

## บทที่ 2

### การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

ในบทนี้จะเป็นการค้นคว้าและศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นแนวทางซึ่งจะมีผลต่อการสร้างแบบจำลองธุรกิจศิลปะ โดยการรวบรวมข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปสำหรับการใช้ในการสร้างแบบจำลองธุรกิจและสร้างสรรค์ผลงาน เนื่องจาก การวิเคราะห์ศิลปะ (จิตรกรรม) มีความจำเป็นต้องศึกษาประวัติศาสตร์ศิลปะเพื่อการอ้างอิง รูปแบบทางศิลปะให้เป็นที่ตามหลักวิชาการ ในบทนี้จะให้ความสำคัญกับการนำเสนอการศึกษาประวัติศาสตร์ศิลปะทั้งของไทยและของตะวันตก ซึ่งประเทศไทย รับอิทธิพลทางศิลปะจากตะวันตกมาโดยตรง จากนั้นจึงจะสามารถใช้ข้อมูลด้านเนื้อหาสรุปและอภิปรายผลการศึกษา โดยแบ่งข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญออกเป็นดังนี้

#### 2.1 อิทธิพลแนวคิดทางสังคมและปรัชญา

- 2.1.1 แนวคิดของลัทธิหลังสมัยใหม่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ
- 2.1.2 แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.1.3 ทฤษฎีวิวัฒนาการทางชีววิทยาที่มีผลกระทบทางด้านกายและจิตใจ
- 2.1.4 ที่มาของการแบ่ง 12 ราศี (นักษัตร)

#### 2.2 อิทธิพลทางแนวคิดทางศิลปะ

- 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปะในประเทศไทย
- 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก

#### 2.3 แนวคิดด้านการบริหารและการจัดการสมัยใหม่

#### 2.4 แนวคิดแผนธุรกิจ

#### 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

#### 2.6 ตารางแสดงเงินเดือนโดยเฉลี่ยสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา

#### 2.1 อิทธิพลแนวคิดทางสังคมและปรัชญา

##### 2.1.1 แนวคิดของลัทธิหลังสมัยใหม่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ

คำว่าหลังสมัยใหม่เป็นแนวร่วมที่ครอบคลุมการปฏิเสธวิถีคิดของยุคสมัยใหม่ (Modern) คำนี้ปรากฏอยู่ในหลายสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรม สถาปัตยกรรม การออกแบบ และทัศนศิลป์ รวมไปถึงการพยายามอธิบายสังคมร่วมสมัยด้วยวิถีคิดแบบหลังสมัยใหม่ด้วย “คำว่าหลังสมัยใหม่” มีต้นกำเนิดจากสถาปัตยกรรมของสหรัฐอเมริกา ในปี 1966 เมื่อสถาปนิกชาวอเมริกัน

โรเบิร์ต เวนทูรี (Robert Venturi) ได้ตีพิมพ์หนังสือสัมมนาชื่อความสลับซับซ้อนและการคัดค้านกันเองในสถาปัตยกรรมซึ่งภายหลังได้กลายเป็นสัปดาห์ของแนวร่วมกลุ่มความคิดนี้ ด้วยเนื้อหาทางสถาปัตยกรรมและการออกแบบแล้วคำๆนี้ อาจนับย้อนไปตั้งแต่ปี 1949 เมื่อนิโคเลาส์ เปฟเนอร์ (Nicolaus Pevner) ได้นำคำนี้ออกมาใช้โจมตีนักเขียนคนอื่นๆในช่วงเวลานั้น แต่ ชาร์ลส์ เจนส์ (Charles Jenks) สถาปนิกนักประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษได้เขียนเกี่ยวกับหนังสือว่าด้วยสถาปัตยกรรมชื่อ “ภาษาสถาปัตยกรรมหลังสมัยใหม่”

(The Language of Post-Modern Architecture 1977) ซึ่งทำให้แนวร่วมที่ไร้พรแดนนี้มีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง หนังสือเล่มนี้ได้วิเคราะห์ภาษาที่ใช้อยู่ในงานสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ อาศัยการใช้เหตุผลตามวิถีทางของสมัยใหม่ เจนส์ได้เก็บรวบรวมภาพงานสถาปัตยกรรมนานาชาติ ทั้งหมดซึ่งเน้นส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ มากกว่าเน้นที่รูปทรง เน้นระบบสัญลักษณ์มากกว่าเหตุผล และเน้นความหมายหลายชั้นมากกว่าความหมายอย่างตื้นเขิน หนังสือเล่มนี้ทำให้เห็นความเป็นนานาชาติ” (ที่มา <http://www.midnightuniv.org>)

ชาร์ลส์ เจนส์ บรรยายในหนังสือ The Language of Post-Modern Architecture 1977 สรุปได้ดังนี้ “ลัทธิหลังสมัยใหม่ เป็นรูปแบบผสมมีสาระเป็นประเด็นทางประวัติศาสตร์ เป็นเรื่องของความทรงจำ เนื้อหาในท้องถิ่น และการใช้อุปมา มีความกำกวม เพื่อเข้าใจวัฒนธรรมของมนุษย์ได้อย่างกว้างขวางขึ้น ขอมรับความแตกต่าง หลากหลาย และไร้ระเบียบ การจะเข้าใจในลัทธิหลังสมัยใหม่ นั้นไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่ายๆ เพราะตัวปรัชญาเองมีความกำกวมไม่มีการตัดสินใจถูกผิด ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุด คือการทำความเข้าใจในลัทธิหลังสมัยใหม่ คือความต้องเข้าใจยุคสมัยใหม่ อย่างถ่องแท้เสียก่อน” ในทางศิลปะประเด็นสำคัญของศิลปะ ในยุคสมัยใหม่ คือการเน้นในเรื่องของความเป็นต้นฉบับ (Originality) ซึ่งหมายความว่าให้ความสำคัญเกี่ยวกับ "ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ที่เป็นของตนเองและไม่เหมือนใคร ประเด็นต่อมา ศิลปะในยุคสมัยใหม่ จะเน้นและให้ความสำคัญในผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์ขึ้นมาแล้วต้องมีเอกภาพ (Unity) งานศิลปะชิ้นใดก็ตามที่ทำออกมาแล้ว ขาดเอกภาพ ก็จะไม่ถือว่าเป็นผลงานศิลปะที่ดี ศิลปะในยุคสมัยใหม่ ได้มีการแบ่งแยกระหว่างศิลปะกระแสหลักและศิลปะกระแสรองออกจากกัน งานศิลปะซึ่งเป็นที่ยอมรับกันที่อยู่ในพิพิธภัณฑ์ทางศิลปะ หรือหอศิลป์ต่างๆ รวมทั้งผลงานศิลปะที่นักศึกษาทำกันขึ้นมา โดยรำเรียนกันมาจากสถาบันสอนศิลปะ เราจะจัดให้ศิลปะเหล่านี้อยู่ในกลุ่มของศิลปะกระแสหลัก (High Arts) ขณะเดียวกัน เราก็กันเองงานศิลปะที่ไม่ได้ผลิตขึ้นมาจากสถาบัน หรือผู้เชี่ยวชาญทางศิลปะ รวมทั้งงานที่ไม่ได้ผลิตขึ้นมาจากกลุ่มผู้ทำงานในกระแสหลักว่าศิลปะกระแสรอง (Low Arts) อย่างเช่น ศิลปะนอกกระแสต่างๆ ศิลปะของชาวบ้าน ต่อมา ศิลปะในยุคสมัยใหม่ เน้นรูปแบบศิลปะที่เป็นนานาชาติ (International) หมายความว่า ผลงานศิลปะและรวมไปถึงสถาปัตยกรรม

จะต้องมีรูปแบบที่มีความเป็นนานาชาติ และเป็นสากล ศิลปินไม่ว่าชาติใด อยู่ในเขตภูมิศาสตร์ไหน หรือวัฒนธรรมจะแตกต่างกันอย่างไรก็ตาม เช่น เอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกา รูปแบบที่ผลิตออกมาจะต้องมีลักษณะเป็น นานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานทางด้านสถาปัตยกรรมจะมีแนวโน้มในลักษณะนี้มากตามเมืองใหญ่ๆของโลก จะต้องเข้าใจเสียก่อนว่า ศิลปะในยุคสมัยใหม่ มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองอย่างไร ก่อนที่จะไปทำความเข้าใจศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ ศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ ปฏิเสธสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด เริ่มตั้งแต่ ศิลปะในยุคสมัยใหม่ บอกว่าจะต้องมีความเป็นต้นฉบับ จะลอกของคนอื่นมาไม่ได้ แต่ยุคหลังสมัยใหม่ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องของการเป็นต้นฉบับ อันที่สอง ศิลปะในยุคสมัยใหม่ บอกว่าจะต้องมีเอกภาพในงานศิลปะ ส่วนยุคหลังสมัยใหม่ บอกว่าไม่จำเป็น ผลงานศิลปะสร้างขึ้นมาโดยไม่ต้องคำนึงถึงหลักเอกภาพ สามารถผสมผสานได้อย่างเต็มที่ หรือเราเรียกกันว่าลูกผสมหรือพันธุ์ผสม (Hybrid) ตัวอย่างเช่น การผสมกันทางด้านสถาปัตยกรรมในอาคารหลังหนึ่ง หรือผลงานทัศนศิลป์สมัยหลังนี้ มีลักษณะที่เป็นการข้ามทั้งทางด้านรูปแบบและเนื้อหา เช่น นำเอาผลงานศิลปะที่มีรูปแบบเหมือนจริงแบบกรีก หรือเรอเนสซองส์ มาผสมผสานกับมิกก็แมสก็ก็ได้ และไม่ต้องไปสนใจเรื่องของหลักการของศิลปะในยุคสมัยใหม่ ซึ่งไม่ยินยอมให้ทำอย่างนั้น เรื่องของศิลปะกระแสหลักและศิลปะกระแสรอง ในยุคหลังสมัยใหม่ ก็ไม่สนใจเช่นเดียวกัน ถือว่าไม่เกี่ยว ศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ ไม่มีการแบ่งแยกศิลปะข้างถนนก็เป็นศิลปะที่มีคุณค่าได้ หรืองานศิลป์ที่ซื้อจากร้านขายของ ก็เป็นศิลปะได้ เช่นเดียวกัน ศิลปะในยุคนี้ ไม่จำเป็นต้องอยู่ในพิพิธภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ไม่ต้องให้สถาบันเกี่ยวกับศิลปะยอมรับ รูปแบบไม่จำเป็นต้องเป็นสากล จะมีลักษณะท้องถิ่นหรือพื้นบ้านก็ได้ หัวใจสำคัญของยุคสมัยใหม่ ก็คือ การยอมรับความเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษ ยุคหลังสมัยใหม่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญแต่อย่างใด ในยุคสมัยใหม่ ยังเน้นในเรื่องคนตะวันตก เป็นผู้นำของโลก หรือเป็นเอตทัคคะในทุกศาสตร์ เป็นคนที่ประกาศวาทกรรมที่จริงแท้ที่สุดอันปฏิเสธไม่ได้ พวกหลังสมัยใหม่ ปฏิเสธเรื่องนี้และกล่าวว่าชนกลุ่มน้อยที่เป็นรองในสังคมหรือคนชายขอบหรือใครก็ได้แต่ที่เคยด้อยกว่าในยุคสมัยใหม่ สามารถที่จะประกาศวาทกรรมของตนได้เช่นเดียวกัน สามารถที่จะสร้างวาทกรรม ของตนเองได้เช่นเดียวกันเหมือนกับคนผิวขาวหรือคนตะวันตก จะเห็นได้ว่า ในยุคหลังสมัยใหม่ เป็นการตีกลับยุคสมัยใหม่ อย่างชัดเจน ในยุคสมัยใหม่ เป็นยุคซึ่งได้สืบทอดความคิดเรื่องผู้ชายเป็นใหญ่กว่าผู้หญิงมาตามลำดับ แต่ในยุคหลังสมัยใหม่ ไม่เห็นด้วยกับความคิดนี้ บอกว่าผู้หญิงก็มีสิทธิของพวกเธอเท่าเทียมกับผู้ชาย ผู้หญิงก็มีวาทกรรมของตนเอง ผู้หญิงไม่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ที่ผู้ชายเป็นฝ่ายกำหนด โดยเฉพาะโครงสร้างทางสังคม ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆที่ออกมา ผู้หญิงเป็นเบี้ยล่างมาโดยตลอด เช่น การใช้นามสกุลของผู้ชายหลังแต่งงาน กฎหมายเกี่ยวกับเรื่องผู้สาวรวมไปถึงเรื่องของการจัดการด้านทรัพย์สิน และ

กระทั่งความไม่เท่าเทียมในเรื่องของการประกอบอาชีพและค่าแรง จะเห็นถึงความไม่เสมอภาคกันเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน ในยุคสมัยใหม่ ยังให้ความสำคัญในเรื่องของความเจริญ และการพัฒนาในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยุคหลังสมัยใหม่ บอกว่าไม่จำเป็น เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่ทำลายธรรมชาติ ทั้งความเป็นมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ฉะนั้น การรณรงค์ต่างๆซึ่งเกิดขึ้นในช่วงหลังสมัยใหม่นี้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของนิเวศวิทยา เรื่องสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เรื่องของสิทธิสตรี ล้วนเป็นความคิดที่ต่อต้านยุคสมัยใหม่

มิเชล ฟูโก (1980) รายงานว่า “ความจริง เหล่านั้นเป็นเพียงความจริงที่สร้างขึ้นมาจากคนที่อำนาจ (Constructing Truth) เท่านั้น ไม่ใช่เป็นความจริงที่ต้องถือว่าเป็นสัจธรรมเปลี่ยนแปลงไม่ได้ อันนี้เป็นประเด็นที่สำคัญอีกอันหนึ่งที่นักสังคมวิทยา นักปรัชญา นักมานุษยวิทยาให้ความสนใจกันมาก "ความจริง" คุณสมบัตินี้ที่จะสร้างขึ้นมาจากได้ โดยการประกาศวาทกรรมของคุณเอง ให้อำนาจกับตัวเอง โดยไม่จำเป็นต้องไปยอมรับวาทกรรมของคนอื่นหรือของคนที่มีอำนาจ”

คำว่า "วาทกรรม" เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันคือ หมายถึง "ความรู้ ความคิด ความเห็น ที่มีอำนาจในการอธิบายให้คนอื่นเชื่อตาม" เช่น ปัจจุบัน เราเชื่อความรู้ ความคิด ของวิทยาศาสตร์แบบตะวันตกมากกว่าอย่างอื่น อะไรก็ตาม ที่ไม่ตรงกับหลักของวิทยาศาสตร์ หลักการอันนั้นจะถูกปฏิเสธ ด้วยเหตุนี้ วิทยาศาสตร์จึงเป็นเอกอัครมหาศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่ซึ่งไม่อาจปฏิเสธได้ แต่ในยุคหลังสมัยใหม่ ไม่สนใจ ฉะนั้น วิทยาศาสตร์จึงเป็นวาทกรรมหลักในยุคสมัยใหม่ ซึ่งคุณไม่สามารถที่จะปฏิเสธมันได้ แต่บรรดานักคิดหลังสมัยใหม่ถือว่า อันนี้เป็นเพียงความจริงที่สร้างขึ้นมาจากคนที่อำนาจ อันหนึ่งเท่านั้น

ชาร์ลส์ เจนส์ (1977) รายงานว่า “คำว่า หลังสมัยใหม่ มันเริ่มต้นขึ้นมาเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม ปี 1972 เวลา 15.32 นาที” ที่ชาร์ลส์ระเบิดไปอย่างนี้ก็เพราะ มันเป็นเวลาที่มีการระเบิดตึกสูงหลังหนึ่งในเซนต์หลุยส์ (St. Louis's infamous Pruitt-Igoe housing complex) สหรัฐอเมริกา ตึกสูงดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นมาจากโดยใช้หลักการของ Bauhaus (เบาเฮาส์) หรือหลักของสมัยใหม่โดยสถาปนิกในกลุ่มนี้ วัตถุประสงค์ของการสร้างตึกสูงหลังนี้ก็เพื่อจะให้มันมีประโยชน์ใช้สอยสูงสุด แต่สำหรับการใช้ชีวิตในตึกหลังนี้ มันค่อนข้างแย่ และคนที่อยู่ในตึกสูงหลังนั้นก็ทนอยู่ต่อไปไม่ได้ ดังนั้นจึงมีการระเบิดตึกหลังนี้ลง ซึ่งเขาถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของยุคหลังสมัยใหม่ สำหรับสถาปัตยกรรมในยุคหลังสมัยใหม่ นั้น ลักษณะเด่นก็คือ มีการประดับตกแต่งมากขึ้น แต่สำหรับในยุคสมัยใหม่ ทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของประโยชน์ใช้สอย ทุกอย่างต้องมีความลงตัวพอดี แต่ในยุคหลังสมัยใหม่ คุณสามารถที่จะตกแต่งมันได้ และมีลวดลายประดับมากขึ้น ซึ่งอันนี้เป็นลักษณะอันหนึ่งของหลังสมัยใหม่ ในเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะ หลายคนบอกว่า "หลัง



สมัยใหม่" มันเริ่มต้นขึ้นมาราวปี 1980 หลังจากยุคของศิลปะรูปแบบมินิมอล อาร์ต (Minimal Art) กับยุคของ (Conceptual Art) เริ่มจะมีบทบาทน้อยลง และเริ่มจะมีศิลปินพวกหนึ่งซึ่งมาจากอิตาลี ตั้งต้นที่จะเขียนรูปสีน้ำมัน ซึ่งเขียนเป็นภาพคน ซึ่งออกไปทางรูปแบบเอ็กเพรสชันนิสม์ (Expressionist) อันนี้เป็นการปฏิเสธการลดเรื่องของรูปทรงในงานศิลปะลงมาจนกระทั่งแทบไม่มีอะไรเหลือในงานแบบมินิมอล อาร์ต (Minimal Art) และ (Conceptual Art) ในยุคหลังสมัยใหม่ เริ่มที่จะมีสีสันมากขึ้น มีการใช้สีน้ำมันล้วนๆในงานจิตรกรรม หลังสมัยใหม่ มีลักษณะในเชิงวัฒนธรรม ศิลปะในยุคสมัยใหม่ มันจบลงตรงที่มินิมอล อาร์ตและคอนเซ็ปชวล อาร์ต ซึ่งศิลปินทำอะไรต่อไปอีกไม่ได้ เช่นเดียวกับในเชิงความคิด ในเชิงวัฒนธรรม มีกระแสของผู้คนมากพอสมควรที่เห็นว่า ความคิดในอุดมคติเป็นสิ่งที่พึ่งพาไม่ได้อีกแล้ว มีคนซึ่งผิดหวังในอุดมคติต่างๆ มีความไม่แน่นอนเกี่ยวกับเรื่องของศีลธรรมเหมือนกัน ถ้าเราไม่มีความเชื่อที่แน่นอน เราจะรู้ได้อย่างไรว่า ดีคืออะไร แล้วไม่ดีคืออะไร ในวัฒนธรรมหนึ่งสีขาวก็เป็นสีดำ สีดำก็เป็นสีขาว หรือดีคือเลว เลวคือดี อะไรเป็นตัวกำหนดว่าอะไรถูกอะไรผิด ศีลธรรม จริยธรรม มันจะตั้งอยู่บนฐานของอะไร? ซึ่งอันนี้เป็นคำถาม ไม่ได้บอกว่าเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี

นอกจากนี้ โลกในยุคสมัยใหม่ พยายามที่จะ "สร้างโลกขึ้นมาให้มีความสมบูรณ์แบบ" ให้ทุกคนมีความสุข ให้เป็นโลกที่เต็มอ้อม แต่พวกหลังสมัยใหม่ สงสัยว่า โลกแบบนี้มันสร้างขึ้นมาเป็นจริงได้หรือไม่ มันเป็นไปได้หรือเปล่าที่เราจะสร้างโลกขึ้นมาให้มีความสมบูรณ์แบบโดยให้ทุกคนมีความสุข อันนี้เป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน? หลายคนในยุคสมัยใหม่มีความมั่นใจในเรื่องของความเจริญ ในความก้าวหน้า ในการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ ในการมีความคิดริเริ่ม แต่ก็ยังมีศิลปินหลายคนซึ่งเริ่มสงสัยว่า เราจะทำอะไรต่อ เพราะว่าทุกสิ่งทุกอย่างเคยถูกทำมาแล้ว เราจะทำอะไรต่อไป ศิลปินเริ่มที่จะเขียนภาพคนขึ้นมาใหม่ ไม่มีอะไรที่จะมาควบคุมหรือมาบอกว่า อะไรเป็นสิ่งที่ดี หรืออะไรเป็นสิ่งที่ไม่ดี วัฒนธรรมของหลังสมัยใหม่ เห็นว่า การพัฒนาสามารถที่จะทำลายวัฒนธรรมได้ ไม่มีแก่นสารอีกแล้ว ไม่มีสิ่งที่ยึดเหนี่ยวอีกแล้ว ทุกสิ่งทุกอย่างไม่มีมีความแน่นอน โดยเฉพาะในวัฒนธรรมตะวันตก มีอะไรที่ค่อนข้างน่าสงสัยเกี่ยวกับแก่นสารทางวัฒนธรรมของเขา โดยเฉพาะเรื่องของ "การพัฒนา" หมายถึงความเจริญ ที่เราคิดว่าชาวตะวันตกมีความเจริญ แต่ในความเป็นจริง มันมีคนเพียงแค่ 20-30% เท่านั้นที่ได้รับผลประโยชน์จริงๆจากการพัฒนาหรือความเจริญที่พูดถึงนี้เราจะเห็นว่า ครั้งหนึ่งของพลเมืองโลกยังอยู่ในสภาพที่ย่ำแย่มาก สิ่งที่เราถือว่าเป็นสิ่งที่ดีซึ่งจะนำผลประโยชน์มาให้กับพลเมือง มันเป็นเรื่องที่ล้มเหลว เป็นสิ่งที่ใช้งานไม่ได้ การพัฒนาที่เราได้เห็นมานี้ มักจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของเรื่องเล่า ซึ่งอยากจะบอกว่าเป็นโครงสร้างเชิงเอกภาพ อย่างเช่น เชื่อกันว่า ถ้าทุกคนนับถือศาสนาคริสต์ ทุกคนก็จะดีขึ้น ทุกคนจะมีความสุข หรือเป็นเรื่องของมนุษยนิยมก็ได้ หรือเป็นเรื่องของเหตุผลนิยม หรือเป็นเรื่องของสังคมนิยม ซึ่งอันนี้ก็

เป็นโครงสร้าง หรือแนวความคิดที่เป็นอุดมคติ ซึ่งพยายามสร้างเอกภาพให้กับทุกคนให้เชื่ออย่างนั้น แล้วจะมีความสุข สังคมจะมีความสุขสมบูรณ์แบบ แต่ความเป็นจริงที่ปรากฏ จะเห็นว่าระบบแบบนี้มันล้มเหลว และใช้การไม่ได้ หลายคนไม่ได้นับถือศาสนาคริสต์อีกแล้ว ความคิดในเชิงการเมืองนั้น ที่อันตรายที่สุดก็คือ ความปรารถนาที่จะทำให้ทุกคนมีความสุขสมบูรณ์แบบ มีความเต็มอิ่ม และมีความสุข เมื่อเราพยายามสร้างสวรรค์บนโลกนี้ ผลที่ตามมาก็มักจะเป็นนรก ถ้าเราพยายามให้ทุกคนเชื่อตามที่เราเชื่อ ทุกคนต้องมีความเชื่ออันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นมันจึงทำให้เกิดนรกขึ้นมา มีสงครามเกิดขึ้น มีคนที่ไม่เห็นด้วย มีการต่อต้าน มีความขัดแย้ง ซึ่งถ้าเราไม่ยอมรับในความแตกต่างกันของคนอื่น ก็จะเกิดปัญหาขึ้นมามากมาย ในเรื่องของพิพิธภัณฑสถานของโลกของศิลปะ รวมทั้งสื่อต่างๆ มันกลายเป็นเครื่องมือที่ตามกระแสของค่านิยมกันมาก อันนี้ทำให้ผลงานศิลปะที่เราเห็นในแกลลอรี่ (Gallery) หรือพิพิธภัณฑสถาน (Museum) โดยมากจะเป็นงานที่สร้างความอึกทึก ตื่นเต้น แต่ไม่ค่อยมีอะไรที่ลึกซึ้ง เพราะว่าภัณฑารักษ์และนักจัดนิทรรศการมักจะเน้นในการดึงคนจำนวนมากมาดูงาน ดังนั้นผลงานศิลปะมันจะต้องมีความน่าตื่นเต้น น่าประทับใจ ซึ่งตรงกันข้ามกับศิลปะสมัยใหม่ที่เน้นเรื่องความเงียบ ความสงบ เวลาดูก็ต้องพิจารณากันนานๆ ในโลกของศิลปะมีการเน้นเกี่ยวกับทฤษฎีค่อนข้างมากในยุคหลังสมัยใหม่ยกตัวอย่างเช่น การดูงานศิลปะในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การอ่านศิลปะ เช่น เราสามารถอ่านศิลปะได้ตามหน้านิตยสาร หรือสูจิบัตรต่างๆ และมักจะเป็นเรื่องของทฤษฎีซึ่งค่อนข้างจะอ่านยาก ถ้าเราอ่านเกี่ยวกับศิลปะมันพอแล้ว ไม่จำเป็นต้องไปดูผลงานศิลปะอีกแล้ว ทั้งหมดนี้ก็คือแนวโน้มที่เราจะเห็นในโลกของศิลปะปัจจุบันนี้ค่อนข้างมาก

(ที่มา <http://www.midnightuniv.org/univmidnight/newpage12.htm>)

### 2.1.2. แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริชี้แนะแนวทาง การดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 25 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำ แนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลง มีหลักพิจารณา ดังนี้

กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็น การมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤติ เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา

ชนิดา ชิตชัยบัณฑิตย์(2550) กล่าวว่า “คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

คำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะพร้อม ๆ กัน ดังนี้

- 1) ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ
- 2) ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ
- 3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบ และการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล”

“เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ

- 1) เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ
- 2) เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความพากเพียรใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต

แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี

ประชาไท(2550) รายงานว่า “เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้แนะทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตน ที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชทรงมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517และพูดถึงอย่างชัดเจนในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 (ภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540) เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้ดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในกระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในทางการเมืองของไทยแล้ว เศรษฐกิจพอเพียงมีบทบาทสำคัญในการสถาปนาอำนาจนำด้านอุดมการณ์ โดยเฉพาะอุดมการณ์

กษัตริย์นิยมในสังคมไทย ในฐานะ "กษัตริย์นักพัฒนา" ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของอุดมการณ์เศรษฐกิจพอเพียง สิ่งเหล่านี้ถูกตอกย้ำและผลิตซ้ำโดยสถาบันทางสังคมต่าง ๆ เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน ส่งผลให้เศรษฐกิจพอเพียงมีบทบาทต่อการกำหนดอุดมการณ์การพัฒนาของประเทศและการพยายามตีความเพื่อสร้างความชอบธรรมในการพัฒนา โดยปัญญาชนอย่าง ประเวศ วะสี, เสน่ห์ จามริก, อภิชัย พันธเสน และ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ซึ่งเชื่อมโยงแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับอุดมการณ์วัฒนธรรมชุมชน ที่ถูกเสนอมาก่อนหน้าโดยองค์กรพัฒนาเอกชนจำนวนหนึ่งตั้งแต่พุทธทศวรรษ 2550 ก็ได้ช่วยให้อุดมการณ์เศรษฐกิจพอเพียงขยายครอบคลุมส่วนต่าง ๆ ของสังคม”

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิในทางเศรษฐกิจและสาขาอื่น ๆ มาร่วมกันประมวลและกลั่นกรองพระราชดำรัสเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) และได้จัดทำเป็นบทความเรื่อง "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" และได้นำความกราบบังคมทูลพระกรุณาขอพระราชทานพระบรมราชวินิจฉัย เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2542 โดยทรงพระกรุณาปรับปรุงแก้ไขพระราชทานและทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำบทความที่ทรงแก้ไขแล้วไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของสำนักงานฯ และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนโดยทั่วไป เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ได้รับการเชิดชูสูงสุดจากองค์การสหประชาชาติ ว่าเป็นปรัชญาที่มีประโยชน์ต่อประเทศไทยและนานาประเทศ และสนับสนุนให้ประเทศสมาชิกยึดเป็นแนวทางสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ในขณะที่นักวิชาการและสื่อจำนวนหนึ่งตั้งคำถามถึงการยกย่องนี้ รวมทั้งความน่าเชื่อถือของรายงานศึกษาและทำทีของสหประชาชาติ

พระราชกระแสรับสั่งในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงแก่ผู้เข้าเฝ้าถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษาแต่พระพุทธศักราช 2517 “...คนอื่นจะว่าอย่างไรก็ช่างเขาจะว่าเมืองไทยล้ำสมัย ว่าเมืองไทยเซ็กซี่ ว่าเมืองไทยไม่มีสิ่งใหม่แต่เราอยู่ อย่างพอมีพอกิน และขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทยพอยู่พอกิน มีความสงบ ช่วยกันรักษาส่วนร่วม ให้อยู่ที่พอสสมควร ขออย่าพควร พอยู่พอกิน มีความสงบไม่ให้คนอื่นมาแย่งคุณสมบัตินี้ไปจากเราได้...”

พระราชดำรัส "เศรษฐกิจแบบพอเพียง" พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 “การจะเป็นเสือนั้นมันไม่สำคัญ สำคัญอยู่ที่เราพอยู่พอกิน และมีเศรษฐกิจการเป็นอยู่แบบพอมีพอกิน แบบพอมีพอกิน หมายความว่า อุ้มชูตัวเองได้ ให้มีพอยู่พอกินกับตัวเอง”



เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ยึดหลักทางสายกลาง ที่ชี้แนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ไปจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศ ให้ดำเนินไปในทางสายกลาง มีความพอเพียง และมีความพร้อมที่จะจัดการต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งจะต้องอาศัยความรอบรู้ รอบคอบ และระมัดระวังในการวางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน เศรษฐกิจพอเพียงไม่ใช่เพียงการประหยัด แต่เป็นการดำเนินชีวิตอย่างสมดุลและยั่งยืน เพื่อให้สามารถอยู่ได้แม้ในโลกโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันสูง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ทรงปรับปรุงพระราชทานเป็นที่มาของนิยาม "3 ห่วง 2 เงื่อนไข" ที่คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นำมาใช้ในการรณรงค์เผยแพร่ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านช่องทางต่าง ๆ อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย ความ "พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน" บนเงื่อนไข "ความรู้ และ คุณธรรม"

อภิชัย พันธเสน ผู้อำนวยการสถาบันการจัดการเพื่อชนบทและสังคม ได้จัดแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็น "ข้อเสนอในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามแนวทางของพุทธธรรมอย่างแท้จริง" ทั้งนี้เนื่องจากในพระราชดำรัสหนึ่ง ได้ให้คำอธิบายถึง เศรษฐกิจพอเพียง ว่า "คือความพอประมาณ ซื่อตรง ไม่โลภมาก และต้องไม่เบียดเบียนผู้อื่น"

ระบบเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นให้บุคคลสามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน และใช้จ่ายเงินให้ได้มาอย่างพอเพียงและประหยัด ตามกำลังของเงินของบุคคลนั้น โดยปราศจากการกู้หนี้ยืมสิน และถ้ามีเงินเหลือ ก็แบ่งเก็บออมไว้บางส่วน ช่วยเหลือผู้อื่นบางส่วน และอาจจะใช้จ่ายมาเพื่อปัจจัยเสริมอีกบางส่วน (ปัจจัยเสริมในที่นี้เช่น ท่องเที่ยว ความบันเทิง เป็นต้น) สาเหตุที่แนวทางการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง ได้ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในขณะนี้ เพราะสภาพการดำรงชีวิตของสังคมทุนนิยมในปัจจุบัน ได้ถูกปลุกฝัง สร้าง หรือกระตุ้น ให้เกิดการใช้จ่ายอย่างเกินตัว ในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องหรือเกินกว่าปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น การบริโภคเกินตัว ความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ความสวยความงาม การแต่งตัวตามแฟชั่น การพนันหรือเสี่ยงโชค เป็นต้น จนทำให้ไม่มีเงินเพียงพอเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ส่งผลให้เกิดการกู้หนี้ยืมสิน เกิดเป็นวัฏจักรที่บุคคลหนึ่งไม่สามารถหลุดออกมาได้ ถ้าไม่เปลี่ยนแนวทางในการดำรงชีวิต

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ถูกใช้เป็นกรอบแนวความคิดและทิศทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมหภาคของไทย ซึ่งบรรจุอยู่ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่สมดุล ยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกัน เพื่อความอยู่ดีมีสุข มุ่งสู่สังคมที่มีความสุขอย่างยั่งยืน หรือที่เรียกว่า "สังคมสีเขียว" ด้วยหลักการดังกล่าว แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 นี้

จะไม่เน้นเรื่องตัวเลขการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงให้ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจแบบทวิลักษณ์ หรือระบบเศรษฐกิจที่มีความแตกต่างกันระหว่างเศรษฐกิจชุมชนเมืองและชนบท

ปัญหาหนึ่งของการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ก็คือ ผู้นำไปใช้อาจยังไม่ได้ศึกษา หรือไม่มีความรู้เพียงพอ ทั้งยังไม่กล้าวิเคราะห์หรือตั้งคำถามต่อตัวปรัชญา เนื่องจากเป็นปรัชญาของพระมหากษัตริย์

นายสุรเกียรติ์ เสถียรไทย ในฐานะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ ได้กล่าวไว้เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 ในการประชุมสุดยอด The Francophonie Ouagadougou ครั้งที่ 10 ที่ Burkina Faso ว่า ประเทศไทยได้ยึดแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ควบคู่กับ "การพัฒนาแบบยั่งยืน" ในการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเกษตรกรรม เศรษฐกิจ และการแข่งขัน ซึ่งเป็นการสอดคล้องเป้าหมายแนวทางของนานาชาติในประชาคมโลก โดยยกตัวอย่างการแก้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ เมื่อปี 2540 ซึ่งเมื่อยึดหลักปรัชญาในการแก้ปัญหาสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของไทยโตได้ถึงร้อยละ 6.7

การประยุกต์นำหลักปรัชญาเพื่อนำพัฒนาประเทศในต่างประเทศนั้น ประเทศไทยได้เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยน ผ่านทางสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ (สพร.) โดย สพร. มีหน้าที่ คอยประสานงานรับความช่วยเหลือทางวิชาการด้านต่าง ๆ จากต่างประเทศมาสู่ภาครัฐ แล้วถ่ายทอดต่อไปยังภาคประชาชน และยังส่งผ่านความรู้ที่มีไปยังประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้น สพร. ถ่ายทอดมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี ประสานกับสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.) และคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งต่างชาติก็สนใจเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง เพราะพิสูจน์แล้วว่า เป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ ซึ่งแต่ละประเทศมีความต้องการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับวิถีชีวิต สภาพภูมิศาสตร์ ฯลฯ เช่น พม่า ศรีลังกา เลโซโท ซูดาน อัฟกานิสถาน บังกลาเทศ ภูฏาน จีน จิบูตี โคลัมเบีย อียิปต์ เอธิโอเปีย แคมเบีย อินโดนีเซีย เกนยา เกาหลีใต้ มาดากัสการ์ มัลดีฟส์ ปาปัวนิวกินี แทนซาเนีย เวียดนาม ฯลฯ โดยได้ให้ประเทศเหล่านี้ได้มาดูงานในหลายระดับ ทั้งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน เจ้าหน้าที่ฝ่ายนโยบาย จนถึงระดับปลัดกระทรวง รัฐมนตรีกระทรวงต่าง ๆ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ได้รับการเชิดชูสูงสุดจากองค์การสหประชาชาติ (UN) โดย นายโคฟี อันนัน ในฐานะเลขาธิการองค์การสหประชาชาติ ได้ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัล The Human Development Lifetime Achievement Award แก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2549 และได้มีปาฐกถาถึงปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ว่าเป็นปรัชญาที่มีประโยชน์ต่อประเทศไทยและนานาชาติ และสามารถเริ่มได้จากการสร้างภูมิคุ้มกันในตนเอง สู้หมู่บ้าน และ

สู่เศรษฐกิจในวงกว้างขึ้นในที่สุด โดยที่องค์การสหประชาชาติได้สนับสนุนให้ประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิก 166 ประเทศยึดเป็นแนวทางสู่การพัฒนาประเทศแบบยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม นายเควิน ฮิววิตสัน อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยนอร์ธแคโรไลนา ที่แซพเพลฮิลล์ ได้วิจารณ์รายงานขององค์การสหประชาชาติโดยสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ที่ยกย่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ว่า รายงานฉบับดังกล่าวไม่ได้มีเนื้อหาสนับสนุนว่าเศรษฐกิจพอเพียงเป็น “ทางเลือกที่จำเป็นมากสำหรับโลกที่กำลังดำเนินไปในเส้นทางที่ไม่ยั่งยืนอยู่ในขณะนี้” (น. v ในรายงาน UNDP) โดยเนื้อหาแทบทั้งหมดเป็นการเกิดพระเกียรติ และในส่วนของ การอ้างอิงซึ่งน้อยมากนั้นก็แทบไม่มีงานสังคมศาสตร์จริง ๆ เลย และอันที่จริงแล้วราชสำนักเป็นผู้ผลิตรายงานฉบับนี้เอง (จากส่วน “กิตติกรรมประกาศ” น. vii ในรายงาน UNDP) ทำให้ที่สุดแล้ว รายงานฉบับนี้ก็มิได้มีค่าเพียงเป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อภายในประเทศเท่านั้น และผู้วิจารณ์เห็นว่า UNDP ควรทำการค้นหาตัวตนของสถาบันอย่างจริงจังเพื่อจะเข้าใจว่าเหตุใดจึงถูกใช้ในลักษณะนี้ หรือมาร่วมมือเชิงรัฐบาลที่มาจากทหารได้อย่างไร

