



สหัสวรรษใหม่

วิชาออกแบบ : ทศวรรษแรกของศตวรรษที่ 21

ค.ศ. 2000-2010

อ.สมาน สรรพศรี

เมื่อกล่าวถึง ค.ศ. 2000 แล้วก็เป็นธรรมดาที่ต้องมีคำถามว่าอะไรจะเกิดขึ้นบ้าง นักออกแบบซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่ต้องมีการเตรียมพร้อมเตรียมรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคต เป็นภาพที่น่ากลัวหากบอกเชิงประสิทธิภาพและเชิงการแข่งขัน เป็นเรื่องธรรมดาที่มันต้องเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักออกแบบซึ่งต้องเข้าสู่โลกเป็นทรัพยากรมนุษย์ในสังคมยุคใหม่เป็นมนุษย์งานโลกอนาคต เราก็คงไม่ปฏิเสธที่จะเสี่ยงถึงการรับรู้รับมือกับภาวะของโลกช่วงศตวรรษที่ 21. และเริ่มสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบใหม่ ต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่าต้นศตวรรษที่ 21 สังคมมนุษยชาติ จะมีระเบียบกฎเกณฑ์ที่เป็นข้อตกลงร่วมกัน องค์กระบวนานาชาติ และของมวลชนโลกเกิดขึ้นมากมาย จะเห็นถึงปรากฏการณ์ของการเคลื่อนย้ายทุนจากต่างชาติที่มีค่อนข้างอย่างรวดเร็ว ยุคแห่งข้อมูลการขยายเครือข่ายงานเรียกว่า world wide web (www) จะเป็นกระแสสร้างชุมชนโลก ยิ่งอุตสาหกรรมโทรคมนาคม เจริญพัฒนาขึ้นมากเท่าใดก็จะกระตุ้นเร่งเร้าให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากขึ้นตาม อุปกรณ์การสื่อสาร โทรศัพท์เชื่อมต่อระหว่างคนต่อคนไม่จำกัดสถานที่ หรือเวลาใด นี่คือการเส้นทางศตวรรษที่ 21 อันเป็นยุคของโอกาสและผู้สร้างโอกาสให้เกิดขึ้นด้วยตัวเอง

ทิศทางทรัพยากรมนุษย์

การจัดกลุ่มคนสำหรับการจัดการศึกษา และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตของประเทศไทยเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตขึ้นอยู่กับตลาดการค้า ทั้งระบบการค้าภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศ กระบวนการผลิต (global product) จะเป็นการผลิตเพื่อลดต้นทุนสำหรับการแข่งขันในตลาดโลก การบริหารที่ผ่านมาในอดีตเราอาจจะมองถึงประสิทธิภาพในการทำงาน แต่สำหรับอนาคต ทุกข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีจะเป็นตัวช่วยและเครื่องมือหลักในการวางแผนกลยุทธ์ การทำงานการสร้างผลผลิต ทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต จึงมีความสำคัญเป็นปัจจัยร่วมพัฒนาประเทศ มีความเป็นมืออาชีพ ทำงานเป็นทีมเวิร์ก มีวิสัยทัศน์ (visions) ที่มองการณ์ไกล วิเคราะห์ข้อมูลจากอดีต ปัจจุบันและแนวโน้ม เพื่อประกอบการตัดสินใจ

ในประเทศที่พัฒนาจะมีการแบ่งคนไว้เป็นกลุ่มใหญ่ เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและวางแผนในการจัดการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลง และการแข่งขันเสรีทางการค้าเป็นภาพสะท้อนมุมมองทางการจัดการศึกษา ในอนาคตปี 2000 แผนการที่จะก้าวต่อไป เพื่อให้เหมาะสมกับยุคโลกาภิวัตน์ หรือธุรกิจไร้พรมแดน

การแบ่งกลุ่มคนของประเทศไทย อาจจะมีแตกต่างกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วทั่วไป โดยจำเป็นจะต้องมองถึงสภาพของสังคมวัฒนธรรมตลอดจนมองถึงภาวะสังคม (social indicators) จึงประกอบไปด้วยประชากร จำนวนสัดส่วนประชาชนในเขตเมือง การศึกษาโครงสร้างประชากรด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม ภาวะการผลิต สาธารณสุข พื้นฐานของประชากร การมีงานทำ แรงงานไทยในต่างประเทศ แรงงานภาคเกษตรกรรม ในประเทศสถาบันครอบครัว ภาวะมลพิษ ดังนั้นในการจัดกลุ่มคนสำหรับการจัดการศึกษาผลิตบัณฑิตเสริมสร้างความคิดระบบคิดให้กับบัณฑิตในปี 2000 มีดังนี้คือ

1. กลุ่มคนที่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์
2. กลุ่มคนที่มีความรู้ทางวิทยาศาสตร์-มลพิษและสิ่งแวดล้อม
3. กลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านบัญชีและการเงิน
4. กลุ่มคนที่มีความรู้ทางด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
5. กลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญด้านแรงงานบริหารจัดการแรงงาน
อุตสาหกรรม-การเกษตร
6. กลุ่มช่างฝีมือพื้นฐาน เช่นช่างเชื่อม ช่างโลหะ ช่างเครื่องยนต์ ช่างไฟฟ้า
7. กลุ่มระดับหัวหน้างาน ผู้จัดการ ผู้บริหารที่มีฝีมือ
8. กลุ่มคนที่มีความรู้ความเข้าใจในการเพิ่มผลผลิต (productivity)
9. กลุ่มคนที่มีทักษะทางการวิจัยและพัฒนา
10. กลุ่ม professional ที่มีรู้ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ

สำหรับนักออกแบบจัดอยู่ในกลุ่มคน กลุ่มที่ 10 คือ กลุ่ม Professional ซึ่งจะต้องพัฒนาฝึกฝนเป็นวิชาชีพเฉพาะทาง สำหรับแนวคิดการออกแบบในกลุ่มคนด้านคอมพิวเตอร์ก็ต้องเรื่อง การออกแบบ เพื่อสร้างภาพออกแบบเว็บไซต์ ฯลฯ กลุ่มที่ 2 จะเรียนเสริมด้าน การออกแบบสิ่งแวดล้อม กลุ่มที่ 8 จะเรียนกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) และออกแบบอุตสาหกรรม (Industrial Design) ฯลฯ

เพื่อความอยู่รอดและเสริมประสิทธิภาพทางการแข่งขันในศตวรรษที่ 21 การเตรียมรับกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลทางการออกแบบที่มีวิสัยทัศน์ทันต่อความเปลี่ยนแปลงมีความรู้ความสามารถพอในการรองรับการพัฒนาประเทศ ผู้เขียนจึงเสนอทัศนะผ่านประสบการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมาโดยวิเคราะห์พื้นฐานภาพรวมทศวรรษแรกของปี ค.ศ. 2000-2010 อะไรจะเกิดขึ้นวิชาการด้านออกแบบ ทรัพยากรบุคคลทั้งทางตรงวิชาชีพออกแบบ (Design) และสายวิชาข้างเคียงที่อาศัยหลักแนวคิดการออกแบบ (Principle of Design)



