

การศึกษความเป็นไปได้ทางการเข้าสู่ตลาดของ “ARTLONGA”
ธุรกิจให้บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ.2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแผนธุรกิจ ARTLONGA บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูลและโอกาสความเป็นไปได้ของธุรกิจ จนสามารถพัฒนาสู่รูปแบบบริษัทในการเข้าสู่ตลาด ตลอดจนมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และสามารถประสบความสำเร็จในอนาคตได้

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างดีด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง รวมทั้งอาจารย์กฤษกร สุขเวชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่ได้ให้คำแนะนำ การสร้างรูปแบบธุรกิจที่สร้างความแตกต่างจากเดิม พร้อมทั้งแนะนำความเป็นไปได้ในรูปแบบธุรกิจที่ทางคณะผู้จัดทำได้สร้างสรรค์ขึ้นให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งขอขอบพระคุณ คณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ชเนศ สำรังเวทย์ และอาจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ ซึ่งได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมจนสามารถแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คุณรัชชัย สมคง นักสะสมงานศิลปะและบรรณาธิการนิตยสาร Fine Art Magazine คุณสุคนธ์ พาร์มานี นักสะสมงานศิลปะ รวมทั้งแกลเลอรี และหอศิลป์วัฒนธรรม กรุงเทพฯ สำหรับการให้คำปรึกษา และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการบริหารห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะและให้คำแนะนำเพื่อพัฒนารูปแบบธุรกิจนี้ให้มีความเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา และเพื่อนร่วมรุ่นสาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม รุ่น 17C วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ให้การสนับสนุนในทุกด้านแห่งความสำเร็จ และเป็นกำลังใจสำคัญของผู้จัดทำ รวมทั้งนางสาวฐาปนี สอนเทียนต์ และนายชโนดม เตชะศิริเชษฐ์ สำหรับการร่วมกันค้นคว้าหาข้อมูลในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ หากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษา ขอมอบคุณประโยชน์ให้กับบุคคลที่ข้าพเจ้าเอ๋ยมาข้างต้น และคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ ด้วย

อรณิชา จงเจริญ

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันตลาดศิลปะมีความเจริญเติบโตมากกว่าในอดีต จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าของประเทศไทยในปี พ.ศ.2558 พบว่าค่าเฉลี่ยกลุ่มธุรกิจแกลเลอรีมีรายได้รวมอยู่ที่ 350 ล้านบาท และข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์แสดงให้เห็นว่ามีบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับแกลเลอรีจดทะเบียนเพิ่มขึ้นประมาณ 15-20% ตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 แสดงให้เห็นว่ามีธุรกิจที่สนับสนุนเกี่ยวกับการซื้อ-ขายศิลปะเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างมาก พร้อมกับจำนวนนักสะสมงานศิลปะที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งหากจะแบ่งประเภทของนักสะสมงานศิลปะจะสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ประเภทแรกคือนักสะสมที่ชื่นชอบในผลงานและต้องการเก็บงานศิลปะไว้เพื่อเป็นคุณค่าทางจิตใจ ประเภทที่สองคือนักสะสมที่สะสมงานศิลปะเพื่อเก็งกำไรในอนาคต แต่ไม่ว่าจะเป็นนักสะสมประเภทใด สิ่งที่สำคัญอีกประการสำหรับนักสะสมงานศิลปะคือการดูแลและเก็บรักษางานศิลปะให้อยู่ในสภาวะที่เหมาะสม เพราะวัสดุของงานศิลปะมีหลายแบบ และในแต่ละแบบก็มีวิธีการดูแลรักษาที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยหลักที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานศิลปะคือ การเก็บรักษา การเคลื่อนย้าย การขนส่ง และการติดตั้งงานศิลปะ

จากปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดเป็นแนวคิดธุรกิจ ARTLONGA (อาร์ตลองก้า) ซึ่ง ARTLONGA คือผู้ให้บริการ การจัดการงานสะสมศิลปะอย่างครบวงจร โดยนำเสนอบริการทั้งหมด 4 บริการคือ ห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ การขนส่งงานศิลปะ การติดตั้งงานศิลปะ และการทำความสะอาดงานศิลปะ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือนักสะสมงานศิลปะในประเทศไทย และกลุ่มเป้าหมายรองคือพิพิธภัณฑ์ศิลปะและหอศิลป์ ซึ่งคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับคือ ความปลอดภัยจากบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะที่มีการควบคุมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับงานศิลปะแต่ละประเภท ความเชี่ยวชาญจากบุคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการจัดการงานศิลปะ และความครบวงจรจากการบริการจัดการงานสะสมศิลปะ ตั้งแต่การแนะนำในการติดตั้ง การขนย้าย ไปจนถึงการจัดเก็บงานในห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ

จากการศึกษาการทำธุรกิจให้บริการการจัดการงานสะสมศิลปะ ARTLONGA มีเป้าหมายทางการตลาดคือ เป็นที่รู้จักในด้านของผู้ดูแลผลงานศิลปะที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการดูแลรักษา การขนส่ง และจัดเก็บผลงานศิลปะให้กับทั้งนักสะสมงานศิลปะ แกลเลอรี และศิลปิน โดยการสร้างการรับรู้ในการบริการของ ARTLONGA ให้เป็นที่รับรู้ในวงการศิลปะประเทศไทยอย่างกว้างขวางจนเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

เป้าหมายทางการตลาดในระยะแรกของ ARTLONGA คือการสร้างการรับรู้ในกลุ่มกับนักสะสมงานศิลปะ ศิลปิน และแกลเลอรีเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ โดยทำการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มนักสะสมทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งยังให้นักสะสมสามารถทดลองใช้บริการในช่วงแรกได้ในราคาพิเศษ สำหรับเป้าหมายทางการตลาดในระยะยาวคือการเป็นผู้ให้บริการหลังการขายงานศิลปะแบบครบวงจร เป็นแบรนด์แรกที่นักสะสมจะนึกถึงเมื่อต้องการใช้บริการ โดยมีแผนที่จะทำ CRM อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสังคมของนักสะสมและเป็นฐานข้อมูลสำหรับนักสะสมในการค้นหา แลกเปลี่ยนงานศิลปะในอนาคต

ARTLONGA ทำการศึกษาข้อมูลเพื่อวางแผนด้านการตลาด และวางแผนการทำกลยุทธ์ทางการตลาดไว้ 4 รูปแบบคือ กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง โดยเน้นเรื่องการดูแลหลังการสะสมงานศิลปะ ซึ่งยังมีความต้องการในธุรกิจประเภทนี้อยู่ กลยุทธ์ด้านการตั้งราคา โดยจะตั้งราคาตามคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Value Based Pricing) และการกำหนดราคาแบบบวกกำไร (Cost-Based Pricing) กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า ซึ่ง ARTLONGA จะใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 ช่องทางคือ ออนไลน์และออฟไลน์ และกลยุทธ์สุดท้ายคือ กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยการโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดนี้จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เกิดรายได้และเกิดการเติบโตของบริษัทฯ ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 ประเภทของงานศิลปะ	6
1.2.1 วิจิตรศิลป์ (Fine Art)	7
1.2.2 ศิลปะประยุกต์ (Applied Art)	7
1.3 ลักษณะของงานศิลปะ	9
1.3.1 ลักษณะของงานศิลปะแบ่งตามประเภทของวัสดุ	9
1.3.2 ประเภทของงานศิลปะ	10
1.4 ประเภทของนักสะสม	13
1.4.1 นักสะสมจากความชื่นชอบ	13
1.4.2 นักสะสมการลงทุนระยะสั้น	13
1.5 การให้บริการเกี่ยวข้องกับงานศิลปะ	14
1.5.1 การเก็บรักษางานศิลปะ	14
1.5.2 การขนส่งงานศิลปะ	17
1.5.3 การติดตั้งผลงานศิลปะ	17
1.5.4 การดูแลทำความสะอาด	18
บทที่ 2 ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบการทำธุรกิจ	20
2.1 ภาพรวมของบริษัท	20
2.2 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)	21
2.3 เป้าหมายทางธุรกิจ	23
2.3.1 ระยะสั้น	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.2 ระยะยาว	23
2.4 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ	23
2.4.1 บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ	24
2.4.2 บริการขนส่งงานศิลปะ	25
2.4.3 บริการติดตั้งผลงานศิลปะ	26
2.4.4 บริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ	28
2.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ	28
2.5.1 ความสะดวก (Convenience)	28
2.5.2 ความเชี่ยวชาญ (Expertise)	29
2.5.3 ความปลอดภัย (Safety)	29
บทที่ 3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	30
3.1 ตลาดเป้าหมาย	30
3.1.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)	30
3.1.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)	31
3.2 คาดการณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	33
3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)	33
3.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)	34
บทที่ 4 แผนการตลาด	35
4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Goal)	35
4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	35
4.3 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)	35
4.3.1 คู่แข่งทางตรง	36
4.3.2 คู่แข่งทางอ้อม	36
4.4 หัวใจสำคัญของแบรนด์ (Brand Essence)	39
4.4.1 ครบวงจร (Integrated Services)	39
4.4.2 เชี่ยวชาญ (Expertise)	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4.3 ปลอดภัย (Safety)	40
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)	40
4.5.1 กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง (Product differentiation)	40
4.5.2 กลยุทธ์ด้านการตั้งราคา (Pricing Strategy)	41
4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)	43
4.5.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC strategy)	46
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ	48
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	53
ภาคผนวก ก การประกวดงานศิลปกรรมที่สำคัญ	54
ภาคผนวก ข ข้อมูลพิพิธภัณฑ์สถานและหอศิลป์ในประเทศไทย	55
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์จากนักสะสมและแกลเลอรีในประเทศไทย	61
ภาคผนวก ฉ บทสัมภาษณ์อาจารย์และศิลปิน	68
ภาคผนวก ง บทสัมภาษณ์หน่วยงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการงานศิลปะ	70
ภาคผนวก จ บทสัมภาษณ์หอศิลป์	73
ภาคผนวก ฉ การวิจัยการทำการตลาดของธุรกิจศิลปะในไทย (Market research)	74
ภาคผนวก ช การดูแลและตรวจสอบสภาพงานศิลปะ	80
ภาคผนวก ซ การทำความสะอาดงานศิลปะ	89
ภาคผนวก ฌ การซ่อมแซมงานศิลปะ	99
ภาคผนวก ฉ การบรรจุหีบห่องานศิลปะ	102
ภาคผนวก ฎ การเคลื่อนย้ายและขนส่งงานศิลปะ	112
ภาคผนวก ฏ การรับประกันผลงานศิลปะ	117
ประวัติผู้วิจัย	119

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	ลักษณะของงานศิลปะแบ่งตามประเภทของวัสดุ	9
1.2	ระดับความขึ้นสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับวัสดุที่แตกต่างกัน	14
2.1	อัตราค่าบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	24
2.2	อัตราค่าบริการเคลื่อนย้ายงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	25
2.3	อัตราค่าบริการการบรรจุหีบห่องานศิลปะ (หน่วย: บาท)	26
2.4	อัตราค่าบริการติดตั้งงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	26
2.5	ตารางแสดงความเข้มของแสงที่เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท	27
2.6	อัตราค่าบริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	28
4.1	เปรียบเทียบคู่แข่งทางอ้อมของธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับงานศิลปะ	37
4.2	อัตราค่าบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ	41
4.3	อัตราค่าบริการขนส่งงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	41
4.4	อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่องานศิลปะ (หน่วย: บาท)	42
4.5	อัตราค่าบริการติดตั้งงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	42
4.6	อัตราค่าบริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ (หน่วย: บาท)	42

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กราฟแสดงอัตราการเติบโตของมูลค่างานศิลปะโดย Christie's and Sotheby's	1
1.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยมูลค่าของกลุ่มธุรกิจแกลเลอรีขนาดต่างๆ	2
1.3 กราฟแสดงอัตราผลตอบแทนจากการสะสมของสะสมต่างๆ	2
1.4 โปสเตอร์การแสดงผลงานศิลปะแห่งชาติ ครั้งที่ 61	3
1.5 การประกวดศิลปกรรม Young Thai Artist Award 2016 โดยมูลนิธิเอสซีจี	4
1.6 การประกวดศิลปกรรม โดย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	4
1.7 อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับมูลค่าเพิ่มของงานศิลปะ	5
1.8 พิพิธภัณฑสถานศิลปะไทยร่วมสมัย MOCA ของคุณบุญชัย เบญจรงค์กุล	5
1.9 ผลงานศิลปะของ Jackson Pollock ชื่อ "Convergence"	6
1.10 ผลงานการออกแบบขวดน้ำ SPRINKLE ของคุณมกร เขาว่านิช ซึ่งได้รับรางวัลการออกแบบ Red Dot Award	7
1.11 การนำผลงาน "Composition" ของ Piet Mondrian ประยุกต์เข้ากับการออกแบบหัตถศิลป์	8
1.12 การนำผลงานภาพพิมพ์ของ Andy Warhol มาประยุกต์เข้ากับเครื่องแต่งกายของ Uniqlo	8
1.13 ภาพวาดสีหมึกบนกระดาษซึ่งเป็นวัสดุประเภทสารอินทรีย์	9
1.14 รูปปั้นเซรามิก Oval Sculpture (No.2) ของ Barbara Hepworth	10
1.15 ชั้นและโครงสร้างของงานศิลปะประเภทภาพวาด	10
1.16 ลักษณะโครงสร้างงานศิลปะแบบภาพตัดขวาง	11
1.17 งานศิลปะบนพื้นผิวทองแดง (ซ้าย) โครงสร้างไม้ของงานศิลปะบนผ้าใบ (ขวา)	11
1.18 รูปปั้นเดวิด ของมิกเคิลัน เจโล	12
1.19 ประติมากรรม Love Sculpture ในรัฐฟิลาเดเฟีย ประเทศสหรัฐอเมริกา	13
1.20 ความเปลี่ยนแปลงของประเภทสีประเภทต่างๆ ในสภาวะความชื้นที่แตกต่างกัน	15
1.21 การจัดเก็บผลงานศิลปะในแบบต่างๆ	16
1.22 โกดังพักงานศิลปะของหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพ	16
1.23 การบรรจุหีบห่อให้กับงานศิลปะก่อนการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง	17

สารบัญรูปรภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
1.24 ตัวอย่างการติดตั้งผลงานศิลปะในต่างประเทศ	18
1.25 การทำความสะอาดภาพสีน้ำมันบนผืนผ้าใบ	18
1.26 งานประติมากรรมสำริด ที่อยู่ระหว่างการดูแลรักษาของสำนักช่างสิบหมู่	19
2.1 ตราสินค้า	20
2.2 แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)	22
2.3 ห้องมั่นคงสำหรับจัดเก็บงานศิลปะ (Art Storage)	24
2.4 แสดงตัวอย่างการบรรจุงานศิลปะเพื่อขนย้ายจาก Procedures and conservation-standards for museum collections in transit and on exhibition	25
2.5 การติดตั้งงานศิลปะเพื่อจัดแสดงในต่างประเทศ	27
2.6 ตัวอย่างก่อนและหลังการทำความสะอาด และซ่อมแซมงานศิลปะ	28
3.1 กิจกรรมการศึกษานิทรรศการ CROSSOVER The Unveiled Collection	31
3.2 หอศิลป์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ	32
3.3 นำทองแกลเลอรี (Numthong Gallery) หอศิลป์เอกชนที่ดำเนินการมากกว่า 19 ปี	33
4.1 Christie's Fine Art Storage Services (CFASS) ในประเทศสิงคโปร์ขนาด 2,200 ตร.ม.	37
4.2 ตำแหน่งและภาพลักษณ์ทางการตลาด	38
4.3 Facebook Hybrid Art Collectors ที่นักสะสมงานศิลปะในประเทศไทยเข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแสดงผลงานศิลปะไว้ที่สะสม	44
4.4 เอกสาร Bangkok Art map ประกอบด้วยแผนสถานที่ที่มีการจัดแสดง	44
4.5 นิตยสาร Fine Art สื่อสิ่งพิมพ์แรกที่น่าเสนอข้อมูลในวงการศิลปะ	45
4.6 ภัณฑารักษ์ คุณชล เจนประภาพันธ์ (ซ้าย) คุณธวัชชัย สมคง (ขวา)	46

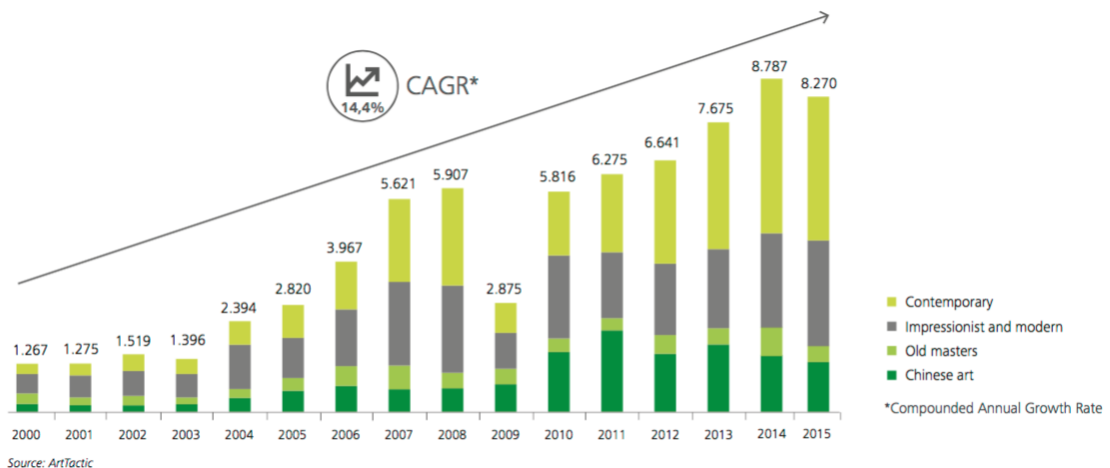
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

มูลค่าของผลงานศิลปะในตลาดโลกนั้นมีการเติบโตขึ้นในทุกๆ ปี โดยมีข้อมูลจากการประมูลผลงานศิลปะที่จัดขึ้นโดย Christie's และ Sotheby's ที่เป็นบริษัทประมูลผลงานศิลปะในระดับนานาชาตินั้นระบุว่า รายได้จากการประมูลผลงานศิลปะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงปีละประมาณ 14.4%

Figure 1. Christie's and Sotheby's auction sales (in millions US\$) by category 2000-2015



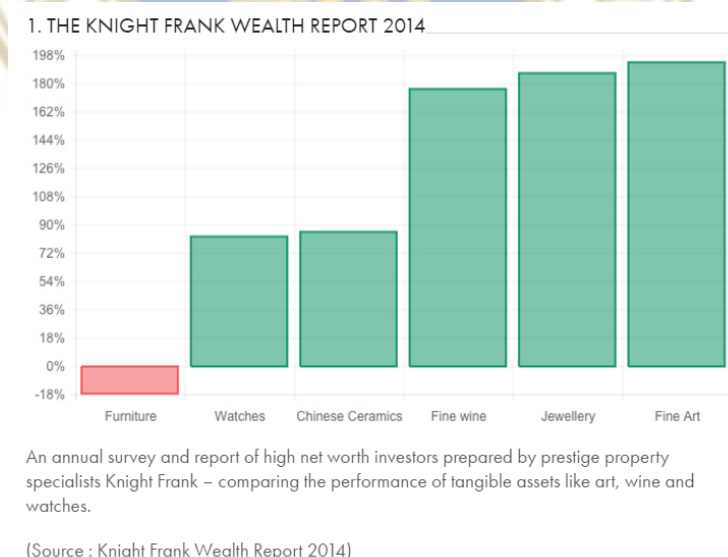
ภาพที่ 1.1 กราฟแสดงอัตราการเติบโตของมูลค่างานศิลปะโดย Christie's and Sotheby's

ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการเติบโตของตลาดงานศิลปะมากขึ้น เมื่อเทียบกับหลายปีก่อน โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ระบุว่าภาพรวมกลุ่มธุรกิจประเภทแกลเลอรีนั้นมีมูลค่าสูงถึง 600 ล้านบาท โดยการซื้อขายงานศิลปะในประเทศไทยในช่วงแรกนั้น มีจุดเริ่มต้นจากการนำของศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี (คอร์ราโด เฟโรซี - Corrado Feroci) จัดแสดงงานศิลปกรรมแห่งชาติครั้งที่ 1 เพื่อให้ชาวไทยและชาวต่างชาติในสมัยนั้น ได้รับรู้ถึงความเคลื่อนไหวและคุณค่าของงานศิลปะ ส่งผลให้ในปัจจุบัน เกิดการซื้อและสะสมงานศิลปะต่างๆ ทั้งในหมู่นักสะสมชาวไทย และชาวต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสะสมด้วยใจรัก

งบกำไรขาดทุน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มธุรกิจ		
	ขนาดเล็ก (S)	ขนาดกลาง (M)	ขนาดใหญ่ (L)
รายได้หลัก	20,436,174.25	192,154,461.78	394,908,335.44
รายได้รวม	19,371,651.24	192,625,068.86	397,816,202.13
ต้นทุนขาย	16,544,476.12	105,215,175.69	265,411,018.50
กำไร (ขาดทุน) ขั้นต้น	11,079,823.13		206,644,589.80
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริการ	3,204,142.01	80,216,106.17	113,488,284.78
รายจ่ายรวม	17,747,077.82	185,570,186.88	378,795,987.63
ดอกเบี้ยจ่าย	288,627.74	3,837,085.76	3,237,981.26
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษี	792,041.55	3,765,951.32	15,782,233.24
ภาษีเงินได้	342,441.99	1,190,824.57	6,843,300.63
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	618,537.61	2,745,244.54	10,079,482.71

ภาพที่ 1.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยมูลค่าของกลุ่มธุรกิจแกลเลอรีขนาดต่างๆ

ภายหลังจึงเริ่มมีกลุ่มนักลงทุน ซึ่งเป็นผู้ที่มีรายได้สูงเริ่มให้ความสนใจและเก็บสะสมงานศิลปะมากขึ้น จนทำให้การสะสมผลงานศิลปะในปัจจุบัน เป็นการสะสมเพื่อสร้างกำไร เปรียบได้กับการถือครองสินทรัพย์ หรือการลงทุนอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีข้อมูลจาก Knight Frank Wealth Report ปี 2014 พบว่า การสะสมงานศิลปะให้ผลตอบแทนสูงกว่าการสะสมอื่นๆ เช่น ไวน์ เครื่องเพชร นาฬิกา หรือเครื่องปั้นดินเผา



ภาพที่ 1.3 กราฟแสดงอัตราผลตอบแทนจากการสะสมของสะสมต่างๆ



ภาพที่ 1.6 การประกวดศิลปกรรม โดย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

มูลค่าของผลงานศิลปะนั้น อาจไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ เนื่องจากราคาซื้อขายในตลาดมิได้มีเกณฑ์ชี้วัดที่ชัดเจนว่าผลงานใดควรมีมูลค่าเท่าไร ราคาของผลงานศิลปะหนึ่งชิ้นไม่มีกลไกตลาดใดมารองรับ มูลค่าของผลงานขึ้นอยู่กับความพอใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ตกลงร่วมกัน ซึ่งมูลค่าของงานศิลปะหนึ่งชิ้นจะแปรผันตามชื่อเสียงของศิลปิน หากศิลปินเจ้าของภาพมีชื่อเสียงงานนั้นๆ จะมีราคาสูงตามไปด้วย โดยกลไกนี้เองที่แกลเลอรีนำมาใช้ในการประเมินมูลค่างานศิลปะเพิ่มมูลค่าให้กับศิลปินและตัวผลงาน หรือแม้แต่ตัวนักสะสมเองก็อาศัยกลไกนี้ในการสร้างมูลค่าของผลงานศิลปะที่ตนเองครอบครองอยู่ ด้วยการสร้างพิพิธภัณฑ์ หรือแกลเลอรีขึ้นเป็นของตนเองเพื่อรองรับผลงานศิลปะของศิลปินที่ตนเองครอบครอง เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับศิลปินและมูลค่าเพิ่มของงานศิลปะทางอ้อม ด้วยการเปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงผลงานศิลปะที่ตนเองครอบครอง และทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง



ภาพที่ 1.2 อาจารย์เจริญชัย โฆษิตพิพัฒน์ ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับมูลค่าเพิ่มของงานศิลปะ



ภาพที่ 1.3 พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย MOCA ของคุณบุญชัย เบญจรงคกุล

จากที่กล่าวมา เมื่อผลงานศิลปะบางชิ้นมีอาจประเมินมูลค่าได้ ทำให้การดูแล และการเก็บรักษาย่อมแตกต่างจากการเก็บรักษาสินทรัพย์ประเภทอื่นๆ ผลงานศิลปะแต่ละประเภทยังสร้างจากวัสดุ หรือสื่อที่แตกต่างกัน จึงทำให้การดูแลและการเก็บรักษาแตกต่างกันไปด้วย แม้จะเป็นผลงานศิลปะเหมือนกันก็ตาม หากงานศิลปะขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสม หรือถูกปล่อยทิ้งไว้จนชำรุด มูลค่าของผลงานศิลปะชิ้นนั้นๆ จะตกต่ำลง และไม่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเจ้าของผลงานได้เท่าที่ควร ดังนั้นการเก็บและดูแลรักษางานศิลปะอย่างเหมาะสม จึงเป็นสิ่งที่นักสะสมหลายๆ คนให้ความสำคัญ เช่นเดียวกับการเก็บรักษาสินทรัพย์ หรือของสะสมชนิดอื่นๆ

ดังนั้น เมื่องานศิลปะต้องการการดูแลรักษาแบบเฉพาะทาง จึงทำให้เกิดแนวคิดในการรับจ้างเก็บรักษา และดูแลผลงานศิลปะ เนื่องจากประเทศไทยในปัจจุบัน มีนักสะสมทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทยที่นิยมในการชมและสะสมผลงานศิลปะเพิ่มมากขึ้น แต่กลับยังไม่มีบริการเกี่ยวกับการดูแลงานศิลปะอย่างเป็นระบบและครบวงจร จึงเกิดเป็นช่องว่างและโอกาสสำหรับธุรกิจการให้บริการเก็บและดูแลรักษาผลงานศิลปะอย่างครบวงจรขึ้น

1.2 ประเภทของงานศิลปะ

ศิลปะ มีนิยามที่หลากหลายแตกต่างกันตามแหล่งที่มา และวัฒนธรรม คำว่าศิลปะในปัจจุบันสากลตามหลักสูตรทั่วไป คือ ความหลากหลายของกิจกรรมที่มนุษย์สร้าง หรือประดิษฐ์ขึ้น ด้วยการแสดงออกด้วยการสร้างสรรค์ ผ่านเทคนิคต่างๆ และกลั่นกรองมาจากความคิดที่ศิลปินคนหนึ่งต้องการถ่ายทอด เช่น บริบทของสังคม วัฒนธรรม การเมือง ศาสนา ความรักหรือวิทยาศาสตร์

ผลงานศิลปะเป็นผลจากการกระทำของศิลปิน เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดแนวความคิดของศิลปินคนนั้นๆ ผู้สาธารณชน เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ศิลปินสร้างสรรค์ ศึกษา และรู้สึก ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ผลงานภาพวาดของ Jackson Pollock ที่ถ่ายทอดออกมาเป็นผลงาน Abstract ที่เน้นการใช้จุด เส้น และสี ในการสร้างสรรค์ผลงาน



ภาพที่ 1.9 ผลงานศิลปะของ Jackson Pollock ชื่อ “Convergence”

งานศิลปะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ วิจิตรศิลป์ (Fine Art) และศิลปะประยุกต์ (Applied Art) ซึ่งศิลปะทั้ง 2 ประเภท ต่างมีคุณค่าและจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป

1.2.1 วิจิตรศิลป์ (Fine Art)

คือศิลปะที่สร้างสรรค์ โดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย มุ่งเน้นที่การสร้างสรรค์เพื่อถ่ายทอดความงามในด้านต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น ทางกาย จิตใจ อารมณ์ และแนวความคิด ผลงานส่วนใหญ่จึงมีมูลค่าต่ออารมณ์ และจิตใจของผู้รับชมเป็นสำคัญ แบ่งออกเป็น 6 แขนงใหญ่ๆ คือ

1. จิตรกรรม
2. ประติมากรรม
3. สถาปัตยกรรม
4. วรรณกรรม
5. ดนตรี และนาฏศิลป์
6. การพิมพ์ภาพ

ศิลปะที่นักสะสมนิยมสะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของคนคือ ได้แก่ จิตรกรรม และประติมากรรม เป็นศิลปะที่มีมูลค่าสูง และเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศไทย และในระดับสากล

1.2.2 ศิลปะประยุกต์ (Applied Art)

เป็นศิลปะที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย นอกเหนือจากความชื่นชมในคุณค่าของผลงานศิลปะโดยตรง เช่น ภาพหรือลวดลายที่ใช้ตกแต่งอาคาร หรือเครื่องเรือน รูปทรงสีสันทัน ของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ออกแบบให้เป็นที่พอใจของผู้บริโภค หรือเครื่องมือใช้สอยที่สร้างขึ้นด้วยฝีมือประณีต ศิลปะที่ประยุกต์เข้าไปในสิ่งที่ใช้ประโยชน์เหล่านี้ จะให้ความพอใจอันเกิดจากความประณีตสวยงาม ความกลมกลืนแก่ประสาทสัมผัส ควบคู่ไปกับประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 แขนง คือ พาณิชยศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ หัตถศิลป์ และการออกแบบ



ภาพที่ 1.10 ผลงานการออกแบบขวดน้ำ SPRINKLE ของคุณมกร เชาว์วณิช ซึ่งได้รับรางวัลการออกแบบ Red Dot Award

ในปัจจุบันการประยุกต์ผลงานจิตรกรรมเข้ากับงานหัตถศิลป์ หรือประยุกต์ศิลป์แขนงต่างๆ ก็ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง



ภาพที่ 1.11 การนำผลงาน “Composition” ของ Piet Mondrian ประยุกต์เข้ากับการออกแบบหัตถศิลป์



ภาพที่ 1.12 การนำผลงานภาพพิมพ์ของ Andy Warhol มาประยุกต์เข้ากับเครื่องแต่งกายของ Uniqlo

1.3 ลักษณะของงานศิลปะ

เนื่องจากงานศิลปะนั้นมีหลายประเภท โดยงานแต่ละประเภททำมาจากวัสดุที่ต่างกัน ในการแบ่งประเภทจึงแบ่งจากประเภทของวัสดุ โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1.3.1 ลักษณะของงานศิลปะแบ่งตามประเภทของวัสดุ

การแบ่งตามประเภทของวัสดุคือ วัสดุที่มีสารอินทรีย์ และสารอนินทรีย์เป็นส่วนประกอบ

ตารางที่ 1.1 ลักษณะของงานศิลปะแบ่งตามประเภทของวัสดุ

สารอินทรีย์ (Organic)	สารอนินทรีย์ (Inorganic)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ กระดาษ – หนังสือ สีน้ำ ภาพพิมพ์ ▪ ผ้า – ภาพวาดบนผ้าใบ ▪ หนัง – เบาะหนัง ▪ ไม้ – เฟอร์นิเจอร์ โซฟา โครงไม้ ▪ สีน้ำมัน 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เซรามิก แก้ว เหล็ก หิน พลาสติก ▪ โลหะ ทองเหลือง ทองแดง สังกะสี