นิตยสารวิเคราะห์เศรษฐกิจรายสัปดาห์ The Economist ได้วิพากษ์รายงานฉบับดังกล่าวว่าเป็นรายงานที่ไม่สมดุล (“unbalanced report”) เกี่ยวกับทฤษฎีที่ไม่เคยทดสอบในระดับชาติ และละเลยการวิเคราะห์ที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงไม่ลำเอียง (objectivity) อย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ รายงานฉบับนี้ยังมอบความชอบธรรมให้กับระบอบที่ได้อำนาจมาจากการใช้กำลัง

ส่วน Håkan Björkman รักษาการผู้อำนวยการ UNDP ในประเทศไทย กล่าวว่า “UNDP ต้องการที่จะทำให้เกิดการอภิปรายพิจารณาเรื่องนี้ แต่การอภิปรายดังกล่าวนั้นเป็นไปได้ในประเทศไทย เพราะทฤษฎีพอเพียงเป็นปรัชญาของพระมหากษัตริย์ และอะไรก็ตามที่วิพากษ์มันแม้เพียงห่าง ๆ ก็อาจจะถูกมองว่าเป็นการหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ ซึ่งมีโทษถึงจำคุก”

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ จึงประกอบหลักการหลักวิชาการ และหลักธรรมหลายประการ อาทิ

- เป็นปรัชญาแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ
- เป็นปรัชญาในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง
- จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวทันโลกยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อให้สมดุล และพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

- ความพอเพียง หมายถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผลรวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อ การมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายนอกและภายใน
- จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวัง อย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆมาใช้ในการวางแผนและดำเนินการ ทุกขั้นตอน
- จะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริตและให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญาและความรอบคอบ

เห็นได้ว่าหากประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐยึดถือปรัชญานี้เป็นแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตน มีสำนึกในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญาและความรอบคอบ ประเทศไทยจะสงบสุข ร่มเย็นยั่งยืนหยั่งคองได้ด้วย ความสามารถ ความร่วมมือร่วมใจของคนไทยทุกคน

“พระบรมราโชวาท” พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานแก่นิสิตที่สำเร็จการศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๕๕ ความว่า “การที่จะประกอบกิจการใดๆ ให้เจริญเป็นผลดีนั้น ย่อมต้องอาศัยความอดสาหะพากเพียร และความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นรากฐานสำคัญ ประกอบกับจะต้องเป็นผู้มีจิตเมตตากรุณา ไม่เบียดเบียนผู้อื่น และพร้อมที่จะบำเพ็ญประโยชน์ ให้เกิดแก่ส่วนรวมตามโอกาสอีกด้วย” เอกสารอ้างอิง การเดินทางรอยพระยุคลบาท เศรษฐกิจพอเพียง ช่วยแก้ปัญหาความยากจนและการทุจริต, สมพร เทพสิทธิ (ที่มา <http://www.travelfortoday.com/ourking01.htm>)

### 2.1.3 ทฤษฎีวัฏจักรทางชีววิทยาที่มีผลกระทบทางด้านกายและจิตใจ (Biorhythm)

หากจะแปลคำว่า Biorhythm ตรงตัว bio = ชีวะ, rhythm = จังหวะ รวมกันหมายถึงจังหวะหรือการเคลื่อนไหวทางชีววิทยาที่มีผลกระทบทางด้านร่างกายและจิตใจ ร่างกายของมนุษย์ประกอบด้วยความสามารถของร่างกายและจิตใจ เวลาที่ทั้งสองอย่างมีการทำงานอย่างสมดุลร่างกายและจิตใจก็จะแข็งแรง มีพลังที่สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้เต็มที่อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ถ้ามีสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สมดุลหรือไม่เป็นปกติทั้งร่างกายและจิตใจจะไม่สบายไปด้วจะเกิดความรู้สึกที่ “ใจอยากจะทำแต่ร่างกายไม่ขยับตาม” หรือร่างกายแข็งแรงแต่จิตใจห่อเหี่ยว ใจคอไม่ดี เป็นต้น ล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงความ สมดุลของพลังงานจิตใจ และร่างกายทั้งสิ้น เมื่อมนุษย์บริโภคอาหารเข้าไปต่อจากนั้นอาหารก็จะถูก อดวัยวะในย่อยให้กลายเป็นส่วนประกอบที่เป็นน้ำตาลเปลี่ยนเป็น



กรดอะมิโน แล้วเก็บสะสมไว้เพื่อเป็นต้น กำเนิดพลังงานของเซลล์ทุกส่วนในร่างกาย พลังงานที่ถูกเก็บสะสมไว้นี้จะถูกเผาผลาญไปในการดำเนิน ชีวิตประจำวันแล้วก็จะ สะสมเติมให้เต็มใหม่ อีกครั้งเป็นวัฏจักร พลังของเซลล์ในร่างกายมนุษย์จึงไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงโดยการขึ้นสูงลงต่ำอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นมนุษย์จึงเกิดวัฏจักรของการเผาผลาญ และการสะสมใน 24 ชั่วโมง เกิด วัฏจักร 1 รอบในช่วงระยะเวลา 12 วัน เกิด วัฏจักร 1 รอบในช่วงระยะเวลา 12 เดือน เกิด วัฏจักร 1 รอบในช่วงระยะเวลา 12 ปี ทำให้เกิดกราฟเป็นหน่วยยาวที่เชื่อมโยง 12 ปี เข้า และเรียกแต่ละจังหวะนั้นว่าวัฏจักรทางชีววิทยาที่มีผลกระทบทางด้านร่างกายและจิตใจ (ที่มา <http://www.thaipalnet.com/service.htm>)

ในโครงการจิตรกรรม 12 ปี มีระยะเวลา 12 ปีเป็นข้อกำหนดสำคัญ เกิดจากความเชื่อเรื่องรอบของการเปลี่ยนแปลง และสัมพันธ์กับเวลา 1 ปี มี 12 เดือน สร้างผลงาน 12 ชิ้น มีรายได้ครบ 12 เดือนใน 1 ปี

#### 2.1.4 ที่มาของการแบ่ง 12 ราศี (นักษัตริย์)

ดาวพฤหัสบดีโคจรรอบดวงอาทิตย์ 1 รอบใช้เวลา 12 ปี โลกโคจรรอบดวงอาทิตย์ 1 รอบใช้เวลา 1 ปี ดังนั้นตลอดระยะเวลา 12 ปีโลกจะมองเห็นดาวพฤหัสบดี อยู่ที่ตำแหน่งที่แตกต่างกันในจักรวาล เป็น 12 ตำแหน่ง ซึ่ง ณ ตำแหน่งหนึ่งๆ ที่ดาวพฤหัสบดีโคจรอยู่ จะก่อให้เกิดปฏิกิริยา ทำให้เกิดพลังรูปแบบหนึ่งๆ ส่งมายังโลก ดังนั้น โลก จึงได้รับปฏิกิริยา อันเกิดจากการโคจรของดาวพฤหัสบดีทั้งสิ้น 12 รูปนักปราชญ์จีน ได้เชื่อมโยงรูปแบบของพลังงานทั้ง 12 รูปแบบนั้น เข้ากับธรรมชาติของ สัตว์ ที่ชาวบ้านรู้จัก เพื่อจะได้สามารถสื่อสาร และ แปลความให้ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย จึงเกิดเป็น ตำนานของ 12 นักษัตริย์ (ที่มา <http://kondinfa.com/index.asp>)

กำเนิดจักรราศี บนท้องฟ้า จะเห็นว่ามีลักษณะคล้ายรูปครึ่งวงกลมครอบตัวเราอยู่ ท้องฟ้าที่เรามองเห็นอยู่นี้ เรียกว่า ท้องฟ้าเบื้องบน ได้เราลงไปยังมีท้องฟ้าอีกครั้งหนึ่งที่เรามองไม่เห็น เรียกว่า ท้องฟ้าเบื้องล่าง ทั้งสองประกบกันเป็นลูกทรงกลมที่ใหญ่หึมา มีปริมาตรกว้างใหญ่ไพศาล โดยไม่มีที่สิ้นสุด เรียกว่า จักรวาล และตัวเราสมมุติว่า อยู่ที่จุดศูนย์กลางของลูกทรงกลมนี้ตลอดเวลา เมื่อทรรศนะในท้องฟ้ามีความกว้างไกล โดยไม่มีที่สิ้นสุด ทางดาราศาสตร์ จึงได้แบ่งท้องฟ้าออกเป็นส่วนๆ เรียกส่วนหนึ่งๆ นั้นว่า เอกภพ

เอกภพ หมายถึง การรวมเอากลุ่มดาวฤกษ์ต่างๆ เข้าเป็นดาราจักร แต่ละดาราจักรต่างก็มีดาวฤกษ์รวมกันอยู่มากกว่าแสนล้านดวงนอกจากจำนวนดาวฤกษ์ดังกล่าวแล้ว มวลสารและเทหวัตถุอื่นๆทุกชนิด ที่อยู่ในดาราจักรของดาวฤกษ์เหล่านี้

ปีนักษัตร การโคจรของโลกครบหนึ่งรอบพอดี เรียกว่า หนึ่งปีนักษัตร การสังเกตหนึ่งปีนักษัตรครบหนึ่งรอบพอดี เราต้องสมมุติดาวฤกษ์ดวงใดดวงหนึ่งขึ้นเป็นจุดมาตรฐาน ถ้าเราเห็นดวงอาทิตย์โคจรผ่านจุดนี้ 2 ครั้งติดต่อกัน เมื่อใด นับเป็นเวลา 1 ปีนักษัตรเมื่อนั้น การนับปีทางวิธีนี้ เป็นปีที่แท้จริงทางดาราศาสตร์ ซึ่งมีเวลาคงที่ โดยคิดตามเวลาพระอาทิตย์เฉลี่ย คือ ปีนักษัตร = 365.25636042 วัน หรือ = 365 วัน 6 ชม. 9 นาที 9.5 วินาที ในปัจจุบันนี้ทางดาราศาสตร์ได้พบว่า เวลาของปีนักษัตรจะค่อยๆเพิ่มขึ้นในอัตรา 0.01 วินาทีทุกๆปี โลกมีอัตราความเร็วในการโคจรรอบดวงอาทิตย์คิดเฉลี่ยประมาณ 18.5 ไมล์ต่อ 1 วินาที หรือประมาณ 66,600 ไมล์ต่อ ชั่วโมง ถ้าโลกโคจรรอบดวงอาทิตย์มีอัตราเพิ่มขึ้นถึง 26 ไมล์ต่อ 1 วินาที หรือ 93,600 ไมล์ต่อ ชั่วโมง โลกจะโคจรหลุดออกไปจากบริเวณที่อยู่ใกล้ดวงอาทิตย์ และโลกก็จะมีระบบโคจรเช่นเดียวกันกับดาวหางต่างๆ

จักรราศี (Zodiac) การหมุนรอบตัวเองของโลกทำให้เกิดกลางวันและกลางคืน การโคจรของโลกรอบดวงอาทิตย์ทำให้เกิดฤดูกาลต่างๆ นักปราชญ์ในสมัยโบราณ ได้กำหนดให้การโคจรของดวงอาทิตย์บนระนาบเส้นสุริยวิถี ซึ่งโคจรผ่านกลุ่มดาวฤกษ์ต่างๆ ออกเป็น 12 กลุ่ม โดยใช้การโคจรของดวงอาทิตย์ในรอบ 1 ปี เป็นเกณฑ์ในการคำนวณ โดยกำหนดว่า ดวงอาทิตย์โคจร 1 ปี 365 วัน ผ่านกลุ่มดาวฤกษ์ 12 กลุ่ม แต่ละกลุ่มใช้เวลาโคจรประมาณ 1 เดือน และกำหนด 1 กลุ่มดาวฤกษ์ เรียกว่า 1 ราศี รวมทั้งหมดเป็น 12 เดือน 12 ราศี เรียกว่าจักรราศี แต่ละราศีมีอาณาเขต 30 องศา (ที่มา <http://www.horasaaadrevision.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=13085>)

การแบ่งจักรราศี เป็น 12 ปีตามรอบนักษัตรนั้น นอกจากจะเป็นเรื่องของ การโคจรของดวงดาวแล้วยังแบ่งลักษณะของมนุษย์ออกเป็น 12 รูปแบบตามปีเกิด ซึ่งเป็นความเชื่อของชาวจีน และยังคงเป็นที่แพร่หลายในปัจจุบัน

## 2.2 อิทธิพลทางแนวคิดทางศิลปะและศิลป์

### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปะในประเทศไทย

สุธี คุณาวิชยานนท์(2546) กล่าวไว้ในหนังสือจากสยามเก่าสู่ไทยใหม่ : ว่าด้วยความพลิกผันของศิลปะจากประเพณีสู่สมัยใหม่และร่วมสมัย ว่า ในยุคต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นยุคสร้างเมืองขึ้นมาใหม่ ชนชั้นปกครองที่มาจากวังหลวงและเจ้านายท้องถิ่นมักจะสนับสนุนการสร้างงานศิลปะในวัดหรือวังหลวงต่างๆ ซึ่งโดยมากจำลองแบบอย่างมาจากสมัยอยุธยา ไม่ว่าจะเป็นการวางผังปราสาท ชื่อวัด ชื่อวังต่างๆ และถ้ากล่าวถึงคำว่า “ศิลปะไทย” ก็มักจะอ้างอิงถึงศิลปะในราชสำนัก และในวัดที่เกี่ยวข้องกับชนชั้นปกครองแทบทั้งสิ้น โดยเนื้อหาแล้วงานจากวัดและวังมักจะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธศาสนา ผลงานส่วนมากเป็นจิตรกรรมฝาผนังหรือในสมุดข่อย เรื่องที่นิยม

ได้แก่พุทธประวัติ ชาดก ส่วนทางด้านประติมากรรมได้แก่พระพุทธรูปต่างๆ รูปแบบทางศิลปะก็เป็นแบบอุดมคติเป็นหลัก ไม่สนใจจะแสดงให้เห็นภาพความเป็นจริงตามที่ตาเห็น ส่วนศิลปะของชาวบ้านในยุคต้นรัตนโกสินทร์ เป็นแบบที่เรียบง่าย และงานฝีมือต่างๆก็อยู่ในรูปแบบเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน จิตรกรรมฝีมือช่างชาวบ้านในวัดก็เป็นเรื่องราวที่ตลกขบขัน ภาพวิถีชีวิตที่เรียบง่าย สงบสุข ภาพไป่เปลือย การละเล่นพื้นบ้านและอบายมุขต่างๆ

การค้ากับต่างประเทศเริ่มปรากฏชัดในสมัยรัชกาลที่ 2 อิทธิพลของศิลปะตะวันตกก็เริ่มปรากฏขึ้นบ้างจากของที่รัฐบาลโปรตุเกสนำมาถวายในหลวง ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นเครื่องประดับตกแต่งอาคารเช่นบานกระฉกใหญ่ รัชช่าแก้ว

ในสมัยรัชกาลที่ 3 ทรงมีดำริให้มีการบูรณปฏิสังขรณ์ อีกทั้งโปรดให้สร้างศาสนสถานใหม่ขึ้นอีกมากมายทำให้กรุงเทพฯขยายตัวออกไปมากกว่าเดิม มีการติดต่อการค้ากับจีน มีการสร้างวัดที่สะท้อนถึงพระราชนิยมในศิลปะจีน เช่น วัดราชโอรสารามราชวรวิหาร ส่วนจิตรกรรมก็มีความรุ่งเรือง เพราะศิลปินบรมครูได้ฝากผลงานไว้พอสมควร เช่น ครูทองอยู่(หลวงวิจิตรเจษฎา) และช่างจีนอย่างครุคงเป๊ะ(หลวงเสนีย์บริรักษ์) ศิลปินในสมัยนี้ต่างได้รับการอุปถัมภ์จากชนชั้นปกครองทั้งสิ้น นอกจากจิตรกรรมไทยแล้วในยุคนี้จิตรกรรมจีนที่ปรากฏตามวัดต่างๆก็มีความเหมือนจริงมากกว่าแบบประเพณีของไทย มีการระบายน้ำหนักอ่อนแก่ ให้แสงเงามากขึ้น แม้ว่ารัชกาลที่ 3 จะไม่นิยมการเปลี่ยนแปลงแต่อารยธรรมตะวันตกที่แพร่กระจายเข้ามาในประเทศสยาม ดังจะเห็นได้จากரசนิยมใหม่ในราชสำนักที่เริ่มชมชอบภาพวาดลายเส้นและภาพพิมพ์แบบฝรั่ง

ในระหว่างปีพ.ศ. 2394-2411 ประเทศในเอเชียถูกลูกความด้วยกระแสการล่าอาณานิคม โดยเฉพาะจากประเทศมหาอำนาจอย่างอังกฤษ และฝรั่งเศส ประเทศสยามต้องปฏิรูปตัวเองให้เป็นแบบสมัยใหม่มากขึ้น เริ่มมีการเผยแพร่วัฒนธรรมตะวันตก มาเป็นแม่แบบในการพัฒนา ไม่ว่าจะ เป็นศิลปวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และจากการที่รัชกาลที่ 4 มีพระราชนิยมในศิลปะ และวิทยาการตะวันตก จิตรกรสมัยใหม่ชาวสยามอย่าง ขรรค์วิน โข่ง จึงมีโอกาสแสดงฝีมือการเขียนรูปจิตรกรรมที่แหวกแนวประเพณีนิยมอย่างกล้าหาญ ทั้งนี้เนื่องจากได้รับการสนับสนุนและอุปถัมภ์เป็นอย่างดีจากราชสำนัก

“ความสมัยใหม่ในจิตรกรรมของขรรค์วิน โข่งคือ รูปแบบการเขียนภาพที่ใช้หลักทัศนียวิทยา ทำให้ภาพมีความลวงตว่ามีมิติความลึกที่สมจริงด้วยการระบายสีภาพคนและวัตถุต่างๆ ให้มีแสงเงา ความกลมและมิขนาดใหญ่เล็กแตกต่างกันตามระยะใกล้ไกลของวัตถุนั้นๆ โดยมีคนดูเป็นหลัก เช่นภาพคนที่อยู่ใกล้คนดูจะมีขนาดใหญ่กว่าคนที่ยืนอยู่ห่างออกไป และในสมัยรัชกาลที่ 4 นี้เอง ที่จิตรกรหลายท่านเริ่มทำงานแนวใหม่แบบขรรค์วิน โข่ง เช่นที่วัดมหาพฤฒาราม เนื้อหาของภาพครอบคลุมไปในเรื่องการปฏิบัติธรรมของพระภิกษุและประวัติศาสตร์ไทย นอกจากนี้ ในหลวง

รัชกาลที่ 4 ยังโปรดให้จิตรกรชาวยุโรป อี.พีซ-เฟร์รี (E. Peyze-Ferry) เขียนภาพบรมสาทิสลักษณ์สีน้ำมันบนไม้ และยังทรงประทับให้ช่างภาพฉายพระบรมฉายาลักษณ์หลายภาพ”

