

The Professional Socialization : Case Study of Professionals Industrial Designers to Support ASEAN Economic Community¹

Nutthapong Thammaruksasit²
Thasuk Janprasert³
Ungsinun Intarakamhang⁴

Received: May 1, 2014

Accepted: May 19, 2014

Abstract

The objectives of this research are (1) to study the socialization process of professional industrial designer before & during their profession as well as the stability of profession. (2) to study the characteristic and conditions of professional industrial designer's identity (3) to search ways in terms of professional socialization for the industrial designer as preparation to future impact of ASEAN Economic Community or AEC in year 2015. The research was constructed using case study's qualitative research by selected purposive sampling are 9 professional industrial designers, 4 industrial designers and 5 special expert. The research results can be divided into 3 parts, In part 1 found that childhood lifestyle is influences in making characteristic to be industrial designer. In the socialization process were socialized by significant agents such as lecturer, senior, friends, social media, client and manufacturer etc. The main socialize contents are the skill for industrial design profession working. The main socialize tactics that are the informal and have model to study such as work critics and knowledge from sample work etc. The work stability depends on the individual condition and environmental condition, which consists of the love for designing and acceptance from clients etc. The results for part 2 the Industrial Designer's profession identity shows there are 7 identities, which are the imagination sense, well-round knowledge, flexible, attentive, problem solving skills, analyze & connection skills, and adaptive. The conditions of this identity occur from "the expectation to have good working skills" The results for part 3 found the ways for socialization designer as preparation to future impact of AEC including individual characteristics development, international working skills development and AEC opportunity development.

Keywords: Professional socialization, Profession identity, Industrial designer

¹ Master thesis for the Master of Science (Applied Behavioral Science Research) Srinakharinwirot University

² Student, Master of Science (Applied Behavioral Science Research) Srinakharinwirot University

³ Graduate student in applied psychology program, Faculty of Psychology, Chulalongkorn University

⁴ Associate Professor in Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ : กรณีศึกษานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มืออาชีพเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน¹

ณัฐพงษ์ ธรรมรักษาสี²

ฐาศุภกร์ จันประเสริฐ³

อังคินันท์ อินทรกำแหง⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมืออาชีพ ทั้งก่อนเข้าสู่วิชาชีพ ระหว่างอยู่ในวิชาชีพ และ ระยะมั่นคงทางวิชาชีพ 2) ศึกษา ลักษณะของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการมีเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพและ3) ค้นหาแนวทางในการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพสำหรับพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการศึกษาเฉพาะกรณี โดยเลือกกรณีศึกษาแบบเจาะจง ได้แก่ นักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมืออาชีพ จำนวน 9 ราย นักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จำนวน 4 ราย และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ราย ผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 พบว่า ชีวิตในวัยเด็กช่วยบ่มเพาะคุณลักษณะสำคัญและความเชื่อที่ส่งผลต่อการเป็นนักออกแบบฯและในกระบวนการการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพพบว่ามีความสัมพันธ์ในการถ่ายทอดที่สำคัญ เช่น อาจารย์ รุ่นพี่และเพื่อน รวมถึงกลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มลูกค้า และผู้ผลิต เป็นต้นเนื้อหาของถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพส่วนใหญ่เป็นความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน เช่น ทักษะในการทำงาน เป็นต้น และพบว่ากลวิธีของการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดที่ไม่เป็นทางการเช่นการวิจารณ์งาน เป็นต้น รวมถึงกลวิธีแบบมีตัวแบบทั้งการแสดงตัวอย่างให้ดู และการสังเกตจากตัวแบบความและมั่นคงเชิงวิชาชีพมีเงื่อนไขจากตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมเช่น ความรักในการออกแบบฯ การได้รับการยอมรับจากผู้ใช้นี้เป็นต้นผลการศึกษาส่วนที่ 2 พบว่าลักษณะของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพประกอบด้วย มีจินตนาการสูงสามารถมองเห็นภาพในอนาคต มีความรอบรู้มีความสามารถในการปรับตัวข้างสังเกตช่างสงสัย มีความสามารถในการแก้ปัญหา มีความสามารถในการวิเคราะห์เชื่อมโยง มีความสามารถในการประนีประนอม โดยเกิดจาก “ความคาดหวังของทักษะเพื่อการทำงาน” และผลการศึกษาส่วนที่ 3 พบว่าแนวทางในการพัฒนานักออกแบบฯเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประกอบด้วย การพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคล การพัฒนาความเชี่ยวชาญในการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการพัฒนาเพื่อเพิ่มโอกาสจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

คำสำคัญ: การถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ เอกลักษณ์เชิงวิชาชีพ นักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

¹ ปริญญาโทระดับมหาบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และรับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

² นิสิตระดับมหาบัณฑิตบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³ อาจารย์ประจำสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁴ รองศาสตราจารย์ประจำสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสังคมไทยทุกภาคส่วนตระหนักถึงสถานการณ์การรวมตัวทางเศรษฐกิจที่เรียกว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจของประเทศอาเซียนและเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าระหว่างประเทศให้สามารถรับมือกับปัญหาทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อภูมิภาคอาเซียน (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.: 2) ซึ่งเน้นการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดี่ยวใช้กฎระเบียบการค้าเดียวกันทำให้ภาคอุตสาหกรรมสินค้าประเทศไทยได้ประโยชน์ในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิก ประกอบกับการสำรวจการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยโดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ในปี พ.ศ. 2555 ช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน ผลิตรัฐที่มีมูลค่าการส่งออกถึง 2,566,390.01 ล้านบาท (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2555: ออนไลน์) จากการสำรวจเพียงครึ่งปีแรกสินค้าอุตสาหกรรมมีอัตราขยายตัวเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 ร้อยละ 0.18 และอาเซียนนั้นเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของประเทศไทยโดยในปีพ.ศ. 2553 ประเทศไทยส่งออกสินค้าสู่ประเทศในอาเซียนมีมูลค่ากว่า 44,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศสำนักอาเซียน, 2554: 2-3) จากสถานการณ์การเติบโตด้านการส่งออก จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อรองรับสถานการณ์นี้ โดยเฉพาะนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่สามารถพัฒนาสินค้าไทยให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกันเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ประเทศไทยได้เป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในกลุ่มอาเซียนได้

โดยเมื่อย้อนกลับไปในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมในปี ค.ศ. 1760 สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆต้องผลิตให้

พอเพียงกับความต้องการของมนุษย์จากการขยายตัวของประชากร วิธีการผลิตจากแรงงานคนเปลี่ยนเป็นเครื่องจักรด้วยเหตุนี้การผลิตในลักษณะจำนวนมาก (Mass Production) ในระบบอุตสาหกรรมจึงเกิดขึ้น การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จึงมีรากฐานตั้งแต่นั้นและมีส่วนพัฒนาสร้างความสะดวกในการใช้งาน ความสวยงามและช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์เรื่อยมา (ธีระชัย สุขสด, 2544: 1-2) ปัจจุบันสังคมไทยมีความต้องการอุปโภคบริโภคสินค้าสำเร็จรูปจำนวนมากเพื่อความสะดวกสบาย อีกทั้งโลกของการผลิตสินค้าปัจจุบันเป็นการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองคนหมู่มาก ในการออกแบบจึงต้องอาศัยวิชาชีพนักออกแบบฯ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีทักษะความรู้ความสามารถบนพื้นฐานการผลิตเชิงอุตสาหกรรมสามารถแก้ปัญหา ปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามที่ดีกว่าเดิม และสร้างกำไรให้แก่ผู้ผลิต ตลอดจนช่วยยกระดับสภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคมให้สูงขึ้น(มนตรี ยอดบางเตย, 2538: 56)

จากการสำรวจของของหน่วยงาน Collaborative Development Unit (CODE) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในปี พ.ศ. 2552 พบว่า ปัจจุบันจำนวนนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษามีอยู่ไม่เกิน 600 คนแต่มีผู้ที่ทำงานอยู่ในภาคอุตสาหกรรมไม่เกิน 200 คนและในแต่ละปีมีบุคคลที่ทำงานด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอย่างมืออาชีพไม่เกิน 20 คนแสดงถึงจำนวนของนักออกแบบฯที่เป็นมืออาชีพไม่ได้มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เรียน (พรเทพ ฉัตรภิญญาคุปต์, 2552: 4) ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในสังคมไทยรวมถึงสถานการณ์ของประชาคมฯ

จากการเติบโตขึ้นของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนภาพอนาคตของนักออกแบบฯ จะเป็นวิชาชีพที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมสินค้า เพราะมนุษย์เป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จในการพัฒนาในทุกเรื่อง คนเป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนา (วีรติ ปานศิลา, 2542: 1)ซึ่งในสถานการณ์นี้ต้องเริ่มจากการพัฒนานักออกแบบฯ ที่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถออกสู่สังคมไทยและภูมิภาคอาเซียน ซึ่งวิชาชีพนี้ต้องใช้ความสามารถ ทักษะ ความรู้เฉพาะทางที่ผ่านการฝึกฝนอย่างเข้มข้นจากกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้อันซับซ้อนที่บุคคลได้มาซึ่งความรู้ ทักษะและเอกลักษณ์วิชาชีพจนทำให้บุคคลกลายเป็นสมาชิกของวิชาชีพ (Cohen, 1981: 14; อ้างจาก สมศักดิ์ สีดากุลฤทธิ, 2545: 47) ซึ่งเมื่อพิจารณาจากเอกสารและงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า มีงานวิจัยเรื่องศึกษาเกี่ยวกับการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ เช่น พยาบาล ทหาร ตำรวจ เป็นต้น เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรในอาชีพนั้นๆ แต่มักไม่พบการศึกษาการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพในกลุ่มนักออกแบบฯซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมไทยและการแข่งขันทางเศรษฐกิจในสถานการณ์ของประชาคมฯอีกทั้งมีเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพแตกต่างจากอาชีพอื่น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพของนักออกแบบฯเมื่ออาชีพว่ามีลักษณะอย่างไร ทำอย่างไรจึงสามารถพัฒนาให้ตนเป็นมืออาชีพจนประสบความสำเร็จในวิชาชีพ โดยสามารถใช้ประโยชน์เพื่อนำไปเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนานักออกแบบฯที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตให้มีความเป็นมืออาชีพออกสู่สังคมไทยและอาเซียนอย่างมีคุณภาพ และศึกษาลักษณะและเงื่อนไขของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพของนักออกแบบฯ

มืออาชีพว่าเป็นอย่างไรเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนานักออกแบบฯให้มีเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มวิชาชีพ รวมถึงค้นหาแนวทางในการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพสำหรับพัฒนานักออกแบบฯว่ามีลักษณะอย่างไรเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมฯซึ่งจะเป็นประโยชน์ให้นักออกแบบฯมีความตระหนักถึงหน้าที่ที่ต้องเตรียมพร้อม ตลอดจนมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมืออาชีพ ทั้งก่อนเข้าสู่วิชาชีพ ระหว่างอยู่ในวิชาชีพ และ ระยะเวลาบนคางวิชาชีพ
2. เพื่อศึกษาลักษณะของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการมีเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพ
3. เพื่อค้นหาแนวทางในการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพสำหรับพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ใช้แนวคิดทฤษฎีทางจิตวิทยา และสังคมวิทยาเพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพซึ่งมีสาระสำคัญของแต่ละแนวคิดดังนี้

แนวคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยา

การศึกษานี้ใช้แนวคิดการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ (Professional Socialization) เป็นหลัก

จากการประมวลแนวคิดการถ่ายทอดหลายแนวคิด และสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยให้ครอบคลุม 3 ช่วงเวลา ทั้งก่อนเข้าสู่วิชาชีพ ระหว่างอยู่ในวิชาชีพ และระยะมั่นคงเชิงวิชาชีพ พบว่าแนวคิดในการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพแต่ละแนวคิดมีการแบ่งช่วงเวลาของการอธิบายกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพที่แตกต่างกันสรุปได้ดังนี้ ช่วงก่อนเข้าสู่วิชาชีพมีแนวคิดการถ่ายทอดทางสังคมของ Katz & Kahn (1978) และ Champoux (2000) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาในบริบทของการถ่ายทอดในช่วงที่บุคคลเลือกเข้าสู่อาชีพและเข้าทำงานในอาชีพแต่ยังขาดการอธิบายปรากฏการณ์การถ่ายทอดในช่วงชีวิตวัยเด็กของบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกอาชีพในอนาคต ผู้วิจัยจึงศึกษาเพิ่มเติมใน แนวคิดการประกอบอาชีพของ Super (1975) ที่สามารถอธิบายเงื่อนไขในการเลือกอาชีพของบุคคลซึ่งมีผลมาตั้งแต่การถ่ายทอดในช่วงวัยเด็กจนกระทั่งช่วงแห่งการต้องการดำรงอยู่ในวิชาชีพ และในการทำความเข้าใจกับช่วงของความมั่นคงเชิงวิชาชีพนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดของแนวคิดของ Deaux & Wrightman (1988) และ Garavan & Morley (1997) ที่อธิบายถึงการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพที่บุคคลสามารถทำงานจนเกิดความมั่นคงเชิงวิชาชีพที่บุคคลจะพยายามดำรงรักษาวิชาชีพของตนเองไว้

ในกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ ประกอบไปด้วยประเด็นในการถ่ายทอด 3 ประเด็น คือ ตัวแทน (Agent) เนื้อหา (Content) และกลวิธี (Tactic) การถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ มีตัวแทนผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพสู่บุคคล ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่สำคัญ ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถานศึกษา กลุ่มเพื่อน สื่อมวลชน และสถานที่ทำงานหรือกลุ่มอาชีพ และตัวแทนในแต่ละ

ละกลุ่มมีเนื้อหาในการถ่ายทอดที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เป็นชุดความรู้ของนักออกแบบอาชีพที่ใช้ประกอบวิชาชีพได้ ซึ่งในแต่ละเนื้อหาจะมีกลวิธีในการถ่ายทอดที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกันออกไปด้วย

แนวคิดทฤษฎีทางจิตวิทยา

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทบทวนแนวคิดทางจิตวิทยาได้แก่ 1) ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนของ Bandura (1975) มีแนวคิดว่านอกจากสภาพแวดล้อมมีส่วนในการถ่ายทอดให้เกิดพฤติกรรมแล้ว บุคคลยังสามารถตัดสินใจแสดงพฤติกรรมจากเงื่อนไขภายในตัวบุคคลมาช่วยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขของการตัดสินใจเลือกทำงานในวิชาชีพรวมถึงการประสบความสำเร็จในวิชาชีพ 2) ทฤษฎีเอกลักษณ์บุคคลของ Stryker (1991) อธิบายถึงเงื่อนไขของการเกิดเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลที่มาจากความผูกพันต่อบทบาท กล่าวคือบุคคลจะกระทำตามบทบาทที่คาดหวังจากกลุ่มสังคมที่อาศัยอยู่จนการกระทำนั้นเกิดเป็นความผูกพันและกลายเป็นลักษณะเด่นของบุคคลนั้น และ 3) ทฤษฎีพหุปัญญาของ Howard Gardner (2006) กล่าวถึงเขาวัวปัญญาของบุคคล 9 ด้านที่เป็นผลต่อเอกลักษณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลมาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ลักษณะของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพและนำมาประยุกต์ใช้ในการมองปรากฏการณ์เกี่ยวกับลักษณะและเงื่อนไขของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพนักออกแบบฯ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) โดยเลือกกรณีศึกษาแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนด โดยแบ่งกรณีศึกษาเป็น 3 กลุ่มได้แก่นักออกแบบฯมืออาชีพ จำนวน 9 ท่าน นักออกแบบฯ จำนวน 4 ท่าน

และผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษา เศรษฐกิจทั้งภาครัฐ และเอกชน จำนวน 5 ท่าน ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกนักออกแบบฯมีอาชีพ ได้แก่ต้องเคยได้รับรางวัลเกี่ยวกับการออกแบบฯจากภาครัฐหรือเอกชน โดยต้องเป็นรางวัลในโครงการระดับชาติหรือนานาชาติเท่านั้น ต้องเคยเป็นตัวแทนในการถ่ายทอดเกี่ยวกับวิชาชีพนักออกแบบฯในระบบการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องทำงานในวิชาชีพนี้ไม่ต่ำกว่า 10 ปีและสำเร็จการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบฯโดยตรง รวมถึงปัจจุบันยังทำงานอยู่ในวิชาชีพนี้ และเกณฑ์ในการเลือกนักออกแบบฯกลุ่มที่ 2 คือ ต้องทำงานในวิชาชีพนี้ไม่เกิน 2 ปี และสำเร็จการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบฯโดยตรง รวมถึงปัจจุบันยังทำงานอยู่ในวิชาชีพนี้ โดยการแบ่งนักออกแบบฯออกเป็น 2 กลุ่มนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลในกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพในทุกช่วง เนื่องจากนักออกแบบฯมีอาชีพนั้นทำงานมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานอาจทำให้ข้อมูลในช่วงก่อนเข้าสู่วิชาชีพไม่ครบถ้วนกับบริบทของสถานการณ์สังคมปัจจุบันซึ่งจะใช้ข้อมูลจากกรณีศึกษากลุ่มแรกเป็นหลัก และใช้ข้อมูลจากกลุ่มที่สองเป็นส่วนประกอบ และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล ส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้มาอ่านและจับประเด็นที่สำคัญและลงรหัสข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive Coding) ที่ไม่มีการตั้งรหัสไว้ล่วงหน้าแต่จะทำการลงรหัสเมื่อพบประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลและหาความหมาย จนสามารถนำมาอธิบายเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการศึกษาและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาและการอภิปรายผลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ เอกลักษณะเชิงวิชาชีพ และแนวทางในการพัฒนานักออกแบบฯเพื่อรองรับประชาคมฯ ดังนี้

1. กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีอาชีพ

กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพของนักออกแบบฯแบ่งได้ออกเป็น 3 ช่วงคือ ช่วงก่อนเข้าสู่วิชาชีพ ระหว่างอยู่ในวิชาชีพ และ ระยะมั่นคงทางวิชาชีพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ช่วงก่อนเข้าสู่วิชาชีพ

ช่วงนี้เป็นช่วงของการถ่ายทอดที่นักออกแบบฯได้รับจากตัวแทนในกลุ่มต่างๆเพื่อให้ตนเองสามารถก้าวเข้าสู่การทำงานในสายวิชาชีพนี้ได้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าในช่วงชีวิตวัยเด็กกับครอบครัว และชีวิตในวัยการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาจนถึงในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นของนักออกแบบฯนั้นมีส่วนในการบ่มเพาะให้นักออกแบบฯมีความชอบ ความสนใจและมีพื้นฐานทางด้านทักษะความสามารถที่เหมาะสมสำหรับงานด้านการออกแบบฯ เช่น การได้ร่วมอยู่ในบริบทของครอบครัวที่มีฐานการคิดและการกระทำที่สอดคล้องกับการออกแบบฯ เช่นกิจกรรมในบริบททางอาชีพ หรือกิจกรรมที่ชื่นชอบของครอบครัว

“พ่อเป็นคนซ่อมของทุกอย่าง แล้วแกก็ต่อลำโพงขายเอง พ่อเคยทำลำโพงขายเองต้องตัดตู้ไม้และกรูช่างในตอนนั้นผมจะได้เห็นบรรยากาศแบบนั้นทุกวัน” (พีไผ่)

“บ้านเค้าก็เป็นคนออกแบบเองสร้างเอง ชอบคิด เฟอร์นิเจอร์ในบ้านก็ออกแบบเองทำเอง” (พีโพน)

ชีวิตของนักออกแบบฯในวัยเด็กนั้น การร่วมกิจกรรมกับบุคคลในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนในสายวิชาชีพนี้สามารถนำมาอภิปรายเทียบเคียงกับแนวคิดของซูเปอร์ (Super, 1975) ในช่วงช่วงระยะเจริญเติบโต (Growth Stage) ที่เด็กตั้งแต่เกิดถึง 14 ปี จะพัฒนาอัตมโนทัศน์ด้วยการเลียนแบบจากบุคคลสำคัญในครอบครัว ซึ่งเป็นพื้นฐานในความสนใจในอาชีพในระยะต่อไปข้อค้นพบที่ปรากฏจากงานวิจัยนี้ มีความแตกต่างกับแนวคิดนี้ที่นักออกแบบฯยังได้รับการสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานด้านการออกแบบจากกลุ่มสื่อมวลชน เช่น หนังสือการ์ตูน หนังสือสอนการประดิษฐ์ และรายการทางโทรทัศน์ เป็นต้นนอกจากนี้กิจกรรมในวัยเด็กที่นักออกแบบฯชื่นชอบนั้นก็เป็กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานของความชอบด้านการออกแบบฯ เช่น กิจกรรมการวาดรูป กิจกรรมการประดิษฐ์ ทั้งของเล่นเอาไว้เล่นเอง รวมถึงการดัดแปลงของเล่นที่มีอยู่ให้ตรงตามความต้องการมากขึ้น