ภาพที่ 1.13 ภาพวาดสีหมึกบนกระดาษซึ่งเป็นวัสดุประเภทสารอินทรีย์



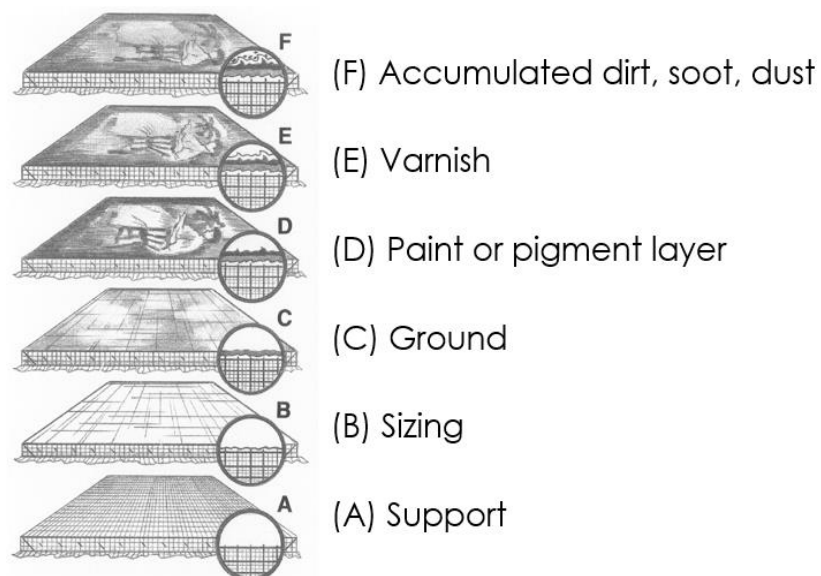
ภาพที่ 1.14 รูปปั้นเซรามิก Oval Sculpture (No.2) ของ Barbara Hepworth

1.3.2 ประเภทของงานศิลปะ

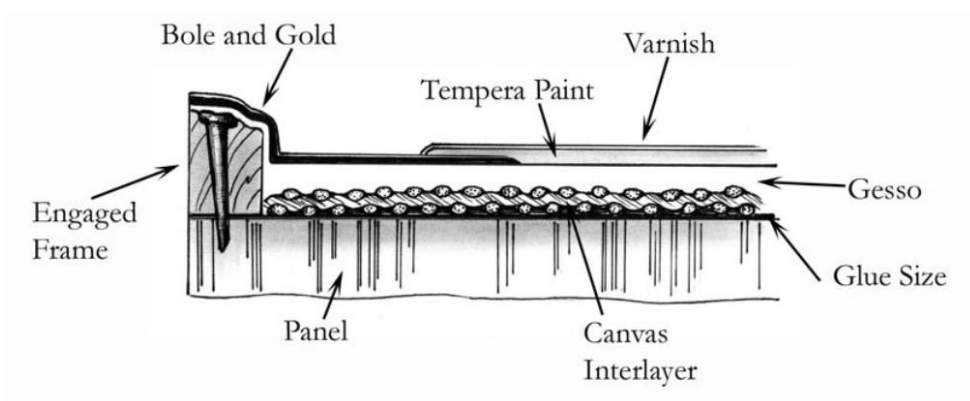
หากจะแบ่งประเภทของงานศิลปะตามลักษณะของงานจะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ภาพวาด (Painting) และประติมากรรม (Sculpture)

ภาพวาด (Painting)

ภาพวาดเป็นประเภทของงานศิลปะที่มีมากที่สุด โดยภาพวาดแต่ละภาพนั้นมีเทคนิค และมีวัสดุที่แตกต่างกันไป หากศึกษาจากงานศิลปะที่มีในปัจจุบันจะมีลักษณะตามโครงสร้าง แบ่งเป็น 6 ชั้นคือ โครงสร้าง แผ่นพื้นผิว สีรองพื้น สีงาน น้ำยาเคลือบ และฝุ่น



ภาพที่ 1.15 ชั้นและโครงสร้างของงานศิลปะประเภทภาพวาด



ภาพที่ 1.16 ลักษณะ โครงสร้างงานศิลปะแบบภาพตัดขวาง

วัสดุโครงสร้าง (Supports for Easel Paintings)

วัสดุโครงสร้างที่ใช้ในงานศิลปะมีหลายแบบ และการจำกัดความของงานศิลปะคือการใช้สีผสมมาลงบนพื้นผิวของวัสดุ โดยทั่วไปแล้วพื้นผิววัสดุที่ใช้ในการทำงานศิลปะคือ ไม้ ผ้าใบ และเหล็กหรือทองแดง



ภาพที่ 1.17 งานศิลปะบนพื้นผิวทองแดง (ซ้าย) โครงสร้างไม้ของงานศิลปะบนผ้าใบ (ขวา)

สีพื้น (Grounds for Easel Paintings)

สีที่ใช้ในงานศิลปะนั้น หากเป็นงานในอดีตอาจจะประกอบด้วยสีที่ทำจากไข่ขาวผสมกับผงสี (Egg Tempera) สีน้ำมันที่ทำจากเปลือกถั่วผสม (Drying oil) แต่ในปัจจุบันมีสีให้เลือกใช้มากขึ้น และมักจะเป็นสีสังเคราะห์ที่ทำจากสารเคมี เช่น สีซอร์ค สีน้ำมัน สีโปสเตอร์ หรือสีน้ำ

สารเคลือบ (Varnishes and Coatings)

สารเคลือบจะใช้ในขั้นตอนสุดท้ายของการวาดภาพ สารเคลือบที่ใช้โดยทั่วไปมี 3 แบบคือ สารเคลือบเรซินธรรมชาติ สารเคลือบที่ทำจากไขขาว และแว็กซ์

งานประติมากรรม (Sculpture)

งานศิลปะประเภทประติมากรรมรูปปั้นนั้นทำจากวัสดุหลายประเภท โดยวัสดุที่ใช้โดยทั่วไปคือ หินอ่อน หยก ไม้ ทองแดง และดินเหนียว ในอดีตงานส่วนใหญ่เน้นไปทางรูปปั้นที่เป็นท่าทางของคน มีลักษณะโครงสร้างที่ละเอียด และมีท่าทางที่สวยงาม เช่น รูปปั้นเดวิด ซึ่งเป็นหินอ่อนแกะสลัก ลักษณะเป็นชายหนุ่มรูปร่างกำยำยืนเปลือยกาย แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งและความสง่างามของร่างกายมนุษย์ ผลงานรูปปั้นร่างกายคนอันมีชื่อเสียงคือ ผลงานของไมเคิลันเจโล ประติมากรชื่อดังชาวอิตาลี



ภาพที่ 1.18 รูปปั้นเดวิด ของไมเคิลัน เจโล

และงานประติมากรรมสมัยใหม่นั้น เน้นไปทางการแสดงสีสันและรูปร่างที่ต่างจากในอดีต วัสดุที่ใช้ก็เป็นแบบใหม่โดยใช้วัสดุหลายแบบผสมกัน เช่น ผลงาน Love Sculpture ของศิลปินชาวอเมริกัน Robert Indiana ทำจากวัสดุที่เรียกว่า COR-TEN steel ซึ่งเป็นส่วนผสมของอัลลอยด์ มีคุณสมบัติคือสามารถป้องกันสนิม และมีความคงทนมาก



ภาพที่ 1.19 ประติมากรรม Love Sculpture ในรัฐฟิลาเดเฟีย ประเทศสหรัฐอเมริกา

1.4 ประเภทของนักสะสม

เมื่องานศิลปะเริ่มเป็นที่ยอมรับและมีคนสนใจมากขึ้น จึงทำให้เกิดกลุ่มคนที่เรียกว่า “นักสะสม” ขึ้น และในด้านของนักสะสมที่สะสมผลงานศิลปะนั้น ในปัจจุบันสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ นักสะสมจากความชื่นชอบ และนักสะสมเพื่อการลงทุนระยะสั้น

1.4.1 นักสะสมจากความชื่นชอบ

นักสะสมประเภทนี้ เน้นการเก็บสะสมผลงานศิลปะจากความชื่นชอบส่วนตัว หรือความมีใจรักในตัวผลงานศิลปะ หรือศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงาน นักสะสมประเภทนี้ จะมีอัตราการหมุนเวียนของผลงานศิลปะอยู่ในระดับน้อย เน้นการครอบครองในระยะยาว เนื่องจากการเก็บสะสมจากความชื่นชอบ โดยไม่ได้สนใจกำไร หรือมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากการผลัดเปลี่ยนของผลงานศิลปะ นักสะสมประเภทนี้จึงให้ความสำคัญกับผลงานศิลปะเปรียบได้กับสมบัติของตน ซึ่งบางครั้งเป็นเรื่องยากหากต้องตัดสินใจเปลี่ยนมือผู้เป็นเจ้าของงานศิลปะที่ตนครอบครอง บางครั้งมีเรื่องของพื้นที่การจัดเก็บที่ไม่อำนวยต่อการสะสมเข้ามาเกี่ยวข้อง นักสะสมประเภทนี้จึงมีปริมาณผลงานศิลปะที่ครอบครองอยู่เป็นจำนวนมาก

1.4.2 นักสะสมการลงทุนระยะสั้น

นักสะสมประเภทนี้ เป็นนักสะสมผลงานศิลปะที่คาดหวังกำไรจากมูลค่าเพิ่มของผลงานศิลปะที่ตนครอบครอง แม้มีผลงานศิลปะที่ถือครองระยะยาว แต่จะเน้นซื้อขาย แลกเปลี่ยนผลงานในระยะสั้น เพื่อสร้างกำไรให้กับตนมากกว่า นักสะสมประเภทนี้ จึงไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่

สำหรับการจัดเก็บผลงานศิลปะของตน เพื่อรอการแลกเปลี่ยน และส่งมอบให้กับผู้เป็นเจ้าของคนต่อไป แต่การใช้พื้นที่การจัดเก็บสำหรับนักสะสมประเภทนี้อาจใช้เพื่อเป็นตัวกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนผลงานศิลปะที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แทนการเก็บรักษาไว้กับตนเอง

1.5 การให้บริการเกี่ยวข้องกับงานศิลปะ

1.5.1 การเก็บรักษางานศิลปะ

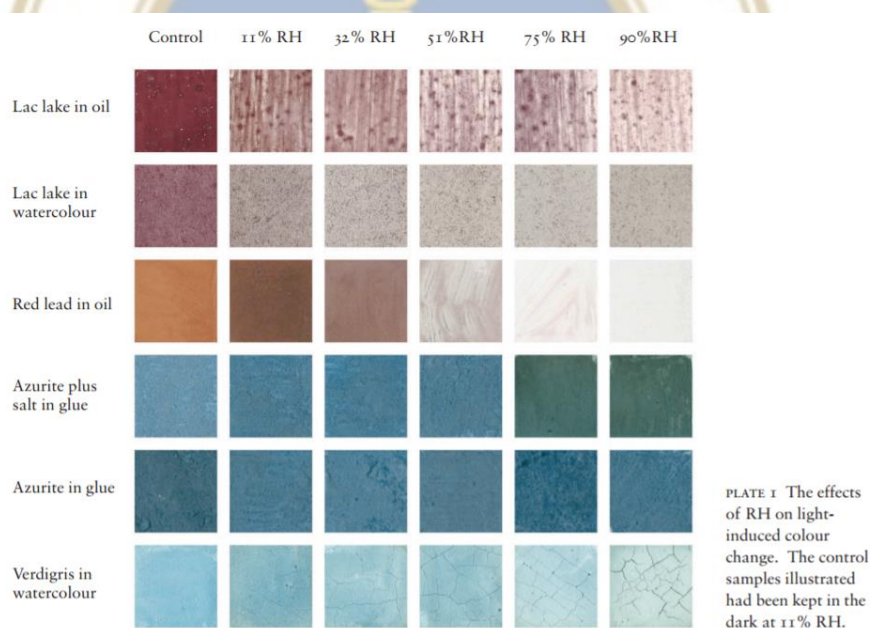
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักสะสมพบว่า นักสะสมส่วนใหญ่มีปัญหาในการเก็บผลงานศิลปะ กล่าวคือเมื่อนักสะสมได้สะสมผลงานศิลปะมาถึงจุดหนึ่งที่มีงานศิลปะไว้ในครอบครองเพิ่มมากขึ้น ทำให้ไม่มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการจัดเก็บ และเนื่องจากปริมาณที่มากเกินไปจนเกินการจัดการ นักสะสมจึงมองหาพื้นที่สำหรับการจัดเก็บงานศิลปะเหล่านั้น นอกจากนี้การเก็บผลงานที่ไม่เป็นระบบทำให้นักสะสมไม่สามารถจดจำจำนวนที่แน่นอนของผลงานศิลปะที่ครอบครองอยู่ได้ การขาดการดูแล และละเลยในการเก็บรักษานั้น อาจเป็นเหตุทำให้เกิดความเสียหายขึ้นต่องานศิลปะได้

และในการเก็บรักษาผลงานศิลปะนั้น ต้องการความรู้และความเข้าใจในการทำงานที่เฉพาะทางในเรื่องของการเก็บรักษาผลงานศิลปะซึ่งที่มีความแตกต่างกัน และต้องควบคุมให้อยู่ในสภาวะที่เหมาะสมกับลักษณะของวัสดุแต่ละประเภท (ภาคผนวก ข การดูแลและตรวจสอบสภาพงานศิลปะ) โดยสิ่งที่ต้องควบคุมหลักๆ คือ ระดับความชื้นสัมพัทธ์ ระดับอุณหภูมิ ระดับความเข้มของแสง แสง และมลพิษ ซึ่งความเสียหายที่มักเกิดกับงานศิลปะและพบได้บ่อยเช่น พื้นผิวของสีในภาพวาดสีน้ำมันเกิดการแตกร้าว เพราะอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือภาพวาดมีเชื้อรา เนื่องจากเก็บในห้องที่มีความชื้นสูง และไม่มีการรักษาระดับอุณหภูมิให้คงที่ โดยทั่วไประดับความชื้นสัมพัทธ์ (Relative Humidity) ที่เหมาะสมในการจัดเก็บงานศิลปะจะอยู่ในช่วง 40-60% แต่ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับชนิดของวัสดุด้วย ตามตัวอย่างในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ระดับความชื้นสัมพัทธ์ที่เหมาะสมกับวัสดุที่แตกต่างกัน

Materials	Humidity tolerance	
	High (%)	Low (%)
Stone and other inert materials	40	20
Arms, armor, metals	40	20
Ethnographic bark, cloth, basketry	60	40

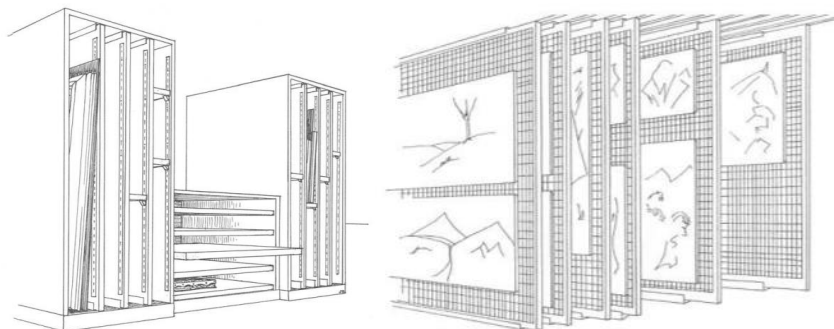
Materials	Humidity tolerance	
	High (%)	Low (%)
Botanical specimens	60	40
Ceramics, tiles, stone	60	20
Coins, Various costumes	50	30
Textiles, rugs, tapestries	50	30
Furniture	60	40
Glass	50	40
Ivory, Bone carvings Lacquer	60	50
Leather, Parchment	60	50
Paintings on canvas or wood	55	40
Paper	50	40
Oriental screens	55	50



ภาพที่ 1.20 ความเปลี่ยนแปลงของประเภทสีประเภทต่างๆ ในสภาวะความชื้นที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้โดยทั่วไปการเก็บผลงานศิลปะยังเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักสะสม เนื่องจากมักมีคำถามในหมู่นักสะสม หรือผู้ที่ริเริ่มสะสมผลงานศิลปะว่า หากซื้อผลงานศิลปะชิ้นหนึ่งไปแล้ว จะเก็บรักษาอย่างไร หรือจะนำไปเก็บไว้ที่ใด ทำให้บางครั้งนักสะสมหลายๆ คนพลาดโอกาสในการซื้อผลงานศิลปะที่ดี เนื่องจากภาระในเรื่องของการเก็บผลงาน เนื่องจากผลงานศิลปะจำเป็นต้องมีพื้นที่ในการจัดเก็บที่เหมาะสม แตกต่างจากการเก็บสะสมสิ่งของ หรือวัตถุประเภทอื่น

เนื่องจากความแตกต่างของขนาด วิธีการเก็บรักษา และต้นทุนในการทำพื้นที่สำหรับการเก็บผลงานศิลปะ ทำให้หลายๆครั้ง มีนักสะสมที่จำใจต้องจำหน่ายผลงานศิลปะที่ตนเก็บไว้ เพื่อนำผลงานศิลปะชิ้นใหม่มาติดตั้งแทนของเก่า เนื่องจากปัญหาในหาพื้นที่การจัดเก็บนั่นเอง



ภาพที่ 1.21 การจัดเก็บผลงานศิลปะในแบบต่างๆ

ทั้งนี้แม้แต่องค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยภาครัฐอย่างหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพ (Bangkok Art & Culture Centre BACC) ยังประสบกับปัญหาการจัดการพื้นที่การจัดเก็บผลงานศิลปะ เนื่องจากปริมาณที่มากขึ้นของผลงานศิลปะที่แสดงในแต่ละปี ส่งผลให้บางครั้งหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพมีปริมาณผลงานศิลปะของนักสะสมต่างๆ และศิลปินโดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อีกทั้งพื้นที่ของหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพ เป็นพื้นที่สำหรับการพักงานศิลปะชั่วคราว ซึ่งไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรองรับการเก็บรักษางานศิลปะในระยะยาว ทำให้เกิดการระคายเคืองต่องานศิลปะของหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพ ทำให้เป็นค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงที่ทางหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพต้องแบกรับ



ภาพที่ 1.22 โกดังพักงานศิลปะของหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพ

1.5.2 การขนส่งงานศิลปะ

การขนส่งงานศิลปะ มีความแตกต่างจากการขนส่งสินค้าทั่วไปอยู่หลายประการ ตั้งแต่ขั้นตอนการบรรจุผลงานศิลปะเพื่อเตรียมขนย้าย วัสดุที่จะใช้ในการขนย้าย และสภาพแวดล้อมของรถที่ใช้ในการขนส่ง อาจเป็นปัจจัยที่อาจจะทำให้งานศิลปะเกิดความเสียหาย ซึ่งการใช้บริการขนส่งทั่วไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลงานศิลปะได้ หลายครั้งความเสียหายของงานศิลปะเกิดขึ้นตอนในการขนส่ง ดังนั้นเพื่อป้องกันการเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นต่อผลงานศิลปะ จึงจำเป็นต้องใช้รถขนส่ง และการบรรจุเฉพาะทางสำหรับงานศิลปะ ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยมีบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ และรับส่งผลงานศิลปะเพียงไม่กี่บริษัท เช่นบริษัท ดีเอสแอล แตกต่างกับในต่างประเทศที่ธุรกิจการขนส่งงานศิลปะกลับได้รับความนิยมและแพร่หลายมาก เนื่องจากนักสะสมและศิลปินให้ความสำคัญในการดูแล และขนส่งงานศิลปะ จึงมีบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญจะมีการวางแผนงานอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การบรรจุหีบห่องานศิลปะ การป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่ง ไปจนถึงการดำเนินการขนย้ายจนถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย



ภาพที่ 1.23 การบรรจุหีบห่อให้กับงานศิลปะก่อนการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง

1.5.3 การติดตั้งผลงานศิลปะ

ในขั้นตอนการเก็บข้อมูล และสัมภาษณ์นักสะสมพบว่า ปัญหาอีกอย่างที่มีมักจะเกิดขึ้นหลังจากการซื้อผลงานศิลปะนั้น อยู่ในขั้นตอนของการติดตั้ง เนื่องจากผลงานศิลปะแตกต่างจากสินค้าตกแต่งบ้าน หรือของใช้เครื่องเรือนทั่วไป ที่มีการให้บริการหลังการขาย เช่นการประกอบและติดตั้ง ทำให้นักสะสมมักประสบปัญหาในการหาช่าง หรือผู้ที่มีประสบการณ์มากพอที่จะทำงานในขั้นตอนนี้ เนื่องจากผลงานศิลปะบางชิ้นมีราคาแพง การติดตั้งจึงต้องอาศัยความระมัดระวังมากกว่าของใช้เครื่องเรือนชิ้นอื่นๆ และการปรับสภาพแวดล้อมให้เข้ากับงานศิลปะ เช่นการจัดแสงไฟก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่นักสะสมให้ความสำคัญ เพราะการจัดแสงไฟที่เหมาะสมนั้น เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการขบเน้นความงามของงานศิลปะได้ด้วย แต่ระดับความเข้มของ

แสงก็ควรจัดให้เหมาะกับวัสดุแต่ละประเภท (ภาคผนวก ข การดูแลและตรวจสอบสภาพงานศิลปะ)
 ดังนั้นการติดตั้งที่ขาดความเหมาะสมอาจจะส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผลงานศิลปะได้



ภาพที่ 1.24 ตัวอย่างการติดตั้งผลงานศิลปะในต่างประเทศ

1.5.4 การดูแลทำความสะอาด

สำหรับการดูแลทำความสะอาดผลงานศิลปะย่อมแตกต่างจากการดูแลและทำความสะอาดทั่วไปอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากผลงานศิลปะบางประเภท เช่นภาพวาดสีน้ำมันจะมีลักษณะของสีที่มีรายละเอียดที่มากกว่างานภาพวาดประเภทอื่น นอกจากนี้พื้นผิวของเนื้อสี สีที่ใช้ อายุของสี หรือแม้กระทั่งชนิดของผ้าใบที่ใช้ในการวาดแต่ละแบบก็ล้วนมีวิธีการดูแลทำความสะอาดที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเภท (ภาคผนวก ข การทำความสะอาดงานศิลปะ) การดูแลทำความสะอาดผลงานศิลปะจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน และต้องการความเข้าใจ และความชำนาญเป็นอย่างมาก



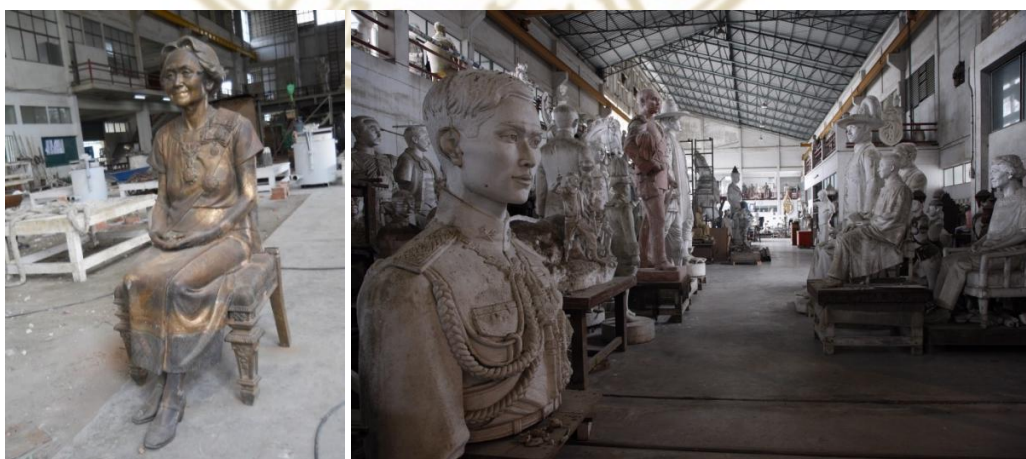
ภาพที่ 1.25 การทำความสะอาดภาพสีน้ำมันบนพื้นผ้าใบ

ดังนั้นการดูแลทำความสะอาดผลงานศิลปะ จึงควรจะต้องทำโดยผู้ที่เชี่ยวชาญ อันเนื่องมาจากความอ่อนไหวของผลงานศิลปะ เช่นงานศิลปะประเภทประติมากรรมโลหะ ซึ่งโลหะเมื่อทำปฏิกิริยากับออกซิเจนในอากาศเป็นระยะเวลาานาน จะทำให้สีของโลหะบางชนิดเปลี่ยน หรือเกิดสนิมโลหะ เมื่อทิ้งไว้เป็นระยะเวลาานานอาจทำให้โลหะผุกร่อนและแตกหักได้ การดูแลทำความสะอาดงานศิลปะจึงเป็นเรื่องที่ทำให้นักสะสมหลายๆ คนให้ความสำคัญเช่นกัน

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลซ่อมแซมผลงานศิลปะในประเทศไทยคือ สำนักช่างสิบหมู่ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมศิลปากร การปฏิบัติการจะได้รับการมอบหมายจากกรมศิลปากร โดยตรง เช่น การซ่อมแซมผนังวัดเก่าที่ผุกร่อน การซ่อมแซมอนุสาวรีย์หรือประติมากรรม การซ่อมแซมโบราณวัตถุต่างๆ นอกเหนือจากงานซ่อมแซม ผลงานส่วนใหญ่ที่ถูกส่งให้สำนักช่างสิบหมู่ มักเป็นผลงานศิลปะที่เก่า ไม่ค่อยมีผลงานศิลปะสมัยใหม่ เนื่องจากงานประติมากรรมในประเทศไทยไม่ค่อยมีงานที่อายุนานมากนัก

จากการสัมภาษณ์นักสะสมพบว่า นักสะสมส่วนใหญ่มักหลีกเลี่ยงการส่งผลงานศิลปะไปให้เข้ารับการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากนักสะสมมีความกังวลในเรื่องของการตรวจสอบมูลค่า และที่มาของงานศิลปะ หรือของสะสม ทำให้มีศิลปิน และช่างซ่อมงานศิลปะของสำนักช่างสิบหมู่รับจ้างทำความสะอาดงานศิลปะโดยไม่ผ่านระบบของภาครัฐ หรือกรมศิลปากร ซึ่งทำให้นักสะสมต้องแบกรับความเสี่ยง ในการรับผิดชอบต่อผลงานจากกระบวนการนี้ด้วยตนเอง

ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าวก็น่าจะเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดโอกาสในการมีตัวกลางที่จะคอยอำนวยความสะดวกในการให้บริการการดูแลรักษา และทำความสะอาดงานศิลปะแก่นักสะสมงานศิลปะได้



ภาพที่ 1.26 งานประติมากรรมสำริด ที่อยู่ระหว่างการดูแลรักษาของสำนักช่างสิบหมู่

บทที่ 2

ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบการทำธุรกิจ

2.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อ	บริษัท อาร์ตลองกา จำกัด (ARTLONGA Co., Ltd)
รูปแบบธุรกิจ	ให้บริการห้องมั่นคงสำหรับเก็บงานศิลปะการและให้บริการจัดการงานสะสมศิลปะอย่างครบวงจร
สินค้าและบริการ	บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ บริการขนส่งและติดตั้งงานศิลปะและบริการดูแลทำความสะอาดงานศิลปะ
วิสัยทัศน์	นักสะสมให้ความมั่นใจในด้านการเป็นผู้ดูแลงานศิลปะอย่างครบวงจร
พันธกิจ	ให้บริการเกี่ยวกับงานศิลปะครบวงจร โดยมีบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะที่มีมาตรฐาน มีระบบรักษาความปลอดภัยและประกันสำหรับงานทุกชิ้น อีกทั้งบริการขนส่งและติดตั้งงานศิลปะด้วยระบบการขนส่งที่ทันสมัย และบริการด้านการดูแลทำความสะอาดงานศิลปะ
เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ	เป็นผู้นำในการให้บริการพื้นที่สำหรับจัดเก็บงานศิลปะอย่างครบวงจรแห่งแรกในประเทศไทย โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้เป็นเท่าตัวในแต่ละปี
เป้าหมายด้านการตลาด	เป็นแบรนด์แรกที่นักสะสมให้ความมั่นใจเมื่อนึกถึงการบริการด้านการดูแลงานศิลปะ และครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดถึง 60% ของประเทศไทยภายใน 5 ปี
ตราสินค้า	

artlonga

ภาพที่ 2.1 ตราสินค้า

“ศิลปะยืนยาว ชีวิตสั้น” มีที่มาจากภาษาอิตาลีคือ 'ARS LONGA, VITA BREVIS' ชื่อของ ARTLONGA ได้เลือกเอาประโยคแรกที่มีความหมายว่า “ศิลปะยืนยาว” แต่เปลี่ยนตัวสะกดจากคำว่า ARS เป็น ART ที่เป็นภาษาอังกฤษและมีความหมายว่า “ศิลปะ” ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอให้กับคนทั่วไปได้รับรู้จึงใช้ชื่อว่า “ARTLONGA” โดยยังคงความหมายเดิมเอาไว้ เพื่อสะท้อนให้เห็นคุณค่าในการให้บริการของบริษัทต่อผลงานศิลปะ

2.2 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

รูปแบบธุรกิจของ ARTLONGA เป็นบริการหลังการซื้อ-ขายงานศิลปะอย่างครบวงจร ตามแผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ดังภาพที่ 2.2 ซึ่งแบ่งเป็น 4 บริการ ได้แก่

1. บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ
2. บริการขนส่งงานศิลปะ
3. บริการติดตั้งผลงานศิลปะ
4. บริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทประกันภัย • บริษัทขนส่ง • ศิลปินอิสระ / ช่างฝีมืออิสระ • แกลเลอรี 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • เก็บงานศิลปะ • ขนส่งงานศิลปะ • ติดตั้งงานศิลปะ • ทำความสะอาดงานศิลปะ 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • ความสะดวกสบายและให้บริการอย่างรวดเร็ว • ความเชี่ยวชาญของบุคลากรในด้านต่างๆ • ระบบการเก็บรักษางานศิลปะที่ปลอดภัยได้มาตรฐาน 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • ความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Activities) เช่น งานแสดงผลงาน 	<p>Customer Segments</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> • นักสะสมงานศิลปะ <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • แกลเลอรี • ศิลปิน
<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • สินทรัพย์ถาวร • ระบบรักษาความปลอดภัยในห้องมั่นคง • Know How • พนักงาน 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • ช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram • ช่องทางออฟไลน์ เช่น Exhibition / Fair, Magazine, แกลเลอรี 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากค่าบริการแต่ละประเภท
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • ค่าเช่าอาคารและสาธารณูปโภค • ค่าใช้จ่ายทางการตลาด • ต้นทุนการให้บริการแต่ละประเภท 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากค่าบริการแต่ละประเภท 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากค่าบริการแต่ละประเภท

