

# แนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย

## GUIDELINES FOR DEVELOPING AND IMPROVING COSTUME DESIGNERS' POTENTIAL SKILLS IN THAI'S ENTERTAINMENT BUSINESS

นพดล อินทร์จันทร์ / NOPPADOL INCHAN

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

COLLEGE OF SOCIAL COMMUNICATION INNOVATION, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

Received: September 7, 2021

Revised: December 2, 2021

Accepted: December 16, 2021

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย และเพื่อสร้างรูปแบบแนวทางการพัฒนานักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ทำงานในธุรกิจบันเทิงไทย และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก 2 ชุด โดยชุดแรกกับผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยที่ประสบความสำเร็จ นักวิชาการ และอีกชุดหนึ่งกับผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจบันเทิงไทยอื่นๆ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย มี 5 ด้าน คือ การส่งเสริมให้เกิดโอกาสในการแข่งขันจากภาครัฐ การยกระดับศักยภาพนักออกแบบให้ทัดเทียมนานาชาติ การพัฒนาทักษะของนักออกแบบรายบุคคล การพัฒนาด้านธุรกิจ และมุมมองทางธุรกิจการออกแบบ และการสร้างแรงบันดาลใจในการแข่งขันทางธุรกิจ พบว่า พัฒนากิจกรรมให้แก่ผู้ออกแบบเครื่องแต่งกาย ดังนี้ คือ ทักษะในการค้นคว้าข้อมูลในการออกแบบ ทักษะการตีความ การวิเคราะห์ ทักษะทางศิลปะ ความคิดสร้างสรรค์ เข้าใจวิธีการสื่อสารผ่านงานออกแบบ ทักษะในการประยุกต์งานออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนั้นพฤติกรรมและเจตคติที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ คือ การมีความคิดสร้างสรรค์ มีความอดทน และความพยายาม มีความใฝ่รู้ตลอดเวลา พัฒนาตัวเองอย่างสม่ำเสมอ ตรงต่อเวลา รับผิดชอบ และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม

พบว่าแนวทางในการพัฒนาจำเป็นต้องการจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อรวบรวมข้อมูลนักออกแบบ ทำมาตรฐานวิชาชีพ มาตรฐานรายได้ จัดตลาดนัดนักออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อหาช่องทางในการส่งเสริมการแข่งขันในเวทีระดับชาติและนานาชาติ ส่งเสริมนักออกแบบในด้านต่างๆ เช่นการฝึกอบรม การ Up-Skills Re-Skills รวมถึงอาจมีการจัดตั้งกองทุนในการช่วยเหลือและสนับสนุน จัดให้มีแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้เพื่อการค้นคว้าอย่างเป็นรูปธรรม รัฐควรเข้ามามีบทบาทในการจัดการแข่งขัน เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้นักออกแบบ รวมถึงการยกระดับในด้านบุคลิก ทักษะการสื่อสาร และการนำเสนอผลงานโดยต้องอาศัยทักษะความรู้ด้านธุรกิจ ความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสาร และความรู้เรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์

**คำสำคัญ:** นักออกแบบเครื่องแต่งกาย การยกระดับศักยภาพ ธุรกิจบันเทิงไทย

## Abstract

“Guidelines for Developing and Improving Costume Designers’ Potential Skills in Thai Entertainment Business,” the researcher used qualitative research method to study factors of costume designers’ success in Thai entertainment business and to create formats of guidelines for developing costume designers’ skills. The research was conducted by using quantitative method to collect data, from the questionnaires answered by practitioners in Thai entertainment business. In - depth interview was used to collect data from successful costume designers of Thai entertainment business, scholars, and other professionals involved in the business. The results of the study indicated five success factors of costume designers in Thai entertainment business: government support for competitive advantages, increase in the global potentials for costume designers, skill improvement for individual designer, business development and design business insight, and inspiration creations for competitive advantages. In improving skills for costume designers, the study found that they need skills in researching design data, interpretation, analysis, art, creative thinking, understanding communication through design works, and applying skill in design for target customers.

Moreover, success - driven behaviors and attitudes can be built upon designers’ creative thinking, perseverance and exertion, relentless knowledge - seeking, constant self - development, punctuality, responsibility, and seeing through social changes. The study also found that in guidelines for development need establishment of a central organization to gather information about designers, set occupational and income standards, host design career fair to find supporting methods for national and international competitions, and support designers in other ways such as training on Up - skills and Re - skills. Other supports include adding funds, and effectively establishing an information center for research and study.

**Keyword:** Costume Designer, Improving potential Skills, Thai’s entertainment business

## บทนำ

ธุรกิจอุตสาหกรรมบันเทิง เป็นอุตสาหกรรมกลุ่มใหม่ที่มีมูลค่าในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมหาศาล และนำผลประโยชน์อื่นๆ ตามมาในระดับสูง สหรัฐอเมริกาเป็นชาติแรกๆ ที่ใช้ธุรกิจบันเทิงในการสร้างกระแส “Americanization” เพื่อยึดครองอาณานิคมทางความคิดของประชาชนทั่วโลก โดยการใช้กระบวนการปลูกฝังความเชื่อ ค่านิยมผ่านและการแทรกซึมทางอุตสาหกรรมบันเทิง โดยมี Hollywood เป็นตัวผลิตนำส่งสู่ประเทศอื่นรอบโลก ประเทศญี่ปุ่นนับเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ใช้ธุรกิจบันเทิงในการนำร่องสร้างความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ ผ่านกระแส J - Trend แทรกซึมในการ์ตูนอนิเมะ ภาพยนตร์เด็ก และใช้อุตสาหกรรมดนตรี J - pop ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในปลายศตวรรษที่ 20 ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มหาอำนาจ K - pop จากประเทศ

