภาพรวมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน มีจำนวนศิลปินจำนวนมาก แต่ยังขาดแนวทางการสนับสนุนให้เกิดบุคลากรหรือธุรกิจสนับสนุนด้านศิลปะ รวมถึงพื้นที่ที่สามารถสนับสนุนการสร้างและแสดงงานศิลปะ ที่จะเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดระบบการที่มีประสิทธิภาพขึ้นได้ในภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ต่อไปในอนาคต

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 1 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ รายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนให้เกิดอาชีพหรือบุคลากรสนับสนุนศิลปะมากขึ้น

ในปัจจุบัน แนวทางการสนับสนุนบุคลากรในอุตสาหกรรมศิลปะ มักให้ความสำคัญไปที่การพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มศิลปินเท่านั้น ยังขาดแนวทางการสนับสนุนบุคลากรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่มีบทบาทสามารถสนับสนุนการดำเนินการในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ และเป็นประโยชน์กับศิลปิน ซึ่งเป็นผู้ผลิตงานศิลปะหลัก ที่จะมียุทธศาสตร์สนับสนุนกระบวนการอื่นๆ ได้ เช่น ธุรกิจสนับสนุนการขายงาน เป็นต้น ซึ่งสามารถเป็นการสนับสนุนให้ศิลปินสามารถให้ความสำคัญไปที่การพัฒนางานศิลปะของตนเองได้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการประชุมระดมความคิดเห็น ต่างก็มีความเห็นว่า การสนับสนุนให้เกิดอาชีพสนับสนุนอื่นๆ เช่น ภัณฑารักษ์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์หรือพื้นที่การแสดงงานศิลปะ นักบริหารจัดการวัฒนธรรม เป็นต้น เป็นตัวอย่างบทบาทอาชีพที่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนโดยเฉพาะ เมื่อเทียบกับการผลิตศิลปินที่มีหลักสูตรอยู่ในสถาบันการศึกษาเกือบทุกแห่ง จึงต้องมีการเพิ่มหลักสูตรการพัฒนาบทบาทต่างๆ ในระบบการศึกษา การสนับสนุนทุนการศึกษาในแต่ละด้าน หรือการจัดทำระบบสนับสนุนด้านองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาทักษะให้กับศิลปิน หรือผู้ที่สนใจ ก็เป็นการเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีองค์ความรู้ในบทบาทสนับสนุนต่างๆ ที่มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินการเฉพาะ และสนับสนุนการดำเนินการในอุตสาหกรรมได้ต่อไป

ยกตัวอย่างเช่น เมื่อมีจำนวนภัณฑารักษ์ที่มีศักยภาพมากขึ้นในประเทศ ก็จะสามารถสนับสนุนให้เกิดการนำเสนอผลงานศิลปะได้อย่างน่าสนใจ และหลากหลายมากขึ้น กิจกรรมศิลปะ หรืองานแสดงศิลปะในแกลเลอรี พิพิธภัณฑ์ หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีการออกแบบการนำเสนอที่มีความแปลกใหม่ได้ ก็สามารถดึงดูดให้มีผู้ชมที่สนใจงานศิลปะมากขึ้นต่อไปด้วย เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 1.2 สร้างกลไกสนับสนุนแกลเลอรีและหน่วยงานสนับสนุนศิลปะ

ในตัวอย่างกรณีศึกษาในต่างประเทศ นอกจากแนวทางการสนับสนุนบุคลากรด้านทัศนศิลป์แล้วนั้น ก็ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาหน่วยงานด้านศิลปะที่เกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น แกลเลอรี พิพิธภัณฑ์ หรือองค์กรอิสระที่สนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ต่อไป โดยรัฐเป็นผู้จัดหาระบบสนับสนุน เช่น ระบบเงินทุนสนับสนุน ภาระเบี่ยงเบนจูงใจทางภาษีต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานสนับสนุนศิลปะได้ต่อไป เนื่องจากในต่างประเทศรัฐมีแนวคิดที่ว่า ตัวกลางทางศิลปะบางแห่ง นอกจากเป็นหน่วยงานดำเนินการธุรกิจที่ต้องบริหารจัดการเพื่อผลกำไรแล้วนั้น ยังเป็นหน่วยงานสนับสนุนด้านศิลปะที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในประเทศ ที่มีคุณค่าในด้านจิตใจ และด้านสังคม มากกว่าคุณค่าที่เป็นตัวเลขเชิงเศรษฐกิจ ดังนั้น รัฐจึงต้องสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ ให้สามารถดำเนินการสนับสนุนศิลปะต่อไปได้

กลไกสนับสนุนหลักที่ควรพัฒนาเพื่อสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ คือระบบทุนสนับสนุนของรัฐ หรือเอื้อให้หน่วยงานอื่นๆ ให้การสนับสนุนด้านการเงินกับหน่วยงานด้านศิลปะนี้ ยกตัวอย่างเช่น การระดมทุนผ่านระบบ Crowdfunding เพื่อระดมทุนช่วยเหลือพิพิธภัณฑ์ที่อยู่ในระยะวิกฤติที่จะปิดตัว เพื่อระดมทุนจากประชาชนที่เห็นคุณค่าให้พิพิธภัณฑ์หรือแกลเลอรีนั้นๆ ยังสามารถดำเนินการต่อไปได้ เป็นต้น หรือตัวอย่างสหราชอาณาจักร มีการจัดทำระบบบัตรสมาชิกเข้าชมพิพิธภัณฑ์ทั่วประเทศ เรียกว่า “National Art Pass” เป็นบัตรสมาชิกที่มีค่าสมาชิกรายปี หรือสมาชิกตลอดชีวิต โดยบัตรดังกล่าว สามารถใช้ผ่านเข้าไปชมงานในพิพิธภัณฑ์กว่า 240 แห่งโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และใช้รับส่วนลดค่าเข้าร่วมกิจกรรมด้านศิลปะได้กว่าร้อยละ 50 ได้อีกด้วย

นอกจากกลไกสนับสนุนด้านการเงินแล้วนั้น รัฐยังเป็นผู้กำหนดมาตรการ หรือข้อบังคับที่เอื้อให้เกิดกลไกตลาด และเกิดการสนับสนุนตัวกลางด้านศิลปะ เช่น การซื้อขายงานศิลปะจะต้องซื้อขายโดยผ่านตัวกลาง ไม่สนับสนุนให้เป็นการซื้อขายโดยตรงระหว่างศิลปินกับผู้ซื้อ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความโปร่งใสของการซื้อขาย เกิดการสนับสนุนการดำเนินการของตัวกลาง และยังสามารถเก็บเป็นบันทึกการซื้อขาย ที่สามารถวัดผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 1.3 สร้างพื้นที่รองรับการสร้างและแสดงผลงานมากขึ้น

ในต่างประเทศ รัฐจะสนับสนุนให้มีพื้นที่สาธารณะ (Public space) ที่นอกจากจะเป็นพื้นที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในชุมชนนั้นๆ แล้ว ยังสามารถสนับสนุนให้เกิดศิลปะสาธารณะในพื้นที่ดังกล่าวได้อีกด้วย ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้ชุมชนสามารถเข้าถึงงานศิลปะ และสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน โดยพื้นที่สาธารณะสามารถบริหารจัดการให้เป็นพื้นที่สำหรับการสร้างและแสดงผลงานของศิลปินที่ไม่มีพื้นที่สำหรับการสร้างและแสดงผลงานของตัวเองได้อีกด้วย

ทั้งนี้ นอกจากการสนับสนุนให้มีพื้นที่สาธารณะแล้วนั้น รัฐอาจสนับสนุนให้เกิด Art residency หรือสถานที่พำนักของศิลปิน ที่เปรียบเสมือนพื้นที่สำหรับการทำงานร่วมกันของศิลปิน ที่สามารถแบ่งปันการใช้พื้นที่หรืออุปกรณ์ศิลปะที่มีราคาแพงร่วมกันได้ อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่ศิลปินสามารถพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิด ที่จะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันได้อีกด้วย รวมถึงสามารถต่อยอดจัดเป็น Art Fair หรือ Art exhibition เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดให้กับศิลปินในพำนักได้อีกด้วย นอกจากนี้ การสร้าง Art residency ยังช่วยฟื้นฟูหรือสร้างจุดขายในเชิงพื้นที่นั้นๆ ได้อีกด้วย

การดำเนินการที่น่าสนใจอีกประการ คือรัฐ ต้องมองหาโอกาสใหม่ๆ ในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดการสนับสนุนเชิงพื้นที่ กับหน่วยงานเอกชนต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น การสร้างแรงจูงใจทางภาษี สำหรับธุรกิจอื่น เช่น ธุรกิจร้านอาหารแพ ในการเป็นพื้นที่แสดงผลงานศิลปะให้กับศิลปิน ก็จะเป็นการเพิ่มพื้นที่ที่สามารถสร้างการแสดงผลงาน ให้ผู้ชมทั่วไปสามารถเข้าถึงงานศิลปะได้มากขึ้นอีกด้วย

ตัวอย่างโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 3 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการสำคัญ ทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุนให้เกิดภัณฑารักษ์รุ่นใหม่

รายละเอียดเบื้องต้น: ในระยะแรกสามารถดำเนินการในรูปแบบการพัฒนาทักษะในด้านภัณฑารักษ์ หรือหลักสูตรการให้ความรู้ระยะสั้น เพื่อสร้างบุคลากรที่มีทักษะด้านภัณฑารักษ์ ในเบื้องต้นได้ แต่ในระยะยาว อาจรวมถึงการคัดเลือกและให้การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา ในสาขาภัณฑารักษ์ เพื่อเพิ่มจำนวนภัณฑารักษ์รุ่นใหม่ต่อไปในอนาคต

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

2) โครงการ Crowdfunding สนับสนุนแกลเลอรีหรือการสร้างงานของแกลเลอรี

รายละเอียดเบื้องต้น: นอกจากระบบการให้ทุนสนับสนุน ผ่านกองทุนต่างๆ แล้วนั้น รัฐสามารถสนับสนุนด้านการเงิน ผ่านการสร้างแพลตฟอร์มเพื่อให้แกลเลอรีต่างๆ สามารถตั้งเป็นช่องทางการระดมทุนจากสาธารณะ รวบรวมเป็นทุนสำหรับการช่วยเหลือแกลเลอรีที่ประสบปัญหา หรือแม้กระทั่งระดมทุนให้แกลเลอรี สามารถจัดงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้นๆ ได้อีกด้วย

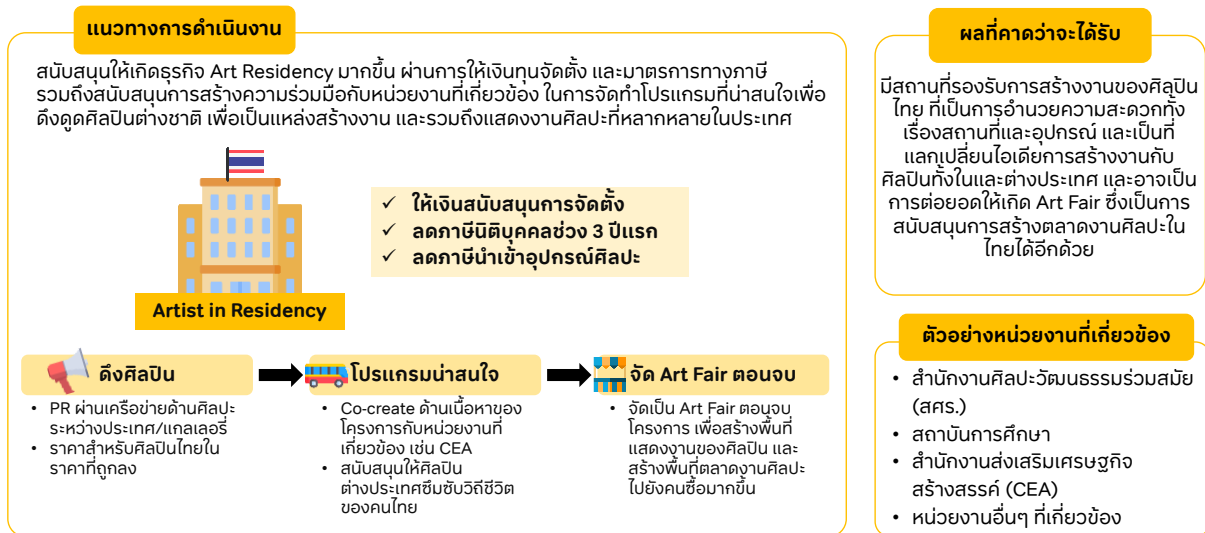
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม หรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3) โครงการสนับสนุนให้มี Art Residency รองรับศิลปินรุ่นใหม่

รายละเอียดเบื้องต้น: สถานที่พำนักของศิลปิน (Art Residency) จากที่กล่าวไปในเบื้องต้น นอกจากเป็นพื้นที่สนับสนุนการสร้างและแสดงผลงานแล้วนั้น ยังเป็นประโยชน์ต่อศิลปิน ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับศิลปินในพำนักรายอื่นๆ ที่อาจเป็นศิลปินในประเทศ หรือศิลปินจากต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองหรือองค์ความรู้ในการสร้างงานศิลปะที่มีความหลากหลายมากขึ้นได้อีกด้วย ทั้งนี้ รัฐสามารถเป็นผู้ดำเนินการบริหาร Art Residency หรือสามารถให้สัมปทานพื้นที่รัฐ และให้ธุรกิจหรือเอกชนมาบริหารจัดการก็ได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ จากตัวอย่างโครงการสำคัญข้างต้น จะยกตัวอย่างโครงการ/มาตรการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่มีความโดดเด่น มีความสำคัญ และควรผลักดันให้เกิดการดำเนินการขึ้นจริง คือ *โครงการสนับสนุนให้มี Art Residency รองรับศิลปินรุ่นใหม่* เพื่อให้เข้าใจรายละเอียดแนวทางการดำเนินการ ผลที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 45 รายละเอียดโครงการสนับสนุนให้มี Art Residency รองรับศิลปินรุ่นใหม่

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

6.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ

จากประเด็นปัญหาที่ได้นำเสนอไปข้างต้น พบว่าประเด็นปัญหาหลักที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่างให้ความเห็นว่าเป็นประเด็นปัญหาหลักของอุตสาหกรรม คือด้านคนดูและตลาดงานศิลปะในประเทศ ที่มีจำนวนคนที่สนใจงานศิลปะจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนศิลปิน หรือเปรียบเทียบกับคนดูในต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงต้องมีมาตรการสนับสนุนให้เกิดคนดูที่หลากหลาย ที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจงานทัศนศิลป์ รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมหรือช่องทางการตลาด เพื่อให้เกิดการซื้อขายงานศิลปะมากขึ้น ทั้งนี้ รัฐจะต้องสนับสนุนให้ศิลปินไทย หรืองานของศิลปินไทย เข้าร่วมงาน Art Fair หรือ Art exhibition ในต่างประเทศมากขึ้น นอกเหนือจากการสนับสนุนให้ศิลปินหรืองานศิลปะของไทยเข้าถึงตลาดงานศิลปะในต่างประเทศมากขึ้น แล้วนั้น ก็ยังเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรมของไทยได้อีกด้วย

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการสร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 2 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาศูนย์และผู้สนใจศิลปะในประเทศมากขึ้น

จากประเด็นเรื่องคนดูในภาพรวมของประเทศ พบว่าจำนวนคนที่สนใจงานศิลปะในประเทศมีอยู่จำนวนน้อย ส่วนหนึ่งเป็นเพราะรากของคนไทยในสมัยก่อน ที่ไม่ได้ปลูกฝังให้งานศิลปะเป็นเรื่องของประชาชนทั่วไป แต่เป็นกิจกรรมเฉพาะสำหรับคนบางกลุ่ม โดยเฉพาะชนชั้นสูง ประกอบกับระบบการศึกษาของไทยตลอดมา ที่ไม่ได้ส่งเสริมให้เข้าถึงและเข้าใจงานศิลปะมากนัก ทำให้จำนวนคนที่สนใจงานศิลปะในประเทศมีอยู่จำนวนน้อยมาก ซึ่งแท้จริงแล้วจำนวนคนดูและคนซื้องานศิลปะ คือผู้สนับสนุนให้ศิลปินสร้างสรรค์งานได้ต่อไป

การดำเนินการที่สามารถสร้างการเข้าถึงงานศิลปะมากขึ้น ต่อยอดจากการสนับสนุนพื้นที่สาธารณะ คือการสนับสนุนให้มีศิลปะสาธารณะ (Public art) ในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น เพื่อสร้างความตระหนักและการเข้าถึงงานศิลปะ ว่างานศิลปะสามารถเข้าถึงได้ในชีวิตประจำวัน และยังเป็นสนับสนุนการจ้างงานศิลปินต่างๆ ให้ได้สร้างผลงานให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมถึงเป็นการสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ให้กับชุมชน และจะเป็นประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยวได้อีกด้วย เพื่อให้มีกลุ่มคนดูและผู้สนใจงานศิลปะมากขึ้น จึงต้องมีการพัฒนาตั้งแต่ระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งเรื่องหลักสูตรการศึกษาด้านศิลปะ และการมีกิจกรรมสนับสนุนให้นักเรียนเข้าถึงกิจกรรมศิลปะ หรือมีประสบการณ์เข้าถึงศิลปะในพิพิธภัณฑ์ หรือแกลเลอรีต่างๆ อีกด้วย เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้นักเรียน ได้เรียนรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าของงานศิลปะ

นอกจากนี้ ในพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างระบบการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วม และสร้างความเข้าใจในศิลปะในเชิงลึก เช่น การให้ความรู้ผ่านเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์อย่างจริงจัง หรือการให้ข้อมูลผ่านสื่อ เช่น แผ่นพับ ระบบบรรยายด้วยเสียง หรือแม้กระทั่งการให้ข้อมูลของแต่ละงานศิลปะในเชิงลึก เพื่อเป็นการให้ความรู้กับผู้ชมในการเข้าใจงานศิลปะแต่ละชิ้นในเชิงลึก ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมกับงานศิลปะได้ผ่านรูปแบบต่างๆ มากกว่าพิพิธภัณฑ์หลายๆ แห่งในไทย ที่ยังสามารถพัฒนากระบวนการในการให้ความรู้ให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงและเข้าใจงานศิลปะของไทยได้มากขึ้นได้อีกด้วย

นอกจากนี้ สื่อต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ สามารถสร้างความเข้าใจ และเพิ่มจำนวนคนดูงานศิลปะ ผ่านการให้ข้อมูล หรือการเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานศิลปะที่เกิดขึ้น ก็สามารถสนับสนุนให้เกิดผู้ชมและผู้สนใจ ให้สามารถเข้าถึงกิจกรรมต่างๆ ได้อีกด้วย

การเพิ่มจำนวนคนดูให้มากขึ้น มีประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาตลาดงานศิลปะ คือเป็นการเพิ่มจำนวนผู้สนับสนุนงานศิลปะ โดยเปรียบกับการเพิ่มผู้บริโภค ที่สามารถยกระดับจากผู้ชม เป็นผู้ซื้องานศิลปะได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2.2 สร้างแบรนด์งานศิลปะไทย ผ่านการออกงานในต่างประเทศ

นอกจากการพัฒนาจำนวนคนดู หรือผู้สนใจงานศิลปะในประเทศแล้วนั้น การสร้างจำนวนผู้สนใจงานศิลปะของไทย ในบริบทตลาดต่างประเทศ ก็เป็นช่องทางที่ต้องได้รับการสนับสนุนต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนให้มีศิลปินไทย หรืองานของศิลปินไทย ใน Art Fair หรือ Art Biennale ในต่างประเทศ ที่นอกจากจะเป็นการสนับสนุนให้ศิลปินไทย เข้าถึงตลาดงานศิลปะต่างประเทศ เป็นโอกาสในการเปิดมุมมองให้กับศิลปินแล้วนั้น ยังเป็นประโยชน์ต่อประเทศ ในการสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจต่องานทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเข้าใจต่อศิลปะและวัฒนธรรมของไทยอีกด้วย เปรียบเสมือนการส่งออก Soft Power ของวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อไปอีกด้วย

หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สศร. หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ควรมีการให้การสนับสนุนให้มีการส่งออกศิลปวัฒนธรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ รวมถึงเป็นการสนับสนุนศิลปินในสาขาต่างๆ ได้เข้าถึงตลาดงานศิลปะในต่างประเทศมากขึ้น ฝ่ายกระบวนการคัดเลือกผู้ที่ได้รับการสนับสนุนในแต่ละปี โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกที่โปร่งใส เพื่อให้มีศิลปินที่ได้รับการสนับสนุนที่หลากหลาย และสนับสนุนศิลปินอย่างทั่วถึง

กลยุทธ์ที่ 2.3 สร้างช่องทางการขายงานศิลปะทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

จากกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ จะเป็นการสร้างให้เกิดอุปสงค์ต่องานศิลปะ ทั้งความต้องการในงานศิลปะจากคนในประเทศ และคนต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการซื้อขายงานศิลปะ จึงต้องพัฒนาให้เกิดช่องทางการตลาดเพื่อเชื่อมโยงคนที่สนใจ ให้สามารถเข้าถึงงานศิลปะต่างๆ มากขึ้น โดยช่องทางตลาดนั้น ประกอบด้วยช่องทางออนไลน์ และช่องทางออนไลน์

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ยังขาดกิจกรรม Art Fair ที่เป็นกิจกรรมสนับสนุนช่องทางการตลาดของงานศิลปะ เพื่อให้ศิลปินหลากหลายรูปแบบ สามารถนำงานศิลปะของตนเองมาแนะนำให้กับตลาด หรือผู้สนใจได้ ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์กับศิลปินแล้ว ยังเป็นประโยชน์กับคนดู และนักสะสม ที่สามารถเข้าถึงงานศิลปะต่างๆ ได้มากขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ แม้ในปัจจุบัน การจัดการประมูลงานศิลปะของไทย ยังขาดความเหมาะสม ทั้งตลาดยังไม่รองรับเนื่องจากมีขนาดความต้องการที่ยังน้อย ประกอบกับระเบียบกฎหมายยังไม่เอื้อต่อการนำชิ้นงานศิลปะจากต่างประเทศมากนัก แต่ในอนาคต มีความจำเป็นที่จะต้องสนับสนุนให้เกิดการประมูลงานศิลปะในประเทศ เพื่อเป็นช่องทางการขายงานศิลปะของไทย รวมถึงสามารถยกระดับให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายงานศิลปะในภูมิภาคได้อีกด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ดีขึ้น ทำให้ช่องทางการขายงานศิลปะออนไลน์ เป็นช่องทางที่น่าสนใจ ซึ่งได้เปรียบในเรื่องความสะดวกในการเชื่อมต่อและผู้ซื้อและผู้ขายงานศิลปะ แต่จะต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยของการดำเนินการธุรกรรมผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ให้มีความปลอดภัยมากขึ้นด้วย ก็จะเป็นการสนับสนุนด้านช่องทางการตลาด เพื่อให้เกิดการซื้อขายงานศิลปะได้อีกช่องทางหนึ่ง

ตัวอย่างโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 3 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการสำคัญ ทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุนการสร้าง Public Art ในพื้นที่ต่างๆ

รายละเอียดเบื้องต้น: รัฐควรสนับสนุนให้เกิดศิลปะสาธารณะมากขึ้น เพื่อสร้างการเข้าถึงงานศิลปะ และสร้างค่านิยมที่ถูกต้อง ว่าศิลปะเป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ สามารถอยู่ได้ทุกที่ และไม่ได้เป็นเรื่องเฉพาะกลุ่ม โดยระยะแรก CEA สามารถดำเนินการในพื้นที่สร้างสรรค์ เพื่อดำเนินการเป็นตัวอย่าง และถัดไปหน่วยงานรับผิดชอบในพื้นที่ต่างๆ สามารถดำเนินการตามได้ เพื่อเพิ่มให้มีศิลปะสาธารณะทั่วประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) โครงการสนับสนุนให้มีศิลปิน/งานของไทยไปงานต่างประเทศ

รายละเอียดเบื้องต้น: เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้ศิลปินไทยได้มีประสบการณ์หาช่องทางตลาดในระดับโลก รวมถึงได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับศิลปินนานาชาติ จึงจำเป็นต้องมีการสนับสนุนให้ศิลปินไทย ไปออกงานศิลปะนานาชาติในต่างประเทศ ซึ่งต้องมีการกระบวนการและคณะกรรมการคัดเลือกที่ชัดเจน และมีศิลปินที่ได้รับการสนับสนุนในแต่ละปีที่หลากหลายและทั่วถึง ทั้งนี้ ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับศิลปวัฒนธรรมของประเทศ รวมถึงเป็นโอกาสได้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับหน่วยงานสนับสนุนของไทย และเป็นโอกาสให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานสนับสนุนได้เรียนรู้และสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างประเทศได้เช่นเดียวกัน

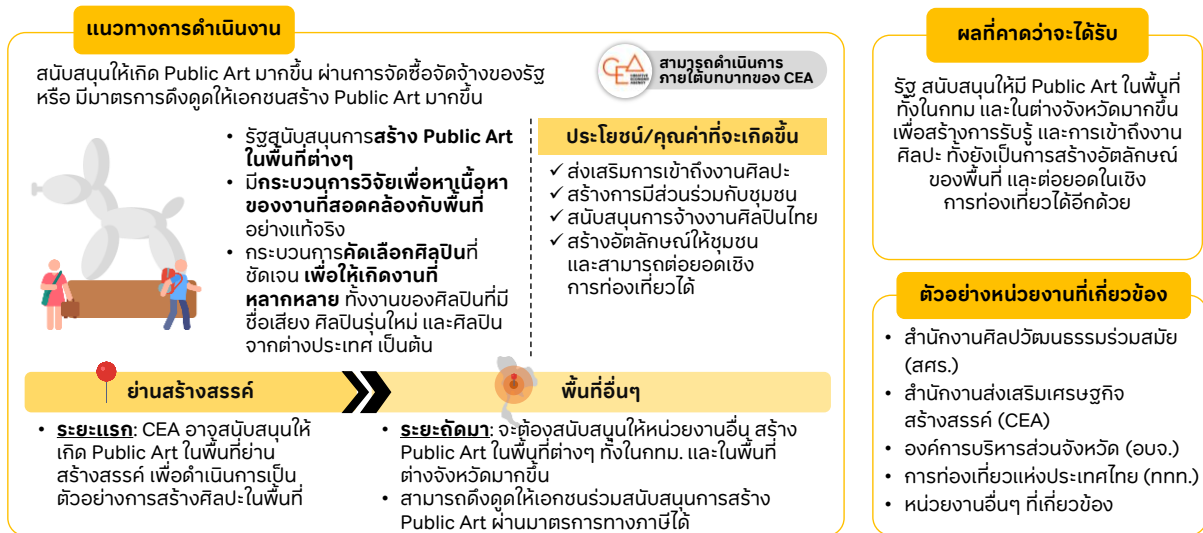
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการต่างประเทศ เป็นต้น

3) โครงการตลาดศิลปะไทย (Thai Art Fair)

รายละเอียดเบื้องต้น: เพื่อเป็นการสร้างกิจกรรมสนับสนุนทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการจัดตลาดงานศิลปะไทย (Thai Art Fair) นอกจากสนับสนุนให้ศิลปินหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีตลาดสำหรับการขายงานศิลปะแล้ว ยังเป็นการเพิ่มจำนวนผู้สนใจงานศิลปะได้อีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรมการค้าภายใน หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

ทั้งนี้ จากตัวอย่างโครงการสำคัญข้างต้น จะยกตัวอย่างโครงการ/มาตรการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่มีความโดดเด่น มีความสำคัญ และควรผลักดันให้เกิดการดำเนินการขึ้นจริง คือ *โครงการสนับสนุนการสร้าง Public Art ในพื้นที่ต่างๆ* เพื่อให้เข้าใจรายละเอียดแนวทางการดำเนินการ ผลที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 46 รายละเอียดโครงการสนับสนุนการสร้าง Public Art ในพื้นที่ต่างๆ

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

6.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน

จากประเด็นปัญหาที่ได้นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อ้างอิงจากการสัมภาษณ์ และการประชุมระดมความคิดเห็นฯ นั้น มักเป็นประเด็นปัญหาเชิงระบบนิเวศ หรือระบบสนับสนุน อุตสาหกรรมไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ปัญหาเชิงโครงสร้าง การขาดกองทุนสนับสนุนงานศิลปะ ขาดระบบการศึกษา ด้านศิลปะที่มีคุณภาพ เป็นต้น ดังนั้น ในยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ จะเป็นยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาระบบสนับสนุน ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมให้มีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ในภาพรวมของอุตสาหกรรม

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 3 ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 สนับสนุนให้มีกองทุนสร้างสรรค์ และพัฒนาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาของต่างประเทศ พบว่าหน่วยงานที่ดำเนินการสนับสนุนและพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ มักมีการจัดตั้งกองทุน เพื่อสนับสนุนให้มีระบบการให้ทุนที่เหมาะสม และเกิดประโยชน์ เกิดแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ระบบสนับสนุนด้านเงินทุน เป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชนอื่นๆ เป็นเครือข่ายหน่วยงานดำเนินการสนับสนุนงานศิลปะในด้านต่างๆ ต่อไป

ปัจจุบัน สศร. มีกองทุนภายใต้หน่วยงานอยู่แล้ว เพียงแต่จากการรวบรวมปัญหา พบว่ากองทุนดังกล่าวขาดการบริหารจัดการให้มีแนวทางพัฒนาที่ต่อยอดมาจากระบบกองทุน รวมถึงขาดการดำเนินการเชิงรุก และแนวทาง/เกณฑ์การสนับสนุนที่ชัดเจน ทำให้ศิลปินและหน่วยงานที่ต้องการได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุน ไม่สามารถเข้าถึงระบบเงินทุนดังกล่าวได้ ดังนั้น ในอนาคต จึงต้องเร่งผลักดันให้มีคณะกรรมการบริหารจัดการกองทุนที่มีความเข้าใจในการดำเนินการของอุตสาหกรรม ที่สามารถให้ความเห็น และการตัดสินใจด้านกองทุนที่เข้าใจความต้องการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมมากขึ้น รวมถึงมีแนวทางพัฒนาต่อยอดกองทุนดังกล่าว ให้เกิดแนวทางการสนับสนุนในด้านอื่นๆ ต่อไป

ทั้งนี้ นอกจากการบริหารจัดการกองทุนแล้ว ควรมีแนวทางดำเนินการสนับสนุนด้านเงินทุนอื่นๆ เช่น ระบบบัตรสมาชิกเข้าถึงหน่วยงานศิลปะ เช่น พิพิธภัณฑ์หรือแกลเลอรี รวมถึงกิจกรรมด้านศิลปะต่างๆ รวมถึงสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่อาจให้การสนับสนุนด้านการเงินได้เพิ่มเติม เช่น สถาบันการเงินอื่นๆ ในการเพิ่มช่องทางการสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับหน่วยงานในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 3.2 ยกระดับระบบการศึกษาด้านศิลปะ เพื่อยกระดับทักษะศิลปินและสร้างความเข้าใจต่อศิลปะมากขึ้น

ปัจจุบัน ระบบการศึกษาด้านศิลปะของไทยยังขาดคุณภาพ และไม่สามารถปลูกฝังให้เยาวชนเข้าถึงและเข้าใจศิลปะ ทำให้เติบโตไปเป็นประชากรที่ไม่มีความเข้าใจ และไม่เห็นคุณค่าของงานศิลปะ ดังนั้น เพื่อให้เกิดฐานคนดูและคนซื้องานศิลปะที่เห็นคุณค่าของงานศิลปะ จึงต้องปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านศิลปะ รวมถึงสนับสนุนให้นักเรียนและนักศึกษา ได้เข้าถึงกิจกรรมด้านศิลปะต่างๆ มากขึ้น

นอกจากระบบการศึกษาแล้วนั้น ยังมีแนวทางอื่นๆ ที่สามารถสนับสนุนด้านการสร้างความเข้าใจ หรือพัฒนาทักษะของศิลปินได้ เช่น การจัดทำแพลตฟอร์มรวบรวมองค์ความรู้และหลักสูตรด้านศิลปะ เพื่อเป็นประโยชน์กับทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ หรือเป็นประโยชน์กับศิลปิน หรือบุคลากรอื่นๆ ที่สนใจให้สามารถหาความรู้ในด้านต่างๆ ได้ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับศิลปินหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องระหว่างประเทศ ก็จะเป็นการพัฒนาทักษะของบุคลากรในอุตสาหกรรม และสามารถสร้างความเข้าใจด้านศิลปะให้กับประชาชนทั่วไปได้อีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.3 ส่งเสริมการวิจัย และจัดทำฐานข้อมูล เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม

ปัจจัยการสนับสนุนขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรม นอกจากระบบการสนับสนุนด้านการเงินแล้วนั้น การบริหารจัดการให้มีข้อมูลสาธารณะที่เพียงพอ ก็เป็นอีกบทบาทสำคัญที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานอื่นๆ จะต้องดำเนินการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนด้านข้อมูล ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานผู้ออกนโยบายต่างๆ เอกชนและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานในอุตสาหกรรม ไปจนถึงประชาชนทั่วไป ได้เข้าถึงข้อมูลที่เป็นต่อการทำความเข้าใจ หรือสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานต่างๆ ต่อไปได้