แนวโน้มการออกแบบ (Trends of Design)

คส. 2000-2010

คำว่าแนวโน้ม ตามความนิยมเรามักจะกำหนดไว้ 10 ปีเพราะการกำหนดแนวโน้มโดยทั่วไปเรามักจะกำหนดไว้ 1 ทศวรรษก็คือ การคาดการณ์ล่วงหน้า 10 ปี ในอนาคตซึ่งระยะเวลาขนาดนี้สามารถวิเคราะห์ได้จากตัวบ่งชี้ ตัวชี้นำ (indicator) ต่าง ๆ ได้ใกล้เคียง การนำเสนอบทความนี้เป็นการหยิบประเด็นที่เสนอภาพรวมของงานด้านการออกแบบในช่วงปี 2000-2010 โดยวิเคราะห์จากปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในการฉายนิตีที่จะส่งผลกระทบต่อวิชาการด้านการออกแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้คือ

1. กระแสชุมชนโลก (Globalization)
2. ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)
3. กระแสโลกยุค Digital
4. สภาพการแข่งขันทางการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์ (Strategic)
5. ความเจริญทางเทคโนโลยี (Hight Technology)

1. กระแส Globalization ชุมชนโลก

หากนับย้อนประวัติการพัฒนาสังคมโลกมนุษย์ เราจะเห็นว่าเริ่มตั้งแต่สังคมเกษตร การปฏิวัติอุตสาหกรรม เข้าสู่กระแสสังคมยุคข่าวสาร Gobalization เข้ามามีบทบาทพร้อมกับความเจริญอุตสาหกรรม โทรคมนาคม วิทยาการของเทคโนโลยีหรือเทคโนโลยีข่าวสารสนเทศ (Information Technology)และกำลังพัฒนาเข้าสู่สังคมสัญญาณตัวเลขยุค Digital นั่นเอง กระแสชุมชนโลก แบ่งเป็น 3 ระดับของกระแสความเปลี่ยนแปลง ดังนี้คือ

ระลอกที่ 1 1999-2003 : การปรับตัว

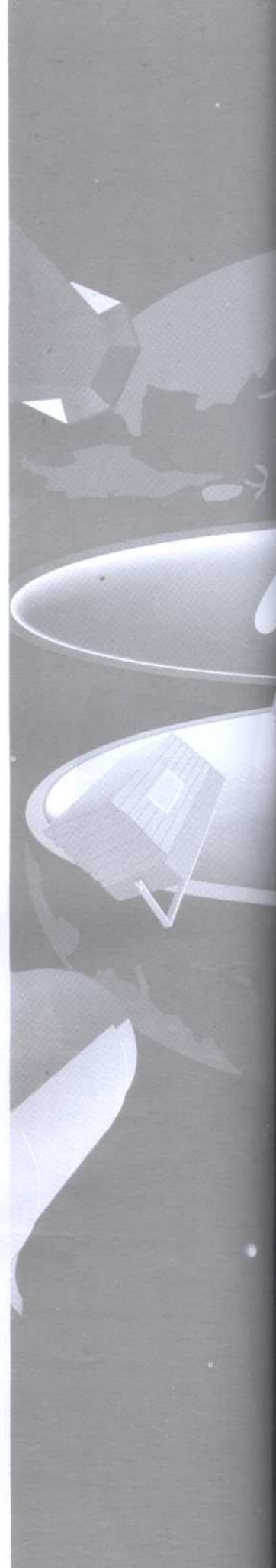
ในต้น ค.ศ.2000 ของประเทศไทยสำหรับวงการธุรกิจออกแบบ อยู่ในระหว่างการปรับตัวและพัฒนาซึ่งเป็นสภาพบรรยากาศของการแข่งขันระหว่างธุรกิจในประเทศ โดยทั่วไป การเคลื่อนตัวเข้ามาของบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ที่มาซื้อหุ้นถือหุ้นร่วมกับบริษัทของไทย หรือตั้งบริษัทใหม่ระบบมาตรฐานการบริหาร พฤติกรรมขององค์กรจะมีการปรับตัวสู่แนวคิดตะวันตกระบบวัฒนธรรมพึงพาเห็นแบบไทยจะถูกเข้าแทนที่โดย การกำหนดพฤติกรรมของงาน ภาระของงาน เวลาการทำงาน แต่ก็ก็มีผลตอบแทนคุ้มค่าเหมาะสมวัฒนธรรมการขอแรงจะลดลง จะเป็นการจ่ายค่าแรงเข้าแทน 2-3 ปี ภายนี้ จะมีการเทคโอเวอร์บริษัทมาก บริษัทจะปิดเพื่อปรับแนวทางใหม่ เพื่อลดค่าใช้จ่าย ภายใต้ท่ามกลางภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไทย การโยกย้ายสับเปลี่ยนผู้มีความสามารถของการบริหารที่เก่งภาษาอังกฤษเพื่อรับมาทำงานร่วมกับนานาชาติ ระลอกนี้คือการเปิด

ประเทศ (โดนต่างชาติยึด) การลดพนักงานลดขนาดองค์กรไปจนถึงเลิกกิจการหรือขายเพื่อเปิดทางให้ต่างชาติร่วมทุน เช่น บริษัทโฆษณาหลายแห่งก็ร่วมมือกับต่างประเทศมากขึ้น กลุ่มธุรกิจออกแบบอุตสาหกรรมกลุ่มนี้อาศัย Designer จากต่างประเทศอยู่แล้วเพราะประเทศไทยนำเข้าทั้งพามาตลอด ระลอกที่ 1 จึงเท่ากับการรับสภาพการปรับตัวทั้งการดำเนินการปัญหา Y2K ขนาดองค์กร ฯลฯ แต่การดำเนินการเพื่อขยายงานแสดงฝีมือ การสร้างผลกำไร ยังมีอยู่ตามปกติตลอดจนคิดสร้างกลยุทธ์จูงใจให้ลูกค้าผู้ให้บริการหันมาใช้เงินซื้อสินค้าในยุคผิดเคื่องเช่นนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ เกิดแนวคิดกระแสการจัดตั้งหน่วยงานขนาดย่อมทางธุรกิจที่มีความอิสระการทำธุรกิจเพื่อปรับตัวโดยการวิเคราะห์ขนาดองค์กร งบประมาณ การลงทุน ความคุ้มทุน กำไร เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในระยะยาวนั่นเอง