เกาหลีใต้ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก โดยธุรกิจบันเทิงของเกาหลีแทรกตัวอยู่ในธุรกิจต่างๆ และกลายเป็นตัวนำการสื่อสารทางการตลาดแนวใหม่ให้ครองใจคนทั้งโลกด้วยระยะเวลาที่รวดเร็ว รัฐบาลเกาหลีใต้ได้บรรจุอุตสาหกรรมการส่งออกธุรกิจบันเทิงเป็นหนึ่งในนโยบายหลักของประเทศ และมีแนวทางการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดธุรกิจบันเทิงอย่างเป็นระบบ มีการจัดตั้ง “บริษัทส่งเสริมการทำภาพยนตร์และธุรกิจบันเทิงแห่งเกาหลี” เพื่อเป็นส่วนงานในการกำกับและส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม

ในประเทศไทยเริ่มมีการตื่นตัวในธุรกิจบันเทิง ภายหลังจากมีการจัดตั้งกระทรวงวัฒนธรรมขึ้นในปี พ.ศ. 2544 และมีการผนวกธุรกิจด้านบันเทิงเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีการออกกฎหมายรองรับ และมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในปี พ.ศ. 2549 เริ่มมีการส่งออกภาพยนตร์ไทย โดยมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ



ภาพที่ 1 ภาพนักออกแบบกับเตรียม fitting เครื่องแต่งกาย ละครโทรทัศน์เรื่อง อดีดา  
ที่มา: ภาพจากผู้วิจัยบันทึก

เทศกาลดนตรีนานาชาติ และนำสื่อ และภาพยนตร์ไทยไป  
จัดแสดงตามงานนำเสนอในประเทศต่างๆ ทั่วโลก นอกจากนี้  
นั้นการเข้ามาของทีวีดิจิทัลในปี 2558 ได้เปลี่ยนระบบการ  
รับสัญญาณโทรทัศน์ในบ้านที่เป็นระบบ อะนาล็อก เป็น  
ระบบการส่งผ่านสัญญาณ ภาพวิดีโอและเสียงโดยระบบ  
ดิจิทัล และสิ่งที่ตามมาคือการขยายการออกอากาศช่อง  
โทรทัศน์ที่มีเพิ่มขึ้นกว่าเดิมกว่าสิบเท่าตัว รวมถึงการเข้าสู่  
โลกแพรตฟอร์มของธุรกิจดิจิทัล ที่ขยายออกของการนำ  
เสนอสื่อสู่ทั่วโลก

จากการรายงานการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย  
ของ Global Entertainment & Media (E&M) Outlook  
2021 - 2025 ของ PwC พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและ  
บันเทิงของไทย เติบโต 6.3% หรือราว 547,640 ล้านบาท  
จากปี 2563 ที่คาดว่าจะอยู่ที่ 515,243 ล้านบาท และคาด  
ว่ารายได้ของอุตสาหกรรมนี้ในประเทศไทยจะสูงกว่า 6  
แสนล้านบาท ภายในปี 2568 (2564 - 2568 Compound  
Annual Growth Rate: CAGR) ด้วยเหตุผลนี้เองแสดง  
เห็นว่าธุรกิจบันเทิงไทยมีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด  
ทำให้อาชีพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์ในแง่การ  
ขยายฐานแรงงานที่กว้างขึ้น การรองรับการขยายตัว และ  
การวางแผนงานในการยกระดับศักยภาพของบุคลากรที่  
รองรับจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ งานด้านการออกแบบเครื่อง  
แต่งกายเพื่อการแสดง หรือ Costume Design ยังเป็น

แขนงการทำงานในส่วนตัว ถูกจัดไปรวมในธุรกิจการ  
ออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อแฟชั่นในการสวมใส่ ซึ่งมีแ่ง  
มุมในการพัฒนางานออกแบบและการสร้างสรรค์งานที่มี  
ความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ศาสตร์ด้านการออกแบบ  
เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง หรือ Costume Design ยัง  
นับเป็นศาสตร์ใหม่ที่ยังขาดการพัฒนาโดยใช้หลักการ  
วิเคราะห์ และสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ผู้สร้างสรรค์งาน  
ร้อยละ 80 มิได้จบการศึกษาทางด้านนี้โดยตรง ส่วน  
มากมาจากการทำงานประเภทครูฝึกสักง่า หรือการพัฒนา  
จากกลุ่มนักออกแบบแฟชั่น ทำให้งานด้านการออกแบบ  
เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดงยังไม่มีลักษณะที่เด่นชัด และ  
ยังไม่มีแนวทางการพัฒนากลุ่มแรงงานกลุ่มนี้อย่างจริงจัง  
อีกทั้งสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่สอนทางด้าน  
นี้โดยตรงก็มีจำนวนจำกัด การสร้างแนวทางการพัฒนา  
และยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจ  
บันเทิงไทย จึงเป็นเรื่องจำเป็นในการสร้างแนวทางในการ  
พัฒนาบุคลากรสายนี้สู่ตลาดแรงงานโลกในยุคดิจิทัล ซึ่ง  
ทวีความท้าทายและมีการเปลี่ยนแปลงของสมรรถนะของ  
บุคลากรขึ้นทุกปี เนื่องจากเทคโนโลยีใหม่เข้ามาอย่าง  
รวดเร็ว และมีการปรับตัวของแพลตฟอร์มใหม่ๆ ของธุรกิจ  
บันเทิงไทย งานวิจัยฉบับนี้อาจเป็นแนวทางการพัฒนา  
และเป็นตัวสะท้อนการพัฒนาสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่าง  
เป็นรูปธรรม