ดังนั้น จึงต้องมีการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นของอุตสาหกรรมไว้ที่เดียว เพื่อเป็นประโยชน์ด้านการเข้าถึงข้อมูล และผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในข้อมูลด้านต่างๆ ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลจำเป็นอื่นๆ เพิ่มเติม รวมถึงบริหารจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการภายใต้บทบาทของหน่วยงานตนเองให้มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอยู่เสมอ และต้องมีการนำเสนอข้อมูลที่มีรูปแบบที่แปลกใหม่ น่าสนใจ เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์กับผู้ใช้งาน

ในส่วนของการงานวิจัย พบว่าในปัจจุบันมีข้อมูลงานวิจัยด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่น้อยมาก และไม่มี ความหลากหลายมากที่ควรดั่งนั้น จึงต้องสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการทำการวิจัยที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยในด้านตลาดและคนดู เพื่อเป็นการทำความเข้าใจด้านคนดูในเชิงลึก และเป็นข้อมูล สนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถสร้างความเข้าใจต่อความต้องการของกลุ่มคนดูได้ต่อไปอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.4 พัฒนาระบบการ กฎหมาย และภาษีที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถส่งเสริม/พัฒนาอุตสาหกรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากกลยุทธ์ข้างต้น การพัฒนาในด้านระเบียบข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมาตรการทางภาษี ต่างๆ เป็นแนวทางที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงใช้เป็นแรงจูงใจให้เกิดการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาด้านภาษีสำหรับการนำเข้างานศิลปะจากต่างประเทศ ที่เป็นกำแพงสำคัญสำหรับการแลกเปลี่ยนงานศิลปะระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิด กลไกสนับสนุนการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์ และเกิดระบบนิเวศด้านศิลปะที่มีความ สมบูรณ์ จึงมีความจำเป็นต้องมีการพูดคุยและศึกษาด้านระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ เพื่อ ทำความเข้าใจและพิจารณาปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ให้เอื้อต่อการสร้างระบบนิเวศของทัศนศิลป์ของ ประเทศต่อไป ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายการจัดตั้งหน่วยงานอิสระที่สนับสนุนศิลปะ กฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องกับการ นำเข้าส่งออกงานศิลปะ ข้อบังคับสำคัญจำเป็นที่ต้องมีเพื่อให้เกิดกลไกในภาพรวม เช่น บังคับให้การซื้อขายต้องผ่าน ตัวกลางมากกว่าเกิดการซื้อขายโดยตรง เป็นต้น เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และสามารถมีข้อมูลการซื้อขายในระบบ เป็นต้น

ด้านกระบวนการของหน่วยงานภาครัฐ เป็นปัญหาที่ทำให้หน่วยงานสนับสนุนไม่สามารถเข้าถึงรูปแบบการสนับสนุนของรัฐได้เท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการด้านเอกสาร ระยะเวลาในการดำเนินการนาน โครงการที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่ตรงกับการดำเนินการของเอกชน กระบวนการเบิกจ่าย ไปจนถึงระบบงบประมาณที่ทำให้การสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการของรัฐ ไม่เพียงแต่เป็นปัญหาต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์เท่านั้น แต่ยังเป็นปัญหาสำหรับการเข้าถึงการสนับสนุนในทุกๆ อุตสาหกรรม ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพ และสามารถสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

นอกจากนี้ ควรมีการใช้มาตรการทางภาษีเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสนับสนุนการดำเนินการด้านศิลปะของหน่วยงานต่างๆ เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับหน่วยงานที่ดำเนินการสนับสนุนศิลปะและวัฒนธรรม ที่เป็นประโยชน์ในภาพรวมของประเทศ ลดหย่อนภาษีสำหรับบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปะ เพื่อสร้างให้มีหน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์มากขึ้น ไปจนถึงการลดหย่อนภาษีให้กับประชาชนทั่วไปที่บริโภคหรือสนับสนุนงานศิลปะของไทย เป็นต้น

ตัวอย่างโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 4 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการสำคัญ ทั้งหมด 7 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนสร้างสรรค์ CREATIVE GRANT

รายละเอียดเบื้องต้น: กลไกสำคัญกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมทัศนศิลป์การสนับสนุนด้านเงินทุน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นเป็นอย่างมาก ที่จะต้องจัดหาให้มีกองทุนสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ในสาขาทัศนศิลป์ โดยสามารถต่อยอดจากกองทุนของ สสร. ที่มีอยู่แล้ว ให้มีคณะกรรมการ และกลไกการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีระเบียบเงื่อนไขในการคัดเลือกที่ชัดเจน นอกจากนี้ สามารถขอเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีกองทุนสำหรับสาธารณประโยชน์เพิ่มเติม เช่น สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล หรือ กรมสรรพสามิต เพื่อให้สนับสนุนได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น และสนับสนุนได้ในหลากหลายวัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมมากขึ้น เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) โครงการจัดทำระบบสมาชิกเข้าชมพิพิธภัณฑ์สำหรับนักเรียน (Student Art Passport)

รายละเอียดเบื้องต้น: ระบบบัตรสมาชิกรายปีสำหรับนักเรียน สำหรับเข้าชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ในประเทศ จะเป็นช่องทางการเพิ่มจำนวนเงินในกองทุนสนับสนุนการสร้างงานศิลปะได้ ในขณะเดียวกันก็เป็นการกระตุ้นให้โรงเรียนจะต้องมีกิจกรรมสนับสนุนให้นักเรียนเข้าถึงกิจกรรมศิลปะ เข้าถึงพิพิธภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่องานศิลปะได้อีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น

3) โครงการวิเคราะห์และปรับกลไกทางภาษีที่เอื้อต่อการพัฒนาตลาดศิลปะ

รายละเอียดเบื้องต้น: เพื่อเป็นแนวทางการสนับสนุนโดยนโยบายทางภาษี จะต้องมีโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำมาตรการสนับสนุนทางภาษี สำหรับหน่วยงานสนับสนุนด้านศิลปะ ผู้ชม ผู้บริโภคหรือผู้สนับสนุนศิลปะ เพื่อเป็นการสนับสนุนศิลปิน หรือหน่วยงานด้านศิลปะ รวมถึงกระตุ้นให้มีหน่วยงาน/กลุ่มผู้บริโภคที่สนับสนุนศิลปะได้ต่อไป ในขณะเดียวกัน การกำหนดมาตรการทางภาษีสำหรับผู้ผลิต หรือศิลปิน เช่น การลดหย่อนหรือยกเว้นภาษี ให้กับผู้ที่อยู่ในวงการศิลปะ จะเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มงานศิลปะได้อีกทางหนึ่ง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง เป็นต้น

4) โครงการจัดทำแพลตฟอร์มรวบรวมหลักสูตรพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการสำหรับศิลปินและบุคลากรด้านศิลปะ (Capability Development Platform)

รายละเอียดเบื้องต้น: นอกจากมีแพลตฟอร์มเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับศิลปินแล้วนั้น จะต้องพิจารณาถึงรายละเอียดหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของศิลปิน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น หลักสูตรการประกอบอาชีพเป็นศิลปิน การบริหารจัดการธุรกิจ ทักษะการนำเสนอ หลักสูตรการใช้เทคโนโลยีในศิลปะ หลักการทำบัญชีและการเงินเบื้องต้น เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เป็นต้น

5) สนับสนุนให้มีโครงการประกวด และมอบรางวัลศิลปินที่หลากหลาย

รายละเอียดเบื้องต้น: เพื่อให้มีระบบการพัฒนาศิลปินอย่างเป็นลำดับ จึงต้องสนับสนุนให้มีการแข่งขันหรือการมอบรางวัลให้กับศิลปินหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างและพัฒนางานของศิลปิน รวมถึงสนับสนุนการสร้างชื่อเสียงของศิลปิน และเกิดเป็นขั้นบันไดของการพัฒนา ตามระดับรางวัลต่างๆ เช่น รางวัลศิลปินในชุมชน รางวัลศิลปินในภูมิภาค รางวัลศิลปินรุ่นใหม่ เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สถาบันการศึกษาในภูมิภาค เป็นต้น

6) พัฒนาช่องทางหลักในการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลของอุตสาหกรรม

รายละเอียดเบื้องต้น: ในการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรม นอกเหนือจากการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์อย่างครบถ้วนแล้วนั้น การพัฒนาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลให้เป็นประโยชน์แก่สาธารณะให้มีความน่าสนใจ ค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็วก็เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกแบบ Infographic ที่เข้าใจง่าย และมีความสวยงาม ก็ช่วยเพิ่มความน่าสนใจของการนำเสนอข้อมูลได้เช่นเดียวกัน หรือ การจัดทำเป็น Thailand Visual Arts Yearly Outlook รายงานทัศนศิลป์ประจำปี ก็เป็นอีกรูปแบบที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างน่าสนใจ และเป็นประโยชน์กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล เป็นต้น

7) สนับสนุนให้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิลปะมากขึ้น

รายละเอียดเบื้องต้น: สนับสนุนให้ สศร. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เช่น สถาบันการศึกษา ตั้งโจทย์งานวิจัยที่จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่หลากหลาย และเป็นประโยชน์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลด้านผู้ชม เพื่อให้ศิลปินหรือธุรกิจต่างๆ มีความรู้ความเข้าใจต่อกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น ข้อมูลการวิจัยเชิงพื้นที่ ข้อมูลวิจัยผู้สนับสนุนด้านเงินทุน เป็นต้น พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้นำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ทั้งนี้ จากตัวอย่างโครงการสำคัญข้างต้น จะยกตัวอย่างโครงการ/มาตรการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่มีความโดดเด่น มีความสำคัญ และควรผลักดันให้เกิดการดำเนินการขึ้นจริง คือ **โครงการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนสร้างสรรค์ CREATIVE GRANT** เพื่อให้เข้าใจรายละเอียดแนวทางการดำเนินการ ผลที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 47 รายละเอียดโครงการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนสร้างสรรค์ CREATIVE GRANT

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

6.4 แผนการดำเนินโครงการ

จากตัวอย่างโครงการสำคัญภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น หากพิจารณาตามลำดับความสำคัญ ว่าควรมีการดำเนินโครงการใดก่อนหรือหลัง โดยใช้ข้อมูล และข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์ และจากการประชุมระดมความคิดเห็นฯ ที่ได้จัดขึ้น สามารถกำหนดระยะการดำเนินการของโครงการภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 แผนการดำเนินโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

ชื่อโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนธุรกิจ/บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนศิลปะ				
โครงการสนับสนุนให้เกิดภัณฑารักษ์รุ่นใหม่	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม - กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	✓	✓	
โครงการ Crowdfunding สนับสนุนแกลเลอรีหรือการสร้างงานของแกลเลอรี	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม - สมาคมที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓
โครงการสนับสนุนให้มี Art Residency รองรับศิลปินรุ่นใหม่	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง - กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สถาบันการศึกษา และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง		✓	✓

ชื่อโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างคนดูและตลาดงานศิลปะ				
โครงการสนับสนุนการสร้าง Public Art ในพื้นที่ต่างๆ	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม - กระทรวงพาณิชย์ - กระทรวงการต่างประเทศ - หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓
โครงการสนับสนุนให้มีศิลปิน/งานของไทยไปงานต่างประเทศ	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม - กระทรวงพาณิชย์ - กระทรวงการต่างประเทศ		✓	✓

ชื่อโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
โครงการตลาดศิลปะไทย (Thai Art Fair)	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - กรมการค้าภายใน หรือหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์		✓	✓
ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างระบบนิเวศด้านศิลปะให้รองรับและสนับสนุนการสร้างงานศิลปะอย่างยั่งยืน				
โครงการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนสร้างสรรค์ CREATIVE GRANT	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - หน่วยงานอื่นๆ		✓	✓
โครงการจัดทำระบบสมาชิกเข้าชมพิพิธภัณฑ์สำหรับนักเรียน (Student Art Passport)	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - กระทรวงศึกษาธิการ			✓
โครงการวิเคราะห์และปรับกลไกทางภาษีที่เอื้อต่อการพัฒนาตลาดศิลปะ	กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง		✓	✓

ชื่อโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
โครงการจัดทำแพลตฟอร์มรวบรวมหลักสูตรพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการสำหรับศิลปินและบุคลากรด้านศิลปะ (Capability Development Platform)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สถาบันการศึกษา - หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล	✓		
สนับสนุนให้มีโครงการประกวด และมอบรางวัลศิลปินที่หลากหลาย	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - สถาบันการศึกษาในภูมิภาค	✓	✓	✓
พัฒนาช่องทางหลักในการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลของอุตสาหกรรม	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล	✓		
สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิลปะมากขึ้น	- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม - กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม - หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	✓		

บทที่ 7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากสถานการณ์ และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ซึ่งจำเป็นต้องมีเจ้าภาพและกลไกในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ข้างต้นอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมในระยะยาว

ทั้งนี้ แนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขานั้น CEA จำเป็นต้องมีการดำเนินงาน ใน 7 ประเด็นหลัก คือ

1. สนับสนุนให้มีการจัดตั้ง Art Council
2. ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการบริหารกองทุนเพื่องานศิลปะ
3. การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง
4. การส่งเสริมความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
5. การจัดทำข้อมูลสนับสนุนการกำหนดแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
6. การทบทวนการกำหนดตัวชี้วัดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
7. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หน่วยงาน CEA ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

สำหรับรายละเอียดของแนวทางการดำเนินงานมีดังต่อไปนี้

1. สนับสนุนให้มีการจัดตั้ง Art Council

สำหรับการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมศิลปะ รวมถึงสาขาทัศนศิลป์ของประเทศไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเข้าใจในการพัฒนางานศิลปะในภาพรวม ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีขอบเขตการทำงาน การส่งเสริมทัศนศิลป์เท่านั้น แต่เป็นการส่งเสริมในขอบเขตงานที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะทั้งหมด พร้อมทั้งมีการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการ ขับเคลื่อนงานศิลปะ ทั้งในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมควบคู่กันอย่างสมดุล

โดยแนวทางการจัดตั้ง Art Council สามารถดำเนินงานได้จากการรวมกลุ่มสมาชิกในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านศิลปะทุกสาขา เพื่อให้มีผู้เชี่ยวชาญ เชิงลึกในด้านงานศิลปะ รวมไปถึงผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการงานศิลปะอย่างเป็นระบบ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านงานศิลปะของประเทศไทย ให้ก้าวสู่เวทีนานาชาติได้อย่างทัดเทียม ผ่านการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานศิลปะของประเทศไทยมีความเข้มแข็ง และสร้างมีโอกาสนี้ใหม่ ๆ ในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

2. ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการบริหารกองทุนเพื่องานศิลปะ

การขับเคลื่อนงานศิลปะมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานภาครัฐ ที่เป็นกลไกหลักในการสนับสนุนและยกระดับงานศิลปะ ซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมของประเทศให้ได้รับความสำคัญ ทั้งนี้ เนื่องจากงานศิลปะไม่อาจสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจได้อย่างทัดเทียม อุตสาหกรรมการผลิตโดยทั่วไปซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของประชาชน หากแต่องานด้านศิลปะเป็นงานที่เสริมสร้างสังคม วัฒนธรรม คุณค่าทางจิตใจ และส่งเสริมคุณค่าความเป็นมนุษย์ ดังนั้น งานศิลปะจึงมักถูกจัดความสำคัญในการจัดสรรงบประมาณในอันดับที่ต่ำกว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตโดยตรง จึงส่งผลให้งานด้านศิลปะไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับนานาประเทศ

อย่างไรก็ดี ปัจจุบัน สศร. ได้มีการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมศิลปร่วมสมัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนเกี่ยวกับการให้การอุดหนุนหรือให้กู้ยืมเงินแก่ผู้ขอรับการส่งเสริม ที่นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา วัฒนธรรม และสังคมของประเทศ แต่กลไกการดำเนินงานสำหรับการขอรับทุนจากกองทุนส่งเสริมศิลปร่วมสมัยนี้ ยังมีข้อจำกัด ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการสนับสนุนงานของศิลปิน และผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก จึงมีการจัดทำข้อเสนอแนะในการร่วมมือกับ สศร. เพื่อทบทวน พัฒนากลไกและกำหนดแนวทางบริหารจัดการกองทุนดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการสนับสนุนศิลปิน และผู้ที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานศิลปะให้สามารถก้าวสู่เวทีนานาชาติได้อย่างทัดเทียม โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

- ต่อยอดการดำเนินงานกองทุนส่งเสริมศิลปร่วมสมัย ของ สศร. ที่มีอยู่เดิมให้มีขอบเขตการดำเนินงานที่กว้างและหลากหลายมากขึ้น
- ทบทวนคณะกรรมการบริหาร ที่มีองค์ประกอบของผู้เชี่ยวชาญด้านการขับเคลื่อนในมิติทางเศรษฐกิจ และการส่งเสริม/พัฒนาด้าน Soft Power ของประเทศ
- กำหนดแนวทางการให้ทุน โดยอาศัยแนวนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจำเป็นต้องกำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนาที่ชัดเจนในแต่ละปี เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการให้ทุนแก่ศิลปิน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถพัฒนาผลงานให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในแต่ละปี
- พัฒนากลไกการสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ศิลปิน และหน่วยงานในแวดวงงานศิลปะ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ให้มีโอกาสร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีการสนับสนุนงานศิลปะได้ในระยะยาว

3. การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ดังรายละเอียดในบทที่ 6 นั้น CEA ในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทความรับผิดชอบโดยตรงนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

สำหรับการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐนั้น การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานทัศนศิลป์อยู่แล้ว คือ กระทรวงวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรมส่งเสริมวัฒนธรรม และสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย โดย CEA ต้องสร้างความเข้าใจและกำหนดบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ รวมถึงการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดในภาพรวมของประเทศ ให้กับหน่วยงานหลัก พร้อมทั้งกำหนดแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมอย่างสอดคล้อง และสามารถเติมเต็มช่องว่างการพัฒนาสาขาทัศนศิลป์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจาก หน่วยงานหลักในการสนับสนุนสาขาทัศนศิลป์แล้ว ยังมีหน่วยงานภาครัฐอีกหลายหน่วยงานที่เป็นหน่วยงานร่วมในเชิงภารกิจที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังระบุในแผนการดำเนินโครงการ เช่น การสนับสนุนงานศิลปะ หรือ ศิลปินของไทยให้ไปแสดงงานในต่างประเทศ จะต้องได้รับการสนับสนุนจาก กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการต่างประเทศ ในการพิจารณาและให้ข้อมูลตลาดความสนใจของผู้ชมการแสดงในประเทศเป้าหมาย หรือ การพัฒนาพื้นฐานด้านงานศิลปะให้กับประชาชน และเยาวชนในระยะยาว จำเป็นต้องขอความร่วมมือกับ กระทรวงศึกษาธิการ รวมไปถึงกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นต้น

สำหรับการดำเนินงานในมิติของการยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของงานทัศนศิลป์นั้น เลี่ยงไม่ได้ที่จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้เล่นหลักในอุตสาหกรรม ซึ่งมีประสบการณ์การดำเนินงานเกี่ยวกับทัศนศิลป์ในเชิงธุรกิจมาก่อน โดย CEA สามารถนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากประสบการณ์ของหน่วยงานภาคเอกชน มาใช้ในการพัฒนาและร่วมมือกันดำเนินงาน ทั้งในมุมมองของกิจกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น หรือ มุมมองทางด้านกฎระเบียบ กลไกการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ให้มีความสะดวกและสามารถสนับสนุนผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการศิลปะได้ในระยะยาวต่อไป

โดยรวมแล้ว CEA ต้องมีบทบาทการเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือในการขับเคลื่อนแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ให้มีการบูรณาการ เชื่อมโยงกันทั้งในหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน รวมถึงเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศด้วยเช่นกัน

4. การส่งเสริมความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

นอกจากการเชื่อมโยงและสร้างความร่วมมือ กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแล้ว การส่งเสริมให้บุคลากรภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขาทัศนศิลป์ มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานในอุตสาหกรรม เพื่อให้การการดำเนินการสนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่อไป

การส่งเสริมความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น มีแนวคิดหลักในการสนับสนุนให้มุมมองด้านการนำงานศิลปะ และวัฒนธรรมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับทั้ง ระดับหน่วยงาน ชุมชน จังหวัด ภูมิภาค รวมไปถึงระดับประเทศ โดยงานศิลปะเหล่านั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ต้องรักษาเพียงเท่านั้น หากแต่จำเป็นต้องนำมาใช้ต่อยอด ผ่านการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคม และยังคงไว้ซึ่งความหมาย แนวคิด หรือแก่นในการนำงานศิลปะต่างๆ ที่ถูกถอด/ลดรูปในการสร้างสรรค์งานชิ้นใหม่ รวมไปถึงการทำความเข้าใจถึงบริบท ระบบนิเวศ และสถานการณ์ของอุตสาหกรรม เพื่อให้การสนับสนุนงานศิลปะต่างๆ จากภาครัฐทั้งงานดั้งเดิมและงานร่วมสมัยได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง ซึ่งจะเป็นการสืบสาน และต่อยอดงานศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

5. การจัดทำข้อมูลสนับสนุนการกำหนดแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม รวมถึงสาขาทัศนศิลป์ในปัจจุบันประสบปัญหาหลักในการรวบรวม และจัดเก็บข้อมูลที่สะท้อนมูลค่าทางเศรษฐกิจ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย และทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งเกิดขึ้นจากข้อมูลอ้างอิงในการจัดเก็บข้อมูลเชิงมูลค่าของอุตสาหกรรมนั้น อาศัยการอ้างอิงจากระบบมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย หรือ Thailand Standard Industrial Classification (TSIC) ซึ่งเน้นการจัดหมวดหมู่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต การค้า และภาคบริการ โดยมีการเริ่มใช้งานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 และมีการปรับปรุงเพิ่มเติมล่าสุดในปี พ.ศ. 2552 และยังคงความคลอบคลุมในด้านงานศิลปะยังไม่มีกำหนดหมวดหมู่ที่ชัดเจน เนื่องจากเดิมยังไม่มีส่งเสริมงานศิลปะในรูปแบบเชิงธุรกิจมากนัก

ดังนั้น การทบทวนการจัดหมวดหมู่ข้อมูลทางเศรษฐกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมวดหมู่งานศิลปะนั้น จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และกำหนดเป็นหมวดหมู่ทางธุรกิจร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน และสำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นต้น เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานมีการสื่อสาร เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาใช้ในการติดตามสถานการณ์ วิเคราะห์ และวางแผนการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และทันต่อสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

6. การทบทวนการกำหนดตัวชี้วัดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การดำเนินงานตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมดนั้น โดยเฉพาะการดำเนินโครงการ หรือ มาตรการนั้น ต้องถูกติดตาม และประเมินความก้าวหน้าของแต่ละโครงการ และแผนงานในภาพรวม ซึ่งในปัจจุบันมีการติดตามและประเมินผลโดยการกำหนดตัวชี้วัดทั้งในเชิงคุณภาพ และปริมาณ ซึ่งเกิดขึ้นจากข้อมูลหลายส่วนประกอบกัน แต่อาจไม่รวมถึงการติดตามและประเมินผลในความสำเร็จของการดำเนินงานในมิติของผลลัพธ์ (Outcome) ที่บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจไม่สามารถวัดผลได้ทันทีเมื่อเสร็จสิ้นโครงการ แต่เป็นผลต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งในด้านสังคม และเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ หาก CEA มีการทบทวนและกำหนดแนวทางการรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดังรายละเอียดข้างต้นแล้ว อาจเพิ่มเติมการทบทวนการกำหนดตัวชี้วัดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะสาขาทัศนศิลป์ ให้มีความชัดเจนและสามารถวัดผลในเชิงคุณภาพ และผลลัพธ์ความสำเร็จการดำเนินงานในระยะยาว หรืออาจปรับเปลี่ยนการติดตามประเมินความสำเร็จของการดำเนินงานในรูปแบบ Objective and Key Results (OKR) ต่อไป

7. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หน่วยงาน CEA ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นี้ CEA ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักของศิลปิน หรือผู้คนในวงการทัศนศิลป์ รวมไปถึงคนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากเท่าที่ควร อาจเป็นเพราะ CEA เป็นหน่วยงานที่มีการจัดตั้งขึ้นเพียง 2 ปี และอยู่ระหว่างการจัดเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการองค์กร ควบคู่ไปกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

อย่างไรก็ดี การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หน่วยงาน CEA ทั้งในด้านบทบาทหน้าที่ และกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการในอยู่ปัจจุบัน พร้อมทั้งทิศทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมของประเทศไทยในอนาคต ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มศิลปิน และผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งจะทำให้ CEA ได้รับความสนใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถให้ข้อมูลความต้องการได้โดยตรง และในทางกลับกัน CEA ยังสามารถดึงความร่วมมือจากหน่วยงานที่มีความพร้อมในการจัดกิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในภาพรวมและสาขาทัศนศิลป์นี้ ไม่อาจสำเร็จได้หากขาดความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม รวมไปถึงการปรับปรุงกลไกการดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังรายละเอียดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้ระบุไว้ข้างต้นนี้ เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ สามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ต่อไป

บทที่ 8 แผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

นอกจากแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาทัศนศิลป์แล้วนั้น ส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอแผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งจากที่ได้ระบุไว้ในหัวข้อขอบเขตการดำเนินการนั้น ในขอบเขตการศึกษาและจัดทำฐานข้อมูล จะครอบคลุมทั้งงานดั้งเดิม ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเพื่อนำมาใช้ ไม่ให้สูญหายไป รวมถึงงานร่วมสมัย ที่เป็นการต่อยอดเป็นงานสมัยใหม่มากขึ้น โดยในการนำเสนอต่อไปนี้จะแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อหลัก ประกอบด้วย

- ความเข้าใจเบื้องต้นต่อการจัดทำฐานข้อมูล
- กรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูล
- หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของไทย
- กรณีศึกษาต้นแบบด้านฐานข้อมูลจากต่างประเทศ
- สรุปแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลและข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล

ซึ่งจะนำเสนอผลการศึกษาของแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

8.1 ความเข้าใจเบื้องต้นต่อการจัดทำฐานข้อมูล

ส่วนของความเข้าใจในการจัดทำฐานข้อมูล (Database) เป็นการนำเสนอคำนิยาม วัตถุประสงค์ และการกำหนดกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษาในส่วนการจัดทำฐานข้อมูล อันจะนำไปสู่การกำหนดร่างโครงสร้างของฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ต่อไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

8.1.1 คำนิยามของฐานข้อมูล (Database)

นิยามของฐานข้อมูลโดยทั่วไป หมายถึง แหล่งที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งอยู่ในรูปแบบข้อมูลมารวมไว้ที่เดียวกัน โดยข้อมูลแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งไม่ได้บังคับว่าข้อมูลทั้งหมดนี้จะต้องเก็บไว้ในแฟ้มข้อมูลเดียวกันหรือแยกเก็บหลายๆ แฟ้มข้อมูล ทั้งนี้ควรมีส่วนของพจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) เพื่อเก็บคำอธิบายเกี่ยวกับโครงสร้างของฐานข้อมูลด้วย เนื่องจากข้อมูลที่จัดเก็บนั้น สามารถสืบค้น (Retrieval) แก้ไข (Modified) ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างข้อมูล (Update) และจัดเรียง (Sort) ได้อย่างสะดวก

กล่าวโดยสรุป นิยามของฐานข้อมูล (Database) ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มของข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ โดยข้อมูลที่ประกอบกันเป็นฐานข้อมูลนั้น ต้องถูกเก็บรวบรวมขึ้นตามวัตถุประสงค์การใช้งานของฐานข้อมูลหรือขององค์กรนั้นๆ ซึ่งข้อมูลแต่ละส่วนในฐานข้อมูลจะมีความสัมพันธ์กันและสามารถนำออกมาใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ข้อมูลแต่ละส่วนอาจมีความหลากหลายแตกต่างกันไป เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ สถานที่ หรือเหตุการณ์ใดๆ ที่สำคัญหรือน่าสนใจ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจได้มาจากการสังเกต การนับ การวัด หรือการสืบค้น รวมถึงรูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บ สามารถอยู่ในรูปแบบที่เป็นตัวเลข ข้อความ และรูปภาพต่างๆ ก็ได้

8.1.2 วัตถุประสงค์ของการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

สำหรับการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ มีจุดมุ่งหมายของการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อให้สามารถกำหนดขอบเขตของฐานข้อมูล การออกแบบ หรือการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลมีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ มีดังนี้

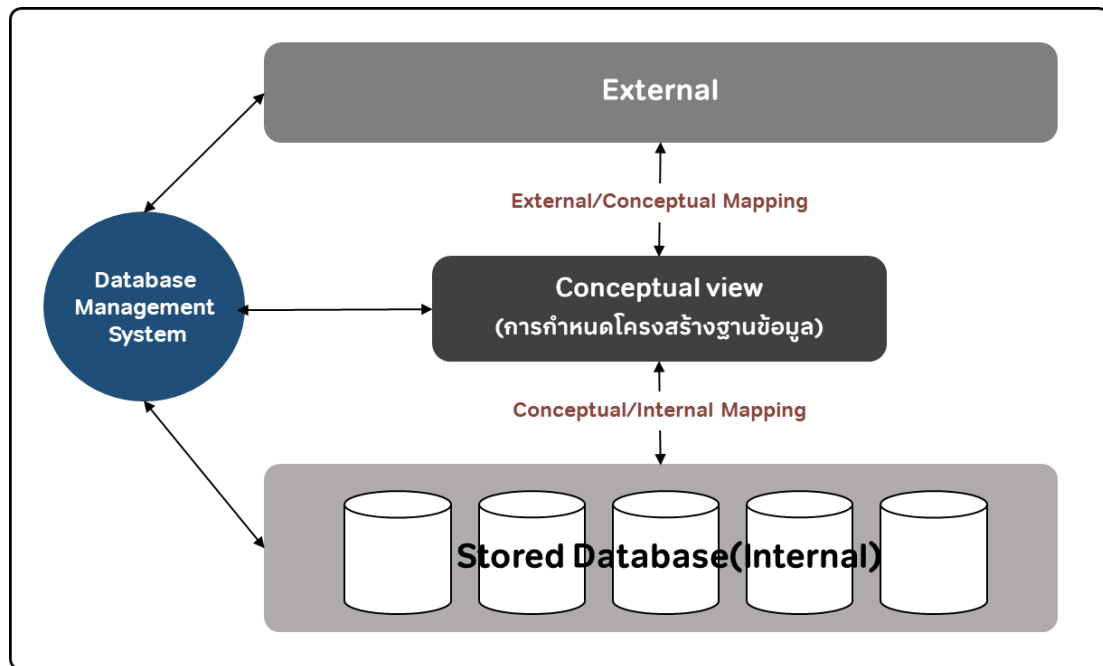
- (1) เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาทัศนศิลป์ รวมถึงสามารถเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อเครือข่ายข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
- (2) เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาและค้นคว้า รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของประเทศไทย ให้แก่ประชาชน นักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัย หรือบุคคลที่สนใจ
- (3) เพื่อสร้างช่องทาง (Platform) ในการอำนวยความสะดวกแก่การประกอบธุรกิจให้แก่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ ในการพัฒนาและต่อยอดมูลค่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ต่อไป

8.1.3 โครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูล (Database Architecture)

สถาปัตยกรรมฐานข้อมูลเป็นมุมมองแนวความคิดที่ใช้ในการอธิบายถึงรูปแบบและโครงสร้างของข้อมูลในระบบฐานข้อมูลโดยไม่ขึ้นอยู่กับโครงสร้างจริงของระบบฐานข้อมูลนั้นๆ ผู้ใช้ฐานข้อมูลจะมองข้อมูลนี้ในมุมมอง (View) ที่แตกต่างกันไปตามจุดประสงค์ของการประยุกต์ใช้งานโดยไม่จำเป็นต้องสนใจว่ามีลักษณะการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร ระบบฐานข้อมูลจะทำการซ่อนรายละเอียดไว้โดยจัดแบ่งระดับของข้อมูลออกเป็นระดับชั้น ทั้งนี้ระดับชั้นของข้อมูลถูกพัฒนาขึ้นโดย The Standards Planning and Requirements Committee (SPARC) ของ American National Standards institute (ANSI) ที่เรียกว่า ANSI/SPARC โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- (1) ระดับภายนอก (External Level/ Individual User Views) เป็นระดับที่อยู่สูงสุด เป็นมุมมองของผู้ใช้แต่ละคนที่ต่อข้อมูลว่ามีการจัดเก็บหรือมีข้อมูลโดยอยู่บ้างซึ่งไม่ใช่รูปร่างหรือโครงสร้างของข้อมูลที่แท้จริงทั้งหมดเป็นเพียงบางส่วนของข้อมูลที่จัดเก็บอยู่จริงในฐานข้อมูลโดยผู้ใช้แต่ละคนจะมีความต้องการใช้งานหรือมีมุมมองของข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป
- (2) ระดับแนวความคิด (Conceptual Level) เป็นระดับที่อยู่ถัดลงมา ได้แก่ ระดับของการมองความสัมพันธ์ของข้อมูลในระบบฐานข้อมูล ว่ามีการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร มีความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นอย่างไรบ้าง รวมทั้งกฎเกณฑ์ต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูล เช่น กฎเกณฑ์ของตัวข้อมูล ความปลอดภัย (Security) และความคงสภาพของข้อมูล (Integrity) ซึ่งยังไม่ใช้รูปแบบหรือวิธีการจัดเก็บจริงในสื่อบันทึกข้อมูล เป็นเพียงแค่มุมมองในแนวความคิดว่า ข้อมูลจะมีการจัดเก็บอย่างไรเท่านั้น โดยผู้ที่มีสิทธิ์จะใช้ข้อมูลในระดับนี้ คือโปรแกรมเมอร์ (Programmer) หรือผู้บริหารฐานข้อมูล (Database Administrator) นอกจากนี้ในระดับ Conceptual view ยังประกอบไปด้วย เค้าร่าง (Schema) ที่อธิบายเกี่ยวกับการออกแบบฐานข้อมูล เช่น ฐานข้อมูลประกอบไปด้วยตารางอะไรบ้าง แต่ละตารางประกอบไปด้วยรายการอะไรบ้าง แต่ละรายการมีค่าเป็นอะไรได้บ้าง รายการใดเป็นชุดข้อมูลหลัก รายการใดเป็นชุดข้อมูลรอง และอ้างอิงถึงตารางอะไร เป็นต้น

- (3) ระดับภายใน (Internal Level / Physical view) เป็นระดับที่มองถึงวิธีการจัดเก็บข้อมูลในระดับ Physical ว่ามีรูปแบบและโครงสร้างการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร ประกอบด้วยเค้าร่างเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลจริงในอุปกรณ์เก็บข้อมูล (storage) เช่น รูปแบบการจัดเก็บข้อมูล วิธีการเข้าถึงข้อมูล ขนาดของข้อมูล กำหนดดิสก์ในการเก็บข้อมูล เป็นต้น



ภาพที่ 48 โครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูล (Database Architecture)

กล่าวโดยสรุป จากแผนภาพในข้างต้น จะทำให้เข้าใจถึงโครงสร้างของสถาปัตยกรรมระบบฐานข้อมูลได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยในการสร้างหรือออกแบบฐานข้อมูล จำเป็นต้องกำหนดโครงสร้างของฐานข้อมูล หรือในระดับแนวคิด (Conceptual view) ขึ้นมาก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานในอีก 2 ส่วนหลัก คือ ส่วน Internal และ External ต่อไป

นอกจากนี้ ในการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างครบวงจร ยังมีส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่ง ได้แก่ การทำระบบจัดการฐานข้อมูล หรือ Database Management System (DBMS) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวกและมีประสิทธิภาพ โดยระบบจัดการฐานข้อมูล (DBMS) ประกอบด้วยซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดการฐานข้อมูล การจัดเตรียมพื้นที่ในการเก็บ การเข้าถึง ระบบรักษาความปลอดภัย การสำรองข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ทั้งนี้ ระบบจัดการฐานข้อมูลสามารถแบ่งหมวดหมู่ได้ตามแบบจำลองฐานข้อมูลที่สนับสนุน ซึ่งจะแบ่งตามความเหมาะสมของรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันไป เป็นต้น

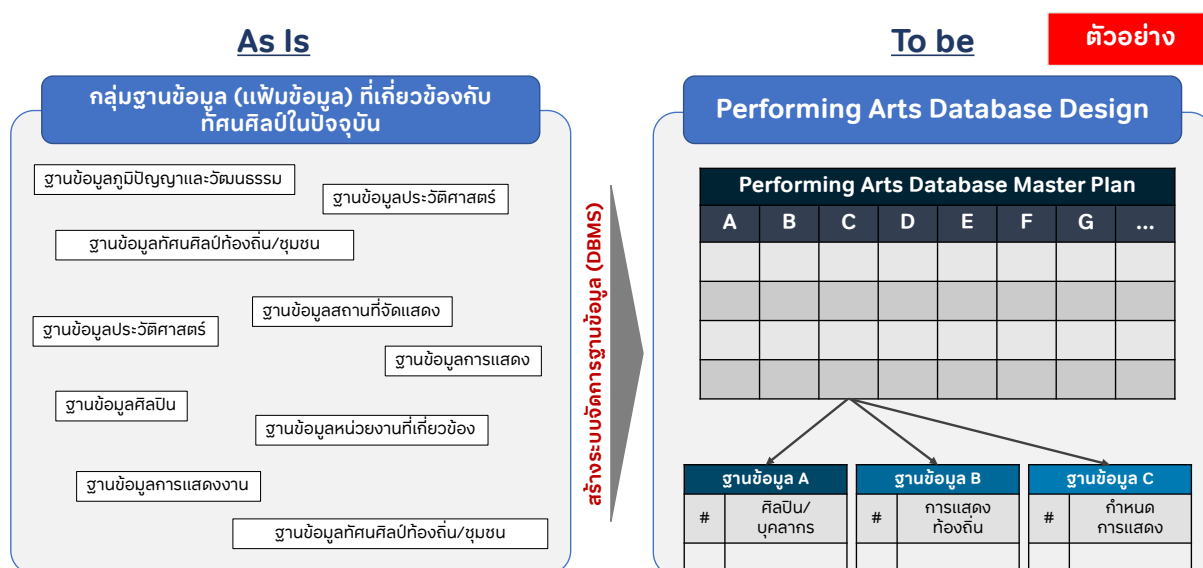
จากโครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูลข้างต้น การศึกษาฉบับนี้กำหนดขอบเขตการดำเนินงานใน ระดับแนวคิด (Conceptual Schema) ซึ่งเป็นโครงสร้างหลักที่แสดงรายละเอียดของฐานข้อมูลทั้งหมดเท่านั้น

8.2 กรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูล (Database) สร้างสรรค์รายสาขา: ทัศนศิลป์

สำหรับกรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขานี้ ประกอบไปด้วยแนวคิดหลักในการจัดกลุ่มข้อมูลสำหรับการจัดทำฐานข้อมูล และกรอบแนวคิดการออกแบบฐานข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

8.2.1 แนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

จากความเข้าใจเบื้องต้นที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้น การศึกษาในโครงการนี้ จึงมุ่งเน้นการออกแบบโครงสร้างของศูนย์กลางของฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ขึ้น ภายใต้แนวคิดของการเป็น First Door ของการเข้าถึงข้อมูลทางด้านทัศนศิลป์ สำหรับบุคคลทั่วไป ทั้งนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าว ตลอดจนพัฒนา ต่อยอดและสืบสานองค์ความรู้ ผ่านการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์ของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศไทยต่อไป



ภาพที่ 49 แนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

โดยแนวคิดการจัดการฐานข้อมูลในลักษณะนี้ จะช่วยให้เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูลน้อยลง และลดความไม่คงที่ของข้อมูล สามารถบังคับให้เกิดมาตรฐานของการจัดเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับและสามารถบังคับใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่ชุดข้อมูลเฉพาะอีกด้วย

นอกจากนี้ ในการกำหนดกรอบของข้อมูล สามารถแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 50 กรอบการจัดกลุ่มข้อมูลสาขาทัศนศิลป์
ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

- 1) **ข้อมูลเชิงคุณภาพ** เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เน้นการบรรยาย ลักษณะ รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ / บริการ สร้างสรรค์แต่ละประเภท รวมถึงบุคลากร ศิลปิน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ / บริการสร้างสรรค์ รวมถึงองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้ในการต่อยอด การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคต โดยมีหัวข้อการจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นดังนี้
 - ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ เช่น ประเภทของผลิตภัณฑ์ ประเภทวัสดุที่ใช้ ประเภทของบริการ
 - บุคลากร ศิลปิน หรือผู้ประกอบการ เช่น บุคลากร/ศิลปินจำแนกตามประเภทของสินค้า/บริการ ประวัติ ช่องทางการติดต่อ
 - องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภูมิปัญญาของแต่ละพื้นที่ แนวโน้มของอุตสาหกรรม

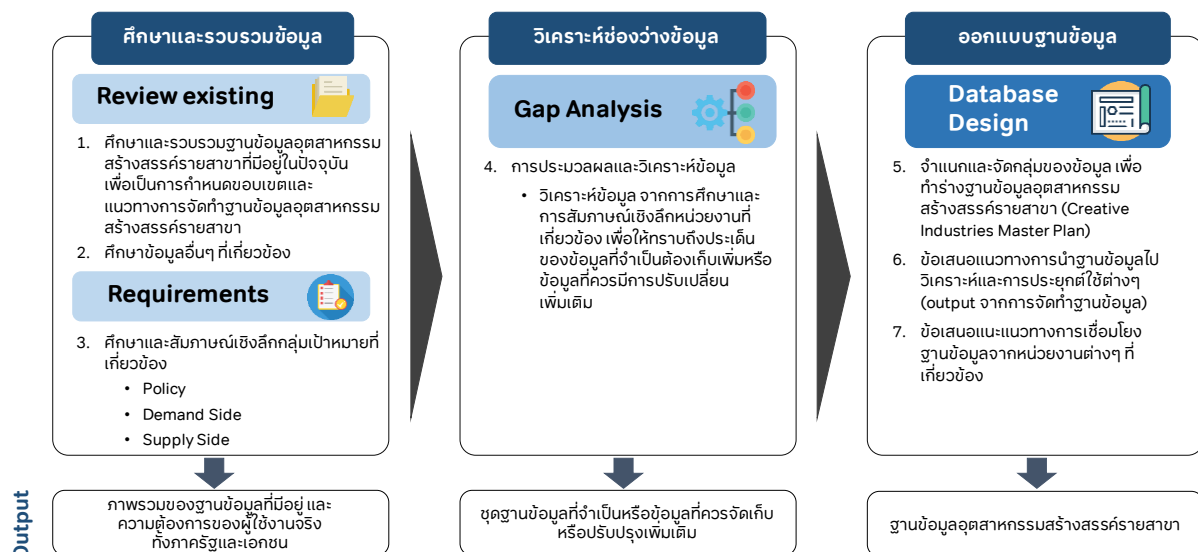
2) **ข้อมูลเชิงปริมาณ** เป็นการสรุปข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเชิงตัวเลข ทั้งในภาพรวม และการแจกแจงรายละเอียดตามประเภทผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงให้เห็นภาพรวมแนวโน้ม ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้น โดยมีหัวข้อการจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ เช่น มูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรม มูลค่าการนำเข้า-ส่งออก มูลค่ารายผลิตภัณฑ์
- บุคลากร ศิลปิน หรือผู้ประกอบการ เช่น ตลาดแรงงาน : ภาพรวม/จำแนกรายสาขา จำนวนบุคลากร/ศิลปิน/ผู้ประกอบการแยกตามความเชี่ยวชาญ

ซึ่งกรอบการรวบรวมข้อมูลข้างต้นจะนำมาใช้ในการจัดกลุ่มข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรมต่อไป

8.2.2 กรอบแนวคิดการออกแบบฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ในการจัดทำฐานข้อมูลครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



ภาพที่ 51 กรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูล

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- 1) **ศึกษาและรวบรวมข้อมูล** เป็นขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ ในปัจจุบันทั้งจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก รวมถึงการทบทวนนโยบายและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของชุดข้อมูลที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งศึกษาความต้องการในการนำฐานข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทั้งของภาครัฐและเอกชน (Supply & Demand Side)
- 2) **วิเคราะห์ช่องว่างข้อมูล (Gap Analysis)** เป็นการพิจารณาช่องว่างของข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม และความต้องการใช้ประโยชน์จากภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เห็นถึงความต้องการชุดข้อมูลที่เหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไป
- 3) **ออกแบบฐานข้อมูล (Database design)** ออกแบบฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ (Masterplan Database) จากผลการวิเคราะห์ช่องว่างของข้อมูล (Gap Analysis) และการทำ Data Cleaning โดยจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูลของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน ตามกรอบแนวคิดการจัดกลุ่มข้อมูลข้างต้น พร้อมทั้งเสนอแนวทางการใช้ประโยชน์และการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น รวมถึงข้อเสนอแนะในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากกรอบแนวคิดการออกแบบฐานข้อมูลที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้น ขั้นตอนการดำเนินการของโครงการในปัจจุบันอยู่ในช่วงการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในหัวข้อต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอความก้าวหน้าของการรวบรวมข้อมูลในส่วนต่างๆ ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูล หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของไทย ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

8.3 หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของไทย

การศึกษาฐานข้อมูลที่มีการจัดเก็บในของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์การเก็บข้อมูลในปัจจุบันในด้านของฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐใดบ้างที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงานว่ามีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร มีรายละเอียดข้อมูลในส่วนใดบ้าง รวมถึงมีการเผยแพร่หรือนำเสนอข้อมูลมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ยังมีการเล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำเสนอในรูปแบบที่มีการใช้รูปแบบใดเนื่องจากสามารถนำมาวิเคราะห์การเก็บรายละเอียดของข้อมูลได้ จากการศึกษาพบว่าหน่วยงานที่มีการจัดทำฐานข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของประเทศไทยนั้น ประกอบด้วย 6 กลุ่มหน่วยงาน (จัดกลุ่มรวมหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งกลุ่ม) ได้แก่

- 1) กระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานในสังกัด (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม และสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย)
- 2) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
- 3) หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
- 4) พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย
- 5) คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 6) ศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

โดยในแต่ละหัวข้อได้มีการจำแนกประเภทของข้อมูลและการแสดงรูปแบบข้อมูลที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน โดยทางที่ปรึกษาได้เข้าไปศึกษาฐานข้อมูลทั้งหมดและสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

8.3.1 การจัดเก็บข้อมูลของกระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานในสังกัด

กระทรวงวัฒนธรรมเป็นกระทรวงหลักที่มีการดูแล รักษาและจัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมของประเทศไทยเอาไว้ทั้งหมด เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นทางหน่วยงานได้มีการจัดตั้งหน่วยงานย่อยภายใต้การดูแลของกระทรวงวัฒนธรรมขึ้นมา ดังนั้นในแต่ละกลุ่มงานภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมจึงมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาวัฒนธรรมและมีรูปแบบและวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลแตกต่างกันไป จากการศึกษาหน่วยภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บข้อมูลทัศนศิลป์ประกอบด้วย 2 หน่วยงานหลักคือ กรมส่งเสริมวัฒนธรรมและสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งทั้ง 3 หน่วยงานมีการทำงานร่วมกันอยู่เสมอโดยสามารถแบ่งรายละเอียดตามภารกิจของหน่วยงานที่รับผิดชอบดังนี้

1. กระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรม มีบทบาทที่มุ่งมั่นจะพัฒนา สืบสาน และอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อจัดกิจกรรมและโครงการเชิดชูคุณค่าทางวัฒนธรรมของประเทศไทยโดยภายในหน่วยงานได้มีการแบ่งออกเป็นกลุ่มงานหลากหลายกลุ่มเพื่อที่จะได้สนับสนุนและพัฒนาทักษะด้านอื่นๆ อย่างครอบคลุมทุกส่วน ซึ่งในแต่ละกลุ่มงานมีหน้าที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และเป้าหมายที่ได้รับ โดยทุกหน่วยงานเป็นปัจจัยหลักและเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้กระทรวงวัฒนธรรมสามารถบรรลุเป้าหมายได้

2. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม

กรมส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานภายใต้การดูแลของกระทรวงวัฒนธรรมที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมและอนุรักษ์ คุณค่าวัฒนธรรมของประเทศไทย พร้อมทั้งพัฒนาคุณค่าให้เป็นที่แพร่หลายสู่สังคม โดยทางหน่วยงานได้มีการออกนโยบาย กิจกรรมและโครงการใหม่ๆ อยู่เป็นประจำเพื่อนำวัฒนธรรมเหล่านี้มารวบรวมและเพิ่มคุณค่า ซึ่งสามารถนำไปเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจได้ เช่น ดัดแปลงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถเป็นอีกช่องทางหนึ่ง สำหรับชาวบ้านที่จะรักษาภูมิปัญญาดั้งเดิมควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ และทางหน่วยงานยังให้ความสำคัญกับการต่อยอด จึงมีการดำเนินงานวิจัยต่างๆ เพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมต่อไป ดังนั้นฐานข้อมูลของหน่วยงานจึงมีหลายประเภทและรูปแบบ เพื่อสะดวกแก่การเข้าถึงข้อมูลและศึกษาได้มากที่สุด

3. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นหน่วยงานภายใต้การดูแลของกระทรวงวัฒนธรรมซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการสนับสนุนงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยโดยเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันนี้ความนิยมและอุตสาหกรรมศิลปะได้มีการพัฒนาไปจากในอดีต ดังนั้นเราจึงควรพัฒนาวัฒนธรรมของตนเองเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย รวมถึงมีการเผยแพร่ทั้งในประเทศ และนอกประเทศ โดยหน้าที่ของหน่วยงานคือการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมมาประยุกต์เข้ากับความร่วมมือ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและมีความเข้ากันได้กับยุคสมัยใหม่ นอกจากนี้สำนักงานยังมีการจัดตั้งหอศิลป์เพื่อรวบรวม และแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัยต่างๆ และมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานในประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ยังมี การร่วมมือกับหน่วยงานต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้อีกด้วย ในด้านการสนับสนุนทางหน่วยงานมีการจัดหากองทุนและการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนเพื่อการสนับสนุนที่ถูกต้องตรงประเด็น

ดังนั้น จึงมีฐานข้อมูลของตนเอง เพื่อนำไปสนับสนุนการทำกิจกรรมของหน่วยงานในด้านต่างๆ ข้างต้น ซึ่งมีความครบครันรองรับกับผู้ใช้งานทุกประเภท

สำหรับการเข้าถึงฐานข้อมูลของทั้ง 3 หน่วยงาน ผู้สนใจข้อมูลสามารถเข้าไปที่เว็บไซต์หลักของหน่วยงานดังนี้

1. กระทรวงวัฒนธรรม: <https://www.m-culture.go.th/th/index.php>
2. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย: <http://ocac.go.th/>
3. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม: http://www.culture.go.th/culture_th

รูปแบบและวัตถุประสงค์ ของฐานข้อมูลกระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานในสังกัด

รูปแบบฐานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมจะรวบรวมข้อมูลทั่วไปในด้านวัฒนธรรม เนื่องจากการมีจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นการเก็บข้อมูลของทางหน่วยงานจะประกอบไปด้วยหลากหลายรูปแบบเพราะจะได้เหมาะสมกับผู้ใช้งานทุกประเภท การแสดงข้อมูลหรือคำอธิบายเบื้องต้นจะเป็นการแสดงผลแบบ .HTML โดยมีการแสดงผลเป็นตัวอักษรอธิบายพร้อมรูปภาพที่เป็นไฟล์ .JPG แต่ถ้าหากเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดสูง เช่น หนังสือ งานวิจัย หรือรายงานต่างๆ จะเป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบ .PDF ซึ่งผู้อ่านสามารถดาวน์โหลดและเก็บไว้ภายหลังได้ สำหรับการเรียนรู้เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้นทางหน่วยงานจึงมีการใช้รูปแบบวิดีโอและไฟล์เสียงในรูปแบบ .MP4 เหมาะสำหรับโรงเรียนที่ต้องการสื่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสำหรับเด็กๆ เนื่องจากการแสดงผลทั้งในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวและเสียงพร้อมกัน นอกจากนี้ข้อมูลในเว็บไซต์สามารถนำมาเป็นสื่อการเรียนการสอนที่ดีสำหรับคุณครูและนักเรียนทั่วไปอีกด้วย

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ของกระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานในสังกัด

ทางหน่วยงานมีการเก็บข้อมูลองค์ความรู้ที่เป็นองค์ความรู้เชิงทั่วไปมากกว่าเฉพาะเจาะจงในด้านสาขาใดสาขาหนึ่งจะเป็นการเผยแพร่บทความและหนังสือในหัวข้อวัฒนธรรมอย่างกว้างเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามข้อมูลศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้มีการจำแนกประเภทของศิลปินเอาไว้ ซึ่งในแต่ละหน่วยงานได้มีการใช้การจัดประเภทในรูปแบบของตนเองโดยมีการเก็บข้อมูลองค์ความรู้เชิงทั่วไปมากกว่าเฉพาะเจาะจงในด้านสาขาใด สาขาหนึ่งจะเป็นการเผยแพร่บทความหนังสือในหัวข้อวัฒนธรรมอย่างกว้างเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามข้อมูลศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้มีการจำแนกประเภทของศิลปินเอาไว้ ซึ่งในแต่ละหน่วยงาน ได้มีการใช้การจัดประเภทในรูปแบบของตนเองจะไม่มีการใช้รูปแบบเดียวกันในการจำแนก ทั้งนี้จากการศึกษา ฐานข้อมูลของกระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และกรมส่งเสริมวัฒนธรรม สามารถนำมาแบ่งกลุ่มข้อมูลได้ทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. องค์ความรู้
3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

โดยแต่ละประเภทของข้อมูล จะมีการจัดเก็บที่แตกต่างกันในแต่ละหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมอีกด้วย โดยมีอธิบายรายละเอียดดังนี้

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ศิลปินและกลุ่มที่เกี่ยวข้องในการผลิตงานทัศนศิลป์ถือเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญเพื่อที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและเข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรมโดยศิลปินเป็นตัวแปรสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรม เช่นเดียวกับผู้เกี่ยวข้องในการทำให้ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมนั้นสมบูรณ์ ดังนั้นทางหน่วยงานจะต้องมีการจัดเก็บข้อมูลโดยกระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานศิลปะร่วมสมัยและกรมส่งเสริมวัฒนธรรมได้จัดเก็บข้อมูลโดยมีการแบ่งเกณฑ์ของศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมที่ต่างกัน จากการศึกษาฐานข้อมูลทั้งหมดของทั้ง 3 หน่วยงานสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

● กระทรวงวัฒนธรรม

จากฐานข้อมูลของกระทรวงวัฒนธรรมเป็นการแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องในด้านทัศนศิลป์ในรูปแบบของไฟล์หนังสือซึ่งมีการจัดเก็บอยู่ในกลุ่มคลังหนังสือซึ่งผู้สนใจจะต้องใช้เวลาในการสืบค้นเพื่อเข้าถึงในส่วนของรายชื่อศิลปินและผู้เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทั้งหมด 3 กลุ่มได้แก่เยาวชนต้นแบบด้านดนตรีไทย ทำเนียบคณะนักแสดงพื้นบ้านและศิลปากร 2559 จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาแบ่งประเภทและสรุปรายละเอียด การแสดงข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 10 รายละเอียดข้อมูลศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของกระทรวงวัฒนธรรม

กลุ่มศิลปิน	สาขา	รายละเอียดข้อมูล
ด้านทัศนศิลป์	รางวัลศิลปาธร 2559	• บทสัมภาษณ์ • ประวัติ • ที่อยู่/เบอร์โทร • ผลงาน

ที่มา: <https://www.m-culture.go.th/th/index.php>

● สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลโดยแบ่งตามทำเนียบศิลปิน สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับด้านอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้แก่ ศิลปินสาขาจิลปารธร ทัศนศิลป์ และเรขศิลป์ ซึ่งในแต่ละหมวดหมู่มีการแสดงข้อมูลด้านรายชื่อ ประวัติและผลงานในอดีตอย่างชัดเจน โดยรายละเอียดข้อมูลในแต่ละหัวข้อมีการแสดงข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 11 รายละเอียดข้อมูลศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

กลุ่มศิลปิน	สาขา	รายละเอียดข้อมูล
ทำเนียบศิลปิน	ศิลปินศิลปปารธร	- ประวัติโดยย่อ - รางวัลที่เคยได้รับ - ผลงานที่ผ่านมา
	ทัศนศิลป์	
	เรขศิลป์	

ที่มา: <http://ocac.go.th/>

● **กรมส่งเสริมวัฒนธรรม**

ศิลปินแห่งชาติในสาขาทัศนศิลป์ได้มีการจัดเก็บอยู่ในกรมส่งเสริมวัฒนธรรม รวมถึงข้อมูลของบุรพศิลปิน ผู้ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรมและผู้มีผลงานดีเด่นทางด้านวัฒนธรรมได้มีการจัดเก็บข้อมูลไว้ภายในฐานข้อมูลโดยในแต่ละรายชื่อจะมีการจำแนกรายละเอียดส่วนตัวของศิลปิน รวมถึงผลงาน และปีที่ได้รับรางวัลซึ่งข้อมูลทั้งหมดสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 12 รายละเอียดข้อมูลศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม

กลุ่มศิลปิน	สาขา	รายละเอียดข้อมูล
ศิลปินแห่งชาติ 3 สาขา	ด้านทัศนศิลป์	• ชื่อนามสกุล (ตำแหน่งที่ได้ / พ.ศ.) • ผลิตภัณฑ์ • ความเป็นมา • ที่อยู่ • เบอร์ติดต่อ
บุรพศิลปิน 4 สมัย	สมัยกรุงสุโขทัย	• ชื่อศิลปิน • ปีเกิด/ปีเสียชีวิต • ผลงาน • สาขา
	สมัยกรุงศรีอยุธยา	
	สมัยกรุงธนบุรี	
	สมัยกรุงรัตนโกสินทร์	
ทำเนียบนาม	ผู้ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรม	• ชื่อ - สกุล • สาขา • ปีที่ได้รับ • ที่อยู่ • ช่องทางติดต่อ
	ผู้มีผลงานดีเด่นทางด้านวัฒนธรรม	

ที่มา: http://www.culture.go.th/culture_th

2. องค์ความรู้

นอกจากการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับศิลปิน ทางหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลทั่วไปที่เป็นองค์ความรู้เพื่อที่จะเผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรมไว้ให้รุ่นต่อไป ทั้งนี้ นอกจากการเก็บรักษาองค์ความรู้ดั้งเดิมการพัฒนาตนเองให้ทันต่อโลกก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ ทางหน่วยงานจึงมีการจัดเก็บองค์ความรู้ร่วมสมัย ซึ่งทั้ง 3 หน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน รวมถึงรายละเอียดต่างๆ ซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

● กระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการพัฒนาดูแลวัฒนธรรมทั้งหมดของประเทศจึงเป็นหน่วยงานหลักในการรวบรวมข้อมูลในเชิงองค์ความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลวัฒนธรรมของประเทศในรูปแบบสื่อต่างๆ อาทิ สื่อมัลติมีเดียและคลังหนังสือ ซึ่งมีข้อมูลที่ค่อนข้างคล้ายกันในบางประเภทแต่แตกต่างกันที่รูปแบบการนำเสนอเท่านั้น โดยกระทรวงวัฒนธรรมจะมุ่งเน้นในการให้ความรู้ทั่วไปไม่มีการเฉพาะเจาะจงเป็นหัวข้อจึงทำให้ข้อมูลของทัศนศิลป์นั้นสอดคล้องแทรกอยู่ในหัวข้อต่างๆ และจะมีการแสดงรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของกระทรวงวัฒนธรรม

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
คลังหนังสือ วธ.	งานวิจัยด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม	รายงานการพัฒนาด้านภาพลักษณ์ คุณธรรมของภาครัฐในประเทศไทย
	เอกสารเผยแพร่	วารสาร/นิตยสาร/จุลสาร/จดหมายข่าว
สื่อมัลติมีเดีย	ละคร / ภาพยนตร์สั้น	ภาพยนตร์สั้น ชุด แด่พระผู้ทรงธรรม ตอน นิทานพระราชา
		ภาพยนตร์สั้น ชุด แด่พระผู้ทรงธรรม ตอน เสียงสว่าง

ที่มา: <https://www.m-culture.go.th/th/index.php>

● สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาศิลปะร่วมสมัย องค์ความรู้ที่มีการจัดเก็บจึงมีการผสมผสานองค์ความรู้ร่วมสมัยลงไปด้วย ทั้งนี้การจำแนกหมวดหมู่ไม่มีความชัดเจนจะเป็นการจัดเก็บข้อมูลในภาพรวมเท่านั้นโดยทางที่ปรึกษาสามารถนำข้อมูลเข้ามารวบรวมและแบ่งหมวดหมู่ตามทางสำนักงานได้ดังนี้

ตารางที่ 14 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย	วรรณศิลป์	องค์ความรู้ (KM) : การส่งเสริมการเรียนรู้ "พาน้องท่องงานศิลป์"ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑
		องค์ความรู้ (KM) : การจัดซื้อผลงานผลงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑
	เรขศิลป์	องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ (โครงการส่งเสริมและพัฒนางานเรขศิลป์ Graphic Design ประจำปี ๒๕๖๐ ชุดที่ ๑)
		องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ (โครงการส่งเสริมและพัฒนางานเรขศิลป์ Graphic Design ประจำปี ๒๕๖๐) ชุดที่ ๒
งานวิจัย	งานวิจัยตั้งแต่ปี 2547-2560	การใช้ศิลปะเพื่อการพัฒนาพื้นที่ฟูจิตใจเด็กที่มีอาการป่วยทางจิต
		การใช้ศิลปะบำบัดเพื่อการพัฒนาและฟื้นฟูจิตใจผู้ต้องขัง : ในพื้นที่ว่างกับเสรีภาพแห่งสุนทรียะ
วิดีโอ	วัฒนธรรมไทย	

ที่มา: <http://ocac.go.th/>

● กรมส่งเสริมวัฒนธรรม

กรมส่งเสริมวัฒนธรรมมีการจัดเก็บองค์ความรู้ไว้มากมาย ซึ่งไม่ได้มีการแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลทัศนศิลป์ไว้อย่างชัดเจน แต่จะมีการแบ่งตามประเภทของสื่อคือ งานวิจัย บทความ วารสารวิจัยทางวัฒนธรรม คลังภาพและวิดีโอ โดยในแต่ละหัวข้อ ได้มีการแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลย่อยเพื่อความสะดวกในการค้นหา ดังเช่นการจำแนกข้อมูลของงานวิจัยที่มีการแบ่งตามภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอในรูปแบบของบทความซึ่งมีการเขียนเนื้อหาได้น่าอ่านและน่าสนใจ รวมถึงวารสารวัฒนธรรมที่จะมีการเพิ่มอยู่เสมอ เนื่องจากจะมีการจัดทำทุกๆ 3 เดือน สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลจากรูปภาพ ทางหน่วยงานมีการจัดทำคลังภาพ และวิดีโอเพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนหรือองค์ความรู้แบบทันสมัยอีกด้วย ทั้งนี้หากผู้ที่สนใจต้องการค้นหาองค์ความรู้ จะต้องสืบค้นด้วยตัวเองเพราะทางหน่วยงานไม่มีการแบ่งประเภทเนื้อหาข้อมูลชัดเจนจะเป็นเพียงประเภทของข้อมูลพอสังเขป จากการศึกษาค้นคว้าสามารถนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์มาสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 15 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
งานวิจัย	กรุงเทพมหานคร	จิตรกรรมภายในภายในศาลาการเปรียญ วัดท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร
		หอวัฒนธรรมนิทัศน์ : แหล่งการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน
	ภาคเหนือ	การศึกษาและรวบรวมรูปแบบลวดลายชุดโบราณ
		การศึกษาลวดลายจากแม่แจ่ม
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กระบวนการประยุกต์ใช้องค์ประกอบศิลป์ของ อุปแต้มในการออกแบบลวดลาย
		การพัฒนาต่อยอดและถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำเครื่องเคลือบดินเผาบุรีรัมย์เชิงสร้างสรรค์
		ความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตชุมชนกับงาน แกะสลักธรรมาสันในภาคอีสาน
	ภาคกลาง	ภูมิปัญญาท้องถิ่นกรณีศึกษากระบวนการ สร้างสรรค์ลวดลาย รมควัน
		แนวทางการสร้างโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้าน มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมโดยชุมชน
		การศึกษาโครงสร้างในงานจิตรกรรมและการตกแต่ง ที่มีผลต่องานสถาปัตยกรรมภายใน (กรณีศึกษา วัดเกาะแก้วสุทธาราม, วัดใหญ่สุวรรณาราม, วัดคงคาราม)
	ภาคใต้	ศึกษาลายแทงหยวกของช่างในรอบคุณทะเลสาบ สงขลา
		การดำรงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวอีสานใน พื้นที่ชายแดนใต้กรณีศึกษา ต.ภูเขาทอง อ.สุคีริน จ.นราธิวาส
		การศึกษารูปแบบพหุลักษณะของทัศนศิลป์ไทยใน ภาคใต้
กลุ่มงานวิจัยที่น่าสนใจ	กลุ่มงานวิจัยวัฒนธรรมวัฒนธรรม ชนชาติไทและมรดกร่วมแห่งเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้	ศิลปะถนอม พหุวัฒนธรรม และการฟื้นฟูชุมชน เมืองจอร์จทาวน์ ประเทศมาเลเซีย
		มรดกร่วมศิลปกรรมไทย-ลาว
	กลุ่มงานวิจัยทั่วไป	การออกแบบนิทรรศการสำหรับพิพิธภัณฑ์ รัฐธรรมนูญไทย