ระลอกที่ 2 2004-2007

เกิดสภาพคล่องและแข่งขันสูงมีความเป็นสากล

จากผลของการปรับตัวตั้งแต่ระลอกที่ 1 ทำให้ช่วงนี้เป็นการขึ้นสู่จุดสูงสุดของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่มั่นคงขึ้น มีสภาพคล่องเกิดขึ้นทั้งระบบแต่คงไม่เท่ากับช่วงฟองสบู่ในปลายศตวรรษที่ 20 ของชาวไทย สงครามการแข่งขันเพื่อช่วงชิงลูกค้าและการบริการต้องเต็มไปด้วยประสิทธิภาพ คุณภาพ มีผลสัมฤทธิ์ที่ประเมินได้มีจำนวนคู่แข่งชั้นธุรกิจประเภทเดียวกันหลายบริษัทมีจำนวนมากจึงเป็นโอกาสของลูกค้าผู้บริโภคมมากขึ้น กระแสโลกที่เลื่อนไหลหากันโดยไอ้หนูข่าวสารเทคโนโลยีจะผลักดันให้เกิดแนวคิดที่ยืดหยุ่นปรับตัวตัดสินใจทุกวัน ทำอย่างรวดเร็วจนไม่รอผลเป็นเดือนหรือเป็นไตรมาสเหมือนอย่างแต่ก่อน การกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทำกันทุกวันทุกโครงการมีการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบและทำความเข้าใจมีความรู้จากภาคสังคมเกษตรการเมือง เศรษฐกิจโลก เพราะปัจจัยผันแปรทั้งหมดจะทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ตลอดจึงมีลักษณะงานที่มีอิสระเป็นแบบ independent มากขึ้นและการพัฒนาความแตกต่างที่เหนือคู่แข่งจะเกิดขึ้นในยุคนี้สังคม digital เข้ามาจากระแสสังคมของโลก เช่น สื่อโฆษณาจะเปลี่ยนแปลงจากรดแห่ ป้ายกลางแจ้ง ใบปลิว ไปสู่การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้าช่วยเกิดมโนภาพจากระบบ Internet ป้ายโฆษณากลางแจ้งแบบอิเล็กทรอนิกส์ แบบวีดีโอ wall ป้ายแบบ trivision (แบบพลิกภาพเปลี่ยนภาพสามภาพในป้ายเดียว) ในอเมริกา ญี่ปุ่นนิยมมาก sports vision (ป้ายโฆษณา ขนาด 1 x 4 เมตร เจาะกลุ่มผู้รักกีฬา Dyna vision (แบบพลิกภาพติดตั้งตามบริเวณเข้าออกสนามบิน อาคารผู้โดยสารขาออกเข้าตามสนามบิน) Rotagraphics (ป้ายโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์) จะแสดงภาพพลิกภาพ 2 ทิศทางซ้าย-ขวาหรือบนลงล่างใช้ตกแต่งหน้าร้านโชว์บนเคาน์เตอร์ ฯลฯ สื่อต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้งานโฆษณาสวย สะดุดตา โดดเด่น มีภาพพจน์ทันสมัย ระลอกที่ 2 ของแนวโน้ม



มีธุรกิจการออกแบบ ในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องของการแข่งขันความเป็นสากลโดยอาศัยจุดเด่นของเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาตอบสนองความต้องการของลูกค้า แสดงความต้องการของตลาดเป็นยุคที่มีการซื้อขายข้อมูล งานวิจัยและซื้อทรัพยากรบุคคล เพื่อสร้างความแตกต่างและเหนือคู่แข่งในเชิงกลยุทธ์

ระลอกที่ 3 2008-2010 สงครามการแข่งขันยุค digital

สภาพเศรษฐกิจเป็นปัจจัยในการตัดสินใจ การขยายกิจการการลงทุน ในระยะนี้เป็นช่วงเศรษฐกิจอยู่ในภาวะปกติอัตราการเติบโตลดลงจากช่วงระลอกที่ 2 เล็กน้อย เป็นภาวะปกติที่หลายองค์กรต้องเตรียมปรับสภาพเข้าสู่กระแสเทคโนโลยียุค digital ตลาดการค้าเสรี อาฟต้า นาฟต้า ยูโร ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อทัศนคติแบบเก่าของผู้ประกอบการไทยแบบดั้งเดิม ที่ไม่ปรับตัวพัฒนาเปลี่ยนแปลง องค์กรบริษัทห้างร้านเหล่านี้จะประสบปัญหาและปรับตัวอีกรอบหนึ่งเพื่อความอยู่รอด แต่องค์กรบริษัทที่ทำการปรับตัวเตรียมไว้ในช่วง ระลอกที่ 1-2 จะไม่เกิดปัญหาแถมยังเป็นโอกาสที่เป็นผู้นำตลาด และมีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้นมั่นคงขึ้นอีก จากผลของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วการซื้อข้อมูลงานวิจัย และการให้คำปรึกษาเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก การวางแผนโดยประชาสัมพันธ์ตรงเข้าสู่บ้านด้วยระบบเครือข่าย (network) เข้าตรงถึงตัวถึงบ้านเจาะกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ตัวอย่างในการสื่อสารของไทยในช่วงระลอกที่ 1 มีการนำแนวคิดมีเดียอินดิเพนเดนท์ มาใช้อย่างกว้างขวางปรับจากต่างประเทศเข้ามาโดยบริษัทเซนิช มีเดีย เอเชีย ซึ่งถือกันว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือเป็นบริษัท specialist ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคนี้มีการบริการทางด้านมีเดียครบวงจรให้กับลูกค้า โดยการวางแผนใช้สื่อ การซื้อสื่อ การรายงานสำรวจ วิจัย การให้บริการด้วยระบบที่เรียกว่า zoom optimizer เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวดเร็วและตรงมากที่สุด แนวคิดจะถูกพัฒนาปรับมาถึงช่วงระลอกที่ 2 และระลอกที่ 3 จะเข้าสู่ยุค digital แนวคิดนี้จะเชื่อมเข้ากับเทคโนโลยีขั้นที่ และสามารถใช้ได้อย่างทรงประสิทธิภาพ

2. ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

ประกอบไปด้วย

- สภาพของ สังคม เศรษฐกิจ การเมือง
- พฤติกรรมของผู้บริโภค
- แนวการดำเนินชีวิต (life style)

- ปัญหาสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การอุตสาหกรรม

โลกของการเปลี่ยนแปลง หนีไม่พ้นเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง อย่างแน่นอน ปัจจัยพื้นฐานข้อนี้ นับว่ามีสำคัญอย่างมากเพราะเป็นตัวแปร

หลักโดยตรงที่จะก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ และทำลายเพราะหากเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ไม่ดีมีปัญหาตลกดต่ำ สังคมเน่าเฟะ คนตกงาน สินค้าขายไม่ออก นักการเมืองคอร์รัปชั่นทะเลาะกันไม่เลิก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดภาวะบรรยากาศไร้งานสร้างสรรค์ เพราะขาดบรรยากาศร่วมที่จะทำให้เกิดสิ่งที่ดีในสังคมขึ้นมาได้จึงนับได้ข้อนี้นี้สำคัญมาก

- พฤติกรรมของผู้บริโภค

มีส่วนสำคัญในการกำหนด concept การออกแบบเพราะนักออกแบบนักการตลาดก็ทำงานภายใต้ความต้องการของลูกค้าผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพราะนั่นคือธุรกิจการค้าที่หวัง

ผลกำไร แต่ยุคนี้ความสำคัญของลูกค้าจะทวีความเข้มข้นและแข่งขันทางบริการ และแยกลักษณะความต้องการของลูกค้าออกเป็นกลุ่มอย่างเด่นชัดเป็นแนว เช็กเมนต์ชั้น และ costumization