ภาพที่ 2.2 แผนภาพ โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

2.3 เป้าหมายทางธุรกิจ

2.3.1 ระยะสั้น

1. มีจำนวนนักสะสมเข้าในบริการพื้นที่การจัดเก็บ ประมาณ 10% ของความสามารถในการจัดเก็บทั้งหมดในปีแรก
2. เข้าร่วมเป็นพาร์ทเนอร์ในงานแสดงศิลปะต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ในหมู่นักสะสมและนักสะสม เช่นการร่วมสนับสนุนการแสดงศิลปกรรมแห่งชาติในปีแรก
3. นักสะสมรู้จักและเข้าใจบริการของ ARTLONGA พร้อมทั้งบอกต่อและเลือกใช้บริการจาก ARTLONGA

2.3.2 ระยะยาว

1. ARTLONGA เป็นชื่อแรกที่คนจะนึกถึงเมื่อต้องการความช่วยเหลือในการจัดการงานศิลปะ
2. ยอดขายเติบโต 60% ในปีที่ 5 และความสามารถในการจัดเก็บเพิ่มขึ้น
3. มีนักสะสมทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเข้าใช้บริการ และเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนผลงานศิลปะในหมู่นักสะสม
4. มีพาร์ทเนอร์ที่เป็นแกลเลอรีชื่อดังในต่างประเทศ โดยมีทั้งภูมิภาคอาเซียนและขยายไปยังภูมิภาคอื่นๆในอนาคต

2.4 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ

ARTLONGA คือบริการการจัดการงานสะสมศิลปะอย่างครบวงจร ตั้งแต่การให้บริการห้องมั่นคงสำหรับการเก็บผลงานศิลปะ สำหรับนักสะสมที่ประสบปัญหาจากการมีงานศิลปะจำนวนมาก แต่ไม่มีพื้นที่การจัดเก็บที่เพียงพอ โดยพื้นที่จัดเก็บนั้นจะมีระบบการดูแลผลงานศิลปะ ที่มีการควบคุมอุณหภูมิ ควบคุมความชื้น และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งมีระบบการจัดเก็บ การทำทะเบียน และบริการค้นหาฐานข้อมูลของงานศิลปะที่นำมาจัดเก็บ โดยบริการห้องมั่นคงจะมีพื้นที่ในการจัดเก็บงานศิลปะหลายประเภท หลายขนาด เพื่อรองรับกับผลงานศิลปะที่แตกต่างในแต่ละประเภท โดยกระบวนการทั้งหมดจะควบคุมโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางศิลปะ

นอกจากนี้ ARTLONGA ยังมีบริการขนส่ง เคลื่อนย้ายงานศิลปะ และบริการดูแลทำความสะอาดผลงานศิลปะ เนื่องจากผลงานศิลปะแต่ละประเภทต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมูลค่าของผลงานศิลปะมีมูลค่าสูง การทำความสะอาด และดูแลรักษาที่ไม่ถูกต้องจะทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหายได้ โดยบริการทั้งหมดของ ARTLONGA สามารถสรุปได้เป็น 4 บริการ คือ

2.4.1 บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ

บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะคือ บริการพื้นที่การจัดเก็บงานศิลปะร่วมกันของนักสะสม พื้นที่ที่สามารถจัดเก็บงานศิลปะขนาดความกว้างไม่เกิน 300 เซนติเมตร ยาวไม่เกิน 500 เซนติเมตร บริการจัดเก็บยังรวมถึงระบบรักษาความปลอดภัย การควบคุมความชื้นและอุณหภูมิ ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบขนส่งและจัดเก็บภายในอาคาร ระบบ Digital Inventory System เพื่อแสดงข้อมูลตำแหน่งและการจัดเก็บของผลงานศิลปะชิ้นนั้น และการทำประกันให้กับผลงานศิลปะ โดยบริษัทประกัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยต่อผลงานศิลปะให้แก่ นักสะสม โดยจะให้บริการในรูประยะสั้นแบบรายวัน ไปจนถึงระยะยาวแบบรายปี อัตราค่าบริการตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 อัตราค่าบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ขนาดของงานศิลปะ	รายวัน	รายสัปดาห์	รายเดือน
S (60x80 ซม.)	300	3,000	9,000
M (100x200 ซม.)	500	5,000	15,000
L (200 ซม. ขึ้นไป)	1,000	10,000	30,000

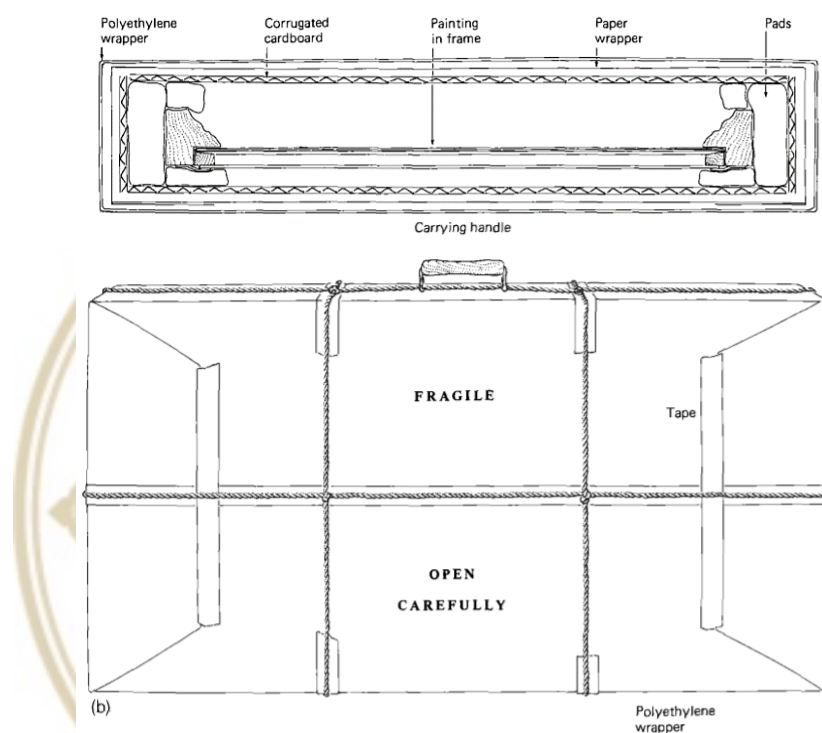
*ราคานี้ยังไม่รวมค่าเบี้ยประกันงานศิลปะซึ่งคิดที่ 1 % ของมูลค่างานประเมิน



ภาพที่ 2.3 ห้องมั่นคงสำหรับจัดเก็บงานศิลปะ (Art Storage)

2.4.2 บริการขนส่งงานศิลปะ

บริการขนส่งงานศิลปะเพื่อการเคลื่อนย้ายงานศิลปะไปจัดแสดง เพื่อซื้อขาย แลกเปลี่ยน หรือส่งไปต่างประเทศ โดยการบริการนี้รวมถึงการห่อบรรจุภัณฑ์ที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เพราะลักษณะของงานศิลปะแต่ละประเภทย่อมแตกต่างกัน และมีวิธีการห่อเพื่อเตรียมการเคลื่อนย้ายที่**ไม่**เหมือนกัน (ภาคผนวก ก การเคลื่อนย้ายงานและการขนส่งงานศิลปะ)



ภาพที่ 2.4 แสดงตัวอย่างการบรรจุงานศิลปะเพื่อขนย้ายจาก Procedures and conservation for standards museum collections in transit and on exhibition

ซึ่งบริการการเคลื่อนย้ายและขนส่งงานศิลปะมีอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันตามระยะทางดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 อัตราค่าบริการเคลื่อนย้ายงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ระยะทาง	บาท
ไม่เกิน 300 กม.	5,000
301-500 กม.	7,500
500 กม. ขึ้นไป	10,000

ในส่วนการคิดค่าอัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อเพื่อป้องกันการกระแทก และความเสียหายต่องานศิลปะ มี 2 ลักษณะ ตามตารางที่ 2.3

1. การบรรจุหีบห่อแบบชั่วคราว โดยการห่อด้วยพลาสติกกันกระแทก
2. การบรรจุหีบห่อแบบระยะยาว โดยการตีกรอบล้งไม้

ตารางที่ 2.3 อัตราค่าบริการการบรรจุหีบห่องานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ขนาดของงานศิลปะ	ชั่วคราว	ระยะยาว
S (60x80 ซม.)	300	3,000
M (100x200 ซม.)	500	5,000
L (200 ซม. ขึ้นไป)	1,000	10,000

2.4.3 บริการติดตั้งผลงานศิลปะ

บริการรับผิดชอบติดตั้งผลงานศิลปะให้แก่ภัณฑารักษ์ โดยใช้ทีมงานที่มีความรู้ความเข้าใจการทำงานติดตั้งผลงาน (ภาคผนวก ซ การดูแลและตรวจสอบสภาพงานศิลปะ) ซึ่งขั้นตอนในการติดตั้งผลงานศิลปะนั้นเริ่มตั้งแต่การเข้าไปประเมินพื้นที่ เพื่อที่จะวางแผนการปรับพื้นที่ก่อนจะติดตั้งงานศิลปะ รวมถึงการจัดแสงไฟให้เหมาะสม โดยมีอัตราค่าบริการ 2,000 บาทต่อ 1 ชิ้นงาน

ตารางที่ 2.4 อัตราค่าบริการติดตั้งงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ขนาดของงานศิลปะ	ชั่วคราว
S (60x80 ซม.)	1,500
M (100x200 ซม.)	2,500
L (200 ซม. ขึ้นไป)	3,000

ตัวอย่างการตั้งค่าแสงไฟที่เหมาะสมเช่น สำหรับวัสดุที่อ่อนบางอย่างกระดาษบาง ระดับความเข้มของแสงต้องไม่เกิน 50 lux แต่ถ้าหากเป็นกระดาษหนา ระดับความเข้มของแสงสามารถเพิ่มขึ้นเป็น 100 lux ส่วนวัสดุประเภทภาพเขียนสีน้ำมัน สีฝุ่น ผนัง หรือพลาสติก ความเข้มของแสงต้องไม่เกิน 200 lux โดยตัวอย่างตามตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงความเข้มของแสงที่เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท

Types of Materials	Visible light	UV
Category 1: Most Susceptible e.g. textiles, cotton, wool, silk and other natural fibers, most paper-based materials, watercolors, fugitive photographic images, most organic-based natural history specimens, fugitive dyes, watercolors, some minerals.	50 lux (5 foot-candles)	75 microwatts/lumens
Category 2: Susceptible e.g. high quality paper with light stable inks such as carbon black, modern black and white gelatin silver photographs, textiles with stable dyes.	100 lux (10 foot-candles)	
Category 3: Moderately Susceptible e.g., oil and tempera paintings, bone, ivory, wood finishes, leather, some plastics.	200 lux (20 foot-candles)	



ภาพที่ 2.5 การติดตั้งงานศิลปะเพื่อจัดแสดงในต่างประเทศ

2.4.4 บริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ

บริการทำความสะอาดผลงานศิลปะเป็นการให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญ การบริการครอบคลุมถึงการประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานด้วย โดยมีอัตราค่าประกันผลงานที่ 1.5% ของมูลค่างานที่ประเมิน

ตารางที่ 2.6 อัตราค่าบริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

บริการดูแลรักษางานศิลปะ (Art Care)	บาท	หน่วย
1.5 % of Art Price	Varied	Work



ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างก่อนและหลังการทำความสะอาด และซ่อมแซมงานศิลปะ

2.5 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ

2.5.1 ความสะดวก (Convenience)

ARTLONGA มีบริการสำหรับการดูแลรักษางานศิลปะอย่างครบวงจร ตั้งแต่บริการห่อหุ้มขนส่งสำหรับงานศิลปะการขนส่ง การให้คำปรึกษาในการติดตั้ง และบริการทำความสะอาดงานศิลปะ ทั้งนี้ในประเทศไทยแม้จะมีผู้ให้บริการบางบริการแล้วเช่น การขนส่ง หรือการซ่อมแซมงาน

ศิลปะ แต่ยังไม่มีการให้บริการใดที่มีบริการอย่างครบวงจรเลย ซึ่งการให้บริการอย่างครบวงจรมีจะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการมากขึ้น

2.5.2 ความเชี่ยวชาญ (Expertise)

ARTLONGA มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในทุกบริการคือ บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ โดยทีมงานของ ARTLONGA และบริการประกันงานศิลปะโดยบริษัทกรุงเทพประกันภัย บริการซ่อมแซมและทำความสะอาดโดยผู้เชี่ยวชาญจากสำนักช่างสิบหมู่ บริการขนส่งโดยบริษัท ส่องกงทรานส์แพค จำกัด

2.5.3 ความปลอดภัย (Safety)

งานศิลปะนั้นมีมูลค่าสูง ความปลอดภัยจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ARTLONGA มีบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ โดยมีการทำประกันที่จะครอบคลุมถึงการสูญหาย หรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างขนย้าย หรือจัดเก็บ ซึ่งวงเงินประกันจะมีมูลค่าเท่ากับราคาประเมินงานของงานศิลปะ นอกจากนี้ความปลอดภัยยังหมายถึงห้องที่จัดเก็บยังมีมาตรฐาน มีการควบคุมระดับความชื้น อุณหภูมิ ระดับความเข้มของแสง การตรวจสอบสภาพชิ้นงานอย่างสม่ำเสมอ และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมงพร้อมกล้อง CCTV

บทที่ 3

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.1 ตลาดเป้าหมาย

คาดการณ์กลุ่มเป้าหมายลูกค้า: จากการสำรวจและสอบถามพฤติกรรมของนักสะสมงานศิลปะในประเทศไทยทำให้สามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

3.1.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

- นักสะสมงานศิลปะ
- นักสะสมที่เก็บผลงานมูลค่า 300,000 บาทขึ้นไป และซื้องานศิลปะเฉลี่ยปีละ 4 ชิ้น
- ต้องการเก็บงานศิลปะเพื่อขายต่อสร้างมูลค่าเพิ่มในอนาคต
- ต้องการเก็บงานศิลปะเพื่อการสะสมเนื่องด้วยความชอบส่วนบุคคล
- มีความสนใจและให้ความสำคัญในการเก็บรักษางานศิลปะ

ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ที่ผ่านมามีการจัดงาน CROSSOVER The Unveiled Collection ครอสโอเวอร์ : ศิลปะกับนักสะสม โดย Bangkok Art and Culture Centre (BACC) เป็นการนำผลงานของนักสะสมงานศิลปะในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 16 คนมาจัดแสดง นำเสนอในแง่มุมของประวัติศาสตร์กับศิลปะให้คนทั่วไปได้เข้าชม โดยนักสะสมทั้ง 16 คือคุณกิตติโชติ หริตวร, คุณกิตติภรณ์ ชาลีจันทร์, คุณฉัตรวิชัย พรหมทัตตเวที, ชนะ อัยภูธร, คุณฉีฉง-มิเชล เบอ์เคอเล, คุณณรงค์ อิงค์ธเนศ, ดร. ศิสพล จันศิริ, คุณทัชชะพงศ์ ประเวศวรรัตน์, คุณปริญญา จิราธิวัฒน์, คุณพงศา อธิรกุล, คุณพงษ์ชัย จินดาสุข, คุณเพชร โอสธานุเคราะห์, คุณภักพงศ์ เช็ง, คุณเขาวณี นิรันดร, ดร. วุฒิพงศ์ กิตติขเนศวร และ นพ. สมรัช หิรัญยะวะสิต โดยนักสะสมกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักในวงการศิลปะเป็นอย่างดี ในแง่ของการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำให้ศิลปะให้ประเทศไทยสามารถดำรงอยู่ได้ ผลงานของศิลปินไทยนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในความครอบครองของนักสะสมเหล่านี้ บางชิ้นงานไม่เคยมีใครได้พบเห็นของจริงมาก่อน ทุกชิ้นงานบอกเล่าถึงความเป็นมา และความคิดของศิลปินในแต่ละยุคสมัยผ่าน มาจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 3.1 กิจกรรมการศึกษานิทรรศการ CROSSOVER The Unveiled Collection

3.1.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

- พิพิธภัณฑ์ศิลปะและหอศิลป์
- พิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ที่มีการจัดงานทั้งแบบ นิทรรศการถาวร และ นิทรรศการชั่วคราว
- หอศิลป์เอกชนที่จัดงานแสดงอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง
- ในการจัดแสดงมีการเคลื่อนย้ายผลงานเพื่อนำมาจัดแสดง
- ต้องใช้ห้องเก็บผลงานต้องเก็บผลงานที่นำมาเตรียมไว้เพื่อการจัดแสดงงาน และ รอการเคลื่อนย้ายหลังจบงานแสดง
- มีการตรวจสภาพชิ้นงาน สภาพแวดล้อม ของผลงานที่จัดแสดงอย่างสม่ำเสมอ

ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

พิพิธภัณฑ์สถาน (Museum)

คือสถาบันที่เก็บรวบรวมและจัดแสดงอย่างถาวรของสิ่งต่างๆ ที่มีความสำคัญด้าน วัฒนธรรมหรือวิทยาศาสตร์ โดยมีความมุ่งหวังเพื่อให้ประโยชน์ในการอนุรักษ์โบราณวัตถุและ ศิลปวัตถุ และเพื่อการศึกษา จากฐานข้อมูลของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรซึ่งได้รวบรวมข้อมูล พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยไว้นั้นพบว่าในประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะจำนวน ทั้งหมด 62 แห่งเช่นหอศิลป์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ หรือ พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติ หอศิลป์ ซึ่งหอศิลป์เหล่านี้จะมีการจัดนิทรรศการตลอดทั้งปี โดยทั่วไปนิทรรศการ

สามารถแบ่งตามระยะเวลาการจัดได้เป็นสองประเภท คือ นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition) เป็นนิทรรศการหลักมีระยะเวลาจัดแสดง 10-15 ปี แต่ก็ขึ้นอยู่กับผลงานสะสมและขนาดของพิพิธภัณฑ์ว่าใหญ่หรือเล็ก ซึ่งทำให้เวลาการจัดแสดงแตกต่างกันออกไป และนิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition) แบ่งเป็น 3 ช่วงระยะเวลาคือ 1-3 เดือน 3-6 เดือน และระยะยาวที่ไม่กำหนดตายตัวอาจจะเป็น 1-2 ปี ซึ่งในการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งต้องมีผู้จัดการฝ่ายนิทรรศการ (Exhibition Project Manager) เพื่อประสานงาน พัฒนานิทรรศการ ดูแลกระบวนการผลิต และอำนวยความสะดวกให้กับแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในการจัดงานต้องมีการใช้บริการของเอกชนในบางครั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดงานก็ต้องมีการใช้บริการของเอกชน ทั้งการขนส่ง การซ่อมแซม และการติดตั้งผลงานที่จะจัดแสดง



ภาพที่ 3.2 หอศิลป์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ

หอศิลป์ (Art Gallery)

สถานที่เก็บรวบรวม หรือจัดแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัย เพื่อเผยแพร่ผลงานศิลปะสู่สาธารณชนและส่งเสริมการทำงานของศิลปิน มีลักษณะการดำเนินงานที่คล้ายหรือนำมาแค่บางส่วนของการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ (Museum) ในประเทศไทยมีทั้งหอศิลป์ที่ดำเนินงานบริหารโดยรัฐบาลและเอกชน ปัจจุบันทั่วประเทศไทยมีประมาณ 150 แห่ง โดยทั่วไปหอศิลป์จะเปลี่ยนผลงานที่จัดแสดงประมาณ 4 ครั้งต่อปี ในขั้นตอนก่อนมีการแสดงนิทรรศการ ต้องมีการวางแผนการจัดวาง จัดเตรียมสถานที่ และจัดไฟสำหรับงานแสดง ทั้งนี้การขนย้ายงานศิลปะที่จะนำมาแสดงต้องใช้บริการของบริษัทขนส่งในการเคลื่อนย้าย การติดตั้งอาจจะทำโดยหอศิลป์เองในกรณีที่ เป็นหอศิลป์ของรัฐ หรือจ้างบริษัทที่รับผิดชอบงานในหอศิลป์เอกชน งานแสดงบางครั้งจัดโดยศิลปินต่างชาติทำให้ต้องมีการนำผลงานศิลปะมาจากต่างประเทศ จึงมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและมีความเสี่ยงที่จะทำให้ผลงานเสียหาย และหลังจากที่งานแสดงจบจะมีผลงานที่ขายได้ และยังมีขายไม่ได้ ในกรณีที่ขายไม่ได้ผลงานจะต้องถูกเก็บไว้ก่อนจนกว่าจะถึงเวลาที่ส่งกลับคืนสู่ศิลปิน หรือบางครั้งผู้ซื้อยังไม่

พร้อมที่จะนำผลงานกลับไปเนื่องจากต้องเตรียมสถานที่ในการเก็บผลงานเหล่านั้นเสียก่อน ในกรณีนี้การบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (Art Storage) จึงเป็นทางเลือกในการใช้บริการของแกลเลอรีได้เช่นกัน



ภาพที่ 3.3 นำทองแกลเลอรี (Numthong Gallery) หอศิลป์เอกชนที่ดำเนินการมากกว่า 19 ปี

นักสะสมงานศิลปะ (Art Collectors)

จากการหาข้อมูลในกลุ่มธุรกิจศิลปะคือ แกลเลอรี นักสะสม และนิติยสารศิลปะพบว่าในประเทศไทยมีจำนวนนักสะสมที่สะสมงานแบบจริงจัง รวมประมาณ 200 คน โดยนักสะสมเหล่านี้จะมีผลงานที่มีมูลค่างานระดับราคา 300,000 บาทขึ้นไป ซึ่งงานศิลปะเฉลี่ยปีละ 4 ชิ้น ด้านของโอกาสในการเติบโตของตลาดพบว่ามีอัตราการเติบโตอย่างช้าๆ หากดูจากอัตราการเพิ่มขึ้นของนักสะสมในอดีตอาจประมาณการได้ว่ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 3-4% และคาดการณ์ว่าอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีนักสะสมเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่ประมาณ 200 คนเป็น 240 คน

3.2 การคาดการณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

นักสะสมงานศิลปะ

ด้านการคาดการณ์ผู้ใช้บริการในปีแรก ARTLONGA ตั้งเป้าว่าจะมีนักสะสมใช้บริการที่ 10% ของความสามารถในการให้บริการ และภายใน 5 ปีคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 60% ของความสามารถในการให้บริการ

3.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

พิพิธภัณฑ์ศิลปะและหอศิลป์ (Museum and Art Gallery)

พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับศิลปะมีทั้งสิ้น 62 แห่ง โดยอยู่ความดูแลของทั้งรัฐและเอกชน ทั้งนี้คาดว่ากลุ่มเป้าหมายนี้จะใช้บริการซ่อมแซม ติดตั้ง และเคลื่อนย้ายผลงานศิลปะ เพื่อการจัดแสดง โดยในปีแรกตั้งเป้าไว้ที่ 5% ของจำนวนพิพิธภัณฑ์ทั้งหมดและเพิ่มขึ้นเป็น 40% ในปีที่ 5 ส่วนหอศิลป์ของเอกชน หรือแกลเลอรีปัจจุบันมีจำนวนประมาณ 150 แห่ง อยู่ในกรุงเทพประมาณ 100 แห่ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมีแกลเลอรีเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 5% ถ้าหากแบ่งตามขนาดของแกลเลอรีจะสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขนาดคือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยในประเทศไทยจะมีแกลเลอรีขนาดใหญ่ประมาณ 30% ซึ่งจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักเพราะแกลเลอรีเหล่านี้จะมีการโปรโมทตามสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และในการจัดแสดงงานนั้น ต้องมีการขนย้าย จัดเก็บ หรือทำประกันความเสียหายให้กับผลงานที่จะนำมาแสดงด้วย ทำให้มีโอกาสที่จะใช้บริการของ ARTLONGA ซึ่งโดยปกติแกลเลอรีกลุ่มนี้จะมีการจัดแสดงงานอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง คาดการณ์ในปีแรกจะมีแกลเลอรีกลุ่มนี้มาใช้บริการของ ARTLONGA 10% และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึง 80% ในปีที่ 5

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Goal)

ARTLONGA เป็นที่รู้จักในด้านของผู้ดูแลผลงานศิลปะ ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการดูแลรักษา ให้คำปรึกษา และจัดเก็บผลงานศิลปะให้กับทั้งนักสะสมงานศิลปะ แกลเลอรี และศิลปิน โดยมีผู้สนใจเข้าใช้บริการในปีแรก 10% ของกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักสะสมงานศิลปะในประเทศไทย และเพิ่มขึ้นเป็น 60% ในปีที่ 5

4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

สร้างการรับรู้ในการบริการของ ARTLONGA สุนักสะสมงานศิลปะ แกลเลอรี และศิลปินที่ต้องการเก็บผลงาน เป็นที่รับรู้ในวงการศิลปะประเทศไทยอย่างกว้างขวาง เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากทั้งนักสะสมผลงานศิลปะ แกลเลอรี หรือศิลปิน ใช้บริการทั้งในเรื่องการให้คำปรึกษา และห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ

4.3 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)

ARTLONGA วางตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาดเป็นผู้ดูแลและให้บริการในการจัดการงานสะสมศิลปะทั้งหมด ทั้งในด้านของการขนส่ง เคลื่อนย้าย ซ่อมแซม ติดตั้ง และบริการพื้นที่สำหรับจัดเก็บงานศิลปะ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือนักสะสมงานศิลปะ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ พิธีกรงานศิลปะและหอศิลป์ ARTLONGA นำเสนอบริการทั้งหมด 4 บริการคือ บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ บริการขนส่งงานศิลปะ บริการติดตั้งงานศิลปะ และบริการทำความสะอาดงานศิลปะ โดยภาพลักษณ์ที่สื่อออกไปนั้นจะให้ความสำคัญใน 2 ด้านหลักๆคือ ความชำนาญ (Expertise) และ ความครบวงจร (Integrated Services) ถ้าหากเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในตลาดจะพบว่า

ผู้ให้บริการในแต่ละบริการจะมีการให้บริการแยกออกจากกัน ไม่ได้นำเสนอบริการอย่างครบวงจร เหมือนกับ ARTLONGA

4.3.1 คู่แข่งทางตรง

ในด้านของคู่แข่งทางตรงนั้นยังไม่มีรูปแบบธุรกิจที่ให้คำปรึกษาและรับบริการ ด้านหลังการซื้อผลงานศิลปะอย่างครบวงจรมาก่อน แต่จะมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะในแต่ละด้านคือธุรกิจการขนส่งงาน โดยบริษัท ส่องกงทรานส์แพค จำกัด และบริษัท ดีเอสแอล จำกัด ซึ่งทั้ง แกลเลอรีเอกชน เช่น นำทอง แกลเลอรี และหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (Bangkok Art & Culture Centre BACC) ใช้บริการอยู่แล้วในปัจจุบัน ส่วนบริการรับติดตั้งงานในการแสดง นิทรรศการศิลปะ ปัจจุบันดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ของแกลเลอรี และเจ้าหน้าที่ของหอศิลป์นั้นๆ และสุดท้ายบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ ในประเทศไทย ถ้าในกรณีที่ซื้องานศิลปะจาก แกลเลอรี จะสามารถฝากงานไว้กับแกลเลอรีชั่วคราวได้ จนกว่าจะเตรียมสถานที่พร้อมเคลื่อนย้าย งาน แต่ในกรณีของนักสะสมบางคนที่เก็บผลงานศิลปะไว้จำนวนมาก จนไม่มีที่จัดเก็บ ก็ต้องเก็บ ผลงานเหล่านั้นในสถานที่ของตัวเองเท่านั้น

4.3.2 คู่แข่งทางอ้อม

1. บริษัทรับขนส่งงานศิลปะและจัดติดตั้งงานศิลปะสำหรับแสดงนิทรรศการ

ปัจจุบันในประเทศไทยให้บริการโดยบริษัทขนส่งหลักๆที่ดำเนินการและมีผู้ใช้บริการ คือ บริษัทยามาโตะ ยูนิวิ จำกัด บริษัท ส่องกงทรานส์แพค จำกัด และบริษัท ดีเอสแอล จำกัด ซึ่งรับ บริการขนย้ายงานศิลปะทุกประเภท

2. บริษัทที่ให้บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (Art Storage)

บริการพื้นที่สำหรับการจัดเก็บงานศิลปะจะเป็นลักษณะของสถานที่ขนาดใหญ่ที่มี ระบบการควบคุมสถานะให้เหมาะกับการจัดเก็บงานศิลปะ ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มี ให้บริการด้านนี้ แต่ในทวีปเอเชียจะมีในประเทศสิงคโปร์ จีน และฮ่องกง โดยบริษัท Christie's Fine Art Storage Services (CFASS) จำกัด ที่ให้บริการเกี่ยวกับศิลปะทุกรูปแบบ อย่างไรก็ตามการ เคลื่อนย้ายงานศิลปะไปยังประเทศอื่นมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก ต้องใช้ระยะเวลาานาน และมีค่าใช้จ่ายในการ นำเข้า หรือขนย้ายออกนอกประเทศด้วย ซึ่งถ้าหากสามารถเก็บงานศิลปะเหล่านี้ไว้ในประเทศไทยได้ ก็จะทำให้สะดวกและประหยัดมากขึ้น



ภาพที่ 4.1 Christie's Fine Art Storage Services (CFASS) ในประเทศสิงคโปร์ขนาด 2,200 ตร.ม.

