

การสร้างความรู้จากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยอดเยียมของจีนเพื่อการจัดการศิลปะ
ปัจจุบันภายใต้ความมั่นใจทางวัฒนธรรม

**The Enlightenment of Chinese Excellent Traditional Culture to Current
Art Management under the Background of Cultural Confidence**

ชุยเฮา และ พิชัย สดภิบาล

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Cuihao and Pichai Sodhibhan

Bangkokthonburi University, Thailand

Corresponding Author, E-mail1: sirisasi123@gmail.com

บทคัดย่อ

การสร้างความรู้ในตัวของวัฒนธรรม เป็นเป้าหมายระดับสูงของประเทศจีนปัจจุบัน และยังเป็นภารกิจและภาระหน้าที่ทางประวัติศาสตร์ของประชาชนจีนสมัยใหม่ ทุกอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและศิลปะในประเทศจีน รวมถึงการจัดการศิลปะต้องดำเนินการในแง่ของการสร้างความมั่นใจในทางวัฒนธรรม บทความนี้ใช้ความมั่นใจในตัวของวัฒนธรรมเป็นหลักและมาตรฐานในการคัดกรองวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยอดเยียมของจีนและชุดปรัชญาแห่งจิตใจของ หยางหมิง และแนวคิดของ โมฮิสต์ เป็นพื้นฐานทางทฤษฎีและคำแนะนำทางการปฏิบัติของการจัดการศิลปะ การจัดการศิลปะมุ่งเน้นไปที่โอกาสและความท้าทายของการจัดการศิลปะของ จีนสมัยใหม่โดยใช้กลยุทธ์การจัดการเป็นหลัก การวิเคราะห์สาเหตุของสถานการณ์ที่ยากลำบากและการใช้ข้อเสนอ ที่เกี่ยวข้องของจิตวิญญาณของ หยางหมิง และแนวคิดของ โมฮิสต์ โดยเน้นแนวคิดการจัดการโมเดลการจัดการและวิธีการการจัดการเพื่อปรับปรุงกลไกการจัดการของศิลปะสมัยใหม่ของจีน การวิจัยนี้จะไม่เพียง แต่มีส่วนร่วมในการพัฒนาศิลปะสมัยใหม่ของจีนและการเติบโตของศิลปินรุ่นใหม่ แต่ยังช่วยในการพัฒนาและการปรับปรุง การจัดการศิลปะเพราะมันตอบสนองการพัฒนาของยุคและความต้องการของสังคม โดยสรุปแล้วการสร้างความรู้ของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยอดเยียมของจีนเพื่อการจัดการศิลปะปัจจุบันสามารถมุ่งเน้นในแนวคิดการจัดการโมเดล การจัดการ และวิธีการการจัดการของการบริหารงานศิลปะ ทั้งสามด้านนี้สามารถดำเนินการได้ โดยใช้แนวคิดการจัดการศิลปะ ต่างประเทศแนวคลาสสิกมาสร้างเส้นทางการจัดการงานศิลปะใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทของจีน

คำสำคัญ: จีนร่วมสมัย; การจัดการงานศิลปะ กลยุทธ์การจัดการ ปรัชญาแห่งจิตใจของหยางหมิง แนวคิดโมฮิสต์

* วันที่รับบทความ : 12 ตุลาคม 2566; วันที่แก้ไขบทความ 28 ตุลาคม 2566; วันที่ตอบรับบทความ : 30 ตุลาคม 2566

Received: October 12 2023; Revised: October 28 2023; Accepted: October 30 2023

Abstracts

The construction of cultural self-confidence is the theme and top-level design of the current China, and it is also the historical mission and responsibility of contemporary Chinese people. In this context, all cultural and artistic industries in China, including art management, are bound to proceed in the context of building cultural self-confidence. This article uses cultural self-confidence as the principle and standard to screen China's excellent traditional culture, and excavates Yangming's philosophy of mind and Mohist school as the theoretical basis and practical guidance of art management. Specifically, Yangming's ideas of "mind is reason", "conscience", "unity of knowledge and action" and "refinement in the world" and the ideas of "non-aggression", "universal love", "advocating the virtuous" and "saving use" of the Mohist School of Mind are compared. Benchmark art management. Focusing on the opportunities and challenges of contemporary Chinese art management, taking management strategies as the core, analyzing the causes of the predicament and using the relevant propositions of Yangming's philosophy of mind and the Mohist school, focusing on management concepts, management models, and management methods, to improve contemporary Chinese art Managed management strategy. The research and practice of this article will not only contribute to the development of contemporary Chinese art and the growth of young artists, but also enable the development and improvement of art management itself because it meets the development of the times and social needs.

Keywords: Contemporary China; Art Management; Management Strategy; Yangming's Philosophy of Mind; Mohist Thought

บทนำ

การจัดการศิลปะในประเทศจีนสมัยใหม่ เริ่มต้นเมื่อเร็ว ๆ นี้และภายใต้พื้นฐานของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและพื้นฐานการพัฒนาของอุตสาหกรรมของตัวเอง มีความยากลำบากมากในการจัดการศิลปะ แนวโน้มของการจัดการศิลปะของจีนในเวลานี้ คือการพัฒนาทั้งอย่างเป็นทางการและด้านส่วนตัวในเวลาเดียวกัน การจัดการศิลปะอย่างเป็นทางการค่อนข้างมีระบบและมีประโยชน์ทางสังคมที่ดี แต่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยตรงที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มศิลปินภายใต้การจัดการของพวกเขายังมีขนาดเล็กมาก ส่วนการจัดการงานศิลปะท้องถิ่นส่วนใหญ่ ดำเนินคล้ายกัน คือสามารถสร้างประโยชน์ทางศิลปะให้กับศิลปินไม่กี่คน สถานะการจัดการศิลปะในประเทศจีน ในปัจจุบันเป็นดังนี้ :

อุตสาหกรรมศิลปะกำลังเติบโต แต่ขาดการจัดการศิลปะที่เหมาะสม

หลังจากมากกว่า 40 ปีของการพัฒนาในประเทศจีน ปัจจุบันเศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้ประสบความสำเร็จอย่างมาก สามารถพูดได้ว่าอุตสาหกรรมศิลปะกำลังเจริญเติบโตและเจริญรุ่งเรือง แต่การจัดการศิลปะที่เหมาะสมนั้นยังขาดใน 40 ปีที่ผ่านมามุ่งเน้นไปที่การสร้างนโยบายการก่อสร้างแพลตฟอร์มการศึกษาและการสอน ฯลฯ ยังขาดการจัดการในตลาดศิลปะ การวางแผนศิลปะ และการขายงานศิลปะ สิ่งนี้ทำให้ศิลปินแต่ละคนขึ้นอยู่กับความพยายามของตนเองในการขายศิลปะ

ปัญหาการจัดการศิลปะที่เด่นชัด แต่ยังขาดการปรับปรุงพัฒนา

ปัจจุบันปัญหาการจัดการศิลปะในประเทศจีนค่อนข้างเด่นชัด ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การขาดการจัดการของตลาดศิลปะซึ่งสะท้อนออกมาโดยเฉพาะในแนวคิดการจัดการ รูปแบบการจัดการและวิธีการจัดการ โดยยังขาดวิธีการปรับปรุงแก้ไขที่มีประสิทธิภาพและกลยุทธ์การจัดการ ในประเทศจีนสมัยใหม่ การสร้างความมั่นใจในตัวของวัฒนธรรมเป็นประเด็นหลักของยุคนี้ มีความจำเป็นทางประวัติศาสตร์ ข้อเสนอของความมั่นใจในตัวของวัฒนธรรมไม่เพียงแต่เป็นความต้องการโดยวัตถุประสงค์ของการพัฒนาของยุค และความก้าวหน้าของสังคม แต่ยังเป็นภารกิจและความรับผิดชอบทางประวัติศาสตร์ของประชาชนจีนสมัยใหม่ ด้วยการสร้างความมั่นใจในตัวของวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานและเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในประเทศจีนสมัยใหม่ รวมถึงการจัดการศิลปะ จะมีความมั่นใจทางวัฒนธรรม มีสองแนวคิดหลักที่เฉพาะเจาะจงในการสร้างความมั่นใจในทางวัฒนธรรม หนึ่งคือการยึดติดกับเอกสารทางทฤษฎีและเอกสารประวัติศาสตร์ และสอง คือการเจาะลึกเข้าไปในวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยอดเยี่ยมของจีน ทั้งสองแนวคิดนี้ขึ้นอยู่กับหลักการและพื้นฐานของการรักษาและพัฒนาสังคมที่มีลักษณะพิเศษ ของจีน การวิจัยนี้ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาเชิงลึกเนื้อหาของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยอดเยี่ยมของจีนที่ตอบสนองการพัฒนาของเวลาและความต้องการทางสังคมภายใต้ความมั่นใจในตัวของวัฒนธรรมและเชื่อมั่นในการวิจัยและการปฏิบัติของการจัดการศิลปะ

ความสำคัญทางวิชาการ เพื่อสำรวจกลยุทธ์การจัดการศิลปะที่เหมาะสมกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจปัจจุบันของจีน และความต้องการทางสังคมที่แท้จริงและเพื่อปรับปรุงการก่อสร้างตนเองของการจัดการงานศิลปะ

ความสำคัญทางสังคม มีส่วนร่วมในการสร้างความมั่นใจในวัฒนธรรมของจีนสมัยใหม่และค้นคว้าองค์ประกอบที่เป็นประโยชน์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ยอดเยี่ยมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาของยุคจีนใหม่และความก้าวหน้า ทางสังคม ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพศิลปะและการเติบโตของศิลปินโดยเฉพาะศิลปินรุ่นใหม่

ความสำคัญทางเศรษฐกิจ ปรับปรุงการจัดการศิลปะในประเทศจีนสมัยใหม่ และส่งเสริมการปรับปรุง ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมศิลปะผ่านการพัฒนาแนวคิดการจัดการโมเดลการจัดการและวิธีการจัดการ



ภาพที่ 1 Scope of this paper

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นพบปัญหาที่มีอยู่ในกลยุทธ์การจัดการการจัดการศิลปะของจีนสมัยใหม่
2. วิเคราะห์เหตุผลของการก่อตัวของปัญหาในการจัดการศิลปะของจีนในปัจจุบันในแง่ของกลยุทธ์การจัดการ โดยเฉพาะข้อจำกัด
3. ปรับปรุงการปฏิบัติการการจัดการศิลปะของจีนในปัจจุบันในแง่ของกลยุทธ์การจัดการเริ่มต้นด้วยแนวคิด รูปแบบและวิธีการ

ระเบียบวิธีวิจัย

หัวข้อการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ โดยเน้นความครอบคลุมและระบบของวิธีการวิจัยใช้วิธีวิจัยสามวิธีหลัก ได้แก่ "วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ", "วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ" และ "วิธีการวิจัยระหว่างสาขา" โดยนำข้อดีของสามประเภทของวิธีการวิจัยเหล่านี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการวิจัยนี้

การประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณสะท้อนให้เห็นในการวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพสะท้อนในการสัมภาษณ์ การตอบแบบสอบถามและแง่มุมอื่น ๆ

การประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยระหว่างสาขาส่งสะท้อนให้เห็นในวิธีการจัดการศิลปะ วิธีการขาย วิธีการจัดการทรัพยากรมนุษย์และอื่น ๆ เริ่มต้นด้วยการใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถาม จากนั้นใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์การวิจัยอย่างมีระบบ สุดท้ายใช้วิธีการจัดการศิลปะ วิธีการขาย วิธีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และอื่น ๆ ฯลฯ เพื่อทำการสร้างระบบ รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีรูปแบบการบริหารและวิธีการจัดการเป็นหลัก

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการของศิลปะจีนสมัยใหม่

ปัญหาของกลยุทธ์การจัดการ ในการจัดการศิลปะของประเทศจีนส่วนใหญ่สะท้อนออกมาในแนวคิดการจัดการ รูปแบบการจัดการและวิธีการการจัดการ การวิเคราะห์และการวิจัยเกี่ยวกับสามประเด็นเหล่านี้ จะช่วยให้เข้าใจการขาดกลยุทธ์การจัดการในการจัดการศิลปะของจีนในปัจจุบันเพื่อให้การปรับปรุงที่ดีขึ้นและความสมบูรณ์แบบ

1. การวิเคราะห์ปัญหาในปรัชญาการจัดการ

1.1 ไม่คุ้นเคยกับการใช้แนวคิดต่างประเทศ

กลยุทธ์การจัดการศิลปะต่างประเทศ มุ่งเน้นไปที่องค์กรและการตลาด รวมทั้งเน้นการจัดการตัวเอง ของศิลปิน กลยุทธ์การจัดการศิลปะในต่างประเทศ เน้นบทบาทของสถาบันศิลปะและศิลปินแต่ละคน อย่างไรก็ตามตามเงื่อนไขของประเทศจีน การใช้กลยุทธ์การจัดการศิลปะไม่สามารถคัดลอกได้จากแนวคิดและพฤติกรรมต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ หลายทศวรรษของการศึกษาและการวิจัย จีนได้เสร็จสิ้นการศึกษาอย่างมีระบบตามแนวคิดขั้นสูงของต่างประเทศในเรื่องการจัดการศิลปะ และมีผลการวิจัยทางทฤษฎีที่มีค่าหลายงานวิจัย ได้ปรากฏขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อเผชิญกับการปฏิบัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในตลาดศิลปะ การจัดการยังคงขาดการปฏิบัติการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

1.2 อุปสรรคในการศึกษาและการเลือกใช้แนวคิด

การตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์การจัดการศิลปะของจีนปัจจุบันซึ่งเหมาะกับเงื่อนไขของประเทศจีนและสอดคล้องกับพื้นฐานเศรษฐกิจปัจจุบันยังไม่ได้ปรากฏขึ้น ในแง่มุมนี้การจัดการศิลปะของจีนในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสถาบันวิชาการ สถาบันการจัดการทุกระดับหรือศิลปินแต่ละคนกำลัง ค้นหาและพยายามหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด

2. การวิเคราะห์ปัญหาในโหมดการจัดการ

2.1 โมเดลการจัดการแบบคลาสสิกไม่สามารถบรรลุประสิทธิภาพได้

แบบจำลองคลาสสิกของการจัดการศิลปะในต่างประเทศส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้โดยองค์กร หรือองค์กรข้อได้เปรียบของโมเดลการจัดการนี้คือมันเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิดกับตลาดและสามารถตัดสินใจความกล้าหาญ ของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและปรับกลยุทธ์การจัดการศิลปะยิ่งไปกว่านั้น โหมดการจัดการที่มุ่งเน้นไปที่องค์กร หรือมุ่งหน้าไปสู่องค์กร ยังมีประโยชน์ต่อการแบ่งปันเงินในเวลาที่เหมาะสมและใช้เงินได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตามโมเดลการจัดการองค์กรหรือองค์กรนี้ไม่ได้เป็นหลักในประเทศจีนในขณะนี้ หรือมันไม่ได้เล่นบทบาทสำคัญ เหตุผลหลักของเรื่องนี้คือการพัฒนาประวัติศาสตร์ของตลาดศิลปะของจีนในปัจจุบันยังอยู่ในช่วงแรกและมีความไม่แน่ใจมากมายในแง่มุมนี้ โมเดลการจัดการของบริษัท หรือการจัดการที่เป็นบริษัท มี

ความเสี่ยงอย่างมาก สำหรับเงินทุนที่ลงทุน และค่าใช้จ่ายในการจัดการก็สูงมากเช่นกันในที่สุดมันจะล้มเหลว เพราะมันไม่สามารถได้รับประโยชน์หรือไม่สามารถบรรลุผลประโยชน์ในระยะยาวได้

2.2 รูปแบบการจัดการที่เป็นนวัตกรรมไม่ได้พิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพเพียงพอ

รูปแบบการจัดการศิลปะในต่างประเทศ ถูกกำหนดขึ้นโดยองค์กร หรือสถาบัน ข้อดีของรูปแบบการจัดการนี้คือ สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสมตามตลาดศิลปะ ซึ่งจำเป็นต้องจัดหาต้นทุน และใช้ต้นทุนได้อย่างเหมาะสม แต่รูปแบบวิธีการนี้ไม่สามารถนำมาใช้ได้ในประเทศจีนในขณะนี้ได้ ที่ตลาดศิลปะยังมีความผันผวน และ รูปแบบที่การจัดการศิลปะขึ้นกับองค์กรหรือสถาบันนั้นมีความเสี่ยงสูง และมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการที่สูงเช่นกัน

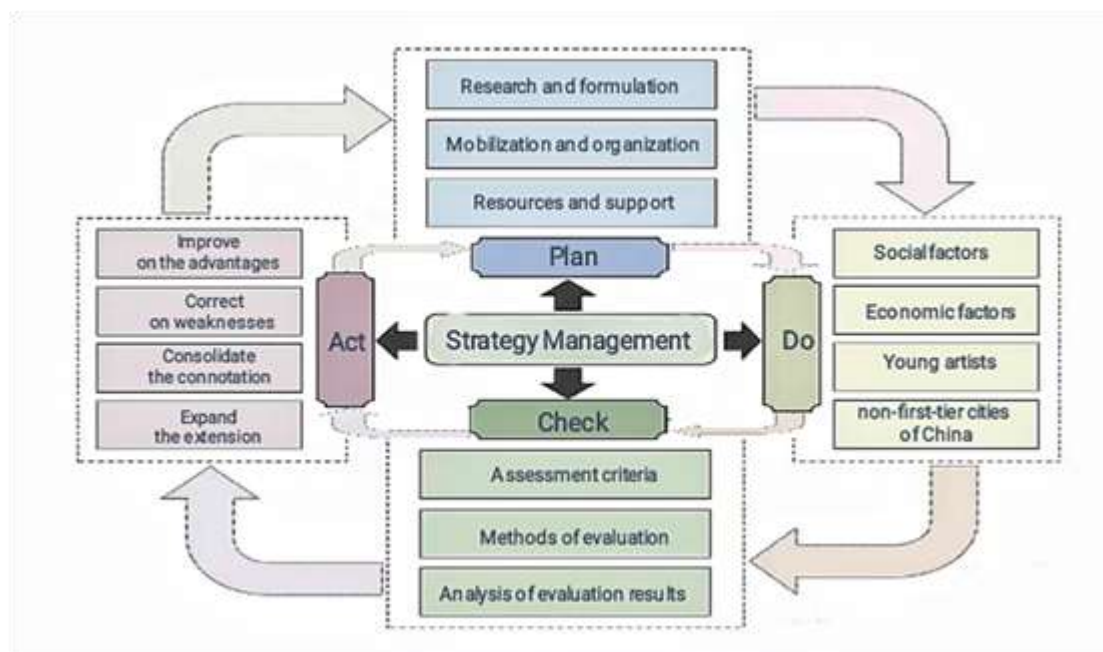
3. การวิเคราะห์ปัญหาของวิธีการจัดการ

3.1 วิธีการจัดการแบบดั้งเดิมไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ซับซ้อน

วิธีการจัดการแบบดั้งเดิม เช่น วิธีการวิจัยตลาด วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ วิธีการขายเชิงพาณิชย์ ฯลฯ เผชิญหน้ากับความซับซ้อนของเศรษฐกิจในภูมิภาค ความเป็นตัวตนทางวัฒนธรรม การศึกษาสุนทรียศาสตร์ ความต้องการของสังคมเป็นต้น ในปัจจุบันประเทศจีน อยู่ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ จึงเป็นเรื่องยาก ที่จะนำวิธีการแบบดั้งเดิมนี้ไปใช้โดยตรง ความซับซ้อนของสถานการณ์ต่าง ๆ ทำให้วิธีการจัดการแบบดั้งเดิมขาดความเหมาะสม ดังนั้นจึงไม่สามารถนำไปใช้ได้อย่างราบรื่น

3.2 วิธีการจัดการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ไม่มีประสิทธิภาพ

มีความพยายามและแนวคิดมากมายในการนำนวัตกรรมและการค้นพบใหม่ของการจัดการศิลปะมาใช้ แต่อย่างไรก็ตามยังคงพบปัญหาการขาดข้อมูลในทางปฏิบัติ และข้อมูลที่ไม่มีประสิทธิภาพ แนวคิดส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับของการสนทนาพูดคุยกันทางทฤษฎี



แผนภาพที่ 2 การวางแผนฝึกปฏิบัติการจัดการศิลปะตามแนวคิด PDCA

บทสรุป

1. การปรับปรุงแนวคิดการจัดการศิลปะ

1.1 การเปิดเผยแนวคิดการจัดการต่างประเทศ

การจัดการศิลปะของจีนสามารถเรียนรู้จากแนวคิดการจัดการศิลปะของต่างประเทศได้หลายแง่มุมของโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดการตลาดศิลปะ เช่น การจัดการองค์กร การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ของตลาด ฯลฯ การจัดการองค์กรในแบบต่างประเทศ สามารถนำมาต่อยอดในมุมมองทางวัฒนธรรมของจีนได้ในการเสริมสร้างจิตใจ แนวคิด"สติปัญญา" ของปรัชญาจิตวิญญาณของหยางหมิง โดยบนพื้นฐานของการตั้งเป้าหมายที่กำหนด และให้ความสำคัญกับการตระหนักรู้ตัวเอง (self-consciousness) และการรู้การกระทำของตัวเอง (self-action) โดยมีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน

1.2 การปฏิบัติตามแนวคิดการจัดการของต่างประเทศที่มีคุณลักษณะแบบจีน

มุ่งเน้นไปที่การวิจัยและการอ้างอิงของประเพณีที่ยอดเยี่ยมของประเทศจีนและสร้างแนวคิดการจัดการ ศิลปะที่มีคุณลักษณะของจีนตามปรัชญาจิตวิญญาณของหยางหมิง และ แนวคิดของโมฮิสต์

1.2.1 งดใช้แนวคิดการจัดการที่เข้มงวด เช่น การลดค่าจ้างและการลงโทษแบบปรับเงินเดือน ระมัดระวังในการใช้ความยุติธรรม ใช้วิธีการจัดการศิลปะที่มีหลักการของการพัฒนาบุคลากรและความสำเร็จ ในอาชีพที่ในระดับมืออาชีพ

1.2.2 บริหารจัดการตามความเป็นจริง และยึดมั่นในความคิดของผู้นำในการคิดเชิงเหตุผลและการตัดสินใจ ที่สมเหตุสมผล ไม่ละเมิดหลักการการจัดการเพราะความชอบส่วนตัวหรือกฎของตลาดอันเนื่องจากความแข็งแกร่ง ขององค์กร ไม่ควรประเมินตัวเองต่ำในตอนแรกของการก่อตั้งองค์กร และองค์กรไม่ควรย่อหย่อนหลังจากประสบความสำเร็จ