การสะสมศิลปะแบบตะวันตกก็เริ่มต้นอย่างจริงจังในยุคนี้ ทั้งจากภาพถ่ายและจิตรกรรมที่ผู้นำชาติในยุโรปและสหรัฐอเมริกาส่งมาถวายในหลวง มีการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระองค์ทรงปฏิรูประบบการคลังและการศึกษา เกิดระบบการค้าเสรีทำให้เศรษฐกิจเติบโตและทำการเกษตรเพื่อการส่งออก มีการปรับปรุงแก้ไขจารีตประเพณีที่ล้าหลังต่างๆ ทั้งการรถไฟ ไปรษณีย์ การสร้างถนน แม้ว่าจะมีความเปลี่ยนแปลงในหลายด้านแต่ศิลปะก็ยังมีศูนย์กลางอยู่ในวัดและวัง และเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็วได้มีการนำเข้า นายช่าง วิศวกร และสถาปนิกจากตะวันตกมาสร้างพระราชวังและพระที่นั่งต่างๆ มีการว่าจ้างศิลปินต่างประเทศ ให้ปั้นพระบรมรูป ฉายพระบรมฉายาลักษณ์หรือเขียนภาพพระบรมสาทิสลักษณ์ไว้มากมาย งานจิตรกรรมโดยมากก็ยังคงอยู่ในวัดและในวัง

ในบรรดาศิลปินชาวตะวันตกทั้งหลาย ในหลวงรัชกาลที่ 5 ทรงสนพระทัยในศิลปะและศิลปินจากประเทศอิตาลีเป็นพิเศษ เช่นการสร้างพระที่นั่งอนันตสมาคม ได้นำเข้าหินอ่อนจากเมืองคาร์รารา (Carrara) ประเทศอิตาลี รวมทั้งสถาปนิกและจิตรกรก็นำเข้าจากอิตาลีด้วย เช่น แกลิเลโอ คินี (Galileo Chini) และคาร์โล ริโกลี (Carlo Rigoli) ที่ร่วมกันเขียนภาพจิตรกรรมปูนเปียกที่สำคัญทั้งหมด 5 ภาพ แต่ละภาพ มีรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างการใช้ลวดลายที่เป็น ภาพเปลือยตามแนวลัทธินีโอ-คลาสสิก และ ลัทธิโรแมนติค (Romanticism 1770-1840)

วิรุณ ตั้งเจริญ(2534) กล่าวว่า “ในสมัยรัชกาลที่ 6 ทรงโปรดงานทางศิลปวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ทรงงานนิพนธ์บทละครและวรรณคดีมากมาย ถึงแม้ว่าพระองค์จะทรงสนับสนุนศิลปะแบบอย่างไทยประเพณีแต่ทางด้านจิตรกรรมก็ทรงโปรดให้จิตรกรชาวตะวันตกได้ทำงานออกมาอย่างต่อเนื่อง ในยุคนี้มี

จิตรกร ชาวไทยซึ่งเรียนรู้วิธีการวาดอย่างตะวันตกคือ พระสรลักษณ์ลิขิต (มุ่ย จันทลักษ์ลักษณ์ หรือ ขุนสรลักษณ์ลิขิตในสมัยรัชกาลที่ 5) จิตรกรในราชสำนักตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ผู้เคยเรียนรู้การเขียนรูปจากเซซาร์ เฟโร และยังมีโอกาสตามเสด็จประภาสยุโรปทั้ง 2 ครั้ง ก่อนจะไปเรียนศิลปะต่อที่อิตาลี ศิลปินไทยอีกคนที่มีประสบการณ์ในประเทศตะวันตกคือ ขุนปฏิภาคนิมพัลลิขิต ผู้เคยไปเขียนรูปหากินในยุโรปมากกว่า 10 ปีได้กลับมาปรับปรุงการสอนที่โรงเรียนเพาะช่าง และได้สอนการเขียนภาพแบบลัทธิอิมเพรสชันนิสม์และเทคนิคการทำบล็อกแม่พิมพ์ระบบต่างๆ ลูกศิษย์ในสมัยนั้นมี อาทิ เพื่อ หริพิทักษ์ ลมุล อติพิทักษ์ และวรรณสิทธิ์ ปุคะวนิช นอกจากนี้ขุนปฏิภาคนิมพัลลิขิต แล้วยังมีครูญี่ปุ่น 2 คน คือ ไวซาเซ และ โยโกด้าที่สอนวาดรูปแนวตะวันตกด้วย”



ในรัชสมัยของสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 เป็นช่วงเวลาที่ ระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ถูกท้าทาย มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองโดยคณะราษฎร เป็นคณะผู้นำใหม่ที่เติบโตมาจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองและระบบการศึกษาในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีทั้งจบการศึกษาภายในประเทศและจากต่างประเทศ เช่น หลวงพิบูลสงคราม หลวงประดิษฐมนูธรรม การปกครองโดยคนรุ่นใหม่มีอุดมการณ์เรื่องชาตินิยม ประชาธิปไตย และความไม่พอใจในระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์คล้ายๆกัน มีการสร้างบรรยากาศทางภูมิปัญญา ที่แสวงหาเสรีภาพ และประชาธิปไตยในหมู่นชนชั้นกลาง

การอุปถัมภ์ศิลปะก็ตกเปลี่ยนมาอยู่ในมือของรัฐบาล ดังจะเห็นได้จากการที่รัฐได้ตั้งคณะกรรมการพิจารณาอนุมัติการสร้างอนุสาวรีย์ทุกแห่งทั่วประเทศขึ้น ซึ่งแต่ก่อนเรื่องการสร้างอนุสาวรีย์จะเป็นพระราชวินิจฉัยของพระมหากษัตริย์

ความเปลี่ยนแปลงทางด้านศิลปะที่เกิดขึ้นในสังคมสยาม เป็นผลมาจากการปฏิรูปสังคมในเกือบทุกด้านตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4-5 เริ่มตั้งแต่อิทธิพลของศิลปะตะวันตกในสมัยรัชกาลที่ 4 และต่อเนื่องมาถึงรัชกาลที่ 6 เนื้อหาของงานศิลปะยังวนเวียนอยู่กับการรับใช้พระมหากษัตริย์และพระพุทธศาสนา รัฐและศาสนาเป็นผู้อุปถัมภ์ศิลปะที่สำคัญ การเสนอภาพชีวิตชนชั้นกลางและชาวบ้านยังไม่ได้ได้รับความสนใจมากนัก การเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี 2475 ก็ไม่ได้ทำให้เนื้อหาในงานศิลปะไทยเปลี่ยนแปลงไปมากนัก แต่วัดและวังได้อ่อนกำลังลง พลเรือนได้ก้าวเข้ามา มีบทบาทสำคัญโดยมีกรุงเทพฯเป็นศูนย์กลาง ศิลปะยังคงรับใช้รัฐอยู่ แต่เปลี่ยนเป็นรัฐชาติแทน

จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นในปลายสมัยรัชกาลที่ 6 เมื่อรัฐบาลอิตาลีได้ส่งประติมากรชาวฟลอเรนซ์ นามว่า คอร์ราโด เฟโรจี (Corrado Feroci) ให้เดินทางมาสยามตามคำขอของรัฐบาลในขณะนั้นเพื่อเข้าทำงานเป็นช่างปั้นอนุสาวรีย์ ต่อมา คอร์ราโด เฟโรจี ได้โอนสัญชาติเป็นไทยและใช้ชื่อว่า ศิลป์ พีระศรี

ต่อมา ศิลป์ พีระศรี ได้ก่อตั้งโรงเรียนประณีตศิลปกรรมและเปลี่ยนเป็นโรงเรียนศิลปากร โดยมีพระสาโรชรัตนนิมมานก์ (สาโรช สุขยางค์) เป็นหัวหน้ากองสถาปัตยกรรม สังกัดกรมศิลปากร เป็นผู้สนับสนุนให้ ศิลป์ พีระศรี ดำเนินการจัดตั้งโรงเรียน นับได้ว่าศิลปะไทยได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบระเบียบมากขึ้น เพราะเนื่องจากโรงเรียนเพาะช่างที่เปิดขึ้นก่อนหน้านี้นี้จะเน้นทำงานช่างหัตถกรรม ไม่ใช่จิตรศิลป์แบบสมัยใหม่ โรงเรียนศิลปากร ได้ใช้หลักสูตรแบบอย่างเมืองฟลอเรนซ์ อิตาลี เน้นฝึกทักษะฝีมือเชิงช่างให้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นปัจเจกบุคคลต่อไป

โรงเรียนศิลปากร ได้สร้างบุคลากรทางการสร้างอนุสาวรีย์และศิลปกรรมอื่นๆ อีกมากมาย เช่น แซ่ม ขวามีชื่อ, จงกล กำจัดโรค, แซ่ม แดงชมพู, พิมาน มูลประมุข, สิทธิเดช แสงหิรัญ, สนั่น

ศิลปิน, แสง สงมั่งมีและไพฑูรย์ เมืองสมบูรณ โรงเรียนศิลปากรได้สถาปนาเป็นมหาวิทยาลัยศิลปากรในปี 2486 และต่อมาก็เริ่มมีการจัดแสดงศิลปกรรมแห่งชาติและ ศิลป์ พีระศรี ก็ได้รับยกย่องให้เป็น “บิดาแห่งศิลปะร่วมสมัยในประเทศไทย”

ภายหลังปี 2505 ซึ่งประเทศไทยได้มี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับแรก ประเทศไทยได้เปลี่ยนโฉมหน้าไปอย่างมากภายใต้กฎหมายการลงทุน ไทยตั้งเป้าหมายเป็นประเทศพัฒนาอุตสาหกรรม เมืองขยายตัว ปริมาณพลถูกแทนที่ด้วยโรงงานอุตสาหกรรม ประชากรกรุงเทพฯก้าวกระโดดจากประมาณ 1 ล้านคนในปี 2490 มาเป็น 2 ล้านคนในปี 2503 แม้ว่าประเทศไทยจะมุ่งพัฒนาเป็นประเทศอุตสาหกรรมแต่ศิลปะสมัยใหม่ก็ยังคงเป็นวัฒนธรรมใหม่ในสังคมของคนกลุ่มเล็กๆ อยู่นั่นเอง กลุ่มคนคู่มือคนในวงการศิลปะและชนชั้นสูงบางคน ผู้อุปถัมภ์ด้วยการซื้อสะสมคือกลุ่มชาวต่างชาติในไทย การแสดงศิลปกรรมแห่งชาติยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง นับได้ว่าเป็นการเผยแพร่และความรู้ในเรื่องศิลปะสมัยใหม่ให้แก่คนดูได้ไม่น้อย และในยุคนี้ยังมีนิตยสาร “สังคมปริทรรศน์” โดยมี ศ.วิมลลักษณ์ เป็นบรรณาธิการ ได้มีส่วนเผยแพร่ศิลปะสมัยใหม่ด้วยการพิมพ์ภาพผลงานของศิลปินขึ้นปกหน้าและยังมีบทความและวิจารณ์ศิลปะตั้งแต่ปี 2502 โดย น. ณ ปากน้ำ ซึ่งเป็นนามปากกาของ ประยูร อุลุชาฎะ จิตรกรผู้มีชื่อเสียง

ในช่วงปี 2514 จอมพลถนอม กิตติขจร ทำการรัฐประหารรัฐบาลของตนเอง และบริหารประเทศโดยคณะปฏิวัติ ในขณะที่เศรษฐกิจขยายตัว มีชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้นจึงเกิดการเรียกร้องความเป็นธรรมและประชาธิปไตย จนนำไปสู่การเดินขบวนเรียกร้องรัฐธรรมนูญและโค่นล้มรัฐบาลเผด็จการทหาร ในวันที่ 14 ตุลาคม 2516 แต่ขบวนการประชาธิปไตยและนักศึกษาที่ต้องถูกปราบปรามอย่างรุนแรงในปี 2519 บรรยากาศทางการเมืองมีความกึกกักเป็นอย่างมาก นักศึกษามีสำนึกทางสังคมสูงมาก วงการศิลปะก็เช่นเดียวกัน มีการทำงานแนวเพื่อชีวิตออกมาเป็นจำนวนมาก งานศิลปะมีเนื้อหาสะท้อนความเป็นไปในสังคม นักศึกษาศิลปะและศิลปินมีส่วนร่วมเคลื่อนไหวทางการเมือง จนเกิด แนวร่วมศิลปินแห่งประเทศไทย

การสนับสนุนทางศิลปะ นอกจากการประกวดศิลปกรรมแห่งชาติโดยมหาวิทยาลัยศิลปากรแล้ว ในปี 2517 ก็มีองค์กรเอกชนอย่างธนาคารกรุงเทพได้เริ่มการประกวดจิตรกรรมบัวหลวง บริษัทไทยอินเวสเมนต์แอนด์เซ็คเคียวริตี้ จำกัด (ทีสโก้) ก็จัดการประกวดศิลปกรรมร่วมสมัยและเริ่มสะสมผลงาน ธนาคารกสิกรไทย ก็จัดการประกวดตั้งแต่ปี 2522 และยุติไปเมื่อปี 2544 นับได้ว่าเป็นการสนับสนุนอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมจากภาคเอกชน

ในปี 2506 มีการตั้งมูลนิธิหอศิลป์ พีระศรี หลังจากที่ศิลป์ พีระศรีเสียชีวิต และมีการจัดระดมทุนกันในปี 2508 และในวันที่ 14 พฤษภาคม 2517 ซึ่งตรงกับวันคล้ายวันเสียชีวิตของ ศิลป์

พิธีศรี ก็มีกรเปิดหอศิลป์พิธีศรีขึ้นที่ถนนสาทรใต้ และกลายเป็นพื้นที่ทางศิลปะที่เป็นกลางสำหรับคนในวงการทุกคน

ส่วนทางราชการ ได้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ ขึ้นในปี 2520 โดยดัดแปลงจากตึกเก่าของกองกษาปณ์ ถนนเจ้าฟ้า

จนถึงปัจจุบัน การอุปถัมภ์ศิลปะในประเทศไทย ก็ยังคงอยู่ภายใต้บริษัทเอกชนที่จัดงานประกวดศิลปกรรม เช่น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) และบริษัทโตชิบา(ไทยแลนด์) จำกัด กลุ่มเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรม เช่น บริติช เคาน์ซิล (British Council) จากประเทศอังกฤษ อะลิยอง ฟรองเซ (Alliance Française) จาก ประเทศฝรั่งเศส และ เจแปน ฟ้าเวชั่น (Japan Foundation) จากประเทศญี่ปุ่น รวมถึงชนชั้นสูงบางกลุ่ม โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย บทบาทของวัดและวังในการอุปถัมภ์ศิลปะได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การอุปถัมภ์งานฝีมือเชิงช่าง เช่น ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร จังหวัดอยุธยา และศูนย์หัตถกรรมต่างๆ ศิลปินอิสระต้องทำงานอื่นๆ เพื่อหารายได้มาใช้สร้างสรรคงานศิลปะส่วนบุคคล เช่นการรับราชการเป็นอาจารย์หรือทำงานในบริษัทเอกชน

ศิลปกรรมในประเทศไทยยุคหลังการปฏิรูปการปกครองในปี พ.ศ. 2475 ได้พัฒนาแนวทางของตนเองในลักษณะก้าวกระโดด โดยไม่ได้เรียงลำดับตามพัฒนาการทางสังคมหรืออาจจะกล่าวได้ว่ารูปแบบศิลปะในประเทศไทยไม่ได้เกิดจากความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเหมือนรูปแบบศิลปะในตะวันตก ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่เปิดรับปรับตัวกับวัฒนธรรมอื่นได้ง่าย ศิลปกรรมในประเทศไทยรับอิทธิพลทางรูปแบบศิลปกรรมจากโลกตะวันตกโดยตรงจากบุคลากร ศิลปินหรือ อาจารย์ในสถาบันการศึกษาหลายแห่ง ได้มีโอกาสไปศึกษาต่างประเทศ ทั้งยุโรปและอเมริกา และได้นำเข้รูปแบบทางศิลปะมาด้วย ศิลปกรรมในประเทศไทยจึงเต็มไปด้วยการผสมผสานทางด้านรูปแบบ อย่างอิสระ ดังที่เห็นในยุคปัจจุบัน มีศิลปินไทยที่ทำงานในรูปแบบอิมเพรสชันนิสม์ อย่างเต็มที่ คือการออกไปเขียนรูปทิวทัศน์สีน้ำมันในสถานที่จริง เช่น เสงี่ยม ธารังสี, เอกชัย ลวดสูงเนิน, อภิรักษ์ ปันมูลศิลป์ ซึ่งศิลปะรูปแบบอิมเพรสชันนิสม์แพร่หลายในช่วงปลายศตวรรษที่ 18 ถึงต้น ศตวรรษที่ 19 และในขณะเดียวกันก็มีการทำงานศิลปะแบบอินสตอลเลชั่น ซึ่งเป็นรูปแบบศิลปะในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน อย่าง มณฑิธร บุญมา, นาวิณ ลาวัลย์ชัยกุล, สุรสิทธิ์ กุศลวงษ์ ยังไม่นับศิลปินไทยที่ทำงานในแนวทางลัทธิเซอร์เรียลลิซึม แอบสแทรกต์ และเอ็กเพรสชันนิสม์ เรียกได้ว่า ในประเทศไทย รูปแบบการสร้างสรรคงานศิลปะเต็มไปด้วยความหลากหลาย แต่ดูเหมือนว่า การอุปถัมภ์งานศิลปะจะกระจุกตัวอยู่กับงานจิตรกรรมที่ได้รับรางวัลหรืองานจิตรกรรมที่ส่งเข้าประกวดเท่านั้น โดยการอุปถัมภ์ที่ว่านี้เกิดจากบริษัทเอกชนที่สนใจสะสมผลงานศิลปะ นั้นแสดงให้เห็นว่า คุณค่าของงานศิลปะในประเทศไทยยังต้องตัดสินใจ

จากรางวัลและการส่งประกวด (ที่มาเรียบเรียงจาก สุทธิ คุณาวิชยานนท์(2546). จากสยามเก่าสู่ไทยใหม่ : ว่าด้วยความพลิกผันของศิลปะจากประเพณีสู่สมัยใหม่และร่วมสมัย.)