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
		การออกแบบเรขศิลป์สำหรับตลาดนัดจตุจักร
		การออกแบบเรขศิลป์สำหรับเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จัก แพร่หลายของไทย
บทความ	“พุทธศิลป์อีสาน” พัฒนาการและความเปลี่ยนแปลง ทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรม*	
	ไฟผืนงานศิลป์ของ อินสนธิ์ วงศ์สาม	
	ความงามแห่งเส้นสาย ลวดลายงานช่าง ตอกกระดาศแห่งล้านนา	
วารสารวิจัยทางวัฒนธรรม	วารสารวิจัยทางวัฒนธรรม ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ ๑ เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๑	
	วารสารวิจัยทางวัฒนธรรม ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ ๒ เดือนมกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๒	
คลังภาพ	สาขาศิลปะทัศนศิลป์	
วิดีโอ	วัฒนธรรมไทย	

ที่มา: http://www.culture.go.th/culture_th

3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

การกระจายข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานเนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ศึกษาและผู้สนใจด้านทัศนศิลป์สามารถเข้าถึงข้อมูลใหม่ๆ โดยทางกระทรวงมีการคำนึงถึงความสำคัญในจุดนี้และส่งผลให้ข้อมูลในด้านข่าวสารได้มีการแบ่งประเภทเพื่อความสะดวกและชัดเจนในการเข้าถึงข้อมูล ในกระทรวงวัฒนธรรมจะมีการแบ่งเป็นประเด็น ข่าวเด่น ข่าวภูมิภาค และข่าวประจำวัน ขณะที่กรมส่งเสริมวัฒนธรรมและสำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมร่วมสมัยจะมีการแบ่งเป็นข่าวสารทั่วไปและข่าวสารของหน่วยงาน

ในส่วนของการจัดกิจกรรมเป็นสิ่งที่หน่วยงานจะมีการจัดขึ้นอยู่เป็นประจำ เช่น กิจกรรมการแข่งขันการประกวดต่างๆ รวมถึงกิจกรรมนิทรรศการโดยในแต่ละหน่วยงานจะมีการจัดงานที่แตกต่างกันไปตามจุดประสงค์ขององค์กร เช่น กรมส่งเสริมวัฒนธรรมจะมีการจัดโครงการดีเด่นในการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ขณะที่สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมร่วมสมัยมีการประกวดภาพถ่ายทางวัฒนธรรมอาเซียน โดยหลังจากกิจกรรมดังกล่าวในทุกหน่วยงานจะมีการเก็บภาพเพื่อลงเป็นข้อมูลแสดงบนหน้าเว็บไซต์พร้อมกับคำอธิบายโดยย่อ

8.3.2 การจัดเก็บข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy Agency (CEA) เป็นองค์กรภายใต้รัฐบาลสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจของคนไทยโดยมีการผสมผสานระหว่างนวัตกรรมสมัยใหม่และความคิดที่แปลกใหม่เพื่อเป็นการยกระดับสินค้าและเพิ่มมูลค่าของตนเอง ทั้งนี้จุดมุ่งหมายของทางหน่วยงานนอกจากการพัฒนาสินค้าแล้ว ยังต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำไปเข้าสู่เวทีโลกเพื่อนำผลงานเข้าไปแข่งขันและขยายตลาดต่อไปในอนาคต

ดังนั้นทางหน่วยงานจึงมีการเก็บข้อมูลที่แตกต่างออกไปจากหน่วยงานอื่นๆ เนื่องจากจะมีข้อมูลเชิงองค์ความรู้ร่วมสมัยเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงบทความที่อยู่ในเชิงศิลปะเพื่อธุรกิจโดยผู้อ่านสามารถนำไปศึกษาและต่อยอดธุรกิจของตนเองได้ รวมถึงข้อมูลสถิติในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีการจัดทำให้เข้าใจและเข้าถึงได้ง่ายได้มีการจัดเก็บอยู่ภายในหน่วยงานเพื่อศิลปินสามารถนำไปคาดคะเนสถานการณ์อุตสาหกรรมในอนาคตได้อย่างแม่นยำมากขึ้น โดยทางหน่วยงานมีการเปิดให้เข้าถึงข้อมูลในช่องทาง <https://www.cea.or.th/>

รูปแบบและวัตถุประสงค์ ของฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ทางหน่วยงานมีความต้องการสนับสนุนศิลปินและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ จึงมีการเผยแพร่ข้อมูลที่สามารถนำไปต่อยอดธุรกิจได้ดีขึ้น สำหรับช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลได้มีการใช้ช่องทางออนไลน์ทำให้ผู้ศึกษาสามารถค้นคว้าเข้าถึงได้จากทุกที่และทุกเวลา ดังนั้นรูปแบบการแสดงผลข้อมูลจึงมีลักษณะที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไปทำให้ผู้ที่เข้ามาศึกษาไม่จำเป็นจะต้องเป็นกลุ่มนักวิชาการเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการใช้สีสันมาประยุกต์เพื่อให้เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้นอีกด้วย การแสดงข้อมูลในส่วนมากจะเป็นการแสดงข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์ หรือ ในรูปแบบ .HTML โดยประกอบไปด้วย ตัวอักษรอธิบาย และรูปภาพประกอบ

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ทางหน่วยงานมีการแสดงผลข้อมูลเชิงรายละเอียดข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น โดยไม่ได้มีการลงรายละเอียดเป็นรายงานหรือบทความจะเป็นการอธิบายพอสังเขปเท่านั้น ทั้งนี้ทางหน่วยงานมีการวางรูปแบบการจัดแสดงข้อมูลที่นำเสนอโดยใช้รูปภาพและสีสันเข้ามาช่วย หลังจากการศึกษาฐานข้อมูล ที่ปรึกษาสามารถนำมาจัดกลุ่มข้อมูลได้ดังนี้

1. องค์ความรู้
2. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์
3. ข้อมูลสถิติ

โดยแต่ละประเภทของข้อมูลจะมีการจัดเก็บที่แตกต่างกันซึ่งสามารถนำมาอธิบายรายละเอียดดังนี้

1. องค์ความรู้

สำหรับองค์ความรู้ที่ทางหน่วยงานมีการจัดเก็บจะเป็นการมุ่งเน้นในโครงการของทางหน่วยงานเองที่เคยได้ทำมาแล้ว โดยในฐานข้อมูลมีการจำแนกตามสาขา ได้แก่ กรุงเทพฯ ขอนแก่น และเชียงใหม่ซึ่งสามารถจำแนกตามปีได้ ทำให้ผู้ที่ต้องการศึกษาโครงการของทางหน่วยงานย้อนหลังสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังมีการเก็บข้อมูลองค์ความรู้ในด้านรายงานและผลงานวิจัยที่ได้มีการจัดทำโดยทางหน่วยงานเอง จากการศึกษาสามารถนำมาสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 16 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

รวบรวมโดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ประเภท	รายการข้อมูล
รายงานและผลงานวิจัย	งานวิจัยพฤติกรรมการณ์การเดินสู่โจทย์การพัฒนาทางเท้า
	การส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ อีกหนึ่งปัจจัยที่จะพาไทยก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง
	สำรวจผลตอบแทนที่มากกว่าแค่ตัวเงินจากการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย
โครงการ	East is Craft
	เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ (Chiang Mai Design Week) 2019
	YOUNG DESIGNER CLUB (YDC) ชมรมนักออกแบบรุ่นเยาว์

ที่มา: <https://www.cea.or.th/>

2. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

สำหรับการแบ่งปันข่าวสารและการประชาสัมพันธ์นั้น ทางหน่วยงานได้มีการใช้ช่องทาง Facebook Page เพื่อกระจายข่าวสารต่างๆ ของหน่วยงานทั้ง 3 สาขา เช่น การเปิดรับสมัครประกวดแบบ TCDC สาขา สงขลา นอกจากนี้ยังมีการแบ่งปันบทความและองค์ความรู้ที่เป็นสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น “Let’s Create” ยุทธศาสตร์ 10 ปี ที่มุ่งให้ประชาชนแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้ตลอดชีวิตและผลกระทบโควิด-19 ในอังกฤษ สำหรับข่าวสารการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรได้มีการแชร์ลงบนเพจอย่างสม่ำเสมอ เช่น การให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การแชร์ข่าวสารอย่างหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการผู้ที่เข้ามาศึกษาได้อย่างหลากหลาย และทางหน่วยงานได้มีการเชื่อม Facebook Page เข้ากับเว็บไซต์ทำให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและไม่ซับซ้อนจนเกินไป

3. ข้อมูลสถิติ

จากที่ทางสำนักงานได้ตระหนักถึงความสำคัญในการนำความคิดสร้างสรรค์เข้ามาผนวกกับสินค้าและบริการของไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าเข้าสู่ตลาดโลก ฐานข้อมูลจึงประกอบไปด้วยข้อมูลสถิติที่มีประโยชน์เชิงธุรกิจเพื่อให้ผู้เข้ามาศึกษาสามารถเข้าใจภาพรวมและสถานการณ์ปัจจุบัน โดยข้อมูลเชิงสถิติได้มีการนำรูปภาพที่มีสีสันพร้อมกับคำอธิบายที่ชัดเจนเพื่อให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยตัวอย่างหัวข้อเนื้อหาข้อมูลเชิงสถิติได้แก่ มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาของประเทศไทย สัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมดต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และมูลค่าการส่งออกสินค้าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเทศไทย

ตารางที่ 17 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของ สศส.

ประเภท	รายการข้อมูล
ข้อมูลสถิติ	มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาของประเทศไทย
	แรงงานสร้างสรรค์ของไทย
	สัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมดต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)
	มูลค่าการส่งออกสินค้าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเทศไทย

ที่มา: <https://www.cea.or.th/>

8.3.3 การจัดเก็บข้อมูลของหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

หอศิลป์ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2538 โดยกรุงเทพมหานคร หรือ กทม. ได้มีการร่วมมือกับทางคณะกรรมการโครงการเฉลิมพระเกียรติฯ ศิลปะแห่งรัชกาลที่ 9 จึงมีการเปิดหอศิลป์ร่วมสมัยแห่งกรุงเทพมหานคร โดยจัดตั้งอยู่ ณ สี่แยกปทุมวันจุดประสงค์หลักคือต้องการเผยแพร่งานศิลปะและทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงงานศิลปะได้ง่ายขึ้นผ่านนิทรรศการทั้งด้านดนตรี ภาพยนตร์ ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ของทางหอศิลป์ นอกจากนี้ยังมุ่งหมายให้เป็นศูนย์รวมสำหรับผู้คนที่สนใจงานศิลปะได้เข้ามารวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมด้านศิลปะที่ได้มีการจัดขึ้น เนื่องจากได้เล็งเห็นความสำคัญของศิลปะว่าเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สามารถขับเคลื่อนจิตใจของผู้คน พร้อมทั้งยังเป็นหนึ่งในกระบวนการสร้างสรรค์ที่สามารถทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้คนอีกด้วย ทั้งนี้ทางหน่วยงานมีการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ 60 เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในอนาคตและหากผู้สนใจศึกษาข้อมูลสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.bacc.or.th/>

รูปแบบและวัตถุประสงค์ ของฐานข้อมูลหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

เนื่องจากทางหอศิลป์ต้องการเป็นพื้นที่กลางในการรวมตัวสำหรับทุกคนที่สนใจงานศิลปะจึงมีการร่วมมือกับทางศิลปินและหน่วยงานต่างๆ เพื่อเข้ามาจัดแสดงผลงานและรังสรรค์นิทรรศการ ด้วยสถานที่จัดงานอยู่ใจกลางเมืองทำให้สามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างหลากหลาย หอศิลป์จึงได้กลายเป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ชมงานศิลปะในทางเดียวกัน ดังนั้นทางหน่วยงานได้มีการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของการแสดงบนหน้าเว็บไซต์ (.HTML) และการแสดงรูปภาพ (.JPG) เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเข้าใจได้มากขึ้นเกี่ยวกับเนื้อหาและข้อมูล

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ของหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

รายละเอียดของข้อมูลจะไม่ได้มีความละเอียดสูงนักจะเป็นเพียงการอธิบายรายการข้อมูลหน้าเว็บไซต์โดยใช้รูปภาพประกอบเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามทางหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลในอดีตเอาไว้ในฐานข้อมูลและมีการเผยแพร่ให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ รวมถึงมีการเน้นไปที่การแสดงข้อมูลในเชิงรูปภาพซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำให้ผู้เข้ามาศึกษาเข้าใจงานศิลปะได้มากขึ้น จากการศึกษาสามารถนำมาสรุปกลุ่มข้อมูลได้ทั้งหมด 2 กลุ่มได้แก่

1. องค์ความรู้
2. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

โดยแต่ละประเภทของข้อมูลจะมีการจัดเก็บที่แตกต่างกันซึ่งสามารถนำมาอธิบายรายละเอียดดังนี้

1. องค์ความรู้

ในฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ของทางหน่วยงานได้มีการจัดเก็บข้อมูลในด้านของกิจกรรมและนิทรรศการที่ได้จัดขึ้นโดยในสาขาทัศนศิลป์จะถูกจัดอยู่ในกลุ่มของ “พีเพิลส์ แกลเลอรี” มีการรวบรวมผลงานรูปภาพต่างๆ เอาไว้ด้วยกัน ทั้งนี้รูปแบบของการแสดงข้อมูลได้มีการจัดแสดงในเชิงของการอธิบายรายการข้อมูลพอสังเขปและหากต้องการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกสามารถเข้าไปสอบถามได้ที่ทางหอศิลป์เพื่อรับข้อมูลเพิ่มเติม

ตารางที่ 18 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมการแสดงของหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
พีเพิลส์ แกลเลอรี	จินตภาพใหม่สู่จิตกรรมไทย (คุณโลหะ)	• วัน/เวลา การจัดงาน • รายละเอียดผลงาน • ภาพตัวอย่าง
	สุนทรีย์ประวัติ	
	SELF ON VIRTUAL SPACE	

ที่มา: <https://www.bacc.or.th/>

2. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

ทางหน่วยงานมีการเผยแพร่และเพิ่มข้อมูลข่าวสารอยู่เป็นประจำโดยเนื้อหาข่าวสารจะเป็นกิจกรรมภายในและนิทรรศการต่างๆ เพื่อเชิญชวนผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การประกาศรางวัล EARLY YEARS PROJECT #5 by MILLCON: 20/20 ‘เปลี่ยน’ (Fluidity of Change) นิทรรศการศิลปกรรมข้างเผือก ครั้งที่ 9 “สยามเมืองยิ้ม” และ การประชุมนานาชาติทางศิลปะการแสดงแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการของทางหน่วยงานอีกด้วย อาทิ โครงการสนับสนุนพื้นที่การแสดงสำหรับศิลปินสาขาศิลปะ โดยหอศิลป์กรุงเทพฯ ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลจะไม่ได้มีเพียงหน้าเว็บไซต์เท่านั้นเพราะยังมีการใช้ช่องทาง Facebook Page, YouTube และ Instagram อีกด้วย

8.3.4 การจัดเก็บข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย

พิพิธภัณฑ์ไทยร่วมสมัยเป็นของคุณ บุญชัย เบญจรงค์กุล โดยต้องการเปิดเพื่อเฉลิมพระเกียรติแก่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเชิดชูเกียรติศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี (บิดาแห่งศิลปะไทยร่วมสมัย) โดยผลงานที่เก็บรวบรวมในพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นการเก็บสะสมของคุณ บุญชัยเอง นอกจากนี้การเก็บงานศิลปะส่วนใหญ่จะเป็นศิลปะไทยดั้งเดิม เนื่องจากคุณบุญชัยเห็นว่าศิลปะและพระพุทธศาสนาได้มีการประยุกต์เข้ารวมกันมาเป็นเวลานานแล้ว จึงมีความชอบในงานพุทธศิลป์ นอกจากนี้ยังมีความต้องการให้ผู้สนใจศิลปะด้านนี้สามารถเข้ามาศึกษาและอนุรักษ์ศิลปะแขนงนี้ให้ยังคงอยู่ต่อไป ทั้งนี้ทางคุณบุญชัยยังมีความสนใจงานศิลปะแขนงอื่นๆ เช่นกัน ดังนั้นจะมีการจัดเก็บศิลปะร่วมสมัยปะปนอยู่ด้วย จากความชื่นชอบส่วนตัวและความต้องการเผยแพร่งานศิลปะจึงมีการสร้างพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัยที่เปิดให้คนนอกเข้าเยี่ยมชมอีกด้วย สำหรับผู้ที่สนใจต้องการความรู้เพิ่มเติมสามารถเข้าไปที่เว็บไซต์ <https://mocabangkok.com/th/>

รูปแบบและวัตถุประสงค์ ของฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย

ทางพิพิธภัณฑ์มีจุดประสงค์ในการอนุรักษ์งานศิลปะไทยดั้งเดิมและร่วมสมัยโดยเปิดให้คนนอกสามารถเข้าเยี่ยมชมงานศิลปะที่คุณบุญชัยได้ทำการสะสมเอาไว้ ดังนั้นรูปแบบการจัดแสดงข้อมูลจะเป็นการอธิบายพอสังเขปบนหน้าเว็บไซต์ (.HTML) พร้อมกับรูปภาพ (.JPG) จะไม่มีการเขียนรายงานหรืออธิบายเชิงลึก เนื่องจากทางหน่วยงานไม่ได้ทำงานในเชิงค้นคว้าและวิจัยจะเป็นเพียงการอธิบายรูปภาพ ลักษณะ วัสดุ และศิลปินที่เป็นคนจัดทำเท่านั้นโดยที่หากผู้เข้าชมสนใจข้อมูลเชิงลึกสามารถเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ของพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย

ทางหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลหลากหลายประเภท โดยมีการนำข้อมูลมาจัดกลุ่มภายในหน้าเว็บไซต์ของตนเอง โดยข้อมูลเป็นกลุ่มที่มีรายละเอียดไม่มากนัก จะเป็นการอธิบายให้เข้าใจในระดับหนึ่ง จากการศึกษาฐานข้อมูลของทางหน่วยงานพบว่า ที่ปรึกษาสามารถนำข้อมูลมาจัดกลุ่มได้ทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. งานศิลปะ
3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

โดยแต่ละประเภทของข้อมูลจะมีการจัดเก็บที่แตกต่างกันซึ่งสามารถนำมาอธิบายรายละเอียดดังนี้

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำหรับข้อมูลส่วนตัวของศิลปิน ทางหน่วยงานได้มีการจัดเก็บรายนามศิลปินที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์เอาไว้ โดยที่มีการจัดเรียงรายนามตามตัวอักษรของชื่อจริง โดยทางหน่วยงานมีการจัดเก็บประวัติส่วนตัว การศึกษา ผลงานที่เคยจัดแสดง รางวัลที่ได้รับและพร้อมกับรูปภาพตัวอย่างผลงานเพื่อให้เข้าใจแนวทางการทำงานของศิลปินมากขึ้น ทั้งนี้จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 19 รายละเอียดศิลปินในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
ศิลปิน	อัจฉิมา เจริญจิตร ตนานนท์	- ประวัติส่วนตัวศิลปิน - การศึกษา - ผลงานที่เคยจัดแสดง - รางวัลที่เคยได้รับ - ตัวอย่างรูปภาพผลงาน
	ทินกร กาษรสุวรรณ	
	วุฒิกกร คงคา	

ที่มา: <https://mocabangkok.com/th/>

2. งานศิลปะ

สำหรับงานศิลปะในรูปแบบต่างๆ ทางพิพิธภัณฑ์ได้มีการจัดเก็บผลงานเอาไว้โดยมีการจำแนกประเภทอยู่หลากหลายรูปแบบ เช่น จำแนกตามประเภทของงานทัศนศิลป์ระหว่างภาพพิมพ์และประติมากรรมโดยมีการนำผลงานที่อยู่ในหมวดหมู่ดังกล่าวมาใส่ข้อมูลไว้ พร้อมกับบอกรายละเอียดงานศิลป์ ศิลปิน ราคา ภาพตัวอย่างผลงาน และช่องทางการส่งเนื่องจากทางพิพิธภัณฑ์ได้เปิดให้มีการซื้อภาพต่างๆ ภายในด้วย นอกจากนี้ภายในฐานข้อมูลยังมีการจัดเก็บข้อมูลที่มีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่น เช่น 3D museum Thailand ที่มีการจัดเก็บรูปภาพสามมิติพร้อมกับรายละเอียดงานต่างๆ สำหรับผู้ที่สนใจรูปภาพโดยเฉพาะในฐานข้อมูลมีการจัดเก็บคอลเลกชันรูปภาพและงานที่เคยจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เอาไว้ด้วย

ตารางที่ 20 รายละเอียดงานศิลปะของพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
Prints	Hornbill Paper Print – Chutchai Saithong	- รายละเอียดงานศิลป์ - ศิลปินผู้จัดทำ - ขนาด - ช่องทางการส่ง
	King Bhumibol Adulyadej 3 – Sathit Thimwatbunthong	
	Print On Canvas Dancing (AP 2/2)	
Fine Art & Sculpture	Father & Son and Mother & Son Limited Edition (AP 1/2)	ราคา

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
3D museum Thailand	Sculpture : The Hero (Green) – Rearngsak	ภาพตัวอย่างผลงาน
	Plaingam – Natpaphat Maothong	
	ซุ้มปูนปั้นรูปพระพักตร์พระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร	- วัสดุ - ยุคสมัย - แบบศิลปะ (Art style) - เทคนิค - ลัทธิ - สถานที่ตั้ง
Photo Collections	ช่างประดับฐานเจดีย์ประธาน	
	เศียรปูนปั้น	
	Sylvie Blum	- รายละเอียดงานศิลป์ - เรื่องราว - ผู้จัดงาน/ ศิลปิน - ภาพตัวอย่างผลงาน
	Great Temples	
	C.S. Wong	
Temporary Exhibition	On View Exhibition	Sylvie Blum : Naked Beauty
		The exhibition "Raining" by Nino Sarabutra
	Past Exhibitions	The exhibition “Energy Diary 02”
		The exhibition "MØDVLXXR"
		The exhibition "Rendezvous: สังสรรค์ศิลป์"

ที่มา: <https://mocabangkok.com/th/>

3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

ช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อกระจายข่าวสารเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสนับสนุนงานทัศนศิลป์ของศิลปิน ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงกว้าง ทางหน่วยงานมีการเลือกใช้ช่องทาง Facebook Page เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงในพิพิธภัณฑ์และกิจกรรมจัดแสดงใหม่ๆ ทั้งนี้หากเข้าค้นหาข่าวสารในเว็บไซต์จะเป็นเพียงการให้สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข่าวสารเท่านั้น ดังนั้นหากต้องการเข้าถึงข่าวสารจะต้องใช้ Facebook Page ของพิพิธภัณฑ์เพียงทางเดียว

8.3.5 การจัดเก็บข้อมูลของคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคามเป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักของทางมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่ออนุรักษ์ ศึกษา และวิจัยงานสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ทางหน่วยงานตอนนี้ได้เป็นศูนย์รวมของอุตสาหกรรมศิลปกรรมศาสตร์ของกลุ่มประเทศกัมพูชา สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ ไทย และเวียดนาม หรือ กลุ่ม CLMV โดยมีจุดมุ่งหมายในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกันเพื่อเรียนรู้และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพออกมาเพื่อสนองต่อความตั้งใจเหล่านี้อีกด้วย ดังนั้นทางหน่วยงานจึงมีการเก็บข้อมูลรวบรวมเอาไว้และผู้ที่ต้องการเข้าไปศึกษาสามารถเข้าถึงได้จากเว็บไซต์ของทางหน่วยงาน <https://fineart.msu.ac.th/th/>

รูปแบบและวัตถุประสงค์ ของฐานข้อมูลคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เนื่องจากทางหน่วยงานต้องการจะพัฒนาและสืบทอดองค์ความรู้ทางศิลปกรรมจึงมีการเก็บข้อมูลเป็นของตนเองเพื่อนำไปต่อยอดในอนาคตรวมถึงเป็นองค์ความรู้ให้นักศึกษาที่จะจบไปเป็นบุคลากรที่รังสรรค์ผลงานในอนาคต ดังนั้นทางหน่วยงานจึงมีการเก็บข้อมูลไว้อย่างมากมายหลากหลายส่งผลให้เกิดการเก็บข้อมูลหลากหลายประเภท ได้แก่ สไลด์ข้อมูล (.PPT) รูปภาพ (.JPG) และไฟล์หนังสือต่างๆ ในรูปแบบของ .DOCX, .PDF และการแสดงผลเบื้องต้นในรูปแบบ .HTML โดยที่ข้อมูลเหล่านี้สามารถดาวน์โหลดได้ทุกคนไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นศึกษาเท่านั้น

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ของคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทางหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลที่ละเอียดและมีการจัดหมวดหมู่อย่างชัดเจน โดยนอกจากจัดหมวดหมู่สาขาขององค์ความรู้ด้านศิลปกรรมแล้ว ได้มีการใช้รายนามอาจารย์และผู้เขียนบทความเป็นปัจจัยในการแบ่งข้อมูลอีกด้วยทำให้สามารถเข้าถึงทั้งองค์ความรู้และรายนามของผู้ที่เชี่ยวชาญด้านงานศิลปกรรมซึ่งหลังจากการศึกษาด้านข้อมูลสามารถนำมาสรุปเป็นหมวดหมู่ของข้อมูลได้ทั้งหมด 3 กลุ่ม

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. องค์ความรู้
3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

โดยข้อมูลแต่ละประเภทจะมีการจัดเก็บที่แตกต่างกัน อธิบายรายละเอียดดังนี้

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

รายนามของผู้เชี่ยวชาญและศิลปินทัศนศิลป์ได้มีการจัดเก็บอยู่ภายในฐานข้อมูลที่เป็นข้อมูลการเรียนรู้ การสอนของทางมหาวิทยาลัย โดยในแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสาขาวิชาที่ชำนาญและวิชาที่สอน สำหรับผู้เข้ามามีการศึกษาสามารถดาวน์โหลดเพื่อนำไปต่อยอดความรู้ในอนาคตได้ ทั้งนี้ข้อมูลของศิลปินและผู้เชี่ยวชาญจะ ไม่มีการจำแนกระหว่างประเภทเป็นการจำแนกตามชื่อบุคคลเท่านั้น

ตารางที่ 21 รายละเอียดศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
สาขาวิชาทัศนศิลป์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ นิธิรัฐพัฒน์	โครงการสร้างสรรค์ทัศนศิลป์ขั้นสูง
		การวาดภาพประกอบหนังสือเด็ก
		ศิลปะภาพพิมพ์ 2
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย สิกขา	การจัดการอุตสาหกรรมและการสร้างสรรค์งานศิลปกรรม
		ศิลปกรรมในบริบทวัฒนธรรมสังคมท้องถิ่น
		ศิลปกรรมในบริบทวัฒนธรรมสังคมท้องถิ่น
หอเกียรติยศคณาจารย์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีปใจ สุวรรณธาดา	ศิลปกรรมในบริบทวัฒนธรรมสังคมท้องถิ่น
	อาจารย์ สันติสุข แห่ส่งนาม	- รางวัลที่ได้ - รายละเอียดผลงาน
	ผศ.ประทีป สุธาทองไทย	
หอเกียรติยศนิสิต	คุณสุรศักดิ์ แสนโหม่ง	- รายนามผู้ได้รางวัล - รางวัลที่ได้ - รายละเอียดผลงาน
	นายณกรณ์ ตั้งหลัก ศิษย์เก่าคณะศิลปกรรมศาสตร์	
	นายบุญนำ สาสุด	
บุคลากรสายวิชาการ	นายวสันต์ สมนึก	- รางวัลที่ได้ - รายละเอียดผลงาน
	อาจารย์ประจำสาขาวิชาทัศนศิลป์	
	อาจารย์ ปรีชา นวลนิม	
	รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์	รองศาสตราจารย์ บุญทัน เชษฐสุราษฎร์
	รองศาสตราจารย์ บุญทัน เชษฐสุราษฎร์	

ที่มา: <https://fineart.msu.ac.th/th/>

2. องค์ความรู้

ทางคณะได้มีการรวบรวมองค์ความรู้ไว้ในรูปแบบเดียวกับศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมคือได้มีการจำแนกในสาขาทัศนศิลป์โดยมีการแบ่งตามวิชาที่ได้มีการเปิดสอน เช่น ศิลปะเบื้องต้น 1 ประวัติศาสตร์ศิลป์ไทย และการบริหารจัดการทางศิลปกรรมศาสตร์ นอกจากนี้การค้นคว้าวิจัยของทางคณะทั้งหมดได้ถูกรวบรวมออกมาเป็นตารางที่จัดทำโดยทางคณะเองซึ่งได้ถูกแบ่งออกมาเป็นทั้งหมด 4 หมวดหมู่ ได้แก่ งานวิจัย งานสร้างสรรค์ บทความวิจัย/สร้างสรรค์/วิชาการและหนังสือตำราดังตาราง

ตารางที่ 22 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
สื่อการเรียนการสอนของระดับปริญญาตรี	ศิลปะเบื้องต้น 1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ นิธิรัฐพัฒน์ อาจารย์สันติ สิงห์สุ
	วาดเส้น 1	อาจารย์ปรีชา นวลนัม
	ประวัติศาสตร์ศิลป์ไทย	รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์
ปริญญาโท สาขาวิชาทัศนศิลป์	การสร้างสรรค์ทัศนศิลป์ขั้นสูง 2	รองศาสตราจารย์บุญทัน เชษฐสุราษฎร์
	ทดลองสร้างสรรค์ทัศนศิลป์ขั้นสูง 2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธิต เทศนา
	การสร้างสรรค์ทัศนศิลป์ขั้นสูง 1	รองศาสตราจารย์บุญทัน เชษฐสุราษฎร์
ปริญญาโท สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรม	ศิลปกรรมศาสตร์ไทยและสากล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาคม เสงี่ยมวิบูล
	การบริหารจัดการทางศิลปกรรมศาสตร์	อาจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ไรจน์เชมศรี
	สัมมนาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์	รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริมงคล นาฏยกุล
		อาจารย์ ดร.เมตตา ศิริสุข
ปริญญาเอก สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรม	วิทยาระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางศิลปกรรมศาสตร์ขั้นสูง	รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์
	สัมมนาการวิจัยและสร้างสรรค์สหวิทยาการศิลปกรรมศาสตร์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย สิกขา
		รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริมงคล นาฏยกุล
	สัมมนาสุนทรียศาสตร์ และศิลปวิจารณ์ เพื่อการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์	รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์
		ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาคม เสงี่ยมวิบูล
งานค้นคว้าและวิจัย	งานวิจัย	2559: เสงี่ยมวิบูล
		2559: มองย้อนอดีต (Retro mode)
		2560: In Memory of HM on First Trip to Isan, 1955
	งานสร้างสรรค์	2560: Black Color 2017, Red Color 2017
		2560: Red Color 2017 , Black Color 2017
		2559: color Field 1/2016

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
	บทความวิจัย/ สร้างสรรค์/วิชาการ	2559: Walking from the "Head to Tail of Town" : the Political Identities and Social Memories
		2558: การเดินหัวเมืองหางเมือง : การเมือง เรื่องอัตลักษณ์และความทรงจำทางสังคมของหลวงพระบางเมืองมรดกโลก
	หนังสือ/ตำรา	2537: ทัศนศิลป์เพื่อชีวิตในประเทศไทย
		2543: สุนทรียศาสตร์ในทัศนศิลป์
		2546: ทัศนศิลป์ปริทัศน์

ที่มา: <https://fineart.msu.ac.th/th/>

3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและโครงการเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างมากเพื่อให้ผู้สนใจอุตสาหกรรมนี้ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นทางคณะจึงมีระบบการประกาศข่าวสารโดยผ่านทางหน้าเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งได้มีการจำแนกข่าวสารเป็น ข่าวประชาสัมพันธ์ สำหรับนิสิต กิจกรรม และทุนการศึกษา/วิจัย ทำให้ผู้สนใจสามารถเข้ารับข่าวสารตามประเภทที่ตนเองต้องการ นอกจากนี้ยังมีการประกาศข่าวสารภายในของทางคณะอีกด้วย สำหรับช่องทางอื่นในการรับข่าวสารทางคณะจะมีการใช้ Facebook Page เพื่อกระจายข่าวสารอีกด้วย

8.3.6 การจัดเก็บข้อมูลของศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ทางมหาวิทยาลัยขอนแก่นได้พยายามอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอีสานจึงได้พัฒนาออกมาเป็นโครงการศูนย์อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอีสานที่ดูแลโดยคณะศึกษาศาสตร์และได้เปลี่ยนเป็นศูนย์วัฒนธรรมในเวลาต่อมา ปัจจุบันนี้ทางศูนย์วัฒนธรรมได้ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยเปิดให้ทั้งนักศึกษาและคนภายนอกเข้าชมได้ จุดมุ่งหมายหลักของทางศูนย์วัฒนธรรมคือการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมไทย รวมถึงเผยแพร่และส่งต่อให้เด็กรุ่นใหม่ผ่านการบูรณาการกับมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีกระบวนการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำการวิจัยและสร้างเครือข่ายขึ้นมา ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลที่ทางหน่วยงานได้มีการจัดเก็บที่ <https://cac.kku.ac.th>