- **แนวการดำเนินชีวิต** ของสังคมยุคนี้จะกำหนดทิศทางการออกแบบได้เป็นอย่างดีดี แนวการดำเนินชีวิตวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคนี้ผลักดันต้องดิ้นรนเอาตัวรอดคนจะสนใจตนเองเรื่องใกล้ตัว ปัญหาปากท้องปัญหาความอยู่รอด หลักประกันทางสังคมจะมีความสำคัญมากขึ้นเป็นปัจเจกนิยมยึดมั่นถือมั่นโลกความคิดของตัวเองอย่างชัดเจน แนวคิดนี้จะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่ออนาคตของการออกแบบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่นกัน

3. กระแสโลกยุค digital

โลกยุค digital จะกำหนดความต้องการรสนิยมของคนในยุคนี้อย่างมาก เจเนอเรชั่น 2000-2010 มนุษย์ยุคไซเบอร์สเปซ (cyber-space) จะตอบรับกระแสยุค digital ดูกเพื่อนใหม่ที่ต้องรับเงื่อนไขทุกกรณี ในอดีตเราหมั่นหาหนังสืออนาคตเราจะมีหอนคอมพิวเตอร์ทั้งเด็กทั้งผู้ใหญ่จะหลงใหลอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์

4. สภาพการแข่งขันทางการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์ (strategic)

การสร้างสินค้าใหม่

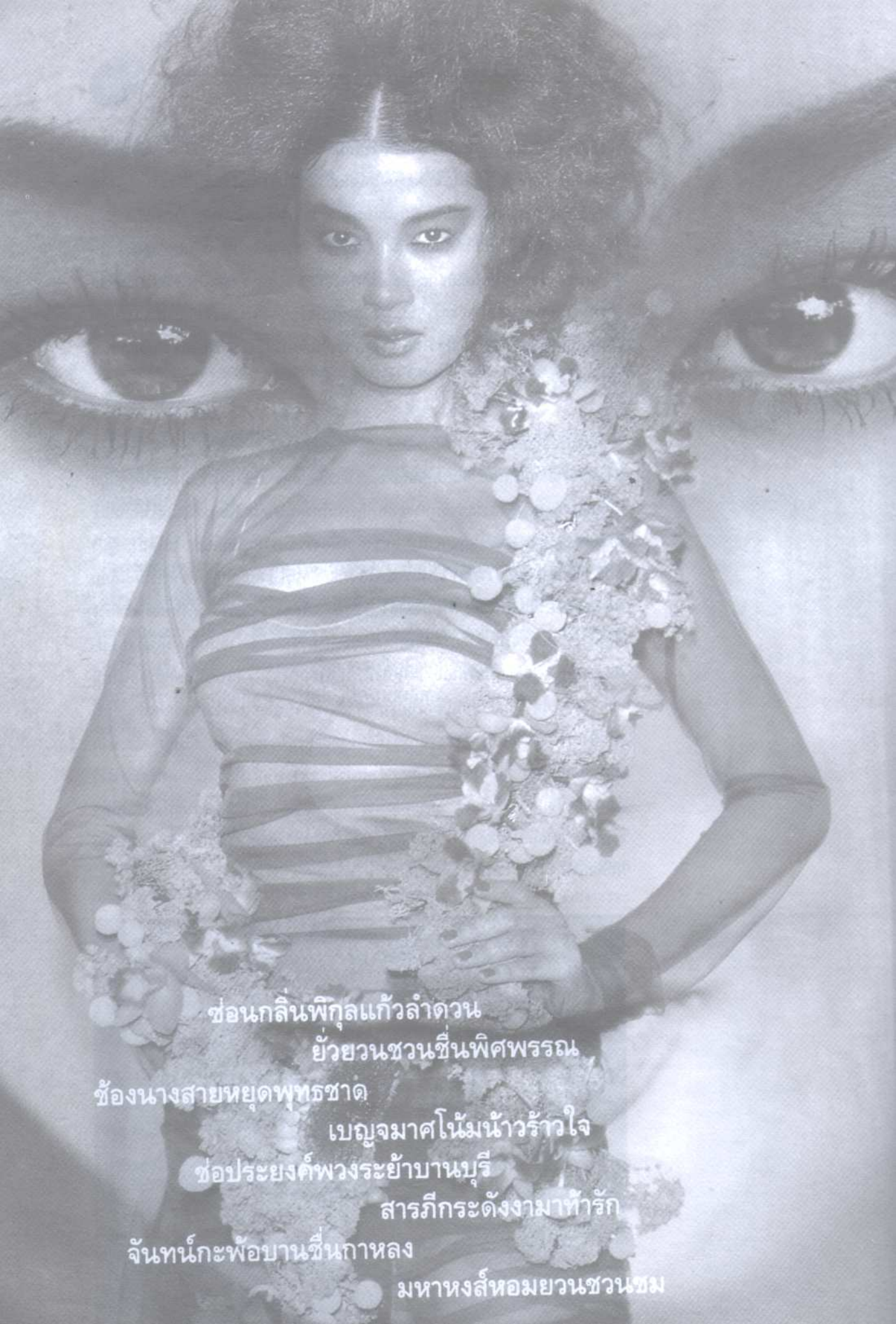
ตัวนำชี้ชัดคือการปรับกลยุทธ์ของบริษัท องค์กร ห้างร้าน สินค้าบริการที่จะพัฒนาเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดเพื่อแข่งขันเพื่อเพิ่มยอดขาย ฯลฯ จะบรรลุผลดังกล่าวงานด้านการออกแบบพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงสินค้า สร้างภาพพจน์สินค้า (image building) โฆษณาส่งเสริมการขายเกิดขึ้น ขบวนการเหล่านี้ก็ต้องอาศัยบุคลากรในสายของงานออกแบบสร้างสรรค์ นักวิชาการหลายฝ่ายคาดการณ์ว่าหลังปี ค.ศ. 2000 จะมีธุรกิจที่สามารถอยู่รอดได้ 5 E คือ energy พลังงาน enviroment สิ่งแวดล้อม electronic education การศึกษา entertainment บันเทิง นักออกแบบ จะแผ่

เข้าไปอยู่ในทุกธุรกิจที่กล่าวมาโดยเฉพาะกลุ่ม entertainment จะมีเรื่องของเพลง ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ วีดีโอ แม้แต่ธุรกิจไอเซนส์ (ลิขสิทธิ์) การซื้อสินค้าของตัวการ์ตูน จากต่างประเทศเพื่อมาผลิตสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ จำหน่าย หรือทำการพัฒนาสินค้า ร่วมทุนกับต่างชาติเพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขัน สร้างเอกสารตำราเสริมหลักสูตรใน รูปแบบของมัลติมีเดีย (multimedia) ซีดีรอม (CD rom) ซึ่งจัดเป็น Edutainment การให้การศึกษารูปแบบของความบันเทิง ดังนั้นปัจจัยของการแข่งขันและการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ จึงมีความสำคัญ และเป็นตัวบ่งชี้ถึงรูปแบบของงานออกแบบ ได้เช่นเดียวกัน

5. ความเจริญทางเทคโนโลยี

โลกยุคนี้เป็นสังคม Information technology และเป็นรอยต่อของสังคมยุค digital เหตุผลของการแข่งขันทางอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) อย่างต่อเนื่องซึ่งที่เราคุ้นเคยเช่น โมโตล่า ผู้นำ อุปกรณ์สื่อสาร มีการวางโครงการสร้างเครือข่ายเคลื่อนที่ระดับโลกคือโครงการอิระเดียม มีการส่งดาวเทียมขึ้นไปโคจรรอบโลกถึง 72 ดวงเพื่อสร้าง ประสิทธิภาพของโครงการ หรือคำว่าไมโครซอฟท์เจ้าตลาดซอฟต์แวร์โลก พัฒนาซอฟต์แวร์ระบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ผลของเทคโนโลยีที่ตัวหน้านี้ เกิดโฮมเพจในรูปแบบนิตยสารออนไลน์ สำหรับชาวเน็ต เป็นสื่อตอบโต้กันได้ (Interactive) เป็นโลกแห่งไซเบอร์สเปซ อันนี้ เป็นสิ่งใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน และยังมีอีกมากสำหรับความก้าวหน้าที่ไม่หยุดยั้ง หากผู้ประกอบการนักธุรกิจนักออกแบบอุตสาหกรรม ฯลฯ หากไม่ได้วางแผนเตรียมการไว้ สำหรับธุรกิจมัลติมีเดียแล้ว อนาคตธุรกิจการองค์กรต้องเลิกแข่งขันและพังไปในที่สุด ธุรกิจเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งเหล่านี้จะมี ผลต่อการกำหนดรูปแบบของการออกแบบในอนาคต





ชื่อนกลิ่นพิกุลแก้วลำดวน

ย้วยวนชวนชื่นพิศพรณ

ชื่อนางสายหยุดพุทธชาติ

เบญจมาศโหม่นน้ำรวใจ

ขอประยงค์พวงระย้าบานบุรี

สารภีกระดังงามาทำรัก

จันทน์กะพ้อบานชื่นกาหลง

มหาหงส์หอมยวนชวนชม

โลกของการออกแบบ

แนวโน้มด้านออกแบบแฟชั่น

ปี 2000- 2010



ประเทศไทยเข้าสู่ระบบการแข่งขันทางการค้าของโลก และรัฐมนตรีนโยบายการ
สร้างรายได้เข้าประเทศด้วยการส่งออกทุกวิถีทางของสินค้าทุกกลุ่ม แฟชั่นเสื้อผ้าก็เป็น
อีกหนึ่งที่มีแนวโน้มอนาคตสดใสมากด้วยการสร้างแบรนด์เนมไทยของไทยขึ้นเพื่อการ
ส่งออกไปยังต่างประเทศ สร้างมาตรฐานระดับอินเตอร์ขึ้น กรุงเทพฯจะเป็นศูนย์กลาง
แฟชั่นของอาเซียนและเป็นจุดสำคัญในระดับโลกเพราะดีไซน์เนอร์ของไทยมีขีดความ
สามารถสูงปัจจัยสิ่งแวดล้อมเกื้อหนุนไม่ว่าจะเป็นห้องเสื้อช่างตัดผู้มีฝีมือ ห้างสรรพสินค้า
ศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีมาก วัยรุ่นของไทยและต่างประเทศมีรสนิยมความเป็นอินเตอร์
และชอบของแปลกใหม่เสมอ ดีไซน์เนอร์ไทยจะไปเปิดแฟชั่นโชว์ที่ยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น
ออสเตรเลีย การแสดงแฟชั่นยุคนี้จะไม่เน้นยอดขาย แต่จะสร้างภาพพจน์แบรนด์เนม
ของไทยเพื่อรับออร์เดอร์ในภายหลัง ชื่อเหล่านี้จะติดตลาดในช่วงนี้ และมีชื่อเสียง คือ
ห้องเสื้อ Fly now, Greyhound, ไข่มุกติก, คาริดาโอเซล ฯลฯ การค้นคว้าตัวเองสู่
ความเป็นอินเตอร์ไม่ใช่การลอกเลียนแบบฝรั่งแล้วจะเป็นอินเตอร์หากแต่ดีไซน์เนอร์
จะคิดพัฒนารูปแบบ คอลเลกชั่นใหม่ ๆ ของดีไซน์เนอร์จะมีการหยิบเอาวิญญานไทย
มรดกไทย จิตวิญญาณเอเชีย-ไทย เข้าไปสู่ผสมกับรูปแบบสากลเพื่อสร้างเอกลักษณ์
ในแบบซึ่งของไทยของโลก สินค้าแฟชั่นส่งออกจะมีรูปแบบที่พัฒนาให้สอดคล้อง
สัมพันธ์กับ life style ของแต่ละกลุ่มประเทศเพราะกลไกการตลาดจะเข้ามามีส่วน
ร่วมกระบวนการคิดและการผลิต

การสร้างอิมเมจและการเน้นความคิดหลักในการออกแบบที่มีลักษณะเฉพาะ
มีแยกกลุ่มเซกต์เมนต์เด่นชัดอย่างชัดเจน มีสไตล์ หลากหลาย มี Original Style,
Individual Style เพิ่มมากขึ้น รสนิยมของคนยุคนี้ จะมีความอิสระและเป็นตัวของตัว
เองยึดถือวิถีแห่งตนเป็นสำคัญ

กิจกรรมแฟชั่นโชว์ประจำปีที เวลด์เทรด และ แกรนด์ฮอลล์ สยามดิศคัพเวอร์รี
เซ็นเตอร์ ดีเอ็มโพเรียม จะเป็นแหล่งจุดประกาย แนวโน้มแฟชั่นแห่งปีของไทย
เพราะที่กรุงเทพฯจะเป็นแหล่งที่ดีไซน์เนอร์ต้องเสนอคอลเลกชั่นล่าสุดของตัวเองออก
แสดงรูปแบบแฟชั่นเสื้อผ้าและสีในช่วงต้นปี 2000 นี้ กลุ่มวัยรุ่นก็ยังคงมีความเป็น
อิสระที่โลบเลียวเป็นตัวของตัวเอง เสื้อผ้าหลากสียังคงมีอยู่ สีโทนคลาสสิกอย่าง
ขาว-ดำ เทา ก็ยังคงอยู่ในใจของผู้รักความหรู สวย สุภาพ สังคมผู้ชายวัยทำงานเสื้อสูทยัง
ครองใจไม่สร่าง ช่วงนี้ผู้หญิงจะมีลูกเล่นเครื่องประดับประกอบในการแต่งตัวมากขึ้น

ความพึงพอใจในการเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพและแต่งตัวให้วาระโอกาสเวลา มีความจำเป็นอย่างมากของคนยุคนี้ และแฟชั่นที่จะเป็นเสน่ห์แปลกตายุคนี้ คือแนวคิดแห่งยุค Cyber and space ยุค digital, internet จะเข้ามามีบทบาทกับกลุ่มวัยรุ่นชอบเท่ แหวกแนว โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ฉะนั้นรูปแบบการแปลกตาใหม่ จะมีให้เห็นมากขึ้น สำหรับแฟชั่นยุคนี้

แนวโน้มงานด้านเอนเตอร์เทนเมนต์

ปี 2000-2010

งานด้านนี้ประกอบไปด้วย ภาพยนตร์ เพลง วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เกมส์ ฯลฯ งานด้านบันเทิงมีความจำเป็นอย่างสูงสำหรับคนในยุคนี้เพราะความเครียดจากการแข่งขัน และภาวะทางเศรษฐกิจ ตลาดภาพยนตร์ของต่างประเทศและของไทย ยุคนี้ก็คงหนีไม่พ้นอิทธิพลศูนย์กลางมาชาของโลกคือ ฮอลลีวูด ความบันเทิงรูปแบบของภาพยนตร์ ก็คงยังไม่ได้รับความนิยมเหมือนเดิม เทคนิคพิเศษต่าง ๆ จะมีความซับซ้อนและไฮเทคมากขึ้น คนกลุ่มหนึ่งก็ยังคงเลือกดูหนังตามโรงหนังอยู่แต่อีกกลุ่มหนึ่งจะแสวงหาความบันเทิงจากโลกของการสื่อสารผ่านดาวเทียม หนังไทยจะหันเข้าสู่การสร้างเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรักชาติ วีรชน ประวัติศาสตร์ วิถีไทย วัฒนธรรมไทย เพราะรัฐบาลเห็นความสำคัญกับการณรงค์ให้คนไทยเยาวชนไทยไม่ทิ้งรากเหง้าของตัวเอง แต่ก็จะเป็นกระแสหนึ่งเท่านั้น ภาพยนตร์สามมิติจะเข้ามามีบทบาท โทรทัศน์จอภาพดิจิตอล แบบเหมือนจริงดูสมจริงจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างความบันเทิงในบ้าน การลงทุนด้านงบประมาณสำหรับ การสร้างภาพยนตร์จะสูงขึ้น คอมพิวเตอร์เกมส์ จะมีเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ดัง ๆ มาสร้างเป็นเกมส์เพราะทำตลาดได้ง่าย กระแสความคลั่งคอมพิวเตอร์และเกมส์จะมีสูงมาก เพราะเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลจะมีมากขึ้นตลอดจนเกมส์ดีวีซีเอ็นเนอร์หันมาสร้างเกมส์ที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้างขึ้นอย่างเกมส์เพลย์สเตชัน ของ โซนี่ ก็ได้ขยายขอบเขตของผู้เล่นเกมส์ให้ครอบคลุมไปตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้ใหญ่ชายหญิง ในช่วงนี้คนไทยก็ยังรับอิทธิพลเกมส์จากอเมริกา ญี่ปุ่น เหมือนเดิม ความเข้มข้นของรางวัลงานออสการ์เกมส์ Academy of Interactive Art and Sciences (AIAS) ที่ลอสแอนเจลิส จะมีบทบาทต่อบริษัทผู้ผลิตเกมส์ และเกมส์ดีวีซีเอ็นเนอร์อย่างมาก อย่างเช่นในปี 1999 มีเกมส์ที่อิงเนื้อหาจากภาพยนตร์ดังสตาร์วอร์สจะเป็นที่นิยมอย่างมากในปี 2000 เกมส์ดีวีซีเอ็นเนอร์จะไม่หยุดนิ่งเพราะการออกแบบเกมส์ใหม่มีผลต่อการสร้างรายได้ขยายบริษัท คนในยุคนี้ก็ยังมีความสนใจในการเล่นใหม่ ๆ ตลอดเวลา

สำหรับเมืองไทยเกมส์ดีวีซีเอ็นเนอร์จะออกแบบสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับศาสนาพุทธ การทำบุญ การแสวงบุญ การผจญภัยเพื่อทำให้จิตใจสงบใช้หลักธรรมะเข้ามากล่อมจิตใจ พระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงจะเป็นเป้าแห่งความหวัง เพราะสังคมไทยศาสนาพุทธก็ยังเป็นศาสนาหลักแต่จิตใจคนเสื่อมสื่อคอมพิวเตอร์จึงเข้ามาช่วยศาสนาพุทธเพื่อเข้าหากลุ่มเยาวชนใหม่ในการจรรโลงศาสนาต่อไป



แนวคิดนโยบายของรัฐต่องานด้านออกแบบของไทย

ในปี 2000-2010

บทบาทเดิมของรัฐที่มีหน่วยงานกระทรวงกรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมด้านการแข่งขันทางการค้าที่ผ่านมานั้นปล่อยให้ภาคเอกชนเขาทำเอง 80% แต่ในยุคนี้นี้ 50% เป็นของรัฐ 50% เป็นของเอกชนโดยเฉพาะแนวคิดการขึ้นจากกรุปการหาข้อมูลการสร้างตลาดใหม่ งานด้านวิชาการ ฯลฯ การสร้างมูลค่าของสินค้า รัฐจะเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการเน้นการออกแบบดีไซน์เป็นเป้าหมายสำคัญ เพราะจินตนาการสำคัญของการออกแบบจะใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ผสานกลมกลืนกับการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ให้ออกมาสวยงามมีคุณค่า สามารถสร้างมูลค่าสินค้าให้มีราคาสูงได้ โดยความร่วมมือกับการสร้างแผนการสภาพการตลาด สร้างภาพพจน์ของสินค้าสู่ความเป็นอินเตอร์ ซึ่งจะให้งานด้านออกแบบ+การตลาด เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ในโลกอนาคตนี้

การออกแบบสื่อสาร

ในปี 2000-2010

การออกแบบสื่อสารยุคนั้นนอกจากเป็นสิ่งพิมพ์หนังสือแบบเดิมนั้นการออกแบบกราฟิกบนจอคอมพิวเตอร์จะเข้ามามีอิทธิพลมาก

ผู้คนในยุคนี้นั้นเป็นเจนเนอเรชั่นไซเบอร์สเปซ คนมีเวลาอยู่กับ Internet การติดต่อข่าวสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ ดังนั้นบนจอจึงทำกันเป็นสื่อสารสำหรับคนในสังคม การออกแบบสื่อสารที่จะทำให้สื่อสารง่ายอ่านง่ายน่าสนใจสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบกราฟิกยุคใหม่อย่างแน่นอน องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ยุคนี้ออกแบบสื่อสารจะเปลี่ยนไปคือความเจริญเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์นักพัฒนาซอฟต์แวร์พัฒนาโปรแกรม เพื่อสร้างเว็บเพจ เว็บไซต์ ให้สวยงามมีมากมายให้เลือก และอีกข้อก็คือความต้องการในสังคมการค้าเสรีการแข่งขันพัฒนาการตลาดเช่นคำว่า พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ หรืออี-คอมเมิร์ซ เราจะได้ยินบ่อย ซึ่งสิ่งนี้เป็นการประกอบธุรกิจซึ่งขายผ่านทางอินเตอร์เน็ต โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ที่อยู่ในกระแสคลื่นของอินเตอร์เน็ตทั่วโลกไซเบอร์มอลล์ (cyber mall) หรือแหล่งช้อปปิ้งบนอินเตอร์เน็ตจะเป็นที่นิยมสูงจากสององค์ประกอบนี้ นักออกแบบกราฟิกยุคนี้ ก็คงต้องออกแบบสร้างสรรค์เพื่อรองรับเจนเนอเรชั่น 2000-2010 ด้วยอินเตอร์เน็ต เว็บไซต์ที่สวยงามโดดเด่นน่าสนใจ น่าติดตามให้สมกับโลกยุคใหม่ต้อนรับสหัสวรรษใหม่