“วาดรูปก็วาดแบบพวกการ์ตูนอะไรแบบเนี่ย Saint Seiya, Dragon Ball จริงๆก็วาดหมดแหละ การ์ตูนญี่ปุ่นถือว่าม้ออิทธิพลมาก” (พีปาน)

“เวลาผมต่อ LEGO เนี่ยผมไม่ได้ทำตาม instruction ผมจะต่อเป็นเครื่องบิน เป็นเครื่องบินอะไรก็ได้ตามใจผมเลย” (พีปอ)

อีกทั้งวิชาที่ชื่นชอบก็เป็นวิชา ศิลปะ ที่มีทั้งการวาดรูปและงานประดิษฐ์ และวิชาวิทยาศาสตร์ที่นักออกแบบฯชอบที่ได้ทำการทดลองในวิชานี้

“เราทำงานศิลปะได้ดี สามารถอยู่กับมันได้นานๆ ไม่ใช่แค่วิชาศิลปะนะผมวาดรูปเล่นตลอดเวลา

ฮ่าๆ ในเวลาเรียนก็วาดนะครูสอนไปผมก็วาด นี่ถ้าไปดูสมุดผมก็จะมีแต่รูปการ์ตูนเต็มไปหมด” (พีโพน)

“วิทยาศาสตร์ ผมว่ามันสนุกอะ ตอนที่ทดลองเวลาที่ได้เห็นมันใส่หลอดทดลอง แล้วแบบว่ามีบูบป่าบ ได้มีอะไรที่มันพุ่งขึ้นมา คือได้มีอะไรที่ทำแล้วมันแบบเห็นอะ ว่ามันเกิดอะไรขึ้น” (พีปอ)

ซึ่งเมื่อนำปรากฏการณ์ความสนใจ ความชอบและความสามารถในการกิจกรรมและวิชาเรียน เช่น การวาดรูป การประดิษฐ์ของนักออกแบบฯ ในช่วงนี้สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดของ Super (1975) ที่กล่าวว่าเด็กในช่วงอายุ 11-14 ปี จะมีความสนใจในอาชีพมากขึ้นและมีพื้นฐานในความสนใจและการพิจารณาเกี่ยวกับอาชีพจากความพึงพอใจในกิจกรรมที่ทำและความสามารถของตนเองเมื่อนักออกแบบฯเข้าสู่การเรียนในช่วงมัธยมตอนปลาย ช่วงนี้เป็นช่วงที่เด็กไทยที่เรียนในสายสามัญต้องเริ่มมีการพิจารณาเลือกเรียนในสายวิชาชีพที่ตนเองสนใจเพื่อเตรียมตัวสอบเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ซึ่งนักออกแบบฯส่วนใหญ่ในช่วงแรกนั้นไม่มีความรู้เกี่ยวกับสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเลย จึงมีความสนใจเลือกเรียนในสาขาสถาปัตยกรรมก่อน เนื่องจากเป็นสาขาที่สอดคล้องกับความชอบวาดรูปอีกทั้งเป็นวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับของสังคมทั้งรายได้และภาพลักษณ์ที่ดี ต่างจากการทำงานศิลปะแบบศิลปินที่ไม่ได้รับการยอมรับ รวมถึงความชอบในการใช้ชีวิตในการเรียนในสาขานี้

“เรียนเป็นศิลปินเป็น art ไปเลยมันหากินยาก สมัยก่อนคำว่าศิลปินไส้แห้งมันเป็นคำเรียกติดปากสุดท้ายลงตัวก็คือสถาปัตย์เพราะเป็นอาชีพที่มีตั้งค์มีหน้ามีตา แล้วก็เป็วิชาทางศิลปะด้วย” (พีโพน)

“ตอนนั้นมีละครด้วย เคหาสน์ดาว พี่แห่งคักดีลิทธี ดูแล้วรู้สึกว้าอาชีพนี้แม่งโคตรเท่หะเลย ซึ่ง

ทำให้มีเพื่อนรอบๆข้างจากเดิมที่เคยบอกว่าไม่ชอบเรียนสถาปัตย์อยากเรียนอีกเยอะเลยนะ” (พีบูน)

การตัดสินใจเลือกสาขาที่เรียนนั้นสามารถเทียบเคียงกับแนวคิดการของ Garavan & Morley (1997) ในชั้นการถ่ายทอดทางสังคมล่วงหน้า (Anticipatory Socialization) เป็นขั้นที่เกิดก่อนที่บุคคลเข้าทำงาน โดยที่บุคคลจะได้รับประสบการณ์ข้อมูล เกี่ยวกับลักษณะงาน จนเกิดความผูกพันทางใจ (Initial Psychology Contract) จนเกิดความคาดหวังในการทำงานในอนาคต เช่น ค่าจ้าง โอกาสความก้าวหน้า เมื่อนักออกแบบฯมีความสนใจเรียนด้านสถาปัตยกรรมแล้วนักออกแบบฯได้เริ่มศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับสาขานี้เพิ่มมากขึ้นและพบว่ามีสาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอยู่ด้วย และเมื่อเทียบกับความชอบและศักยภาพของตนเองแล้วนั้นเหมาะสมกับตนเองมากกว่า ทั้งจากการได้เห็นรูปแบบงาน ได้ทดลองทำงานด้านนี้ และได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น เป็นต้นซึ่งการเลือกเรียนด้านออกแบบฯนั้นเป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ว่านักออกแบบฯไม่ได้สนใจเกี่ยวกับ ค่าจ้าง หรือโอกาสความก้าวหน้าเท่านั้น แต่กลับเลือกเรียนในวิชาชีพที่ตนเองชอบและเหมาะสมกับตนเองมากกว่า

“ได้ไปดูงานแสดงผลงานของพวก product design มันจัดในห้าง มันทำให้เรารู้สึกว่าเนี่ยอาจจะเป็นสิ่งที่เราโอเคเลย ไข่เลย เอาอันนี้แหละ คงได้ใช้ทักษะที่เราชอบ” (พีปาน)

“มีพี่วิศววะมาพูด เค้าบอกว่า มีภาควิชาหนึ่งน่าสนใจมากเลยพี่เห็นเค้าทำพวกมอไซค์ หมวกกันน็อก ฟังดูแล้วเออน่าสนใจดี ตอนเด็กๆก็รู้สึกตัวเองชอบทำอะไรด้วยมือ ID เป็นภาคที่น่าสน” (พีบูน)

นอกจากการเลือกเรียนในสาขานี้ด้วยการเริ่มจากความสนใจด้านสถาปัตยกรรมก่อนยังมีนักออกแบบฯบางท่านที่ตั้งใจเรียนในสาขานี้ตั้งแต่

เริ่มแรก เนื่องจากบิดาทำงานในวิชาชีพนี้จึงอยากให้ลูกเรียนบ้าง และนักออกแบบฯบางท่านที่เข้ามาเรียนด้วยความไม่ตั้งใจ

“พอขึ้น ม.4 พ่อก็เริ่มแบบอยากให้มาสอบเข้ามาเรียนทางนี้ เค้าอยากให้เรียน ID แต่ตอนแรกเราก็แบบไม่อยากเรียน ID จบมาแล้วก็ต้องมาช่วยเค้ามันเหนื่อยซีก็เลยจทำอะไรเลย” (เอ็ม)

“ตอนเลือกสถาปัตย์ก็คิดว่าถ้าปิดธรรมดาเกินไปไม่มันส์ ก็เลยมาดูอันนี้เฮ้ย Industrial Design มันต้องแนวสร้างบ้านอุตสาหกรรมแน่เลย ฮ่าๆๆ พอมาถึงมันอะไร” (พีติน)

หลังจากนักออกแบบฯได้เลือกเข้ามาเรียนสาขานี้ในระดับอุดมศึกษานักออกแบบฯได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาที่สำคัญต่อการทำงานในสายวิชาชีพในอนาคตจากตัวแทนที่สำคัญ 5 กลุ่มคือ อาจารย์ในหลักสูตรการศึกษา รุ่นพี่ในสถาบันการศึกษา เพื่อนในสถาบันการศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชน และกลุ่มสื่อมวลชน โดยกลุ่มที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ อาจารย์ในหลักสูตรการศึกษา และรุ่นพี่ในสถาบันการศึกษา เมื่อเทียบเคียงผลกับการศึกษาของอาชีพอื่น เช่น การศึกษาของ สมศักดิ์ สีตาคกุลฤทธิ์ (2545) พบว่าผู้สอนในโรงเรียนมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของครูแนะแนว และการศึกษาของสมพล มาสุปริตี้ (2548) ที่พบว่าตัวตลกได้รับการถ่ายทอดจากเพื่อน และสื่อมวลชน เช่น หนังสือต่างประเทศ แต่สำหรับตัวแทนรุ่นพี่ในสถาบันการศึกษาและสถาบันการศึกษาเอกชนไม่พบว่ามิพบบทบาทเป็นตัวแทนในการถ่ายทอดที่สำคัญของอาชีพอื่นเหมือนกระบวนการถ่ายทอดของนักออกแบบฯเนื้อหาในการถ่ายทอดที่นักออกแบบฯได้รับในช่วงนี้เมื่อเทียบเคียงกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) พบว่าส่วนใหญ่เนื้อหาที่นักออกแบบฯได้รับเป็นเนื้อหาด้านความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ได้แก่ วิชาพื้นฐานที่เน้น

การปฏิบัติ วิชาพื้นฐานเชิงทฤษฎี หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ทักษะในการทำงาน และแนวคิดในการออกแบบ อีกทั้งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสถานศึกษาที่นักออกแบบฯได้รับการถ่ายทอดคือ การวางแผนการเรียนในอนาคต ที่ช่วยให้รู้ถึงบริบทของวิชาที่ต้องเรียน นิสัยของอาจารย์ที่ต้องพบ เทคนิคการเอาตัวรอดต่างๆ เป็นต้นซึ่งเนื้อหาทั้งหมดถูกถ่ายทอดผ่านกลวิธีมากมาย โดยเมื่อเทียบกับแนวคิดกลวิธีในการถ่ายทอดของ Van Mannen & Schein (1979) พบว่ากลวิธีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการจากอาจารย์และรุ่นพี่ เช่น การสั่งงานและให้ทำตามคำพิง การให้นักออกแบบฯช่วยทำงาน การช่วยงานนักออกแบบฯ โดยมีการถ่ายทอดแบบเป็นทางการจากอาจารย์ คือ การบรรยายและจดจำ และมีการถ่ายทอดทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคลจากอาจารย์ ในช่วงของการสอนทั้งในห้องเรียนและการให้คำปรึกษานอกห้องเรียน และกลวิธีในการถ่ายทอดที่สำคัญอีกรูปแบบหนึ่งคือการถ่ายทอดแบบมีตัวแบบ เช่น แสดงตัวอย่างพร้อมการแนะนำ ให้เห็นโลกของการทำงานจริง จากอาจารย์ และ การให้นักออกแบบฯช่วยทำงาน การช่วยงานนักออกแบบฯ ที่เป็นการแสดงตัวอย่างของการทำงานให้นักออกแบบฯได้เห็นและจดจำและทำตาม โดยมีกลวิธีหนึ่งที่พบว่าเป็นข้อค้นพบที่ปรากฏขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้คือ กลวิธีการแสดงบทบาทของลูกค้ำ คือ การที่อาจารย์สวมบทบาทของลูกค้ำที่นักออกแบบฯจะต้องพบในอนาคตและให้นักออกแบบฯได้ลองทำงานร่วมกันกับลูกค้ำซึ่งนักออกแบบฯจะไม่มีโอกาสได้ฝึกเลยก่อนเข้าสู่การทำงานจริง

นอกจากนี้ในช่วงก่อนเข้าสู่วิชาชีพนั้น พบว่ามีช่วงของการถ่ายทอดอีกช่วงหนึ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับนักออกแบบฯคือช่วงเสมือน

จริงของวิชาชีพซึ่งเป็นช่วงที่นักออกแบบฯได้ลองทำงานจริงในสายวิชาชีพทั้งจากการฝึกงานในหลักสูตรการศึกษาและการทำงานอดิเรกเพื่อสร้างรายได้

“ฝึกกับรุ่นพี่มหาลัย ก็สนุกดีตอนนั้นมีแผนก R&D พี่ๆก็สอนเรา ทำนู่นทำนี่” (พี่ไผ่)

“ก็มีรับงานจากอาจารย์เป็นงานที่ได้ดีไซน์เล่นนะ พวกเครื่องเล่นในสนามเด็กเล่น” (พี่ป้อ)

ในช่วงนี้พบว่า ตัวแทนในการถ่ายทอดที่สำคัญประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ รุ่นพี่ในที่ทำงาน ที่ได้ทำงานร่วมกัน เป็นตัวแทนที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่านักออกแบบฯ เพื่อนร่วมงาน คือ เพื่อนที่ได้ฝึกงานในหน่วยงานเดียวกันจากต่างสถาบันการศึกษา และ ลูกค้ำ คือผู้ว่าจ้างงานทั้งจ้างตรงต่อนักออกแบบฯและจ้างงานผ่านหน่วยงานที่นักออกแบบฯทำงานด้วย ซึ่งตัวแทนรุ่นพี่ในที่ทำงานและเพื่อนร่วมงานในช่วงนี้สามารถเทียบเคียงได้กับผลการวิจัยของ สมพล มาสุปรีดี (2548) ที่พบว่าตัวตลกได้รับการฝึกฝนทักษะจากเพื่อนร่วมงานทั้งที่เป็นรุ่นพี่และเพื่อน และพบว่าลูกค้ำนั้นเป็นข้อค้นพบที่ปรากฏในงานวิจัยนี้ว่าเป็นตัวแทนในการถ่ายทอดที่แตกต่างจากวิชาชีพอื่นและเนื้อหาที่สำคัญที่นักออกแบบฯได้รับการถ่ายทอดในช่วงนี้เมื่อเทียบกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) พบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ยังเป็นเนื้อหาด้านความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานไม่ต่างจากการเรียนในระดับอุดมศึกษา เช่นกระบวนการทำงานออกแบบฯ ความเป็นไปได้จริงของงานออกแบบฯ ทักษะในการทำงาน การนำเสนองานต่อลูกค้ำ และกลไกการตลาด โดยพบว่าเนื้อหาที่นักออกแบบฯได้รับในช่วงนี้มีบางเนื้อหาที่เป็นข้อค้นพบและมีความแตกต่างกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) คือ ความรับผิดชอบต่องาน ที่นักออกแบบฯได้รับการถ่ายทอดความรับผิดชอบใน

การบริหารจัดการงานให้เสร็จตามเป้าหมายและเวลาที่กำหนด รวมถึงเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะการใช้ชีวิตของนักออกแบบฯ ที่นักออกแบบฯ ได้เรียนรู้จากรุ่นพี่ในที่ทำงานว่าตนเองเหมาะกับการทำงานรูปแบบนี้หรือไม่ เนื้อหาเหล่านี้ถูกถ่ายทอดผ่านกลวิธีหลายรูปแบบ พบว่าทุกกลวิธีสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดกลวิธีในการถ่ายทอดของ Van Mannen & Schein (1979) ซึ่งกลวิธีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการทั้งจากรุ่นพี่ในที่ทำงาน และเพื่อนร่วมงาน ได้แก่การปล่อยให้ให้นักออกแบบฯ ได้พบอุปสรรคเอง และการวิจารณ์งาน และกลวิธีแบบเป็นทางการคือ การตั้งใจสอนโดยตรงจากตัวแทนรุ่นพี่ในที่ทำงาน การสอนโดยตรงและการวิจารณ์งานยังสามารถเทียบเคียงได้กับการถ่ายทอดแบบกลุ่มและรายบุคคลในแนวคิดนี้ รวมถึงอีกกลวิธีที่สำคัญต่อนักออกแบบฯ คือการเห็นตัวอย่างของการทำงานจากรุ่นพี่ เพื่อน และลูกค้า และนำมาฝึกฝนจนมีทักษะที่พัฒนาขึ้นและกลวิธีนี้สามารถเทียบเคียงได้กับการถ่ายทอดแบบมีตัวแบบในแนวคิดนี้

1.2 ช่วงระหว่างอยู่ในวิชาชีพ

ในช่วงนี้เป็นช่วงที่นักออกแบบฯ ได้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษา และเข้าสู่สังคมของการทำงานอย่างแท้จริง และพบว่าทักษะที่ได้มาจากการถ่ายทอดในช่วงที่ผ่านมายังไม่เพียงพอสำหรับการทำงานได้อย่างสมบูรณ์ จึงจำเป็นที่นักออกแบบฯ ต้องได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาเพิ่มเพื่อประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตและการทำงาน ในช่วงระหว่างอยู่ในวิชาชีพพบว่าสามารถแบ่งเรื่องราวได้ 2 ช่วง คือ ช่วงเริ่มเข้าสู่การทำงานในวิชาชีพ และ ช่วงการทำงานในระหว่างวิชาชีพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ช่วงเริ่มเข้าสู่การทำงานในวิชาชีพ เป็นช่วงที่นักออกแบบฯ เริ่มทำงานอย่างเป็นทางการ และเป็น

ช่วงเวลาของการทดลองงาน ถ้านักออกแบบฯ ไม่สามารถผ่านการพิสูจน์งานในช่วงเวลานี้ได้ก็ไม่สามารถร่วมงานกับหน่วยงานเหล่านั้นได้ นักออกแบบฯ จึงต้องได้รับการถ่ายทอดเพื่อให้สามารถทำงานได้ตามความคาดหวังและการยอมรับของหน่วยงานตัวแทนที่สำคัญในช่วงช่วงระหว่างอยู่ในวิชาชีพมีทั้งหมด 3 กลุ่ม ตัวแทนที่มีความสำคัญมากที่สุดในช่วงเวลานี้คือ เพื่อนร่วมงาน ที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานเดียวกัน ทั้งเป็นรุ่นพี่ที่มีอายุมากกว่าหรือใกล้เคียงกับนักออกแบบฯ รวมถึงผู้บังคับบัญชา ซึ่งสามารถเทียบเคียงกับกับผลการศึกษาของ วิริตี ปานศิลา (2542) ที่พบว่า เพื่อนร่วมงานในวงจรรสธารณสุขด้วยกันมีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน รวมถึงหัวหน้างานมีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดงาน Ostroff & Kozlowski (1992) โดยกลุ่มตัวแทนที่สองคือ พี่เลี้ยง เป็นผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่คอยดูแลและถ่ายทอดเนื้อหาให้กับนักออกแบบฯ เทียบเคียงกับแนวคิดของ Deaux & Wrightman (1988) ในขั้นบรรจุเข้าทำงาน (Entry) ที่เป็นช่วงก่อนการเป็นสมาชิกที่องค์กรจะมีการอบรมถ่ายทอดแบบเป็นทางการและมีพี่เลี้ยงคอยดูแลชี้แจงระเบียบ นโยบายสวัสดิการต่างๆ ฯลฯ แต่พบว่ามีเพียงนักออกแบบฯ บางท่านที่ได้ทำงานอยู่ในองค์กรขนาดใหญ่จึงได้มีตัวแทนเป็นพี่เลี้ยงที่มีการจัดเตรียมอย่างชัดเจน แต่องค์กรออกแบบฯ ในไทยส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็ก ตัวแทนจึงอยู่ในสถานภาพของเพื่อนร่วมงานมากกว่า โดยตัวแทนที่เป็นข้อค้นพบที่ปรากฏจากการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ผลิตที่เป็นตัวแทนภายนอกองค์กรที่นักออกแบบฯ ทำงานร่วมกันเพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์สามารถสำเร็จในการผลิตเชิงอุตสาหกรรมได้ และคอยถ่ายทอดความรู้ด้านระบบอุตสาหกรรมบางอย่างที่นักออกแบบฯ ไม่เคยได้เรียนจากในรั้ว

การศึกษา รวมถึงไม่สามารถหาได้จากเพื่อนร่วมงาน ในหน่วยงานของตนเองได้ เนื้อหาการถ่ายทอดในช่วงนี้เมื่อเทียบกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) พบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ยังเป็นความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานได้แก่ ทักษะในการทำงาน แนวคิดในการออกแบบ กระบวนการทำงาน ที่แม้จะเคยได้รับการถ่ายทอดมาบ้างแล้วแต่หน่วยงานก็มีกระบวนการออกแบบๆ ของตนเองที่แตกต่างกันออกไป ความเป็นไปได้จริงของงานออกแบบๆ รวมถึงการบริหารจัดการ ที่เป็นวิธีการดูแลงานให้สามารถดำเนินไปอย่างมีระเบียบราบรื่น และในช่วงนี้พบว่ามีเนื้อหาที่เทียบเคียงกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) คือ การเมืองในองค์กร และ วัฒนธรรมในองค์กร ที่นักออกแบบๆ ได้รับการถ่ายทอดจากพี่เลี้ยงและรุ่นพี่ในที่ทำงานให้เข้าใจถึงการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นและรูปแบบวิธีการปฏิบัติในหน่วยงานที่ทำงานอยู่ได้รับการถ่ายทอดด้วยกลวิธีที่คล้ายกับช่วงเสมือนจริงของวิชาชีพเนื่องจากเป็นการถ่ายทอดโดยใช้การทำงานจริงเป็นสื่อกลางซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดกลวิธีในการถ่ายทอดของ Van Mannen & Schein (1979) ที่กลวิธีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดแบบไม่เป็นการจากเพื่อนร่วมงาน ได้แก่ การปล่อยให้พนักงานออกแบบๆ ได้พบอุปสรรคจากการทำงาน และการวิจารณ์งาน ที่เพื่อนร่วมงานที่มีประสบการณ์มากกว่าจะคอยให้คำแนะนำ รวมถึงกลวิธีแบบเป็นทางการ คือ การสอนโดยตรงจากพี่เลี้ยงและเพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดแบบกลุ่มและรายบุคคล ทั้งการวิจารณ์งานและการสอนโดยตรงและการถ่ายทอดแบบมีตัวแบบที่นักออกแบบๆ ได้เห็นตัวอย่างของการทำงานจากรุ่นพี่ เพื่อน และลูกค้า และนำมาฝึกฝนจนมีทักษะที่พัฒนาขึ้นและกลวิธีนี้สามารถเทียบเคียงได้กับการถ่ายทอดแบบมีตัวแบบในแนวคิดนี้

เมื่อนักออกแบบๆสามารถผ่านการทดสอบงานในขั้นแรกได้จะได้รับการบรรจุเข้าทำงานในหน่วยงานอย่างและทำงานในวิชาชีพอย่างเต็มรูปแบบในช่วงการทำงานในระหว่างวิชาชีพ ในขั้นนี้พบว่ามีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดที่สำคัญในช่วงการทำงานในระหว่างวิชาชีพทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน กลุ่มสื่อมวลชน เช่น หนังสือ งานสัมมนา นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งสามารถเทียบเคียงกับผลการวิจัยของ สมศักดิ์ สีตากลุฑฤทธิ์ (2545) ที่พบว่าเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานรวมถึงสื่อมวลชนเป็นตัวแทนการถ่ายทอดของวิชาชีพครู และพบว่ามีตัวแทนที่เป็นข้อค้นพบที่ปรากฏขึ้นในการวิจัยครั้งนี้ อีก 3 กลุ่ม ได้แก่ เพื่อนนักออกแบบๆ หมายถึงเพื่อนที่ทำงานด้านออกแบบๆเหมือนกันแต่ไม่ได้ทำงานอยู่ที่เดียวกัน นักออกแบบๆรุ่นใหม่ ที่เป็นนักออกแบบๆรุ่นน้องที่เริ่มเข้ามาทำงาน หรือเด็กฝึกงาน รวมถึงเด็กที่กำลังเรียนอยู่ในสายวิชาชีพนี้ และองค์กรธุรกิจออกแบบๆ ประกอบธุรกิจเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นักออกแบบๆได้รับการถ่ายทอดจากตัวแทนกลุ่มนี้ผ่านผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาด ที่ช่วยถ่ายทอดองค์ความรู้ในการออกแบบๆผ่านตัวผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด เนื้อหาการถ่ายทอดในช่วงนี้เมื่อเทียบกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) พบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ยังเป็นความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานไม่ต่างจากช่วงก่อนหน้า เช่น ทักษะในการทำงาน แนวคิดในการออกแบบ แต่พบว่าความเชี่ยวชาญในช่วงนี้เป็นเนื้อหาที่กว้างมากกว่าการฝึกฝนความเชี่ยวชาญที่เน้นเพื่อการออกแบบๆ ได้แก่ ความรู้ในศาสตร์อื่น เช่น การตลาด วิศวกรรม การบริหารองค์กรออกแบบๆ และแนวโน้มของสังคมที่เปลี่ยนไปเพื่อเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคในยุคของสังคมที่เป็นพลวัต และยังพบข้อค้นพบที่ปรากฏจากการวิจัยครั้งนี้ว่ามีการถ่ายทอด

เนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในการทำงาน ที่นักออกแบบฯได้เรียนรู้จากรุ่นพี่ในที่ทำงานและเพื่อนนักออกแบบฯว่าการใช้ชีวิตเป็นนักออกแบบฯรูปแบบไหนที่เหมาะสมกับตนซึ่งมีความแตกต่างกับแนวคิดของ Chao et al. (1994) ที่ไม่ได้กล่าวถึงเนื้อหาส่วนนี้และพบว่ากลวิธีในการถ่ายทอดในช่วงเวลานี้สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดกลวิธีในการถ่ายทอดของ Van Mannen & Schein (1979) ที่กลวิธีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการและการถ่ายทอดแบบมีตัวแบบจากกลุ่มตัวแทนทั้งหมด ได้แก่ การเรียนรู้ผ่านการทำงานของผู้อื่นและการแลกเปลี่ยนความคิดร่วมกันในการทำงานเป็นทีม โดยมีข้อค้นพบที่ปรากฏขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้ที่มีความแตกต่างกับแนวคิดว่านักออกแบบฯได้รับการถ่ายทอดจากประสบการณ์ที่พบเจอด้วยตนเองจากการลองผิดลองถูกโดยไม่มีตัวแทนใดถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารองค์กรออกแบบฯได้เนื่องจากในยุคสมัยนั้นยังไม่มีตัวแบบฯขององค์กรออกแบบฯที่ประสบความสำเร็จมากนัก

1.3 ช่วงมั่นคงเชิงวิชาชีพ

จากการศึกษาพบว่าเงื่อนไขของความมั่นคงเชิงวิชาชีพนั้นเกิดจากเงื่อนไข 2 ด้านคือ เงื่อนไขจากตัวบุคคล และเงื่อนไขจากสิ่งแวดล้อม เงื่อนไขจากตัวบุคคล เกิดจากความรู้สึกความเชื่อในจิตใจที่ประกอบไปด้วย 3 เงื่อนไข ได้แก่ ความรักในการออกแบบฯชอบความท้าทายกับงานรูปแบบใหม่ที่ต้องพบเจอเสมอ และ มั่นใจในความสามารถของตนว่ามีศักยภาพเพียงพอกับการทำงานทุกรูปแบบในสายวิชาชีพนี้

“ตรงนี้นั้นเป็นความชอบ เป้าหมายไม่ใช่ว่าทำอะไรแล้วรวยสุด สมมติบริษัทระดับบิลเกต ผมก็ยังจะอยู่ในแผนก Design อยู่ดี” (พี่ปาน)

“ได้เจองานใหม่ๆเราก็ได้ลองสิ่งใหม่ๆ การทำงาน R&D คือการลองผิดลองถูก เราได้ทดสอบความสามารถอยู่ตลอด” (พี่ปอ)

ส่วนเงื่อนไขจากสภาพแวดล้อม ที่เกิดขึ้นจากบริบทรอบตัวนักออกแบบฯ ที่ประกอบด้วย 5 เงื่อนไข ได้แก่ การ ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ แวดวงวิชาชีพ ผู้ว่าจ้าง และครอบครัว รวมถึงผลงานตอบสนองความเป็นพลวัตของสังคมเกิดจากสังคมในระดับมหภาคที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องได้รับการออกแบบฯใหม่อยู่เสมอ

“ผมภูมิใจผมมองไป ตัวนั้นผมทำเป็น design แล้วคนใช้ชอบ เป็นความสำเร็จที่ภูมิใจ” (พี่ดิน)

“ลูกค้า Happy คือเขารวยเราก็รวยด้วย เดี่ยวเขาคิดทำอะไรเพิ่มเค้าก็จ้างเราอีก” (พี่ปอ)

“ตราบดีที่โลกมันยังมีการแข่งขัน โลกขาดเราไม่ได้เพราะต่างอยากรู้อยากเห็นมากกว่าคนอื่น” (พี่แก้ว)

เงื่อนไขของความมั่นคงของนักออกแบบฯสามารถเทียบเคียงได้จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมในเรื่อง การรับรู้ความสามารถของตน ของ Bandura (1975) ที่กล่าวถึงผลสำเร็จในการกระทำของบุคคลเกิดจากความคาดหวังในความสามารถของตนเอง (Efficacy Expectation) กับความคาดหวังในผลลัพธ์ของการกระทำ (Outcome Expectation) กล่าวคือความสำเร็จของการกระทำเกิดจากบุคคลรับรู้ว่าคุณมีความสามารถพอที่จะทำสิ่งที่ต้องการได้ และต้องประกอบกับการรับรู้ว่าการกระทำนั้นต้องได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้ ซึ่งนักออกแบบฯรับรู้ว่าคุณรักวิชาชีพนี้ ชอบทำงานที่ท้าทาย และสามารถทำงานได้ทุกรูปแบบ และเชื่อว่างานของตนเองได้รับการยอมรับ และชื่นชมยอมรับจากสังคม เงื่อนไขเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความมั่นคงเชิงวิชาชีพในที่สุด

และในช่วงนี้ยังพบผลของการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ ที่เกิดขึ้น 2 ส่วนคือ เกิดความเป็นมืออาชีพ ซึ่งพบว่าการเป็นมืออาชีพประกอบด้วยเงื่อนไขทั้งหมด 9 เงื่อนไข ได้แก่ รักและศรัทธาในวิชาชีพของตนยึดความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักมีทักษะในการทำงานเป็นเลิศรับผิดชอบต่อผู้ว่าจ้าง ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทำงานได้ทุกรูปแบบ ทำงานด้วยความสร้างสรรค์ รอบรู้หลายศาสตร์ และมีจรรยาบรรณในการออกแบบและผลส่วนที่สองที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ คือ ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ ที่นักออกแบบฯต้องการทำงานในวิชาชีพนี้จนถึงปัจจุบันแม้ผ่านอุปสรรคมากมายซึ่งสามารถเทียบเคียงกับแนวคิดของ Garavan & Morley (1997) ที่ผลของการถ่ายทอดคือบุคคลมีความพึงพอใจผูกพันในงานและยึดมั่นในอาชีพเต็มและพยายามรักษางานที่เหมาะสมกับตนไว้ เมื่อพิจารณาความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพของนักออกแบบฯนั้น พบว่าเกิดจากเงื่อนไข 3 ส่วนคือ ความรักในวิชาชีพเป็นความหลงใหลในความสุข ความสนุก ที่ได้ทำงานรูปแบบนี้ สองคือ เห็นคุณค่าของวิชาชีพ คือความเชื่อว่างานที่มีคุณค่าต่อสังคม และเงื่อนไขสุดท้ายคือความรู้สึกรักทำในวิชาชีพเป็นความรู้สึกรักสนุก ทำกับการทำงานที่ไม่เคยทำ อยู่เสมอ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับผลการศึกษาของ ดวงพร ภิญญะพันธ์ (2550) ที่พบว่านักดนตรีเปิดหมวกเกิดความยึดมั่นผูกพันในอาชีพจากความรักและชอบในการเล่นดนตรีรวมถึงเห็นคุณค่าว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติและผลการศึกษาของสมพล มาสุปรีดี (2548) ที่พบว่าผู้ประกอบการวิชาชีพตัวตลกมีความรู้สึกทำอาชีพพัฒนาทักษะในอาชีพอยู่เสมอ