รูปแบบและวัตถุประสงค์ ของฐานข้อมูลศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ด้วยความต้องการที่จะเป็นศูนย์วัฒนธรรมซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ที่สำคัญเอาไว้ด้วยกัน ส่งผลให้ฐานข้อมูลของทางศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้มีการจัดเก็บองค์ความรู้มากมายและหลากหลาย ซึ่งมีการแสดงผลในรูปแบบของ .HTML เป็นหลักหรือการอธิบายบนหน้าเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมีการแสดงผลในรูปแบบ .PDF ซึ่งเป็นในเชิงของบทความและรายงานต่างๆ และทางหน่วยงานได้เล็งเห็นความสำคัญของสื่อจึงมีการแสดงผลในรูปแบบของ .MP4 เพื่อทำให้ผู้ศึกษาเข้าใจได้ดีและง่ายขึ้น รวมถึงการแสดงผลในรูปแบบรูปภาพหรือ .JPG อีกด้วย

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ของศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ทางศูนย์วัฒนธรรมได้มีการจัดเก็บข้อมูลที่มีความละเอียดสูงซึ่งมีทั้งรายละเอียดศิลปินและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมนี้ รวมถึงมีการจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้ทั่วไปด้านงานทัศนศิลป์ของภาคอีสานอีกด้วย หลังจากการศึกษาฐานข้อมูลอย่างละเอียดที่ปรึกษาสามารถนำข้อมูลมาสรุปได้ทั้งหมดโดยมีการจำแนกเป็นหมวดหมู่ได้ทั้งหมด 3 กลุ่ม

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. องค์ความรู้
3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

โดยแต่ละประเภทของข้อมูลจะมีการจัดเก็บที่แตกต่างกันซึ่งสามารถนำมาอธิบายรายละเอียดดังนี้

1. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำหรับข้อมูลของศิลปินในฐานข้อมูลของศูนย์วัฒนธรรมได้มีการจำแนกหมวดหมู่เอาไว้อย่างชัดเจนภายในหมวดหมู่ศิลปินแห่งชาติ ทั้งนี้ข้อมูลทั้งหมดจะเป็นเพียงข้อมูลของศิลปินวัฒนธรรมอีสานเท่านั้นจะไม่มีศิลปินวัฒนธรรมอื่นเข้ามาปะปน สำหรับข้อมูลศิลปินแต่ละคนจะมีการจัดเก็บผลงานที่มีการแสดงผลในรูปแบบของไฟล์เสียงและวิดีโอเอาไว้ทำให้ผู้เข้าศึกษาสามารถเข้าใจและแยกความแตกต่างของศิลปินหลากหลายท่านได้ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการระบุ ประวัติส่วนตัว อาชีพปัจจุบัน สังกัดเอาไว้อย่างละเอียด

ตารางที่ 23 รายละเอียดศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
ศิลปินมรดกอีสาน ปี 2548 - 2563	สาขาทัศนศิลป์	สมยศ ไตรเสนีย์
		ป่วน เจียวทอง
		พีระพงษ์ ดวงแก้ว

ที่มา: <https://cac.kku.ac.th/>

2. องค์ความรู้

ทางศูนย์วัฒนธรรมได้มีการจัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมของทางภาคอีสานเอาไว้ ดังนั้นข้อมูลงานทัศนศิลป์ต่างๆ จะเป็นการมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลวัฒนธรรมของชาวอีสานเท่านั้น การเก็บข้อมูลได้มีการแบ่งหัวข้อเอาไว้ได้แก่ ฐานข้อมูลพระพุทธรูปไม้อีสาน วัดในอีสาน สถาปัตยกรรมอีสาน จิตรกรรมอีสาน ประติมากรรมอีสาน และบทความ นอกจากนี้ในแต่ละหมวดหมู่ได้มีการจำแนกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 24 รายละเอียดองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประเภท	รายการข้อมูล	รายละเอียดข้อมูล
ฐานข้อมูลพระพุทธรูปไม้อีสาน	ความเป็นมาของพระไม้ในภาคอีสาน	
	คติความเชื่อในการสร้างพระไม้ภาคอีสาน	
	รูปแบบพระไม้ในภาคอีสาน	
	พระไม้ปางต่างๆที่พบในภาคอีสาน	ปางมารวิชัย ปางสมาธิราบหรือปางตรัสรู้ ปางพิจารณาชาดกรรม
วัดในอีสาน	ภาพสีนู้	วัดอุดมประหารราษฎร์
		วัดกลางโคกค้อ
		วัดกกตองกุดหว้า
	ขอนแก่น	วัดสระทอง
		วัดสระบัวแก้ว
		วัดมณีนิมิตวิทยาราม
	มหาสารคาม	วัดโพธาราม
		วัดป่าเลไลย์
		วัดยางทองวราราม(วัดบ้านยาง)
สถาปัตยกรรมอีสาน		
จิตรกรรมอีสาน		
ประติมากรรมอีสาน		
บทความ	ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) ในดินแดน นกออก	
	ฉากอิโรติกบนผนังสิมคุณค่าที่มากกว่า กามารมณ	
	ครุฑในศิลปะจาม ยุคสมัยปัญญา	

ที่มา: <https://cac.kku.ac.th/>

3. ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

กิจกรรม ข่าวสารและข้อมูลใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ได้มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาโดยมีการกระจายข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ในหัวข้อ ข่าวศูนย์วัฒนธรรม โดยในหัวข้อนี้จะประกอบไปด้วยข่าวกิจกรรม นิทรรศการ และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งภายในโครงสร้างของศูนย์วัฒนธรรมเองด้วย เช่น ร่วมสร้างกำลังใจฝ่าภาวะโควิดกับนิทรรศการที่ทุกท่านสามารถเป็นส่วนสำคัญใน “วาดด้วยใจ สู้ภัยโควิด” บูรณาการศิลปะร่วมสมัยเปิดพื้นที่เรียนรู้สู่งานสร้างสรรค์ และศูนย์วัฒนธรรมร่วมทดสอบระบบใช้งานการปฏิบัติงานทางไกลด้วย Google Hangout ซึ่งหลังจากกิจกรรมเหล่านี้ได้จบไปแล้วได้มีการประมวลภาพกิจกรรมเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้เว็บไซต์ของทางหน่วยงานแล้วยังมีการเผยแพร่ข่าวสารผ่าน Facebook Page Twitter และ YouTube เพื่อสะดวกแก่ผู้ใช้งานที่สามารถเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับตนเองได้

8.3.7 สรุปรายละเอียดแผนผังฐานข้อมูลทัศนศิลป์และรายละเอียดหน่วยงานที่เป็นผู้จัดเก็บ

จากการศึกษาทั้ง 8 หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลด้านทัศนศิลป์ ทางที่ปรึกษาได้มีการนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปและจัดกลุ่มทั้งหมดโดยได้มีการจำแนกเป็นกลุ่มย่อย โดยจากการศึกษาทั้งหมดพบว่าทุกหน่วยงานมีการจัดเก็บองค์ความรู้แตกต่างกันในแต่ละหน่วยงานรวมถึงมีวิธีนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างกันจึงสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

1. สรุปรายละเอียดฐานข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง

ฐานข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยทั้งภาคเอกชนและภาครัฐได้พบข้อมูลหลากหลาย โดยสามารถนำมาสรุปเป็นหัวข้อได้ทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลงานด้านทัศนศิลป์ ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ องค์ความรู้ และข้อมูลสถิติ ทั้งนี้ในแต่ละหน่วยงานมีการจัดเก็บประเภทข้อมูลแตกต่างกันออกไปในด้านเนื้อหาข้อมูล โดยสังเกตได้ว่าข้อมูลด้านศิลปินและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมมีการเก็บข้อมูลในกลุ่มที่แตกต่างกันในแต่ละหน่วยงาน เช่น พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัยมีการจัดเก็บรายนามศิลปินเรียงตามตัวอักษรชื่อ ขณะที่หน่วยงานอื่นๆ มีการจัดกลุ่มของศิลปินในรูปแบบที่แตกต่างออกไปโดยมีความเป็นไปได้ที่ทั้งรายชื่อในแต่ละกลุ่มมีความทับซ้อนกันและถูกจำแนกอยู่ในกลุ่มที่ต่างกัน โดยจากการศึกษายังพบว่า แม้หลายหน่วยงานที่นำเสนอไปนั้นจะมีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ร่วมกัน แต่ฐานข้อมูลของหน่วยงานเหล่านี้ยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างกัน เนื่องจากไม่มีการนำเสนอข้อมูลหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อศึกษากรณีศึกษาฐานข้อมูลจากต่างประเทศในส่วนถัดไป จะพบว่าการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานนั้นเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้องค์ความรู้ด้านงานทัศนศิลป์แสดงยังถูกกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ โดยมีการจัดรูปแบบการค้นหาข้อมูลที่เข้าถึงได้ยากและซับซ้อนต่างกันไปในแต่ละหน่วยงาน โดยที่จะแตกต่างกันออกไปสำหรับหน่วยงานที่เป็นเชิงมหาวิทยาลัยจะเป็นการจัดเก็บในรูปแบบของสื่อการเรียนการสอน ขณะที่หน่วยงานภาครัฐเป็นการจัดเก็บองค์ความรู้แขนงต่างๆ ในเชิงภาพรวม สำหรับข้อมูลสถิติจะสังเกตได้ว่าจากหน่วยงานทั้งหมดมีเพียงสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีการจัดเก็บซึ่งแท้จริงแล้วเป็นประโยชน์ในเชิงธุรกิจอย่างมาก จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้

	บุคลากร/หน่วยงาน	งานศิลปะ	Press & PR	องค์ความรู้	สถิติ
 กระทรวงวัฒนธรรม	รายงานผู้ได้รับรางวัลศิลปากร			- งานวิจัยด้านาศาสนาศิลปะและวัฒนธรรม - เอกสารเผยแพร่	
 กรมส่งเสริมวัฒนธรรม	- ศิลปินแห่งชาติ - บุรพศิลปิน - ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรม			- บทความ - งานวิจัยและวารสารวัฒนธรรม - คลังภาพและวิดีโอ	
 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย	- ศิลปินศิลปากร - ศิลปินด้านทัศนศิลป์ - ศิลปินด้านเรขศิลป์			- องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - หนังสือออนไลน์ - วิดีโอ	
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)				- รายงานและผลงานวิจัย - โปสเตอร์	- มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา - แรงงานสร้างสรรค์ของไทย
 หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร			- PR Exhibition - ข่าวสารหอศิลป์ - ข่าวสารกิจกรรม	- พิพิธภัณฑ์ - กิจกรรม - โครงการต่างๆ	
 พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย	ศิลปินและศิลปิน	- ภาพพิมพ์ - วีดิทัศน์ศิลปะและประติมากรรม 3D Museum Thailand	Exhibitions & Events		
 คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยสารคาม	- อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญสาขาศิลปะการแสดง - บุคลากรทางวิชาการ			- เอกสารงานวิจัยทางวิชาการ - เอกสารการเรียนการสอนของทางมหาวิทยาลัย	
 ศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ศิลปินบรรดาศิสา สาขาทัศนศิลป์			- ข้อมูลองค์ความรู้หอศิลป์ - องค์ความรู้วัฒนธรรมภาคอีสาน	

ภาพที่ 52 สรุปรายละเอียดข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ในแต่ละหน่วยงานของประเทศไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

2. สรุปรูปแบบการแสดงผลข้อมูลด้านอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศไทย

รูปแบบข้อมูลนั้นเป็นตัวชี้วัดความละเอียดและความสามารถในการนำข้อมูลไปใช้ได้อีกด้วย ดังนั้นทางที่ปรึกษาจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของรูปแบบข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ทั้งนี้หลังจากการค้นคว้าข้อมูลทั้งหมดสามารถนำมาจัดกลุ่มและสรุปได้ดังแผนภาพด้านล่าง ซึ่งจะเห็นว่าฐานข้อมูลส่วนมากเป็นการจัดเก็บในรูปแบบของ .HTML หรือการอธิบายบนหน้าเว็บไซต์พอสังเขปจะไม่มีการลงรายละเอียดเชิงลึก ขณะเดียวกันในบางหน่วยงานจะมีการเก็บข้อมูลในเชิง .PDF โดยจะเป็นในรูปแบบของหนังสือและรายงานซึ่งจะมีรายละเอียดอธิบายที่สามารถนำไปต่อยอดทางวิชาการได้ นอกจากนี้หน่วยงานส่วนมากได้มีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นไฟล์วิดีโอหรือเพลง (.MP4) ทำให้ผู้เข้ามามีการศึกษาสามารถเข้าใจรายละเอียดและเห็นตัวอย่างมากขึ้น

	บุคลากร/หน่วยงาน	งานศิลปะ	Press & PR	องค์ความรู้	สถิติ
 กระทรวงวัฒนธรรม					
 กรมส่งเสริมวัฒนธรรม					
 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย					
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)					
 หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร					
 พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย					
 คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยสารคาม					
 ศูนย์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น					

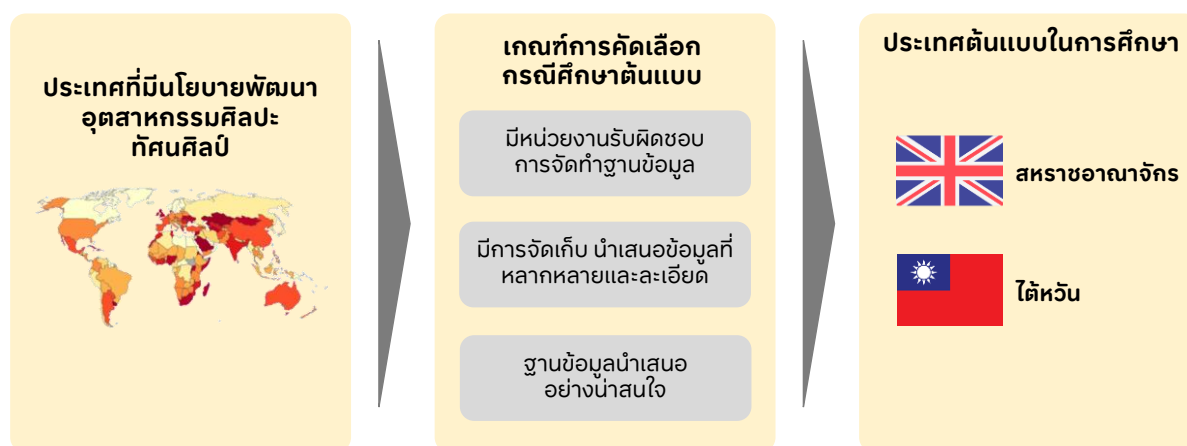
ภาพที่ 53 สรุปรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ในแต่ละหน่วยงานของประเทศไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เข้าใจสถานการณ์ของข้อมูลที่มีการจัดเก็บโดยหน่วยงานต่างๆ ทั้ง 8 หน่วยงาน ซึ่งจะเห็นได้ว่า รายละเอียดของข้อมูลที่มีการจัดเก็บมักจะเป็นข้อมูลองค์ความรู้ และข้อมูลศิลปินเป็นหลัก แต่ยังไม่มียข้อมูลในรูปแบบแบบอื่นๆ มากนัก เช่น ข้อมูลสถิติ ดังนั้น เพื่อเป็นประโยชน์กับการออกแบบฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยต่อไป จึงควรมีการสนับสนุนให้มีการรวบรวม และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบต่างๆ มากขึ้นต่อไป

8.4 กรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลจากต่างประเทศ

เมื่อได้เข้าใจลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย ที่มีการจัดเก็บโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ที่ได้นำเสนอไปข้างต้นแล้วนั้น ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลของต่างประเทศ ว่าในแต่ละประเทศนั้น มีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเป็นอย่างไร มีรายละเอียดข้อมูลที่จัดเก็บ รวมถึงรูปแบบวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจอย่างไรบ้าง โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบ หรือแนวทางที่จะนำมาปรับใช้กับกระบวนการออกแบบฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยต่อไป



ภาพที่ 54 เกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษาแบบจากต่างประเทศ

ในการศึกษาการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์จากกรณีศึกษาประเทศต้นแบบ ที่ปรึกษาได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาประเทศต้นแบบเพื่อการศึกษาในโครงการนี้ ดังนี้

- ✓ การเป็นประเทศที่มีหน่วยงานรับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์
- ✓ การจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในประเทศต้นแบบมีการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกิดประโยชน์ ด้านการอนุรักษ์ การศึกษา หรือการต่อยอดทางธุรกิจ
- ✓ รูปแบบของฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศต้นแบบมีความน่าสนใจในรูปแบบและเนื้อหาที่ทำการนำเสนอ ผู้ใช้สามารถทำการสืบค้นข้อมูลได้ง่าย

จากเกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศกรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลในข้างต้น จึงได้ประเทศที่จะทำการศึกษาเป็นกรณีตัวอย่างด้านการจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ 2 ประเทศ คือ หราชอาณาจักร และไต้หวัน ซึ่งลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอข้อมูลรายละเอียดการจัดเก็บข้อมูลของหน่วยงานในแต่ละประเทศ ดังนี้

8.4.1 กรณีศึกษาฐานข้อมูลสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรมีอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงระดับโลก โดยเป็นแหล่งงานศิลปะที่มีความหลากหลาย ทั้งงานคลาสสิก งานสมัยใหม่ และงานร่วมสมัย อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์และแกลเลอรีที่มีชื่อเสียงและมีจำนวนผู้เข้าชมมากติดอันดับโลกอย่างต่อเนื่อง โดยอุตสาหกรรมทัศนศิลป์นั้นถือเป็นหนึ่งในสาขาหลักของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานหลัก คือ Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS)



Arts Council England: ACE

เป็นหน่วยงานที่ได้รับเงินสนับสนุนจาก Department for Digital, Culture, Media & Sport (DCMS) ทำหน้าที่ในการสนับสนุนศิลปะสาธารณะ การแสดง ทัศนศิลป์ และวรรณกรรมของอังกฤษ

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://www.artscouncil.org.uk/>



The Contemporary Visual Arts Network: CVAN

เป็นเครือข่ายสมาคมผู้ประกอบการด้านทัศนศิลป์ จัดตั้งขึ้นเพื่อร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ร่วมสมัยของประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มระดับภูมิภาคซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทั้ง 9 ภูมิภาคของอังกฤษ

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://www.cvan.art/>

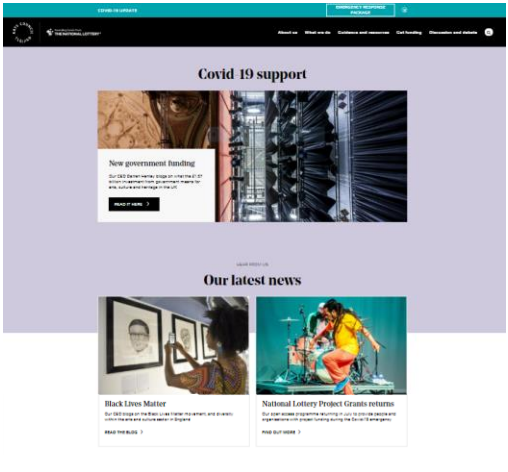
ภาพที่ 55 หน่วยงานที่มีการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงานข้างต้น

สหราชอาณาจักรมีหน่วยงานที่ดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ประกอบด้วย 2 หน่วยงานหลัก คือ 1. Arts Council England และ 2. The Contemporary Visual Arts Network โดยมีรายละเอียดของฐานข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

● การจัดเก็บข้อมูลทัศนศิลป์ของ Arts Council England

Arts Council England (ACE) เป็นหน่วยงานภาครัฐอิสระ (non-departmental public body: NDPB) ภายใต้การกำกับดูแลและการสนับสนุนของ Department for Digital, Culture, Media and Sport ทำหน้าที่ส่งเสริมศิลปะ 3 สาขาหลักของอังกฤษ ได้แก่ ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ และวรรณกรรม รวมทั้งเป็นผู้รับผิดชอบการแจกจ่ายเงินสนับสนุนจากกองทุนลอตเตอรี่ (National Lottery) โดย ACE มีการนำเสนอข้อมูลด้านทัศนศิลป์ บนเว็บไซต์ <https://www.artscouncil.org.uk/>

ตัวอย่างหน้า website	Website Structure (in website)
	1. About Us • Strategy 2020-2030: Let's Create • Our organization • Work with us • Contact us 2. What We Do • Developing creativity and culture • Our investment • Supporting arts, museum and libraries • In your area 3. Guidance and resources: • Research and data • Toolkits • National Portfolio Organizations • Music Education Hubs • Advice and guidance library 4. Get funding • National Lottery Project Grants • Application portal • Access support 5. Discussion and debate

ภาพที่ 56 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์และโครงสร้างเว็บไซต์ของ Arts Council England

ที่มา: เว็บไซต์ของ Arts Council England และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

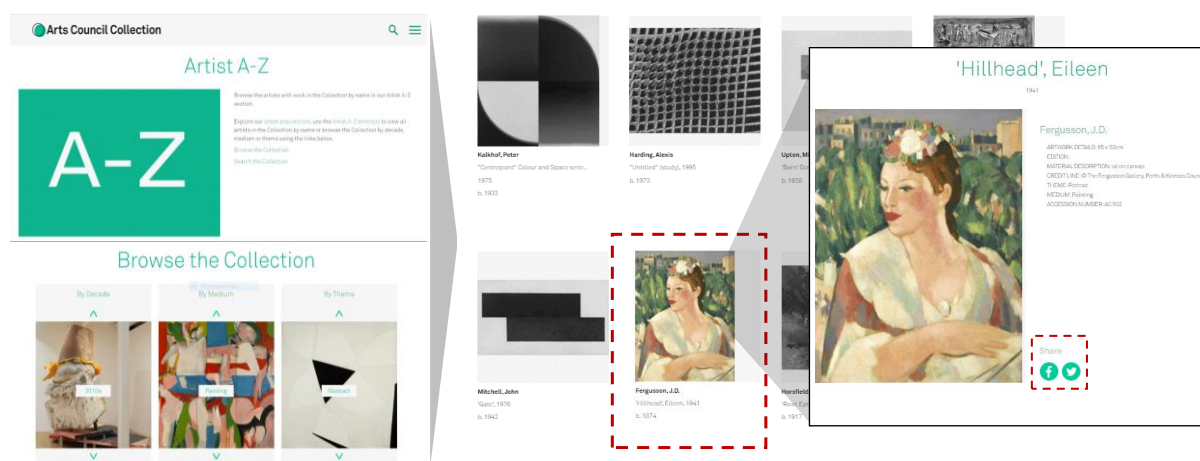
จากการค้นคว้าข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Arts Council England พบว่ามีรายละเอียดข้อมูลที่น่าสนใจหลากหลายประเภท โดยจะถูกจัดอยู่ใน 2 ส่วนหลัก คือ 1. What We Do ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลการดำเนินงานทั้งหมดของ ACE และ 2. Guidance and resources ซึ่งรวบรวมข้อมูลงานสำรวจ วิจัย และสถิติ รวมถึงคู่มือให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านศิลปะ โดยจะมีรายละเอียดของข้อมูลที่มีการนำเสนอแต่ละส่วน ดังนี้

1. What We Do

ในส่วนนี้ เป็นการนำเสนอข้อมูลการดำเนินการทั้งหมดของ ACE ซึ่งประกอบไปด้วยรายละเอียดโครงการเงินสนับสนุน รวมถึงข้อมูลหน่วยงานย่อยของ ACE ที่กระจายตัวดำเนินการอยู่ในแต่ละท้องถิ่น และเนื่องจาก ACE เป็นหน่วยงานหลักที่ดูแลการพัฒนาศิลปะของประเทศอังกฤษ รายละเอียดข้อมูลที่น่าสนใจจึงเป็นประโยชน์ในแง่ของการทำความเข้าใจภาพรวมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของอังกฤษ

สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ หนึ่งในโครงการสำคัญที่มีการนำเสนอบนหน้าเว็บไซต์ของ ACE คือ Arts Council Collection ซึ่งเป็นการดำเนินการในรูปแบบ ‘พิพิธภัณฑ์ไร้กำแพง (museum without walls)’ โดย ACE จะทำการซื้อผลงานจากศิลปินมาเก็บรักษาไว้ และไม่เพียงแต่ให้บริการเช่ายืมเพื่อนำไปจัดแสดงเพียงเท่านั้น ทาง ACE ยังได้มีการจัดทำ Digital Collection เพื่อนำเสนอผลงานศิลปะเหล่านี้ไปสู่สายตาผู้ชมสาธารณะ โดยสามารถเข้าถึงได้ผ่านลิงก์ที่เชื่อมโยงจากหน้าเว็บไซต์ของ ACE

บนหน้าเว็บไซต์ของ Arts Council Collection ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงงานศิลปะกว่า 8,000 ชิ้น จากศิลปินกว่า 2,000 คน โดยมีการแบ่งประเภทของงานศิลปะในคอลเลกชันตามปีที่ผลิต สื่อกลาง (medium) และธีมงาน เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอรายละเอียดข้อมูลประกอบแต่ละชิ้นงานอย่างละเอียดและครบถ้วน ซึ่งประกอบไปด้วย ชื่อศิลปิน คำอธิบายชิ้นงาน ขนาด สื่อกลางและวัสดุที่ใช้ในการผลิต



- การค้นหาวงานศิลปะใน Arts Council Collection สามารถเลือกค้นหาได้ทั้งจากศิลปินและชิ้นงาน
- มีการแบ่งกลุ่มงานศิลปะใน collection เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา โดยใช้ 3 เกณฑ์หลัก ได้แก่ ช่วงปีที่ผลิต สื่อกลางในการผลิต และธีมของชิ้นงาน
- รายละเอียดข้อมูลของแต่ละชิ้นงาน ประกอบด้วย ชื่อชิ้นงาน ปีที่ผลิต ชื่อศิลปิน ขนาด Edition วัสดุที่ใช้ผลิต Credit Line ประเภทงาน สื่อกลางในการผลิต และรหัสชิ้นงาน
- มีฟังก์ชันให้ผู้เข้าชมสามารถแชร์ชิ้นงานไปยังสื่อสังคมออนไลน์ของตนเองได้

ภาพที่ 57 ตัวอย่างการนำเสนอผลงานศิลปะบนเว็บไซต์ Arts Council Collection

ที่มา: เว็บไซต์ Arts Council Collection และการวิเคราะห์ของทีปภิรักษา

2. Guidances and Resources

การจัดทำองค์ความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมถือเป็นหนึ่งในการดำเนินการที่สำคัญของ ACE โดยนอกจากทางหน่วยงานจะมีการดำเนินการจัดทำองค์ความรู้ไว้อย่างหลากหลายประเภท ทั้งในรูปแบบงานสำรวจ วิจัย และคู่มือให้คำแนะนำ ทางหน่วยงานยังได้เผยแพร่องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะทั้งหมดบนเว็บไซต์ของหน่วยงาน และเปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถดาวน์โหลดองค์ความรู้ที่เผยแพร่เหล่านี้เก็บไว้ได้ทั้งหมด

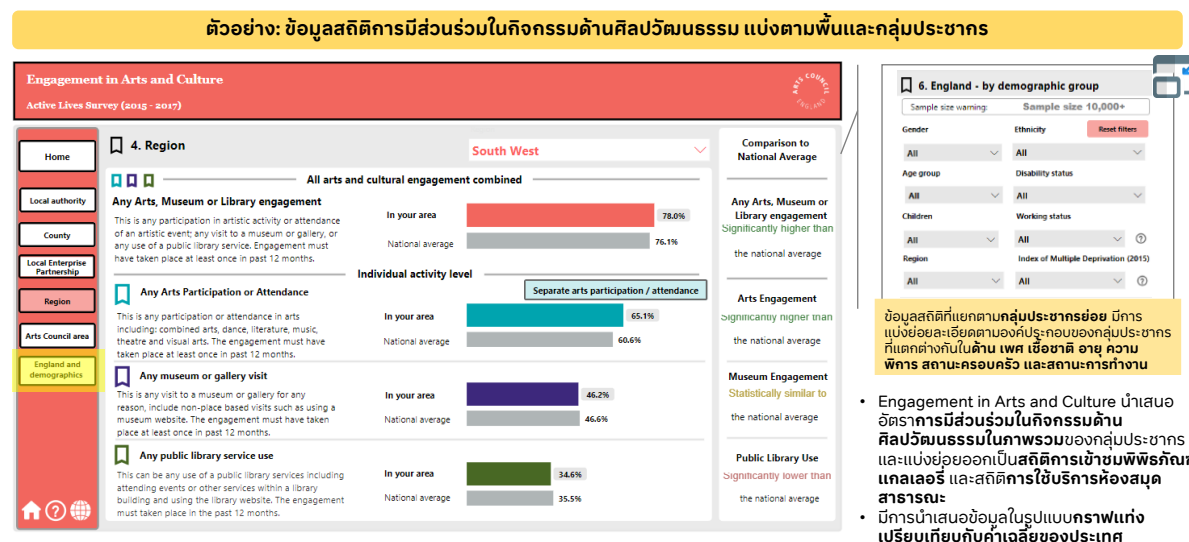
ข้อมูลประเภทงานวิจัยและสถิติถือเป็นจุดเด่นสำคัญของฐานข้อมูล ACE เนื่องจากมีการนำเสนอข้อมูลงานวิจัยและสถิติที่หลากหลายและครอบคลุมในทุกๆ มิติของอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นเป็นมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคมและวัฒนธรรม โดยแม้ว่าจะมีการนำเสนอข้อมูลองค์ความรู้เหล่านี้เป็นจำนวนมาก แต่ก็มีแบ่งประเภทไว้อย่างชัดเจนทำให้สะดวกต่อการค้นหา โดย ACE ได้มีการจัดหมวดหมู่ของงานวิจัยไว้เป็นด้านๆ โดยมีรายละเอียดการแบ่งหมวดหมู่และตัวอย่างงานวิจัยที่เผยแพร่ ดังแผนภาพดังต่อไปนี้

1 Children and Young People Research งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน เช่น - Cultural Education Portal  - Culture, Sport and Wellbeing Youth Survey 	6 Our Impacts งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของศิลปะในด้านต่างๆ เช่น - The Power of Art. Visual arts: evidence of impact - Contribution of the arts and culture industry to the UK economy  - Exploring the role of arts and culture in the creative industries 
2 Consultations รายงานสรุปที่ได้จากการประชุมหรือที่จัดโดย ACE เช่น Collective response to 'A review of the Arts Council Collection, British Council Collection and Government Art Collection'	7 Stakeholder Focus งานวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการดำเนินงานและโครงการต่างๆ ของ ACE เช่น Arts Council England Stakeholder Focus Research 
3 Community and Place งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและชุมชน เช่น - Arts Council England Rural evidence and data review  - Arts and Communities Programme Report	8 Participation and Attendance งานวิจัยสำรวจการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น - The Taking Part Survey  - Engagement in arts and culture dashboard 
4 Diversity and Equality Research งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายและความเท่าเทียมในการเข้าถึงกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น Equality, Diversity and the Creative Case 	9 Values of Arts and Culture งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมต่อสังคม เช่น - The value of arts and culture to people and society  - Cultural activities, artforms and wellbeing 
5 Innovation and resilience งานวิจัยสนับสนุนด้านนวัตกรรมและความยืดหยุ่นของอุตสาหกรรมศิลปะ เช่น Character Matters: Attitudes, behaviours and skills in the UK Museum Workforce 	หมายเหตุ:  คือ มีข้อมูลเชิงสถิติ

ภาพที่ 58 การจัดกลุ่มงานวิจัยของ ACE และตัวอย่างงานวิจัยที่มีการเผยแพร่

ที่มา: เว็บไซต์ของ Arts Council England และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

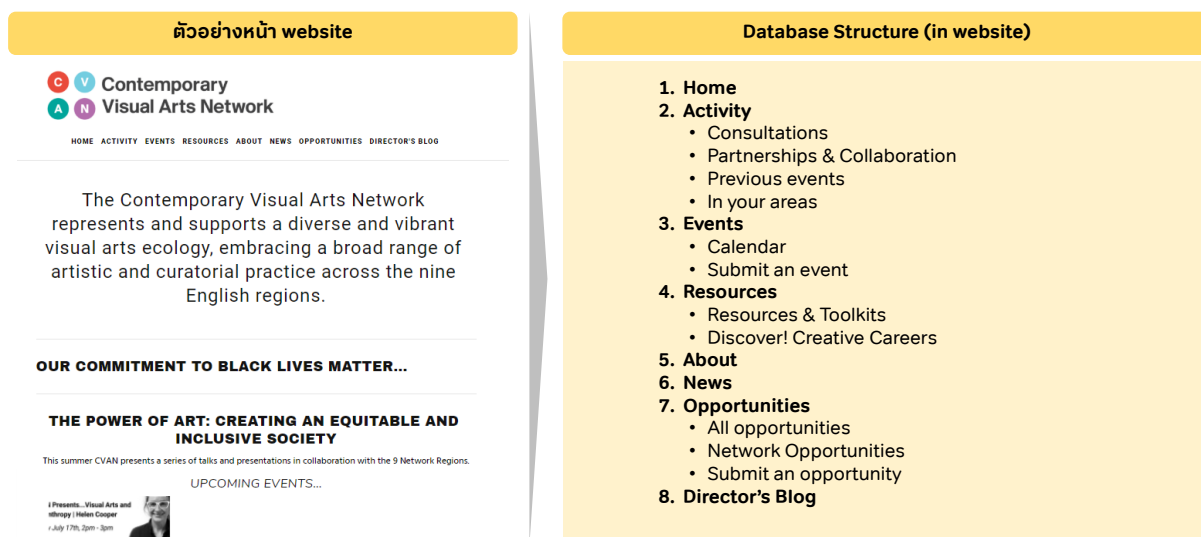
นอกจากนั้น ACE ยังมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลงานวิจัยและสถิติที่มีความน่าสนใจ โดยบางงานวิจัยจะมีการจัดทำสรุปผลการศึกษาย่อยอยู่ในรูปแบบ Infographic ซึ่งมีความสวยงาม เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์สำหรับคนทุกกลุ่ม ไม่จำกัดอยู่แค่นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเท่านั้น อีกหนึ่งรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถิติที่น่าสนใจคือการจัดทำ Dashboard ซึ่งเป็นการสรุปข้อมูลจำนวนมากให้เห็นภาพรวมในหน้าเดียว และมีลักษณะ interactive กล่าวคือผู้ค้นหาสามารถเลือกเจาะลึกในรายละเอียดที่ตนเองสนใจได้อีกด้วย ดังตัวอย่างการนำเสนอสถิติการมีส่วนร่วมด้านศิลปวัฒนธรรมของประชากรอังกฤษในแผนภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 59 ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลสถิติในรูปแบบ Dashboard
ที่มา: เว็บไซต์ของ Arts Council England และการวิเคราะห์ของทีปปรึกษา