บุคลากรในสาขาวิชาชีพนี้จะมีการรวมตัวกันตั้งเป็นสมาคมวิชาชีพ เพื่อพัฒนามาตรฐานต่าง ๆ ทั้งตำแหน่ง หน้าที่ ค่าตอบแทน กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาวิชาชีพด้านการศึกษามีการจำแนกลักษณะงานได้ชัดเจน จะมีการหยิบหัวข้อดังต่อไปนี้มาพูดคุยกัน เช่น

1. Professional RelationShip
 - 1.1 How Artwork is Commissioned
 - 1.2 Representatives
 - 1.3 Subcontracting
 - 1.4 Brokers
 - 1.5 Employment Agencies
 - 1.6 Sources of talent
 - 1.7 Ethical Standards
 - 1.8 The Graphic Artists Guild Professional Paactices
committee
2. Legal Right and Issues, Professional Issues
 - 2.1 Deductibility of Artwork
 - 2.2 Salestax
3. Pricing & Marketing Artwork
4. Salaries and Trade Customs,
 - 4.1 Employment Conditions
 - 4.2 Starting Salaries
 - 4.3 Broadcast Designers
5. Graphic Design Prices, Illustration Prices and Trade customs
6. Multimedia, Cartooning Animation Prices
7. Standard Contracts and Business Tools ฯลฯ

แนวโน้มการออกแบบสถาปัตยกรรม

ผลของการขยายตัวชุมชนเมืองทำให้เกิดปัญหาทางสังคมมากมายตลอดจนกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนโดยทั่วไปงานด้านสถาปัตยกรรมจึงมีความสำคัญทั้งสถาปนิก นักผังเมือง นักออกแบบ ภูมิสถาปัตยกรรม จะมีกรอบความคิดที่รับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เน้นความสวยงามประหยัดพลังงานเหมาะสมกับชุมชนสังคม ให้ความสำคัญกับระบบนิเวศน์ สิ่งแวดล้อมทางสถาปัตยกรรม อนาคตจะให้คุณค่าสุนทรียภาพทางด้านจิตใจและประโยชน์ ความสะดวกในการใช้งานแถมมีความประหยัดพลังงาน และสอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรมไทยประสานตะวันตกอย่างลงตัว

มีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยการออกแบบมากขึ้นจากผลของการพัฒนาโปรแกรมต่าง ๆ จะทันสมัย ทั้งการ Presentation การแสดงแบบทางสถาปัตยกรรม สร้างภาพ 3 มิติ แบบจำลอง Model โปรแกรมที่ใช้ Autocad, 3D Studio เพื่อสร้างภาพเคลื่อนไหว จะมีการพัฒนาคุณภาพประสิทธิภาพให้สูงขึ้น และจะมีโปรแกรมใหม่เกิดขึ้นเพื่อรองรับความคิดการทำงานของสถาปนิกในอนาคต



การออกแบบศาสตร์แห่งการขึ้นรูปแบบ การทำทายของทศวรรษใหม่เมื่อเข้าสู่ยุค คส. 2000

บุคลิกภาพ - วิสัยทัศน์ ของนักออกแบบ

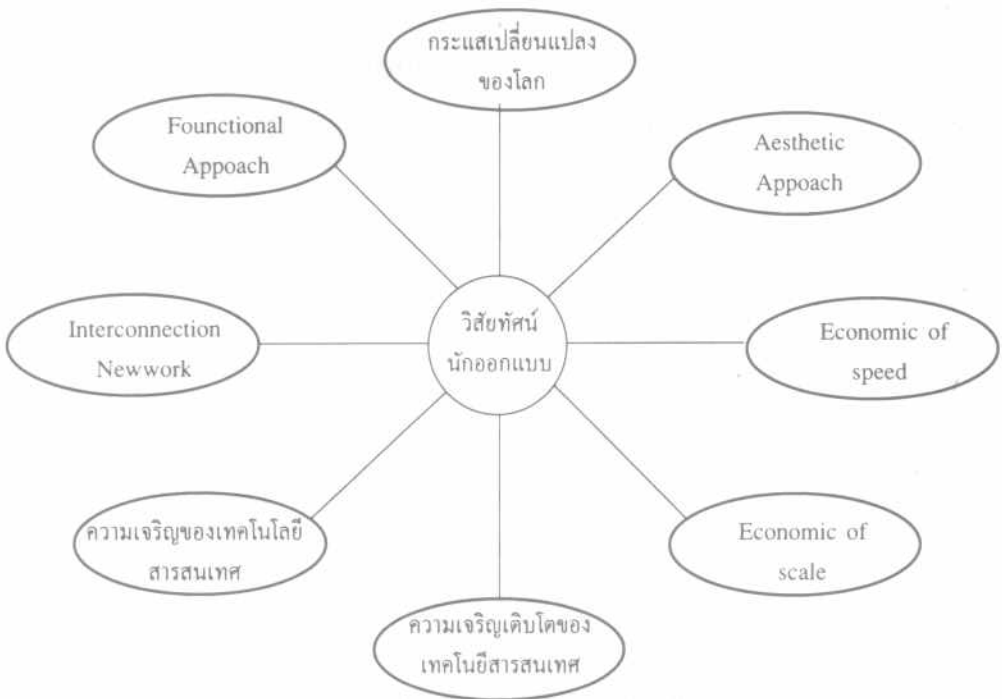
1. มีทักษะและประสบการณ์ในการออกแบบ และสามารถใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
2. มีพื้นฐานความคิดทางธุรกิจการตลาดเปิดมิติทางสังคมเศรษฐกิจการเมือง มีกระแสโลก
3. มีรสนิยมทางความงามติดตามกระแสสุนทรียศาสตร์ของโลก
4. มองไกล ใจกว้างมีคุณธรรมจรรยาบรรณในวิชาชีพ
5. มีความสามารถทางภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร
6. เป็นผู้มีความคิดใหม่เสมอไม่อยู่ในโลกของความเชื่อบังคับที่เป็นสากล (International Mine) ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อหาหลักการที่ตรงกัน

กลไกแห่งการสร้างสรรค์ของนักออกแบบจะรับอิทธิพล และมีโจทย์จากการกำหนดโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะมันคือการแข่งขันทางการค้าและความอยู่รอดของบริษัท เช่น กล้องถ่ายรูป ที่ถ่ายโดยใช้แผ่นกระจกเคลือบสารเคมี จนพัฒนาเป็นแผ่นฟิล์ม บริษัท โกดัก มีชื่อเสียงนี้มาตลอดและบริษัทอื่นก็ไม่ยุ่งด้วย เพราะไม่ถนัด แต่ปลายศตวรรษที่ 21 บริษัทผลิตกล้องถ่ายภาพแบบดิจิทัลไม่ต้องใช้แผ่นฟิล์มถ่ายเสร็จก็ไปพ่วงเข้ากับคอมพิวเตอร์ ฯลฯ นี่ก็เป็นอีกตัวอย่างของการแข่งขันดังกล่าวจะไม่หยุดนิ่ง