อันดับที่ 3 คือ ภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับงานออกแบบของไทยอย่างจริงจังให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

อันดับที่ 4 คือ นำผลการวิจัย นวัตกรรม และ เทคโนโลยีมาประยุกต์ในงานออกแบบ

อันดับที่ 5 คือ มีการศึกษาและเปรียบเทียบงานโดย ไม่มีการเลียนแบบผลงาน และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

ผลวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนัก ออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย

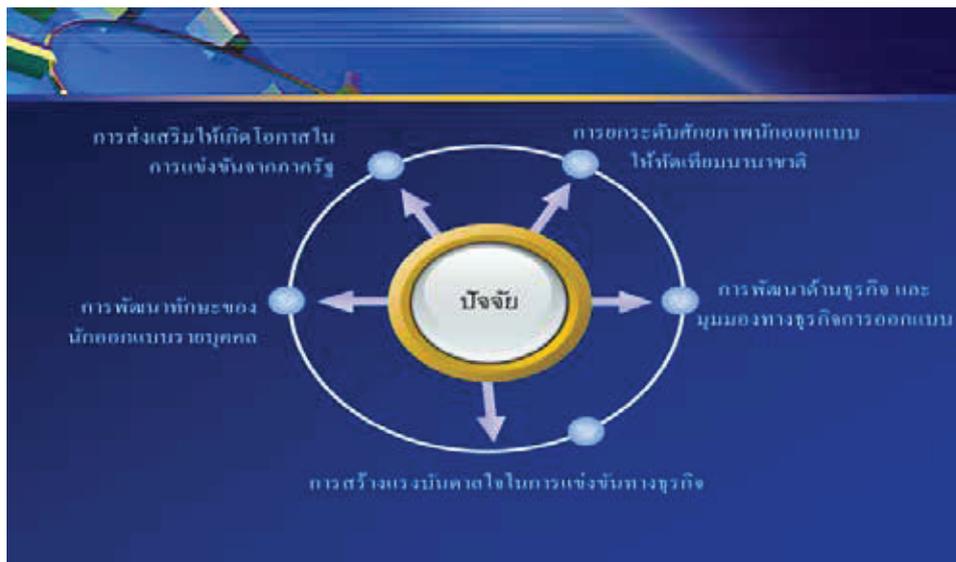
1. Factor ที่ 1 “การส่งเสริมให้เกิดโอกาสในการ แข่งขันจากภาครัฐ”

2. Factor ที่ 2 “การยกระดับศักยภาพนัก ออกแบบ ให้ทัดเทียมนานาชาติ”

3. Factor ที่ 3 “การพัฒนาทักษะของนัก ออกแบบรายบุคคล”

4. Factor ที่ 4 “การพัฒนาด้านธุรกิจ และมุมมองทางธุรกิจการออกแบบ”

5. Factor ที่ 5 “การสร้างแรงบันดาลใจในการ แข่งขันทางธุรกิจ”



ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย

โดยจากปัจจัยต่างๆ ส่งผลต่อแนวทางในการพัฒนา โดยการสร้างรูปแบบแนวทางการพัฒนานักออกแบบ เครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยในแต่ละด้าน ดังนี้

**Factor ที่ 1 “การส่งเสริมให้เกิดโอกาสในการแข่งขันจาก ภาครัฐ”**

พบว่า การส่งเสริมให้เกิดโอกาสในการแข่งขันจาก ภาครัฐ เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนัก ออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยอย่างไร พบว่า ปัจจุบันยังไม่มี การส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเป็นทางการ ภาครัฐควรเข้ามา มีบทบาทในการพัฒนานักออกแบบเครื่อง แต่งกายอย่างต่อเนื่อง ควรมีการจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อ รวบรวมข้อมูลนักออกแบบ จัดตลาดนัดนักออกแบบฯ ทำ มาตรฐานวิชาชีพ มาตรฐานรายได้ หาช่องทางในการส่งเสริม

การแข่งขันในเวทีระดับชาติและนานาชาติ ส่งเสริมนัก ออกแบบในด้านต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การ Up-Skills Re-Skills รวมถึงอาจมีการจัดตั้งกองทุนในการช่วยเหลือ และสนับสนุนนักออกแบบฯ อย่างสม่ำเสมอ ควรจัดให้มี แหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้เพื่อการค้นคว้าสำหรับนัก ออกแบบเครื่องแต่งกายอย่างเป็นทางการ และอาจใช้เป็น แหล่งในการจัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานของนักออกแบบ เครื่องแต่งกายรุ่นใหม่

**Factor ที่ 2 “การยกระดับศักยภาพนักออกแบบ ให้ ทัดเทียมนานาชาติ”**

พบว่า การยกระดับศักยภาพนักออกแบบให้ ทัดเทียมนานาชาติ เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับ ศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย

อย่างไร พบว่า นักออกแบบเครื่องแต่งกายควรรู้จักการปรับเปลี่ยน สามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ ควรแสวงหาโอกาสในการพัฒนาตัวเองในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือจำเป็นต้องเปิดโอกาสตนเองให้ทำงานร่วมกับนักออกแบบต่างประเทศ โดยการเปิดมุมมองที่มีความเป็นนานาชาติ รัฐหรือสถานศึกษาอาจเป็นหน่วยงานกลางในการจัดเวทีในการประชุมวิชาการ การแสดงผลงานร่วมกับต่างประเทศ รวมถึงการยกระดับในด้านบุคลิก การสื่อสาร และการนำเสนอผลงานโดยต้องอาศัยทักษะความรู้ด้านธุรกิจ และการยกระดับด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสาร นอกจากนี้ความรู้เรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ และการนำเสนอตนเองสู่โลกโซเชียลมีความจำเป็นต่อนักออกแบบสมัยใหม่

**ตารางที่ 1** แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับนักออกแบบเครื่องแต่งกายที่ประสบความสำเร็จ ในประเด็น ทักษะรายบุคคลที่นักออกแบบเครื่องแต่งกายควรมี

ลำดับ	ทักษะที่นักออกแบบเครื่องแต่งกายควรมี	ความถี่	ร้อยละ
1	ทักษะในการค้นคว้าข้อมูลในการออกแบบ	8	25.00
2	ทักษะการตีความ การวิเคราะห์	7	21.88
3	ทักษะทางศิลปะ ความคิดสร้างสรรค์	6	18.75
4	ทักษะในการสื่อสารผ่านงานออกแบบ	6	18.75
5	ทักษะในการประยุกต์งานออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5	15.63

ในประเด็นด้านทักษะของออกแบบเครื่องแต่งกายที่ควรมี ตามทัศนะของนักออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีชื่อเสียง พบว่าทักษะในการค้นคว้าข้อมูล เป็นทักษะที่สำคัญที่สุด

นิรชรา วรรณาลัย กล่าวถึงทักษะที่นักออกแบบเครื่องแต่งกายควรมี คือ การค้นคว้าหาข้อมูล รวมถึงการประยุกต์งานออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า “ทักษะที่ควรมี จินตนาการ การวิเคราะห์บท ตีความบท เข้าใจมัน การตีไฮนก็ตามมาจากการวิเคราะห์ การสังเกตบางงานไม่ได้ขายแค่เรฟเฟอร์เรนซ์เราอาจจะต้องเอาหลายอย่างมาผสมกันเสื้อ กางเกง สี และในเรื่องของยุคสมัย สไตล การซื้อเลือกเนื้อผ้า” (นิรชรา วรรณาลัย, สัมภาษณ์)

นพดล เตโช ให้ความสำคัญกับการค้นคว้า “นักออกแบบต้องมีความขยัน ขวนขวาย และความสามารถในการหาข้อมูล” (นพดล เตโช, สัมภาษณ์) สอดคล้องกับ สุรัตน์ จงดา ที่เห็นว่า “ควรมีการพัฒนาทักษะด้านการค้นคว้าเป็น

### Factor ที่ 3 “การพัฒนาทักษะของนักออกแบบรายบุคคล”

พบว่าการพัฒนาทักษะของนักออกแบบรายบุคคล เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยอย่างไร พบว่า นักออกแบบเครื่องแต่งกายควรมีทักษะ และความชำนาญรายบุคคล ดังนี้ ต้องฝึกทักษะด้านการค้นคว้าหาข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ค้นคว้าความรู้ในสิ่งใหม่ๆ มีการติดตามเทรนด์ในการแต่งกายอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนหมั่นศึกษาความรู้ประวัติศาสตร์ด้านการแต่งกายทั้งไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้ต้องมีทักษะด้านการตีความ การวิเคราะห์ ทักษะทางศิลปะ และการสื่อสาร ดังตาราง

อย่างมาก ปัจจุบันนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงหาได้ยาก ส่วนใหญ่มักเป็นคนที่ชอบทำเครื่องแต่งกาย แต่ไม่นิยมนักออกแบบเครื่องแต่งกายที่รู้จักจริงรู้กว้าง และประสบการณ์ในการออกแบบน้อย” (สุรัตน์ จงดา, สัมภาษณ์)

สุกัญญา มะเรืองประดิษฐ์ ให้ความสำคัญกับการค้นคว้าและ และความเข้าใจในศิลปะ “สิ่งแรกคือต้องมีความรู้ทางด้านศิลปะอยู่แล้ว ในเรื่องของสี เส้น แสงเงาต่างๆ การใช้สีการนำสีมาใช้ แล้วก็เรื่องของการศึกษาข้อมูล รู้จริง รู้แน่ และเอามาใช้งานได้ รู้ว่าใช้ยังไงสร้างยังไงให้รู้สึกจริง” (สุกัญญา มะเรืองประดิษฐ์, สัมภาษณ์)