1.2.3 บริหารจัดการองค์กรด้วยทีมมืออาชีพและการสร้างทีมงานเป็นหลัก ซึ่งนอกจากจะทำให้เป้าหมายขององค์กรชัดเจนขึ้น ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการได้มากอีกด้วย

1.2.4 การประเมินผลการจัดการ ดูได้จากความสำเร็จขององค์กร ในการพัฒนาที่ดีขององค์กรและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของที่จัดการ หลอมรวมตัวการจัดการ ผู้จัดการ และองค์กรเองเข้าด้วยกัน เป็นหนึ่งเดียว

2. การปรับปรุงรูปแบบการจัดการ

2.1 การปรับปรุงรูปแบบการจัดการแบบดั้งเดิม

รูปแบบการจัดการศิลปะแบบดั้งเดิมเน้นการพาณิชย์ การดำเนินธุรกิจและแม้แต่การลงทุน ซึ่งเป็นพฤติกรรมการค้าที่มักจะลืมนึกถึงคุณค่าที่แท้จริงของการจัดการศิลปะ ไม่สนใจคุณสมบัติของความเป็นมืออาชีพและบุคลิกภาพของศิลปิน และขัดแย้งกับกฎหมายทางศิลปะซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางศิลปะ และตัวศิลปิน ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงของรูปแบบการจัดการศิลปะแบบดั้งเดิมจึงเป็นภารกิจหลักที่สำคัญและเร่งด่วน

2.1.1 การพาณิชย์แบบเดิม มักจะลืมนึกถึงคุณสมบัติของการจัดการศิลปะ การใช้แนวคิด "รักสากล" ของโมฮิสต์สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ แนวคิดของ "รักสากล" ไม่ใช่แค่การดูแลกัน แต่ยังเน้นเรื่อง การสร้างประโยชน์ร่วมกันสำหรับทั้งสองฝ่าย แนวคิดของ "ความรักสากล" ที่มุ่งเน้นการพัฒนาร่วมกันของทั้งสองฝ่ายและประโยชน์ของทุก ๆ คน ยังสามารถนำมาใช้ในด้าน การประเมินมาตรฐานการจัดการศิลปะได้อีกด้วย

2.1.2 การจัดการองค์กรแบบเดิม ไม่สนใจเกี่ยวกับคุณสมบัติความเป็นมืออาชีพและคุณสมบัติของบุคลิกภาพของศิลปิน เพื่อแก้ปัญหานี้ การใช้แนวคิดของโมฮิสต์เรื่อง "เคารพให้เกียรติ" สามารถนำมาปรับปรุงได้ในระบบการจัดการได้ เช่น การให้ศิลปินหรือคนที่รับผิดชอบในกิจกรรมศิลปะ เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ด้วย การอนุญาตให้ศิลปินหรือผู้รับผิดชอบกิจกรรมเข้าร่วมและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม สามารถทำให้ระบบ การจัดการและการตัดสินใจต่าง ๆ ขององค์กรเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.1.3 การจัดการแบบทุนนิยมขัดแย้งกับกฎหมายของศิลปะเอง และมีผลกระทบเชิงลบต่อการพัฒนาศิลปะและการเติบโตของศิลปิน ปัญหานี้สามารถแก้ปัญหามาได้โดยใช้แนวคิดของการ "เข้าถึงจิตสำนึก" ในปรัชญาจิตวิญญาณของหยางหมิง ซึ่งไม่ใช่การเน้นว่าองค์กรและผู้จัดการควรมีศีลธรรมและ

สติปัญญา แต่เกี่ยวกับ เคารพกฎหมายของการทำงานต่าง ๆ มุ่งเน้นการตัดสินใจที่สมเหตุสมผล เน้นการตั้งเป้าหมายระยะยาว และพยายามหลีกเลี่ยงพฤติกรรมจัดการที่ไม่ยั่งยืน หลีกเลี่ยงความเสียหายต่อความสนใจของศิลปินและความเสียหายต่อองค์กร

2.2 การสร้างนวัตกรรมรูปแบบการจัดการ

จิตวิทยาของหยางหมิง “ความสมดุลในโลก” ซึ่งให้ความสำคัญมากในการเปลี่ยนแปลงตัวเองอย่างต่อเนื่อง ตามการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อม เพื่อปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ไม่นิ่งของประเทศจีนและความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างเมือง จึงสามารถดำเนินการได้จาก สามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้นำขององค์กร การจัดการองค์กรและความพยายามของศิลปิน ซึ่งแต่ละองค์ประกอบสามารถทำงานแยกกัน หรือสามารถสื่อสารร่วมกันได้

2.2.1 จัดการตลาดศิลปะโดยหน่วยงานรัฐบาล ถูกจัดการโดยหน่วยงานพิเศษภายใต้หน่วยงานของรัฐบาล การจัดระเบียบและการจัดการของตลาดศิลปะถูกจัดการบนพื้นฐานของรูปแบบการจัดการรุ่นก่อน เช่น การสร้างนโยบาย การควบคุมดูแลอุตสาหกรรม และการให้คำปรึกษาระดับมืออาชีพ

2.2.2 ควรเป็นการให้พื้นที่และสนับสนุนมากขึ้นในแง่ของการอนุมัติการสมัคร การควบคุมการจัดการ และการลดภาษีและการยกเว้นภาษี ด้วยนโยบายพิเศษส่งเสริมการดำเนินงานภาคเอกชนและองค์กรในเชิงพาณิชย์ เพื่อการจัดการงานศิลปะ

2.2.3 มุ่งเน้นความหลากหลายของในบทบาทหน้าที่ และกระตุ้นให้ศิลปินแต่ละคนมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในการจัดการศิลปะให้ศิลปินเปลี่ยนไปทำหน้าที่อื่น ๆ บ้าง เช่น ผู้จัดการ นักวิจัยการจัดการศิลปะ และอื่น ๆ

2.2.4 ดำเนินการวางแผนการจัดการภายใต้แนวคิดของ “จิตใจคือเหตุผล” ในปรัชญาทางจิตวิญญาณ ของ หยางหมิง เป็นหลักซึ่งมุ่งเน้นไปที่การรวมตัวของวัตถุวิสัยและจิตวิสัย การสร้างการจัดการศิลปะและกิจกรรมศิลปะ ให้เป็นการจัดการของศิลปินที่ต้องให้ความสนใจกับแรงจูงใจ ส่วนการวางแผนศิลปะและกฎของตลาด ต้องเคารพ ความต้องการในการสร้างศิลปะของศิลปินแต่ละคนอย่างเต็มที่ และให้ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

3. การพัฒนาปรับปรุงวิธีการจัดการ

3.1 การประยุกต์ใช้วิธีการจัดการแบบดั้งเดิม

เปลี่ยนวิธีการจัดการแบบดั้งเดิมในการจัดการศิลปะโดยการใช้ความคิดทางวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิม ที่ยอดเยี่ยมแทน เช่น การเปลี่ยนแปลงวิธีการวิจัยตลาด วิธีการประเมินธุรกิจ และวิธีการจัดการอื่น ๆ

3.1.1 วิธีการวิจัยตลาด

วิธีการวิจัยตลาดในการจัดการแบบดั้งเดิมมักจะใช้ความต้องการของผู้ใช้ การขายผลิตภัณฑ์และการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นวัตถุประสงค์การวิจัย การจัดการศิลปะของต่างประเทศทำการศึกษาริชาต โดยไม่คำนึงถึงความต้องการและการพัฒนาของศิลปิน เนื่องจากการใช้ทุนเป็นจำนวนมาก แต่แนวคิดของโมฮิสต์ แบบดั้งเดิมของจีนถือว่าทั้งสองฝ่าย คือผู้จัดการและศิลปินควรมีจัดการที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่ายมากกว่า

3.1.2 วิธีการประเมินธุรกิจ

การประเมินผลการจัดการเชิงพาณิชย์ขึ้นอยู่กับระดับของผลกำไรเป็นหลัก แต่การจัดการศิลปะไม่ควรพิจารณาเชิงพาณิชย์เพียงด้านเดียว แต่ควรพิจารณาด้านสังคมร่วมด้วย การพิจารณาค่าเชิงพาณิชย์และค่าทางสังคมเป็นวิธีการประเมินผลการจัดการศิลปะ ซึ่งตรงกับแนวคิดการ "เข้าถึงจิตสำนึก" ในปรัชญาจิตวิญญาณ ของหยางหมิง การประเมินผลการบริหารภายใต้แนวคิดหลักของ "การส่งมอบสติปัญญา" สามารถเปลี่ยนและปรับปรุง วิธีการประมวลผลการดำเนินธุรกิจให้ดีขึ้นได้

3.1.3 การปฏิบัติตามแนวทางที่ครอบคลุม

"การบูรณาการความรู้และการกระทำ" ในปรัชญาจิตวิญญาณของหยางหมิง มุ่งเน้นไปที่การรวมกันของทฤษฎีและการปฏิบัติ การตัดสินใจและการเข้าใจ และการคิดและการลงมือทำ สิ่งนี้มีประโยชน์ต่อปฏิบัติงาน และให้แน่ใจว่าลงปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ และได้รับทราบผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถ ทำให้การวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ในช่วงขั้นตอนการวิจัยได้ในเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้แน่ใจว่าการปฏิบัติการการบริหารจัดการเสร็จสิ้นและแผนการจัดการเสร็จสมบูรณ์