การสัมมนาแลกเปลี่ยนการประทุนทางวิชาการออกแบบ

การเปลี่ยนแปลงพัฒนางานออกแบบและงานสายออกแบบมีวิวัฒนาการร่วมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกโดยตลอดจากการผลิตและความรุ่งเรืองของโลกประยุกต์ศิลป์ (Applied Art) ถือเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม Westernization สู่ International alization เป็นการจัดระเบียบโลกเพื่อการพัฒนาสู่นานาชาติ และเกิดการขยายอิทธิพลรูปแบบวิถีชีวิตตะวันตกโดยผ่านทางภาพยนตร์และแฟชั่น ล่วงเข้าสู่ยุคแห่งโลกาภิวัตน์ Globalization ข่าวสารจากเทคโนโลยีนี้ส่งสารคอมพิวเตอร์ ดาวเทียมและเส้นใยแก้วนำแสงเชื่อมยังโลกเข้าด้วยกันเกิดคุณค่าสากลจากเสียงภาพ





ทางด้านการศึกษาและความสนใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมการศึกษาที่ผ่านมากลุ่มวิชาทางด้านการออกแบบเป็นที่ยอมรับ และใฝ่ฝัน โดยทั่วไปของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมาโดยตลอด และไม่มีจำนวนลดลงมีแต่เพิ่มมากขึ้น เพราะศาสตร์ของการออกแบบมีความทันสมัย ยืดหยุ่น สอดรับสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างระบบการทำงานเป็นทีม

สิ่งควรคำนึงของแนวคิดการจัดการศึกษาการออกแบบใน คศ.2000

1. นักวิชาการนักวิจัยอาจารย์ ตระหนักถึงบทบาทเข้าที่การเรียนการสอนเข้าใจถึงปรัชญาของการออกแบบ ตลอดจนการจดพัฒนาความรู้การวางแบบ พัฒนา รูปแบบการ ให้มีความชัดเจน โดยเนื้อหาตรงกับสาระ concept
2. คำนึงถึงโครงสร้างของศิลปกรรมไทย และผสมพื้นฐานสังคมโดยแนวสากล เพราะอนาคตต่างชาติ บริษัทต่างชาติจะเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจ องค์การต่าง ๆ ทุกระดับไป
3. การวางแผนหลักสูตรให้เหมาะสมและมีความทันสมัย ยืดหยุ่น
4. บัณฑิตในอนาคตต้องมีทักษะทางการออกแบบ มีความรอบรู้ และมีจริยธรรมจรรยาบรรณ บัณฑิตต้องสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างได้ต้องพัฒนาศึกษาศลาดแรงงานภาคธุรกิจกับเอกชน

ธุรกิจออกแบบ Business Design

ในที่นี้ขอกล่าวถึงองค์กรบริษัทห้างร้านกลุ่มบุคคล และที่ทำการประกอบการธุรกิจ การค้าที่อาศัยพื้นฐานการเสนองานขายผลงาน ขายความคิด บนพื้นฐานของปรัชญาการออกแบบ Philosophy Design คือเริ่มตั้งแต่ขายความคิดจนไปถึงขายลิขสิทธิ์ผลงานออกแบบ วิจัยพัฒนาการศึกษาสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ฯลฯ กลุ่มธุรกิจการออกแบบ ขอแบ่งเป็นดังนี้

กลุ่มที่ 1 Industrial Design & Product Design

ออกแบบอุตสาหกรรมเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ตู้เย็น รถยนต์ การออกแบบ ก่อสร้าง การออกแบบและการนำไปใช้งาน หรือแม้แต่การออกแบบเซรามิกส์ อุตสาหกรรมเพื่อค้าขายในตลาดไทยตลาดโลก

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมการโฆษณา (Agency)

การออกแบบในวงการโฆษณาทุกชนิดในสังคมธุรกิจ และ คนองค์กรทั่วไป ของรับเอกสารเป็นการดำเนินงานของกิจกรรมทุก เป็นการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา

กลุ่มที่ 3 การออกแบบในกลุ่ม Arts and Entertainment

กลุ่มนี้ประกอบไปด้วยนักออกแบบนิทรรศการ ศิลปิน นักแสดง คือกลุ่มงาน ที่ในความบันเทิงต่าง ๆ ในสังคม ดนตรี โรงละคร นฤมิตศิลป์ การแสดง บัลเลต์ ลิเก หมอลำ ออร์เคสตรา นักร้อง โอเปร่า ภาพยนตร์ วีดีโอเกม ฯลฯ

กลุ่มที่ 4 สถาปัตยกรรมและออกแบบตกแต่ง Architecture and Decorative

กลุ่มที่ 5 ธุรกิจเครื่องประดับ Jewelry เป็นธุรกิจสำคัญที่ทำเงินรายได้เข้าประเทศเป็น 1 ต่อ 10 มาโดยตลอด

มหาวิทยาลัยกับการ

ตั้งสถาบันศูนย์การเรียนรู้การออกแบบ

เพื่อเป็นหลักประกอบการเรียนรู้แบบยั่งยืน

องค์กรพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการออกแบบมีการตั้งสถาบันศูนย์การเรียนรู้ที่ใช้ตัวบุคลากรของสายออกแบบจะต้องเปิดตัวให้กว้างเรียนรู้จากทุกสื่อ ค้นหาแหล่งความรู้อิสระที่มีอยู่ในทุกชนสังคม องค์กร สถาบัน ฯลฯ บุคลากรสาขาออกแบบต้องพร้อมปรับตัว และเข้าหาเวทีแห่งการแลกเปลี่ยนความรู้ให้เท่าเทียมในการศึกษามหาวิทยาลัยจะต้องสร้างศูนย์กลางการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับทุกภาคส่วนการออกแบบพื้นฐานอาชีพ มาตรฐานวิชาชีพ เรียนรู้เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ประสิทธิภาพ ของนักออกแบบมืออาชีพ และเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาการออกแบบของชาวบ้าน ที่เป็นการค้าบริการพื้นเมือง ฯลฯ ศูนย์สถาบันดังกล่าวจะต้องผลักดันให้แหล่งค้นคว้าปฏิบัติทำการทดลองค้นคว้าประดิษฐ์สิ่งใหม่ และถ่ายทอดความรู้ถึงทักษะการดำรงชีพในสังคมและการปรับตัว มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จะมีรูปแบบเป็น Business Unit ผสมผสานกับปรัชญาวิชาการ เพื่อสร้างวิชาชีพ และสร้างความเป็นคนโดยสมบูรณ์ที่เป็นแนว Academic Unit สองส่วนนี้จะเป็พื้นฐานการกำหนดบทบาทของมหาวิทยาลัย ในต้นศตวรรษที่ 21