● การจัดเก็บข้อมูลทัศนศิลป์ของ The Contemporary Visual Arts Network

The Contemporary Visual Arts Network (CVAN) เป็นเครือข่ายระดับชาติของกลุ่มผู้ประกอบการทัศนศิลป์ร่วมสมัยที่เกิดจากการประสานงานของ 11 กลุ่มใน 9 ภูมิภาคของอังกฤษ โดยมีจุดประสงค์เพื่อร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ร่วมสมัย ผ่านการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกัน พร้อมทั้งเป็นตัวแทนแสดงความต้องการและรักษาผลประโยชน์ให้กับสมาชิก โดย CVAN มีการนำเสนอข้อมูลด้านทัศนศิลป์ บนเว็บไซต์ <http://www.cvan.art/>



ภาพที่ 60 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์และโครงสร้างเว็บไซต์ของ The Contemporary Visual Arts Network

ที่มา: เว็บไซต์ของ The Contemporary Visual Arts Network และการวิเคราะห์ของทีปกริช

จากการค้นคว้าข้อมูลบนเว็บไซต์ของ The Contemporary Visual Arts Network พบว่ามีรายละเอียดข้อมูลที่นำเสนอหลากหลายประเภท โดยจะถูกจัดอยู่ในหมวด 'Resources' ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ 1. Resources & Toolkits ที่รวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการด้านทัศนศิลป์โดยเฉพาะ และ 2. Discover! Creative Careers ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลอาชีพในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยจะมีรายละเอียดของข้อมูลที่มีการนำเสนอแต่ละส่วน ดังนี้

1. Resource & Toolkits

The Contemporary Visual Arts Network ได้รวบรวมและนำเสนอข้อมูลประเภทองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการด้านทัศนศิลป์ ทั้งที่เป็นงานสำรวจ วิจัย และคู่มือให้คำแนะนำต่างๆ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่ความหลากหลายของข้อมูล องค์ความรู้ที่นำเสนอในส่วนนี้ มีทั้งที่หน่วยงานจัดทำขึ้นเอง ให้การสนับสนุนหน่วยงานอื่นในการจัดทำ และยังมีเชื่อมโยงไปยังแหล่งความรู้ของหน่วยงานอื่น ตัวอย่างเช่น ACE Resources อีกด้วย

สำหรับการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจนั้น จะยกตัวอย่างรายงาน ‘The Audiences for Visual Arts’ ซึ่ง CVAN ให้การสนับสนุนหน่วยงาน The Audience Agency ในการจัดทำแบบสำรวจวิจัยพฤติกรรมของผู้ชมงานทัศนศิลป์ของอังกฤษ โดยรวบรวมข้อมูลจากองค์กรด้านทัศนศิลป์กว่า 100 แห่งทั่วประเทศ และจัดทำสรุปผลการศึกษาในรูปแบบ infographic ซึ่งมีความน่าสนใจ อีกทั้งยังมีบทวิเคราะห์กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก (key target markets) และความท้าทายที่สำคัญของอุตสาหกรรม เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการสำหรับนำไปใช้ต่อยอดพัฒนาชิ้นงานและการบริการให้ตรงกับแนวโน้มความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้ชม



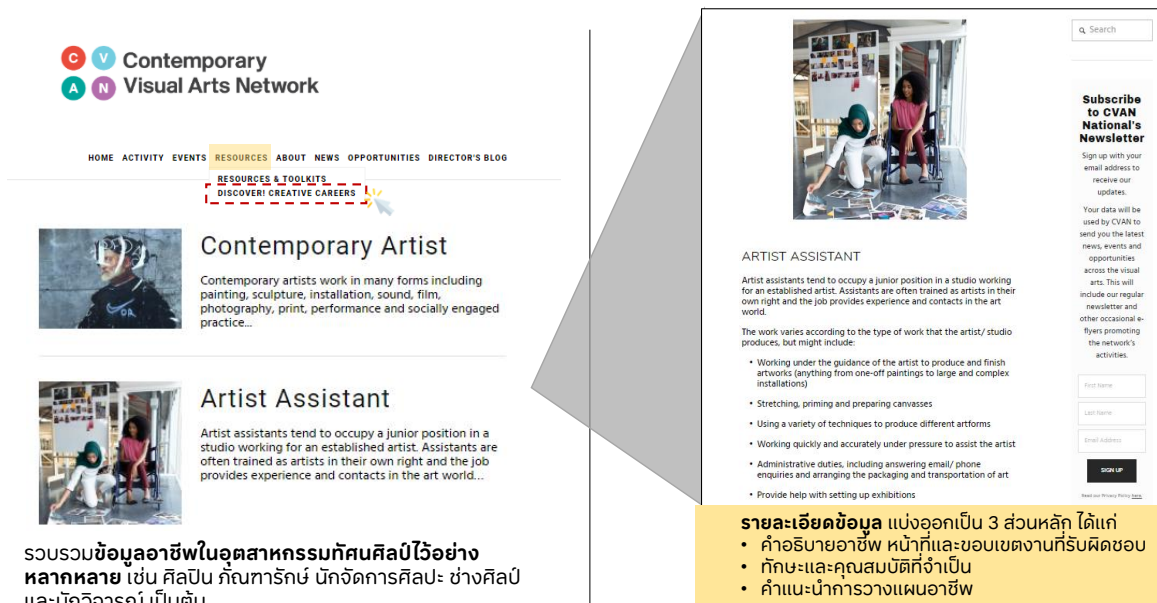
ภาพที่ 61การนำเสนอผลการศึกษาในรายงาน The Audiences for Visual Arts

ที่มา: เว็บไซต์ของ The Contemporary Visual Arts Network

2. Discover! Creative Careers

ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลอาชีพในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โดยข้อมูลอาชีพที่นำเสนอมีความหลากหลาย ครอบคลุมระบบนิเวศของอุตสาหกรรม และมีความทันสมัย ตัวอย่างอาชีพที่มีการนำเสนอ ได้แก่ ศิลปิน ภัณฑารักษ์ นักจัดการงานศิลปะ (Art Handler) ช่างศิลป์ (Art Technician) และนักเขียนหรือนักวิจารณ์ศิลปะ (Art Writer/Critic) เป็นต้น โดยไม่เพียงนำเสนอข้อมูลภาพกว้างของอาชีพที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์เท่านั้น แต่ยังให้ข้อมูลรายอาชีพที่ค่อนข้างละเอียด ทั้งนิยาม ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบ ทักษะและคุณสมบัติที่จำเป็น รวมทั้งให้คำแนะนำการวางแผนการศึกษาและเส้นทางอาชีพ ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ที่สนใจประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ข้อมูลอาชีพที่รวบรวมและนำเสนอโดย CVAN นั้นมีจุดเด่นคือ เป็นข้อมูลที่มาจากประสบการณ์ตรงของผู้ที่ประกอบอาชีพอยู่ในอุตสาหกรรม เนื่องจากสมาชิกของหน่วยงานประกอบด้วยบุคลากรที่มาจากหลากหลายสาขาอาชีพ ทำให้ได้ข้อมูลที่ค่อนข้างสอดคล้องกับความเป็นจริงในอุตสาหกรรม



ภาพที่ 62 ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลอาชีพในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ที่มา: เว็บไซต์ของ The Contemporary Visual Arts Network และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

• สรุปรายละเอียดการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร

จากการนำเสนอข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของสหราชอาณาจักร ซึ่งประกอบไปด้วย Arts Council England และ The Contemporary Visual Arts Network นั้น จะเห็นว่าทั้งสองหน่วยงาน มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ที่แตกต่างกัน ทำให้การนำเสนอข้อมูลของทั้งสองหน่วยงาน ย่อมแตกต่างกันไปตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานนั้นๆ เช่นกัน กล่าวคือ Arts Council England ทำหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในระดับประเทศ ข้อมูลที่นำเสนอส่วนใหญ่จึงเป็นข้อมูลในระดับมหภาค หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนโดยรวม ในขณะที่ The Contemporary Visual Arts Network เป็นการรวมตัวกันของทางฝั่งผู้ประกอบการ เพื่อให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ข้อมูลที่นำเสนอจึงเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาในเชิงอาชีพ เป็นต้น

ในภาพรวม ข้อมูลในฐานข้อมูลที่มีการนำเสนอข้างต้นค่อนข้างมีความหลากหลาย โดยเฉพาะข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งมีการจัดทำและเผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นจำนวนมากและครอบคลุมหลากหลายมิติของอุตสาหกรรม โดยมี การแบ่งประเภทที่ชัดเจน ทำให้ง่ายต่อการค้นหา นอกจากนั้นยังมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ โดยมีแผนภาพสรุปรายละเอียดข้อมูลของสหราชอาณาจักรดังต่อไปนี้

โครงสร้างฐานข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานต่างๆ ของสหราชอาณาจักร

รายละเอียดข้อมูล

 Arts Council England	บุคลากร/หน่วยงาน • รายชื่อศิลปินที่ได้รับทุนจาก ACE ในแต่ละปี • บทสัมภาษณ์ศิลปินผู้ได้รับทุน • Arts and Cultural Organizations	งานศิลปะ • Art Council Collection	PR & Press • Our latest news • Our open funds • COVID-19: Our response
 The Contemporary Visual Arts Network	บุคลากร/หน่วยงาน • Regional Networks • Regional Chairs and Coordinators • Partnerships & Collaborations • Visual Arts Organizations	งานศิลปะ PR & Press • Events Calendar • Visual Arts News • Opportunities (ประชาสัมพันธ์ การประกวด และโครงการฝึกอบรมที่กำลังเปิดรับสมัคร)	องค์ความรู้ สถิติ • Resources & Toolkits (งานสำรวจ วิจัย และคู่มือให้คำแนะนำ) • Webinars (คลิปวิดีโอสัมมนาออนไลน์) • Previous Events (คลิปวิดีโองานสัมมนาที่เคยจัด) • Discover Creative Careers

ภาพที่ 63 รายละเอียดโครงสร้างฐานข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานต่างๆ ของสหราชอาณาจักร

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

รูปแบบการนำเสนอข้อมูล

	บุคลากร/หน่วยงาน	งานศิลปะ	PR & Press	องค์ความรู้	สถิติ
 Arts Council England	   	 	 	  	  
 The Contemporary Visual Arts Network	 		 	   	  

ภาพที่ 64 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานต่างๆ ของสหราชอาณาจักร

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

8.4.2 กรณีศึกษาฐานข้อมูลไต้หวัน

ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอการจัดทำฐานข้อมูลด้านทัศนศิลป์ของไต้หวัน โดยไต้หวันเล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมศิลปะ เพื่อเสริมสร้างอำนาจละมุน (Soft Power) ให้กับประเทศ อันจะนำมาซึ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจมหาศาล โดยรัฐบาลไต้หวันให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์งานศิลปะดั้งเดิมควบคู่ไปกับการศึกษาวิจัยและพัฒนาเทคนิคใหม่ๆ ทำให้งานศิลปะของไต้หวันมีจุดเด่นอยู่ที่การผสมผสานงานศิลปะดั้งเดิมของโลกตะวันออกเข้ากับเทคนิคสมัยใหม่จากโลกตะวันตก โดยประเทศไต้หวันมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของประเทศ คือ Ministry of Culture (MOC)



Ministry of Culture, Republic of China (Taiwan): MOC

เป็นส่วนหนึ่งของสภาบริหาร (The Executive Yuan) ทำหน้าที่ส่งเสริม Soft Power ของประเทศผ่านการส่งเสริมด้านศิลปะและมนุษยศาสตร์ การพัฒนาชุมชน อุตสาหกรรมงานฝีมือ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ มรดกแห่งชาติ วรรณกรรมและการพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลงป๊อป

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://www.moc.gov.tw/>



Association of the Visual Arts in Taiwan: AVAT

เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านทัศนศิลป์ระดับชาติ ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกจากสาขาอาชีพที่หลากหลาย เช่น ศิลปิน กัลยาณิษฐ์ นักวิจารณ์ นักทฤษฎีศิลปะ นักบริหารจัดการศิลปะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการอาชีพในวงการทัศนศิลป์ในด้านต่างๆ

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://avat-art.org/>



Taiwan Contemporary Art Archive: TCAA

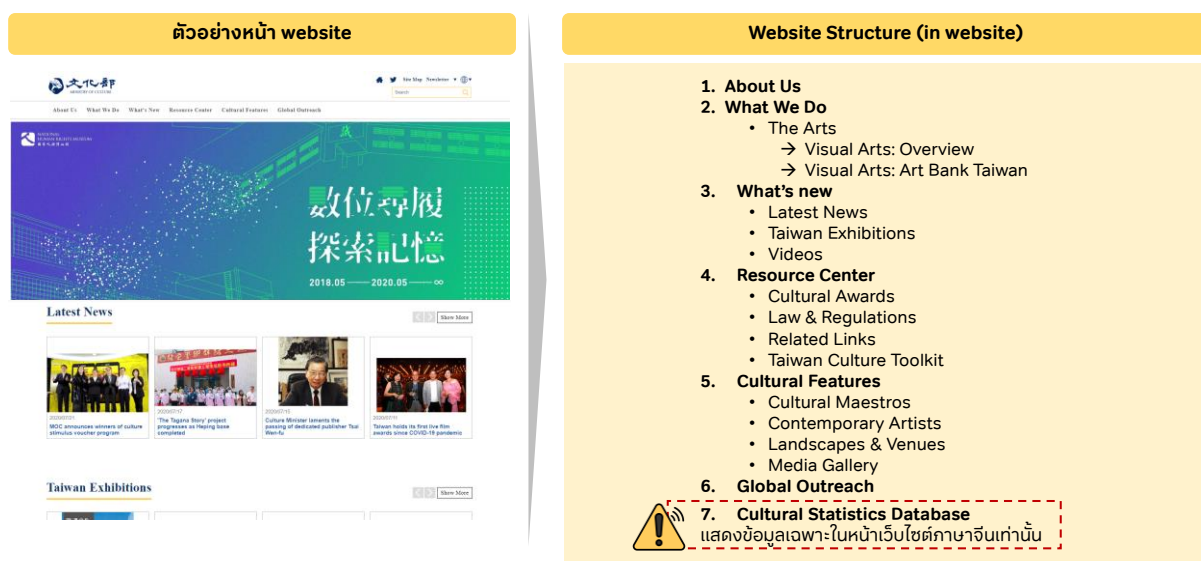
ภาพที่ 65 หน่วยงานที่มีการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของไต้หวัน

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงานข้างต้น

ไต้หวันมีหน่วยงานที่ดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ประกอบด้วย 2 หน่วยงานหลัก คือ 1. Ministry of Culture และ 2. Association of the Visual Arts in Taiwan โดยมีรายละเอียดของฐานข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

● การจัดเก็บข้อมูลทัศนศิลป์ของ Ministry of Culture

Ministry of Culture เป็นหน่วยงานหลักของภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการเสริมสร้าง Soft Power ของประเทศ ผ่านการส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการพัฒนาศิลปะ โดย MOC มีการนำเสนอข้อมูลด้านทัศนศิลป์ บนเว็บไซต์ <https://www.moc.gov.tw/> โดยมีทั้งหน้าเว็บไซต์ที่เป็นภาษาจีนและภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาสเปน และภาษาฝรั่งเศส อย่างไรก็ตามข้อมูลที่ปรากฏในแต่ละหน้าเว็บไซต์จะมีความแตกต่างกัน เนื่องจากในหน้าเว็บไซต์ภาษาต่างประเทศจะไม่ปรากฏข้อมูลเอกสารราชการ งานวิจัย และข้อมูลเชิงสถิติซึ่งมีการนำเสนอเฉพาะในหน้าเว็บไซต์ภาษาจีนเท่านั้น



ภาพที่ 66 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์และโครงสร้างเว็บไซต์ของ Ministry of Culture

ที่มา: เว็บไซต์ของ Ministry of Culture (Taiwan) และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

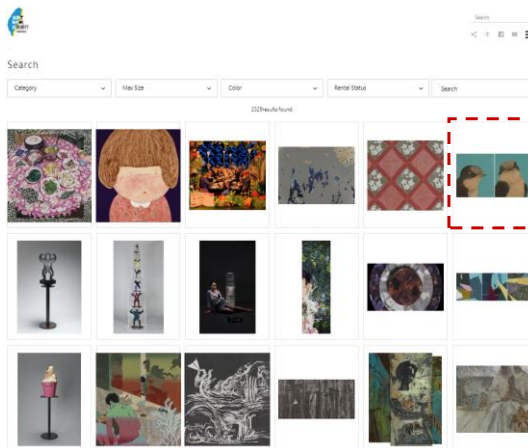
จากการค้นคว้าข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Ministry of Culture พบว่ามีรายละเอียดข้อมูลที่นำเสนอหลากหลายประเภท โดยจะถูกจัดอยู่ใน 3 ส่วนหลัก คือ 1. What We Do ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย นโยบายและโครงการต่างๆ 2. Resource Center ซึ่งนำเสนอข้อมูลองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น รางวัลด้านศิลปวัฒนธรรม กฎหมายและข้อกำหนด รวมถึงคู่มือให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเภทต่างๆ ของไต้หวัน และ 3. Cultural Statistics Database ซึ่งเป็นฐานข้อมูลย่อยที่ปรากฏเฉพาะในหน้าเว็บไซต์ภาษาจีน นำเสนอข้อมูลประเภทงานสำรวจ วิจัย รายงาน และข้อมูลเชิงสถิติ โดยจะมีรายละเอียดของข้อมูลที่มีการนำเสนอแต่ละส่วน ดังนี้

1. What We Do

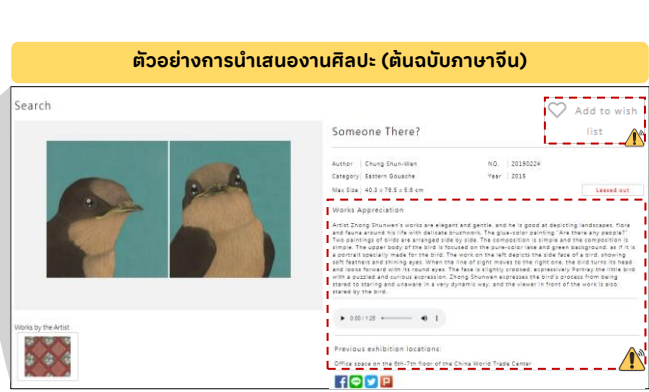
ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลการดำเนินการของ MOC แยกรายอุตสาหกรรม โดยรายละเอียดข้อมูลที่นำเสนอจะประกอบไปด้วยเป้าหมาย แผนการดำเนินงาน และการแนะนำโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมักมีการเชื่อมโยงต่อไปยังเว็บไซต์ของโครงการ ซึ่งมักจัดทำเป็นฐานข้อมูลย่อยแยกออกมาจากหน้าเว็บไซต์ของ MOC

สำหรับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ โครงการหลักที่มีการนำเสนอบนหน้าเว็บไซต์ของ MOC คือ โครงการ Art Bank Taiwan ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนศิลปินรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ ด้วยการซื้องานศิลปะจากศิลปินเหล่านั้นและนำเสนอออกสู่สายตาผู้ชมทั้งในและต่างประเทศผ่านการให้บริการเช่ายืมเพื่อจัดแสดงแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน การขายลิขสิทธิ์งาน (Art Licensing) เพื่อการต่อยอดสร้างสรรค์ และการจัดทำ Digital Collection บนเว็บไซต์ <https://artbank.ntmofa.gov.tw/en/>

ในหน้าเว็บไซต์ของ Art Bank Taiwan ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงงานศิลปะกว่า 2,000 ชิ้น จากศิลปินกว่า 1,000 คน โดยมีการให้รายละเอียดข้อมูลของแต่ละชิ้นงาน ประกอบด้วย ชื่อศิลปิน ประเภท ปีที่ผลิต และขนาดของชิ้นงาน นอกจากนี้หากเข้าชมในหน้าเว็บไซต์ภาษาจีนจะมีรายละเอียดข้อมูลที่นำเสนอเพิ่มขึ้นมา ได้แก่ สถานที่จัดแสดงงานล่าสุด และคำบรรยายชิ้นงาน ซึ่งมีทั้งที่อยู่ในรูปแบบตัวอักษรและคลิปเสียงพากย์



ตัวอย่างการนำเสนอผลงานศิลปะ (ต้นฉบับภาษาจีน)



หมายเหตุ: ⚠ คือ ข้อมูลที่ปรากฏเฉพาะในหน้าเว็บไซต์ภาษาจีน

- มีการแบ่งกลุ่มงานศิลปะใน collection เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา โดยใช้ 4 เกณฑ์หลัก ได้แก่ **ประเภทงาน ขนาด โทนสี และสถานะการเช่า**
- **รายละเอียดข้อมูลงานศิลปะ** ประกอบด้วย ชื่อศิลปิน ประเภทผลงาน ขนาด รหัสชิ้นงาน ปีที่ผลิต สถานะการเช่าแสดง และแนะนำผลงานชิ้นอื่นๆ ของศิลปิน
- รายละเอียดข้อมูลบางส่วน เช่น **คำบรรยายประกอบ** ทั้งในรูปแบบตัวอักษรและคลิปเสียง **สถานที่จัดแสดงชิ้นงานล่าสุด** จะปรากฏเฉพาะในหน้าเว็บไซต์ภาษาจีนเท่านั้น

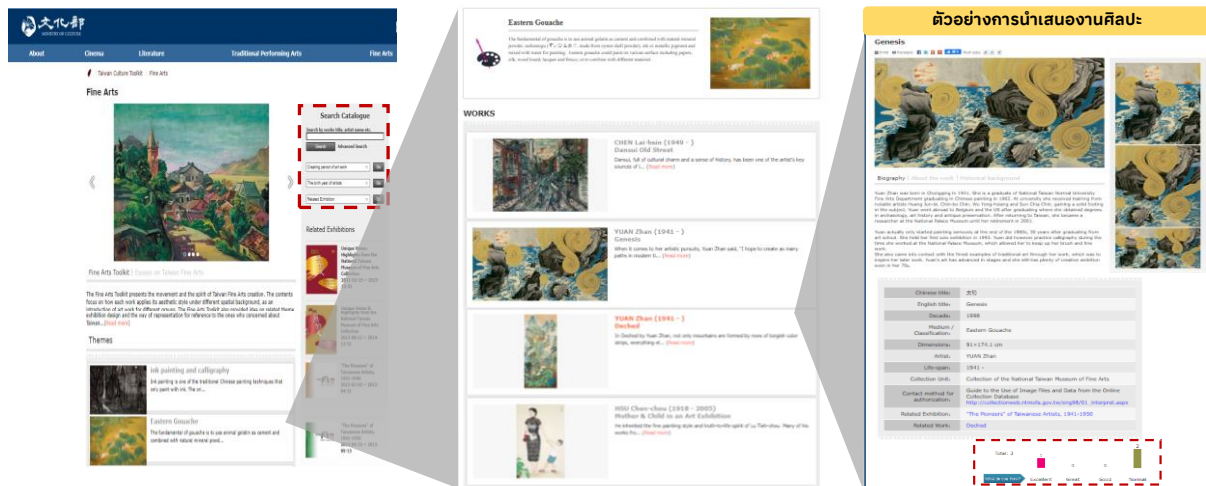
ภาพที่ 67 ตัวอย่างการนำเสนอผลงานศิลปะบนเว็บไซต์ Art Bank Taiwan

ที่มา: เว็บไซต์ Art Bank Taiwan และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

2. Resource Center

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอองค์ความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลรางวัล ด้านวัฒนธรรม ซึ่งมีการนำเสนอรายละเอียดรางวัลแต่ละประเภททั้งในรูปแบบคำบรรยายและคลิปวิดีโอ รวมทั้งนำเสนอข่าวสารและประกาศที่เกี่ยวข้องกับรางวัลนั้นๆ และข้อมูลด้านกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมวัฒนธรรม เช่น The Museum Act., Act to Establish the National Culture and Arts Foundation เป็นต้น

สำหรับการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจนั้น จะยกตัวอย่าง ‘Taiwan Culture Toolkits’ ซึ่งเปรียบเสมือนคู่มือทำความเข้าใจวัฒนธรรมไต้หวันใน 4 สาขาหลัก โดยรายละเอียดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์จะอยู่ใน ‘Fine Arts Toolkits’ ซึ่งให้ความรู้เกี่ยวกับภาพรวมงานวิจิตรศิลป์ของไต้หวัน และข้อมูลเชิงลึกของงานวิจิตรศิลป์ประเภทต่างๆ ที่ครอบคลุมทั้งงานศิลปะดั้งเดิมและงานศิลปะรูปแบบใหม่ๆ โดยรายละเอียดข้อมูลที่นำเสนอไม่ได้มีเพียงข้อมูลประเภทองค์ความรู้เท่านั้น แต่ยังมีการคัดเลือกรายงานศิลปะจาก Collection ของ National Taiwan Museum of Fine Arts มาแสดงเป็นตัวอย่าง พร้อมทั้งให้รายละเอียดข้อมูลงานศิลปะที่สำคัญ เช่น ชื่อชิ้นงาน ปีที่ผลิต ประเภท ขนาด ชื่อศิลปิน คอลเลกชัน ช่องทางการขออนุญาตใช้ชิ้นงาน นิทรรศการและชิ้นงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



- นำเสนอข้อมูลภาพผลงานจิตรศิลป์ในได้หวุ่น และข้อมูลเชิงลึกแยกตามประเภทเทคนิคที่ใช้
- สามารถเลือกค้นหาผลงานศิลปะ โดยการระบุชื่อชิ้นงาน ศิลปิน ปีที่ผลิต ปีเกิดของศิลปิน หรือนิทรรศการที่จัดแสดงชิ้นงานดังกล่าว
- รายละเอียดข้อมูลผลงานศิลปะ ประกอบด้วย ชื่อชิ้นงาน ปีที่ผลิต ประเภท ขนาด ชื่อศิลปิน หน่วยงานที่สังกัด ช่องทางการขออนุญาต ใช้ชิ้นงาน นิทรรศการและชิ้นงานอื่นๆ ที่
- มีฟังก์ชันให้ผู้เข้าชมเลือกระดับความชอบต่อชิ้นงาน

ภาพที่ 68 การนำเสนอข้อมูลผลงานศิลปะจิตรศิลป์ของไต้หวัน

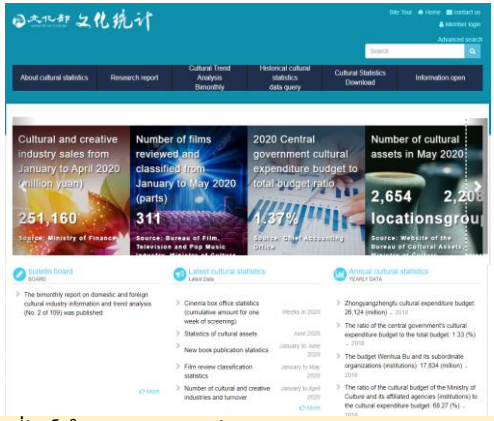
ที่มา: เว็บไซต์ของ Ministry of Culture (Taiwan) และการวิเคราะห์ของทีปรีกษา

3. Cultural Statistics Database

ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอองค์ความรู้ที่จัดทำขึ้นโดย MOC ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณที่หลากหลาย โดยรวบรวมและนำเสนอไว้ในฐานข้อมูลย่อยที่แยกออกมาจากเว็บไซต์หลักของหน่วยงาน ซึ่งจะปรากฏเฉพาะบนหน้าเว็บไซต์ภาษาจีนเท่านั้น โดยข้อมูลหลักที่มีการเผยแพร่ ประกอบไปด้วย

- **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** ซึ่งมีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจนตามสาขาศิลปะ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยเฉพาะเรื่อง ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์อุตสาหกรรมในปัจจุบัน
- **รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้มของอุตสาหกรรม** ซึ่งจัดทำและเผยแพร่เดือนละสองครั้ง รายละเอียดข้อมูลที่น่าสนใจด้านในประกอบด้วยบทวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรม รวมทั้งกรณีศึกษา การดำเนินงานของต่างประเทศ
- **งานสำรวจการมีส่วนร่วมและการบริโภคด้านวัฒนธรรม** ซึ่งเป็นส่วนที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึง กล่าวคือผู้สืบค้นจะต้องทำการลงชื่อเข้าใช้เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลผลสำรวจ
- **สถิติที่เกี่ยวข้อง** โดยมีการนำเสนอทั้งรูปแบบ E-Book รวบรวมสถิติที่เกี่ยวข้องเป็นรายปี และการนำเสนอสถิติย่อย โดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ซึ่งจุดเด่นคือผู้สืบค้นสามารถดาวน์โหลดสถิติเก็บไว้ได้ในหลายรูปแบบ เช่น .XLSX .DOC .CSV .HTML ตามความเหมาะสมของการนำไปใช้งานต่อ

แม้ว่า MOC จะมีการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยและสถิติที่ค่อนข้างหลากหลายบนเว็บไซต์ Cultural Statistics Database แต่ข้อมูลทั้งหมดจัดทำขึ้นเฉพาะภาษาจีนเท่านั้น ทำให้เกิดข้อจำกัดทางภาษาสำหรับผู้สืบค้นต่างชาติที่ต้องการนำข้อมูลไปต่อยอดและใช้ประโยชน์



ข้อมูลที่จัดเก็บใน Database ประกอบด้วย

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แยกตามประเภทศิลปะ
- รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้มอุตสาหกรรม เผยแพร่เดือนละสองครั้ง
- ฐานข้อมูลสำรวจผู้บริโภค (ต้องลงชื่อเข้าใช้เพื่อดาวน์โหลด)
- สถิติที่เกี่ยวข้อง มีทั้งในรูปแบบเส้นสรุปรายปี และการค้นหาแยกตามหมวดหมู่

ตัวอย่างการค้นหาสถิติในหมวด Cultural Participation and Consumption

Query of cultural statistics over the years

Indicator items: Overview of participation in various cultural activities (visual arts)

Query mode: **Advanced query mode**

Excel2003(XLS) **Export** CSV HTML Excel XLSX

Unit: person/%

Filter Area

Column Area

Row Area

Data Area

ตัวอย่างการค้นหา ประกอบด้วย สถิติที่เกี่ยวข้องและโหมดของการค้นหา

- ในโหมดการค้นหาแบบ Advance ผู้สืบค้นสามารถออกแบบ ปรับแต่งข้อมูลเองได้
- สามารถเลือกดาวน์โหลดข้อมูลเก็บไว้ได้หลายรูปแบบ ได้แก่ Excel Word CSV HTML

ข้อมูลงานวิจัย สถิติที่รวบรวมนำเสนอทั้งหมดจัดทำขึ้นเฉพาะภาษาจีนเท่านั้น

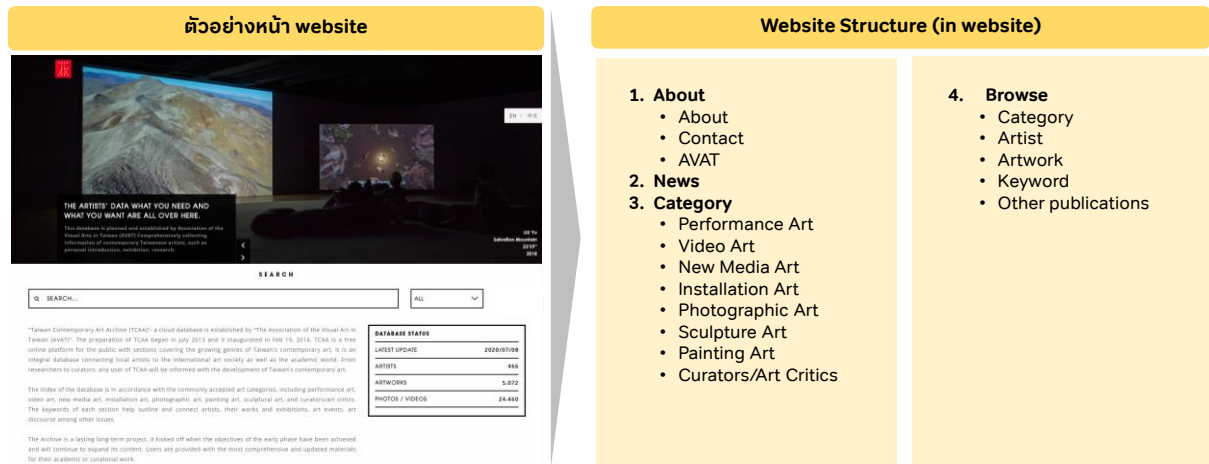
ภาพที่ 69 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์และการค้นหาข้อมูลใน Cultural Statistics Database