3. แกลเลอรีในประเทศไทย

เนื่องจากปกติเมื่อนักสะสมซื้องานจากแกลเลอรีที่ใดแล้ว เมื่อเกิดการเสียหาย ชำรุด หรือต้องการคำแนะนำในการติดตั้งและดูแล ก็จะติดต่อผ่านทางแกลเลอรีที่เคยซื้อมา จากการหาข้อมูลพบว่า มีศิลปินหลายคนที่ยายผลงาน โดยตรงให้กับนักสะสม ในกรณีนี้เมื่อมีปัญหาและต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการดูแล อาจทำให้ไม่ได้รับการบริการตามที่ต้องการ เนื่องจากศิลปินบางรายไม่ได้ให้คำแนะนำในการเก็บรักษาที่ดีพอ จึงอาจเป็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างของนักสะสมงานศิลปะได้

ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบคู่แข่งทางอ้อมของธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับงานศิลปะ

Service	ผู้ให้บริการ	ลักษณะการให้บริการ	ข้อดี	ข้อเสีย
Art Storage	Christie's Fine Art Storage Services (CFASS)	ให้บริการห้องจัดเก็บงานศิลปะในประเทศสิงคโปร์ขนาด 2,200 ตร.ม. พร้อมการดูแลรักษาสภาพของงานศิลปะให้เหมาะสมกับงานแต่ละประเภท	เป็นบริการที่ได้มาตรฐานมาก มีชื่อเสียงระดับโลก และมีรูปแบบการบริการที่หลากหลาย น่าเชื่อถือ	ไม่ได้อยู่ในประเทศไทย ต้องมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งรูป มีความเสี่ยงทำให้เกิดความเสียหายต่องานศิลปะได้ และค่าใช้จ่ายสูง
	Personal Storage	สร้างห้องเก็บงานศิลปะส่วนตัว	ไม่เสี่ยงต่อการเปิดเผยข้อมูลของ Collection ที่เก็บไว้ สามารถเข้าไปดูรูปที่เก็บเมื่อไหร่ก็ได้	มีค่าใช้จ่ายสูงมาก และต้องจ้างคนเพื่อดูแลเป็นพิเศษ ไม่เหมาะสำหรับนักสะสมระดับเริ่มต้น

ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบคู่แข่งทางอ้อมของธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับงานศิลปะ (ต่อ)

Service	ผู้ให้บริการ	ลักษณะการให้บริการ	ข้อดี	ข้อเสีย
Art Transportation	- Hongkong Transpack - DHL / Fedex - Yamato	บริการงานขนส่งศิลปะทุกประเภท	มีมาตรฐานสูง มีบุคลากรที่มีประสบการณ์ ได้รับความไว้วางใจจากนักสะสม และแกลเลอรีมาเป็นเวลานาน มีบริการประกันเสริม	บริการเฉพาะการขนส่งเท่านั้น ไม่รวมการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลงานศิลปะ เช่น ห้องเก็บงานศิลปะ หรือการติดตั้งงานศิลปะ
Art Installation	- Galleries - Curators	ให้คำปรึกษาด้านการเลือกงานศิลปะ การเก็บรักษา การติดตั้ง แบบพื้นฐาน เช่น การจัดไฟ การจัดวาง หรือสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับงาน	มีประสบการณ์สูง มีความรู้และความเข้าใจในการดูแลติดตั้งงานศิลปะที่รูปแบบแตกต่างกัน	ต้องซื้องานศิลปะจาก Gallery หรือ Curator นั้น เพื่อให้ได้รับการบริการให้คำปรึกษา
Art Care	- สำนักช่างสิบหมู่ - Robert Pierre	รับซ่อมแซม ทำความสะอาดงานศิลปะทุกประเภท	ช่างมีความเชี่ยวชาญในงานซ่อม และการทำความสะอาด มีประสบการณ์และมีความน่าเชื่อถือ	ต้องใช้ Relation ในการติดต่อขอรับบริการ ไม่ได้เปิดให้บริการกับลูกค้าทั่วไป



ภาพที่ 4.2 ตำแหน่งและภาพลักษณ์ทางการตลาด

4.4 หัวใจสำคัญของแบรนด์ (Brand Essence)

การสร้างแบรนด์ของ ARTLONGA นั้นจะสอดคล้องกับ Brand Essence ใน 3 แบบคือ Integrated Services, Expertise, Safety



4.4.1 ครบวงจร (Integrated Services)

ARTLONGA นำเสนอบริการสำหรับการจัดการงานศิลปะอย่างครบวงจร ตั้งแต่บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ การขนส่ง การให้คำปรึกษาในการติดตั้ง และบริการทำความสะอาดงานศิลปะ ทั้งนี้ในประเทศไทยแม้จะมีผู้ให้บริการบางอย่างแล้วเช่น การขนส่ง และการซ่อมแซมงานศิลปะ แต่ยังไม่มียูให้บริการใดที่มีบริการอย่างครบวงจรเลย ซึ่งการให้บริการอย่างครบวงจรนี้จะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการมากขึ้น

4.4.2 เชี่ยวชาญ (Expertise)

งานศิลปะมีหลายหลายรูปแบบ วัสดุที่ใช้ก็มีความแตกต่างกัน ศิลปินบางคนสร้างผลงานโดยไม่ได้คำนึงถึงการเก็บรักษาในอนาคตทำให้ผลงานศิลปะบางชิ้นไม่สามารถมีอายุยาวนานอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งการขนส่ง การจัดเก็บ ความชื้น อุณหภูมิ มลพิษ และแสงเป็นปัจจัยที่อาจทำให้เกิดความเสียหายกับชิ้นงานได้ จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมอย่างเหมาะสม ซึ่ง ARTLONGA มีผู้เชี่ยวชาญที่จะให้บริการในแต่ละด้านตั้งแต่บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ การขน การติดตั้ง และการทำความสะอาดงานศิลปะ

4.4.3 ปลอดภัย (Safety)

งานศิลปะนั้นมีมูลค่าสูง ความปลอดภัยจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ARTLONGA มีบริการรับจัดเก็บงานศิลปะ โดยมีการทำประกันสำหรับงานศิลปะเหล่านั้นด้วย ประกันครอบคลุมถึงการสูญหาย หรือความเสียหายที่เกิดขึ้นในระหว่างขนย้าย วงเงินประกันมีมูลค่าเท่ากับราคาประเมินงานศิลปะเหล่านั้น นอกจากนี้ห้องที่จัดเก็บยังมีมาตรฐาน ด้วยกล้อง CCTV ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

ARTLONGA ทำการศึกษาข้อมูลเพื่อวางแผนด้านการตลาด (ภาคผนวก ข การวิจัยการทำตลาดของธุรกิจศิลปะในไทย Market research) จนสามารถสรุปแผนการทำกลยุทธ์ทางการตลาดได้ 4 รูปแบบดังนี้

4.5.1 กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง (Product differentiation)

ARTLONGA นำเสนอรูปแบบธุรกิจที่แตกต่าง และไม่เหมือนกับการบริการให้กับนักสะสม และวงการศิลปะที่มีอยู่ในประเทศไทย โดยเน้นเรื่องการดูแลจัดการงานศิลปะ ซึ่งยังมีความต้องการในธุรกิจประเภทนี้อยู่ จากการหาข้อมูลในวงการศิลปะไทย ทั้งจากแกลเลอรี นักสะสม นิติสารศิลปะ พบว่านักสะสมในประเทศไทยที่สะสมงานระดับ Old Master หรือระดับอาจารย์ผู้ใหญ่โดยมีมูลค่าชิ้นงานมากกว่า 300,000 บาทขึ้นไปมีประมาณ 200 คน เป้าหมายของการสะสมแบ่งออกเป็น 2 แบบ แบบแรกคือสะสมเพราะมีความหลงใหลและต้องการชื่นชมในผลงาน และแบบที่สองคือสะสมเพื่อเป็นการลงทุน โดยกลุ่มนักสะสมทั้ง 2 ประเภทนี้มีความต้องการในการเก็บงานศิลปะให้สามารถคงอยู่ได้ยาวนานขึ้น นอกจากนี้แกลเลอรีและศิลปินเองไม่มีคลังในการเก็บผลงานศิลปะ หลายครั้งที่งานศิลปะที่มีมูลค่าสูง เกิดความเสียหายซึ่งมีอาจประเมินค่าได้ ดังนั้นการนำเสนอรูปแบบธุรกิจนี้ถือเป็นการสร้างความแตกต่างจากธุรกิจที่มีอยู่แล้วในประเทศไทย ซึ่งตอนนี้จะมีแต่เรื่องการขนย้ายงานศิลปะ และจัดเก็บกับโกดังสินค้าทั่วไปเท่านั้น

4.5.2 กลยุทธ์ด้านการตั้งราคา (Pricing Strategy)

ในการตั้งราคาของแต่ละบริการจะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Value Based Pricing) และการกำหนดราคาแบบบวกกำไร (Cost-Based Pricing) โดยพิจารณาจากค่าบริการที่แตกต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์การตั้งราคาตามคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Value Based Pricing)

กลยุทธ์ Value-Based Pricing คือตั้งราคาตามคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ ใช้กลยุทธ์นี้ในการให้บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ เพราะผลงานศิลปะของกลุ่มลูกค้านี้มีมูลค่าสูง การบริการใดๆก็ตามที่เกี่ยวข้องจึงย่อมมีค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ในการบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะจะเน้นเรื่องการดูแลรักษาคุณภาพของชิ้นงานไปจนถึงการรักษาความปลอดภัย จึงต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ของประกันสำหรับงานศิลปะรวมอยู่ด้วย โดยราคาบริการจะแตกต่างกันตามขนาดของงานศิลปะซึ่งมีอัตราค่าบริการตามตารางที่ 4.2

ห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (Art Storage)

ตารางที่ 4.2 อัตราค่าบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ (Art Storage)		บาท	หน่วย
บริการ 1	งานขนาดเล็ก S (60*80cm)	9,000	Month
บริการ 2	งานขนาดกลาง M (1*2 m)	15,000	Month
บริการ 3	งานขนาดใหญ่ L (2 M. up)	30,000	Month

กลยุทธ์การกำหนดราคาแบบบวกกำไร (Cost Based Pricing)

จะใช้กลยุทธ์นี้ในการบริการอีก 3 บริการ คือ บริการขนส่งงานศิลปะ บริการติดตั้งผลงานศิลปะ และบริการดูแลทำความสะอาดและซ่อมแซมงานศิลปะ เนื่องจากทั้ง 3 บริการนี้จะดำเนินการโดยใช้ Outsourcse จึงต้องมีต้นทุนที่ต้องจ่ายให้กับบริษัทที่ให้บริการในแต่ละบริการอยู่แล้วส่วนหนึ่ง และ ARTLONGA ต้องคิดคำนวณส่วนเพิ่มที่จะเป็นค่าดำเนินการของ ARTLONGA เพื่อให้มีกำไรตามความเหมาะสม โดยในแต่ละบริการมีอัตราค่าบริการตามตารางที่ 4.3

บริการขนส่งงานศิลปะ (Art Transportation)

ตารางที่ 4.3 อัตราค่าบริการขนส่งงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ระยะทาง	บาท
ไม่เกิน 300 กม.	5,000
301-500 กม.	7,500
500 กม. ขึ้นไป	10,000

นอกจากนั้น ยังมีค่าบริการบรรจุหีบห่อเพื่อขนส่ง โดยเป็นการบรรจุแบบพิเศษเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับงานศิลปะ คิดราคาตามขนาดของชิ้นงาน โดยแบ่งเป็น ชิ้นงานขนาดเล็ก ขนาดประมาณ 60 เซนติเมตร* 80 เซนติเมตร ชิ้นงานขนาดกลาง ขนาดประมาณ 1 เมตร* 2 เมตร และชิ้นงานขนาดใหญ่ ขนาดประมาณ 2 เมตรขึ้นไป ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่องานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ขนาดของงานศิลปะ	ชั่วโมง	ระยะยาว
S (60x80 ซม.)	300	3,000
M (100x200 ซม.)	500	5,000
L (200 ซม. ขึ้นไป)	1,000	10,000

บริการติดตั้งงานศิลปะ (Art Installation)

ค่าบริการในการติดตั้งงานศิลปะ คิดเป็นราคาต่อการติดตั้ง 1 งาน โดยรวมอุปกรณ์และค่าแรงแล้ว ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 อัตราค่าบริการติดตั้งงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

ขนาดของงานศิลปะ	ชั่วโมง
S (60x80 ซม.)	1,500
M (100x200 ซม.)	2,500
L (200 ซม. ขึ้นไป)	3,000

บริการดูแลรักษางานศิลปะ (Art Care)

สำหรับค่าบริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ คิดค่าบริการตามมูลค่าของผลงานที่ประเมิน อยู่ที่ 1.5% ของมูลค่าชิ้นงาน ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 อัตราค่าบริการดูแลและทำความสะอาดงานศิลปะ (หน่วย: บาท)

บริการดูแลรักษางานศิลปะ (Art Care)		บาท	หน่วย
บริการ 1	1.5 % of Art Price	Varied	Work

4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)

ARTLONGA ใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 ช่องทางคือ ออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเดือนละ 80,000 บาท

ช่องทางออนไลน์

ในด้านการใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเป็นการโปรโมทให้ชื่อของ ARTLONGA คูน่าเชื่อถือขึ้น แต่ความจริงแล้วการใช้ช่องทางออนไลน์ให้ได้ผลนั้นต้องทำควบคู่กับช่องทางออฟไลน์ด้วย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าจะเน้นเรื่องความน่าเชื่อถือเป็นหลัก ดังนั้นการตัดสินใจในการใช้บริการขึ้นอยู่กับผู้ที่แนะนำเป็นสำคัญ และรองลงมาคือมีการโฆษณาในแหล่งที่น่าเชื่อถือ ซึ่งช่องทางออนไลน์ที่จะใช้มีดังนี้

1. เว็บไซต์เกี่ยวกับงานศิลปะแขนงต่างๆ contestwar.com, rama9art.org
2. Facebook ARTLONGA
3. Website ARTLONGA
4. Instagram ARTLONGA
5. Facebook Hybrid Art Collectors

เมื่อปี พ.ศ.2558 มีเพจ Facebook ชื่อว่า Hybrid Art Collectors ซึ่งเป็นเพจที่นำเสนอข้อมูลของศิลปะในประเทศไทย นำผลงานของศิลปินหลายๆท่านมานำเสนอ และให้ความรู้ รวมทั้งแนวคิดของงานศิลปะไทยในแต่ละยุคแต่ละสมัย โดยล่าสุดมียอด like เกือบ 160,000 ครั้ง และยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง นอกจากนี้ Hybrid Art Collectors ยังมีกลุ่มที่เป็นกลุ่มสำหรับนักสะสม มีสมาชิกทั้งหมดกว่า 9,200 คน ซึ่งในกลุ่มจะมีการโพสต์ผลงานที่แต่ละคนสะสม นำมาให้คนในกลุ่มมีโอกาสชม ซึ่งเป็นช่องทางที่ดีในการโปรโมทบริการของ ARTLONGA อีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 4.3 Facebook Hybrid Art Collectors ที่นักสะสมงานศิลปะในประเทศไทยใช้เข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแสดงผลงานศิลปะไว้ที่สะสม

ช่องทางออนไลน์

การร่วมออกบูทสนับสนุนงานศิลปะต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ในประเทศไทยเช่นการแสดงผลกรรมแห่งชาติ หรือต่างประเทศงาน Art Basel

1. เอกสาร Bangkok Art Map (BAM)



ภาพที่ 4.4 เอกสาร Bangkok Art map ประกอบด้วยแผนสถานที่ที่มีการจัดแสดง

2. นิตยสารไฟน์อาร์ต (Fine Art Magazine)



ภาพที่ 4.5 นิตยสาร Fine Art สื่อสิ่งพิมพ์แรกที่นำเสนอข้อมูลในวงการศิลปะ

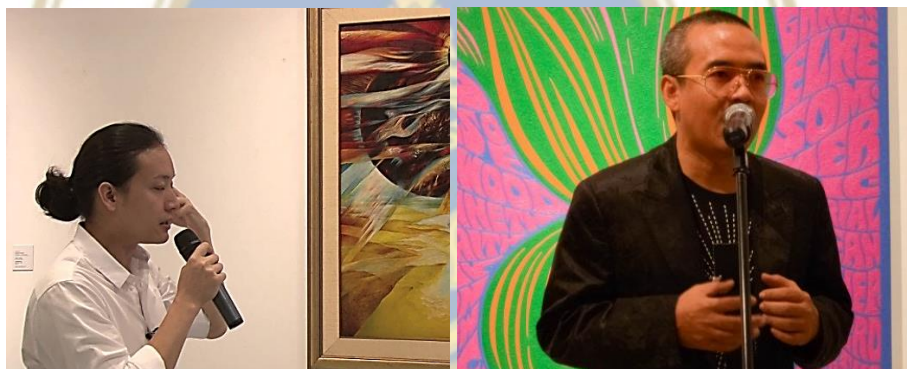
3. แกลเลอรี

ในประเทศไทยมีแกลเลอรีเอกชนอยู่ประมาณ 150 แห่ง โดยอยู่ในกรุงเทพฯ ประมาณ เกือบ 100 แห่ง แต่มีประมาณ 30% ที่มีการดำเนินงานและโปรโมทอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแกลเลอรี กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการตลาดในช่วง 1 ปีแรก โดยจะเข้าไปนำเสนอการบริการของ ARTLONGA และให้ทดลองใช้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับแกลเลอรีที่จะ แนะนำกับนักสะสมงานศิลปะต่อไป โดยกลุ่มแกลเลอรีเป้าหมายในช่วงปีแรกนั้นมี 10 แห่ง ได้แก่

1. Bangkok CityCity Gallery
2. 100Tonson Gallery
3. Ardel Gallery of Modern Art
4. HOF Art Space
5. H Gallery
6. Koi Art Gallery
7. Serindia Gallery
8. Numthong Gallery
9. Number 1 Gallery Bangkok
10. Sombat Permpoon Gallery

4. ภัณฑารักษ์ (Curators)

ภัณฑารักษ์ คือตำแหน่งเจ้าหน้าที่ดูแลพิพิธภัณฑหรือนิทรรศการ ความหมายความตัวอักษร ก็คือ ผู้ดูแลรักษาลังเก็บสิ่งของ ความหมายโดยทั่วไป คือ "ผู้ดูแลสถานที่จัดแสดงและสิ่งจัดแสดง" ในประเทศไทยภัณฑารักษ์ไม่ได้มีบทบาทในด้านของการเป็นผู้ดูแลสถานที่จัดแสดงและสิ่งจัดแสดงเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้คัดเลือกผลงานเพื่อนำมาจัดแสดงในงานนิทรรศการต่างๆ ด้วย นอกจากนี้ยังมีหน้าที่แนะนำเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของศิลปิน รวมทั้งเป็นผู้สื่อความหมายของผลงานศิลปินที่ถูกสร้างสรรค์ออกมาสู่บุคคลอื่นให้ได้รับรู้และเข้าใจด้วย สำหรับนักสะสมที่เพิ่งเริ่มสะสมงาน จำเป็นต้องขอคำปรึกษากับภัณฑารักษ์เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลงานแต่ละประเภทของศิลปินแต่ละคน ดังนั้นการเข้าถึงภัณฑารักษ์ก็เท่ากับว่าเป็นการนำส่งข้อมูลการบริการของ ARTLONGA ไปสู่นักสะสมงานศิลปะ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย สำหรับภัณฑารักษ์ในประเทศไทยที่เป็นที่รู้จักเช่นคุณธวัชชัย สมคง บรรณาธิการนิตยสาร Fine Art หรือคุณชล เจนประภาพันธ์ ภัณฑารักษ์ และนักเขียนอิสระเกี่ยวกับบทความศิลปะ



ภาพที่ 4.6 ภัณฑารักษ์ คุณชล เจนประภาพันธ์ (ซ้าย) คุณธวัชชัย สมคง (ขวา)

4.5.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC strategy)

การโฆษณา (Advertising) และ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- การโฆษณาผ่านช่องทาง social media คือ Facebook, Instagram, Twitter โดยโฆษณาไปยังผู้ที่ชื่นชอบ และสะสมงานศิลปะ
- นำเสนอการบริการผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่รักและสะสมงานศิลปะ
- การออกบูธ และสนับสนุนงานนิทรรศการต่างๆ
- สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มนักสะสมและแกลเลอรีเพื่อนำเสนอบริการ

การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)

- โปรโมชั่นการดูแลงานศิลปะโดยมีส่วนลดให้สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการเป็นรายปี
- ให้บริการพื้นที่สำหรับจัดเก็บงานศิลปะกับแกลเลอรีในช่วงแรกเพื่อเป็นการให้ทดลองใช้ และเป็นการโฆษณา

กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Activities)

- มีการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้ากลุ่มนักสะสมศิลปะ และข้อมูลรูปภาพของลูกค้าจะมีการเก็บรักษาอย่างดีไม่ถูกเปิดเผยและนำไปใช้เพื่อการค้าโดยเด็ดขาด
- นำเสนอบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าการบริการของ ARTLONGA ได้มาตรฐาน
- ส่งผู้ดูแลเข้าไปดูแลงานศิลปะอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักสะสม และแกลเลอรี



บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ

จากการเติบโตของตลาดงานศิลปะในปัจจุบัน จะพบว่ามีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากข้อมูลของการประมูลผลงานศิลปะที่จัดขึ้นโดย Christie's และ Sotheby's ที่เป็นบริษัทประมูลผลงานศิลปะในระดับนานาชาตินั้นระบุว่า รายได้จากการประมูลผลงานศิลปะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงปีละ 14.4% หรือแม้แต่ในประเทศไทยก็มีข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่ระบุว่าภาพรวมกลุ่มธุรกิจประเภทแกลเลอรีที่เป็นตัวกลางในการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนงานศิลปะนั้นมีมูลค่าสูงถึง 600 ล้านบาท จากมูลค่าของธุรกิจที่สูง และเติบโตขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะนั้นเติบโตขึ้นเช่นกัน แต่ธุรกิจเกี่ยวกับงานศิลปะนั้นไม่ได้มีแต่เพียงการซื้อขาย แลกเปลี่ยนงานศิลปะเท่านั้น เมื่อนักสะสมซื้องานศิลปะชิ้นหนึ่งไปแล้วมูลค่ามาก และงานศิลปะนั้นไม่สามารถทำซ้ำได้อีกเหมือนกับสิ่งของอย่างอื่น

โดยการจัดการงานศิลปะนั้นเริ่มตั้งแต่การขนส่งเพื่อเคลื่อนย้ายงานมายังพื้นที่ที่จะติดตั้ง การจัดเตรียมสถานที่ติดตั้งให้เหมาะสม ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับระดับความชื้นและอุณหภูมิ ระดับความเข้มของแสง มีการควบคุมระดับมลพิษ เพื่อให้มั่นใจว่าปัจจัยเหล่านี้จะไม่ทำให้งานศิลปะเกิดความเสียหาย เนื่องจากวัสดุที่นำมาทำงานศิลปะนั้นมีหลายประเภท และแต่ละประเภทก็ต้องการการดูแลที่แตกต่างกัน นักสะสมหลายคนซื้องานศิลปะหลายชิ้นทำให้ประสบปัญหาไม่มีที่จัดเก็บงานเหล่านั้น การเก็บในห้องทั่วไปที่ไม่มีการควบคุมสภาพแวดล้อม อาจจะทำให้เกิดความเสียหายต่อชิ้นงานได้

มีข้อมูลจากนักสะสมงานศิลปะและแกลเลอรีพบว่า ปัจจุบันปัญหาเรื่องการจัดการงานศิลปะกำลังเป็นปัญหา เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภูมิอากาศแบบร้อนชื้นทำให้งานศิลปะที่เก็บไว้มักเกิดความเสียหายได้ง่าย นักสะสมที่สะสมงานศิลปะอย่างจริงจังจะซื้องานศิลปะอย่างน้อยเฉลี่ยปีละ 4 ชิ้น ซึ่งในประเทศไทยมีนักสะสมกลุ่มนี้ประมาณ 200 คน จะต้องหาที่จัดเก็บงานเหล่านี้ด้วยตัวเอง หลายคนแก้ปัญหาโดยการเปิดแกลเลอรีเองเพื่อแสดงงานที่สะสมเหล่านั้น แต่การเปิดแกลเลอรีก็มีค่าใช้จ่ายสูง และมีความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัย ดังนั้นการมีบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะจึงเป็นทางเลือกให้กับนักสะสมเหล่านี้ นอกจากนี้แกลเลอรีและหอศิลป์ก็ยังต้องการจัดเก็บงานศิลปะเช่นกัน ทำให้เป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับ ARTLONGA ที่จะนำเสนอบริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะแห่งแรกในประเทศไทย นอกจากนี้การขนส่งเคลื่อนย้าย การติดตั้ง และ

การทำความสะอาด งานศิลปะเหล่านั้นก็ควรจะทำโดยผู้ที่มีความชำนาญเป็นพิเศษ ARTLONGA จึงได้นำเสนอบริการ การขนส่งงานศิลปะ การติดตั้งงานศิลปะ และการทำความสะอาดงานศิลปะด้วย ซึ่งจะทำให้การบริการของ ARTLONGA ครบวงจรและสะดวกแก่นักสะสม

แม้ว่าในประเทศไทยจะมีบริการขนส่ง ติดตั้ง หรือการทำความสะอาดงานศิลปะแล้ว แต่ก็ยังเป็นการให้บริการที่ต้องอาศัยความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เช่นการทำความสะอาดงานศิลปะ ปัจจุบันดำเนินการโดยสำนักช่างสิบหมู่ และคุณ โรเบิร์ต ปีแอร์ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญสาขาการจัดการงานศิลปะโดยตรง การจะใช้บริการกับคนกลุ่มนี้จะต้องติดต่อผ่านคนที่รู้จักเท่านั้น ไม่ได้เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์ ทำให้เกิดความยากลำบากในการใช้บริการ นักสะสมหลายคนไม่ทราบวิธีที่จะติดต่อ จึงจำเป็นต้องปล่อยให้งานศิลปะเกิดความเสียหายอย่างไม่มีทางเลือก

อย่างไรก็ตามการ ธุรกิจ ARTLONGA เป็นธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เล็ก และเฉพาะกลุ่มมาก ดังนั้นทุกบริการควรต้องมีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักสะสมงานศิลปะ นอกจากนี้ธุรกิจจะสามารถเติบโตและดำรงอยู่อย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างรวมทั้งการ เตรียมพร้อม พัฒนาปรับปรุงและวางแผนงานล่วงหน้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. สร้างมาตรฐานในการบริการ

ARTLONGA นำเสนอบริการทั้งหมด 4 บริการคือ ห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ การขนส่ง การติดตั้ง และการทำความสะอาดงานศิลปะ โดยบริการทั้งหมดควรมีมาตรฐานระดับโลก เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เช่นบริการห้องมั่นคงควรได้รับการรับรองจาก GRASP (Global Risk Evaluations) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่รับรองห้องที่จัดเก็บงานศิลปะที่ได้ยอมรับทั่วโลก หรือบริการขนส่งงานศิลปะควรได้รับการรับรองจาก ICEFAT (International Convention of Exhibition and Fine Art Transporters) ซึ่งการพยายามสร้างมาตรฐานระดับโลกไม่เพียงแต่จะสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศไทยเท่านั้น แต่จะดึงดูดให้นักสะสมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเข้ามาใช้บริการได้อีกด้วย

2. นำเสนอบริการเสริมสำหรับห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะ

นักสะสมงานศิลปะเมื่อสะสมงานมากขึ้น อีกปัญหาที่สำคัญคือการจัดการกับงานที่สะสม การเก็บประวัติความเป็นมา และการจัดเรียงตามประเภทของงาน การให้บริการห้องมั่นคงสำหรับงานศิลปะนั้น สามารถนำเสนอบริการเสริมคือการทำข้อมูลงานสะสมศิลปะให้กับนักสะสมที่มีงานศิลปะจำนวนมาก โดยทำเป็นอัลบั้มออนไลน์ที่สามารถเปิดได้จากมือถือ หรือแท็บเล็ต ซึ่งจะทำให้ นักสะสมทราบว่างานศิลปะที่เก็บไว้นั้นมีอะไรบ้าง มีคุณค่าทางจิตใจ และง่ายเมื่อต้องการขายต่อผลงาน

3. สร้างช่องทางการรับรู้ที่น่าเชื่อถือ

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ ARTLONGA เป็นกลุ่มที่เล็ก และขาดการเข้าถึง ดังนั้นการที่จะนำเสนอบริการนั้นควรจะได้รับการแนะนำผ่านกลุ่มบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในวงการงานศิลปะ เช่นเจ้าของแกลเลอรี หรือภัณฑารักษ์ โดยควรที่จะนำเสนอบริการให้เป็นที่ยอมรับในคนกลุ่มนี้ก่อนแล้วจึงใช้ช่องทางนี้ในการแนะนำบริการของ ARTLONGA จะสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าวิธีอื่น

4. ตั้งอัตราค่าบริการให้เหมาะสม

อัตราค่าบริการของ ARTLONGA ตั้งราคาตามบริการแบบเดียวกันในต่างประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์ หรือฮ่องกง ดังนั้นเมื่อคิดเป็นเงินสกุลไทยแล้วถือว่าเป็นอัตราค่าบริการที่มีราคาสูง ซึ่งหากต้องการดำเนินธุรกิจนี้ยังต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมในแง่ของอัตราค่าบริการที่จะเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศไทย เพื่อเพิ่มโอกาสความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะบริการห้องมันคงสำหรับงานศิลปะที่มีต้นทุนสูง และต้องมั่นใจว่าจะมีลูกค้ามากพอที่จะทำให้สามารถคืนทุนได้ตามที่คาดการณ์

5. วางแผนจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงต่อธุรกิจของ ARTLONGA ที่มีความเสี่ยงภายนอกองค์กร เช่น ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากผลงานศิลปะมีสภาพคล่องต่ำ ทำให้แปลงสภาพเป็นเงินสดได้ช้า หากสภาพเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย จะส่งผลกระทบต่อตลาดผลงานศิลปะ เนื่องจากผลงานศิลปะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย อาจส่งผลทำให้ผู้บริโภคและนักสะสมลดกำลังการซื้อ เมื่อนักสะสมลดกำลังการซื้อ ผลงานศิลปะจะทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ ARTLONGA แต่จะมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจถดถอยบางปัจจัย ที่จะส่งผลดีต่อธุรกิจของ ARTLONGA ได้แก่ ภัยธรรมชาติ หรือวิกฤตการเมือง ซึ่งจะทำให้ นักสะสมเลิกใช้บริการการเก็บรักษาผลงานศิลปะในที่ปลอดภัย ความเสี่ยงภายในองค์กร เช่น ความเสี่ยงด้านต้นทุน ความเสี่ยงด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ความเสี่ยงด้านการจัดหาช่างฝีมือ และความเสี่ยงด้านการโดนตัดตอนการให้บริการ จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยความเสี่ยงต่อธุรกิจ ARTLONGA ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ดังนั้นควรมีแผนจัดการความเสี่ยงที่เป็นแบบแผน เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ และสามารถเติบโตอยู่รอดในอนาคต

บรรณานุกรม

ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย. (2558). ศิลปะและการแสดง. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.sac.or.th/databases/museumdatabase/> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 2 ตุลาคม 2559).

นิพนธ์ ขำวิไล. อาจารย์ศิลป์กับลูกศิษย์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัยศิลป์ พีระศรี, 2551.

มานิตา ศรีจิตานนท์. (2552). การบริหารหอศิลป์ร่วมสมัยเอกชน. วิทยานิพนธ์ วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บัณฑิต จันทร์โรจนกิจ. (2548). พิพิธภัณฑ์ทาภิบาล:แนวทางการบริหารและการจัดการพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ร่วมสมัย. สำนักงานคณะกรรมการแห่งชาติกระทรวงวัฒนธรรม.

มูลค่าเพิ่มของงานศิลปะ โดยเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์. เข้าถึงได้จาก:

<https://www.youtube.com/watch?v=HfdP1n5JeGA> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 12 กุมภาพันธ์ 2559).

สมาคมนักลงทุนเน้นคุณค่าแห่งประเทศไทย. (2557). การลงทุนในงานศิลปะ. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.thaiivi.org/ลงทุนในงานศิลปะ> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 19 มิถุนายน 2559).

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร. (2557). กิจกรรมเสวนา การสะสมผลงานศิลปะในประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก: <https://www.youtube.com/watch?v=gF8IkAHVt0k> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 กันยายน 2559).

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร. (2557). ครอสโอเวอร์: ศิลปะ&นักสะสม. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.bacc.or.th/event/crossover--The-Unveiled-Collection.html> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 กันยายน 2559).