ธัญญาวาริน สุขะพิสิษฐ์ กล่าวในทางเดียวกันว่า “แน่นอนว่าต้องเป็นคนที่เข้าใจมนุษย์ ต้องเป็นคนเข้าใจมนุษย์ คำว่าเข้าใจมนุษย์ก็หมายความว่า การที่เราจะออกแบบเครื่องแต่งกายได้เราต้องไปเป็นตัวละครตัวนั้นด้วยว่าตัวละครตัวนั้นมีความรู้สึกนึกคิดแบบไหนจะสื่อสารออกมาอย่างไร” (ธัญญาวาริน สุขะพิสิษฐ์, สัมภาษณ์)



ภาพที่ 3 ภาพการนำเสนอการค้นคว้าข้อมูลในการออกแบบของนักออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง  
ที่มา: ภาพจากผู้วิจัยบันทึก

พบว่าควรพัฒนาพฤติกรรมและเจตคติของนักออกแบบให้ทันต่อกออกแบบมีจินตนาการ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความอดทน ใฝ่รู้ตลอดเวลา รักษาเวลา รับผิดชอบ และมีความทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับนักออกแบบเครื่องแต่งกายที่ประสบความสำเร็จ ในประเด็นพฤติกรรมและเจตคติ

ลำดับ	พฤติกรรมหรือเจตคติที่ผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยควรมี	ความถี่	ร้อยละ
1	มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ มีความคิดริเริ่ม	8	19.51
2	มีความอดทน และความพยายาม	7	17.07
3	มีความใฝ่รู้ตลอดเวลา พัฒนาตัวเองอย่างสม่ำเสมอ	5	12.20
4	ตรงต่อเวลา สามารถจัดการกับเวลา	5	12.20
5	มีความรับผิดชอบ	5	12.20
6	ทันสมัย ติดตามความเปลี่ยนแปลงของสังคม	5	12.20
7	มีความซื่อสัตย์ และมีจริยธรรมในวิชาชีพ	3	7.32
8	มีไหวพริบ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	3	7.32

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การเป็นผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยที่จะประสบความสำเร็จในบริบทของไทย จำเป็นต้องอาศัยพฤติกรรมทางด้านความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ และมีความคิดริเริ่ม ดัง

ธัญญาวาริน สุขะพิสิษฐ์ ได้เสนอความคิดว่า “สิ่งที่สำคัญที่สุดในการที่คนจะเป็นนักออกแบบเครื่องแต่งกาย ต้องมีจินตนาการค่ะ ต้องมีจินตนาการที่ พี่ว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุดอะ ถ้าเราบล็อกร่างตัวเองว่าต้องเป็นแบบนี้แบบนี้แล้วไม่ใช้จินตนาการเนี่ยมันก็จะออกมาเป็นเสื้อผ้าที่แข็งไม่มีชีวิตอะ อย่างที่บอกว่าคุณสมบัติสำคัญก็คือการเข้าใจมนุษย์ไปแล้วยังก็ต้อง

มีจินตนาการด้วยว่าการที่เราเข้าใจมนุษย์แล้วเราจะเล่าเรื่องนี้เนี่ยทำยังไงให้เสื้อผ้าเรามีชีวิตนะให้คนที่ใส่เสื้อผ้าเราเนี่ย นอกจากว่าจะเป็นแคแรคเตอร์แล้วยังสามารถเล่าเรื่องอารมณ์ความรู้สึกผ่านเสื้อผ้าเราได้ด้วยเพราะฉะนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือต้องมีจินตนาการค่ะ” (ธัญญาวาริน สุขะพิสิษฐ์, สัมภาษณ์)

ที่น่าสนใจในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยที่จะประสบความสำเร็จ พบว่าพฤติกรรมด้านความอดทน และความพยายาม เป็นที่กล่าวถึงอย่างกว้างขวาง ดังที่ ปวีเรศ วงศ์อร่าม และสุกัญญา มะเรื่องประดิษฐ์ ได้ขยายความดังนี้

“ความอดทนจริงๆ ณ วันหนึ่งที่แบบเราเป็นผู้ช่วย เราารู้สึกว่าเรายิ่งทำงานให้สโตร์ลิส หรืออะไรแบบอย่างนี้ ต้องใช้ความอดทนมากเลย วุ่นมาก จะต้องไปนั่งรอป่าแก่ เสื้อแก้อะไรต่อมิอะไร แต่พอวันหนึ่งพอเราก้าวขึ้นมาเป็น หัวหน้างานก็จะโดนกดดันอีกอย่าง คำพูดหรืออะไรสักอย่าง ทำร้ายที่สุดมันคือชีวิตจริงอะ อันนี้ความอดทนบวกเข้าไปอีกหนึ่ง” (ปวเรศ วงศ์อร่าม, สัมภาษณ์)

“ควรจะมีเรื่องของความอดทน ความอดทนในการทำงาน อันนี้ที่จำกั๊วคงแคบในเรื่องของโปรดักชั่นหนังนะ เรื่องความอดทนนะมันเป็นจุดใหญ่จุดใหญ่ในการที่จะสร้างงาน การอดทนแล้วก็การจัดการเวลา เพราะว่าสิ่งหนึ่งที่พี่ถูกสอนมา ท่านมัยบอกพี่ว่า “ไม่รอ เสื้อผ้าหน้าผมฉันไม่รอ” หมายถึงว่าเราต้องมาก่อนแล้วก็เสร็จเป็นคนสุดท้าย เพราะฉะนั้นเราต้องอดทน เราต้องใช้กำลังกาย กำลังใจในการทำงานที่แบบว่าค่อนข้างที่จะแข่งกับเวลา ซึ่งมันอาจจะไม่เห็นกับหนังเล็กๆ แต่ถ้าเกิดว่าเป็นหนังที่ใช้ตัวประกอบอย่างเอ็กซ์ตราประมาณสัก หนึ่งร้อย สองร้อย ถึงหนึ่งพันคน” (สุกัญญา มะเรื่องประดิษฐ์, สัมภาษณ์)