เวอร์จิเนีย เฮนเดอร์สัน (2540) กล่าวว่า “คำกล่าวที่ว่า งานศิลปะที่ดีที่สุดย่อมเกิดขึ้นจากฐานะที่ลำบากยากแค้น อาจเป็นคำกล่าวที่จะต้องพิสูจน์กันในประเทศไทยภายในเวลาไม่กี่ปีข้างหน้า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้ความสนใจต่อการกำหนดทางด้านการเงินที่มีต่อเนื้อหาและผลผลิตทางวัฒนธรรมและศิลปะ ในขณะที่พิจารณาปัจจัยด้านความคิดอุดมคติควบคู่กันไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ระหว่างอุดมคติกับศิลปะไม่ใช่การถอดรูปออกมาจากแม่พิมพ์ ทฤษฎีของแนวคิดอุดมคติต่างๆ ไม่ใช่สิ่งที่ถูกนำมาปรับทอนให้ง่าย แต่เป็นแก่นที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ตีความผลงานศิลปะ โดยคำนึงถึงแนวเรื่องและเนื้อหา สารและนัยและสิ่งที่อยู่คู่กันระหว่าง ความเก่า - ขนบ กับ ความใหม่ - สัญลักษณ์สมัยใหม่ เรื่องทางโลกกับโลกทางธรรม และบริบทใหม่ทางสังคม ความเข้าใจทั้งหลายเหล่านี้จะต้องถูกหล่อหลอมรวมกันเข้า การวิเคราะห์ในแง่ลึกลับทางสัญชัญของระบบการแทนความหมายแบบไทย รวมทั้งระบบสัญลักษณ์ที่ถูกใช้ในการสื่อสารว่าเป็นอย่างไร และมีลักษณะอย่างไร ซึ่งสามารถอธิบายบริบททางประวัติศาสตร์และเงื่อนไขเฉพาะทางสังคมได้นั้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราเข้าใจได้มากขึ้นว่า เนื้อหาและสาระในงานศิลปะถูกสร้างสรรค์ขึ้น และถูกชื่นชม หรือถูกตีความไปอย่างไร”

ถึงแม้ว่าจะมีความคาดหวังอย่างสูงเกี่ยวกับรูปแบบทางศิลปะที่กำลังจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาต่อไปของการพัฒนา แต่ในขณะเดียวกัน ศิลปะและศิลปินก็ต้องการผู้อุปถัมภ์ ศิลปินไม่สามารถสร้างสรรค์งานตามลำพัง โดยปราศจากการสนับสนุน และแม้ว่าในปัจจุบัน ศิลปะไม่เพียงตอบสนองความนึกคิดหรือจินตนาการแต่ต้องสนองความเป็นชาติไทยด้วย

เวอร์จิเนีย เฮนเดอร์สัน (2540) กล่าวว่า “การรณรงค์หรือฟื้นฟูวัฒนธรรมของรัฐบาลไทย ซึ่งสนับสนุนโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น อาศัยศิลปะไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นไทยในปัจจุบัน ยิ่งหนุนให้เห็นแนวคิดที่ว่า "เป็นคนไทยก็คือเป็นชาวพุทธ" และเป็นการตอกย้ำโน้ตทัศน์ของ มรดก เอกภาพ และสายเลือดเดียวกัน ที่ว่าด้วยเรื่องเอกลักษณ์ไทย แต่แทนที่จะพยายามอธิบายขยายความและรณรงค์เรื่องเอกลักษณ์ของความเป็นชาติโดยอ้างเอาประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและศิลปะ มันอาจเป็นประโยชน์มากกว่าในการที่จะปรับรับวิสัยทัศน์ในการมองโลกระดับมหภาค ในขณะที่โลกปัจจุบันนานาชาติกำลังเชื่อมโยงเข้าหากัน ซึ่งโลกาภิวัตน์ก็มีอยู่แล้วภายในประเทศในลักษณะของความเป็นอื่น ในคน วัฒนธรรม และประเด็นทางการศึกษาโดยทั่วไป ดังที่ปรากฏอยู่ว่ารูปแบบกิจกรรมทางวัฒนธรรมนั้นมีลักษณะผสมปนเปกันจนแยกไม่ออกและไม่แน่นอนตายตัว ดังนั้นเราน่าที่จะสำรวจดูว่า เราผสมผสานกับคนอื่น ๆ อย่างไม่รู้ตัว มากกว่าที่จะพยายามชี้ชัดออกมาว่าเราแตกต่างกันอย่างไร”



ในส่วนของผู้อุปถัมภ์ จากอดีต ซึ่งมีวัดและวังเป็นผู้อุปถัมภ์ศิลปินที่สำคัญ ในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 ศิลปินมีอิสระมากยิ่งขึ้นในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะส่วนตัว ทำงานโดยไม่ต้องรับคำสั่งจากผู้อุปถัมภ์ ทำให้เกิดสถาบันทางศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นพิพิธภัณฑ์ แกลลอรี่ และขณะเดียวกันก็ได้สร้างอาชีพใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับศิลปะมากยิ่งขึ้นเช่น ตัวแทนขายงานศิลปะ (Art Dealer) ภัณฑารักษ์ (Curator) เอกชนให้ความสนับสนุนงานศิลปะมากยิ่งขึ้น มีการจัดประกวด มีการประมูลผลงานของบริษัทเอกชนอย่างเป็นทางการ และราคาจำหน่ายผลงานศิลปะที่มีชื่อเสียงก็สูงมากขึ้น ทำให้วงการผู้อุปถัมภ์ศิลปะเจริญเติบโตขึ้นตามไปด้วย

### 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก

พรสอน วงศ์สิงห์ทอง (2547) รายงานไว้ในหนังสือประวัติศาสตร์นฤมิตศิลป์สรุปได้ดังนี้ ตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 16 มีความขัดแย้งทางด้านการเมืองและศาสนาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะนิกายโรมันคาทอลิกกับนิกายโปรเตสแตนต์ ที่ดำเนินไปจนถึงศตวรรษที่ 17 ผลของสงคราม 3 ทศวรรษ เมื่อ ค.ศ. 1618-1648 ได้ทำให้จักรวรรดิโรมันอันอ่อนแอลง มีการบุกเบิกแผ่นดินใหม่ๆ การขยายตัวทางอาณานิคม และการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และปรัชญา

ศิลปะแบบบาโรก (Baroque) ครอบคลุมศิลปะหลายรูปแบบ คำว่าบาโรกเป็นคำแผลงเป็นคำในภาษาฝรั่งเศสที่รับมาจากภาษาโปรตุเกสอีกทีหนึ่ง คำว่า บารอกโก(Barocco) แปลว่าหอยมุกที่ผิดปกติ ใช้แทนสิ่งที่ไม่สมบูรณ์ ศิลปะบาโรกจะปฏิเสธการยึดติดกับขนบธรรมเนียมหรือการสร้างศิลปะที่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ แต่หันมาสนใจศึกษาธรรมชาติมากขึ้น นำธรรมชาติมาเป็นต้นแบบ งานศิลปะแบบบาโรกจึงดูมีลีลาและมีความรู้สึกอยู่ นับว่าเป็นความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้อย่างชัดเจนแตกต่างจากศิลปะแบบเรอเนสซองซ์ (Renaissance) งานแบบบาโรกใช้สีและแสงที่ตัดกันอย่างรุนแรง อีกทั้งมีการทาลวดลายพื้นผิว โดยไม่ได้คำนึงถึงความถูกต้องทางทัศนียภาพ

ผู้อุปถัมภ์ศิลปะในยุคบาโรกได้แก่เหล่าบาทหลวงโดยเฉพาะที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี แต่ในช่วงที่ศิลปะบาโรกเจริญรุ่งเรืองที่สุด ศูนย์กลางย้ายมาอยู่ที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส จิตรกรที่สำคัญในยุคบาโรกได้แก่ มิเกลันเจโล เมริซิ ดา คาราวัจโจ (Michelangelo Merisi da Caravaggio 1571-1610), ปีเตอร์ พอล รูเบนส์ (Peter Paul Rubens 1577-1640), เรมบรันด์ ฟาน ริเจน (Rembrandt van Riji 1606-1669), งาน เพร้เมอร์ (Jan Vermeer 1632-1675), ดิเอโก เบลาสเกส (Diego Velazquez 1599-1660), นิโคลา ปูแซ็ง (Nicholas Poussin 1594-1665) เป็นต้น

ศิลปะแบบโรโกโก (Rococo) เป็นรูปแบบทางศิลปะที่โดดเด่นที่สุดในศตวรรษที่ 18 คำว่า โรโกโก เป็นคำที่สร้างขึ้นจากภาษาฝรั่งเศส โรโกเยอ (Rocaille) กับคำว่า โกกีเยอ (Couille)

ซึ่งแปลว่า หินกับหอย ศิลปะแบบโรโกโก เป็นการแสดงออกที่ฉับพลันและมีลูกเล่น ศิลปะโรโกโก เริ่มต้นตอนช่วงเปลี่ยนศตวรรษ ในบรรยากาศของราชสำนักที่แวร์ซายส์ หลังจากที่พระเจ้าหลุยส์ที่ 14 สวรรคตเมื่อ ค.ศ. 1715 และความตกต่ำของเหล่าขุนนางและนางกำนัลที่เกิดขึ้นตามมา ศูนย์กลางของรสนิยมขยับจากราชสำนักไปสู่ แหล่งใหม่ๆของการอุปถัมภ์ และการขยายอาณาจักรของราชวงศ์ฝรั่งเศสไปสู่พวกขุนนางในเมืองหลวงอื่นๆของยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเยอรมนี ศิลปะแบบโรโกโก ตกมาเป็นของพวกผู้ครองนครและสำนักของผู้คนเหล่านั้น

ศตวรรษที่ 18 นับว่าเป็นยุคแห่งความโศกในช่วงด้านปัญญาและวิทยาศาสตร์ (Age of Enlightenment) แนวความคิดที่สลับซับซ้อนมาจากความคิดด้านปรัชญาหลายๆด้าน การใช้เหตุผลและปัญญาเป็นฐานความเชื่อ ซึ่งตรงข้ามกับการยอมรับอำนาจของเทพอย่างดุष्ฎี ความเอนเอียงไปหาเหตุผลเช่นนี้ให้ผลในทางบวกอย่างลึกกล้า เนื่องจากไปช่วยสนับสนุนความต้องการที่จะสอบสวนความเชื่อเกี่ยวกับความก้าวหน้าและความสามารถของมนุษย์ในการควบคุมธรรมชาติ

ถึงแม้ว่าโรโกโกจะเป็นรูปแบบศิลปะของศตวรรษที่ 18 แต่รูปแบบคลาสสิกก็ยังคงมีพลังสำคัญอยู่ จิตรกรที่สำคัญในยุคโรโกโก ได้แก่ อ็องตวน วาโต (Antoine Watteau 1684-1721), ซ็อง โอนอเร ฟราโกนาร์ (Jean-Honore Fragonard 1732-1806), ทมัส เกนส์เบรอะ (Thomas Gainborough 1727-1788), วิลเลียม โฮการ์ธ (William Hogarth 1697-1764)

ช่วงต้นศตวรรษที่ 19 กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศสได้กลายเป็นศูนย์กลางของศิลปะอย่างสมบูรณ์แบบ แม้ว่ากรุงโรมยังมีอิทธิพลอยู่ ศิลปะแบบนีโอ-คลาสสิก (Neo-Classicism) หรือ ลัทธินีโอ-คลาสสิกใหม่ เป็นการตอบโต้ความไร้สาระของโรโกโก แม้ว่า ศิลปะแบบนีโอ-คลาสสิก จะเกิดขึ้นในสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 ก็ตาม เพราะต่อมาภายหลังมีผู้นำคณะปฏิวัติฝรั่งเศสนำมาใช้ จึงเป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดกับการปฏิวัติในยุคนี้ ศิลปะแบบนีโอ-คลาสสิกมีส่วนสำคัญทางการเมืองเพราะเนื้อหามักจะกล่าวถึงวีรบุรุษ และ วีรสตรีออกมาอย่างชัดเจน เป็นการสร้างความประทับใจด้วยความมั่งคั่ง เข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมักจะอ้างถึงความเป็นประชาธิปไตยของชาวเอเธนส์และสาธารณรัฐโรมัน ภายหลังจากการปฏิวัติฝรั่งเศส นโปเลียน โบนาปาร์ตได้หันมายึดเอา ศิลปะแบบนีโอ-คลาสสิก ไปเป็นเครื่องมือในการสร้างและธำรงภาพลักษณ์ของตัวเองทางการเมือง ในฐานะแม่ทัพ และจอมจักรพรรดิ จิตรกรในยุคนีโอ-คลาสสิก เช่น ซาค หลุยส์ ดาวิด (Jacques-Louis David 1748-1825), ซ็อง ออกุสต์ โดมินิก แองกร์ (Jean Auguste-Dominique Ingres 1780-1867)

ช่วงเดียวกันกับศิลปะแบบนีโอ-คลาสสิก ก็เกิดศิลปะแบบโรแมนติซิซึม (Romanticism) คำว่า โรแมนติกมาจากกลุ่มภาษาโรมัน มาจากเรื่องเล่าเกี่ยวกับความกล้าหาญ ความรัก ศักดิ์ศรีและการผจญภัย ศิลปะแบบโรแมนติซิซึมไม่ได้เป็นรูปแบบทางศิลปะเท่านั้น หากแต่เป็นแนวร่วมที่มี

ขอบเขตค่อนข้างกว้างขวาง จึงทำให้มีเค้าโครงในการสร้างเรื่องราวมากกว่านีโอ-คลาสสิก ศิลปะแบบโรแมนติซิซึม ถือได้ว่ากำเนิดในศตวรรษที่ 18 โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลงานของนักปราชญ์ชาวฝรั่งเศส ชื่อ ฌาค รูโซ (Jean Jacques Rousseau) ถือว่าโรแมนติซิซึม มีค่านิยมตรงข้ามกับนีโอ-คลาสสิก ตรงความมีระเบียบและความชัดเจน โรแมนติซิซึมมีความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องความอ่อนไหว การใช้อารมณ์ในการแสดงออก และแทนที่จะสร้าง วิจารณ์ในรูปแบบของความคิดนามธรรมตามลักษณะนีโอ-คลาสสิก ศิลปะแบบโรแมนติซิซึม มักจะหาเรื่องราวจากเหตุการณ์ปัจจุบัน และยังพัฒนาความสนใจไปที่จิต โดยเชื่อว่าจิตเป็นแหล่งของความรู้สึกที่อธิบายไม่ได้และบางทีก็ใช้ปรากฏการณ์ที่เป็นอันตราย นับเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก ที่ศิลปะเป็นเรื่องเกี่ยวกับจิต จิตรกรที่มีความสำคัญในยุคศิลปะแบบโรแมนติซิซึม เช่น วิลเลียม เบลค (William Blake 1757-1827), ทีโอดอร์ เซริโก (Theodore Gericault 1791-1824), เออแซน เดอลาครัว (Eugene Delacroix 1798-1863), ฟรานซิสโก เดอ โกยา (Francisco de Goya 1746-1828)

ในศตวรรษที่ 19 สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทั้งทางเศรษฐกิจและทางสังคมของโลกศิลปะเอง คือการทำงานที่ลดกรรมถูกผลิตกันที่อุตสาหกรรมเข้ามาทดแทน งานฝีมือเชิงช่างไม่มีความจำเป็นต่อเศรษฐกิจของศิลปินอีกต่อไป แต่มีกลุ่มบุคคลกลุ่มใหม่ๆเข้ามาเกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่น นักวิจารณ์ ซึ่งมีผลต่อเศรษฐกิจของศิลปิน คำวิจารณ์งานศิลปะจะส่งผลกระทบต่อผู้ซื้อ งานของผู้อุปถัมภ์ส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือของตัวแทนจำหน่ายงานศิลปะ (Dealer) พิพิภภัณฑ์ และนักสะสม ซึ่งสถาบันทางศิลปะเช่น หอศิลป์ ก็กำเนิดในยุคศตวรรษที่ 19 นี้เช่นเดียวกัน

ทางด้านทัศนศิลป์ รูปแบบทางศิลปะที่สะท้อนภาพสังคมได้ดีที่สุดคือ เรียลลิซึม (Realism) หรือสังนิยม กำเนิดถูกนำมาใช้ตั้งแต่ปี 1840 แม้ว่าในความเป็นจริงรูปแบบศิลปะสังนิยมจะปรากฏขึ้นอย่างแพร่หลายมาก่อนหน้านี้แล้วก็ตาม การสังเกตสังคม ธรรมชาติและการเมืองอย่างตรงไปตรงมา เป็นเนื้อหาหลักที่ที่ถูกใช้ในงานจิตรกรรมประเภทนี้ จิตรกรในรูปแบบสังนิยมที่มีชื่อเสียงเช่น ชื่อ ฟร็องซัว มิลเล (Jean Francois Millet 1814-1875), กุสตาฟ กูร์เบ (Gustave Courbet 1819-1877), โอนอเร โดมึเย (Honore Daumier 1808-1879), เอ็ดวาร์ มาน (Eduard Manet 1832-1883)

อิมเพรสชันนิซึม (Impressionism) หรือลัทธิประทับใจ ก่อตัวขึ้นที่กรุงปารีส ในช่วง 1860 และดำเนินต่อไปจนถึงต้นศตวรรษที่ 20 ศิลปะในแนวลัทธิประทับใจ ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ซึ่งแตกต่างจากแนวสังนิยม ศิลปะในแนวลัทธิประทับใจ ชอบเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะชีวิตที่สนุกสนาน บันเทิง ภาพผู้คนใช้ชีวิตรื่นเริงในเมืองใหญ่ และภาพทิวทัศน์ ซึ่งสะท้อนรสนิยมของชนชั้นกลาง ที่มีความสุขสบาย ศิลปะในแนวลัทธิประทับใจได้รับอิทธิพลจากภาพพิมพ์แกะไม้ของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสินค้านำเข้ามาจากโลกตะวันออก ในส่วนความ

ต่อเนื่องจากศิลปะในแนวสำนึกนิยม คือวิธีการสังเกต ยกตัวอย่างเช่น จิตรกรในแนวสำนึกนิยมมุ่งสังเกต การความเป็นไปทางการเมืองแต่จิตรกรในแนวลัทธิประทับใจมุ่งสังเกตธรรมชาติและชีวิตชาวเมือง สิ่งที่มีผลอย่างยิ่งต่อรูปแบบของจิตรกรรมแนวประทับใจคือ ปรากฏการณ์ทางวิทยาศาสตร์และการ ค้นพบแถบสีของแสง พวกอิมเพรสชันนิสต์ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของแสงและสีที่เปลี่ยนไปตาม สภาพอากาศ เวลาในช่วงวันและฤดูกาล แสงและเงาจึงเป็นส่วนสำคัญในด้านเทคนิค ของจิตรกรรม แนวประทับใจ ในทางสังคม จิตรกรรมในแนวประทับใจได้สร้างรูปแบบชีวิตของศิลปินขึ้นมาใหม่ แม้ว่าศิลปินส่วนมากมาจากครอบครัวชนชั้นนายทุน แต่ก็ยังนิยมมาแลกเปลี่ยนความคิดในร้านกาแฟ ตามข้างถนน ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่สำนักศิลปะได้ปฏิเสธจะแสดงผลงานของศิลปินในกลุ่มนี้ พวกเขาจึงรวมตัวกันและได้แยกกลุ่มออกไป และได้จัดงานแสดงนิทรรศการศิลปะในแนวทางของ ลัทธิประทับใจขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง 8 ครั้งในช่วงปี 1874-1886 และศิลปะในรูปแบบนี้ก็ส่ง อิทธิพลต่อจิตรกรรม หลังศตวรรษที่ 20 อย่างต่อเนื่องในระดับนานาชาติ ในปัจจุบัน ผู้ชมงาน ศิลปะจำนวนมากก็ยังมีความนิยมในรูปแบบลัทธิประทับใจ จิตรกรที่สำคัญในแนวทางนี้ ได้แก่ เอ็ด การ์ เดการ์ (Edgar Degas 1834-1917), โคลด โมเน (Claude Monet 1840-1936), ออคุสต์ เรอเนอร์ (Auguste Renoir 1841-1919), คามีย์ ปิซาโร (Camille Pissarro 1830-1903)