Adriano Picinati di Toracello, Anders Petterson. (2014). “Art and financial report 2014”. 26-28.

New York : Deloitte and Artactic.

American Institute for Conservation 33 (2): 199–210. James Cuno , Timothy P. Whalen. (2014).

“Collection Environments Issue”. The GCI newsletter. 2,29: Color West Lithography Inc., Lithography.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Andreas Burmester and Melanie Eibl. (2013). *Climate for Collections Standards and uncertainties*. London: Archetype Publications Ltd.
- Appelbaum, Barbara. 1991. *Guide to Environmental Protection of Collections*. Madison, Connecticut: Sound View Press.
- Art Bangkok. (2557). ลงทุนในงานศิลปะ. เข้าถึงได้จาก: <http://www.artbangkok.com> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 19 มิถุนายน 2559).
- Contest War. (2556). รายการประกวดศิลปะ. เข้าถึงได้จาก: <http://contestwar.com/การเก็บรักษาผลงานศิลปะ> (วันที่เข้าถึงข้อมูล 9 กันยายน 2559).
- Lorraine Johnson. (1984). *How to restore & repair*. Singapore: Imago production. Nathan Stollow, (1987). *Conservation and Exhibitions*. London: Butterworth & Co (Publishers) Ltd.
- Samuel H. Kress Foundation, The National Gallery London. (2004). *The Effect of Relative Humidity on Artist's Pigment*. Italy: Conti Tipcolor.
- The Artist Talk. (2558). Thai Neotraditional และ
- Stina Ekelund, Paul van Duin et al. "Climate4Wood". in Austin Nevin, Malgorzata Sawicki, and Kate Seymour, *Heritage Wood: Research and Conservation in the 21st Century* (Paris: ICOM-CC, forthcoming).
- Thomson Garry. (1978). *The Museum Environment*. London: Butterworth & Co (Publishers) Ltd.
- Bachmann, Konstanze. 1992. *Conservation Concerns: A Guide for Collectors and Curators*, Washington and London: Smithsonian Institution Press.
- Thomson, Garry. (1986). *The Museum Environment*, 2nd ed. London: Butterworth Publishers.



ภาคผนวก ก

การประกวดงานศิลปกรรมที่สำคัญ

การประกวดงานศิลปกรรมที่สำคัญในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคืองาน
ประกวดที่ดำเนินการ โดยภาครัฐ และงานประกวดที่ดำเนินการ โดยภาคเอกชน

ดำเนินการโดยภาครัฐ

1. ศิลปกรรมแห่งชาติ จัดโดยมหาวิทยาลัยศิลปากร
2. ศิลปกรรมรุ่นเยาว์ จัดโดยมหาวิทยาลัยศิลปากร

ดำเนินการโดยภาคเอกชน

1. ศิลปกรรมกรุงไทย จัดโดยธนาคารกรุงไทย
2. ศิลปกรรมช่างเผือก จัดโดย บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
3. ศิลปกรรม อมตะ อาร์ต อวอร์ด จัดโดย มูลนิธิอมตะ
4. ศิลปกรรมพานาโซนิค จัดโดย บริษัท พานาโซนิค ชิว เซลส์ ประเทศไทย
5. ศิลปกรรม ปตท. จัดโดย บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน)
6. Young Thai Artist Award จัดโดย มูลนิธิเอสซีจี
7. ศิลปกรรมยุวพัฒน์ จัดโดย มูลนิธิยุวพัฒน์
8. ศิลปกรรม นำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต จัดโดย บริษัท โตชิบา (จำกัด) ประเทศไทย
9. ศิลปกรรมยูโอบี จัดโดย ธนาคารยูโอบี
10. จิตรกรรมบัวหลวง จัดโดย ธนาคารกรุงเทพ
11. จิตรกรรม NAN MEE จัดโดย บริษัท นานมี จำกัด

ภาคผนวก ข

ข้อมูลพิพิธภัณฑ์สถานและหอศิลป์ในประเทศไทย

ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ด้านศิลปะและการแสดงในประเทศไทย เป็นข้อมูลจากฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) รายชื่อพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์

ลำดับ	ชื่อพิพิธภัณฑ์	บริหารโดย	อำเภอ	จังหวัด
1	หอศิลป์ มหาวิทยาลัยนเรศวร	สถานศึกษา	เมือง	พิษณุโลก
2	พิพิธภัณฑ์วัดโพธาราม	วัดและชุมชน	แม่ใจ	พะเยา
3	พิพิธภัณฑ์ร้านถ่ายรูปลงศิลป์	เอกชน	ลอง	แพร่
4	พิพิธภัณฑ์ศิลปะพระพิมพ์หริภุญชัย	ชุมชน	คอยหล่อ	เชียงใหม่
5	พิพิธภัณฑ์ภาพจิตรกรรม 3 มิติ กรุงเทพฯ	เอกชน	เขตดินแดง	กรุงเทพมหานคร
6	พิพิธภัณฑ์บัญชา	เอกชน	เมือง	พิษณุโลก
7	พิพิธภัณฑ์ภาพจิตรกรรม 3 มิติ เชียงใหม่	เอกชน	เมือง	เชียงใหม่
8	พิพิธภัณฑ์กามาวิจิตร	เอกชน	พระโขนง	กรุงเทพมหานคร
9	หอศิลป์พระสันต์	เอกชน	เมือง	พิษณุโลก
10	หอศิลป์มหาวิทยาลัยนเรศวร	สถานศึกษา	เมือง	พิษณุโลก
11	เรือนบรรเลง	มูลนิธิและองค์กรไม่แสวงกำไร	พญาไท	กรุงเทพมหานคร
12	พิพิธภัณฑ์ปั้นทรายโลก	เอกชน	เมือง	ฉะเชิงเทรา
13	พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นขุนละหาร	ชุมชน	ขี้เหล็ก	นครราชสีมา
14	พิพิธภัณฑ์คนตรีอุษาคเนย์	สถานศึกษา	พุทธมณฑล	นครปฐม
15	พิพิธภัณฑ์ภาพจิตรกรรม 3 มิติ พัทยา	เอกชน	บางละมุง	ชลบุรี
16	พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย	เอกชน	จตุจักร	กรุงเทพมหานคร
17	พิพิธภัณฑ์ศิลปะนกสูท	เอกชน	นครชัยศรี	นครปฐม
18	หอศิลป์ร่วมสมัยเมืองคอน	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	เมือง	นครศรีธรรมราช

ลำดับ	ชื่อพิพิธภัณฑ์	บริหารโดย	อำเภอ	จังหวัด
19	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านหนังตะลุง สุชาติ ทรัพย์สัน	เอกชน	เมือง	นครศรีธรรมราช
20	หอศิลป์ร่วมสมัยจังหวัดกระบี่	องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	เมือง	กระบี่
21	หอศิลป์สยาม	เอกชน	หาดใหญ่	สงขลา
22	บ้านอรรถโฆษิต (หนังฉิ่น)	เอกชน	สิงหนคร	สงขลา
23	ศูนย์ศิลป์สิรินธร	สถานศึกษา	วังสะพุง	เลย
24	พิพิธภัณฑ์หมอลำ	สถานศึกษา	เมือง	ขอนแก่น
25	พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน	วัดและชุมชน	เมือง	ระยอง
26	อุทยานสามก๊ก	เอกชน	บางละมุง	ชลบุรี
27	พิพิธภัณฑ์ศิลปะในขวดแก้ว	เอกชน	บางละมุง	ชลบุรี
28	ศูนย์การเรียนรู้คนตรี (กลองยาว) ชุมชนภาคตะวันออกเฉียง	สถานศึกษา	เมือง	ฉะเชิงเทรา
29	หอศิลป์บ้านบัวแก้ว	เอกชน	เมือง	ลำพูน
30	อุทยานธรรมะและหอศิลป์ อินสนธิ์ วงศ์สาม	เอกชน	เมือง	ลำพูน
31	พิพิธภัณฑ์หนังกลางแปลง (ศูนย์ อนุรักษ์ภาพยนตร์ย้อนยุค)	เอกชน	งาว	ลำปาง
32	ศูนย์เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเมือง น่าน หอศิลป์พิงพุกษ์	เอกชน	เมือง	น่าน
33	หอศิลป์ริม่าน	เอกชน	เมือง	น่าน
34	หอประติมากรรมวิทยาลัยเชียงใหม่ (หอ ศิลป์ปิ่นมาลา)	สถานศึกษา	เมือง	เชียงใหม่
35	เรือนอนุสารสุนทร	สถานศึกษา	เมือง	เชียงใหม่
36	บ้านคำ (อ.ถวัลย์ ด้ขันธ์)	เอกชน	เมือง	เชียงราย
37	หอศิลป์ไต่ยวน	เอกชน	เมือง	เชียงราย
38	พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขอนอน	วัดและชุมชน	โพธาราม	ราชบุรี
39	หอศิลป์ร่วมสมัยเจ้า สง ใต้ ดิคุน	เอกชน	เมือง	ราชบุรี
40	พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดพลับพลาชัย	วัดและชุมชน	เมือง	เพชรบุรี
41	วัดแลนด์เมืองไม้	เอกชน	นครชัยศรี	นครปฐม
42	พิพิธภัณฑ์จ้าง แซ่ตั้ง	เอกชน	สามพราน	นครปฐม
43	สวนศิลป์มีเซียม ยิบอินซอย	เอกชน	สามพราน	นครปฐม
44	พิพิธภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย	หน่วยงานราชการ	พุทธมณฑล	นครปฐม

ลำดับ	ชื่อพิพิธภัณฑ์	บริหารโดย	อำเภอ	จังหวัด
45	ศิลปะสถานเอมเจริญ	เอกชน	ท่าม่วง	กาญจนบุรี
46	พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ	เอกชน	เมือง	สมุทรปราการ
47	พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัดสว่างอารมณ์	วัดและชุมชน	เมือง	สิงห์บุรี
48	ศูนย์ท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา และหอศิลป์ร่วม สมัยอยุธยา	หน่วยงานราชการ	พระนครศรีอยุธยา	พระนครศรีอยุธยา
49	หอศิลป์ศิลปิน	หน่วยงานราชการ	คลองหลวง	ปทุมธานี
50	หอศิลป์ภาสายุ	เอกชน	ไพศาลี	นครสวรรค์
51	หอศิลป์บางบัวทอง	เอกชน	บางบัวทอง	นนทบุรี
52	หอศิลป์กรุงเทพ	เอกชน	เขตสัม พันธวงศ์	กรุงเทพมหานคร
53	หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	เขตปทุมวัน	กรุงเทพมหานคร
54	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์	พิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ	เขตพระนคร	กรุงเทพมหานคร
55	หอศิลป์จามจุรี	สถานศึกษา	เขตปทุมวัน	กรุงเทพมหานคร
56	ศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพฯ	เอกชน	เขตวัง ทองหลาง	กรุงเทพมหานคร
57	พิพิธภัณฑ์พุทธศิลปะ	เอกชน	เขตสวน หลวง	กรุงเทพมหานคร
58	พิพิธภัณฑ์บ้านจิตรกร กวี อังคาร กัล ยาณพวงศ์	เอกชน	เขตสวน หลวง	กรุงเทพมหานคร
59	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์	พิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ	เขตพระนคร	กรุงเทพมหานคร
60	พิพิธภัณฑ์เพลงลูกทุ่ง	เอกชน	เขตบางกอก ใหญ่	กรุงเทพมหานคร
61	หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	สถานศึกษา	เขตพระนคร	กรุงเทพมหานคร
62	หอศิลป์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	เอกชน	เขตพระนคร	กรุงเทพมหานคร

รายชื่อหอศิลป์เอกชน (แกลเลอรี)

ลำดับ	รายชื่อแกลเลอรี	จังหวัด
1	44 Art Gallery	กรุงเทพฯ
2	100 Tonson Gallery	กรุงเทพฯ
3	About studio / About café	กรุงเทพฯ
4	Akko Art Gallery	กรุงเทพฯ
5	Ardel Gallery of Modern Art	กรุงเทพฯ
6	Artery Post-Modern Gallery	กรุงเทพฯ
7	Art Center, Chulalongkorn University	กรุงเทพฯ
8	Atta Gallery	กรุงเทพฯ
9	Bangkok Art and Culture Centre	กรุงเทพฯ
10	Bangkok citycity Gallery	กรุงเทพฯ
11	Bangkok Gallery	กรุงเทพฯ
12	Bangkok Sculpture Gallery	กรุงเทพฯ
13	Bangkok University Art Gallery	กรุงเทพฯ
14	Carpediem Gallery	กรุงเทพฯ
15	Chamchuri Art Gallery	กรุงเทพฯ
16	DOB Hualamphong Gallery	กรุงเทพฯ
17	g23 Art Gallery	กรุงเทพฯ
18	Gallery VER	กรุงเทพฯ
19	H Gallery	กรุงเทพฯ
20	HOF Art Space	กรุงเทพฯ
21	Jim Thompson Art Center	กรุงเทพฯ
22	Kalwit Studio & Gallery	กรุงเทพฯ
23	Kathmandu Photo Gallery	กรุงเทพฯ
24	King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang	กรุงเทพฯ
25	Koi Art Gallery	กรุงเทพฯ
26	Krungthai Art Gallery	กรุงเทพฯ
27	KV Art & Design Gallery	กรุงเทพฯ
28	La Lanta Fine Art	กรุงเทพฯ

ลำดับ	รายชื่อแกลเลอรี	จังหวัด
29	Lighten Art	กรุงเทพฯ
30	Marsi Art Gallery	กรุงเทพฯ
31	Maya's Secret Gallery Bangkok	กรุงเทพฯ
32	Midnice Gallery	กรุงเทพฯ
33	Museum of Contemporary Art (MOCA)	กรุงเทพฯ
34	National Art Gallery	กรุงเทพฯ
35	Nospace Gallery	กรุงเทพฯ
36	Number 1 Gallery Bangkok	กรุงเทพฯ
37	Numthong Gallery at Aree	กรุงเทพฯ
38	Patana Gallery	กรุงเทพฯ
39	People Space Gallery	กรุงเทพฯ
40	PSG Art Gallery	กรุงเทพฯ
41	Ratchadamnoen Contemporary Museum	กรุงเทพฯ
42	RMA Institute	กรุงเทพฯ
43	Rotunda Gallery	กรุงเทพฯ
44	Roysee Gallery	กรุงเทพฯ
45	Sathorn 11 Art Gallery	กรุงเทพฯ
46	Serindia Gallery	กรุงเทพฯ
47	Sombat Permpoon Gallery	กรุงเทพฯ
48	Soul Space	กรุงเทพฯ
49	Space Contemporary Art	กรุงเทพฯ
50	Subhashok The Arts Centre (SAC)	กรุงเทพฯ
51	Tadu Contemporary Art Gallery	กรุงเทพฯ
52	Tang Contemporary Art	กรุงเทพฯ
53	The Piktura Gallery	กรุงเทพฯ
54	The Queen's Gallery	กรุงเทพฯ
55	The Seven Art Gallery	กรุงเทพฯ
56	The Silom Galleria	กรุงเทพฯ
57	The Suan Dusit Art Gallery	กรุงเทพฯ
58	Timothy Yarger Fine Art	กรุงเทพฯ

ลำดับ	รายชื่อแกลเลอรี	จังหวัด
59	Toot Yung Gallery	กรุงเทพฯ
60	V64 Art Studio	กรุงเทพฯ
61	Vajiravudh College Art Gallery	กรุงเทพฯ
62	Wangna Arts Gallery, Bunditpatanasilpa Institute	กรุงเทพฯ
63	Whitespace Gallery	กรุงเทพฯ
64	WTF Cafe & Gallery	กรุงเทพฯ
65	Emjaroen Gallery	กาญจนบุรี
66	Esplande Art Gallery	นนทบุรี
67	The Sanamchandra Art Gallery	นครปฐม
68	9 Art Gallery	เชียงราย
69	Angkrit Gallery	เชียงราย
70	Meojaidee Gallery	เชียงราย
71	Sridonmoon Art Space	เชียงราย
72	116 Art Gallery	เชียงใหม่
73	Chiangmai University Art Museum	เชียงใหม่
74	Gallerie Panisa	เชียงใหม่
75	Gallery Seescape	เชียงใหม่
76	Minimal Gallery	เชียงใหม่
77	Pongnoi Community Art Space	เชียงใหม่
78	Nan Riverside Art Gallery	น่าน
79	Number 1 Gallery at Phuket	ภูเก็ต

ภาคผนวก ก

บทสัมภาษณ์จากนักสะสมและแกลเลอรีในประเทศไทย

บทสัมภาษณ์คุณธวัชชัย สมคง

บรรณาธิการนิตยสารไฟน์อาร์ต (Fine Art) และนักสะสม

1. ภาพรวมของนักสะสมในไทยเป็นอย่างไร

ตอบ นักสะสมชาวไทยส่วนใหญ่ยังนิยมเป็นงานจิตรกรรม พุทธกรรมส่วนใหญ่สำหรับหลายคน ยังคงเลือกซื้อผลงานตามความนิยม ซึ่งถ้าเกิดผลงานชิ้นใดเข้าตาของนักสะสม ราคาเท่าไรก็ซื้อ โดยเฉพาะตลาดการสะสมงานศิลปะในเมืองไทยในช่วงหลายปีมานี้ มีการเติบโตสูงขึ้นมา โดยเฉพาะการเกิดของนักสะสมรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นเด็กรุ่นใหม่ อายุไม่เยอะ แต่มีเงิน มีความสามารถในการสะสม เริ่มหันมาสะสมงานศิลปะกันตั้งแต่อายุน้อย

2. นักสะสมส่วนใหญ่เก็บผลงานศิลปะกันอย่างไร

ตอบ ก็ห่อพลาสติกกันกระแทก และวางพิงอย่างที่เราเห็น ซึ่งเป็นวิธีที่ผิด ระยะเวลาทำให้ผลงานเสียหาย นักสะสมหลายๆ คนมีผลงานศิลปะที่เก็บสะสมไว้นานมาก สิ้นทางเดิน แต่ไม่สามารถหาที่เก็บให้ผลงานเหล่านั้นได้ เนื่องจากปริมาณที่เยอะ บางรูปไม่เคยถูกเอาออกมาจากพลาสติกกันกระแทกเลย ด้วยซ้ำไป

3. คิดเห็นอย่างไร หากมีธุรกิจที่เกี่ยวกับการเก็บรักษางานศิลปะให้กับนักสะสม

ตอบ เป็นเรื่องที่ดี นักสะสมพวกนี้ยินดีจ่ายตังค์นั้น ค่าใช้จ่ายสำหรับการเก็บรักษางานศิลปะ ถือว่าถูกมาก เมื่อเทียบกับมูลค่าผลงานที่นักสะสมซื้อ ยิ่งถ้าสามารถดูแลรักษาทั้งเรื่องความชื้น ความปลอดภัย ทำให้นักสะสมเชื่อมั่นในความปลอดภัยต่อผลงานศิลปะของเขาได้ ยิ่งเป็นเรื่องดี โดยเฉพาะการขึ้นทะเบียน หรือทำแคตตาล็อกของรายชื่อผลงานให้กับนักสะสม เพราะทุกวันนี้ นักสะสมบางคนจำไม่ได้ด้วยซ้ำว่าตนเองเก็บผลงานชิ้นนี้ไว้อยู่ หรือเก็บผลงานอะไรไว้บ้าง สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นเรื่องดี หากสามารถตอบโจทย์ให้นักสะสมได้

4. การให้บริการการเก็บรักษางานที่ดี ควรเป็นอย่างไร

ตอบ ความปลอดภัยต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง ที่เหลือก็คือเรื่องการคุมความชื้น การป้องกันอัคคีภัย หรือระบบทะเบียนต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องของการประกันผลงาน ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ นักสะสมได้ เรื่องทำเลที่ตั้งนี้ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญสำหรับนักสะสม นักสะสมส่วนใหญ่กระจาย

ตัวกันอยู่ออกไป บางคนไม่ได้อาศัยอยู่ในกรุงเทพด้วยซ้ำ การขนส่งงานศิลปะไปจัดเก็บนั้น ถือว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย เพราะไม่ค่อยมีนักสะสมคนไหน เอาผลงานเดินทางไปไหนมาไหนด้วยตนเอง ในส่วนของพื้นที่สำหรับการเก็บสะสม ถ้าสามารถปล่อยให้สะสมเช่าเหมาพื้นที่เป็นห้อง เป็นส่วนขนาดเล็กๆ ได้ยิ่งดี เพราะนักสะสมบางคนชอบความเป็นส่วนตัว ตรงจุดนี้สามารถนำมาใช้เป็นจุดขายของการบริการได้

5. ระยะเวลาคิดว่า การให้บริการรูปแบบนี้จะมีทิศทางใด

ตอบ สิ่งที่ยากในการทำธุรกิจรูปแบบนี้คือการได้รับความไว้วางใจและเป็นที่รู้จักในหมู่นักสะสม เมื่อธุรกิจนี้เป็นที่รู้จัก นักสะสมส่วนใหญ่รู้จักกัน มีสายสัมพันธ์เป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ จะทำให้ธุรกิจนี้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว สำคัญคือเราจะต้องรักษาความเชื่อมั่นที่ได้รับมาอย่างไร ระยะเวลาธุรกิจนี้อยู่ได้แน่นอน แต่จะเริ่มต้นอย่างไรนั้น อยู่ที่วิธีการ และความสามารถของตัวบุคคล

บทสัมภาษณ์ คุณนำทอง แซ่ตั้ง

เจ้าของนำทองแกลเลอรี (Numthong Gallery at Aree) และนักสะสม

1. ภาพรวมของนักสะสมในไทยปัจจุบันเป็นอย่างไร

ตอบ นักสะสมไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีเยอะขึ้นมาก โดยเฉพาะนักสะสมรุ่นใหม่ อายุน้อย แต่ส่วนใหญ่ยังถึงงานศิลปะน้อยมาก หมายถึงเข้าใจถึงความหมายในการเก็บสะสมผลงานส่วนใหญ่เลือกเก็บผลงานศิลปะจากความนิยม ความดังของศิลปินที่ทำ น้อยคนที่เลือกเก็บผลงานจากความเข้าใจ และรู้สึกต่อตัวผลงานศิลปะ ทำให้หลายคนซื้องานศิลปะทิ้งขว้าง ไม่มีที่เก็บดูแลรักษา ส่วนอีกกลุ่มที่ที่น่าสนใจคือ นักสะสมชาวต่างชาติ นักสะสมกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง ซื้อเยอะ และจ่ายหนัก โดยเฉพาะช่วงหลายปีมานี้ นักสะสมชาวจีนและได้หวันมีกำลังซื้อที่สูงขึ้นมา

2. นำทองแกลเลอรีมีแนวทางการดำเนินงานอย่างไร

ตอบ นำทองแกลเลอรีไม่ได้เป็นแกลเลอรีแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก การเปิดนำทองแกลเลอรีขึ้นมา เกิดจากความรักในงานศิลปะโดยส่วนตัวของคุณนำทอง เพื่อเป็นการสนับสนุนศิลปินที่ต้องการพื้นที่แสดงออกต่องานศิลปะ และเผยแพร่ผลงานศิลปะ ซึ่งนำทองแกลเลอรีไม่ได้มีพนักงานขายคอยประจำเพื่อขายงานศิลปะ แต่อาศัยซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การบอกปากต่อปาก ว่าตอนนี้นำทองแกลเลอรีมีงานอะไรแสดง ใครเป็นศิลปิน ไม่ได้มีการเก็บเปอร์เซ็นต์เท่ากับแกลเลอรีอื่นๆ ทำให้หลายปีที่ผ่านมา นำทองแกลเลอรีประสบความสำเร็จขาดทุน แต่ยังคงดำเนินงานเนื่องมาจากใจรักของคุณนำทอง

3. คุณนำทองให้ความสำคัญในการเก็บผลงานศิลปะอย่างไร

ตอบ สำหรับผมการเก็บผลงานศิลปะเป็นเรื่องยาก การรักษาอุณหภูมิห้อง การเลือกวัสดุในการทำกรอบ การเลือกกระจก งานบางชนิดใส่กระจกไม่ได้ งานบางชนิดไม่ควรใส่กรอบ

ทุกอย่างล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อายุขัยของงานศิลปะยืนยาว ซึ่งผมให้ความสนใจในสิ่งเหล่านี้ ไม่ใช่เพื่อเก็งกำไร แต่เพื่อรักษาให้งานศิลปะอยู่กับเรา และส่งต่อไปสู่คนรุ่นหลัง แม้นักสะสมหลายคนจะให้เหตุผลว่าผลงานศิลปะเป็นสมบัติ เป็นสินทรัพย์ของเขา ซึ่งมีมูลค่าเพิ่ม

4. คุณนำทองมองทิศทาง และมีความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจการบริการเกี่ยวกับงานศิลปะอย่างไร

ตอบ ปัจจุบันงานศิลปะมีอายุที่ยาวนานขึ้น เนื่องมาจากนักสะสมมีความรู้ และมองเห็นคุณค่าของงานศิลปะมากกว่าแต่ก่อน แต่การจะให้นักสะสมลงทุนสร้างโกดัง หรือที่เก็บงานศิลปะส่วนตัว เมื่อเทียบปริมาณของงานศิลปะที่มี กับเงินที่ต้องลงทุน มันไม่คุ้มที่จะทำเอง การให้บริการเก็บงานศิลปะนับเป็นเรื่องดีสำหรับนักสะสม เพราะจะทำให้ นักสะสมไม่ต้องลงทุนสูง แต่สามารถมีที่เก็บงานศิลปะที่มีคุณภาพ

โดยเฉพาะอย่างที่บอก เกี่ยวกับนักสะสมชาวต่างชาติ นักสะสมกลุ่มนี้บางครั้งไม่สามารถขนงานกลับได้ทันที หรือบางครั้งเขาซื้อ แต่เขายังไม่อยากรับงานกลับ เนื่องจากเขาจะอยู่นาน หลายเดือน หลายปี แกลเลอรีเองไม่สามารถรับฝากงานให้กับนักสะสมกลุ่มนี้เป็นเวลานานได้ การมีบริการเก็บรักษางานศิลปะให้กับนักสะสมเหล่านี้ ถือเป็นช่องทางที่สำคัญที่เดิขวต่อวงการศิลปะไทย

บทสัมภาษณ์ คุณเยาวณี นิรันดร

ผู้แทน บริษัท คริสตี้ส์ (Christie's) ประเทศไทย

1. ภาพรวมของนักสะสมในไทยปัจจุบันเป็นอย่างไร

ตอบ ปัจจุบันมีนักสะสมงานศิลปะในประเทศไทยเพิ่มขึ้นมาก ทั้งนักสะสมที่เป็นชาวไทย และชาวต่างประเทศที่อาศัยในประเทศไทย เนื่องจากผลงานศิลปะของไทยเมื่อเทียบราคากับงานศิลปะต่างชาติถือว่าราคาไม่สูงมากนัก แต่คุณภาพของผลงานเป็นที่ยอมรับในสากล ทำให้มีนักสะสมหน้าใหม่ เริ่มต้นสะสมผลงานศิลปะ โดยเฉพาะผลงานจากศิลปินชาวไทย

2. บริษัทคริสตี้ส์ในประเทศไทยมีแนวทางการดำเนินงานอย่างไร

เพื่อนำผลงานจากประเทศไทยเข้าร่วมการประมูลผลงานศิลปะซึ่งจัดขึ้นที่ฮ่องกง ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางที่สำคัญในการเผยแพร่ศิลปะไทย ให้เข้าสู่สายตาของนานาชาติ

3. ในฐานะของนักสะสม คุณเยาวณีให้ความสำคัญในการเก็บงานศิลปะอย่างไร

ตอบ การเก็บรักษางานศิลปะ การขนส่ง และการดูแลงานศิลปะต่างๆ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาให้ผลงานศิลปะมีคุณค่ามากขึ้น จึงเกิดเป็นคริสตี้ส์ขึ้นมา ซึ่งในแต่ละประเทศนั้น การให้บริการในด้านต่างๆ เหล่านี้ มีบริษัทมากมาย รวมถึงคริสตี้ส์เอง คอยให้บริการ และแข่งขันการให้บริการกันอย่างมาก แต่ในประเทศไทย การบริการเหล่านี้ ยังไม่แพร่หลายนัก แม้จะเป็นที่รู้จักกันบ้างในหมู่นักสะสม แต่ยังไม่มีการให้บริการอย่างจริงจัง

4. คุณเยาวณีมองทิศทาง และมีความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจการบริการเกี่ยวกับงานศิลปะอย่างไร

ตอบ ถ้าตอบในฐานะนักสะสม ถือว่าเป็นเรื่องดี เนื่องจากเคยใช้บริการต่างๆ ด้านนี้มาก่อนในต่างประเทศ ถ้าหากในประเทศไทยมีบริการเหล่านี้ จะใช้บริการแน่นอน เพราะคุณค่าของงานศิลปะนั้นมีมากกว่าที่จะนำมาเสี่ยงกับการเก็บรักษา หรือขนส่งแบบทั่วไป

บทสัมภาษณ์ คุณฮุสเซน ฟาร์มานี (Mr.Hossein Farmani)

ศิลปิน ช่างภาพอาชีพ นักสะสมงานศิลปะ กัณฑ์การักษ์

ประธาน Lucie Awards in New York, International Design Awards

เจ้าของรางวัล Paris Photo Prize และ LICC, London Creative Awards

1. ภาพรวมของนักสะสมทั่วโลกในปัจจุบันเป็นอย่างไร ต่างกับนักสะสมในไทยหรือไม่

ตอบ ภาพรวมของนักสะสมทั่วโลกแตกต่างกับประเทศไทยมาก คุณฮุสเซน เคยอยู่ในประเทศอเมริกามากกว่า 25 ปี และพบว่าวงการศิลปะในประเทศไทยในตอนนี้เหมือนย้อนกลับไปที่วงการศิลปะของอเมริกาเมื่อ 15 ปีที่แล้ว ซึ่งเป็นช่วงที่งานศิลปะเริ่มเข้ามามีบทบาทกับธุรกิจต่างๆ มากขึ้น มีแกลเลอรีเกิดขึ้นมากมาย มีนักสะสมเริ่มให้ความสนใจในงานศิลปะ ทั้งเพื่อการลงทุนและสะสมด้วยความชอบ สำหรับประเทศไทยนั้นนับว่ายังอยู่ในจุดเริ่มต้น แม้จะช้าแต่ก็เป็นสัญญาณที่ดีว่ามีโอกาสเติบโตในอนาคต