3.2 การประยุกต์ใช้นวัตกรรมใหม่ในวิธีการการจัดการ

วิธีการจัดการนวัตกรรมใหม่ของการจัดการศิลปะของจีนควรจะมีแนวโน้มไปที่ความเป็นจริงและความรู้วิทยาศาสตร์ความสมเหตุสมผลและความมีประสิทธิภาพที่ต้องได้รับการประเมินในทางปฏิบัติ

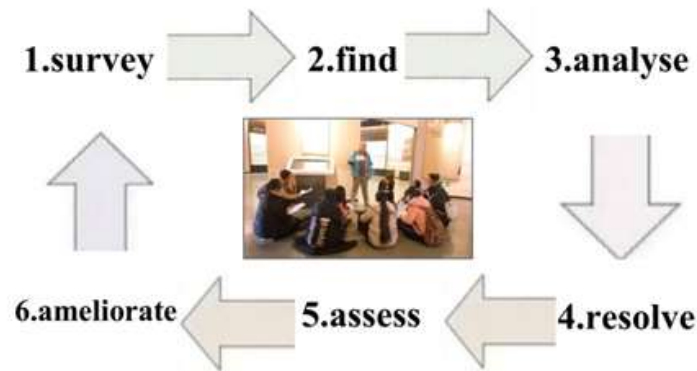
3.2.1 เน้นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างอุดมการณ์ของแต่ละคนกับโชคชะตาของมนุษย์ในภาพรวม และความฝันของแต่ละบุคคลควรเกิดขึ้นในชีวิตจริงแทนที่จะเป็นแค่จินตนาการเท่านั้น

3.2.2 มุ่งเน้นบทบาทหลักของการทำงานเป็นทีม เพื่อให้แน่ใจว่ามีการบริหารที่แข็งแกร่งในการดำเนินงาน ที่เน้นการตัดสินใจร่วมกัน

3.2.3 ทีมงานควรจะรักกันและเข้ากันได้เหมือนสมาชิกในครอบครัว และเน้นความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน

3.2.4 ควรยกเลิกการแข่งขันที่ไร้ความหมายและมีแนวโน้มไปที่การสร้างและการเติบโตของทุกคน พยายามที่จะมุ่งเน้นไปที่จุดดีและความแข็งแกร่งของคนอื่น ในขณะที่สะท้อนความผิดพลาดและความอ่อนแอของตัวเองอย่างต่อเนื่อง

- 3.2.5 มุ่งเน้นไปที่การลดค่าใช้จ่ายทางการบริหารโดยการประหยัด
- 3.2.6 ควรจะเคารพซึ่งกันและกัน มองหาจุดร่วมกันในขณะที่ส่งวนจุดต่าง



ภาพที่ 3 รูปแบบการจัดการศิลปะที่สร้างขึ้นโดยการรวมแนวคิดของ PDCA, จิตวิทยาจิตวิญญาณของหยางหมิงและแนวคิดของโมฮิสต์

เอกสารอ้างอิง

- Adela McMurray, Nuttawuth Muenjohn, Chamindika Weerakoon. (2021). The Palgrave Handbook of Workplace Innovation[M].:2021-03-18.
- Cornejo-Cañamares María, Medrano Natalia, Olarte-Pascual Cristina. (2021). Environmental objectives and non-technological innovation in Spanish manufacturing SMEs[J]. Journal of Cleaner Production, 2021, 296.
- Chang Shuhua, Yue Jingyi, Wang Xinyu, Yu Baoqin. Managerial strategies for process innovation through the perspective of competition among supply chain members[J]. Journal of Cleaner Production, 2021, 296.
- Cornejo-Cañamares María, Medrano Natalia, Olarte-Pascual Cristina. (2021). Environmental objectives and non-technological innovation in Spanish manufacturing SMEs[J]. Journal of Cleaner Production, 2021, 296.
- Guiné Raquel P.F., Florença Sofia G., Barroca Maria João, Anjos Ofélia. (2021). The duality of innovation and food development versus purely traditional foods[J]. Trends in Food Science & Technology, 2021, 109 (prepublish).
- Lim SangGon (Edward), (2021). Ok Chihyung “Michael”. Fostering absorptive capacity and facilitating innovation in hospitality organizations through empowering leadership[J]. International Journal of Hospitality Management, 2021, 94.
- MahdaviMazdeh Hossein, Saunders Chad, Hawkins Richard William, Dewald Jim. Reconsidering the dynamics of innovation in the natural resource industries[J]. Resources Policy, 2021, 72.
- Sung Wookjoon, Kim Changil. A Study on the Effect of Change Management on Organizational Innovation: Focusing on the Mediating Effect of Members’ Innovative Behavior[J]. Sustainability, 2021, 13(4)