โพสต์อิมเพรสชันนิซึม(Post-Impressionism) เป็นคำที่นิยามจิตรกรรมกลุ่มหนึ่งใน ปลายศตวรรษที่ 19 ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ศิลปินในกลุ่มนี้ต่างรับอิทธิพลจากศิลปะแนว ลัทธิประทับใจ ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ศิลปินโพสต์อิมเพรสชันนิสต์ นิยมใช้สีสด และทิ้งร่องรอยฝี แปร่งอันโดดเด่น ขอบของภาพจะแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ถ้าไม่ตัดเส้นกรอบก็จะนิยมใช้สีบ่งบอก ความแตกต่างของรูปทรง ศิลปินโพสต์อิมเพรสชันนิสต์ บางคนรับอิทธิพลจากงานประเภท ลัทธิลัทธินิยมในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เข้าไว้บ้าง ใช้ฉากชีวิตและธรรมชาติเป็นต้นแบบอย่าง ศิลปะลัทธิประทับใจ พอล เซซานน์ (Paul Cezanne 1839-1906) คือศิลปินคนสำคัญของศิลปะ ในแนวทางนี้ จิตรกรในลัทธิโพสต์อิมเพรสชันนิซึม ที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญอย่างมากอีกคน หนึ่งได้แก่ วินเซนต์ ฟาน ก็อก (Vincent Van Gogh 1853-1890), พอล โกแกง (Paul Gauguin 1848-1903)

ศิลปะแนวอาร์ท นูโว (Art Nouveau) เป็นแนวศิลปะที่ได้รับความนิยม อย่างสูงในช่วงปี 1880-1914 เป็นศิลปะที่แพร่กระจายไปหลายรูปแบบ ทั้งสถาปัตยกรรม การ ออกแบบ มีลักษณะพิเศษ ด้วยการใช้รูปทรงแบบอินทรีรูปและเป็นธรรมชาติ มีการใช้เส้นที่เลื่อน ไหล และผสมผสานลวดลายต่างๆ กลุ่มอาร์ท นูโว ปฏิเสธกระแสฟื้นฟูศิลปวิทยา ซึ่งครอบงำศิลปะ และการออกแบบในศตวรรษที่ 19 ซึ่งความนิยมในศิลปะวัฒนธรรมญี่ปุ่น และรูปแบบสารพัดที่ผสม เข้ามาตั้งแต่แนวอียิปต์โบราณและรอกโกโก ในศตวรรษที่ 18 อาร์ท นูโว นิยมทำงานที่มีเรื่องของ



การเสพสังวาส และมักจะใช้ความเป็นธรรมชาติและความเป็นผู้หญิง ซึ่งจะตรงกันข้ามกับการสร้างสรรค์ในศิลปะวัฒนธรรมตะวันตกโดยทั่วไปที่มักจะเกี่ยวโยงกับความเป็นชาย จิตรกรที่มีชื่อเสียงในแนวศิลปะแบบอาร์ต นูโว ได้แก่ กุสตาฟ คลิมต์ (Gustav Klimt 1862-1968)

ศิลปะลัทธิเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ แพร่หลายในช่วงศตวรรษที่ 19 ให้ความสำคัญกับการแสดงออกด้านอารมณ์และความรู้สึก ศิลปินเลือกแสดงออกในทางสี รูปทรงและพื้นที่ว่าง การแสดงออกทางด้านอารมณ์ต่างๆ ด้วยลักษณะเฉพาะของศิลปินสร้างรูปทรงที่บิดเบี้ยว ศิลปะลัทธินี้มักจะเชื่อมโยงกับศิลปะสมัยใหม่ กระแสของศิลปินกลุ่มนี้ครอบคลุมไปกับศิลปินหลายกลุ่มไม่ว่าจะเป็นศิลปินในเยอรมนี หรือโยงไปได้กับศิลปินในลัทธิโพสท์ อิมเพรสชันนิสม์

ต้นศตวรรษที่ 20 ศิลปะแนวที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ศิลปะในลัทธิคิวบิซึม (Cubism) ศิลปะในรูปแบบนี้ ก่อตัวขึ้นที่ปารีส ประเทศฝรั่งเศส โดยมีการใช้แผ่นระนาบในงานจิตรกรรมและใช้สีแบบอย่างศิลปะช่วงปลายศตวรรษที่ 19 โดยผสมผสานแบบอิมเพรสชันนิสม์ และโพสท์ อิมเพรสชันนิสม์ พลังขับเคลื่อนที่สำคัญที่ช่วยพัฒนาศิลปะลัทธิคิวบิซึม ได้แก่ ศิลปะแบบพื้นบ้าน หรือพริเมทีฟ อาร์ต (Primitive Art) ซึ่งในช่วงเวลานี้ศิลปินและนักสะสมต่างนิยมเก็บสะสมผลงานของศิลปะแบบพื้นบ้าน ศิลปะแบบนี้ช่วยเปิดโอกาสให้ศิลปินในยุโรปได้เห็นสิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างจากที่ตนเองคุ้นเคย จิตรกรที่โดดเด่นเป็นอย่างมากในลัทธินี้ได้แก่ พาโบล ปิกัสโซ (Pablo Picasso 1881-1973)

ในปี 1909 หนังสือพิมพ์ เลอ ฟิกาโร (Le Figaro) ของฝรั่งเศส ได้ตีพิมพ์สัปดาห์ของ กลุ่มที่เรียกตัวเองว่า ฟิวเจอริซึม (Futurism) สัปดาห์นี้มีจุดมุ่งหมายที่จะปลุกมวลชนให้ตื่นตัวต่อภาษาทางศิลปะใหม่ๆ ในศิลปะทุกแขนง ทั้งทัศนศิลป์ ดนตรีและวรรณศิลป์ จะละทิ้งวิชาการในแนวดั้งเดิม เลิกยึดถือสถาบันและท่วงเทพล้างสร้างสรรค์แต่ในเรื่องเฉพาะปัจจุบันและอนาคต เนื้อหาในงานศิลปะเป็นเรื่องความเร็ว การเดินทาง เทคโนโลยี และความเคลื่อนไหว

หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เกิดการสูญเสียอย่างมาก ทัศนศิลป์ในยุคหลังสงครามโลกจึงเป็นไปในแนวที่มองโลกในแง่ร้าย และสิ้นหวัง เกิดศิลปะลัทธิดาดา (DaDa) คำนี้ถูกใช้นำมาเรียกปัญญาชนในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 งานศิลปะแบบดาดา ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน แต่เป็นไปในลักษณะต่อต้านศิลปะ (Anti-Art) เป็นปรัชญาทางลบ และเจริญก้าวหน้าในยุโรปจนถึงปี 1920 และขยายไปยังฝั่งอเมริกา แม้ว่าความสิ้นหวังจากสงครามจะเป็นจุดกำเนิดของดาดา แต่ลัทธิศิลปะนี้กลับนิยมใช้อารมณ์ขันในการสร้างสรรค์ซึ่งต่อมาส่งอิทธิพลอย่างสูงต่อศิลปะในแนวคอนเซ็ปชวล อาร์ต (Conceptual Art) ช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ศิลปินที่มีชื่อเสียงของดาดาได้แก่ มาเซล ดูช็อง (Marcel Duchamp )

แนวร่วมหลายคนของดาดาพัฒนาผลงานของตัวเอง และไปสนใจในแนวทางของเซอร์เรียลลิซึม (Surrealism) ซึ่งเป็นศิลปะที่สำรวจในจิตใจและจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นภาวะ

ความรู้สึกทางจิตล้วนๆ ที่เป็นไปเหมือนภาวะไร้ความรู้สึกที่อาจปรากฏออกมาเป็นคำพูด หรือการเขียน ซึ่งเป็นความคิดที่แท้จริง การคิดส่วนนั้นเกิดขึ้นโดยปราศจากการควบคุมของเหตุผล และอยู่นอกเหนือการครอบงำของสุนทรียศาสตร์และศิลปกรรมจิตรกรที่มีความสำคัญในลัทธินี้ได้แก่ จอร์โจ เด คิริโก (Giorgio de Chirico 1888-1978), แมน เรย์ (Man Ray), เรอเน มากริตต์ (Rene Magritte 1897-1967)

ต่อมาศูนย์กลางของโลกศิลปะดูเหมือนว่าจะย้ายจากฝั่งยุโรปมาที่อเมริกา โดยศิลปินชาวยุโรปที่อพยพเข้ามาอาศัยในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น ฮันส์ ฮอฟมันน์ (Hans Hoffmann 1888-1966) และ โยเซฟ อัลเบอร์ส (Josef Albers 1888-1976) ทั้งคู่มาจากเยอรมนี ฮอฟมันน์สอนที่สมาคมนักศึกษาศิลปะแห่งเมืองนิวยอร์ก ส่วน อัลเบอร์สสอนที่วิทยาลัยแบล็คเมทาเทนที่มลรัฐนอร์ธแคโรไลนา ทั้งสองคนได้สร้างงานที่มีแนวทางเป็นของตัวเอง เรียกว่า แอบสแทรกต์ หรือศิลปะรูปแบบนามธรรม ด้วยการจัดเรียงสีและรูปทรง สีมัลักษณะเป็นโครงสร้างด้วยตัวมันเอง โดย รับผิดชอบต่อการใช้สีที่สดในมาจากกลุ่มโฟวิสต์ และ ใช้โครงสร้างแบบคิวบิสม์

ประมาณกลางปี 1939 มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานศิลปะไร้รูปกาย (Museum of Non Objective Art) ซึ่งต่อมาภายหลังกลายเป็นพิพิธภัณฑสถานกูเกนไฮม์ (Guggenheim) ในปี 1942 เพกกี กูกเคนไฮม์ (Peggy Guggenheim) ผู้อุปถัมภ์ ตัวแทนขบวนการศิลปะและนักสะสมงานศิลปะคนสำคัญได้เปิดหอศิลป์ชื่อ ศิลปะของศตวรรษนี้ (Art of This Century) ที่กรุงนิวยอร์ก เพื่อจัดแสดงงานศิลปะฝ่าเหล่าในขณะที่เจ้าหน้าที่เผด็จการฟาสซิสต์ในยุโรปพยายามสกัดกั้นไม่ให้ศิลปินเดินตามแนวทางสมัยใหม่ (Modernism) ด้วยเหตุผลว่า ศิลปะสมัยใหม่คือศิลปะแห่งความเสื่อมโทรม ในปี 1940 กรุงปารีสตกอยู่ภายใต้การปกครองของนาซี โลกศิลปะจึงได้ย้ายไปสู่นิวยอร์กอย่างสมบูรณ์ และทำให้วัฒนธรรมอเมริกันมีสีสันมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างงานจิตรกรรมแบบ แอบสแทรกต์ เอ็กเพรสชันนิซึม ที่เจริญขึ้นในกรุงนิวยอร์ก ในบางครั้งเรียกว่า จิตรกรรมแบบกระบวนท่า หรือ แอคชั่น เพ้นท์ติ้ง (Action Painting) เป็นคำที่นักวิจารณ์ ฮาร์โรลด์ โรเซนเบิร์ก (Harold Rosenberg) ตั้งขึ้นเพื่อบรรยายสมาชิกกลุ่มหนึ่งในนิวยอร์กถ้าถือว่าการใช้สีแปร่งเป็นเรื่องสำคัญของกลุ่มอิมเพรสชันนิสม์และโพสท์อิมเพรสชันนิสม์แล้ว กรรมวิธีการระบายสีจัดว่าเป็นลักษณะเฉพาะของจิตรกรรมแบบกระบวนท่า ศิลปินในกลุ่มนี้ใช้วิธีหยด สะบัด พ่น ใส หรือขีดสี ลงบนผืนผ้าใบ ศิลปินที่รู้จักกันดีในกลุ่มนี้ได้แก่ แจ็คสัน พอลลอค (Jackson Pollock 1912-1956)

นอกจากจิตรกรรมแบบกระบวนท่าแล้วยังมีศิลปินอีกกลุ่มที่ดูเหมือนว่ามีวิธีการสร้างสรรค์งานจิตรกรรมที่ตรงกับข้าม กลุ่มนี้มีหลายชื่อเช่น จิตรกรรมแอบสแทรกต์สออดสี (Chromatic Abstraction ) และจิตรกรรมสีกลางแปลง (Color Field Painting) คำหลังนี้แสดงให้เห็นถึง

ความนิยมในการระบายสีให้แผ่กระจายลงบนพื้นที่ราบ ตรงข้ามกับจิตรกรรมแบบกระบวนท่า งานมักจะมีลักษณะนิ่งสงบ และมุ่งลึกเข้าสู่ภาวะภายใน ปลุกความรู้สึกให้เกิดสมาธิ และเป็นการตอบโต้ทางจิตวิญญาณ จิตรกรที่สำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ มาร์ก รอทโก (Mark Rothko 1903-1970) แม้ว่าในช่วงต้นของอาชีพเขาสนใจจิตรกรรมในแนวเหนือจริงมาก่อนแต่ก็ได้พัฒนาให้มีรูปแบบทางศิลปะของตัวเอง โดยไม่ใช่รูปร่างใดๆ เขาพยายามอยู่เหนืออิทธิพลของโลกวัตถุโดยตัดรูปร่างที่ชัดเจนออกไป จนดูเหมือนว่างานของรอทโก ขาดเนื้อหาสาระภาพเคลื่อนไหว ไม่มีขอบ ทำให้มีเรื่องราวไปในทางจิตวิญญาณ และดูลึกลับ

หลังสงครามโลกครั้งที่สอง มีการตอบโต้ศิลปะในแนวแอบสแตรกต์ เอ็กเพรสชันนิสม์ โดยหยิบยืม จินตภาพจากวัตถุที่มีความนิยมจากแหล่งการค้าต่างๆมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้า สื่อสารมวลชน ซึ่งมีอิทธิพลมาจากโทรทัศน์ และภาพยนตร์ เรียกศิลปะประเภทนี้ว่า ป๊อป อาร์ต (Pop Art) ศิลปะแนวป๊อปอาร์ตจะให้ความรู้สึกอะไรนั้นขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสิ่งของที่นำมาใช้เป็นประธานในภาพ มีการจัดนิทรรศการเรียลลิสม์ใหม่(New Realism) ที่หอศิลป์ซิดนีย์ แจนิส เมื่อปี 1962 เป็นการต้อนรับศิลปะแบบป๊อปอาร์ตเข้าสู่นิวยอร์กอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตามศิลปะแบบป๊อปอาร์ตไม่เคยมีสไตล์อย่างสม่ำเสมอ มีเทคนิคแปลกและแตกต่างกันไปเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาพถ่าย การปะติด หรือเป็นวัสดุสำเร็จรูป ศิลปินที่มีชื่อเสียงได้แก่ แอนดี้ วอร์โฮล (Andy Warhol 1928-1987) นอกจากศิลปะแนวป๊อปยังมีแนวร่วมที่เกิดขึ้นพร้อมๆกัน เรียกว่า ศิลปะแบบออปติคัล อาร์ต (Optical Art) โดยพิพิธภัณฑสถานศิลปะสมัยใหม่ ได้มีส่วนในการปลุก รูปแบบศิลปะนี้ ด้วยการจัดนิทรรศการชื่อ สายตาตอบโต้ (Responsive Eye) ศิลปะแบบออปติคัล มักจะใช้ภาพนามธรรมเชิงเรขาคณิตเข้ามาแทน การลวงตาด้วยเส้นและสี เป็นเนื้อหาของงาน ศิลปะแบบออปติคัล อาร์ต

ในช่วงปลาย 1970-1980 มีศิลปินหลายคนพยายามจะสลัดตัวหนีการทำงานในแนวทางแบบแอบสแตรกต์ รูปทรงเรขาคณิต และย้ายกลับไปทำงานในแนวทางที่เรียบง่ายและเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ส่วนศิลปินอีกพวกหนึ่งก็นิยมสร้างงานจากวัสดุสำเร็จรูป เช่น เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons 1955-) แต่ก็ยังมีส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากคาตา ป๊อปอาร์ตและศิลปะร่วมสมัยเดียวกัน และในช่วงนี้เอง ถือว่าเป็นยุคของบริโภคนิยมสมัยใหม่ มีเทคนิคใหม่ๆในทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนสินค้าได้บ่อยๆเพราะมีราคาถูกและคุณภาพไม่ต่ำมาก การแสวงหาสิ่งใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา คือตัวเร่งความล้ำสมัยให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็มีกลุ่มคนที่เรียกร้องให้ตระหนักถึงภัยที่เกิดจากการทำลายธรรมชาติ และมลพิษในสิ่งแวดล้อม ศิลปินก็ยังคงพัฒนาผลงานของตัวเองไปอย่างมาก จิตรกรรมมีรูปแบบที่แปลกประหลาดออกไป มีการใช้วัสดุผสมและสร้างเทคนิคใหม่ๆทางภาพมากยิ่งขึ้น

### 2.3 การบริหารจัดการสมัยใหม่

การศึกษาเรื่องนี้ได้นำทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ของฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษณ์านนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์, 2534) มาใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัท จะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายของบริษัทในการที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่สนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- 2) การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพการบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้า การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของผู้ขายจะพิจารณาด้านต่างๆคือ
  - การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ทำเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า
  - การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย
  - ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้การบริการต้องมีความรู้ความสามารถในงาน
  - ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคคลต้องมีมนุษยสัมพันธ์น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเองและมีวิจรรณญาณ
  - ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคคลต้องสร้างความเชื่อมั่นในบริการโดยการเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
  - ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
  - การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วอย่างที่ลูกค้าต้องการ
  - ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ
  - การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของการบริการดังกล่าวได้
  - การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้



- 3) การตลาดของสินค้าบริการ Hollway and Plant (1992) และ Rust : Zahorik and Keiningham (1996) กล่าวไว้ว่าสินค้าธุรกิจบริการมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ดังนั้นการดำเนินการด้านการตลาดของสินค้าบริการจึงแตกต่างจากสินค้าทั่วไปด้วย ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 4 ประการซึ่งมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดคือ

ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนการใช้บริการ อาทิเช่น การประกันชีวิต ผู้ซื้อจึงมีความรู้สึกไม่มั่นใจที่จะซื้อ การทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ต้องอาศัยความฝัน การสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้น เป็นแรงจูงใจให้สามารถซื้อได้

ไม่สามารถแบ่งแยก (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและบริการในเวลาเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย ไม่สามารถให้บริการคนอื่นแทนได้เพราะว่าต้องผลิตและให้บริการในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต้องพบปะสัมพันธ์กันดังนั้นทัศนคติ มุมมองและความคาดหวัง ฯลฯ ของผู้ใช้บริการจึงมีผลต่อความพึงพอใจในบริการนั้นๆ แตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่การผลิตอาจจะดำเนินการ โดยเครื่องจักรและมีการตรวจสอบคุณภาพจากโรงงานเรียบร้อยแล้ว

ไม่แน่นอนและความหลากหลาย (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร การใช้คนเป็นผู้บริการจึงควบคุมมาตรฐานของการให้บริการได้ยาก เพราะคนมีความคิดอารมณ์และการฝึกฝนที่แตกต่างกันซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไป

ไม่สามารถเก็บเอาไว้ได้ (Perishability) การบริการไม่สามารถผลิตและเก็บไว้ได้เหมือนสินค้า เช่นกรณีห้องพักในโรงแรม หากวันนี้ไม่มีคนใช้บริการก็ถือว่าขายไม่ได้แล้ว มีความเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขของเวลาอยู่มาก

ลักษณะของสินค้าบริการแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ส่วนผสมทางการตลาดจึงจำเป็นต้องมีมากกว่า(4P's) ของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ ส่วนผสมการตลาดของสินค้าบริการ (The Expanding Marketing Mix for Services) ประกอบด้วย 7P's คือสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรที่ให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร

- 4) การตลาดภายนอก (External Marketing) การตลาดภายนอกของบริษัทหมายถึงกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทได้จัดเตรียมผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดของบริการที่บริษัทมีอยู่ไปยังลูกค้า หรือที่เรียกว่าส่วนผสมทาง

การตลาด ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ อี. เจโรม แมคคาร์ธี (E. Jerome McCarthy) (E. Jerome McCarthy, 1990) โดยปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้สามารถควบคุม ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไขได้ รวมทั้งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า เรียกว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 4P's

- **ผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาออกแบบหรือพัฒนาเพื่อมุ่งให้ตรงกับความต้องการของตลาดหรือลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าและหรือบริการ รวมทั้งภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อลูกค้า ซึ่งส่วนที่สำคัญที่สุดของสินค้าและบริการ คือสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
- **ราคา (Price)** การกำหนดราคาต้องให้มีความถูกต้องเหมาะสมโดยพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมายและปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใดปัญหาก็จะเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้แผนงานต่างๆ ที่กำหนดไว้แล้วนั้นเสียหายและนำไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ ดังนั้นราคาจึงเป็นตัวตัดสินใจที่สำคัญ
- **การจัดจำหน่าย (Place)** คือการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีไม่ได้ หากไม่สามารถไปถึงทันเวลาในสถานที่ที่มีความต้องการแล้ว ดังนั้นในเรื่องของการจัดจำหน่ายจึงมีการพิจารณาเรื่องสถานที่และเวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการควรถูกนำไปเสนอขาย
- **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** คือการแจ้งการบอกกล่าวและการขายความคิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องให้ลูกค้าเป้าหมายรับรู้ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ซื้อ รวมทั้งยังทำให้ลูกค้าเป้าหมายมั่นใจว่าผู้ขายมีบริการหรือสินค้าที่ลูกค้าต้องการ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขายและส่งเสริมการขาย

ส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7P's มีส่วนที่เพิ่มเข้ามาดังนี้ บุคคล (People) หมายถึงบุคลากรในองค์กรที่คอยให้บริการและความสะดวกต่างๆแก่ลูกค้าขั้นตอนการให้บริการ (Process) หมายถึงขั้นตอนต่างๆในการให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ

ภาพลักษณ์องค์กร (Physical Evidence) หมายถึงส่วนประกอบขององค์กรที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้เป็นส่วนที่เพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ

การตลาด เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ ส่งเสริม และส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์การธุรกิจต่างๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ การตลาดในทางสังคมหมายถึงกระบวนการทางสังคมซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับการตอบสนองอย่างมีคุณค่าในสินค้าและบริการที่ต้องการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน ส่วนในทางการจัดการการตลาดมักถูกอธิบายในเชิง “ศิลปะของการขายสินค้า” ซึ่งจุดมุ่งหมายแท้จริงของการตลาดคือ ให้รู้จักและเข้าใจลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อจัดสินค้าและบริการที่เหมาะสม การตลาดมักเกิดผลกับลูกค้าที่พร้อมที่จะซื้อ ดังนั้นสินค้าและบริการจึงต้องมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา Peter Drucker กล่าวว่า “บางคนคิดอยู่เสมอว่า การตลาดคือความต้องการขายแต่จุดมุ่งหมายของการตลาดคือการเพิ่มการขายให้มากขึ้น ต้องรู้จักและเข้าใจลูกค้าเป็นอย่างดีเพื่อจัดสินค้าและบริการให้เหมาะกับลูกค้าซึ่งจะทำให้สินค้าหรือบริการนั้นสามารถขายตัวมันเองได้ การตลาดจะได้ผลเมื่อลูกค้าพร้อมที่จะซื้อและเมื่อมีสินค้าหรือบริการพร้อมที่จะขาย”

ตราสินค้าหรือยี่ห้อ (Brand) เป็นข้อเสนอจากแหล่งที่รู้จัก ชื่อตรายี่ห้อ ที่ประกอบไปด้วยหลายอย่างที่ทำให้ผู้บริโภคนึกถึง การผสมผสานสิ่งต่างๆช่วยสร้างภาพลักษณ์ของตรา (Brand Image) บริษัททั้งหลายพยายามสร้างจุดแข็งของตรายี่ห้อ สิ่งเหล่านี้ได้แก่ ความคงทนอยู่ได้นานของตรายี่ห้อ ความชื่นชมในภาพลักษณ์

การตลาดสัมพันธ์ภาพ (Relationship Marketing) มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความน่าพอใจในระยะยาวกับหุ้นส่วนที่สำคัญ ได้แก่ลูกค้า ผู้จัดการจำหน่าย เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ นักการตลาดจะบรรลุสิ่งนี้ได้โดยให้คำสัญญาและส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมตรงตามเวลาปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การทำการตลาดเต็มไปด้วยความซับซ้อนและเกิดกลุ่มทางการตลาดใหม่ๆขึ้นอยู่เสมอ ถ้านักการตลาดและกิจการธุรกิจอยากจะประสบความสำเร็จก็จำเป็นต้องหาเครื่องมือใหม่ๆ และวิธีการใหม่ๆ มาเพิ่มเพื่อดำเนินการ ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวผลักดันเศรษฐกิจใหม่ๆ ได้แก่ การเกิดของดิจิทัล และการเชื่อมต่อ การทำให้ระบบคนกลางหมดไปและเกิดระบบคนกลางแบบใหม่ๆ การกำหนดสินค้าตามความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าเป็นคนกำหนดรายละเอียดเอง และภาวะที่เบนเข้าบรรจบกันของอุตสาหกรรม การตลาดแบบใหม่ให้ความสำคัญกับเรื่องต่างๆมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว เช่นคุณค่าตลอดชีพของลูกค้า ลูกค้าเป็นผู้ทำให้คุณค่าสูงขึ้น โดยการสร้างความคาดหวังด้านคุณค่าขึ้นมา ลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทที่เขารับรู้ได้ว่าสามารถส่งมอบคุณค่าเพื่อลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งถูกกำหนดในรูปของผลต่างระหว่างคุณค่าโดยรวมของลูกค้ากับต้นทุนโดยรวมของลูกค้า ความพอใจของผู้ซื้อเป็นการรับรู้การทำหน้าที่ของผลิตภัณฑ์นั้นกับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งยอมรับว่าความพึงพอใจสูงนำไปสู่ความภักดีของลูกค้าสูงหลายๆบริษัทในปัจจุบันมุ่งการสร้าง ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า สำหรับบริษัทนั้นความพึง

พอใจของลูกค้าเป็นทั้งเป้าหมายและเป็นทั้งเครื่องมือทางการตลาด การเสียลูกค้าที่ทำกำไรมีผลอย่างมาก ต่อกำไรของบริษัท ต้นทุนในการดึงดูดลูกค้าใหม่ต่อคนเป็น 5 เท่าของต้นทุนการรักษาลูกค้าปัจจุบันให้มีความสุขกับบริษัท ญุณแจสำคัญที่นำไปสู่การรักษาลูกค้าคือ การตลาดสัมพันธ์ภาพ ในการรักษาให้ลูกค้ามีความสุข นักการตลาดสามารถเพิ่มผลประโยชน์ทางการเงินหรือทางสังคมผู้ผลิตภัณฑ์หรือการสร้างการผูกพันทางโครงสร้างระหว่างบริษัทกับลูกค้า

คุณภาพคือลักษณะโดยรวมของสินค้า การคงคุณภาพคือการคงไว้ซึ่งความสามารถในการทำกำไร คุณภาพโดยรวมเป็นญุณแจใจไปสู่การสร้างคุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า ผู้จัดการตลาดมีความรับผิดชอบสองประการในบริษัทที่เน้นคุณภาพเป็นสำคัญ ประการแรกต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายโดยการออกแบบเพื่อช่วยให้บริษัทชนะด้วยความเป็นเลิศด้านคุณภาพ ประการที่สองต้องส่งมอบคุณภาพทางการตลาดพร้อมกับคุณภาพทางการผลิต กิจกรรมทางการตลาดซึ่งได้แก่ การวิจัยตลาด การฝึกอบรมพนักงานขาย การโฆษณา การบริการลูกค้าทั้งนี้การที่ผู้ประกอบการจะเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดชนิดใดก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและส่วนผสมของการส่งเสริมการขาย

#### ตัวอย่างของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม พอสรุปได้ดังนี้

- 1) การจัดการด้านสินค้า (Product Management) เป็นการผลิตสินค้าให้เหมาะสมสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุด ในกรณีที่สินค้าเสนอขายตรงกับความต้องการของตลาด หรือ เหมาะสมกับตลาดแล้วนับได้ว่าการดำเนินการด้านการตลาดประสบความสำเร็จไปแล้วเกือบครึ่งหนึ่งของการดำเนินงานสิ่งที่ควรพิจารณาในการจัดการด้านสินค้าคือ ลักษณะของสินค้าในขณะนั้นเป็นสินค้าเก่า (Existing Product) หรือเป็นสินค้าใหม่ (New Product) ช่วงเวลาของสินค้าในขณะนั้นคือ (Product Life Cycle) อยู่ในช่วงแนะนำ (Introduction) เติบโต (Growth) อิ่มตัว (Maturity) หรือตกต่ำ (Decline) การจัดการด้านสินค้าคือการกำหนดว่าสินค้าชนิดใดจะวางขายในตลาดใด กล่าวคือขายสินค้าเก่าในตลาดเก่าหรือขายสินค้าใหม่ในตลาดใหม่ ในลักษณะที่จะสร้างสินค้าใหม่และจะนำไปขายยังตลาดใหม่ๆ
- 2) การจัดการด้านราคา (Price) ราคาของสินค้าประกอบไปด้วยสองส่วนคือ
  - ราคาที่เป็นจริง คือราคาของสินค้าตามสภาพความเป็นจริงหมายถึงต้นทุนวัสดุอุปกรณ์แรงงานการผลิตสินค้า



- ราคาทางจิตใจ คือราคาที่สามารถสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกภูมิใจในการบริโภคสินค้านั้น

การกำหนดราคาสินค้าประเภทของงานศิลปะนั้น หากผู้ผลิตสามารถสร้างคุณค่าหรือราคาทางจิตใจให้แก่ผู้บริโภคได้มากเท่าไรนั้น ก็จะสามารสร้างราคาที่สูงกว่าราคาเป็นจริงได้มากเท่านั้น สิ่งที่ต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดราคาของสินค้านั้นคือลักษณะของผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคสินค้านั้นมีหลายระดับโดยสามารถแยกประเภทได้จากรายได้ อายุ อาชีพ ทางด้านจิตวิทยาเช่น สนใจคุณภาพบริการมากกว่าราคา หรือไม่สนใจคุณภาพมากนักแต่สนใจราคา

- 3) การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) ในระบบงานศิลปะ ผู้ผลิตคือศิลปินซึ่งผู้ผลิตต้องเป็นคนกำหนดว่าผลงานของตนจะวางขายที่ใดบ้าง จึงจะสะดวกแก่ผู้ซื้อ จำเป็นต้องวางขายตรงแก่ผู้บริโภคหรือผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อให้เป็นผู้จำหน่ายให้ ในระบบของการเสนอขายผ่านคนกลาง (Gallery) คนกลางสำหรับสินค้างานศิลปะหมายถึง ดีลเลอร์ (Dealer) หรือเจ้าของแกลอรี (Gallerist) เป็นผู้ที่เสนอขายสินค้างานศิลปะให้แก่ผู้บริโภคโดยการทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ผลิต (ศิลปิน) ในการเจรจา ต่อรองราคา และส่งมอบสินค้า
- 4) การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ผลิตจะเป็นต้องสื่อสารไปยังผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคนำไปประกอบการตัดสินใจซื้อ การส่งเสริมการตลาดอาจจะดำเนินการได้หลายทาง เช่น การโฆษณา (Advertising) ผ่านสื่อต่างๆเช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา หรือส่งให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Mail) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับผู้ผลิต สร้างภาพพจน์ที่ดี การดำเนินการเป็นไปในลักษณะของการแจ้งให้ทราบมากกว่าการกระตุ้น อาจจะเป็นจดหมายข่าว (Newsletter) การแถลงข่าว (Press Conference) หรือการส่งข่าว (Press Release)

การขายโดยตรง (Direct Sale) เป็นการพบปะกับลูกค้าซึ่งอาจจะเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือผู้บริโภคก็ได้ การดำเนินงานอาจจะทำด้วยการเยี่ยมชมเพื่อแจ้งข้อมูลใหม่ (Sale call) การจัดบรรยายให้ความรู้ในรูปแบบสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop/Seminar) การร่วมงานนิทรรศการ(Exhibition) การนำเสนอสู่ลูกค้าโดยตรง(Consumer Presentation)

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เพื่อเป็นการเร่งให้ลูกค้าซื้อเร็วขึ้น อาจจะดำเนินการโดยการกำหนดด้านราคา หรือบริการพิเศษ ส่งเสริมการขาย

การผลิตโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ(Sale Aid) เช่นแผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพยนตร์ แผนที่ สไลด์รูปภาพ เป็นเครื่องมือประกอบการดำเนินงานที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ

**ขั้นตอนการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้**

- 1) การจัดทำข้อมูลพื้นฐาน เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปของตลาด สภาพสินค้า สภาพลูกค้าและสภาพของคู่แข่ง ทั้งนี้เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- 2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Market Segmentation) คือการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มีความเป็นไปได้ในตลาดสูงเช่น ด้านอายุ สภาพสังคม รายได้ และสภาพทางจิตใจ
- 3) การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Objective) การกำหนดวัตถุประสงค์ควรเป็นไปอย่างชัดเจน
- 4) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) กลยุทธ์ด้านสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การให้บริการรวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กร
- 5) การกำหนดงบประมาณ ควรพิจารณาการกำหนดงบประมาณในแต่ละตลาดอย่างเหมาะสม
- 6) การกำหนดเป้าหมาย ควรมีการคาดคะเนเป้าหมายที่จะได้รับให้ชัดเจน
- 7) การติดตามและวัดผล เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพต้องมีการติดตามและวัดผล เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการในอนาคตต่อไป

กระบวนการหาแนวคิดทางการธุรกิจจะแสดงออกมาในรูปของแผนธุรกิจ (Business Plan) ที่แจกแจงรายละเอียดของขั้นตอนการปฏิบัติงาน เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มก่อตั้งกิจการ และผู้ประกอบการที่กำลังจะขยายกิจการและประสงค์จะขอกู้เงินจากสถาบันการเงินและหาผู้ร่วมลงทุน โดยแผนธุรกิจช่วยประกอบการตัดสินใจและการดำเนินธุรกิจให้มีเป้าหมายและทิศทางชัดเจน เปรียบเสมือนแผนที่ในการบอกรายละเอียดในการเดินทาง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการถึงจุดหมายที่ตั้งไว้

- ทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่ชัดเจน และกำหนดแนวทางของความคิดในการประกอบธุรกิจ
- เป็นเครื่องมือที่จะแสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุนและจากสถาบันการเงินต่าง ๆ

- ช่วยบอกรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาการผลิต กิจกรรมด้านการตลาด ซึ่งแผนธุรกิจยังใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการอีกด้วย

## 2.4 แนวคิดแผนธุรกิจ

**แผนธุรกิจ หรือ Business Plan** คือแผนการดำเนินงานของธุรกิจ หรือ โครงการหนึ่งๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้น 1 – 3 ปี และในระยะยาว 3 – 5 ปี อันประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อธุรกิจทั้งทางด้านมหภาค (Macro Analysis) และจุลภาค (Micro Analysis) การวิเคราะห์ธุรกิจของโครงการในแง่มุมต่างๆ ทั้งทางการตลาด ทางด้านการดำเนินงาน ทีมผู้บริหาร และทางการเงิน เพื่อเป็นการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ และเป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ แนวทางการพัฒนาธุรกิจในอนาคต

แผนธุรกิจจะช่วยอธิบายถึงปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดความล้มเหลวหรือความสำเร็จและเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการคาดเดาถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น แผนธุรกิจเป็นเอกสารสื่อในการขายความคิด อันจะทำให้ธุรกิจนั้นเป็นที่ยอมรับ โดยแผนธุรกิจจะอธิบายถึงโอกาสในการลงทุน หรือการทำ ความหวังของผู้ประกอบการมีความกระฉับกระเฉงขึ้น แผนธุรกิจจะช่วยในการเรียบเรียงความคิดต่างๆ อธิบายสภาพปัจจุบันของธุรกิจ บอกถึงทิศทางที่ธุรกิจดำเนินไป รวมทั้งเหตุผลของการกระทำดังกล่าว เช่นเดียวกับการสร้างบ้าน แผนธุรกิจเปรียบเสมือนแบบโครงสร้างพิมพ์เขียวของผู้ประกอบการในการสร้างธุรกิจขึ้นมาใหม่ แผนธุรกิจจึงอาจเรียกได้ว่าเป็นขั้นตอนที่ 1 ของการสร้างธุรกิจ ถ้าขาดการทำให้ความคิดก่อตัวเป็นรูปเป็นร่างนี้แล้ว การลงมือทำธุรกิจอย่างจริงจัง อาจจะเป็นไปได้ลำบาก

แผนธุรกิจจึงเปรียบเสมือนสิ่งที่เชื่อมต่อระหว่างความคิดและความเป็นจริง บทบาทของแผนธุรกิจคือทำให้ผู้ประกอบการทราบได้อย่างชัดเจนว่าจะต้องทำอะไร เมื่อไหร่ แผนธุรกิจของธุรกิจใหม่จะต้องประกอบไปด้วยแผนงานด้านต่างๆ เช่น การตลาด การเงิน การดำเนินการต่างๆ สำหรับช่วง 3-5 ปีแรก

ในบางครั้งธุรกิจอาจครอบคลุมถึงการขยายกิจการของธุรกิจที่ดำเนินการไปแล้วและแผนธุรกิจจะต้องมีการสนองตอบต่อปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปเช่น นโยบายของภาครัฐ ประชากร อุตสาหกรรม ความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ นี้ อาจเป็นการเปิดโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจ สิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในการวางแผนธุรกิจคือ ต้องคิดเสมอว่าการวางแผนธุรกิจเป็นสิ่งที่ต้องการ

ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง แผนธุรกิจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น

การเขียนแผนธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งและเป็นมาตรฐานในการทำธุรกิจสมัยใหม่ไปแล้วก็ว่าได้ ไม่ว่าจะเป็นการขอสินเชื่อหรือการขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อนำเงินมาลงทุน การขอเงินจาก Venture Capital หรือการใช้เงินลงทุนของตนเองก็ดี เนื่องจากจะทำให้เจ้าของกิจการ ผู้ร่วมธุรกิจ หรือธนาคารได้เห็นภาพรวมของโครงการ รวมถึงการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการต่างๆ ว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จะให้ผลคุ้มค่าเมื่อใด มีความสามารถในการชำระหนี้หรือไม่ ก่อนที่จะเริ่มต้นลงทุนในโครงการนั้นๆ จริง โดยแผนธุรกิจนอกจากจะเป็นการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการแล้ว ยังเป็นแผนงานและแผนควบคุมการดำเนินงานของบริษัทได้อีกทางหนึ่งด้วย

#### แผนธุรกิจประกอบไปด้วย

- 1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) เพื่อให้ผู้บริหารหรือผู้พิจารณาแผน ได้ทราบภาพรวมทั้งหมดของโครงการ และผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน ซึ่งประกอบไปด้วยการสรุป ลักษณะโครงการ โอกาสทางการตลาด จุดเด่นเหนือคู่แข่ง สรุปผลทางการเงิน ประวัติของกิจการ/ผู้ประกอบการ สภาพที่ตั้ง และวิสัยทัศน์/ภารกิจหลัก ซึ่งจะต้องเขียนอย่างสั้น กระชับ น่าสนใจ และจัดทำเป็นขั้นสุดท้ายของแผนทั้งหมด เน้นเพื่อให้ทราบว่า ทำธุรกิจอะไรและมีแนวธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร มีโอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนิน ธุรกิจอย่างไร กลยุทธ์ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ( Keys to Success ) ใครคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย มีความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจ เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ ความได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน สร้างความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร
- 2) ประวัติความเป็นมา (Company Summary) ประวัติการจัดตั้ง ทุนของกิจการ และประวัติการเพิ่มทุนของผู้ถือหุ้น การดำเนินธุรกิจประเภทสินค้าและบริการมีอะไรบ้าง กำลังการผลิต ยอดขาย สถานที่ตั้งสำนักงาน สินทรัพย์ถาวรมีอะไรบ้าง เช่น ที่ดิน อาคารสิ่งปลูกสร้าง และเครื่องจักร
- 3) การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)
  - การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน
  - การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก



ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์สถานการณ์จะช่วยให้ทราบถึง ความเป็นไปได้และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของกิจการ

#### 4) วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

- เป้าหมายโดยรวม
- เป้าหมายเฉพาะด้าน ได้แก่
- เป้าหมายและแผนทางการตลาด
- เป้าหมายและแผนทางผลิต
- เป้าหมายและแผนการจัดการด้านองค์กรและกำลังคน
- เป้าหมายและแผนการเงิน

ในการกำหนดเป้าหมาย ต้องพิจารณาถึง ความเป็นไปได้ในการที่จะบรรลุเป้าหมาย สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงควรมีการกำหนดระยะเวลา และเป้าหมายแต่ละด้านควรมีทิศทางเป็นไปในทางเดียวกัน

#### 5) แผนการตลาด

- สินค้าและบริการ (Products and Service) กล่าวถึงว่า Positioning ของสินค้าหรือบริการว่า อยู่ตำแหน่ง จับตลาดเป้าหมายระดับใด และจุดแข็งของสินค้ามีอะไรบ้าง มีการวิเคราะห์ SWOT Analysis
- ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง
- ภาพรวมของตลาดและส่วนแบ่งการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย
- การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาด (ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

#### 6) การจัดการและโครงสร้างองค์กร (Management and Organization) กล่าวถึงประวัติ ประสบการณ์ในการบริหารงานของทีมผู้บริหารเป็นรายบุคคลและหน้าที่รับผิดชอบ ในแผนธุรกิจ และควรมีการวางแผนผังองค์กรเพื่อให้เห็นภาพรวมของอำนาจหน้าที่ในองค์กรของแต่ละบุคคล

#### 7) การดำเนินกิจการ (Operation)

- แผนการผลิต (กล่าวถึงความสามารถในการผลิต กำลังการผลิต)

- การจัดซื้อวัตถุดิบ
- ระบบสินค้าคงคลัง
- กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
- การรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร
- อธิบายผังการผลิต ขั้นตอนการผลิต
- สถานที่ผลิต

8) แผนการเงิน (Finance Plan)

ข้อกำหนดสมมติฐาน ประเมินการ

- งบกำไรขาดทุน
- งบดุล
- งบกระแสเงินสด
- แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน
- จุดคุ้มทุน – ระยะเวลาคืนทุน
- อัตราส่วนทางการเงิน เช่น ROE (Return on Equity) , ROI (Return on Investment), Current Ratio, D/E Ratio เป็นต้น

9) แผนการดำเนินงาน เป็นการนำแผนด้านการผลิต การตลาด การจัดองค์กร และการเงิน มาสรุปเพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ

10) ความเสี่ยง (Critical Risks) กล่าวถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น และอาจพิจารณาถึง ความเสี่ยงจากคู่แข่งในตลาด ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรในอนาคต

11) แผนฉุกเฉินหรือแผนสำรอง เป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้าในกรณีที่เกิดสถานการณ์หรือการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุไม่คาดฝันเกิดขึ้นในกิจการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อในทางลบ เช่น ยอดขายหรือการเก็บเงินจากลูกค้าไม่เป็นไปตามแผน สินค้าถูกกลอกเลียนแบบและขายในราคาที่ถูกลงกว่า สินค้าผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ หรือกำลังคน เป็นต้น

12) ภาคผนวก

- ประวัติของผู้บริหาร โดยละเอียด

- ภาพถ่ายสินค้า สถานที่ตั้ง สถานที่ผลิต แผนที่โดยสังเขป
- ข้อมูลวิจัยตลาดโดยทั่วไป
- ประมาณการงบการเงิน (Financial Sheets)
- บุคคลหรือองค์กรที่สามารถอ้างอิง หรือให้คำรับรอง (References)

กระบวนการหาแนวคิดทางการธุรกิจจะแสดงออกมาในรูปของแผนการตลาด (Marketing Plan) ที่แจกแจงรายละเอียดของขั้นตอนการปฏิบัติงาน

- 1) บทนำ (Introduction) เป็นการอธิบายรายละเอียดของสินค้าและบริการ
- 2) การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด (Market Situation Analysis) ได้แก่การวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไป สภาพเศรษฐกิจ สังคม การวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจ ศิลปะในตลาดปัจจุบัน รวมถึงธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย วิเคราะห์โอกาสทางการตลาด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis) การวิเคราะห์ตลาดทั้ง ผู้ผลิต ผู้ซื้อ การแข่งขัน พฤติกรรมผู้ซื้อและแนวโน้ม การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Segmentation and Target Market Identification)
- 3) การวางแผนการตลาด (Marketing planning) หมายถึงการกำหนดนโยบาย จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective) เป็นเครื่องชี้ทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาด (Product Positioning) การกำหนดกลยุทธ์ สินค้า ราคา ช่องทาง การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด โปรแกรม แผนงาน
- 4) การปฏิบัติการทางการตลาด (Marketing Implementation) หมายถึงกระบวนการประยุกต์แผนการตลาดให้เป็นแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการร่างรายละเอียดแผนปฏิบัติการ ระยะเวลาทั้งระยะยาวและระยะสั้น
- 5) การกำหนดงบประมาณการตลาด (Marketing Budget) ต้องกำหนดเพื่อให้ใช้ได้จริง สำหรับกิจกรรมแต่ละอย่างโดยอาจจะกำหนดตามฐานะขององค์กร ดูจากงบประมาณของคู่แข่ง
- 6) การควบคุมการตลาด (Marketing Control) หมายถึงการติดตามผลการปฏิบัติงานทางการตลาดให้เป็นไปตามแผนการที่วางไว้ โดยอาจจะกำหนดโครงสร้างของหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน มีการควบคุมและการประเมินผลด้วย

**การตลาดแบบกลุ่มย่อย (Niche Market)** เป็นการตลาดที่แคบซึ่งจะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มองหาผลประโยชน์เฉพาะ นักการตลาดมักจะแบ่งตลาดกลุ่มย่อย (Niche) จากการแบ่งตลาด

ออกเป็นกลุ่มๆ (Segment) แล้วเข้าไปเจาะในแต่ละกลุ่มตลาดนั้นๆ (Subsegment) ในแต่ละกลุ่มย่อยจะประกอบไปด้วยผู้บริโภคที่มีกลุ่มของความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น โดยสิ้นเชิงและเต็มใจที่จะจ่ายในราคาแพงให้แก่ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ดีที่สุด ซึ่งตลาดกลุ่มย่อยนี้ จะไม่น่าสนใจสำหรับคู่แข่งเพราะการตลาดกลุ่มย่อยจะทำกำไรได้เฉพาะบางเศรษฐกิจเท่านั้น โดยอาศัยความชำนาญเฉพาะ นอกจากนี้ตลาดย่อย มีขนาด กำไร และศักยภาพที่สามารถจะเติบโตได้อีก การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย (Customized marketing) โดยการให้ลูกค้าออกแบบสินค้าและบริการ โดยที่บริษัทไม่จำเป็นต้องผลิตเอง เพียงแต่บริษัทมีฐานสำหรับออกแบบและเครื่องมือสำหรับออกแบบให้ลูกค้าสามารถออกแบบสินค้าของตนเองได้

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กันคือ

- 1) กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) หมายถึงการใช้เงินจำนวนมากในการส่งเสริมการขายเพื่อมุ่งไปสู่ระดับของผู้บริโภค เพื่อสร้างความต้องการซื้อของผู้บริโภค
- 2) กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) หมายถึงการใช้หน่วยงานขายหรือคนกลางช่วยผลักดันสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายไปยังผู้บริโภค ซึ่งเป็นการใช้การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขายและส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง
- 3) กลยุทธ์ผสม (Push Pull Strategy) เป็นการใช้การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค ร่วมกับการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง หรือการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค ร่วมกับการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค คนกลางและพนักงานขายร่วมกัน

การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดผู้ติดต่อทางการตลาดจะต้องดำเนินการตอบสนองขั้นสุดท้ายคือพฤติกรรมซื้อแต่การซื้อไม่ได้เกิดขึ้นทันทีทันใด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีกระบวนการก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ 3 ขั้นตอน เกิดความเข้าใจ คือ เกิดการรับรู้ รู้จักหรือเกิดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เกิดความมีเหตุผล หรือ เกิดความสนใจความชอบ ทักษะที่ดี ความเชื่อมั่นในสินค้าและความตั้งใจซื้อสินค้า เกิดพฤติกรรม คือผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ

การกำหนดงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดสามารถใช้วิธีการดังต่อไปนี้

- กำหนดตามความสามารถที่จะจ่ายได้
- กำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย
- วิธีเปรียบเทียบจากคู่แข่ง



- กำหนดจากวัตถุประสงค์และงาน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดได้แก่

- ลักษณะตลาด
- ลักษณะของผลิตภัณฑ์
- กลยุทธ์ที่เลือกใช้
- ความพร้อมของผู้ซื้อ
- วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

### นิยามศัพท์

**กลยุทธ์การตลาด** หมายถึง เทคนิคและวิธีการทางการตลาดที่ผู้ประกอบการจะนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร ให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดคือตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย สำหรับธุรกิจบริการ คือแผนงานที่มีความพร้อมสมบูรณ์ครอบคลุมครบถ้วนทุกด้านและสามารถสอดคล้องเข้ากันได้ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจมีข้อได้เปรียบในการเผชิญสภาพแวดล้อมต่างๆ กลยุทธ์จะถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นหลักประกันว่า วัตถุประสงค์ของกิจการจะมีทางบรรลุผลสำเร็จ คือสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้

### 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

คำว่า “ผู้ประกอบการ” ตามพจนานุกรมหมายถึงบุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังกำไร (มุสดี รุมาคม, 2537:29) ผู้ประกอบการหมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจและต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ จึงออกมาดำเนินธุรกิจของตนเอง และพัฒนามาเป็นรูปแบบองค์การทางธุรกิจ ในลักษณะของผู้ผลิตสินค้า (Manufacturer) การบริการ (Service) การค้าส่ง (Wholesaler) การค้าปลีก (Retailer) และอื่นๆ (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2541:4)

ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการโดยรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกัน และนำสติปัญญาความสามารถ ประสบการณ์ วิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสม เพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าหรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543:39)

ผู้ประกอบการหมายถึง ผู้มองเห็นโอกาสและช่องทางต่างๆ แล้วลงมือสร้างธุรกิจของตนเองขึ้นอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการลงทุนและจัดสรรทรัพยากรต่างๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการสำเร็จรูปซึ่งอาจเป็นสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ก็ได้สู่ท้องตลาด เพื่อสร้างรายได้แก่ตนเอง(วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542: 28)

แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

- 1) ผู้ประกอบการสามารถสร้างขึ้นมาได้
- 2) ไม่ใช่ทุกคนที่จะเป็นผู้ประกอบการแต่ทุกคนสามารถมีความเป็นผู้ประกอบการหรือพลังสร้างสรรค์ได้
- 3) ธุรกิจขนาดย่อมคือแปลงเพาะพันธุ์ หรือจุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ประกอบการ
- 4) นวัตกรรมคือจุดแรกแห่งความสำเร็จ

จากการศึกษาของ The Management System International in Washington, D.C. (อ้างใน อรพินธ สันติศิริรากุล, 2542 : 133) พบว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จประกอบไปด้วยคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ(Personal Entrepreneurial Characteristics) หรือที่เรียกว่า PECs ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ศักยภาพ 10 คุณลักษณะดังนี้

- 1) ศักยภาพแห่งความสำเร็จ(Achievement Competencies)

- การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)

- ความมุ่งมั่น (Persistence)

- ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (Commitment to Work Contract)

- ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

- 2) ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies)

- การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)

- การประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring)

- การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)
- 3) ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies)
- การจูงใจ การชักชวน การมีเครือข่าย (Persuasion and Networking)
  - ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence)

คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542 : 29-31) ที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จควรประกอบไปด้วยคุณสมบัติอย่างน้อย 7 ประการดังนี้

- 1) เป็นนักแสวงหาโอกาส คนที่จะเป็นเจ้าแก้มใหม่จะต้องเป็นคนที่มีมองเห็น โอกาสต่างๆ ได้แม้อยู่ในภาวะวิกฤติ โอกาสที่มองเห็นนั้นก็สามารหยิบฉวยมาใช้ประโยชน์ได้ เหมาะกับความสามารถหรือความเชี่ยวชาญที่เรามีอยู่ด้วย ไม่ใช่มองเห็น โอกาส แต่ไม่มีความสามารถก็ถือว่า “เสียของ”
- 2) ต้องเป็นนักเสี่ยง คือเป็นคนกล้า ใต้กล้าเสีย เมื่อได้เห็น โอกาสและพอมีความสามารถ อยู่บ้างก็ต้องกล้าเสี่ยงที่จะลุยทำไปเลย ไม่ใช่จดจ้องๆ กล้าๆกลัวๆ รอจนมันใจก็ช้าเกินไป การเสียแล้วความเป็นนักเสี่ยงไม่ใช่ทำอย่างใจกล้าบ้าบิ่นไม่มีหลักการเลย
- 3) ต้องเป็นคนที่มีความคิดริเริ่ม ความคิดริเริ่มหรือความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของเจ้าแก้มใหม่ เพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูงมากอยู่แล้วในปัจจุบัน ความคิดนึกแนวจากเดิม มักเป็นจุดเริ่มต้นที่ดึงดูดลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์อาจหมายถึงรวมถึงความเพื่อฝันด้วยก็ได้ แต่เป็นความเพื่อฝันที่เป็นไปได้
- 4) ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย เจ้าแก้มใหม่ต้องมีความอดทน มีความฮึด โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกของการสร้างตัวหรือสร้างธุรกิจใหม่ๆ ต้องเป็นคนที่มีความมุ่งมั่นและยืนหยัดต่อสู้แม้จะประสบความสำเร็จล้มเหลวเป็นระยะๆ ความไม่ท้อถอยง่ายๆ ทำให้เราเป็นคนไม่ล้มเหลวหรือจับจด และรู้จักอดทนใจเย็นพอที่จะรอคอยเก็บผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- 5) ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ การเป็นคนที่รักการเรียนรู้อยู่เสมอทำให้เรามีความคิดสร้างสรรค์และเป็นผู้ที่ตื่นตัวตลอดเวลา มีความสนใจสิ่งรอบตัวจึงปรับเปลี่ยนตัวรับ

การเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วทันการณ์ การใฝ่รู้ยังทำให้เรารู้จักปรับปรุงงานต่างๆ ให้ดีขึ้นด้วย

- 6) ต้องเป็นคนมีวิสัยทัศน์กว้างไกล การมีจุดหมายในอนาคตที่ชัดเจนคือรู้ว่าจะไปไหน และมีแนวทางดำเนินการไปสู่จุดหมายนั้นอย่างชัดเจน ทำให้เราไม่เดินออกนอกถนนอกทางอย่างสะเปะสะปะไร้ทิศทาง
- 7) ต้องมีเครือข่ายดี ถ้าแก่ใหม่ที่มีเครือข่ายดีหมายถึง มีเพื่อนฝูงมากมีคนช่วยชี้แนะช่วยสนับสนุนช่วยเหลือและมีแหล่งข้อมูลมากมาย

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไม่ใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้แบบเจาะหรือหล่อหลอม ใฝ่หาฝึกฝน เพื่อการพัฒนาไปสู่คุณลักษณะที่ดี ดังได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งไม่ใช่พรสวรรค์แต่เป็นพรแสวง

ในการกำหนดราคาของสินค้า ต้องกำหนดจากความจำเป็นพื้นฐานด้านต้นทุน ซึ่งในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้กำหนดราคาสินค้าที่ตนเองผลิตจากต้นทุนของวัตถุดิบและความต้องการรายรับในแต่ละเดือนตามความเหมาะสมกับคุณวุฒิและวัยวุฒิของผู้วิจัย ดังที่แสดงให้เห็นในตารางเงินเดือนของผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งกรณีของผู้วิจัยเอง หากจบการศึกษาในระดับปริญญาโท ก็จะมีค่าเฉลี่ยอัตราารายรับอยู่ที่ 8,870 บาท ต่อเดือน

## 2.6 ตารางแสดงเงินเดือนโดยเฉลี่ยสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา

ตารางสรุปการพิจารณาคุณวุฒิผู้สำเร็จการศึกษา	
คุณวุฒิ	อัตราเงินเดือน
ปริญญาตรี (Bachelor's degree)	อันดับบ.3 ขั้น 7,260 บาท
ปริญญาโท (Master's degree)	อันดับบ.4 ขั้น 8,870 บาท
ปริญญาเอก (Doctor of Philosophy)	อันดับบ.5 ขั้น 12,000 บาท



(ที่มา [http://www.mua.go.th/users/withanya/TW/fileLink/TW\\_Japan.htm](http://www.mua.go.th/users/withanya/TW/fileLink/TW_Japan.htm))



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved