

การสำรวจทัศนคติและความต้องการของภาคธุรกิจเพื่อการพัฒนาหลักสูตรของสาขาการถ่ายภาพ
กลุ่มวิชานิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
Identifying Attitudes and Needs of Business for Curriculum Development of Photography
Program, Communication Arts and Design Department, KMITL.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กิตติชัย เกษมศานติ
สาขาการถ่ายภาพ กลุ่มวิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

หลักสูตรของสาขาการถ่ายภาพ กลุ่มวิชานิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจะถูกพัฒนาและนำไปใช้ในปีการศึกษา 2555 ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการสำรวจทัศนคติและความต้องการของผู้ประกอบการบุคลากรทางสายอาชีพ ธุรกิจการถ่ายภาพ และศิษย์เก่าเพื่อพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยมีจุดประสงค์ คือ เพื่อทราบแบรนด์ของสาขาการถ่ายภาพ และเปรียบเทียบรายวิชาและหลักสูตรของสาขาการถ่ายภาพ กลุ่มวิชานิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กับ Brooks Institute of Photography, USA โดยแบบสอบถามแบบออนไลน์ถูกส่งไปให้ศิษย์เก่าได้ตอบรับกลับมาจำนวน 45 ชุด และแบบสอบถามที่นำไปให้ธุรกิจทางการถ่ายภาพได้รับตอบกลับมา 225 ชุด และใช้โปรแกรม SPSS คำนวณค่าสถิติโดยใช้ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และผลการวิจัยสรุปได้ว่าแบรนด์ของสาขาการถ่ายภาพคือ “ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี พร้อมในการทำงานจริง มีทักษะทางเทคนิคและขยัน” ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของหลักสูตรและนักศึกษาเช่นกัน และจุดอ่อนของนักศึกษานั้นคือ “ตรงต่อเวลา ทักษะทางคอมพิวเตอร์ และธุรกิจ” และความสำคัญของรายวิชาจากมุมมองของบุคลากรสายอาชีพคือ ภาพถ่ายบุคคล เทคนิคการนำเสนอ แนวคิดของภาพถ่ายโฆษณา มุมมองของอาร์ต ไดเรกเตอร์ ภาพถ่ายแฟชั่น และภาพถ่ายหุ่นนิ่ง งานวิจัยชิ้นนี้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรเนื่องจากทำให้ทราบถึงแบรนด์และความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง และเปรียบเทียบหลักสูตรสาขาการถ่ายภาพระหว่างประเทศไทยกับอเมริกา ซึ่งทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อนของหลักสูตรในปัจจุบัน เพื่อพัฒนาหลักสูตรการถ่ายภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนาหลักสูตร การถ่ายภาพ แบรนด์

Abstract

The curriculum in Photography Program at the Communication Arts and Design Department, KMITL will be developed and launched a new course in 2012. Therefore, this paper investigates and Identifies attitudes and needs of business professional and alumni for curriculum development of photography program. The purpose of this study is to establish brand of Photography program and to identify and compare curriculum of KMITL to Brooks Institute of Photography, USA to develop curriculum for changing into digital technology. The online survey emailed to each alumni was returned back 45 responses and questionnaire for professional in photography business was returned back 225. Consequently, the output from Statistical Package for Social Sciences or SPSS version 14 for Windows program was analyzed by using Frequency and Mean. As a result, Brand of photography program are “Teamwork, ready to work, technical skill, diligence” and these are the strengths of students and curriculum. Additionally, the weakness of students are “punctuality, computer and

technology skill, business skill". Lastly, the importance of course from professional's view are People Photography, Presentation Technique, Advertising Photo Concepts, Art Director's Point of View, Fashion Photography, and Still life Photography. Moreover, this research is one of the first studies that indentify brand of program, customer's need and compare photography curriculum in Thailand and USA and highlight the strengths and weaknesses of the program to increase the efficiency of the program for future students.