นอกจากนั้นยังมีข้อเสนอแนะในพฤติกรรมในแง่ Soft skill และมนุษยสัมพันธ์ ดังที่ นพดล เตโช ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ และ ชญานุช เสวกวัฒนา ได้ขยายความ

“นักออกแบบควรมีความใส่ใจ และ ใจรัก การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความขยัน ขวนขวาย และความสามารถในการหาข้อมูล” (นพดล เตโช, สัมภาษณ์)

“เราต้องถามตัวเองก่อนแล้วกันว่าเรารักการทำอาชีพนี้หรือเปล่า การที่ทำเป็นอาชีพได้ พี่มองว่าทุกๆ อาชีพอะคะมันมีคนทำอยู่แล้วแต่ว่ามันจะดีไม่ดีขึ้นอยู่กับแพชชั่นขึ้นอยู่กับความรักที่เรามีต่ออาชีพของเราหรือเปล่าแน่นอนว่าพี่ทำอาชีพผู้กำกับมาเนี่ย มันก็ไม่ได้ร้ายแต่พี่มีแพชชั่นมีความรักในการที่ทำอาชีพพี่อะแล้วพี่ก็สนุกทุกครั้งเมื่อพี่มีเรื่องอยากเล่า” (ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์, สัมภาษณ์)

“ควรมีความ Empathy (ความเข้าใจ) เพราะศิลปะเป็นสิ่งที่คนชอบไม่เหมือนกัน งานของเราหนึ่งงาน อาจจะมีทั้งคนชอบไม่ชอบ ถ้าตัวเราไม่อคติต่อคำวิจารณ์ มันจะช่วยเราพัฒนางานไปได้มากขึ้น แต่ในความ Empathy ก็ต้องมีความหนักแน่นในตัวเองมากๆ เช่นกัน ไม่อย่างนั้นงานออกแบบของเรา ก็จะออกมาไม่ได้ภาพแบบที่เราต้องการ” (ชญานุช เสวกวัฒนา, สัมภาษณ์)

#### Factor ที่ 4 “การพัฒนาด้านธุรกิจ และมุมมองทางธุรกิจ การออกแบบ”

พบว่าการพัฒนาด้านธุรกิจ และมุมมองทางธุรกิจ การออกแบบ เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยอย่างไร พบว่า มีความจำเป็นที่ต้องเพิ่มทักษะทางด้านการตลาด แนวโน้มธุรกิจบันเทิง การบริหารจัดการ ความรู้ด้านธุรกิจการออกแบบ มุ่งเน้นความเข้าใจ และการทำงานที่ตอบโจทย์ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายทั้งไทย และต่างประเทศ รวมถึงความเข้าใจในด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ

ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ กล่าวว่า “เรื่องธุรกิจก็เป็นเรื่องจำเป็น แน่แน่นอนว่าการที่เราตั้งใจทำเสื้อผ้าเนี่ยเราคงไม่สามารถใช้งบประมาณได้แบบ เต็มที่แน่นอนนะคะ งบประมาณเสื้อผ้าเนี่ยไม่ได้มาก...บริหารจัดการ เรื่องการเงิน เรื่องธุรกิจ มันเป็นเรื่องสำคัญที่เราก็ต้อง ก็ต้องรู้และเข้าใจ เพราะว่าแน่นอนว่าในการทำหนังมันก็คือ งานศิลปะเชิงพาณิชย์”

สอดคล้องกับ นพดล เตโช นิชชรา วรรณาลัย และ ชญานุช เสวกวัฒนา

“ความรู้ทางธุรกิจจำเป็น เพื่อจัดการเรื่องงบประมาณ ฉะนั้นแล้วการจัดการบริหาร ไม่มีอะไรทำไม่ได้ทุกอย่างอย่างสามารถทำได้หมด” (นพดล เตโช, สัมภาษณ์)

“จำเป็น เพราะหนังก็เป็นธุรกิจอย่างหนึ่งและการดีไซนกับการบริหารของเราก็ต้องอยู่ในงบที่เขาให้มา สุดท้ายเราก็คงมานั่งคุยกับฝั่งนายทุนว่ามึงบเท่านี๊ ต้องบริหารอยู่ในงบหรือในกรณีที่ยังไม่พอจริงๆ เราก็คงคุยกันต้องหาจุดตรงกลางพอดกลงกันได้แล้วเราก็คงมาบริหารในงบของเราให้อยู่ในงบ” (นิชชรา วรรณาลัย, สัมภาษณ์)

พบว่าสถานศึกษาที่ผลิตบัณฑิตการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อเข้าสู่ธุรกิจบันเทิงยังขาดทักษะด้านมุมมองทางธุรกิจที่จำเป็น

พบว่านักออกแบบยังมีปัญหาในด้านความเข้าใจ ความรู้ด้านธุรกิจการบริหารจัดการที่จำเป็น อาทิ การบริหารงบประมาณ การบริหารจัดการ การตลาด การทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การบริหารคน การจัดการเพื่อให้งานออกแบบประสบความสำเร็จ และมีประโยชน์มากในการจัดการความสามารถของนักออกแบบได้ตรงตามหน้าที่และเหมาะสม