ที่มา: เว็บไซต์ Cultural Statistics Database และการวิเคราะห์ของทีปภิรดา

● การจัดเก็บข้อมูลทัศนศิลป์ของ Association of the Visual Arts in Taiwan

Association of the Visual Arts in Taiwan เป็นองค์กรกลางที่ไม่แสวงหาผลกำไรของผู้ประกอบการทัศนศิลป์ในไต้หวัน ที่มีสมาชิกกว่า 1,000 จากหลากหลายสาขาอาชีพในอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมีภารกิจหลักในการดำเนินการเพื่อสนับสนุนสมาชิกผู้ประกอบการ ผ่านการให้คำปรึกษา การรวบรวมและพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม การเป็นตัวแทนเสนอความต้องการต่อผู้กำหนดนโยบาย รวมทั้งการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านศิลปะแก่คนในสังคม เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาศิลปะอย่างยั่งยืน

หนึ่งในการดำเนินงานที่สำคัญของ AVAT คือ การจัดทำฐานข้อมูลทัศนศิลป์ร่วมสมัย หรือ 'Taiwan Contemporary Art Archive (TCAA)' บนเว็บไซต์ <https://tcaaarchive.org/> ซึ่งมีวัตถุประสงค์แรกเริ่ม คือการเชื่อมโยงศิลปินท้องถิ่นของไต้หวันเข้ากับสังคมศิลปะนานาชาติ โดย TCAA มีจุดเด่นคือข้อมูลที่นำเสนอมีความทันสมัย เนื่องจากมีการใช้ระบบฐานข้อมูลแบบเปิด ที่ให้บุคคลทั่วไปส่งข้อมูล คำแนะนำ เพื่อปรับปรุงเนื้อหาบนเว็บไซต์ ผ่านการกรอกแบบฟอร์มในหน้า 'Contact' ร่วมไปกับการเก็บข้อมูลของหน่วยงานเอง



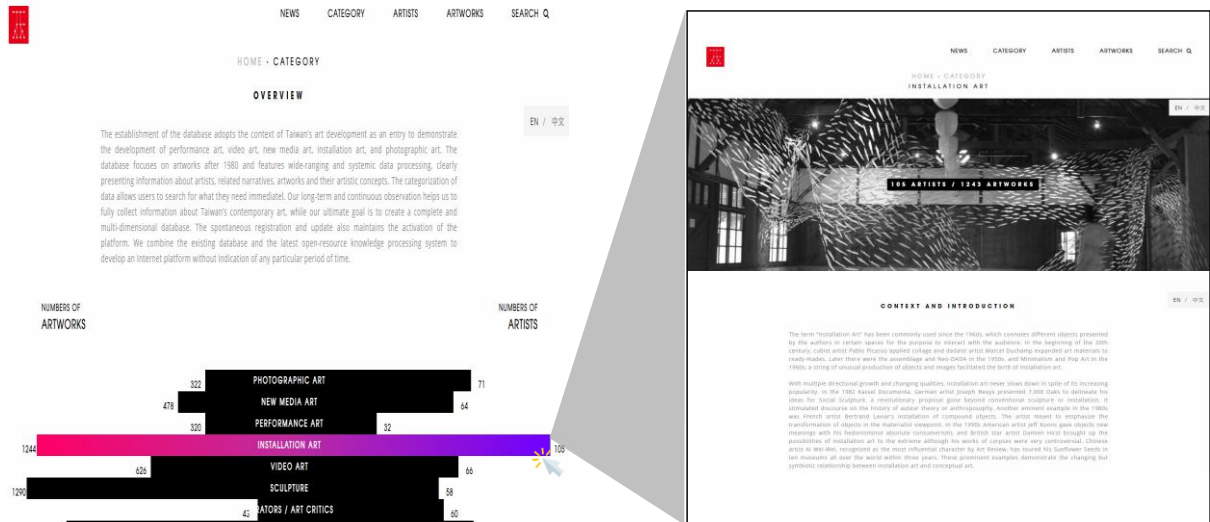
ภาพที่ 70 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์และโครงสร้างเว็บไซต์ Taiwan Contemporary Art Archive

ที่มา: เว็บไซต์ Taiwan Contemporary Art Archive และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากการค้นคว้าข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Taiwan Contemporary Art Archive พบว่า รายละเอียดข้อมูลที่น่าสนใจส่วนใหญ่เป็นข้อมูลประเภทงานศิลปะและบุคลากร ซึ่งแบ่งการนำเสนอข้อมูลตาม 'Category' งานศิลปะร่วมสมัยทั้งหมด 8 ประเภท ซึ่งมีความครอบคลุมและทันสมัย สอดคล้องกับพัฒนาการศิลปะร่วมสมัยในสังคมได้ทัน โดยในหน้า Overview จะมีการแสดงภาพรวมสถิติจำนวนงานศิลปะและจำนวนศิลปินในแต่ละประเภท

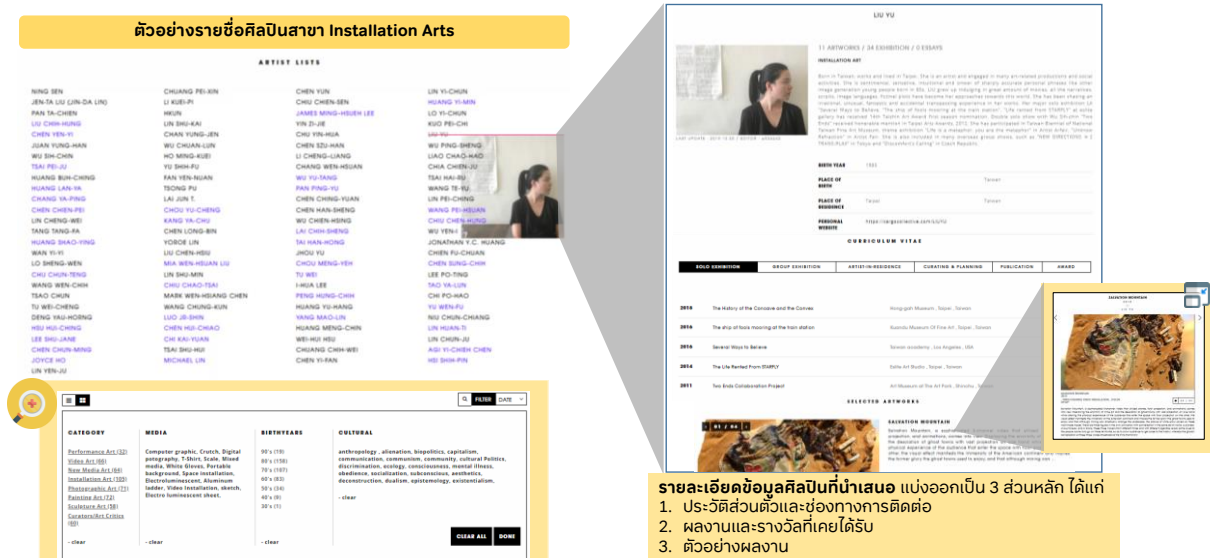
สำหรับส่วนที่เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกของศิลปะแต่ละประเภท รายละเอียดข้อมูลที่น่าสนใจประกอบด้วยส่วนที่เป็นองค์ความรู้ ได้แก่ นิยาม และพัฒนาการของศิลปะแต่ละประเภทในสังคมได้ทัน และส่วนที่เป็นทำเนียบรายชื่อของศิลปินในสาขา ซึ่งจะเชื่อมโยงต่อไปยังหน้าโปรไฟล์ของศิลปินรายบุคคล ที่นำเสนอรายละเอียดข้อมูลศิลปินและผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นประวัติส่วนตัว ช่องทางการติดต่อ ผลงานและรางวัลที่เคยได้รับ รวมทั้งมีการนำเสนอตัวอย่างผลงานของศิลปิน ซึ่งการนำเสนอฐานข้อมูลบุคลากรที่มีการแบ่งประเภทชัดเจนและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนเช่นนี้เป็นประโยชน์อย่างมากในการเชื่อมโยงระบบนิเวศของอุตสาหกรรม นอกจากนั้นฐานข้อมูลบุคลากรนี้ยังจัดทำทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับศิลปินและบุคลากรของได้ทันในการได้รับการรู้จักในระดับนานาชาติอีกด้วย

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาทัศนศิลป์



- นำเสนอข้อมูลในสองระดับ ได้แก่ **สถิติภาพรวมจำนวนศิลปินและชิ้นงาน** และ **ข้อมูลเชิงลึกของศิลปินร่วมสมัยแยกตามประเภท**
- รายละเอียดข้อมูลเชิงลึก**ของประเภทประกอบด้วย นิยาม พัฒนาการของศิลปะประเภทดังกล่าวในไต้หวัน และรายชื่อศิลปิน

ภาพที่ 71 การนำเสนอข้อมูลศิลปินร่วมสมัยในไต้หวันของ TCAA
ที่มา: เว็บไซต์ Taiwan Contemporary Art Archive และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा



การค้นหาแบบละเอียด ช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลศิลปินได้เจาะจงมากขึ้นด้วยภาษา สื่อกลางในการผลิต ปกติของศิลปิน และเนื้อหางาน

ภาพที่ 72 ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลศิลปินของ TCAA
ที่มา: เว็บไซต์ Taiwan Contemporary Art Archive และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- **สรุปรายละเอียดการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลทัศนศิลป์ของไต้หวัน**

จากการนำเสนอข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ของไต้หวัน ซึ่งประกอบไปด้วย Ministry of Culture และ Association of the Visual Arts in Taiwan นั้น จะเห็นได้ว่าทั้งสองหน่วยงาน มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ที่แตกต่างกัน ทำให้การนำเสนอข้อมูลของทั้งสองหน่วยงาน ย่อมแตกต่างกันไปตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานนั้นๆ เช่นกัน กล่าวคือ Ministry of Culture ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของประเทศ ก็จะเน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงการดำเนินการของหน่วยงาน และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวมหรือระดับประเทศ ในขณะที่ Association of the Visual Arts in Taiwan นั้นมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อตอบสนองสมาชิกผู้ประกอบการเป็นหลัก การจัดทำฐานข้อมูลอย่าง Taiwan Contemporary Art Archive จึงเน้นไปที่การนำเสนอข้อมูลประเภท บุคลากรและผลงาน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับสมาชิก

ในภาพรวม ข้อมูลในฐานข้อมูลที่นำเสนอข้างต้นมีข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงสถิติที่หลากหลาย โดยมีจุดเด่นสำคัญอยู่ที่ความทันสมัยของข้อมูล แม้จะพบข้อจำกัดบางประการในการเข้าถึงข้อมูล เช่น ข้อจำกัดด้านภาษา และข้อจำกัดด้านความเป็นส่วนตัว ข้อมูลในส่วนที่สามารถเข้าถึงได้ก็ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นประโยชน์จำนวนมาก โดยมีแผนภาพสรุปรายละเอียดข้อมูลของไต้หวันดังต่อไปนี้

โครงสร้างฐานข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานต่างๆ ของไต้หวัน

รายละเอียดข้อมูล

 Ministry of Culture Taiwan	• Cultural Maestros (แยกตามสาขาศิลปะ) • Contemporary Artists (แยกตามสาขาศิลปะ) • Museums & Galleries • Overseas Offices	• Art Bank Taiwan • Fine Arts Toolkit: Works	• Latest News • Taiwan Exhibitions • Videos (คลิปประชาสัมพันธ์จัดงานหรือโครงการต่างๆ) • Global Outreach: Upcoming Events & Opportunities
	องค์ความรู้	• Visual Arts Overview • Fine Arts Toolkit: Overview & Themes • Law & Regulations (กฎหมายหรือกฎระเบียบด้านศิลปวัฒนธรรม) • Cultural Research & Report (งานวิจัยหรือรายงานที่เกี่ยวข้องแยกตามสาขาศิลปะ)	ด้านกิจกรรม: • จำนวนกิจกรรมด้านทัศนศิลป์ • จำนวนการมีส่วนร่วม • จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ • จำนวนการเข้าชมเนื้อหาออนไลน์ • จำนวนโครงการติดตั้งศิลปะสาธารณะ (Public Arts) ด้านหน่วยงาน: • จำนวนพิพิธภัณฑ์ แยกตามประเภท • จำนวนการรวมกลุ่มศิลปะ ด้านงบประมาณ/เงินสนับสนุน: • งบประมาณด้านศิลปวัฒนธรรมของรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น ด้านมูลค่าอุตสาหกรรม: • มูลค่าอุตสาหกรรมรายสาขา • สัดส่วนค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านการศึกษา: • จำนวนนักเรียน นักศึกษาในสาขา • จำนวนผู้จบการศึกษาในแต่ละปี

 Association of the Visual Arts in Taiwan	บุคลากร/หน่วยงาน	งานศิลปะ	PR & Press	องค์ความรู้	สถิติ
	• Artists (รายชื่อศิลปินทัศนศิลป์แยกตามสาขา)	• Artworks (ชิ้นงานทัศนศิลป์แยกตามสาขา)	• News • Curating (ประชาสัมพันธ์สำหรับนักสะสมโดยเฉพาะ)	• Category (ข้อมูลเบื้องต้นของทัศนศิลป์แต่ละสาขา)	• Overview (ภาพรวมจำนวนศิลปินและผลงานทัศนศิลป์แต่ละสาขา)

ภาพที่ 73 รายละเอียดโครงสร้างฐานข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานต่างๆ ของไต้หวัน

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

รูปแบบการนำเสนอข้อมูล

	บุคลากร/หน่วยงาน	งานศิลปะ	PR & Press	องค์ความรู้	สถิติ
 Ministry of Culture Taiwan	 	 	  	  	     
 Association of the Visual Arts in Taiwan	  	 	 	 	 

ภาพที่ 74 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลทัศนศิลป์ของหน่วยงานต่างๆ ของไต้หวัน
ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

8.4.3 การวิเคราะห์แนวทางการจัดทำฐานข้อมูลของประเทศกรณีศึกษาและประเทศไทย

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ไม่ว่าจะเป็น การรวบรวมและสรุปการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์โดยหน่วยงานของไทย รวมถึงการนำเสนอการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลโดยกรณีศึกษาต้นแบบจากต่างประเทศ ทั้ง 2 ประเทศ คือ สหราชอาณาจักรและไต้หวัน ในลำดับต่อไปนี้จะเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล โดยจะแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์เชิงรายละเอียดของข้อมูล ว่ามีข้อมูลใดที่ถูกจัดเก็บและนำเสนอบนฐานข้อมูล และการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 25 สรุปวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศ

รายละเอียด		 สหราชอาณาจักร	 ไต้หวัน	 ไทย
ภาพรวม		จัดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นจำนวนมาก และมีการแบ่งประเภทข้อมูลที่ชัดเจน ง่ายต่อการค้นหา	- แยกนำเสนอข้อมูลในหลายระดับ ทั้งข้อมูลภาพกว้าง (Overview) และข้อมูลเชิงลึก - มีข้อจำกัดด้านภาษาในการเข้าถึงข้อมูลส่วนใหญ่	- หน่วยงานเกือบทั้งหมด เน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงองค์ความรู้เป็นหลัก - การนำเสนอข้อมูลไม่หลากหลายมากนัก
 รายละเอียดข้อมูล	สถิติ	- นำเสนองานวิจัย สํารวจ และข้อมูลเชิงสถิติที่มีความละเอียดสูงมาก - จัดกลุ่มข้อมูลไว้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย	- มีการวิจัย สํารวจ และนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติที่หลากหลายและมีความทันสมัย - ข้อมูลทั้งหมดนำเสนอเฉพาะภาษาจีนเท่านั้น	- มีการจัดทำ/นำเสนอข้อมูลเชิงสถิติที่เกี่ยวข้องน้อยมาก มีเพียงสถิติภาพรวมรายสาขา - หลายหน่วยงานจัดเก็บเป็นข้อมูลภายใน
	บุคลากร/หน่วยงาน	- มีฐานข้อมูลผู้ได้รับรางวัลต่างๆ ในแต่ละปี กระจายอยู่ในฐานข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน - รวบรวมรายชื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม	- มีฐานข้อมูลบุคลากรทัศนศิลป์ที่หลากหลาย และมีการแบ่งประเภทชัดเจน - ให้ข้อมูลบุคลากรอย่างครบถ้วน ทั้งประวัติส่วนตัว ผลงาน และช่องทางการติดต่อ	มีการนำเสนอข้อมูลศิลปินของหน่วยงานตนเองเป็นหลัก (มีความซ้ำซ้อนกัน)
	งานศิลปะ	- มีฐานข้อมูลงานศิลปะขนาดใหญ่ - ข้อมูลประกอบงานศิลปะแต่ละชิ้น นำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนสมบูรณ์	- การนำเสนอผลงานควบคู่ไปกับการให้ความรู้ทั่วไป เรื่องงานทัศนศิลป์ - มีการแบ่งประเภทการนำเสนองานศิลปะที่ชัดเจนและทันสมัย	นำเสนองานศิลปะของหน่วยงาน (เฉพาะบางหน่วยงาน)
	PR & Press	เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์งาน Event รูปแบบ Two-way communication	รวบรวม Event ทั้งในและต่างประเทศ	มี PR กิจกรรม / exhibition ของหน่วยงานตนเองเป็นหลัก
	องค์ความรู้	- เผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยที่หลากหลาย เป็นประโยชน์ และสามารถนำไปต่อยอดได้ - จัดกลุ่มข้อมูลไว้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย - ให้ข้อมูลด้านอาชีพในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ - มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ระหว่างหน่วยงาน	- เน้นงานวิจัยเฉพาะเรื่อง ตามแนวโน้มสถานการณ์ของอุตสาหกรรม - งานวิจัยที่เผยแพร่ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงสถิติ และจัดทำเป็นภาษาจีนเท่านั้น	- ส่วนใหญ่เป็นเชิงบทความ - มีงานวิจัยเชิงศิลปะ แต่ไม่หลากหลายมากนัก - ส่วนมากเป็นงานองค์ความรู้ดั้งเดิมเป็นหลัก - มีข้อมูลประเภทเอกสารประกอบการเรียน
 การนำเสนอข้อมูล		- เว็บไซต์ของหน่วยงานมีความสวยงาม - ส่วน Database ที่มีข้อมูลจำนวนมาก มีการจัดกลุ่มชัดเจน สามารถค้นหาได้โดยสะดวก - นำเสนองานวิจัยและข้อมูลเชิงสถิติได้น่าสนใจ ทั้งในรูปแบบ infographic และ dashboard - นอกจากนั้นยังสามารถเชื่อมโยงไปยังหน่วยงาน/ฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ได้อีกด้วย	- มักแยกส่วน Database ออกจากหน้าเว็บไซต์หลักของหน่วยงาน - มีการใช้สื่อประกอบการนำเสนอที่หลากหลาย ทั้งภาพ คลิปเสียง และวิดีโอ - ผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดงานวิจัยและข้อมูลเชิงสถิติได้หลากหลายรูปแบบ - เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน ทั้งการแสดงความคิดเห็น การออกแบบและปรับปรุงเนื้อหา	- ข้อมูลที่นำเสนอ เป็นรูปแบบพรรณานบนเว็บไซต์เป็นหลัก และมีภาพประกอบบางส่วน - บางหน่วยงาน มีการนำเสนอคลิปวิดีโอ หรือลิงค์จาก Youtube และข้อมูลประเภทรายงานนำเสนอในรูปแบบ PDF เป็นหลัก - สามารถพัฒนาการนำเสนอให้น่าสนใจมากขึ้น

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

ตารางที่ 26 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บของแต่ละประเทศ

ประเภทของข้อมูล		 สหราชอาณาจักร	 ไต้หวัน	 ไทย
สถิติ	มูลค่ารายสาขา	✓	✓	✓
	จำนวนแรงงานรายสาขา	✓	✓	✓ ไม่แยกสาขาศิลปะ
	จำนวนนักเรียน/นักศึกษาด้านศิลปะ	✓	✓	
	จำนวนพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี	✓	✓	✓ ไม่ได้รวมปีนภาพรวมของประเทศ
	จำนวนกิจกรรมด้านทัศนศิลป์	✓	✓	
	จำนวนกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม		✓	
	จำนวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทัศนศิลป์	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
	จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
	จำนวนเงินสนับสนุน/งบประมาณ	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
งานศิลปะ	Online Collection	✓	✓	
	รายละเอียดงานศิลปะ	✓	✓	✓ มีข้อมูลภายในหน่วยงาน
	ช่องทางการซื้อ/เช่างานศิลปะ	✓	✓	
PR & Press	ตารางประชาสัมพันธ์นิทรรศการ/กิจกรรม	✓	✓	✓ มีเป็นช่องทางเฉพาะหน่วยงาน
บุคลากร/หน่วยงาน	รายชื่อ	✓ (เฉพาะศิลปินที่ได้รับรางวัล)	✓	
	ประวัติ/ผลงาน	✓	✓	✓ มีหลายหน่วยงานที่จัดเก็บ เช่น Rama IX Museum
	ช่องทางการติดต่อ		✓	
	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	
องค์ความรู้	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓ สคร. มีรวบรวมแต่ไม่หลากหลาย
	ข้อมูลด้านอาชีพ	✓		
	บทความ/บทสัมภาษณ์	✓	✓	✓ มีบทสัมภาษณ์ในสื่อเอกชน/BACC
	อื่นๆ	โครงการที่ดำเนินโดย ACE	การให้ความรู้ผู้ชม เช่น เทคนิคงานศิลปะประเภทต่างๆ	

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากตารางสรุปข้างต้น สามารถถอดบทเรียน สำหรับการพัฒนาฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยในอนาคต โดยแยกออกเป็น **ด้านรายละเอียดข้อมูล** และ**ด้านรูปแบบการนำเสนอ** ดังนี้

ด้านรายละเอียดข้อมูล จากตารางวิเคราะห์เปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บของแต่ละประเทศ จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่มีการนำเสนอของไทยนั้น ค่อนข้างมีน้อย และไม่ครอบคลุมในแต่ละประเภทของข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลเชิงสถิติ ที่ปัจจุบันมีการจัดทำและนำเสนอเพียงข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เท่านั้น ซึ่งยังขาดการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลสถิติประเภทอื่น เช่น จำนวนแรงงานจบใหม่ จำนวนองค์กร/หน่วยงานด้านศิลปะ จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/งานศิลปะ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพอื่นๆ ก็ยังสามารถพัฒนาตามกรณีศึกษาข้างต้นได้ เช่น การนำเสนอรายละเอียดงานศิลปะพร้อมภาพประกอบเป็น Online collection หรือจัดทำเป็นการเดินชมพิพิธภัณฑ์ออนไลน์ ที่เป็นการชมงานในพิพิธภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ที่ให้ประสบการณ์เหมือนกับเดินชมงานจริงๆ การนำเสนอข้อมูลศิลปิน นอกจากที่มีการนำเสนอของไทยในปัจจุบัน เช่น รายนามของศิลปินอาวุโส ควรมีการรวบรวมข้อมูลของศิลปินกลุ่มอื่นๆ เช่น ศิลปินรุ่นใหม่ หรือศิลปินรายสาขาอื่นๆ โดยมีรายละเอียดที่ครบถ้วน เช่น ประวัติโดยย่อ ตัวอย่างผลงานสำคัญ และช่องทางการติดต่อ เป็นต้น (เบื้องต้นจะมีพิพิธภัณฑ์พระราม 9 ที่ดำเนินการจัดเก็บอยู่แล้ว แต่ขาดการบริหารจัดการให้ข้อมูลมีความทันสมัย เป็นต้น)

ด้านข้อมูลองค์ความรู้งานวิจัย แม้หลายหน่วยงานของไทยจะมีการนำเสนอเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน แต่ยังสามารถเพิ่มความหลากหลายในประเภทข้อมูลงานวิจัยต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลงานวิจัยด้านผู้ชม และด้านตลาด เป็นต้น

ด้านรูปแบบการนำเสนอ การนำเสนอข้อมูลของหน่วยงานไทย หลักๆ จะเป็นการให้ข้อมูลเชิงพรรณนา ผ่านบทความแบบมีภาพประกอบบนเว็บไซต์ ซึ่งนอกเหนือจากการพัฒนาฐานข้อมูลผ่านการเก็บรวบรวม หรือจัดทำข้อมูลให้หลากหลายมากขึ้นแล้วนั้น ในอนาคต หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ต้องต่อยอดการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์แก่สาธารณะมากขึ้นเช่นกัน เช่น การนำเสนอข้อมูลงานวิจัยในรูปแบบ Infographic คลิป หรือ Podcast บันทึกสัมภาษณ์ศิลปิน/บุคลากรที่น่าสนใจ เป็นต้น

8.5 สรุปแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ของไทย

ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับสาขาทัศนศิลป์ของไทย โดยต่อยอดจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลของหน่วยงานไทยในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลของกรณีศึกษาต่างประเทศ ที่ได้นำเสนอไปในส่วนก่อนหน้า นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ ซึ่งได้สอบถามถึงความต้องการการใช้ฐานข้อมูล ว่าแต่ละหน่วยงาน ต้องการให้มีข้อมูลประเภทใดในฐานข้อมูล เพื่อให้ตรงกับความต้องการการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล ซึ่งจากการสัมภาษณ์ พบว่า ประเภทข้อมูลที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการให้มีรวบรวมและนำเสนอในฐานข้อมูลมากที่สุดคือ **ข้อมูลการติดต่อ** รองลงมาคือ **ข้อมูลองค์ความรู้** **ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ (PR)** และ**ข้อมูลสถิติ/งานวิจัย** ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. **ข้อมูลการติดต่อ:** สำหรับข้อมูลส่วนแรกที่หน่วยงานในอุตสาหกรรมต้องการมากที่สุด คือข้อมูลการติดต่อ ประกอบด้วย ข้อมูลประวัติและช่องทางการติดต่อศิลปิน และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้จัดการศิลป์ Curator ผู้จัดการพื้นที่ เป็นต้น เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการเข้าถึงบุคลากรที่สามารถสนับสนุนการดำเนินการในด้านต่างๆ ได้ นอกจากนี้ ยังระบุว่าการให้มีช่องทางติดต่อหน่วยงานหรือสถานที่ ที่สามารถให้บริการทั้งสถานที่สำหรับการสร้างงานศิลปะ รวมถึงสถานที่สำหรับการแสดงผลงานศิลปะได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลของแกลเลอรี ซึ่งควรให้ข้อมูลรายละเอียดของสถานที่ ขนาด การเดินทาง รูปแบบงานศิลปะที่จัดแสดงในแกลเลอรีนั้นๆ รวมถึงช่องทางการติดต่อผู้รับผิดชอบสถานที่ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการรวบรวมข้อมูลหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ เช่น Art supplier ผู้ให้ทุน หรือเอกชนที่มีความต้องการสนับสนุน หรือจัดจ้างศิลปินอีกด้วย
2. **องค์ความรู้:** แม้ว่าหลายหน่วยงานจะมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังขาดการนำเสนอองค์ความรู้เฉพาะเรื่องบางอย่าง เช่น แพลตฟอร์มการรวบรวมองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาทักษะของศิลปิน หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับภาษี การใช้เทคโนโลยีในงานศิลปะ เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างเหมือนที่สิงคโปร์ดำเนินการ นอกจากนี้ องค์ความรู้ที่มี มักเป็นข้อมูลองค์ความรู้งานดั้งเดิมเป็นหลัก ขาดการนำเสนอข้อมูลองค์ความรู้ที่เป็นงานร่วมสมัย โดยเฉพาะ การนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ศิลปะ/ทัศนศิลป์ในต่างประเทศ แนวโน้มที่น่าสนใจ (Key trend) เพื่อเป็นการให้ความรู้กับทั้งบุคลากรในอุตสาหกรรม เพื่อเข้าใจความเปลี่ยนแปลงของศิลปะในบริบทโลก หรือแม้กระทั่งเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจต่อผู้ที่สนใจศิลปะได้อีกด้วย

3. **ช่องทางการประชาสัมพันธ์ (PR):** เช่นเดียวกับที่มีนำเสนอในกรณีศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องการให้หน่วยงานของรัฐ รวบรวมกิจกรรมการแสดงผลงานศิลปะ หรือเทศกาลศิลปะที่เกี่ยวข้องในประเทศไว้ทีเดียว ซึ่งจะเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์การแสดงผลงานศิลปะ กิจกรรม หรือเทศกาลศิลปะต่างๆ ที่เป็นช่องทางหลักของประเทศ เนื่องจากในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าว จะดำเนินการภายใต้หน่วยงานของตนเอง คือ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตนเองเป็นหลักเท่านั้น ยังขาดการรวบรวมเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์หลัก ซึ่งรัฐควรเป็นผู้ดำเนินการจัดทำและบริหารจัดการในลักษณะดังกล่าว เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้สนใจทั้งในและต่างประเทศ
4. **ข้อมูลสถิติ/งานวิจัย:** แม้ข้อมูลประเภทสถิติและงานวิจัย จะถูกพูดถึงในมุมความต้องการของเอกชนเป็นลำดับสุดท้าย แต่ในขณะเดียวกัน หลายหน่วยงานที่ให้สัมภาษณ์ ต่างก็เน้นย้ำ ว่าข้อมูลสถิติและงานวิจัยก็มีความจำเป็นกับการดำเนินการของหน่วยงานด้านศิลปะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลสถิติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนดูในภาพรวม ซึ่งเอกชนไม่มีความสามารถในการจัดทำเอง ยกตัวอย่างในต่างประเทศ การจัดทำผลสำรวจการเข้าถึงศิลปะของประชาชน (Public Participation in Art) จะดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐทั้งหมด เพื่อเป็นการทำความเข้าใจปัญหา/อุปสรรค หรือรูปแบบความสนใจด้านศิลปะของประชาชนในภาพรวม ซึ่งเป็นข้อมูลฝั่งอุปสงค์ ที่รัฐควรมีการจัดทำและนำเสนอในลำดับต่อไปเช่นกัน รวมถึงข้อมูลสถิติด้านแรงงาน เนื่องจากจะทำให้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงด้านเส้นทางอาชีพของศิลปิน และอาชีพที่เกี่ยวข้องได้มากขึ้นด้วย

จากข้อมูลข้างต้น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อการจัดลำดับความสำคัญประเภทของข้อมูลที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ที่ควรมีการจัดเก็บและนำเสนอ ว่าข้อมูลประเภทใดเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ข้อมูล เพื่อที่ CEA หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ สามารถพัฒนาฐานข้อมูลได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้ต่อไป

8.5.1 แผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

จากที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น เพื่อให้ CEA หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้ ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอแผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย เพื่อเป็นแนวทางว่าในแต่ละประเภทของข้อมูลนั้น ข้อมูลชุดใดบ้าง ที่มีการจัดเก็บและนำเสนออยู่แล้ว และดำเนินการโดยหน่วยงานใด รวมถึงข้อมูลประเภทใดที่ควรมีการจัดเก็บเพิ่มเติม และหน่วยงานใดที่ควรมีบทบาทหน้าที่ในการจัดเก็บข้อมูลชุดนั้นขึ้นมา เพื่อเป็นแนวทางสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกันจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 27 แผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

รายละเอียดข้อมูล	หน่วยงานจัดเก็บ/นำเสนอข้อมูล
1. ข้อมูลเชิงสถิติ	
1.1 ข้อมูลที่มีการจัดเก็บและนำเสนอในปัจจุบัน	
มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)
แรงงานสร้างสรรค์ของไทย	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)
1.2 ข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บและนำเสนอ	
จำนวนนักเรียน/นักศึกษาด้านศิลปะ	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) หรือ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
จำนวนพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) หรือ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สามารถต่อยอดจากฐานข้อมูลศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) ได้)
จำนวนกิจกรรมด้านทัศนศิลป์ในภาพรวมของประเทศ	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง (เช่น สื่อออนไลน์ด้านศิลปะ เป็นต้น)
จำนวนกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ในภาพรวมของประเทศ	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม
จำนวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทัศนศิลป์ ในภาพรวมของประเทศ	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กรมศิลปากร หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร รวมถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์/แกลเลอรี ในภาพรวมของประเทศ	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กรมศิลปากร หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร รวมถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