2. เอกลักษณะเชิงวิชาชีพของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ผลการศึกษาในส่วนนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นคือ ลักษณะของเอกลักษณะเชิงวิชาชีพ และเงื่อนไขของเอกลักษณะเชิงวิชาชีพ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ลักษณะของเอกลักษณะเชิงวิชาชีพนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ลักษณะของเอกลักษณะเชิงวิชาชีพของนักออกแบบฯ หรือจุดเด่นที่ทำให้นักออกแบบฯมีความโดดเด่นแตกต่างเหนือวิชาชีพอื่น พบว่าประกอบไปด้วยลักษณะเด่น 7 ลักษณะ ได้แก่ มีจินตนาการสูงสามารถมองเห็นภาพในอนาคต มีความรอบรู้มีความสามารถในการปรับตัวมีความสามารถในการแก้ปัญหา มีความสามารถในการวิเคราะห์เชื่อมโยง และมีความสามารถในการประณีประนอม ซึ่งลักษณะทั้งหมดนี้เป็นจุดเด่นของวิชาชีพนักออกแบบฯ ซึ่งเมื่อเทียบเคียงกับลักษณะความสามารถของบุคคลในทฤษฎีหุปัญญาของ Gardner (2006) ลักษณะเอกลักษณะของนักออกแบบฯจะเทียบเคียงได้กับปัญญาด้านมิติสัมพันธ์ (Spatial Intelligence) ที่เป็นความสามารถเด่นของบุคคลที่ประกอบวิชาชีพด้านศิลปะการออกแบบ ซึ่งนักออกแบบฯมีลักษณะเด่นด้านนี้เช่นกัน คือลักษณะจินตนาการสูง สามารถมองเห็นภาพในอนาคต สามารถมองเห็นภาพที่ผู้อื่นมองไม่เห็นและสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นรูปธรรมได้ แต่พบว่าลักษณะเด่นของนักออกแบบฯไม่ได้มีแค่ปัญญาด้านมิติสัมพันธ์เพียงด้านเดียว แต่พบว่ามีอีกหลายลักษณะที่เทียบเคียงได้กับทฤษฎีนี้ได้แก่ ลักษณะช่างสังเกต ช่างสงสัย ที่เทียบเคียงได้กับปัญญาด้านอัตถิภาวนิยม (Existential Intelligence) ที่นักออกแบบฯมีความสามารถในการคิดใคร่ครวญเป็นคนช่างคิดช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม กับบางสิ่งที่สามารถออกแบบฯให้ดีขึ้นได้เพื่อช่วยเติมเต็มชีวิต

ของมนุษย์ให้ดีขึ้น ส่วนลักษณะของความสามารถในการแก้ปัญหา และความสามารถในการวิเคราะห์เชื่อมโยง นั้นสามารถเทียบเคียงได้กับปัญญาด้านการใช้เหตุผลเชิงตรรกะ (Logical-Mathematical Intelligence) เป็นความสามารถในด้านตรรกะและวิทยาศาสตร์ที่นักออกแบบฯมีระบบในการคิดวิเคราะห์แยกแยะสิ่งต่างๆให้เห็นชัดเจนมีเหตุผลในการแก้ปัญหาให้ชีวิตมนุษย์ดีขึ้น เข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ง่ายและสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นรูปธรรม ความสามารถในการประนีประนอมอาจเทียบเคียงได้กับ ปัญญาด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Interpersonal Intelligence) ที่นักออกแบบฯสามารถเข้าใจบุคคลอื่นรู้จักวิถีในการจูงใจมีทักษะในการทำงานร่วมกับหลายฝ่ายจัดการความขัดแย้งของบุคคลในหลายฝ่ายที่ทำงานร่วมกันและสามารถจูงใจผู้อื่น ยังพบว่าลักษณะของเอกลักษณ์ที่เป็นความสามารถสำคัญของนักออกแบบฯที่ปรากฏจากงานวิจัยนี้ที่ไม่สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดทฤษฎีปัญญาของการ์ดเนอร์ คือ ลักษณะมีความรอบรู้ซึ่งหมายถึงความรู้หลากหลายศาสตร์ ทั้งเชิงวิชาการ เทคนิค ทักษะ ความสนใจในสถานการณ์รอบตัว รู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิดและลักษณะของความสามารถในการปรับตัวคือลักษณะของความยืดหยุ่น กับการทำงานที่มีความหลากหลาย

2.2 เจาะใจของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ผลการวิจัยพบว่าเจาะใจของเอกลักษณ์ที่ประกอบด้วยลักษณะ 7 ประการ คือ “ความคาดหวังของทักษะเพื่อการทำงาน” ซึ่งเป็นเจาะใจจากความคาดหวังที่นักออกแบบฯต้องการมีทักษะทั้ง 7 ประการเพื่อให้ตนเองสามารถทำงานในวิชาชีพนี้ได้ อย่างประสิทธิผลมากที่สุด และสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ว่าจ้างหรือผู้บริโภค โดยทักษะที่จำเป็น

เหล่านี้เป็นสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอด ฝึกฝนและปฏิบัติจนเป็นแบบแผนของพฤติกรรมในการทำงานอย่างยาวนานจนฝังในตัวตนจนเกิดเป็นเอกลักษณ์เด่นของวิชาชีพนี้ในที่สุด ซึ่งเจาะใจของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพสามารถนำมาเทียบเคียงได้กับทฤษฎีเอกลักษณ์บุคคลของ Stryker (1991) ที่เสนอว่าเอกลักษณ์ของบุคคลเกิดจาก “ ความผูกพันต่อบทบาท ” (Commitment to Role) ที่บุคคลต้องแสดงบทบาทของตนโดยการแสดงเอกลักษณ์เฉพาะออกมาเพื่อให้สอดคล้องกับบทบาทที่กลุ่มสังคมคาดหวัง ซึ่งทำให้บุคคลเกิดความผูกพันที่จะเป็นบุคคลตามบทบาทนั้นจนส่งผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทจนกลายเป็นเอกลักษณ์เด่นของบุคคล

3. แนวทางในการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพสำหรับพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิจัยส่วนนี้เสนอแนะแนวทางที่เป็นองค์ความรู้สำหรับนักออกแบบฯ องค์กร หน่วยงาน สถาบันการศึกษา และบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพของนักออกแบบฯสามารถประกอบวิชาชีพได้อย่างประสบความสำเร็จและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคมตามสถานการณ์ของประชาคมฯซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ และนักออกแบบฯมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์ในกลุ่มวิชาชีพนี้สูง จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งแนวทางในการถ่ายทอดได้ทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกคือแนวทางในการพัฒนานักออกแบบฯก่อนเข้าสู่วิชาชีพเพื่อรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่วนที่สองคือ แนวทางในการพัฒนานัก

ออกแบบฯระหว่างวิชาชีพเพื่อรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และส่วนสุดท้ายคือแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิชาชีพนักออกแบบฯที่มีผลต่อการพัฒนานักออกแบบฯเพื่อรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แนวทางการพัฒนาในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

3.1 แนวทางในการพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก่อนเข้าสู่วิชาชีพเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางนี้เป็นแนวทางสำหรับพัฒนานักออกแบบฯตั้งแต่ยังไม่เข้าสู่การทำงาน ซึ่งรวมถึงผู้ที่มีความสนใจหรือกำลังตัดสินใจเรียนและทำงานในวิชาชีพนี้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของประชาคมฯในอนาคต ซึ่งจากวิเคราะห์สามารถแยกเป็นประเด็นในการพัฒนาทั้งหมด 2 กลุ่มคือ การพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคล และการพัฒนาความเชี่ยวชาญในการทำงาน

1) การพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคล
แนวทางในการพัฒนากลุ่มนี้เป็นการพัฒนาที่ต้องเริ่มจากการพัฒนาคุณลักษณะในตัวนักออกแบบฯเป็นหลักโดยพบว่าคุณลักษณะสำคัญที่นักออกแบบฯต้องได้รับการพัฒนา ได้แก่

- การเสริมสร้างจินตนาการเป็นเนื้อหาพื้นฐานที่ต้องคอยปลูกฝังสู่นักออกแบบฯเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆให้กับสังคมแต่ในยุคของประชาคมฯนั้นการแข่งขันในเชิงทักษะการทำงานนั้นเป็นเรื่องที่สามารถฝึกฝนกันให้ทัดเทียมกับนักออกแบบฯชาติอื่นได้ไม่ยากแต่ความกว้างไกลของจินตนาการนั้นยากจะปลูกฝังกันในชั่วข้ามคืน ซึ่งทำให้การแข่งขันทางจินตนาการจะเป็นบทพิสูจน์ศักยภาพของนักออกแบบฯที่แท้จริงในเวทีนี้

- การเสริมสร้างความรับผิดชอบ การทำงานด้วยวัฒนธรรมของประเทศไทยนั้นยังมีความหลากหลายของกติกาข้อกำหนดอยู่มาก ทำให้สิ่งเหล่านี้ถูกปลูกฝังในตัวนักออกแบบฯไทยมาตลอด ซึ่งเมื่อต้องทำงานกับบุคคลอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อมากกว่า นักออกแบบต้องพัฒนาความรับผิดชอบต่อให้เทียบเท่ากับมาตรฐานของประเทศอื่น เช่น กติกา กฎเกณฑ์ตามที่นานาชาติปฏิบัติกันในการนัดหมาย การส่งงาน การเข้าทำงานที่ตรงเวลา เป็นต้น

- การพัฒนาภาวะผู้นำเพื่อการจูงใจ คือสิ่งที่ทำให้นักออกแบบฯสามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้ว่าจ้างหรือผู้บริหารที่มีความต่างทางพื้นที่ และวัฒนธรรม เข้าใจและเชื่อให้สิ่งที่นักออกแบบฯคิดได้มากที่สุด

- การพัฒนาความใฝ่รู้ นักออกแบบฯควรต้องมีความใฝ่รู้กับการสืบเสาะหาความรู้ต่างๆเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มประเทศอาเซียนได้

- การเสริมสร้างความอดทน งานออกแบบฯเป็นการลองผิดลองถูก และเกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้ง่าย ซึ่งกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานจริงจนถึงมือผู้บริหารได้นั้นต้องใช้เวลาที่ยาวนาน ยิ่งในการทำงานสถานการณ์ของประชาคมฯแล้วนั้นยังมีผลิตภัณฑ์อีกมากมายที่นักออกแบบฯไม่เคยมีประสบการณ์กับผลิตภัณฑ์นั้นซึ่งแน่นอนว่าความล้มเหลวความผิดพลาดย่อมเกิดขึ้นง่ายกว่า