## Factor ที่ 5 “การสร้างแรงบันดาลใจในการแข่งขันทางธุรกิจ”

พบว่าการสร้างแรงบันดาลใจในการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยอย่างไร พบว่ารัฐควรเข้ามามีบทบาทในการสร้างสถานการณ์ หรือพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนแนวคิด ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การนำเสนอผลงานสร้างสรรค์อาจมาในรูปแบบของมหกรรมนิทรรศการนานาชาติ หรือการจัดการแข่งขันทางการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อกระตุ้นนักออกแบบในด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และเกิดการแข่งขันทั้งในด้านการออกแบบและการค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำเสนอ พบว่ารัฐควรจัดสถานที่ที่ส่งเสริมการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ักออกแบบเครื่องแต่งกาย

พบว่า ปัจจุบันนักออกแบบเครื่องแต่งกายหาแรงบันดาลใจในการคิดงานออกแบบได้จาก Internet เช่น Google, Social Media, Pinterest การดูงานพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ห้องสมุด TCDC ศึกษาจากผลงานจากต่างประเทศ ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ และประสบการณ์ชีวิตและความรู้รอบตัว

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย เป็นต้น ของผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ควรจัดให้มีการรวมกลุ่มนักออกแบบในทุกๆ ระดับ เช่น สมาคม คลัสเตอร์ กลุ่มชมรม จัดทำแผนยุทธศาสตร์ร่วมกันเสนอหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องให้ทำการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อผลที่เป็นรูปธรรมมีช่องทางหรือสื่อสารสาธารณะอยากเป็นรูปแบบในการรวบรวมและนำเสนอผลงานของผู้ออกแบบรวมทั้งมีหน่วยงานดูแลสิทธิ์และควบคุมผลงานของนักออกแบบ ต้องการให้มีการแยกนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงแยกจากนักออกแบบแฟชั่น เพื่อให้มองเห็นถึงความแตกต่างและผลประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับการทำงานของคนที่ทำอาชีพนี้อย่างจริงจัง และตรงตามความต้องการ

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาด้านแนวทางการพัฒนา และยกระดับศักยภาพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทยของผู้ทำงานในธุรกิจบันเทิงไทย พบว่านักออกแบบ

เครื่องแต่งกายควรพัฒนาศักยภาพในการทำงานอยู่เสมอ ควรหาแรงบันดาลใจใหม่ๆ หาความรู้เพิ่มเติมผสมกับสิ่งที่สังคมต้องการ และตอบโจทย์ธุรกิจ ฝึกการคิดนอกกรอบพัฒนา และเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้นสามารถนำไปต่อยอดได้ โดย ภาครัฐ และเอกชนควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับงานออกแบบของไทยอย่างจริงจังให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งตรงกับคุณลักษณะของนักออกแบบตามหลักของ RoseMary Ingham และพฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ

“นักออกแบบที่ดีควรไม่หยุดที่จะเรียนรู้ และหาประสบการณ์ใหม่เพื่อพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง ในทุกสไตล์ของการแสดง” (Rosemary Ingham, 30)

“การเปิดรับสิ่งใหม่ ย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพียงพิจารณา และให้ความสำคัญในการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่” (พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ, 31)

จากการศึกษาด้านปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงไทย

1. Factor ที่ 1 “การส่งเสริมให้เกิดโอกาสในการแข่งขันจากภาครัฐ”
2. Factor ที่ 2 “การยกระดับศักยภาพนักออกแบบ ให้ทัดเทียมนานาชาติ”
3. Factor ที่ 3 “การพัฒนาทักษะของนักออกแบบรายบุคคล”
4. Factor ที่ 4 “การพัฒนาด้านธุรกิจ และมุมมองทางธุรกิจการออกแบบ”
5. Factor ที่ 5 “การสร้างแรงบันดาลใจในการแข่งขันทางธุรกิจ”

สอดคล้องกับ อารี สุทธิพันธุ์ อนุรักษ์ ธรรมรักษาสีทธิ์ อรัญ วานิชกร ดังนี้

“การออกแบบควรมีลักษณะรูปแบบแปลกใหม่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน และถือเป็นต้นแบบ” (อารี สุทธิพันธุ์, 30)

“ควรพัฒนานักออกแบบฯ ช่วงระหว่างวิชาชีพเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเพิ่มโอกาสให้ทัดเทียมนานาชาติ” (อนุรักษ์ ธรรมรักษาสีทธิ์, 5)

“แรงบันดาลใจ (Inspiration) เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการออกแบบ การตลาด ตลอดจนการโน้มน้าวความสนใจและการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง” (อรัญ วานิชกร, 15)

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่ารูปแบบ และตลาดการเติบโตในสาขาอาชีพนักออกแบบเครื่องแต่งกายในธุรกิจ



ปัญหาด้านความอดทนในระบบงานสำหรับเจนเรชั่น Z และ อาจสะท้อนกลับในแง่วิชาชีพด้านการออกแบบเครื่องแต่ง ภายใต้อุตสาหกรรมไทย ต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคใน ปริมาณความรับผิดชอบในงานที่ทำ และการเจรจาต่อรอง การทำงานกับคนหมู่มากยอมทำให้พฤติกรรมด้านความ อดทนสะท้อนให้เห็นเป็นความต้องการหลักของตลาด แรงงาน รวมถึงพฤติกรรมด้าน Soft skills ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ความตรงต่อเวลา กระตือรือร้น และความรับผิดชอบ ยังเป็น สิ่งที่มีความจำเป็นในการพัฒนาต่อยอด