Keywords: Curriculum development, photography, brand

1. บทนำ

หลักสูตรของสาขาการถ่ายภาพกลุ่มวิชานิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปี พ.ศ. 2548 และในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีทางการถ่ายภาพได้เจริญก้าวหน้าไปรวดเร็วมาก สถาบันการศึกษามากมายด้านการถ่ายภาพของต่างประเทศได้ปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้สาขาการถ่ายภาพจึงจำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบันเพื่อความสามารถในการแข่งขันต่อไปในอนาคต

งานวิจัยหลายชิ้นได้กล่าวว่า การศึกษาในมหาวิทยาลัยมีความคล้ายคลึงกับธุรกิจเพื่อการค้ามาก (Barnett et al. 2001, Bunzel, 2007; Hemsley-Brown and Goonawardana, 2007; Melewar and Akel, 2005) เพราะมหาวิทยาลัยได้เสนอสินค้าที่เป็นการศึกษาแก่นักศึกษา ซึ่งเป็นหลักสูตรเนื้อหาวิชาที่มีมากมายเหมือนกับร้านค้า หรือศูนย์การค้า (McAlexander et al., 2006) ดังนั้นหลักสูตรการศึกษาก็เปรียบเหมือนสินค้าที่ต้องพัฒนาให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้ออกไปสำรวจความต้องการของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาการถ่ายภาพทั้งนิตยสารและสตูดิโอจำนวน 17 แห่งเกี่ยวกับลักษณะและสิ่งที่ต้องการจากนักศึกษาที่จบจาก สาขาการถ่ายภาพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดประสงค์เพื่อ

1. ระบุว่าแบรนด์ของสาขาการถ่ายภาพคืออะไรในมุมมองของศิษย์เก่าและมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ (เช่น ช่างภาพ ฝ่ายศิลป์ กองบรรณาธิการ บรรณาธิการ)
2. เพื่อประเมินหลักสูตรปัจจุบันของสาขาการถ่ายภาพ ว่ามีจุดไหนที่ต้องปรับปรุง พัฒนา
3. เพื่อพัฒนาหลักสูตรสาขาการถ่ายภาพ โดยเปรียบเทียบกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน

2. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แบนด์ของมหาวิทยาลัย

คำจำกัดความของคำว่าแบรนด์มีมากมาย เช่น แบนด์คือชื่อ สัญลักษณ์ การออกแบบ หรือส่วนผสมของทั้งหมด (Schiffman, et al, 2005) นอกจากนี้ Dibb, et al, (2004) ยังสรุปความหมายของคำว่าแบรนด์ว่า “แบรนด์ คือ ชื่อ การดีไซน์ การออกแบบ สัญลักษณ์ หรือโลโก้ที่ทำให้สินค้าหรือบริการนั้นๆ แตกต่างจากผู้อื่น แบนด์อาจหมายถึงสินค้าเพียงชิ้นเดียว หรือกลุ่มของสินค้าของบริษัทนั้นๆ” และให้คำจำกัดความของ Corporate branding ไว้ว่า Corporate branding “คือ แบนด์ในระดับขององค์กร โดยสะท้อนออกมาใน ชื่อของบริษัท โลโก้ และการสื่อสารทางการมองเห็น สัญลักษณ์ต่างๆ บางตำราเรียกว่า Corporate image, Corporate identity”

แบรนด์ของมหาวิทยาลัยช่วยให้นักเรียนและผู้ปกครองสามารถแยกแยะความแตกต่าง และสนับสนุนให้นักเรียนเกิดความสนใจสมัครเข้าศึกษาต่อ (Melewar and Akel, 2005) นอกจากนี้รายงานดังกล่าวยังระบุว่ากลุ่มที่มีความเกี่ยวข้อง

และได้รับประโยชน์จากมหาวิทยาลัยมีอยู่ 4 กลุ่มคือ นักเรียนนักศึกษา ผู้ปกครอง สถาบันการศึกษา และสังคมในภาพรวม ถึงแม้ว่าสินค้าหลักของมหาวิทยาลัย เช่น การศึกษา หลักสูตร เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ก็สามารถประเมินเรื่องของแบรนด์ได้จากมุมมองนักเรียนนักศึกษาและศิษย์เก่า ในแง่ของคุณภาพการศึกษาและความพึงพอใจต่อประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย (McAlexander, et al., 2006) ด้วยการใช้แบรนด์ สถาบันการศึกษา สามารถสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสถาบันขึ้นมาได้ (Blanton, 2007; Heaney and Heaney, 2008)