2. ประเภทของงานที่สะสมมีอะไรบ้าง และจัดเก็บงานเหล่านั้นอย่างไร

ตอบ คุณฮุสเซนสะสมงานหลายประเภทถ้าเป็นภาพเขียนจะมีแบบ Contemporary, Modern & Impressionist, Abstract แต่ที่สะสมเป็นหลักคือภาพถ่าย โดยตอนนี้กำลังเก็บภาพครอบครัวของคนในแต่ละประเทศทั่วโลกในช่วงปี ค.ศ.1960 การเก็บภาพครอบครัวในช่วงเวลานั้นบ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ และคุณฮุสเซนอยากเห็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ส่วนการเก็บงาน คุณฮุสเซนมีเก็บสะสมงานเยอะมาก มีภาพถ่ายมากกว่า 2,000 รูป โดยมีขนาดตั้งแต่เล็กจนใหญ่กว่า 2 เมตร ส่วนภาพเขียนก็มีประมาณ 500 รูป ปัจจุบันรูปทั้งหมดเก็บไว้ในห้องเก็บงานศิลปะในประเทศอเมริกามีค่าใช้จ่ายต่อปีประมาณ 450,000 บาท ทั้งนี้เพราะคุณฮุสเซนต้องเดินทางไปหลายประเทศจึงไม่สามารถดูแลงานที่เก็บไว้ได้ การใช้บริการห้องสำหรับเก็บงานจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด แม้ว่าจะมีราคาสูงแต่เมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับถือว่าคุ้มค่า

3. บริการห้องสำหรับจัดเก็บเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปหรือไม่ และมีบริการอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับศิลปะที่มีในปัจจุบัน

ตอบ เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และมีให้บริการหลายบริษัท ที่อเมริกาในช่วงหลังคนซื้องานศิลปะเพื่อเป็นการลงทุนมากขึ้น บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะก็มีมากขึ้นด้วย โดยนอกจากบริการห้องสำหรับจัดเก็บแล้วก็มีเรื่องของงานขนส่ง ติดตั้ง ดูแลรักษาสภาพผลงานศิลปะ และเพราะว่าที่ประเทศอเมริกามีพิพิธภัณฑ์จัดแสดงงานศิลปะอยู่เยอะมาก ทั่วประเทศน่าจะมากกว่า 400 แห่ง ความรู้เรื่องการดูแลงานศิลปะจึงพัฒนาไปไกล มีการทำวิจัยในด้านนี้อย่างจริงจังและสม่ำเสมอ ทำให้วงการศิลปะที่นั่นเติบโตมากจริงๆ ไม่เพียงแต่ประเทศอเมริกา แต่ในทวีปยุโรปก็เช่นกัน

วงการศิลปะที่นั่นยิ่งเติบโตมากกว่าในอดีต ส่วนในเอเชียก็จะมีประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และเวียดนาม ที่วงการศิลปะเริ่มเป็นที่ยอมรับในระดับโลก

4. หากมีธุรกิจที่ดูแลเกี่ยวกับงานศิลปะ เช่น ห้องจัดเก็บ ขนส่ง ติดตั้ง ซ่อมแซม ทำความสะอาดในประเทศไทย จะมีความคิดเห็นอย่างไร

ตอบ เห็นว่ามีกลุ่มนักสะสมในไทยเพิ่มขึ้น และในประเทศไทยเองก็ยังไม่มียุทธศาสตร์สำหรับจัดเก็บอยู่เลย ก็น่าจะเป็นทางเลือกที่ดี คุณสุดเชนเปิดแกลเลอรีของตัวเองที่เอกมัย มีปัญหาเรื่องการขนย้าย เพราะยังไม่รู้จักบริษัทที่ขนส่งงานศิลปะในประเทศไทยเลย การมีบริษัทเข้ามาบริการก็จะช่วยได้ แต่ทั้งนี้สิ่งที่ต้องคำนึงคือเรื่องการสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้บริการต้องการรักษางานศิลปะให้ปลอดภัยไม่เกิดความเสียหาย ดังนั้นต้องมีทีมงานที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้เพื่อบำรุงธุรกิจนี้

5. อนาคตของวงการศิลปะทั้งในไทยและทั่วโลกจะเป็นอย่างไร

ตอบ สำหรับในประเทศไทย น่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น คุณสุดเชนก็เลยตัดสินใจเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยด้วย โดยเป็นที่ปรึกษาด้านงานศิลปะและเปิดแกลเลอรีภาพถ่าย ส่วนทั่วโลกตอนนี้ก็ถือว่าเติบโตขึ้นมาก และมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อยๆ มีศิลปินหน้าใหม่เกิดขึ้นมากมาย ส่วนผลงานระดับ Old Master ก็ยังมีการส่งต่อกันในวงการด้วยราคาที่สูง ทำให้มีกิจกรรมของงานศิลปะเกิดขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นคิดว่าวงการนี้ยังคงเติบโตได้อยู่

บทสัมภาษณ์ น.พ.วิโรจน์ กวินวงศ์โกวิท

อาจารย์แพทย์แผนกกระดูกและข้อ โรงพยาบาลรามารชิบดี นักสะสมงานศิลปะ

1. เพราะเหตุใดจึงเริ่มสะสมงานศิลปะ และประเภทงานที่สะสมมีอะไรบ้าง

ตอบ เริ่มจากเห็นที่โรงพยาบาล ซึ่งจะมีรูปภาพของศิลปิน พอเห็นแล้วก็รู้สึกชอบ อยากมีไว้บ้างก็เริ่มศึกษา และตอนนั้นมีโอกาสได้รู้จักกับศิลปินแห่งชาติคืออาจารย์เพื่อ หริพิทักษ์ ได้ซื้องานของอาจารย์ไว้ชิ้นหนึ่งทำให้เริ่มสะสมตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา งานที่ซื้อเก็บตอนนี้ส่วนใหญ่เป็นงานพุทธศิลป์ และปติมากรรมขนาดเล็กที่เป็นพระพุทธรูป ถ้าวางรวมๆที่มีตอนนี้น่าจะราวๆ 60 ชิ้น ราคาที่แพงที่สุดก็ระดับหลักแสน

2. ปกติใช้ช่องทางใดบ้างในการซื้องานศิลปะ

ตอบ หลักๆ คือ อาจารย์ชอบเห็นงานจริง และได้คุยกับศิลปินโดยตรง อาจารย์จะหาช่องทางในการทำความรู้จักกับศิลปิน และไปขอซื้อ เคยไปที่บ้านศิลปิน 4 ครั้งกว่าจะยอมขายงานให้ เวลาได้ซื้องานแบบนี้จะรู้สึกมันมีคุณค่าทางใจมากขึ้น นอกจากนี้อาจารย์มีคนรู้จักอยู่ในวงการ ซึ่งรู้จักกับศิลปินหลายคน เมื่อมีงานแนวที่อาจารย์ชอบก็จะนำมาแนะนำให้อาจารย์ ส่วนแกลเลอรีก็มีบ้าง ถ้ามีจัดแสดงงานแบบที่ชอบก็จะไปดู ถ้าหากตกลงราคาได้ตามที่ต้องการก็ซื้อเก็บไว้บ้างก็มี

3. ให้ความสำคัญในการเก็บผลงานศิลปะอย่างไร

ตอบ ตอนนี้ก็เก็บในบ้าน ไม่ได้ดูแลเป็นพิเศษ หากมีฝุ่นก็จะปิดกวาดเช็ดถู โดยใช้ผ้าหรือไม้จันทน์ไปปิดฝุ่น

4. มีความเห็นอย่างไรถ้าหากมีบริการที่จะช่วยดูแลงานศิลปะให้อยู่ในสภาวะที่เหมาะสม

ตอบ ก็ดี เพราะอาจารย์ก็ไม่รู้เกี่ยวกับวิธีการรักษาชิ้นงาน แต่ละงานที่ซื้อมาก็มีวัสดุที่แตกต่างกันออกไป พอเก็บนานๆ ก็ทำให้มีฝุ่น เมื่อต้องการทำความสะอาดก็ไม่รู้วิธีที่ถูกต้อง ถ้าหากมีบริการดูแลส่วนนี้ก็คงเป็นเรื่องที่ดี และคิดว่าจะใช้บริการ

ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์อาจารย์และศิลปิน

อาจารย์พงศ์ภวัน อะสีติรัตน์

อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อาจารย์พิเศษภาควิชาเซรามิก และภาควิชาประติมากรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประติมากรอิสระ

1. ภาพรวมของงานศิลปะไทยเป็นอย่างไรบ้าง

ตอบ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีการจัดแสดงงานศิลปะ โดยภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งการประกวดงานศิลปกรรมต่างๆ ที่เข้มข้นมากขึ้น ทั้งคุณภาพของผลงาน และศิลปิน ถือเป็นสัญญาณที่ดีที่ส่งผลต่อวงการศิลปะไทย

2. นอกจากการเป็นอาจารย์ประจำแล้ว เคยรับจ้างซ่อมงานศิลปะบ้างหรือไม่

ตอบ เป็นการรับงานมาจากทางมหาลัยอีกที ซึ่งเป็นการขอความอนุเคราะห์จากทางหน่วยงาน จึงไม่ได้ค่าแรง หรือคิดค่าบริการในส่วนของการซ่อมแซม ทำให้บางครั้งศิลปินไม่ได้รายได้จากส่วนนี้ ซึ่งโดยส่วนตัวมองว่าไม่ถูกต้อง

3. ธุรกิจการให้บริการเกี่ยวกับงานศิลปะ จะส่งผลอย่างไรต่อวงการศิลปะ

ตอบ มองว่าเป็นเรื่องที่ดี ปัจจุบันนักสะสมในไทยเพิ่มจำนวนขึ้นมากกว่าแต่ก่อน การให้บริการรูปแบบนี้จะเป็นการช่วยสนับสนุนให้นักสะสมหน้าใหม่ สามารถตัดสินใจซื้องาน และสะสมผลงานศิลปะได้มากขึ้น เนื่องจากไม่ต้องคำนึงถึงการเก็บรักษา การขนส่ง การทำความสะอาด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของนักสะสมรายใหม่

อาจารย์หทัยรัตน์ มณีรัตน์

อาจารย์ประจำภาควิชาจิตรศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. ภาพรวมของงานศิลปะไทยเป็นอย่างไรบ้าง

ตอบ วงการศิลปะไทยในตอนนี้ถือว่าเป็นช่วงขาขึ้น แม้ไม่ได้โตแบบก้าวกระโดด แต่ถือว่ามีสัญญาณที่ดี ส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนการท่องเที่ยว ที่ทำให้มีชาวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยมากมาย ทำให้ศิลปะไทยเป็นที่แพร่หลายในวงกว้าง

2. เคยได้ยินเกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการหลังการขายงานศิลปะหรือไม่

ตอบ ในต่างประเทศมีมานานแล้ว ธุรกิจประเภทนี้เป็นที่แพร่หลาย และได้รับความนิยมมากในต่างชาติ แต่ในไทยยังไม่เคยเห็นผู้ให้บริการรูปแบบนี้

3. คิดเห็นอย่างไร หากมีการให้บริการดังกล่าวในประเทศไทย

ตอบ ในด้านการให้บริการเก็บรักษางานศิลปะถือว่าศิลปินน่าจะได้ประโยชน์ทางอ้อม เพราะจะทำให้นักสะสมสามารถเก็บสะสมงานได้มากขึ้น สิ่งที่ศิลปินจะได้ประโยชน์โดยตรงน่าจะเป็นการให้บริการการขนส่งและติดตั้ง ซึ่งไม่ใช่แค่ักสะสมใช้บริการ แต่ในการจัดแสดงนิทรรศการ ศิลปินก็จำเป็นต้องใช้บริการตรงส่วนนี้เช่นเดียวกัน



ภาคผนวก ง

บทสัมภาษณ์หน่วยงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการงานศิลปะ

สำนักช่าง 10 หมู่

คุณมีนะเมษฐ์ ศิริสุข

นักวิชาการช่างศิลป์ปฏิบัติการ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร

1. ภาพรวมของงานศิลปะไทยเป็นอย่างไรบ้าง

ตอบ ภาพรวมของงานศิลปะไทย ถือว่ากำลังเติบโตได้ดี เมื่อเทียบกับหลายรุ่นที่ผ่านมา โดยเฉพาะศิลปะไทยสมัยใหม่ ที่สร้างโดยศิลปินรุ่นใหม่ นั้น มีความสามารถ คุณภาพ ทัดเทียมกับต่างชาติได้เลย

2. ช่างสิบหมู่มีส่วนในการกำกับดูแลศิลปะไทยสมัยใหม่อย่างไรบ้าง

ตอบ เป็น icoke อย่งหนึ่งของศิลปะไทยสมัยใหม่ เนื่องจากมันถูกสร้างและเขียนขึ้นมาใหม่ ทำให้อายุของศิลปะสมัยใหม่ยังไม่มากนัก แตกต่างจากงานจิตรกรรมฝาผนัง ภาพเขียนโบราณ ซึ่งศิลปะจำพวกนี้มีอายุตั้งแต่ 100 จนถึง 1000 ปีก็มี การดูแลซ่อมแซมของช่างสิบหมู่จึงเน้นไปที่ของโบราณ ภาพจิตรกรรมฝาผนังมากกว่า สำหรับศิลปะไทยสมัยใหม่ก็มีบ้าง แต่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยถึงขนาดซ่อมแซม แค่ทำความสะอาด บัดฝุ่น หรือคืนสภาพสี

3. มีงานศิลปะเข้ามารับการทำความสะอาดมากน้อยแค่ไหน

ตอบ ถ้าตอบในฐานะช่างสิบหมู่ คงตอบว่าน้อยมาก แต่ถ้าในฐานะกองทำงานอิสระ ต้องตอบว่าเยอะมาก เพราะศิลปะไทยสมัยใหม่บางชิ้นมีมูลค่าสูง การส่งงานศิลปะทำความสะอาดโดยผ่านทางภาครัฐนั้นเสี่ยงต่อการถูกตรวจสอบที่มา ที่พบรวมถึงของโบราณ และภาพเขียนเก่าแก่ ซึ่งหาที่มาไม่ได้ ดังนั้นนักสะสมจึงเลือกที่จะจ่ายแพงให้กับช่างซ่อมงานอิสระ มากกว่าการเข้าทางกรมศิลปากร หรือช่างสิบหมู่

4. การซ่อม หรือดูแลทำความสะอาดงานครั้งนึ่ง มีค่าใช้จ่ายเท่าไร

ตอบ ตอบเป็นตัวเลขกลมๆ ได้ยากมาก เนื่องจากการทำงานอิสระ ต้องแบบรับความเสี่ยงด้วยตนเอง การตีราคาจึงขึ้นอยู่กับมูลค่าของผลงาน และจะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์มากน้อย ก็ขึ้นอยู่กับความยากของผลงานที่นำมาบริการ ยิ่งยาก ยิ่งแพง มีตั้งแต่ 5% จนถึง 30% ของมูลค่าของงานศิลปะ

5. การให้บริการดูแลรักษางานศิลปะในด้านต่างๆ จะส่งผลต่อช่างซ่อมอิสระอย่างไร

ตอบ คงจะทำให้การทำงานเป็นระบบมากขึ้น เนื่องจากช่างซ่อมงานศิลปะ ก็คือคนพวกเดียวกันกับคนที่จบด้านศิลปะมา นิสัย และพฤติกรรมค่อนข้างไม่แตกต่างจากศิลปิน ซึ่งมักจะมีเงินอายุ ไม่มีระบบระเบียบ สำมะเลเทเมา ทำให้บางครั้งเสียหายเสียหาย หากทำงานอิสระด้วยตัวเอง การมีระบบมาควบคุม คอยส่งงาน และควบคุมไม่ให้รับงานเกินความสามารถนั้น น่าจะเป็นผลดีต่อทุกฝ่าย



สุจิตเกลเลอรี อาร์ต แอนด์ เฟรม

สุจิตเกลเลอรี อาร์ต แอนด์ เฟรมเป็นผู้ให้บริการด้านการเข้ากรอบรูป คุแล ซ่อมแซมกรอบรูป ซึ่งเป็นที่รู้จักในวงการศิลปะของประเทศไทยเนื่องจากการดำเนินงานและมีความเชี่ยวชาญ เชื่อถือได้

1. ลูกค้าส่วนใหญ่ของทางเกลเลอรีเป็นใคร

ตอบ ลูกค้าส่วนใหญ่คือ กลุ่มนักสะสม เนื่องจากสุจิตเกลเลอรีดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2507 ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างในหมู่นักสะสมรุ่นเก่า จนถึงนักสะสมใหม่ๆ อีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ๆ คือ เกลเลอรี และหอศิลป์ต่างๆ เวลาจัดแสดงนิทรรศการ เกลเลอรีจะส่งงานศิลปะ หรือ บางครั้งศิลปินจะเป็นผู้นำงานศิลปะมาใส่กรอบด้วยตนเอง

2. ค่าใช้จ่ายในการทำความสะดวก และซ่อมแซมต่างจากการเปลี่ยน หรือใส่กรอบคิดค่าบริการอย่างไร

ตอบ ต่างกัน การเปลี่ยนกรอบและใส่กรอบ มีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 1,400 บาท – 40,000 บาท แล้วแต่คุณภาพของตัวกรอบ และกระจก แต่การซ่อมแซมและทำความสะอาด ต้องแบกรับความเสี่ยงของการดำเนินงาน เนื่องจากงานบางชิ้นมีมูลค่าที่สูงมาก การจะทำความสะอาดหรือซ่อมแซม จึงต้องคิดจากมูลค่างาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงหากงานเกิดความเสียหาย อยู่ที่ 10%-30% ของมูลค่างาน ซึ่งขึ้นอยู่กับความยากง่าย ซึ่งไม่แพงเลยสำหรับนักสะสม เพราะราคานี้หมายถึงการได้ของดีสภาพที่ใกล้เคียงกับเดิม ซึ่งนักสะสมให้ความใส่ใจและยินดีที่จะจ่าย

3. สุจิตเกลเลอรีมีกำลังการผลิต และให้บริการต่อเดือนประมาณเท่าไร

ตอบ เนื่องจากสุจิตเกลเลอรีเป็นธุรกิจครอบครัว ไม่ได้มีการขยายกำลังการผลิตที่ใหญ่โต กำลังคนในการทำงานส่วนใหญ่จึงเป็นคนในครอบครัว ไม่ได้ใช้ลูกจ้าง ทำให้ต่อเดือนสามารถให้บริการเกี่ยวกับการใส่กรอบ และซ่อมแซมทำความสะอาดกรอบอยู่ที่ 50 ชิ้น/เดือน

4. ในวงการนอกจากการซ่อมแซมกรอบแล้ว สุจิตเกลเลอรีสามารถให้บริการด้านใดได้อีกบ้าง

ตอบ นอกจากการซ่อมแซม สุจิตเกลเลอรีก็มีบริการไปรับงานศิลปะด้วยตัวเอง หากนักสะสมไม่สะดวกนำงานมาให้ หากงานขนาดใหญ่ก็จะใช้รถรับจ้างภายนอก เคยใช้รถรับจ้างส่งงานไปให้ลูกค้าที่เชียงใหม่ ซึ่งสุจิตเกลเลอรีไม่ได้ให้บริการด้านนี้โดยตรง เป็นการติดต่อรถรับจ้างให้กับนักสะสม ซึ่งมีรถรับจ้างคิดค่าบริการอยู่ที่ 15,000 บาท

ภาคผนวก จ บทสัมภาษณ์หอศิลป์

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
(Bangkok Art & Culture Centre BACC)

คุณณรงค์ดี นิลเขต Project Manager , คุณอมรแมน เปี่ยมรุ่งเรืองและคุณอรชรเชษฐ ติกขากุล
ผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบติดตั้งงานศิลปะ

1. ภาพรวมของนักสะสมในไทยเป็นอย่างไร

ตอบ ปัจจุบันมีนักสะสมงานศิลปะเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับหลายปีที่ผ่านมา มีทั้งนักสะสมที่สะสมจริงๆ กับนักสะสมที่เก็งกำไรของผลงาน

2. BACC มีการให้บริการรูปแบบใดบ้างที่เกี่ยวกับงานศิลปะ

บ้างเป็นครั้งคราว ในเรื่องของมาตรฐานการขนส่ง ซึ่งมีทั้งดีและไม่ดี เช่นลูกจ้างที่คอยยกงานศิลปะที่เป็นคนคิดครด ไม่ได้มีความรู้เฉพาะทางในการขนย้ายงานศิลปะเท่าที่ควร

3. BACC มีโกดัง หรือห้องสำหรับการเก็บรักษางานศิลปะเป็นของตัวเองหรือไม่

ตอบ มี แต่ปัญหาคือการจัดการโกดัง ซึ่งยังไม่เป็นระบบ ภายในโกดังมีงานจากหลากหลายแหล่ง เช่นศิลปินที่ทำงาน งานของนักสะสมที่ยังไม่มารับไป ซึ่งเป็นผลทำให้ไม่สามารถใช้พื้นที่โกดังได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากต้องคอยเก็บรักษางานศิลปะขึ้นก่อนหน้า อีกทั้งการตามให้นักสะสม และศิลปินกลับมาผลงานกลับไป เป็นไปได้ยากพอสมควร

4. นำเสนอรูปแบบธุรกิจ และถามความคิดเห็นหากมีธุรกิจรูปแบบดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศไทย

ตอบ ถือเป็นเรื่องที่ดี เพราะปัญหาที่ BACC พบคือ การที่นักสะสมหลายคนไม่มีพื้นที่สำหรับจัดเก็บงานศิลปะ จึงกลายมาเป็นภาระที่หอศิลป์ฯ ต้องดูแล ทั้งค่าไฟของเครื่องควบคุมความชื้น และพื้นที่ที่ควรจะนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดเก็บงานอื่นๆ หอศิลป์ฯ จะได้สามารถผลักดันให้นักสะสมไปใช้บริการดังกล่าว ซึ่งนักสะสมหลายๆ คน ก็กำลังประสบปัญหาในการจัดเก็บงานศิลปะเช่นเดียวกัน

ภาคผนวก จ

การวิจัยการตลาดของธุรกิจศิลปะในประเทศไทย (Market research)

ขั้นตอนในการวิจัย

เพื่อเป็นการวิเคราะห์แนวทางในการวางแผนการตลาด ทางกลุ่มได้ทำวิจัยการทำการตลาดกับกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับศิลปะในประเทศไทย โดยได้หาข้อมูลจาก 3 กลุ่มหลักๆ คือนักสะสมงานศิลปะ ศิลปิน และนิตยสารศิลปะซึ่งเป็นสื่อในการโปรโมทให้กับแกลเลอรีและนำเสนอข้อมูลด้านศิลปะ วิธีการคือนัดหมายและเข้าไปสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลในด้านการดำเนินงานรูปแบบธุรกิจศิลปะในประเทศไทย และตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับศิลปะในปัจจุบัน รวมทั้งด้านความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจของ ARTLONGA โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. นักสะสมงานศิลปะ (Art Collectors) จำนวน 6 ราย ได้แก่
 1. ชีระ วานิชธีระนนท์
 2. สุดเซน ฟาร์มานี
 3. เขาวณี นรินทร์
 4. นพ.วิโรจน์ กวินวงศ์โกวิท
 5. นำทอง แซ่ตั้ง
 6. ธวัชชัย สมคง
2. แกลเลอรีเอกชนและหอศิลป์ของภาครัฐทั้งหมด 9 แห่ง
 1. เซรินเดีย แกลเลอรี (Serindia Gallery)
 2. ร้อยต้นสน แกลเลอรี (100 Tonson Gallery)
 3. สมบัติเพิ่มพูน แกลเลอรี (Sombat Permpoon Gallery)
 4. นำทอง แกลเลอรี (Numthong Gallery)
 5. แอดเลอร์ สุภโชค แกลเลอรี (Adler Subhashok Gallery)
 6. อาร์ เอ็ม เอ อินสติทิว (RMA Institute)
 7. ถัง คอนเทม โพรารี อาร์ต (Tang Contemporary Art)
 8. อาเดล แกลเลอรี (Ardel Gallery of Modern Art)
 9. 333 บาบาบา แกลเลอรี (333 BABABA Gallery)

3. หอศิลป์ของภาครัฐ

- หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (Bangkok Art and Culture Centre BACC)

4. สื่อในการโปรโมทให้กับแกลเลอรี และนำเสนอข้อมูลด้านศิลปะ

- นิตยสาร Fine Art Magazine
- นิตยสาร Bangkok Art Map

ผลการวิจัย

1. นักสะสมงานศิลปะ (Art Collector)

ช่องทางในการข้อมูล

นักสะสมส่วนใหญ่จะมีประเภทของงานชื่นชอบแตกต่างกันออกไป เมื่อก่อนนั้นตอนที่เริ่มสะสมก็คือ ไปดูตามแกลเลอรี หรืองานนิทรรศการเปิดตัวของศิลปินที่ตนเองชอบ แต่หลังจากเมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้น ทางแกลเลอรีจะบันทึกข้อมูลไว้และจะมีการส่งข่าวสารรวมทั้งข้อมูลที่ให้กับนักสะสมต่อไป ในช่วงหลังเมื่อมีอินเทอร์เน็ต ก็ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลจาก Facebook ส่วนตัวของศิลปิน เว็บไซต์ของแกลเลอรี หรือเข้าไปติดต่อโดยตรงก็มี

มีข้อมูลจากนักสะสมว่าปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่งานที่ซื้อขายกันในกลุ่มนักสะสมในประเทศไทยตอนนี้ มีผลงานเก่าประมาณ 50% ที่มีการแลกเปลี่ยนกันในกลุ่ม หรือส่งต่อไปยังชาวต่างชาติ ในแง่ของการติดต่อกันนั้นบางคนก็รู้จักกันและติดต่อกันเอง หรือผ่านแกลเลอรี ให้ช่วยหางานที่ต้องการให้ เนื่องจากปกติแล้วข้อมูลของผู้ครอบครองงานศิลปะจะไม่มีเปิดเผยกันอย่างชัดเจนมีเพียงบางคนที่ทราบเท่านั้น ซึ่งแกลเลอรีมักมีข้อมูลเหล่านั้นเนื่องจากมีฐานข้อมูลลูกค้าของตัวเอง ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเก็บรักษา ติดตั้งหรือขนส่ง นักสะสมซื้อจากแกลเลอรีแห่งไหนก็จะกลับไปขอคำปรึกษาที่แกลเลอรีนั้น แต่ในบางครั้งนักสะสมก็ซื้อผลงานจากศิลปินโดยตรง ในกรณีนี้ต้องขอคำแนะนำจากศิลปิน แต่ปัญหาคือศิลปินส่วนใหญ่ เมื่อสร้างผลงานแล้วจะไม่ค่อยคำนึงถึงขั้นตอนในการเก็บรักษางาน ไม่มีการให้คำแนะนำ ตั้งแต่การเข้ารอบไปจนถึงเลือกสถานที่ติดตั้ง ทำให้เกิดความเสียหายกับผลงานในภายหลัง

ระดับราคา

นักสะสมในประเทศไทยที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือนักสะสมงานศิลปะที่ระดับราคา 300,000 บาทขึ้นไป ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยจะมีประมาณ 200 คน การดูแลงานศิลปะของนักสะสมกลุ่มนี้จะดูแลค่อนข้างดี เนื่องจากเห็นความสำคัญในการเก็บรักษางานศิลปะ และนักสะสมเหล่านี้ไม่ได้สะสมงานของศิลปินในประเทศไทยเท่านั้นแต่ยังสะสมงานของศิลปินต่างชาติด้วย ซึ่งอาจมีมูลค่าสูงกว่างานที่ขายโดยศิลปินไทย

ช่องทางการทำการตลาด

เมื่อถามถึงช่องทางการทำการตลาดของ ARTLONGA ต่อนักสะสมที่เหมาะสม พบว่านักสะสมให้ความสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือเป็นหลัก โดยหากใช้ช่องทางการตลาดที่เชื่อถือได้ก็จะเชื่อมั่นในการบริการนั้น วิธีการนั้นอาจจะต้องได้รับคำแนะนำจากภัณฑารักษ์ที่เป็นที่รู้จัก เช่น คุณชัชชัย สมคง บรรณาธิการนิตยสาร Fine Art หรือคุณชล เจนประภาพพันธ์ ภัณฑารักษ์ และนักเขียนอิสระในบทความศิลปะ นอกจากนี้หากได้รับการแนะนำจากแกลเลอรีที่เชื่อถือได้ให้ใช้บริการ ก็จะเป็นช่องทางที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักสะสมได้

2. แกลเลอรีเอกชนและหอศิลป์ของภาครัฐ

ได้ทำการหาข้อมูลเพื่อสรุปในด้านการทำการตลาดของแกลเลอรีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 10 แห่งเพื่อหาข้อมูลของช่องทางการทำการตลาด กิจกรรมทางการตลาด งบประมาณ และความเห็นต่อวิธีการทำการตลาดในปัจจุบันของแต่ละแกลเลอรี ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางนี้

ตารางสรุปวิธีการทำการตลาดในปัจจุบันของแกลเลอรีในกรุงเทพฯทั้งหมด แห่ง 10

	ช่องทางการตลาด และ กิจกรรมการตลาดในปัจจุบัน	งบประมาณ	ความคิดเห็นต่อการทำ การตลาดในปัจจุบัน
Serindia Gallery	Website OculaTime out magazine, Bangkok art map Website	30,000 – 35,000 บาท/เดือน	การลงโลโก้ในสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ แต่ค่อยได้ลูกค้าใหม่
100 Tonson Gallery	Facebook Instagram นิตยสาร Art Asia Pacific, Art Forum Art Review, ออกงานแสดง Art Basel และงาน ต่างประเทศ	40,000 บาท/เดือน	คนไทยยังไม่ค่อยให้ความสนใจ แต่การลงสื่อจำเป็น เพื่อสร้างความเคลื่อนไหว ในการดำเนินธุรกิจ

	ช่องทางการตลาด และ กิจกรรมการตลาดในปัจจุบัน	งบประมาณ	ความคิดเห็นต่อการทำ การตลาดในปัจจุบัน
Sombat Permpoon Gallery	นิตยสารศิลปะ Website และ Facebook ส่วนตัว, BAM	35,000 บาท/เดือน	นักสะสมส่วนใหญ่รู้ข้อมูลจากการใช้ Relation มากกว่าสื่อ Online
Numthong Gallery	Bangkok art map, Online Website Facebook Website ส่วนตัว, นิตยสารต่างๆ, BAM	15,000 – 20,000 บาท/เดือน	สื่อในไทยยังมีน้อย ไม่ค่อยดึงดูดนักสะสมหน้าใหม่
Adler Subhashok Gallery	BAM, Facebook และ Website	25,000 บาท/เดือน	ช่องทางการโปรโมทค่อนข้างจำกัดและไม่เข้าถึงวงการศิลปะไทยยังต้องการพื้นที่อีก
RMA Institute	Online เว็บไซต์ Facebook Instagram นิตยสาร เปิดบริษัททำ PR เอง จัดทำ Production house ออกแสดงงาน เปิดบูธเพื่อพบปะนักสะสมและสร้าง Connection	20,000 บาท/เดือน	นักสะสมเก่าได้ข้อมูลจากอีเมลและการติดต่อของแกลเลอรี ช่องทางที่ใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
Tang Contemporary Art	Website, Facebook ส่วนตัว / โทร+อีเมล ตรงไป collector และมีเว็บบล็อก / BAM, Artsy / QQ/ Weibo / นิตยสารต่างประเทศ (จีน)	30,000 บาท/เดือน	ช่องทางการโปรโมทออนไลน์กำลังเข้ามาแทนที่แบบออฟไลน์ แต่ก็ต้องทำการตลาดอย่างสม่ำเสมอ
Ardel Gallery of Modern Art	BAM, ติดต่อผ่านนักสะสมโดยตรง, นิตยสาร Ardel	35,000 บาท/เดือน	สื่อที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือการพิมพ์เอกสารของแกลเลอรีเอง เพราะแจกให้กับคนที่เข้ามาชมโดยตรง
333 BABABA Gallery	Facebook, Website ติดต่อโดยตรงกับนักสะสม	28,000 บาท/เดือน	นักสะสมต้องการความน่าเชื่อถือ และเครดิต การลงในสื่อช่วยให้สร้างความน่าเชื่อถือได้

	ช่องทางการตลาด และ กิจกรรมการตลาดในปัจจุบัน	งบประมาณ	ความคิดเห็นต่อการทำ การตลาดในปัจจุบัน
Bangkok Art and Culture Centre BACC	Website, Facebook, Bangkok Art Map, นิตยสาร Fine Art	38,000 บาท/เดือน	เป็นองค์กรของรัฐ มีงบจากรัฐสนับสนุน ในด้านการทำการตลาดมีรัฐส่งเสริมให้ แต่วงการศิลปะไทยยังไม่ค่อยได้รับความนิยมนัก ผู้ชมงานเป็นกลุ่มคนเดิมๆ และชาวต่างชาติ แต่การโปรโมทก็เป็นสิ่งที่ต้องทำ เพราะสร้างการรับรู้ได้มากกว่าการไม่ทำเลย

จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างในด้านการทำการตลาดของแกลเลอรีนั้น พบว่าช่องทางการโปรโมทในประเทศไทยยังไม่ค่อยมีมากนัก ปัจจุบันช่องทางการโปรโมทที่ใช้อยู่เช่น นิตยสาร Fine Art, Bangkok Art Map เว็บไซต์ส่วนตัวของแกลเลอรี และ Facebook

และเนื่องจากความสนใจในศิลปะของคนไทยยังเป็นกลุ่มที่เล็กมาก ทำให้ไม่ค่อยได้ผล แต่กลุ่มลูกค้าคือนักสะสมมาจากการมีความสัมพันธ์อันดีอยู่แล้วกับแกลเลอรี โดยการสร้างความสัมพันธ์และการรับรู้จากนักสะสมใหม่ๆ เช่นจากการออกงานศิลปะ ที่จะทำให้ได้เจอคนในวงการศิลปะในต่างประเทศ ทั้งนักสะสม หรือแกลเลอรี งานที่เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากทั่วโลกอีกงานหนึ่งคืองาน Art Basel ซึ่งเป็นงานที่แกลเลอรีระดับโลกมารวมตัวกันเพื่อนำเสนอผลงานของศิลปินในประเทศนั้นๆ ในช่วงเริ่มต้นนั้นงานจัดขึ้นที่ รัฐไมอามี สหรัฐอเมริกา แต่เมื่อปี 2013 ก็ได้มีการจัดงานในเอเชียเป็นครั้งแรก ที่ประเทศฮ่องกง ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี ทั้งนี้ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการไปออกบูท และทำการตลาด ทำให้มีข้อจำกัดในแกลเลอรีที่ไม่ได้มีงบการตลาดมากนัก สำหรับประเทศไทย แกลเลอรีที่ไปออกบูทคือ 100Tonson Gallery



ภาพการแสดงผลงานของคุณยูริ เคนซากุ โดย 100Tonson Gallery

งาน Art Basel Hongkong 2015

สื่อในการโปรโมทให้กับแกลเลอรี และนำเสนอข้อมูลด้านศิลปะ

ปัจจุบันการลงโฆษณากับนิตยสาร และสื่อยังคงเป็นเรื่องที่จำเป็นสำหรับแกลเลอรี เนื่องจากนักสะสมต้องการสร้างความน่าเชื่อถือในแบรนด์ เพราะที่ผ่านมามีหลายแกลเลอรีที่เกิดขึ้น มีการจัดงานแสดงศิลปะต่างๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไปก็ไม่อยากเสียเงินในการโปรโมท ทำให้นักสะสมคิดว่าแกลเลอรีไม่มีการเคลื่อนไหวและปิดตัวไปแล้ว ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการโปรโมทในสื่อเหล่านั้น การลงโลโก้จะมีค่าใช้จ่ายประมาณเดือนละ 3,000 บาท ถ้าหากต้องการลงหลายตำแหน่งก็มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีก

ข้อสรุปจากการวิจัยในการทำการตลาดของธุรกิจศิลปะในประเทศไทย

ดังนั้นผลการสรุปช่องทางในการทำการตลาดให้ได้ประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดนักสะสม ให้ใช้บริการนั้นสามารถทำได้ 2 ช่องทาง ช่องทางแรกการโปรโมทแบบออฟไลน์ เช่น นิตยสาร หรือ Bangkok Art Map เพื่อสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือ และการออกบูทงานศิลปะทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ ส่วนช่องทางที่สองคือช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ส่วนตัว Facebook เป็นต้น

และนอกจากจะต้องทำการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์แล้ว สิ่งสำคัญคือการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยติดตามและแจ้งข่าวสารใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบความคืบหน้าในการดำเนินงาน และบริการใหม่ๆของ ARTLONGA ด้วย

ภาคผนวก ข

การดูแลและตรวจสอบสภาพงานศิลปะ

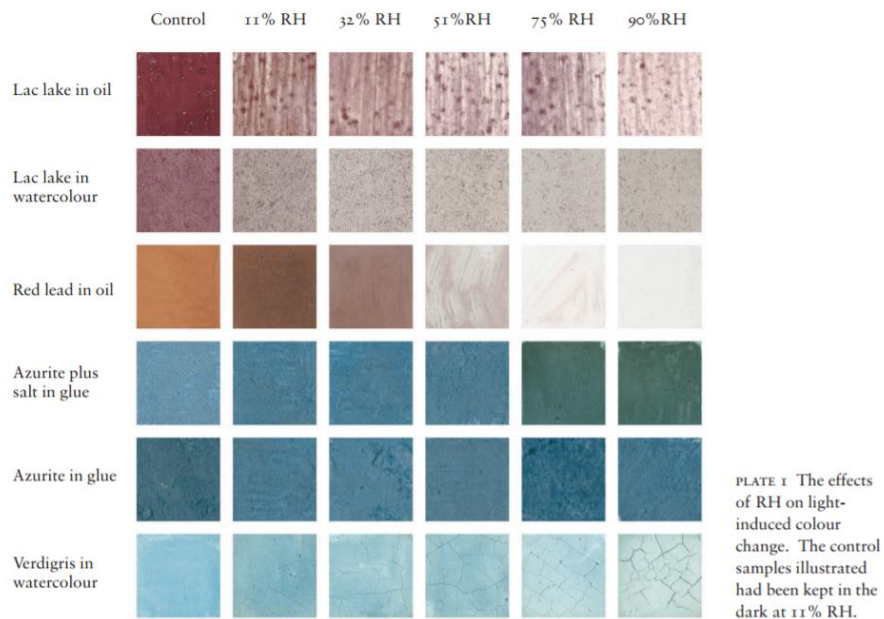
ปกติแล้วการดูแลและตรวจสอบสภาพงานศิลปะจะแบ่งออกเป็น 2 แบบ แบบแรกคือ การป้องกัน และรักษาภาวะแวดล้อมไม่ให้เกิดความเสียหายต่อชิ้นงาน และแบบที่สองคือ การทำความสะอาด และซ่อมแซมชิ้นงานศิลปะที่เกิดความเสียหาย โดยจะต้องอาศัยเครื่องมือและอุปกรณ์หลายอย่างเพื่อตรวจสอบ และการตรวจสอบสภาวะแวดล้อมของพิพิธภัณฑ์นั้นก็มีรายละเอียดดังนี้

การตรวจสอบสภาพแวดล้อม

ระดับความชื้นสัมพัทธ์ (Relative Humidity - RH)

ระดับความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศ (Relative Humidity - RH) ส่งผลต่องานศิลปะโดยตรง ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับประเภทวัสดุของงานศิลปะนั้นด้วย ตัวอย่างเช่น ภาพวาดสีน้ำมันบนผ้าใบ สีจะแตกเมื่อระดับ RH ต่ำกว่า 40% แต่เมื่อระดับ RH สูงเกินกว่า 70% จะทำให้ชื้น เกิดเป็นเชื้อรา ส่งผลให้มีแมลงมากัดกินได้ แต่ถ้าหากวัสดุที่เป็นเซรามิกจะเกิดการแตกหักได้ง่ายเมื่อระดับ RH ต่ำกว่า 20% เป็นต้น นอกจากนี้ระดับ RH ที่ไม่คงที่ และมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงมากเกินไป จะทำให้เกิดความเสียหายรุนแรงได้ จึงควรต้องรักษาระดับความชื้นไม่ให้มีความเปลี่ยนแปลงเกิน 5% ตารางแสดงผลกระทบของวัสดุแต่ละประเภทต่อระดับ RH

Materials	High Humidity	Low Humidity
Organic wood, paper, cotton, linen, wool, silk, parchment, leather, fur, feathers, ivory, bone, horn	Object swells Mold growth Staining Distortion	Objects become brittle and dry out Shrinkage Distortion
Inorganic glass, ceramics, metals, minerals	Object may swell and melt, Bacteria	Shrinkage Distortion



ภาพแสดงการเปลี่ยนแปลงของประเภทสีประเภทต่างๆ ในสภาวะความชื้นที่แตกต่างกัน

ตารางแสดงระดับความชื้นที่เหมาะสมกับแต่ละวัสดุ

Materials	Humidity tolerance	
	High (%)	Low (%)
Stone and other inert materials	40	20
Arms, armor, metals	40	20
Ethnographic bark, cloth, basketry	60	40
Botanical specimens	60	40
Ceramics, tiles, stone	60	20
Coins, Various costumes	50	30
Textiles, rugs, tapestries	50	30
Furniture	60	40
Glass	50	40
Ivory, Bone carvings Lacquer	60	50
Leather, Parchment	60	50
Paintings on canvas or wood	55	40
Paper	50	40
Oriental screens	55	50

การควบคุมความเข้มของแสงให้เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภทนั้นมีความแตกต่างกัน สำหรับวัสดุที่อ่อนบาง เช่นกระดาษบาง ระดับความเข้มของแสงต้องไม่เกิน 50 lux แต่ถ้าหากเป็นกระดาษหนา ระดับความเข้มของแสงสามารถเพิ่มขึ้นเป็น 100 lux ส่วนวัสดุประเภทภาพเขียนสี น้ำมัน สีฝุ่น หนัง หรือพลาสติก ความเข้มของแสงต้องไม่เกิน 200 lux

ตารางแสดงความเข้มของแสงที่เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท

Types of Materials	Visible light	UV
Category 1: Most Susceptible e.g. textiles, cotton, wool, silk and other natural fibers, most paper-based materials, watercolors, fugitive photographic images, most organic-based natural history specimens, fugitive dyes, watercolors, some minerals.	50 lux (5 foot-candles)	75 microwatts/lumens
Category 2: Susceptible e.g. high quality paper with light stable inks such as carbon black, modern black and white gelatin silver photographs, textiles with stable dyes.	100 lux (10 foot-candles)	
Category 3: Moderately Susceptible e.g., oil and tempera paintings, bone, ivory, wood finishes, leather, some plastics.	200 lux (20 foot-candles)	

แมลง (Pests)

เนื่องจกงานศิลปะจะมีวัสดุที่เป็นกระดาษ หรือไม้ ซึ่งเป็นอาหารของแมลงบางชนิด การกักกินของแมลงก่อให้เกิดความเสียหายโดยตรงต่องานศิลปะได้ การป้องกันแมลงอาจจะทำได้ โดยการตรวจสอบสภาพของชิ้นงานอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง พร้อมกับตรวจสอบบริเวณโดยรอบสถานที่จัดเก็บ นิคมยาป้องกันแมลงหากจำเป็น ในกรณีพบเจอแมลงในบริเวณการบันทึกข้อมูลไว้ และนำข้อมูลนั้นไปวิเคราะห์เพิ่มว่าเป็นแมลงชนิดใด มีวัสดุชนิดไหนที่ต้องระวังจากแมลงชนิดนั้นเป็นพิเศษจะทำให้ป้องกันความเสียหายจากแมลงได้

ตารางแสดงความเสียหายของงานศิลปะที่เกิดจากแมลงประเภทต่างๆ

Type of pest	Artifact effected
Fabric pests:	
black carpet beetle (larva and adult)	larval stage causes damage to fabric, fur, feathers, anything made of animal fibers Related species: varied carpet beetle, common carpet beetle and furniture carpet beetle
clothes moth (larva and adult)	larval stage causes damage to woolen clothes and objects such as feather hats, dolls and toys, bristle brushes, weavings, and wall hangings Related species: webbing clothes moth and casemaking clothes moth
Wood pests:	
powderpost beetle	wooden artifacts, frames, furniture, tool handles, gun stocks, books, toys, bamboo, flooring, structural timbers
drywood termite	wooden items of all kinds
Stored-product pests:	
cigarette beetle	books, dried plants (herbarium) and seeds
drugstore beetle	books and manuscripts; also beans and spices
Moisture pests:	
molds-fungi	wood, textiles, books, paper products, fabrics, insect specimens
psocids (booklouse)	dried plants, herbaria, insect collections, manuscripts, cardboard boxes, furniture stuffed with flax, hemp, jute or moss Also referred to as booklice (plural)
silverfish	paper, paper products and textiles (cotton or artificial silk), glue backing on wallpaper Related species: firebrats

มลพิษ (Gaseous & Particulate)

มลพิษจากก๊าซ เช่น ซัลเฟอร์ (Sulphur) ไดออกไซด์ (Dioxide) ไนโตรเจน ออกไซด์ (Nitrogen Oxides) และ โอโซน (Ozone) ทำให้สีเปลี่ยนแปลง คือเกิดการฟอกขาว ซึ่งอาจ ส่วนวัสดุที่เป็นไม้ อาจเกิดการอ่อนตัวจนทำให้แตกได้ สฝุ่น (Particulate Pollution) ที่ติดอยู่ตามพื้นผิวของงานศิลปะจะเป็นแหล่งอาหารของแมลงนำมาซึ่งความเสียหายจากแมลงในภายหลังได้ ในการป้องกันนั้นอาจทำได้โดยการตรวจสอบสภาพอากาศภายในห้องที่เก็บชิ้นงานอยู่เสมอ

โดยทั่วไปแล้ว มลพิษนั้นมักเกิดจากปัจจัยภายในสถานที่จัดเก็บเองเช่น สารเคมีจากน้ำยาทำความสะอาด หรือสารที่อยู่ในวัสดุของงานศิลปะ เช่น กรดอะซิติก (Acetic) จากกรอบไม้ เป็นต้น

ตารางแสดงมลพิษที่เกิดจากสถานที่จัดเก็บงานศิลปะหรือหอศิลป์

Building Materials	Museum Objects	Other
<ul style="list-style-type: none"> • wood <ul style="list-style-type: none"> ◦ acids (formic and acetic) • plywood and particle board <ul style="list-style-type: none"> ◦ acids from wood ◦ formaldehyde and acids from glues ◦ biocides • unsealed concrete <ul style="list-style-type: none"> ◦ minute alkaline particles • some paints and varnishes <ul style="list-style-type: none"> ◦ organic acids ◦ peroxides ◦ organic solvents ◦ biocides ◦ ammonium-containing volatiles (aqueous emulsions) • fabrics and carpeting treated with finishes <ul style="list-style-type: none"> ◦ urea-formaldehyde ◦ sulfur compounds ◦ flame retardants ◦ biocides • glues used to attach carpets <ul style="list-style-type: none"> ◦ formaldehyde (VOS-volatile organic solvent) ◦ sulfur-based rubbers • plastics <ul style="list-style-type: none"> ◦ plasticizers ◦ phthalates ◦ acids 	<ul style="list-style-type: none"> • plastics used in production of many twentieth-century objects (i.e. cellulose nitrate, diacetate plastic, and coatings, such as pyroxylin) • residues of fumigants, such as methyl bromide 	<ul style="list-style-type: none"> • ozone (also an outdoor pollutant) <ul style="list-style-type: none"> ◦ photocopiers ◦ printers ◦ electrostatic air cleaners • particulates <ul style="list-style-type: none"> ◦ dust ◦ dirt ◦ mold ◦ skin cells • heating fuel • food volatiles (sulfur compounds) • custodial/housekeeping products (wide range of chemicals) • microbiological forms (algae, fungi, bacteria)

ตารางจาก National Park Service Museum Handbook, 1999

แสดงผลของมลพิษจากอากาศต่อความเปลี่ยนแปลงของวัสดุที่แตกต่างกัน

Object Materials	Deterioration	Primary air pollutants	Factors accelerating damage
Metals	corrosion/tarnishing	sulfur oxides, hydrogen sulfide, and other acidic gases	water, oxygen, salts
Stone	surface erosion, discoloration	sulfur oxides and other acidic gases, particulates	water, temp fluctuations, salts, vibration, microorganisms, carbon dioxide
Paint	surface erosion, discoloration	sulfur oxides, hydrogen sulfide, ozone, particulates	water, sunlight, microorganisms
Textile dyes and pigments	fading, color change	nitrogen oxides, ozone	sunlight, water
Textiles	weakened fibers, abrasion, soiling	sulfur oxides, nitrogen oxides, particulates (dust)	water, sunlight, mechanical wear
Paper	embrittlement	sulfur oxides	moisture, mechanical wear
Leather	weakening, powdered surface	sulfur oxides	mechanical wear
Ceramics	damaged surface	acid gases	moisture

วิธีการและเครื่องมือในการตรวจสอบสภาพงานศิลปะ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่า มีสิ่งที่จะต้องระวังในการจัดเก็บ และดูแลรักษาผลงานในหลายๆ ด้าน ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจึงต้องมีการตรวจสอบสภาพของงานศิลปะอยู่เสมอ โคนมีวิธีการและเครื่องมือที่ใช้อยู่ในปัจจุบันดังนี้

อุปกรณ์ตรวจสอบสภาพสี

การตรวจสอบสภาพสีเพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของสีที่อาจจะมีผลมาจากอุณหภูมิหรือระดับความชื้นสัมพัทธ์ โดยทั่วไปวัดโดย Blue Wool Scale ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลในการประเมินต่อผลทนแดด โดยกำหนดภายใต้มาตรฐานอังกฤษ BS1006 ขนาดประกอบด้วย 8 แถบที่แตกต่างกันของขนแต่ละข้อมด้วยสีข้อมสีฟ้าที่แตกต่างกันของ light fastness ช่วงขนาดตั้งแต่ 8 (ดี-อัตราที่ต่ำมากของการซีดจาง) ถึง 1 (แย่มาก-จางหายไปอย่างรวดเร็วมาก) ขนาดของ Blue Wool ไม่ได้เป็นมาตราส่วนที่เส้นตรง แต่เป็นลอการิทึม กล่าวคือในระดับต่ำๆ จะมีผลต่อการทนแดดที่ละเอียดมาก แต่ในระดับที่สูงขึ้นไปจะมีความแตกต่างห่างออกไป



ISO Blue wool card

อุปกรณ์ตรวจสอบระดับความชื้นสัมพัทธ์

การตรวจสอบความชื้นสัมพัทธ์สามารถทำได้หลายวิธี และมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน โดยในการเลือกอุปกรณ์นั้นสามารถเลือกตามงบประมาณ และความเหมาะสมกับพื้นที่ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้ตรวจสอบความชื้นที่นิยมใช้ในปัจจุบันมีดังนี้



a) Humidity strips



b) Sling Psychrometer



c) Dial hygrometer



d) Electronic hygrometer

อุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิ

การตรวจวัดอุณหภูมิสามารถทำได้หลายวิธี โดยการใช้เทอร์โมมิเตอร์ธรรมดา หรือ Thermohygrograph ซึ่งเป็นเครื่องบันทึกอุณหภูมิและความชื้นของอากาศ โดยใช้ตัวตรวจจับในการวัดอุณหภูมิแบบแผ่น โลหะคู่ (Bimetallic-Strip) Thermohygrograph และตัวตรวจจับในการวัดความชื้น (Bundle of Degreased Human Hair) จะมีการบันทึกข้อมูลอุณหภูมิตลอดทำให้สามารถวางแผนควบคุมอุณหภูมิให้เหมาะสมตามกับงานศิลปะแต่ละประเภทได้



เครื่อง Thermo-hygrograph เพื่อบันทึกระดับอุณหภูมิในห้องเก็บงานศิลปะ

อุปกรณ์ตรวจสอบสภาพแสง

การทดสอบสภาพแสงจำเป็นต้องดูสภาพแสงทั้ง UV และแสงที่มองเห็นได้ด้วยตา เนื่องจากความเข้มของแสงที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อแต่ละวัสดุไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ในการจัดแสดงภาพจะต้องมีการจัดไฟเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานศิลปะ ดังนั้นจึงต้องมีการวัดความเข้มของแสงเพื่อให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเสียหายต่องานศิลปะ โดยทั่วไปจะใช้อุปกรณ์ดังนี้



a) Light meter (Lux)



b) UV meters

ภาคผนวก ข

การทำความสะอาดงานศิลปะ

การทำความสะอาดงานศิลปะ

การเตรียมการก่อนทำความสะอาด

การเตรียมในการเตรียมก่อนทำความสะอาดถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดโอกาสเกิดความเสียหายต่อชิ้นงานได้ ซึ่งมีสิ่งสำคัญดังนี้

1. การตรวจสอบสภาพ

ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการทำความสะอาดจะต้องมีการตรวจสอบชิ้นงานอย่างระมัดระวัง มีการจดบันทึกข้อมูลของสภาพผลงานก่อนเสมอ ว่าเป็นชิ้นงานนั้นเป็นวัสดุแบบไหน มีข้อควรระวังอะไรบ้าง ถ้าหากมีสิ่งที่ไม่ทราบให้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้นก่อนที่จะลงมือ โดยขั้นตอนนี้สำคัญมากเพราะทำให้สามารถวางแผนในการดำเนินการได้อย่างถูกต้อง

2. จัดเตรียมสถานที่

ต้องจัดเตรียมสถานที่สำหรับการทำความสะอาด โดยสถานที่นั้นต้องสะอาด มีขนาดที่เหมาะสม ไม่มีสิ่งรบกวน ถ้าหากเป็นไปได้ควรมีระบบน้ำอยู่ในห้อง หรือใกล้ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และสิ่งสำคัญคือห้ามรับประทานอาหาร หรือดื่มเครื่องดื่มในห้องงานเด็ดขาดเพราะอาจทำให้เกิดความเสียหายกับชิ้นงานได้ สำหรับชิ้นงานที่ทำความสะอาดเสร็จแล้วให้คลุมด้วยผ้ากอตตอน หรือกระดาษไร้สารเคมี ส่วนเก้าอี้สำหรับทำงานควรมีระดับความสูงที่เหมาะสม

3. เตรียมเสื้อผ้าที่เหมาะสม

ชุดที่เหมาะสมในการใส่ตอนทำความสะอาดควรเป็นชุด Lab สวมใส่ถุงมือผ้ากอตตอน หรือถุงมือยาง Nitrile และต้องใส่แว่นและผ้าปิดจมูกเพื่อป้องกันฝุ่น ถอดเครื่องประดับที่อาจจะทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหายได้ เช่นแหวน กำไล หากผมยาวต้องมัดผมให้เรียบร้อยด้วย

เตรียมเครื่องมือและวัสดุสำหรับทำความสะอาด (Basic toolkit & Materials)

นำเครื่องมือที่จะใช้ในการทำความสะอาดมาอยู่ที่เดียวกัน จัดเรียงให้เรียบร้อยเพื่อสะดวกแก่การใช้งาน สำหรับเครื่องมือพื้นฐานและวัสดุมีดังนี้

Basic Toolkit

 <p>เครื่องดูดฝุ่น (Vacuum cleaner)</p>	 <p>ที่คีบ (Tweezer)</p>	 <p>ถุงมือผ้าหรือยาง (Vinyl, Cotton, Nitrile glove)</p>
 <p>ผ้าทำความสะอาดแบบบาง (Lint-Free Clean Cloth)</p>	 <p>สำลีและคอตตอนบัด (Cotton wool, Cotton bud)</p>	 <p>ฝอยเหล็ก (Wire wool grade 0000)</p>
 <p>โหลสำหรับทิ้งสำลี (Swab jars)</p>	 <p>กระดาษแบบหนา (Paper towels)</p>	 <p>แปรงแบบต่างๆ (Selection of brushes)</p>
 <p>มีดขนาดเล็ก (Scalpels)</p>	 <p>ไฟฉาย (Torch)</p>	 <p>โคมไฟตั้งโต๊ะ (Desk light)</p>
 <p>ชุด Lab (Lab Coat)</p>	 <p>แว่นขยาย (Magnifying glass)</p>	

Materials – Cleaning

 <p>Solvol Autosol</p>	 <p>Pre-Lim surface cleaner</p>	 <p>Artgum</p>	 <p>Furniture polish with high beeswax content</p>
 <p>De-ionised</p>	 <p>Silver polish Silver dip</p>	 <p>Putty rubber</p>	 <p>Mineral Oil</p>
 <p>Distilled water</p>	 <p>Acetone</p>	 <p>Draft clean granules</p>	 <p>Microcrystalline wax</p>
 <p>Non-Ionic detergent</p>	 <p>Smoke sponge</p>	 <p>White Spirit</p>	 <p>Metal De-Corrodors</p>

4. สุขภาพและความปลอดภัย

หากมีการใช้สารเคมีในการทำความสะอาดขอข้อมูลเกี่ยวกับสารเคมีนั้นเพื่อจะได้ทราบความเสี่ยงที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย หรือที่เรียกว่า Material safety data sheet (MSDS) และขอข้อมูลเรื่องการควบคุมสารพิษต่อร่างกาย หรือ Control of Substances Hazardous to Health (COSHH) ซึ่งจะเกี่ยวกับกฎทั่วไปในการใช้สารเคมีนั้น



Control of Substances Hazardous to Health (COSHH)

วิธีการทำความสะอาด

ในการทำความสะอาดนั้นมีเทคนิคที่หลากหลาย เช่น การทำความสะอาดโดยไม่ใช้ของเหลว (Dry surface cleaning) หรือการทำความสะอาดแบบเปียกซึ่งอาจจะใช้น้ำหรือสารเคมีที่มีสารทำลาย แต่ต้องระมัดระวังในการใช้อย่างมาก โดยใช้เพียงเล็กน้อย และข้อควรระวังที่สำคัญคือการทำความสะอาดงานศิลปะนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อกำจัดสิ่งสกปรกเท่านั้น ไม่ได้ทำเพื่อให้มีสภาพเหมือนใหม่ จึงไม่ควรทำความสะอาดมากเกินไป (Over-clean) เพราะจะทำให้ชิ้นงานเสียหายจนไม่อาจแก้ไขได้อีกเลย ซึ่งเทคนิคที่ใช้กันทั่วไปสำหรับวัสดุแต่ละประเภทมีรายละเอียดดังนี้




1. การทำความสะอาดแบบแห้ง (Dry surface cleaning)

เป็นวิธีการพื้นฐานที่ใช้ในการทำความสะอาด ซึ่งทำเพื่อกำจัดฝุ่นและสิ่งสกปรกที่ชิ้นงาน อุปกรณ์ที่ใช้คือแปรงที่มีความอ่อนนุ่ม ส่วนใหญ่จะใช้แปรงที่ทำจากขนหางของตัวมิงค์ (Kolinsky Sable Hair Brushes) หรือแปรงขนม้า (Pony hair Brushes) และในส่วนการปิดพื้นผิวเพื่อให้ความเงาจะต้องใช้แปรงที่มีความแข็งเพิ่มขึ้น โดยใช้แปรงที่ทำจากขนหมู (Hog Hair Brushes)

ในการใช้เครื่องดูดฝุ่นสำหรับวัสดุที่มีความละเอียดอ่อนมาก ต้องติดเทปกาวไว้ที่หัวของที่ดูดฝุ่นเพื่อป้องกันการขีดข่วน และใช้ตาข่ายแบบละเอียดเพื่อป้องกันลมจากเครื่องดูดฝุ่นที่อาจจะแรงเกินไป โดยส่วนใหญ่เครื่องดูดฝุ่นที่ใช้จะเป็นเครื่องที่มีความแรงในระดับไม่สูงมาก และ

มีที่อุดขนาดเล็กราวประมาณ 1-2 เซนติเมตร เมื่อทำความสะอาดเสร็จแล้วต้องระมัดระวังไม่ให้มือไปโดนเพราะจะทำให้ชิ้นงานที่ทำความสะอาดแล้วกลับมาสกปรกอีก

ตารางแสดงประเภทแปรงที่ใช้กับวัสดุที่มีระดับความแข็งต่างกัน

ระดับความแข็งของพื้นผิวของวัสดุ	ประเภทแปรง
ระดับต่ำ	 <p>Kolinsky Sable Hair Brushes</p>
ระดับกลาง	 <p>Pony hair Brushes</p>
ระดับสูง	 <p>Hog Hair Brushes</p>

2. การทำความสะอาดแบบเปียก (Wet Cleaning)

วิธีนี้จะใช้เมื่อการทำความสะอาดแบบแห้งไม่ได้ผล การทำความสะอาดแบบเปียกมีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดคราบ สีหลุด หรือโทนสีเปลี่ยน ถ้าหากจำเป็นต้องใช้วิธีนี้ควรพิจารณาให้ดีและศึกษาเกี่ยวกับสารเคมีที่จะนำมาใช้เพื่อระวังในการเกิดความเสียหายให้น้อยที่สุด วิธีการเลือกสารละลายที่จะใช้ในการทำความสะอาดต้องพิจารณาว่าควรใช้น้ำร่วมกับสารละลายหรือไม่ ตรวจสอบสภาพวัสดุของงานศิลปะอย่างละเอียด และทดสอบโดยใช้ด้ามสำลีขนาดเล็กแถมลงบนพื้นผิวเพื่อดูปฏิกิริยาต่อวัสดุ ถ้าหากเกิดความเปลี่ยนแปลงให้หยุดใช้สารนั้นทันที

สารทำละลายกับน้ำห้ามใช้กับงานศิลปะที่เป็นภาพเขียนสี พลาสติก ทองแดง แมกนีเซียมอัลลอยด์ ภาพที่มีส่วนผสม Gesso (คือผสมสำหรับรองพื้นผิววัสดุก่อนวาดภาพ) ฝ้ายอมกระดาษ ภาพถ่าย อาราบาสเตอร์ (หินอ่อน Alabaster) เซรามิก และแก้วที่มีภาพเขียนอยู่บนพื้นผิว เพราะการใช้สารทำละลายกับน้ำอาจจะทำให้สีหลุดลอกหรือมีคราบได้







ในกรณีที่ไม่สามารถใช้น้ำได้ ให้ลองใช้สารทำละลาย Non-aqueous solvent เช่น อะซิโตน (Acetone) หรือน้ำมันก๊าด (White spirit) แต่อย่างไรก็ตามสารละลายกลุ่มนี้สามารถก่อให้เกิดความเสียหายกับวัสดุหลายประเภท เช่น อะซิโตน อาจจะทำให้ภาพเขียนสี และเครื่องเคลือบเสียหายหรือละลายพลาสติก และกาวที่มีการติดเพื่อการซ่อมแซมได้ ดังนั้นควรต้องทดสอบด้วยปริมาณที่น้อยที่สุดก่อนที่จะเลือกสารเคมีที่จะนำมาใช้เสมอ