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจ บันเทิงของประเทศไทยยังมีอยู่ในจำนวนจำกัดและขาดการ

ศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบ บุคลากรสายธุรกิจบันเทิงที่ เกี่ยวข้องกับศาสตร์นี้ยังขาดความรู้และความเข้าใจที่ลึกซึ้ง กอปรกับตลาดธุรกิจบันเทิงไทยกำลังเป็นที่ต้องการและมี โอกาสเติบโตในตลาดธุรกิจบันเทิงโลก การเตรียมความ พร้อมของบุคลากรในการทำงานจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้อง ปรับตัวตามตลาดโลก โดยบุคลากรในสายธุรกิจบันเทิงไทย ส่วนใหญ่เกิดจากการนำเอาประสบการณ์ส่วนบุคคลมา ประยุกต์กับการทำงาน ทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญในการต่อย อดสู่ความเป็นนานาชาติ หรือความเข้าใจของศาสตร์ใน ระดับสากล ดังนั้นมีพื้นที่ให้นักวิจัยสามารถเข้าไปทำการ ศึกษากระบวนการทำงานซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถสะท้อน ให้เห็นสถานภาพ และการพัฒนาต่อยอด สู่การทำแผนการ พัฒนานักออกแบบไทยที่เกิดความยั่งยืน

### เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชญาอนุช เสาวกัฒนา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ญัฐกฤตา หาญณรงค์, ปฐมพร ปานกลิ่น และอิสริยาภรณ์ พงษ์จินดา เป็นผู้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์โดยโทรศัพท์ เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2563.
- ญัฐพงษ์ ธรรมรักษาสิทธิ์. (2557). **กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพ: กรณีศึกษานักออกแบบผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมมืออาชีพเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ณิชกาน พงศ์ดิวิฒนากุลและรติมา อัครรุ่งนรินทร์ เป็นผู้สัมภาษณ์ ในระบบ Online เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2564.
- นพดล เตโช เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ปณิตिता สมบัติปิ่น, ศิรประภา วงศ์ภักดิ์ และกษิณีเดช กองแก้ว เป็นผู้สัมภาษณ์ ในระบบ Online เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2564.
- นิรชรา วรณาลัย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ อุมภรณ์ เฟือกเขาวัวไว, ณิชา ชาญสง่าเวช เป็นผู้สัมภาษณ์ ในระบบ Online เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2564.
- นิสตาร์ก เวชยานนท์. (2549). **Competency - Based Approach**. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา. (2552). **ศิลปะแขนงที่เจ็ด เพื่อวัฒนธรรมแห่งการวิจารณ์ภาพยนตร์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ พับลิค บุเคอรี.
- ปวเรศ วงศ์อร่าม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ญัฐวุฒิ ม่วงศรี และวัชรยุทธ เกียรติจรุงพันธ์ สัมภาษณ์โดยโทรศัพท์ เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2564.
- พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ. (2544). **การศึกษาทัศนคติต่อลักษณะอันพึงประสงค์ของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- \_\_\_\_\_. (2542). **เครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง**. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2542,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ศุภชัยวิจัยกสิกรไทย. **Gen Z Frist Jopper รุ่นใหม่เพื่อเข้าใจความแตกต่าง.** สืบค้นเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2564 จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media>.
- สุกัญญา มะเรื่องประดิษฐ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ศุภกร ชูขจร, ปรिता สวัสดิ์วงศ์ และอัญชริญา สุรเสน เป็นผู้สัมภาษณ์ ในระบบ Online เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2564.
- สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. (2549). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย Competency Based Learning (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนซ์ จำกัด (มหาชน).
- \_\_\_\_\_. (2548). แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency. กรุงเทพฯ : ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์.
- สุธี เหมือนวาจา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ญาณินท์ พุกษประมุข, ธัญดา จิตกสิธร และอรณิชา วิริยะ เป็นผู้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์ โดยโทรศัพท์ เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2564.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). **การสื่อสารกับสังคม.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรัญญา วานิชกร. (2547). **แหล่งข้อมูลสำหรับความคิดสร้างสรรค์.** กรุงเทพฯ : วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2547, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2538). **แนวโน้มของอาชีพนักออกแบบในปัจจุบันและอนาคต.** กรุงเทพฯ : วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2538, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Anderson, Barbara. (1997) **Costume Design.** USA : Cengage Learning.
- Campbell, A. 1997. Core Competency -Based Strategy. Boston: International Thomson Business Press
- Cooper, C. 2000. Effective Competency Modeling and Reporting: a Step-by-Step Guide for Improving Individual and Organizational Performance. New York : AMACOM
- Ingam, Rosemary. (2003) **The costume designer's handbook.** USA : Heinemann Educational book, Inc.
- Landis, Deborah N. (2012) **Costume Design.** United Kingdom: The Ilex Press Limited.
- Monaco, J. (2001). **How to read a film : Movies, media, multimedia.** New York : Oxford University Press.
- Mclagan, P. 1997, May. Competencies: The next generation. Training and Development, 51 (5) 40 - 47