รายละเอียดข้อมูล	หน่วยงานจัดเก็บ/นำเสนอข้อมูล
จำนวนเงินสนับสนุน/งบประมาณสนับสนุนด้านศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศ	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานอื่นในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม
2. ข้อมูลงานศิลปะ	
2.1 ข้อมูลที่มีการจัดเก็บและนำเสนอในปัจจุบัน	
ภาพพิมพ์ วิจิตรศิลป์ และประติมากรรม	พิพิธภัณฑศิลป์ไทยร่วมสมัย
3D Museum Thailand	พิพิธภัณฑศิลป์ไทยร่วมสมัย
2.2 ข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บและนำเสนอ	
Online Collection	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
ช่องทางการซื้อ/เช่างานศิลปะ	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (สามารถดำเนินการร่วมกับเอกชนที่เกี่ยวข้อง)
3. ข้อมูลข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์	
3.1 ข้อมูลที่มีการจัดเก็บและนำเสนอในปัจจุบัน	
ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ	หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
ข่าวสารหอศิลป์	หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
ข่าวงานกิจกรรม	หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
นิทรรศการและกิจกรรม	พิพิธภัณฑศิลป์ไทยร่วมสมัย
4. ข้อมูลบุคลากร/หน่วยงาน	
4.1 ข้อมูลที่มีการจัดเก็บและนำเสนอในปัจจุบัน	
รายชื่อผู้ได้รับรางวัลศิลปาธร	กระทรวงวัฒนธรรม
ศิลปินแห่งชาติ	กรมส่งเสริมวัฒนธรรม
บุรพศิลปิน	กรมส่งเสริมวัฒนธรรม
ผู้ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรม	กรมส่งเสริมวัฒนธรรม
ศิลปินศิลปาธร	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
ศิลปินด้านทัศนศิลป์	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
ศิลปินด้านเรขศิลป์	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
ศิลปะและศิลปิน	พิพิธภัณฑศิลป์ไทยร่วมสมัย
อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญรายสาขา	คณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยสารคาม

รายละเอียดข้อมูล	หน่วยงานจัดเก็บ/นำเสนอข้อมูล
บุคลากรทางวิชาการ	คณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยสารคาม
ศิลปินมรดกอีสาน สาขาทัศนศิลป์	ศูนย์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น
4.2 ข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บและนำเสนอ	
ช่องทางการติดต่อบุคลากรในอุตสาหกรรม	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)
ช่องทางการติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)

ที่มา: ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

8.5.2 ข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทย

จากข้อมูลแผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ของไทยข้างต้น ซึ่งแสดงรายละเอียดโครงสร้างข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงรายละเอียดข้อมูลที่ควรจะเป็นในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางการจัดเก็บข้อมูลให้มีรายละเอียดครบถ้วน และเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ ทั้งหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือประชาชนทั่วไป ได้เข้าถึงข้อมูลสาธารณะด้านทัศนศิลป์แล้วนั้น ลำดับต่อไปนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะต่อการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล เพื่อให้เกิดการต่อยอดฐานข้อมูลให้ประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ มากขึ้น ซึ่งใช้ข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ ถึงความคาดหวังของผู้ใช้ ต่อรูปแบบฐานข้อมูลที่ควรจะเป็น รวมถึงข้อเสนอแนะที่ได้เรียนรู้จากการศึกษากรณีศึกษาต้นแบบด้านการจัดทำฐานข้อมูลทัศนศิลป์ของต่างประเทศ โดยประกอบด้วย 6 ประเด็น ดังนี้

1. จัดทำเป็นฐานข้อมูลหลักของประเทศ และมีการนำเสนอหลายภาษา

จากจุดประสงค์การจัดทำฐานข้อมูลด้านทัศนศิลป์ เพื่อเป็นศูนย์กลางของข้อมูลด้านทัศนศิลป์ช่องทางหลักของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเป็นช่องทางการนำเสนอข้อมูลที่เป็นสาธารณะ และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควรดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลหลากหลายภาษานอกจากภาษาไทย โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในระดับประเทศด้วย เพื่อให้ผู้สนใจจากต่างชาติสามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลงานวิจัยต่างๆ ไม่เพียงแต่การรวบรวมข้อมูลงานวิจัย/ข่าวที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ และเป็นภาษาไทยเท่านั้น ในขณะเดียวกัน ควรแปลงานวิจัยของไทย เป็นภาษาต่างชาติ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจต่อบริบททัศนศิลป์ในด้านการวิจัยของไทย แก่สายตาชาวโลกด้วยเช่นกัน

2. ต่อยอดฐานข้อมูลงานศิลปะ เป็นช่องทางขายงานออนไลน์ (Online Marketplace)

นอกจากการดำเนินการจัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับการนำเสนอฐานข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์แก่สาธารณะแล้วนั้น พบว่าเอกชน ต้องการให้ต่อยอดฐานข้อมูลออนไลน์ให้มีประโยชน์ในเชิงการเป็นช่องทางการขาย ผ่านการต่อยอดข้อมูลผลงานศิลปะ เป็น Online Marketplace เพื่อต่อยอดช่องทางข้อมูลงานศิลปะ เป็นช่องทางการขาย โดยการใช้ประโยชน์จากความสามารถในการเข้าถึงผู้สนใจผ่านช่องทางออนไลน์นี้อีกด้วย

3. การจัดเก็บงานดั้งเดิม หรืองานศิลปะที่ใกล้สูญหาย

เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการเรียนรู้ของคนรุ่นหลัง ควรดำเนินการบันทึก/จัดเก็บผลงานดั้งเดิม ผลงานที่มีชื่อเสียง ผลงานที่มีคุณค่า รวมถึงงานที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของไทยที่ใกล้สูญหาย โดยรัฐ หรือสคร. นอกจากจะดำเนินการจัดเก็บงานไว้ในกรณีเก็บรวบรวมงานศิลปะของชาติ (National Collection) แล้วนั้น ก็จะต้องต่อยอดให้มีการเก็บงานในรูปแบบดิจิทัล เพื่อเผยแพร่งานต่อสาธารณะชนต่อไปด้วย ทั้งนี้ เพื่อเป็นหลักฐานและรวบรวมเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับคนรุ่นหลัง ได้ใช้เป็นสื่อ ในการเรียนรู้ รวมถึงเป็นฐานข้อมูลรวบรวมรากเหง้าศิลปะของไทยไว้ ไม่ให้สูญหาย ซึ่งถือเป็นการรวบรวมข้อมูลด้านทุนทางวัฒนธรรมของชาติ ไว้สำหรับให้คนที่สนใจในอนาคต ต่อยอด หรือใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่นๆ ต่อไปได้

4. นำเสนอข้อมูลด้วยรูปแบบที่หลากหลาย

จากการนำเสนอข้อมูลของหน่วยงานในประเทศในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบเชิงพรรณนา เป็นข้อความบนเว็บไซต์ หรือเป็นไฟล์รายงานเป็นหลัก ซึ่งหากดูจากตัวอย่างกรณีศึกษาในต่างประเทศ จะใช้รูปแบบในการนำเสนอข้อมูลที่หลากหลาย และน่าสนใจ เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้สนใจเข้าถึงข้อมูลนั้นๆ ได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การเผยแพร่ข้อมูลสถิติ/งานวิจัย ผ่านรูปแบบ Infographic ไม่เพียงแต่สร้างความสวยงาม แต่ยังสร้างความน่าดึงดูดให้เข้าไปดูข้อมูล รวมถึงง่ายต่อการส่งต่อ หรือแชร์ข้อมูลให้กับผู้สนใจอื่นๆ ต่อไปได้อีกด้วย หรือการสัมภาษณ์ศิลปิน/บุคลากรที่เกี่ยวข้อง นอกจากเผยแพร่ในรูปแบบบทสัมภาษณ์ ยังสามารถนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอระหว่างการสัมภาษณ์ หรือแม้แต่ทำเป็น Podcast ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้เสพ/ผู้ฟังเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เป็นต้น

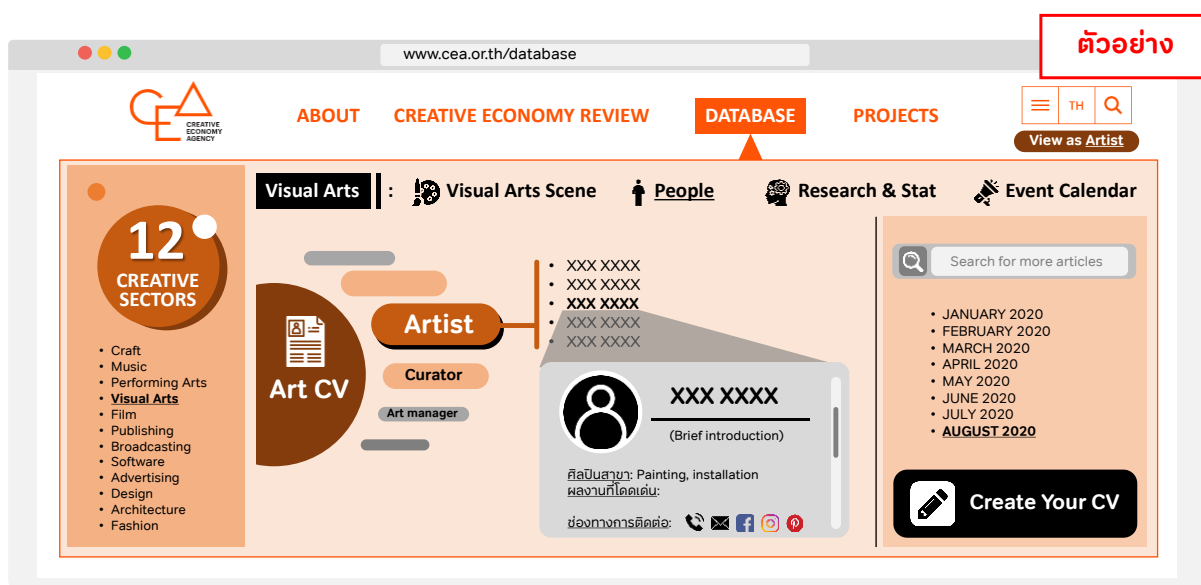
5. เผยแพร่ข้อมูลผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

นอกจากการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวก เข้าถึงง่าย และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันนั้น หลายหน่วยงานต่างก็แนะนำ ให้นำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น นิทรรศการ รูปเล่มรายงาน หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ก็เป็นช่องทางที่ควรดำเนินการด้วยเช่นกัน เนื่องจากการสร้างการเข้าถึงข้อมูลไปยังคนหมู่มาก (Mass) รวมถึงกลุ่มคนที่ไม่ได้มีความสนใจต่อศิลปะ หรืองานทัศนศิลป์ตั้งแต่แรก เนื่องจากช่องทางออฟไลน์ เช่น นิทรรศการที่เกี่ยวข้อง จะเป็นการเข้าถึงกลุ่มคนกลุ่มอื่นๆ ได้มากขึ้น เช่น การเผยแพร่ข่าวสารในนิตยสารการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชมเทศกาลศิลปะ ก็จะเป็นการสร้างผู้ที่อาจสนใจกลุ่มอื่นๆ มาชมการแสดงได้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

6. ใช้เป็นระบบการติดตามตัวชี้วัดและการประเมินภาพรวมของทัศนศิลป์

แม้ประโยชน์หลักของการจัดทำฐานข้อมูล จะเป็นเรื่องของ การสร้างการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือประชาชนทั่วไปแล้วนั้น ในขณะเดียวกัน การจัดทำฐานข้อมูล สามารถเป็นประโยชน์อีกทางสำหรับผู้ดำเนินนโยบาย ในการเก็บข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรมกลับมาได้ ผ่านการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลได้เช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น การติดตามจำนวนผู้เข้าชมงานรายเดือน การติดตามจำนวนผู้เข้าชมแต่ละส่วนข้อมูลในฐานข้อมูล จำนวนดาวน์โหลดเอกสาร จำนวนการแชร์ต่อบทความ เป็นต้น ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลเป็นตัวชี้วัด ในมุมมองผู้ชม ผู้สนใจข้อมูลนั้นๆ ได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทางช่องทางออนไลน์ของฐานข้อมูล ที่สามารถนับจำนวนผู้เข้าชมแบบ Real-time ที่สามารถติดตามจำนวนได้ทุกช่วงเวลาอีกด้วย

จากข้อมูลข้อเสนอแนะการนำเสนอข้อมูลในฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ ทั้งจากการสัมภาษณ์ และจากการศึกษากรณีศึกษาต้นแบบจากต่างประเทศนั้น ที่ปรึกษาจึงได้ออกแบบตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ชม มีความสวยงาม น่าดึงดูด และมีรูปแบบการใช้งานที่สะดวก ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล ซึ่งเป็นตัวอย่างในเบื้องต้น ดังแผนภาพต่อไปนี้

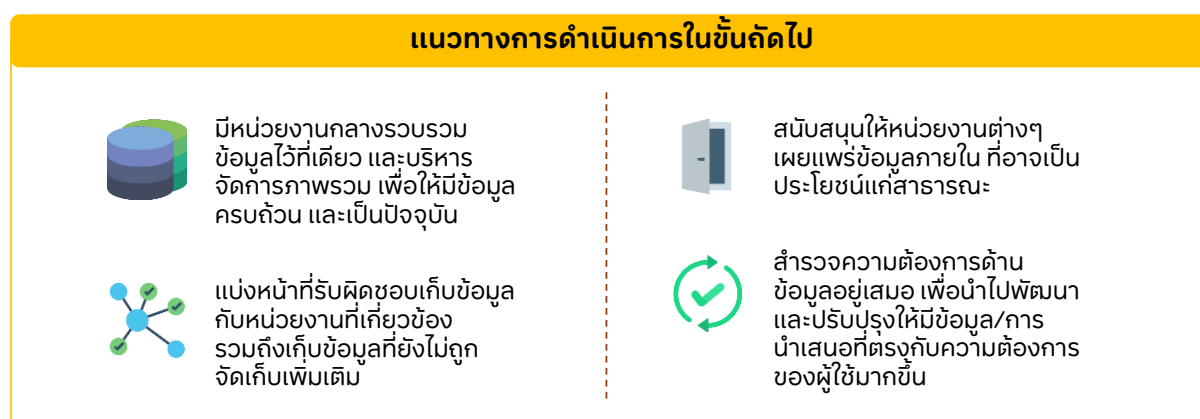


ภาพที่ 75 ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลสาขาทัศนศิลป์

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

8.5.3 แนวทางการดำเนินงานการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ในขั้นถัดไป

จากรายละเอียดข้างต้นทั้งหมดที่ได้นำเสนอไปนั้น เป็นเพียงกระบวนการจัดทำเฉพาะการออกแบบฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ เท่านั้น ซึ่งผลลัพธ์ของการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้เข้าใจมากขึ้น ว่าฐานข้อมูลสำหรับสาขาทัศนศิลป์ ควรจะมีข้อมูลอะไรบ้าง มีรูปแบบการนำเสนอเป็นอย่างไร เพื่อให้มีข้อมูลและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับฐานข้อมูลที่มีคุณภาพเหมือนที่ต่างประเทศดำเนินการ ทั้งนี้ ลำดับถัดไปนั้น CEA ก็จะต้องประสานและดำเนินการขับเคลื่อนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับสาขาทัศนศิลป์ต่อไป ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงได้สรุปเป็นแนวทางการดำเนินงานการจัดทำฐานข้อมูลในขั้นถัดไปโดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 76 แนวทางการดำเนินการในขั้นถัดไป

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

หากพิจารณาจากแผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน มีหลายหน่วยงานทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน ที่มีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลบางส่วนอยู่แล้ว และเกือบทั้งหมด จะเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อการดำเนินการภายในหน่วยงานของตนเองเป็นหลัก ดังนั้น เพื่อให้เกิดฐานข้อมูลกลางสำหรับสาขาทัศนศิลป์ของไทย CEA จึงต้องจัดทำ หรือสนับสนุนการจัดทำแพลตฟอร์มกลาง สำหรับการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน และเพื่อให้มีข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ตัวแพลตฟอร์มกลางนี้ จึงต้องดำเนินการจัดเก็บอย่างมีแบบแผนตามโครงสร้างของข้อมูล ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่ได้เรียนไปข้างต้น เพื่อให้ง่ายต่อการจัดเก็บและนำเสนอต่อไป ไม่เพียงแต่ดำเนินการสร้างแพลตฟอร์มเท่านั้น ที่สำคัญกว่า คือต้องมีผู้รับผิดชอบ ในการบริหารจัดการแพลตฟอร์มหรือฐานข้อมูลดังกล่าวอยู่เสมอ เพื่อให้เป็นฐานข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน มีข้อมูลที่ทันสมัย และตอบโจทย์ผู้ใช้งานอยู่เสมอ

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลอีกหลายส่วน ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลเชิงสถิติ ยังขาดจำนวนนักเรียน/นักศึกษาด้านศิลปะ การเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงานทั้งหมดของประเทศ เป็นต้น ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด นอกจากจะเป็นการรวบรวมข้อมูลที่มีในปัจจุบันแล้วนั้น ในอนาคต จะต้องจัดสรรหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในส่วนที่ยังขาด ตามขอบเขตของหน่วยงานรัฐและเอกชนต่างๆ ต่อไป ตามที่ได้นำเสนอไว้แล้วในข้างต้น

จากการศึกษาในปัจจุบัน พบว่าแท้จริงแล้ว มีหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐ มีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลอยู่แล้ว แต่เป็นการใช้ประโยชน์เพียงการติดตามการดำเนินการของหน่วยงานนั้นๆ เป็นหลัก เป็นการใช้ประโยชน์ภายในหน่วยงานของตัวเองเท่านั้น ไม่ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลส่วนที่ควรเผยแพร่ต่อสาธารณะ เพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงานอื่นๆ หรือเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ ดังนั้น CEA จึงต้องสนับสนุนให้หน่วยงานต่างๆ มีการนำข้อมูลที่มีอยู่แล้ว มาเผยแพร่ด้วยรูปแบบที่น่าสนใจ เพื่อเป็นประโยชน์แก่สาธารณะ และทั้งนี้ ก็ยังเป็นประโยชน์ต่อฐานข้อมูลกลางเช่นเดียวกัน ที่จะสามารถรวบรวมเอาข้อมูลที่แต่ละหน่วยงานเผยแพร่บนเว็บไซต์ของตนเอง เชื่อมกับฐานข้อมูลกลางนี้ เพื่อสร้างการเข้าถึงข้อมูลของแต่ละหน่วยงานได้อย่างสะดวกขึ้น เนื่องจากการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลกลางนี้อีกด้วย

ประการสุดท้าย ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำเนินการจัดการฐานข้อมูล ต่อเนื่องจากที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ว่าควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการฐานข้อมูลอยู่เสมอ ก็จะต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้ใช้งาน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือประชาชนทั่วไป ว่ามีความต้องการให้มีการปรับปรุง เพิ่มเติมเนื้อหา หรือแก้ไขข้อมูลในส่วนใด ไม่เพียงแต่สำรวจความต้องการของผู้ใช้ แต่หมายรวมถึงการศึกษาแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลในประเทศอยู่เสมอ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดฐานข้อมูลนี้ ให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งานทุกรูปแบบต่อไป

จากข้อมูล การจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ ที่ได้นำเสนอไปข้างต้นนี้ ตามที่ได้เรียนไปในข้างต้น ผลการศึกษาครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษาแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลเท่านั้น ลำดับถัดไป CEA หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีการดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสาขาทัศนศิลป์ให้เกิดขึ้นจริงต่อไป ซึ่งจะต้องเกิดจากความร่วมมือกับหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว การดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม การร่วมดำเนินการสร้างฐานข้อมูล การบริหารจัดการฐานข้อมูล หรือความร่วมมือในรูปแบบอื่นๆ เพื่อร่วมกันสร้างฐานข้อมูลกลางของสาขาทัศนศิลป์อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทั้งหมด ซึ่งจากแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ได้นำเสนอไปในส่วนก่อนหน้านี้ การจัดทำฐานข้อมูลถือเป็น 1 ในกลยุทธ์สำคัญที่ต้องดำเนินการจัดทำเพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป เพื่อเป็นการสนับสนุนด้านข้อมูลแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งรัฐ เอกชน หรือเป็นการสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลของคนดู เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการเข้าถึงศิลปะต่อไปในอนาคตนั่นเอง ดังนั้น การจัดทำฐานข้อมูลนี้ จึงเป็นประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง ต่อการดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ของไทย เพื่อขับเคลื่อนให้ “ตลาดศิลปะในประเทศพัฒนาอย่างมีพลวัต งานศิลปะไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล” ตามวิสัยทัศน์ของแผนฯ ที่ตั้งไว้ให้สำเร็จลุล่วงได้ต่อไป

ภาคผนวก ก นโยบายและแผนงานของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

การศึกษานโยบายและแผนงานของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ มี 4 แผนงาน คือ

- 1) ร่างกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี
- 2) แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. 2561-2564)
- 3) นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560-2564)
- 4) ร่างแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ร่างกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี

เมื่อพิจารณาร่างกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรม พบว่าได้มีการทบทวนจากกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ประกอบกับกรอบทิศทางตามนโยบายการพัฒนาสู่ประเทศไทย 4.0 กรอบทิศทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) รวมทั้งข้อเสนอของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ มีภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์ที่ดี และได้รับการยอมรับในเวทีทางวัฒนธรรมระดับสากล รวมไปถึงการผลักดันให้สังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งคนดี มีคุณธรรมจริยธรรม พร้อมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยมีรายได้และความมั่งคั่งจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น โดยกรอบทิศทางมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ใน 5 ยุทธศาสตร์ด้วยกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ด้านความมั่นคง เพื่อเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ และมุ่งเน้นการสนับสนุนงานรักษาความมั่นคงและความสงบเรียบร้อยภายในประเทศเป็นหลัก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อใช้มิติทางวัฒนธรรมในการสนับสนุนการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ พัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน รวมทั้งเชื่อมโยงกับภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพคนหรือบุคลากรตลอดช่วงชีวิต พร้อมทั้งสนับสนุนการยกระดับการศึกษาและการเรียนรู้ ปลูกฝังระเบียบวินัย คุณธรรมจริยธรรม ค่านิยมที่พึงประสงค์ รวมทั้งสร้างความอยู่ดีมีสุขของครอบครัว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และเท่าเทียมกันทางสังคม เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคม ทนทางวัฒนธรรมและความเข้มแข็งของชุมชน รวมไปถึงการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตในสังคมสูงวัย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อปรับปรุงโครงสร้างบทบาทและภารกิจของหน่วยงานด้านศิลปวัฒนธรรม ปรับปรุงกฎหมายด้านศิลปวัฒนธรรม พัฒนากลไกสนับสนุนการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม

ทั้งนี้ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาให้เป็นไปตามเป้าหมายของกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม ระยะ 20 ปี ภายใต้แนวคิด “วัฒนธรรมสร้างคนดี สังคมดี สร้างรายได้ สร้างภาพลักษณ์และเกียรติภูมิประเทศไทยในเวทีโลก” กระทรวงวัฒนธรรมได้ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางวัฒนธรรมทุกระดับจะดำเนินการพัฒนาตามกรอบทิศทางพัฒนาวัฒนธรรมระยะ 20 ปี ใน 6 ยุทธศาสตร์ โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญในแต่ละด้าน ดังนี้

- 1) **พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรม** ซึ่งครอบคลุมประเด็นการส่งเสริมด้านการอนุรักษ์พัฒนาและสืบสานมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม รวมไปถึงการขึ้นทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญเช่นกัน
- 2) **เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และความเป็นไทย** ครอบคลุมแนวทางการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมผ่านการใช้มิติทางวัฒนธรรม ตลอดจนเปิดพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน รวมไปถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติไทยและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
- 3) **ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ** เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม สนับสนุนบทบาทศิลปิน รวมไปถึงการนำทุนและทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ
- 4) **พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการความรู้และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม** โดยมุ่งเน้นด้านการพัฒนาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ ส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้และการวิจัยทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม
- 5) **พัฒนาศักยภาพการเสริมสร้างความสัมพันธ์ เกียรติภูมิและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อนาความเป็นไทยสู่สากล** ผ่านการส่งเสริมบทบาทด้านศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยในเวทีอาเซียนและนานาชาติ และพัฒนาศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมระดับนานาชาติ
- 6) **พัฒนากลไกและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม** โดยมุ่งเน้นการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและกลไกการทำงานของหน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น มาตรการภาษี พัฒนากฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม

โดยจากกรอบทิศทางข้างต้นจะเห็นได้ว่า ยุทธศาสตร์ต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ ตั้งแต่ยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมที่จะช่วยสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและส่งเสริมการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการองค์ความรู้ วิจัยและสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และสุดท้ายยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาบุคลากรและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาข้างต้น เพื่อปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการ รวมไปถึงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2. แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. 2561-2564)

ในส่วนของแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (พ.ศ. 2561-2564) จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองและบูรณาการนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยแผนฉบับนี้มีขอบเขตการพัฒนาครอบคลุมด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ดั้งเดิมของไทยเป็นหลัก และมีวิสัยทัศน์ คือ “ภายในปี พ.ศ.2564 คนไทยมีค่านิยมที่เหมาะสมและประเทศมีภาพลักษณ์ที่ดี โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นพลังในการขับเคลื่อน” โดยแผนปฏิบัติราชการฉบับนี้มี 5 ยุทธศาสตร์ด้วยกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ปลุกฝังค่านิยมที่เหมาะสมและพึงประสงค์ให้ประชาชนทุกช่วงวัย

เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านปลุกฝังค่านิยมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทของสังคมไทยและสังคมโลก และเสริมสร้างค่านิยมที่พึงประสงค์เพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สืบสานและถ่ายทอดวิถีวัฒนธรรมไทยสู่สังคมไทยและโลก

เพื่อเป็นการกำหนดแผนการรณรงค์เพื่อสืบสานและถ่ายทอดวิถีวัฒนธรรมไทยอย่างเป็นระบบและผลักดันให้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนรู้และพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์ท้องถิ่นและวิถีวัฒนธรรมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3: บริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยการสร้างคุณค่าขององค์ความรู้และผลงานของศิลปินแห่งชาติ ผ่านการประกาศยกย่องเชิดชูเกียรติและจัดการองค์ความรู้ของศิลปินแห่งชาติให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมไปถึงการเพิ่มศักยภาพและจำนวนแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้กระจายตัวทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการทำงานและเครือข่ายทางวัฒนธรรม

เสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพการดำเนินของเครือข่ายทางวัฒนธรรม บูรณาการและเชื่อมโยงการดำเนินการโดยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเครือข่ายและสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่าย รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการ ปรับปรุงกฎระเบียบและแนวปฏิบัติให้เอื้อต่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 5: ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ

เป็นการสร้างความเข้มแข็งและสร้างรายได้แก่ท้องถิ่นและชุมชนด้วยการส่งเสริมการแสดงผลงาน ภูมิปัญญา ประเพณีและ / หรือเทศกาลสำคัญเพื่อส่งเสริมวิถีวัฒนธรรมที่งดงาม นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรม

จะเห็นได้ว่าประเด็นการพัฒนาทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ข้างต้นนั้น ล้วนมีความเกี่ยวเนื่องและเป็นสิ่งที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญด้านการขับเคลื่อนค่านิยมของคนไทยให้มีความเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างให้สังคมสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข รวมไปถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อผลักดันให้เกิดรายได้และสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่แหล่งเรียนรู้ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สำคัญ เนื่องจากเป็น การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพพื้นที่ในการแสดงออกและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ นำไปสู่การขยายโอกาสในการนำเสนอผลงานของศิลปินสู่สังคมมากยิ่งขึ้น

3. นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560 – 2564)

นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เป็นนโยบายที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา งานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “บูรณาการความร่วมมือกับทุกภาคส่วนโดยใช้มิติด้าน ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่าง ยั่งยืน” และมีพันธกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการพัฒนา เผยแพร่องค์ความรู้และแหล่งเรียนรู้ ด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย รวมไปถึงการผลักดันให้มีการบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการสร้างสรรค์ ผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สร้างคุณค่า ทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ สืบไป ทั้งนี้ นโยบายฉบับนี้ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ศึกษา วิจัย และส่งเสริมการเผยแพร่องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยด้านงาน สร้างสรรค์ วิชาการทางศิลปะและนวัตกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อผลักดันให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจงานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย นำไปสู่ การต่อยอดหรือพัฒนาภูมิปัญญาเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมให้มีและพัฒนาพื้นที่การแสดงศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยและแหล่งเรียนรู้

มีจุดประสงค์หลักในการพัฒนาพื้นที่การแสดงศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยและแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ต่างๆ ให้เป็น สถานที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ความรู้และผลงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติโดย อาศัยการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการบริหารจัดการพื้นที่ การแสดงศิลปวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมการสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สร้างคุณค่าทางจิตใจ สังคม และมูลค่าทางเศรษฐกิจ

โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อผลักดันให้เกิดผลงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สร้างคุณค่าทางจิตใจและสังคม และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย รวมไปถึงการสนับสนุนกลุ่มศิลปินร่วมสมัยมีแรงจูงใจในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 4: บูรณาการความร่วมมือเชิงรุกเพื่อพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ

เป็นแนวทางการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการพัฒนางานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ และเพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนางานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยระหว่างหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ

เมื่อพิจารณานโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมที่ตระหนักถึงคุณค่าของงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อผลักดันให้คนไทยมีความรู้ความเข้าใจ มีความภูมิใจในงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของประเทศและสามารถรักษารากเหง้าของวัฒนธรรมไทยไว้ได้ รวมไปถึงการสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทยไปทั่วโลก และการใช้ผลงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นสื่อกลางในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศ ตลอดจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

4. ร่างแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ในส่วนของร่างแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จะเห็นได้ว่ามีบทบาทสำคัญและเป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งถือว่าการวางเป้าหมายในการพัฒนาในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะนำพาประเทศไทยไปสู่การเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนจากการขับเคลื่อนด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมในระดับสากลทั้งนี้ วิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้นสำหรับแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ.2562-2566) คือ “ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย” โดยร่างแผนการดำเนินการฉบับนี้ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Management)

มุ่งเน้นการรวบรวมและการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางในการดำเนินนโยบายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่เหมาะสม

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย (Creative Human Resource Development)

มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรและแรงงานสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันภายในเครือข่ายกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Businesses & Entrepreneurs)

มุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งในเรื่องของกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการนำคุณค่าและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา มาประยุกต์เข้ากับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการยกระดับกระบวนการทางธุรกิจรูปแบบต่างๆ จนสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างสรรคสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative District & Ecosystem)

มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านมาตรการข้อกำหนดและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาและเติบโตของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการปรับปรุงและส่งเสริมการบังคับใช้การคุ้มครองและจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการส่งเสริมให้เมืองและย่านเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

จากยุทธศาสตร์ของร่างแผนการดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในช่วงต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการเป็นหลัก โดยผ่านการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ปัจจัยสำคัญซึ่งเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน 4 มิติการพัฒนาหลัก ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาและสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ และการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาจกล่าวได้ว่าการเติบโตและพัฒนาทางเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและระบบที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคลที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักภายใต้ระบบเศรษฐกิจเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศสืบไป

ภาคผนวก ข ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

ประเด็นสัมภาษณ์ ประกอบด้วยเนื้อหาใน 2 ส่วน ได้แก่

- 1) ประเด็นการพัฒนาอุตสาหกรรม
- 2) การจัดทำฐานข้อมูล

ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

1. ภาพรวมของอุตสาหกรรม

- ท่านคิดว่าภาพรวมสถานการณ์ในปัจจุบันของอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร มีองค์ประกอบอะไรบ้าง และมีใครเป็นกลุ่มหลัก
- ท่านคิดว่าอะไรคือจุดอ่อนจุดแข็งของอุตสาหกรรม
- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายหรือแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในปัจจุบัน และคิดว่าภาครัฐควรมีบทบาทการสนับสนุนอย่างไร

2. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคต

- ท่านมีความเห็นว่าควรพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์ไปในทิศทางใด มีประเด็นใดบ้างที่ควรเร่งพัฒนาหรือปรับปรุงมากที่สุด
- ท่านมีความเห็นว่าภาคเอกชนควรมีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างไรบ้าง และภาครัฐสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาร่วมกับภาคเอกชนได้อย่างไร
- ท่านคิดว่าการพัฒนาอุตสาหกรรม สามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ได้มากน้อยเพียงใด มีอุตสาหกรรมใดบ้าง และต้องการให้ สศส. สนับสนุนอย่างไร

ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์

1. ภาพรวมของการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

- ท่านมีความเห็นอย่างไร ต่อการจัดเก็บรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน
- ท่านมีความต้องการใช้ข้อมูลของอุตสาหกรรมสำหรับการดำเนินธุรกิจ/หน่วยงานของท่านหรือไม่ หากใช่ ท่านใช้งานข้อมูลสำหรับการใช้ประโยชน์ในด้านใดบ้าง (เช่น ข้อมูลสถิติ มูลค่าตลาด จำนวนผู้ประกอบการ หรือแรงงานในสายอาชีพ)
- ข้อมูลที่ท่านต้องการ เป็นข้อมูลประเภทใด หัวข้อใด

2. แนวทางการพัฒนาฐานข้อมูลในอนาคต

- จากภาพรวมการจัดเก็บข้อมูลของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ท่านคิดว่าข้อมูลใดบ้างที่ควรมีการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในอนาคต
- ท่านมีความเห็นว่า การนำเสนอข้อมูลของอุตสาหกรรมในอนาคตควรทำเป็นรูปแบบใด เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการใช้ประโยชน์ของท่านได้มากที่สุด (รวมถึงความถี่ของการอัปเดตข้อมูลควรเป็นอย่างไร) รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการดำเนินการและพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมของ สศส.