3. การทำความสะอาดด้วยการขัด (Abrasive cleaning)

อุปกรณ์ที่สำคัญสำหรับการขัดคือครีมขัดเงาโลหะ และเครื่องมือในการขัดเช่น ฟองน้ำ ขัดพื้นผิวหยาบ ฝอยขัด ผ้าทำความสะอาดแบบบาง หรือ เครื่องมือพิเศษเช่น ด้ามมีดขนาดเล็ก (scalpel handle) การทำความสะอาดด้วยการขัดนั้นต้องใช้กับวัสดุที่มีความแข็งแรงพอที่จะรับแรงขัดได้โดยไม่เกิดความเสียหาย ส่วนใหญ่มักเป็นงานที่มีวัสดุเป็น โลหะ เหล็ก ทองแดง หรือทองเหลือง โดยสามารถแบ่งวิธีการทำความสะอาดจากวัสดุที่ใช้ได้ 3 แบบคือ การขัดด้วยผ้า การขัดด้วยฝอยเหล็ก และการขัดด้วยฟองน้ำ ซึ่งแต่ละวิธีมีอุปกรณ์และวิธีการดังนี้

การขัดด้วยผ้า

การขัดด้วยวิธีนี้ห้ามใช้กับวัสดุที่เป็นเงิน (Silver) และทองสำริด (Bronze) การขัดเงินจะทำให้เกิดรอยขีดข่วน ส่วนวัสดุที่เป็นสำริดจะเกิดสนิมโลหะ (Partina) สำหรับวิธีการและอุปกรณ์สามารถสรุปได้ดังตัวอย่างในตารางนี้

วัสดุ	อุปกรณ์	วิธีการ
 <p>ทองเหลือง (Brass)</p>  <p>ทองแดง (Copper)</p>  <p>เหล็ก (Steel)</p>	 <p>ผ้าทำความสะอาดแบบบาง (Lint-Free Clean Cloth)</p>  <p>คอตตอนบัด (Cotton Bud)</p>  <p>ครีมขัดเงาโลหะ Solvol Autosol หรือ Pre-lim</p>	<p>นำครีม Solvol Autosol หรือ Pre-lim ทำการทดสอบด้วยทาไปบนพื้นผิวของวัสดุก่อน โดยใช้ปริมาณน้อยที่สุดเพื่อดูปฏิกิริยาของครีมต่อวัสดุ หากสามารถใช้ได้ให้ทาครีมทาบอย่างเบาบางไปที่วัสดุโดยตรงสะอาดแบบบาง หรือใช้คอตตอนบัด กับบริเวณที่มีขนาดเล็ก รอให้แห้งจนเป็นสีขาว จากนั้นใช้ผ้าอีกผืนเช็ดซ้ำอีกที ในการใช้ครีมขัดเงานั้นเมื่อทาแรกแล้วห้ามทาครีมทับชั้นครีมเก่าที่ยังไม่ได้ขัดออกเพราะจะทำให้การขัดยากยิ่งขึ้นต้องใช้แรงมากอาจจะทำให้เกิดความเสียหายต่อชิ้นงานได้ซึ่งเมื่อขัดเสร็จพื้นผิวจะเกิดความเงางามทันทีหลังการขัด</p>

การขัดด้วยฝอยเหล็กและมีดขนาดเล็ก

การขัดด้วยวิธีนี้ห้ามใช้กับวัสดุที่เป็นทองแดง เงิน ทอง อลูมิเนียมโดยเด็ดขาดเพราะจะทำให้พื้นผิวฉลอกและไม่สามารถแก้ไขได้ สำหรับวิธีการและอุปกรณ์สามารถสรุปได้ดังตัวอย่างในตารางนี้

วัสดุ	อุปกรณ์	วิธีการ
 <p>ทองเหลือง (Brass)</p>  <p>เหล็ก (Steel)</p>  <p>เหล็ก (Iron)</p>	 <p>มีดขนาดเล็ก (Scalpels)</p>  <p>ฝอยเหล็ก (Wire wool grade 0000)</p>  <p>ครีมขัดเงาโลหะ Solvol Autosol หรือ Pre-lim</p>  <p>น้ำมันใส (Mineral Oil)</p>	<p>การใช้ฝอยเหล็กหรือมีดเพื่อขัดรอยกัดกร่อนออกจากชิ้นงาน โดยฝอยเหล็กให้ใช้คู่กับน้ำมันใส (Mineral oil) หรือครีมขัดโลหะ หากใส่น้ำมันมากเกินไปให้เช็ดออกด้วยผ้าสะอาด การขัดทำโดยขัดไปบนผิวของชิ้นด้วยแรงระดับเบา สำหรับการใช้มีดต้องจับให้ได้มุมที่ใบมีดอยู่ใกล้กับพื้นผิวของชิ้นงานให้มากที่สุด ค่อยๆ ขูดเบาๆ ระวังอย่าให้ไปโดนพื้นผิวส่วนอื่น ขัดจนส่วนที่โดนกัดกร่อนบนวัสดุหลุดออกจนหมดแล้วจึงเช็ดทำความสะอาดด้วยผ้าแห้งอีกที</p>

การขัดด้วยฟองน้ำ

การขัดด้วยวิธีนี้ใช้กับวัสดุที่เป็นกระดาษ เช่นกระดาษ Sketch ภาพวาด หรือเอกสารจดหมายเหตุดังต่างๆ และ ห้ามใช้กับวัสดุที่แตกง่าย หรือกระดาษที่มีการเขียนด้วยดินสอ ชอล์ก หรือถ่าน สำหรับวิธีการและอุปกรณ์สามารถสรุปได้ดังตัวอย่างในตารางนี้

วัสดุ	อุปกรณ์	วิธีการ
 <p data-bbox="400 974 486 1003">กระดาษ</p>	 <p data-bbox="710 927 884 1010">ฟองน้ำแบบหยาบ (Smoke sponge)</p>  <p data-bbox="614 1256 983 1285">Draft clean power และ Cleaning Pad</p>  <p data-bbox="724 1547 874 1576">Artgum Eraser</p>	<p data-bbox="1008 622 1086 651">วิธีแรก</p> <p data-bbox="1008 674 1390 1061">ใช้ฟองน้ำแบบหยาบ (Smoke sponge) เริ่มแรกให้วางกระดาษบนพื้นผิวเรียบ นำฟองน้ำที่มีน้ำหนักทับไว้บนกระดาษ ใช้ฟองน้ำเช็ดไปบนกระดาษอย่างแผ่วเบา โดยให้ไปในทิศทางเดียวกัน จากนั้นใช้กรรไกรตัดฟองน้ำส่วนที่เป็นฝุ่นออก และใช้ส่วนที่สะอาด เช็ดทำต่อไปเรื่อยๆ จนสะอาด</p> <p data-bbox="1008 1077 1102 1106">วิธีที่สอง</p> <p data-bbox="1008 1128 1382 1516">ใช้ Artgum Eraser ค่อยๆถูเบาๆบนกระดาษที่เปื้อนหรือใช้ Draft clean powder ซึ่งทำมาจาก rubber granules มีอนุภาคเป็นผงขนาดเล็กที่สามารถดูดฝุ่นออกจากกระดาษได้ วิธีการคือ โรยไปบนกระดาษโดยตรงและใช้ Cleaning Pad ขัดเบาๆ จนฝุ่นที่อยู่บนกระดาษถูกกำจัดจนหมด</p>

4. การทำความสะอาดด้วยสารเคมี (Chemical cleaning)

การทำความสะอาดด้วยสารเคมีเป็นวิธีการที่ยากและอันตรายที่สุด เนื่องจากสารเคมีอาจทำให้ชิ้นงานสีลปะเกิดความได้ เช่น ทำให้พื้นผิววัสดุเกิดสีต่าง จนเป็นภาวะ Over clean

โดยทั่วไปสารเคมีที่ใช้คือ Silver Dip หรือ Metal De-Corrodors ที่มีคุณสมบัติสามารถกำจัดรอยเปื้อน รอยด่าง และสนิมบนวัสดุโลหะได้ ซึ่งใช้กับวัสดุประเภทโลหะ เช่น เหล็ก (Iron) ทองสำริด (bronze) ทองแดง (copper) ทองเหลือง (brass) เหล็ก (steel) เหล็กกล้าชุบเคลือบสังกะสี (galvanized) เป็นต้น วิธีการคือใช้ Silver Dip หรือ Metal De-Corrodors หยดลงบนผ้าบางสำหรับทำความสะอาด และเช็ดไปบนบริเวณที่ต้องการทำความสะอาด การล้างสารเคมีสามารถทำได้โดยเช็ดออกด้วยน้ำเปล่า วิธีการนี้จะทำให้ชิ้นงานเกิดความเงามในชั่วระยะเวลาหนึ่ง ประมาณ 14 วัน แต่หากต้องการให้ระยะเวลายาวนานให้ใช้ Micro-crystalline wax เช็ดด้วยผ้าบางในขั้นตอนสุดท้าย



Silver Dip



Metal De-Corrodors



Micro-crystalline wax

ภาคผนวก ฅ

การซ่อมแซมงานศิลปะ

การซ่อมแซมงานศิลปะ (Art restoration)

งานศิลปะที่เกิดความเสียหายนั้นอาจเกิดจากหลายสาเหตุเช่น แมลง ความชื้น อุบัติเหตุ หรือมลพิษ และความเสียหายที่มักพบคือ ฝ้าใบนิกขาด กรอบไม้หัก มีคราบเหลืองจากแมลง รอยขีดข่วนที่ชิ้นงานโลหะ สีซีดจาง สีแตก และชิ้นงานหลุดออกจากกันเนื่องจากกาวยึดเสื่อมสภาพ

การซ่อมแซมงานศิลปะอาจทำได้อย่างจำกัด ขึ้นอยู่กับระดับความเสียหายที่เกิดขึ้นและประเภทของวัสดุ โดยการซ่อมแซมงานศิลปะสามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบคือ

- Repair คือซ่อมส่วนที่เสียหาย เช่น ติดกาวประสานรอยที่ฉีกขาด ซ่อมกรอบรูป
- Remove คือการกำจัดสิ่งสกปรกบนพื้นผิวของงานออกไป
- Represent/Reveal คือการทำให้งานศิลปะมีสภาพใกล้เคียงเดิมให้มากที่สุด เช่นการเติมสีหรือเคลือบพื้นผิวให้เงางาม



ตัวอย่างงานศิลปะที่ได้รับการซ่อมแซม

การติด (Adhesion)

การติดเป็นวิธีที่ใช้มากที่สุดในการซ่อมแซม ใช้เมื่อชิ้นงานมีการแตก หัก หรือหลวม วัสดุที่ใช้คือกาวที่สามารถแกะออกได้ เช่น Cellulose Nitrate, Poly (Vinyl acetate) หรือ Paraloid B72 ถ้าหากเป็นกาวชนิดติดแน่นเช่น Epoxy Resin สามารถใช้ได้เช่นกัน แต่ต้องระวังอย่างมาก เพราะเมื่อติดแล้วจะแน่นมากจนไม่สามารถแกะออกได้อีกเลย ข้อควรระวังสำหรับการซ่อมด้วยวิธีนี้คือ ห้ามใช้ Rubber cement, Superglues, Blu Tac, Adhesive tape หรือวัสดุใดๆ ที่จะทำให้เกิดรอยขีดข่วน

Materials - Repair

 <p>Lacquers</p>	 <p>Cellulose Nitrate</p>	 <p>Paraloid B72</p>
 <p>Epoxy resin</p>	 <p>Animal glue</p>	

ในการซ่อมแซมงานศิลปะด้วยกาวมีข้อควรระวังดังนี้

- ตอนที่ติดกาวต้องมั่นใจว่าชิ้นงานอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ชิ้นงานสะอาด และไม่มีฝุ่น ซึ่งอาจจะทำให้ประสิทธิภาพของกาวลดลงได้
- ควรติดชิ้นส่วนที่จะซ่อมด้วยเทปชั่วคราวก่อนที่จะใช้กาวจริง และห้ามติดเทปกาวทิ้งไว้มากกว่า 1 วันเพราะจะทำให้เกิดคราบน้ำมันบนชิ้นงาน
- ศึกษาข้อมูลของกาวที่จะใช้ก่อนทำการติด เช่นมีข้อห้ามกับวัสดุชนิดใด และต้องใช้เวลาเท่าไรหรือกาวจะแห้ง หรือมีข้อควรระวังอย่างไรบ้าง
- กาวส่วนที่ติดมากเกินไปรอให้กาวแห้งก่อน แล้วใช้มีดขนาดเล็กค่อยๆ ขูดออก วิธีนี้ใช้ได้กับวัสดุที่ไม่เกิดรอยขีดข่วนจากมีดเท่านั้น

การเคลือบ (Coating)

การเคลือบเพื่อกันชื้น กันแมลง ให้กับงานศิลปะ เนื่องจากออกซิเจน และมลพิษสามารถสร้างความสูญเสียต่อพื้นผิวของงานศิลปะได้ สำหรับงานที่มีการเคลือบมาก่อนแล้ว การเคลือบทับใหม่อาจจะทำได้ยาก ดังนั้นก่อนที่ทำการเคลือบพื้นผิวใหม่ต้องมั่นใจว่าพื้นผิวเก่าที่มีการเคลือบได้หลุดร่อนออกหมดแล้ว วัสดุที่ใช้เคลือบคือ Synthetic lacquer และ Wax



ภาคผนวก ญ
การบรรจุหีบห่องานศิลปะ

อุปกรณ์ที่ใช้บรรจุหีบห่องานศิลปะ

 <p>เทปปิดกล่อง (Packing Tape)</p>	 <p>Exacto knife หรือ กรรไกร</p>	 <p>พลาสติกกันกระแทก (Bubble-wrap or sheets of Styrofoam)</p>
 <p>กระดาษมันลอกลายแบบ (Acid Free Glassine)</p>	 <p>ตลับเมตร Measuring tape</p>	 <p>Cardboard boxes</p>
 <p>Artist Tape</p>	 <p>โฟม (Foam or a blanket)</p>	 <p>กระดาษมุมกล่อง (Cardboard corners)</p>
 <p>กระดาษสีน้ำตาล (Brown paper)</p>	 <p>ถุงมือ Nitrile (Art handling cloth gloves)</p>	

ขั้นตอนการบรรจุหีบห่องานศิลปะ

1. เตรียมอุปกรณ์

- Cardboard Corners to protect the corners of artwork.
- A Measuring Tape.
- Glassine.
- Brown Paper.
- Nitrile Gloves.
- or Art Handling Cloth Gloves to keep oils off artwork.
- Wash your hands before you start.



2. ห่อกระดาษมันลอกลายแบบ Acid Free (Acid Free Glassine)

- คว่างานศิลปะบนกระดาษลอกลาย โดยเหลือขอบไว้สำหรับห่อ
- ใช้ Artist Tape ในการห่อ ห้ามใช้ Packing Tape
- พับปลายของ Artist Tape เพื่อให้ดึงออกง่าย เวลาแกะ
- ติดเทปตามด้านยาวของงานศิลปะ



3. ห่อพลาสติกกันกระแทก

- คว่างานศิลปะบนพลาสติกกันกระแทกบนด้านเรียบ การวางบนด้านที่เป็น Bubble จะทำให้เกิดความเสียหายกับงานศิลปะ
- ห่อพลาสติกกันกระแทก โดยอาจจะต้องห่อหลายรอบ ขึ้นอยู่กับความต้องการปกป้องงาน
- ตัด Packing Tape เพื่อความแน่นหนา



4. บรรจุลงกล่องกระดาษ

- บรรจุงานลงกล่อง โดยเลือกกล่องที่ขนาดใหญ่กว่าชิ้นงานเล็กน้อย
- เทปให้แน่นหนา ทุกด้านของกล่อง เพื่อป้องกันไม่ให้งานหลุดออกจากกล่อง



ในกรณีที่ต้องบรรจุงานมากกว่า 1 ชิ้น ให้ใส่ กระจายลังก์ระหว่างงานแต่ละชิ้น เพื่อไม่ให้ชิ้นงานชนกัน



ขั้นตอนการบรรจุหีบห่องานศิลปะ สำหรับงานศิลปะที่เข้ากรอบแล้ว

1. ใช้ Artist Tape แบบกว้าง ติดตบแยงมุมบนกรอบ ในกรณีที่กรอบมีการแตกหัก จะช่วยป้องกันไม่ให้กระจกไปขีดข่วนงานศิลปะ



2. ห่อด้วยกระดาษสีน้ำตาล
3. ใต้วกระดาษแข็งกันกระแทกบริเวณมุมกรอบ



4. ห่อพลาสติกกันกระแทก โดยอาจจะต้องห่อหลายรอบ ขึ้นอยู่กับความต้องการปกป้องงาน
5. บรรจุงานลงกล่อง ตามขั้นตอนที่ได้กล่าวไปแล้ว

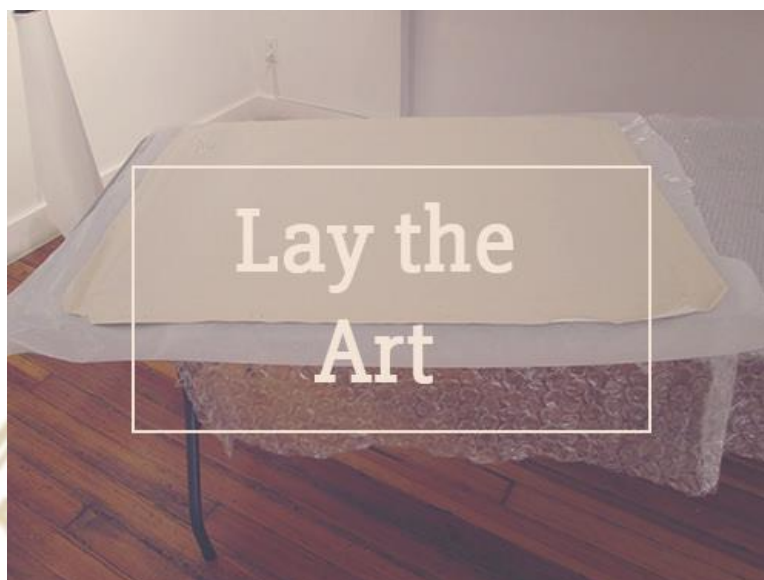
ขั้นตอนการบรรจุหีบห่องานศิลปะ สำหรับงานศิลปะที่ไม่ได้เข้ากรอบ

งานศิลปะบนกระดาษ ที่ยังไม่ได้เข้ากรอบ เช่น งานสเกตช์ หรืองานสีน้ำ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการม้วนเพื่อขนส่ง

1. วางงานศิลปะบนกระดาษรองที่วางอยู่บนพื้นที่ผิวเรียบ



2. วางกระดาษมันลอกลายแบบ Acid Free (Acid Free Glassine) 2-3 ชั้น ก่อนวางชิ้นงาน เพื่อเป็นกระดาษห่อ สามารถวางซ้อนกันได้ เพื่อให้มีขนาดใหญ่คลุมชิ้นงาน



3. วางงานศิลปะลงบนกระดาษมันลอกลายแบบ Acid Free โดยวางคว่ำ เพื่อไม่ให้ด้านหน้าชิ้นงานโดนกระดาษห่ออื่นๆ ที่ไม่ใช่ Glassine
4. วางกระดาษมันลอกลายแบบ Acid Free อีกชั้น ที่ขยับไว้ห่างจากงานศิลปะ ด้านละ 2 นิ้ว สามารถวางทับได้หลายชั้นเพื่อความปลอดภัย
5. จัดการกระดาษให้เหลือขอบรอบงานศิลปะให้เท่ากัน และม้วนจากด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่งอย่างหลวมๆ



6. ติดเทป โดยพับปลายเพื่อ่ง่ายสำหรับการแกะ



7. ห่อด้วยพลาสติกกันกระแทก โดยให้ด้านที่เรียบสัมผัสกับงานศิลปะและด้านที่เป็น Bubble ไว้ด้านนอก เพื่อระยะของพลาสติกกันกระแทกไว้เพื่อห่อหัว ห่อท้ายของงานศิลปะ



8. ตรวจสอบอีกครั้งไม่ให้ชิ้นงานเลื่อนไปมาให้กระดาษห่อ เนื่องจากจะทำให้ขอบของชิ้นงานได้รับความเสียหาย

9. จากนั้นห่อด้วยกระดาษสีน้ำตาลอีกชั้น ติด Packing Tape ให้แน่นหนา



10. บรรจุงานลงกล่อง ตามขั้นตอนที่ได้กล่าวไปแล้ว

ขั้นตอนการบรรจุหีบห่องานประติมากรรม

1. ห่อด้วยพลาสติกกันกระแทก 2 รอบ โดยห่อเฉพาะครึ่งบนของชิ้นงานก่อน
2. ห่อด้วยพลาสติกกันกระแทก 2 รอบ บริเวณครึ่งล่างของชิ้นงาน โดยให้ขอบของพลาสติกกันกระแทกซ้อนทับกัน



3. บรรจุลงในกล่อง โดยใส่กระดาษกันกระแทกลงไปก่อนบริเวณรอบๆ จากนั้นจึงวางผลงานศิลปะลงไป แล้วจึงใส่กระดาษกันกระแทกทับลงไปอีกชั้น



4. วางท่อนไม้ หรือกล่องกระดาษเพื่อป้องกันไม่ให้ชิ้นงานกระแทกกล่อง



5. วางพลาสติกกันกระแทกลงไปอีกชั้น และปิดกล่อง



คุณสมบัติของวัสดุที่ใช้กันกระแทก

วัสดุกันกระแทกแต่ละประเภทมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน จึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับงานศิลปะแต่ละประเภท

Material	Damping shock absorption	Dusting	Corrosive effect	Moisture absorption	Fungus resistance
Rubberized-animal-hair blanketing (anti-fungus treated)	excellent	average	slight	slight	good
Cellulose wadding	excellent	much	none	varies	poor
Cork	good	none	none	some	good
Excelsior	excellent	very high	much	high	poor
Shredded paper	excellent	very high	much	high	poor
Polyethylene foam	excellent	slight	none	low	good
Polypropylene foam	excellent	slight	none	none	good
Polystyrene foam	excellent	slight	none	slight	good
Polyurethane foam	excellent	fairly high	none	low	good
Moulded rubber-foam	good	some	slight	much	poor
Polyvinyl chloride foam	good	none	slight	much	good
Polyethylene cellular film—air in sealed bubbles	excellent	none	none	none	excellent
Polyethylene cellular film—open cells in film	excellent	none	none	none	excellent



ภาคผนวก ๑

การเคลื่อนย้ายและขนส่งงานศิลปะ

งานศิลปะแต่ละชนิด มีน้ำหนักที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงใช้วิธีการเคลื่อนย้ายแต่แตกต่างกันออกไป เช่น งานที่มีน้ำหนักมาก จะต้องใช้อุปกรณ์เฉพาะทาง หรือใช้ล้อเลื่อนพิเศษ

น้ำหนักของวัสดุที่ใช้ทำงานศิลปะ

ตารางข้างล่างแสดงน้ำหนักโดยประมาณของวัสดุประเภทต่างๆ

Weights of materials (approximate values)

Material	Weight	
	lb/cu.ft	gm/cm ³
Leather	37	0.6
Soft wood	30	0.5
Dense wood	50	0.8
Acrylic plastics	75	1.2
Glass (common)	160	2.6
Aluminium	170	2.7
Iron (incl. steels, various)	490	7.8
Zinc	440	7.0
Tin	460	7.3
Copper	560	8.9
Lead	700	11.3
Gold	1,200	19.0
Marble, limestone	170	2.8
Cement	180	3.0

อุปกรณ์ที่ใช้เคลื่อนย้ายงานศิลปะ

Mobile Cart สำหรับงานประเภทภาพเขียน

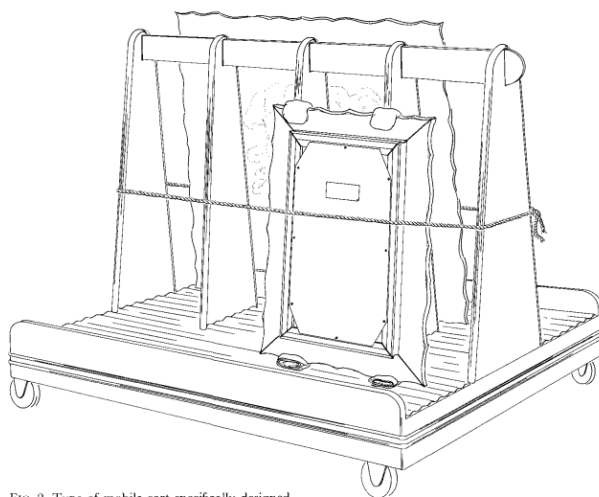


FIG. 2. Type of mobile cart specifically designed for transporting paintings and other flat works within the museum.

Mobile Trolley สำหรับงานประติมากรรม

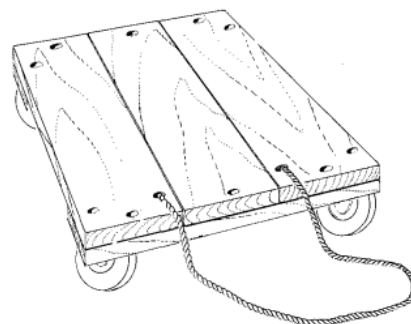


FIG. 3. Left, mobile trolley cart for transporting fragile three-dimensional objects. Right, flat cart, or dolly, for moving heavy sculptures, decorative arts or other bulky items.

Folk lift อุปกรณ์ช่วยยกชิ้นงานขนาดใหญ่

อุปกรณ์ช่วยยกงานประติมากรรม



วิธีการขนส่งงานศิลปะ

การขนส่งทางรถยนต์

สามารถใช้ขนส่งได้ทางรถยนต์, รถกระบะ, รถบัส และ รถบรรทุก ขึ้นอยู่กับขนาดและจำนวนของชิ้นงาน มีความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากสามารถส่งได้ถึงมือผู้รับเลย ส่วนใหญ่เหมาะกับงานขนาดเล็ก หรืองานที่มีน้ำหนักเบา และเหมาะกับการขนส่งภายในประเทศ



การขนส่งทางเรือ

ส่วนใหญ่เหมาะกับงานขนาดใหญ่ หรือที่ต้องการส่งข้ามประเทศ ข้อคำนึงที่สำคัญคือการขนส่งทางเรือใช้เวลานานและมีโอกาสเก็บงานศิลปะไว้ในตู้คอนเทนเนอร์ร่วมกับของอย่างอื่น ทำให้ต้องการการบรรจุหีบห่อที่แน่นหนา อยู่ในกล่องไม้ที่ควบคุมอุณหภูมิและความชื้น



การขนส่งทางเครื่องบิน

ส่วนใหญ่เหมาะกับงานขนาดใหญ่ หรือที่ต้องการส่งข้ามประเทศ ใช้ระยะเวลาที่รวดเร็วกว่าการขนส่งทางเรือ แต่ต้องคำนึงเรื่องความชื้นสัมพัทธ์ที่จะเปลี่ยน ณ ระดับความสูงต่างๆ ดังตารางตัวอย่างที่แสดงข้างล่าง

Flight and date	Aircraft	Portion of flight	RH (%)	Altitude (metres)
Ottawa—Vancouver 21.2.70	737	Ottawa—Toronto	20	5,000
		Toronto—Winnipeg	19	7,000
		Winnipeg—Edmonton	13	10,000
		Edmonton—Vancouver	13	10,000
Vancouver—Tokyo 22.2.70	727	Vancouver—Anchorage	10	10,700
		Anchorage—Tokyo	10	10,700
London—Montreal 7.2.77	727	—	12	9,000 ¹
		—	6	11,300 ²

1. One hour in flight.
2. Four hours in flight.



ภาคผนวก ก การรับประกันผลงานศิลปะ

ขอบเขตการประกันงานศิลปะ

การประกันภัยงานศิลปะ บริษัทประกันภัยต่างๆ ได้จัดอยู่ในหมวด ผลิตภัณฑ์พิเศษ ประเภทประกันภัยอัญมณีและทองคำ / ประกันภัยของสะสม ประเภทศิลปวัตถุ งานศิลป์ รูปภาพ งานสะสม พระเครื่อง งาน Fine Art โดยคุ้มครองความเสียหายของศิลปวัตถุจากความเสียหายใน ขณะที่ศิลปวัตถุเก็บอยู่ในสถานที่ที่ประกันภัย, การโจรกรรมทั้งที่มีร่องรอยและไม่มีร่องรอยแต่สามารถบ่งชี้รายละเอียดเหตุการณ์ได้

1. ความคุ้มครองอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การจัดส่งศิลปวัตถุไปยังลูกค้าโดยใช้ผู้รับขนส่ง, การนำศิลปวัตถุไปฝากให้อยู่ในความควบคุมดูแลของบุคคลอื่น, ความเสียหายของศิลปวัตถุที่อยู่ระหว่างการจัดแสดงโชว์
2. คุ้มครองความสูญเสียชีวิตหรือเสียหายสำหรับศิลปวัตถุ ของสะสมต่างๆ จาก การถูกปล้น จี้ ลักทรัพย์แบบมีร่องรอยการจับแะ, อุบัติเหตุ เช่น ทำตก/หล่น โคนชน กระแทก, ภัยธรรมชาติ ไฟไหม้ การระเบิด เป็นต้น

การประกันภัยลักษณะนี้เหมาะสำหรับ ร้านอัญมณี โรงงานอัญมณี ร้านทอง, โรงรับจํานํา ไปจนถึงพิพิธภัณฑท์ อีกทั้งยังสามารถนำเสนอเป็นแบบประกันภัยแบบทรัพย์สินส่วนตัว (Private Collection) ได้

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกันงานศิลปะ

1. ภาพถ่ายงานศิลปะ
2. เอกสารการประเมินราคาผลงาน
3. เอกสารหลักฐานประกอบการซื้อขายงานศิลปะ
4. เอกสารแสดงสิทธิ์ความเป็นเจ้าของผลงานศิลปะ

ปัจจุบัน ในประเทศไทย มีบริษัทที่รับให้ประกันงานศิลปะ ได้แก่ บริษัท เมืองไทย ประกันภัย จำกัด และ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ส่วนในต่างประเทศคือบริษัท AXA ART Americas Corporation ซึ่งแบ่งผลิตภัณฑ์ประกันภัยงานศิลปะ ดังนี้

1. Private and Corporate Products
 - a. Private Collections Valued Up to \$1 Million
 - b. Private Collections Valued Over \$1 Million
 - c. Specialty Jewelry Collections Coverage
 - d. Corporate Fine Art & Collectibles Coverage
 - e. Private Collector Safe Deposit Box Coverage
2. Institutional Products
 - a. Museum Coverage
 - b. Exhibition Coverage
3. Commercial Products
 - a. Gallery & Private Dealer Coverage
 - b. Conservator Coverage
 - c. Historic Properties Coverage
 - d. Artist Coverage