- การเสริมสร้างความกระหายในความสำเร็จในต่างประเทศ คือความกล้าออกไปทำงานในต่างประเทศเมื่อเกิดสถานการณ์ของประชาคมฯที่นักออกแบบฯต้องได้รับการผลักดัน

- การเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่ถูกมองว่าเป็นจุดเด่นที่ทำให้นักออกแบบชาวไทยได้เปรียบนักออกแบบต่างชาติอื่น ที่ได้จากการบ่มเพาะจากบริบทและวัฒนธรรมในสังคมไทยที่แตกต่างจากชาติอื่น ซึ่งควรค่าแก่การรักษาไว้ในตัวนักออกแบบชาวไทยไม่ให้สูญสิ้นไป

2) *การพัฒนาความเชี่ยวชาญในการทำงาน* แนวทางในส่วนนี้เน้นการพัฒนาความเชี่ยวชาญในการทำงาน ทักษะ ความสามารถที่สำคัญของนักออกแบบมาก่อนเข้าสู่วิชาชีพให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของประชาคมฯ อันได้แก่

- การพัฒนาทักษะด้านภาษา นักออกแบบชาวไทยจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญในภาษาที่สามารถสื่อสารกับประเทศรอบข้างได้ เนื่องจากงานออกแบบฯเป็นงานให้บริการจึงย่อมต้องมีการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาที่เป็นสื่อกลางในการเจรจา

- การพัฒนาทักษะด้านการนำเสนองาน ในปัจจุบันพบว่านักออกแบบชาวไทยส่วนใหญ่ไม่สามารถสื่อสารเรื่องราวของแนวคิดของตนเองให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย และยิ่งต้องทำงานกับประเทศอาเซียนแล้ว ยิ่งต้องมีทักษะการนำเสนองานที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตลาดในแต่ละประเทศอีกด้วย

- การส่งเสริมการทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ เป็นการพัฒนาทักษะการทำงานที่ปลูกฝังให้นักออกแบบฯสามารถทำงานกับทีมงานจากชาติอื่นในโอกาสของประชาคมฯอย่างสร้างสรรค์

การส่งเสริมการสร้างแนวคิดในระดับนานาชาติ คือ การส่งเสริมให้นักออกแบบชาวไทยได้มีแนวความคิดอยู่ในระดับเดียวกับนักออกแบบฯที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ

- การส่งเสริมการยกระดับผลงานงานสู่มาตรฐานนานาชาติ คือการส่งเสริมเพื่อให้นักออกแบบฯสามารถทำงาน ได้ตามมาตรฐานที่เป็นสากล และมีความเข้าใจในการทำงานที่ตรงกันกับประเทศอื่นเมื่อต้องทำงานร่วมกัน

3.2 แนวทางในการพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมช่วงระหว่างวิชาชีพเพื่อรองรับกับสถานการณ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางนี้เป็นแนวทางสำหรับพัฒนานักออกแบบฯที่ทำงานอยู่ในวิชาชีพ ซึ่งมีศักยภาพพร้อมก้าวไปคว้าโอกาสที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ของประชาคมฯเนื่องจากมีประสบการณ์ทำงานมาแล้ว และต้องได้รับพัฒนาอย่างเร่งด่วนเนื่องจากสถานการณ์ของประชาคมฯนั้นใกล้เข้ามาทุกที ซึ่งจากผลจากวิจัยสามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาได้ดังนี้

1) *การพัฒนาความเชี่ยวชาญในการทำงาน* นักออกแบบฯที่ทำงานอยู่ในสายวิชาชีพถูกมองว่ายังไม่มีความเชี่ยวชาญในการทำงานเพียงพอต่อสถานการณ์ของประชาคมฯ ที่จะมีการแข่งขันกับนักออกแบบฯชาติอื่น นักออกแบบฯจึงต้องมีทักษะในการทำงานให้เทียบเท่ากับระดับนานาชาติที่ไม่ด้อยไปกว่านักออกแบบฯชาติอื่น เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้น อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการแย่งงานของนักออกแบบฯชาติอื่นๆในประเทศไทย เช่น ทักษะการทำงานเชิงวิศวกรรม ความแม่นยำของกระบวนการออกแบบ และทักษะที่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ เป็นต้น

2) *การพัฒนาเพื่อเพิ่มโอกาสจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน* การพัฒนาเพื่อเพิ่มโอกาสจากประชาคมฯนั้นเป็นเนื้อหาที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้นักออกแบบฯมีความรู้ ความสนใจ รวมถึงเปิดโอกาสให้นักออกแบบฯได้รับผลประโยชน์

ในโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปิดประชาคมฯ โดย
แนวทางในพัฒนาส่วนนี้ประกอบไปด้วย

- การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม
และความต้องการของตลาดอาเซียน เป็นการส่งเสริม
ให้นักออกแบบฯได้เข้าใจถึง วัฒนธรรม และความ
ต้องการของตลาดอาเซียน เพื่อให้สามารถออกแบบ
สินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการทั้งลูกค้าที่ว่างจ้าง
งานออกแบบและผู้บริโภคที่ใช้สินค้า

- การส่งเสริมโอกาสจากการเปิด
ประชาคมฯ เป็นการส่งเสริมให้นักออกแบบฯไทย
ได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากโอกาสจากการเปิด
ประชาคมฯ ทั้งการหาโอกาสเข้ามาให้และการ
สนับสนุนให้นักออกแบบฯกล้าก้าวออกไปรับโอกาส
ซึ่งพบว่านักออกแบบฯไทยยังขาดความทะเยอ
ทะยานคว้าหาโอกาสจากสถานการณ์นี้

- การพัฒนามุมมองด้านกลไกเชิงธุรกิจ
นักออกแบบฯไทยส่วนมากยังมุ่งทำงานออกแบบโดย
ไม่สนใจทักษะด้านการทำธุรกิจ เมื่อเปิดประชาคมฯ
แล้วเรื่องของมุมมองทางธุรกิจเป็นเรื่องที่จำเป็นต้องรู้
เนื่องจากกลไกธุรกิจของแต่ละประเทศมีความ
แตกต่างกัน เช่น รูปแบบของการการขนส่ง และ
กลไกของราคาที่จะขายได้ในแต่ละประเทศ เป็นต้น

3.3 แนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบ พื้นฐานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิชาชีพนักออกแบบ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพื่อรองรับกับสถานการณ์ ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิจัยพบว่านอกจากการหาแนวทาง
ในการพัฒนานักออกแบบฯแล้วนั้น ยังมีเงื่อนไขทาง
องค์ประกอบพื้นฐานที่เป็นอุปสรรคต่อการก้าวเข้าสู่
สถานการณ์ของประชาคมฯของนักออกแบบฯไทย
ซึ่งถ้าองค์ประกอบเหล่านี้ไม่ถูกพัฒนาไปพร้อมกัน
แล้วไม่ว่าจะพัฒนานักออกแบบฯให้มีศักยภาพมาก
เพียงใดก็อาจไม่เกิดประโยชน์ได้เลย โดยประเด็นของ

แนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานที่มีส่วน
เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ได้แก่

**ผู้เกี่ยวข้องควรร่วมหาสิ่งที่นักออกแบบ
ฯขาดไปอย่างแท้จริง** ก่อนเริ่มการพัฒนานัก
ออกแบบฯผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับวิชาชีพนี้ทั้ง
ตัวแทนจากภาคการศึกษา ภาครัฐ เอกชน รวมถึง
สมาคมวิชาชีพ ต้องร่วมกำหนดประเด็นปัญหาและสิ่ง
ที่ยังขาดหายไปสำหรับนักออกแบบฯไทยในปัจจุบัน
เพื่อให้ได้ประเด็นที่สำคัญอย่างแท้จริงและนำไป
พัฒนานักออกแบบฯให้มีศักยภาพพอที่จะก้าวสู่การ
ทำงานในสายวิชาชีพตลอดจนการทำงานใน
สถานการณ์ของประชาคมฯ

**สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยใช้นัก
ออกแบบฯไทย** เป็นการส่งเสริมเจตคติที่ดีให้กับ
ผู้ประกอบการให้ใช้บริการนักออกแบบฯไทยมากกว่า
ต่างชาติจากค่านิยมบางอย่างเนื่องจากเมื่อขาดการ
จ้างงาน นักออกแบบฯไทยจะมีโอกาสฝึกฝนน้อยลง
ซึ่งเป็นผลทางอ้อมในการพัฒนาศักยภาพนัก
ออกแบบฯไทย

**สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพที่
แท้จริงต่อผู้ประกอบการ** การศึกษาพบว่าในปัจจุบัน
ผู้ประกอบการไทยมักมองว่านักออกแบบฯมีคุณค่า
เพียงการทำให้ผลิตภัณฑ์สวย ซึ่งที่จริงแล้วนัก
ออกแบบฯมีศักยภาพมากกว่านั้น ซึ่งเมื่อเกิดความ
เข้าใจที่ไม่ถูกต้องจึงทำให้งานที่นักออกแบบฯได้รับ
เป็นเพียงบางขั้นตอนเท่านั้น ศักยภาพที่มีจึงไม่ได้รับ
การพัฒนา ซึ่งงานในตลาดอาเซียนและนานาชาติมัก
เข้ามาในรูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เต็มรูปแบบ
จึงต้องการศักยภาพของนักออกแบบฯในทั้ง
กระบวนการมากกว่าแค่ทำให้สวย

**พัฒนาสังคมไทยให้เข้าใจความสำคัญ
ของวิชาชีพ** ปัจจุบันสังคมไทยในวงกว้างยังไม่เห็นถึง
ความสำคัญของการออกแบบฯที่สามารถทำ

ประโยชน์ในเชิงธุรกิจกับประเทศชาติได้ เนื่องจากลักษณะวิถีชีวิตของคนไทยนั้นยังเป็นวิถีชีวิตที่เน้นผลิตภัณฑ์จากราคาและการใช้งานเป็นหลัก โดยถ้าสังคมไทยให้ความสำคัญและเข้าใจถึงมูลค่าที่สามารถเกิดขึ้นได้จากการออกแบบฯ จะเกิดภาพลักษณ์ที่ทำให้กลุ่มประเทศอาเซียนรวมถึงนานาชาติมีความเข้าใจว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการออกแบบฯ เพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศอื่นที่มีความสนใจใช้บริการนักออกแบบฯ ไทย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติสำหรับนักออกแบบฯ

1.1 ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าก่อนเข้าสู่วิชาชีพนักออกแบบฯ ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพก่อนเลือกเข้าเรียนในสาขานี้ เพื่อสามารถตัดสินใจเข้าสู่วิชาชีพได้อย่างมั่นคงรวมถึงเด็กที่สนใจในด้านนี้ควรสำรวจความชอบของตนเองที่เหมาะสมกับวิชาชีพให้เร็วที่สุด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักออกแบบฯ มีอาชีพที่ประสบความสำเร็จสามารถเลือกเรียนในวิชาชีพที่ใกล้เคียงกับความชอบของตนเองตั้งแต่ก่อนเข้าสู่วิชาชีพและควรได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาที่เหมาะสมต่อการทำงานทั้งก่อนเข้าสู่วิชาชีพและระหว่างการทำงานในวิชาชีพ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาบางส่วนในระบบการศึกษานั้นยังแตกต่างจากการทำงานในวิชาชีพอยู่มาก รวมถึงหลังจากได้รับการยอมรับจากหน่วยงานนักออกแบบฯ ควรมีความสนใจใฝ่รู้เนื้อหาที่สำคัญต่อการทำงานในสายวิชาชีพด้วยตนเองมากขึ้น เช่น ความรู้ในศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคม เป็นต้น ทั้งจากหนังสือ งานสัมมนา นิทรรศการ เป็นต้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าในช่วง

ระหว่างวิชาชีพนั้นตัวแทนในการถ่ายทอดจะมีบทบาทลดลง อีกทั้งนักออกแบบฯ ควรเปิดใจให้กว้างในการศึกษาเนื้อหาจากเด็กรุ่นใหม่เพื่อนำมาพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองให้ก้าวทันกับโลกปัจจุบัน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักออกแบบฯ รุ่นใหม่เป็นตัวแทนที่มีความสำคัญมากต่อนักออกแบบฯ ในช่วงระหว่างวิชาชีพ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่ากลวิธีในการถ่ายทอดส่วนใหญ่เป็นกลวิธีที่ถ่ายทอดอย่างไม่เป็นทางการโดยต้องอาศัยความสนใจในการเรียนรู้ซักถามจากตัวแทนให้มาก และควรมีความรักในวิชาชีพ ชอบความท้าทาย และมั่นใจในความสามารถของตนเอง ประกอบกับการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมทั้งการได้รับการยอมรับในการทำงานจากผู้ใ้ บุคคลในแวดวงวิชาชีพ ผู้ว่าจ้าง เป็นต้น เพื่อให้เกิดความมั่นคงในวิชาชีพ

1.2 ควรพัฒนาส่งเสริมให้นักออกแบบฯ มีลักษณะของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพโดยเริ่มพัฒนาจากการฝึกฝนให้นักออกแบบฯ มีทักษะในการทำงานอย่างเชี่ยวชาญจนเกิดเป็นเอกลักษณ์เด่นได้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเงื่อนไขของเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพนั้นเกิดจากการใช้ทักษะที่สำคัญกับการทำงานออกแบบฯ อย่างเชี่ยวชาญจนเกิดเป็นแผนของพฤติกรรม และทักษะเหล่านั้นเกิดเป็นเอกลักษณ์เชิงวิชาชีพ

1.3 จากข้อค้นพบเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนานักออกแบบฯ เพื่อรองรับประชาคมฯ พบว่านักออกแบบฯ ควรได้รับการพัฒนาทั้งคุณลักษณะส่วนบุคคลความเชี่ยวชาญในการทำงานที่เทียบเท่าระดับนานาชาติและเพิ่มโอกาสให้นักออกแบบฯ จากประชาคมฯ ทั้งการหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมความต้องการของประเทศเพื่อนบ้าน กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สำคัญต่อการทำงานในอาเซียน รวมถึงสนับสนุนให้นักออกแบบฯ กล้าออกไปทำงานในต่างประเทศ การ

สร้างชื่อเสียงให้บุคคลในประเทศอื่นรู้จัก และการดำเนินงานออกแบบฯจากอาเซียนเข้ามาให้นักออกแบบฯในประเทศ เป็นต้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักออกแบบฯไทยยังมีความกระตือรือร้นในการก้าวออกไปทำงานรวมถึงสร้างชื่อเสียงในระดับนานาชาติอยู่น้อย โดยต้องอาศัยความสนใจของนักออกแบบฯในการพัฒนาตนเองและตัวแทนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องร่วมกันถ่ายทอดเนื้อหาเพื่อการพัฒนาอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติสำหรับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 ครอบครัวควรมีการอบรมและการสนับสนุนทางสังคมที่เหมาะสมกับการเป็นนักออกแบบฯที่ดีในอนาคต เช่น เปิดโอกาสให้เด็กแสดงความคิดของตนเอง เป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงานออกแบบ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการได้เห็นกิจกรรมที่ผู้ปกครองทำมักเป็นแรงบันดาลใจต่ออาชีพในอนาคต รวมถึงเปิดโอกาสให้เด็กมีจินตนาการมีความคิดสร้างสรรค์จากการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับการสร้างจินตนาการ เพราะจินตนาการคือสิ่งที่สำคัญมากสำหรับวิชาชีพนี้

2.2 ภาคการศึกษาควรพัฒนาให้ผู้สอนมีความรู้เกี่ยวกับการทำงานจริงมากยิ่งขึ้นเช่น เพิ่มนักออกแบบฯมืออาชีพเข้าไปในภาคการศึกษา เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้สอนในระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานในวิชาชีพนี้น้อย รวมถึงควรจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ เช่น สร้างบรรยากาศการทำงานร่วมกับรุ่นพี่และรุ่นน้องเพื่อให้นักออกแบบฯได้มีทักษะการทำงานที่ดีขึ้น เนื่องจากการเรียนในระดับอุดมศึกษาเป็นช่วงสำคัญที่นักออกแบบฯได้รับถ่ายทอดเนื้อหามากมายทั้งจาก อาจารย์ในหลักสูตร การศึกษา และรุ่นพี่ ซึ่งเป็นตัวแทนที่สำคัญที่สุดในช่วงนี้

2.3 หน่วยงานหรือองค์กรควรจัดสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนต่อการถ่ายทอดในช่วงการฝึกงาน เช่น การให้นักออกแบบฯได้ทำงานที่เป็นงานจริงรวมถึงการให้โอกาสนักออกแบบฯได้เห็นกระบวนการทำงานจริงของหน่วยงานรวมถึงผู้ผลิตนอกองค์กร เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการได้ทำงานจริงช่วยให้นักออกแบบฯได้เรียนรู้เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิชาชีพในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนานักออกแบบฯ เรื่องรองรับประชาคมนั้นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย โดยการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาบุคคลในวิชาชีพอื่นที่มีความสำคัญในบริบทของประชาคมฯ โดยเฉพาะวิชาชีพที่ได้รับการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี เช่น สถาปนิก แพทย์ วิศวกร เป็นต้น รวมถึงควรศึกษาแนวทางในการพัฒนานักออกแบบฯอีกครั้งหลังจากประชาคมฯเปิดขึ้นเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคโอกาสที่จะเกิดขึ้นจริงจากบริบทที่เปลี่ยนไปตามเวลา เพื่อนำมาพัฒนานักออกแบบฯได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการทำวิจัยข้ามวัฒนธรรม (Cross Cultural Research) กับนักออกแบบฯประเทศอื่นในอาเซียนเปรียบเทียบกับนักออกแบบฯไทยเพื่อเสริมจุดเด่นและขจัดจุดด้อยให้นักออกแบบฯไทยมีโอกาสที่สูงขึ้น

อ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศสำนักอาเซียน. (กันยายน, 2554). *เอกสารประกอบการบรรยายการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียนด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศสำนักอาเซียน.

- กรมส่งเสริมการส่งออก. (2555). *การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่า ปี 2551 – 2555*(มกราคม - มิถุนายน). กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นจาก http://www.ops3.moc.go.th/export/recode_export_rank/report.asp
- ดวงพร ภิญญะพันธ์. (2550). *โลกของ “นักดนตรีเปิดหมวก”*. ปริญญาานิพนธ์ สม.ม. (สังคมวิทยา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีระชัย สุขสด. (2544). *การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พรเทพ ฉัตรภิญญาคุปต์. (2552). *เอกสารเผยแพร่โครงการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อการออกแบบอุตสาหกรรมแห่งชาติ (NRID) และโครงการศึกษาสถานเพื่อการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการออกแบบ (educarium) โดยศูนย์ในเมือง (code) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 4*.
- มนตรี ยอดบางเตย. (2538). *ออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิริติ ปานศิลา. (2542). *การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจิตลักษณะและการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของบุคคล การสาธารณสุขระดับตำบลในภาคเหนือของประเทศไทย*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมพล มาสุปรีดี. (2548). *“ตัวตลก” : กระบวนการเข้าสู่อาชีพและการดำรงอาชีพ*. ปริญญาานิพนธ์ สม.ม. (สังคมวิทยา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมศักดิ์ สีตากลุฑุทธิ์. (2545). *ปัจจัยการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครูที่ส่งผลต่อเอกลักษณ์วิชาชีพและพฤติกรรมกรปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของครูแนะแนว*. ปริญญาานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป). *ถนนสู่อีอีซี เพื่อ SMEs ไทย*. กรุงเทพฯ: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.
- Bandura, A. (1975). *Self-Efficacy in Changing Societies*. USA: Typeset in Palatino.
- Champoux, J.E. (2000). *Organizational Behavior: Essential Tenets for a New Millennium*. Singapore: South-Western College.
- Deaux, K., & Wrightsman, L.S. (1988). *Social Psychology*. 5th ed. California: Brooks/Cole.
- Chao et al.(1994). Organizational Socialization: Its Content and Consequences. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 730-743.
- Garavan, T.N., & Morley, M. (1997). The Socialization of High-Potential Graduates into The Organization: Initial Expectations. *Journal of Managerial Psychology*, 12(2), 118-137.
- Gardner. H. (2006). *Multiple Intelligences: New Horizon Theory and Practice*. New York: Basic Books.

- Katz, D., & Kahn, R.L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*, 2nd ed. New York: Wiley.
- Ostroff, C., & Kozlowski, S. W. J. (1992, December). Organizational Socialization as a Learning Process: the Role of Information Acquisition. *Personal Psychology*, 45 (4), 849-874.
- Stryker S. (1991). "Identity Theory" in *Encyclopedia of Sociology*. Edited by Borgatta, E. & Borgatta, M.L.: 871-876. New York : Macmillan.
- Super, D. E. (1975, July). *How people make and might be helped to make career choices*. Paperpresented at the CRAC/NICEC Seminar, King's College, Cambridge, England.
- Van M, J., & Schein, E. H. (1979). Toward a Theory of Organizational Socialization. *Research in Organizational Behavior*, 1, 209-264.