อย่างไรก็ตาม แแบรนด์ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดความแตกต่าง แต่ยังทำให้เกิดความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของแบรนด์นั้นๆ ด้วย (Hatch and Schultz, 2003) นั่นเป็นเพราะปรัชญาที่นักศึกษาได้รับก็เปรียบเหมือนการได้เป็นสมาชิกตลอดชีพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง และทำให้นักศึกษาที่จบไปรู้สึกถึงความแตกต่างของมหาวิทยาลัย เหมือนกับแบรนด์ของมหาวิทยาลัยได้ติดตัวศิษย์เก่าไปด้วย (Vidaver-Cohen, 2007) และจากรายงานของ Blanton (2007) กล่าวว่าคนทั่วไปมักนิยมและชื่นชมสถาบันที่มีชื่อเสียงและมีแบรนด์ที่ดี การสร้างแบรนด์ที่ดีทำให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ดีขึ้น และทำให้พนักงานทั้งหมดของมหาวิทยาลัยรู้ถึงทิศทางของสถาบัน และเข้าใจถึงคุณค่าของมหาวิทยาลัยนั้นๆ (Heaney and Heaney, 2008)

2.2 การพัฒนาหลักสูตรของสถาบันการศึกษา (Curriculum development)

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรที่สำคัญมีอยู่ 2 ทฤษฎี เริ่มจากของ Ralph Tyler (1949) และ Jerome Bruner (1960) ที่ทั้งสองทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับไม่ใช่เพียงแค่เป็นทฤษฎีแรกๆ ของการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา แต่เพราะแนวความคิดและหลักการของทั้งสองได้กลายเป็นพื้นฐานของการพัฒนาหลักสูตรให้แก่หลายๆ ทฤษฎีในเวลาต่อมา

ในปี 1959 ที่ Cape Cod ในรัฐแมสซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกา กลุ่มนักวิทยาศาสตร์และนักวิจัยจำนวน 35 คน กำลังประชุมเพื่อพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนของสาขาวิทยาศาสตร์ (Bruner, 1960) โดยการประชุมได้รับการสนับสนุนจาก National Academy of Sciences โดยการประชุมจำนวน 10 วันได้ข้อสรุปและแนวคิดใหม่ๆ จำนวนมากไม่แต่เพียงเฉพาะของสาขาวิทยาศาสตร์เท่านั้น แต่เหมาะสำหรับการศึกษาในสาขาอื่นๆ เช่นกัน และ Jerome Bruner ได้เขียนหนังสือซึ่งสรุปการประชุมครั้งนี้ออกมาชื่อว่า The Process of Education โดย Bruner ได้เสนอว่า “การเรียนรู้ไม่ควรแค่ทำให้เราไปยังจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่มันควรพัฒนาเราให้ไกลกว่าได้โดยง่าย และยังมีพื้นฐานที่ดีมากขึ้นเท่าไร ก็จะสามารถแก้ปัญหาที่หลากหลายได้มากขึ้นเท่านั้น” (pp 17-18) นอกจากนี้เขายังเน้นด้วยว่าการเรียนการสอนนอกจากจะเน้นในเรื่องพื้นฐาน และต้องพัฒนาแล้ว ยังต้องถูกตรวจสอบและวิเคราะห์ให้ใหม่อีกหลายๆ ครั้ง ซึ่งถูกเรียกว่าแนวคิดแบบ “หลักสูตรหมุนเวียน” (Spiral curriculum) ซึ่งหมายความว่าเมื่อเวลาผ่านไป นักศึกษาต้องถูกทดสอบด้วยความรู้พื้นฐานอีกหลายๆ ครั้ง และทำให้ยากขึ้น เพื่อความเข้าใจอย่างถ่องแท้ตนเอง

ก่อนหน้าแนวคิด Bruner ประมาณ 10 ปี Ralph Tyler (1949) ได้ตีพิมพ์ทฤษฎีการพัฒนาหลักสูตรการศึกษา ที่ถือว่าเป็นงานคลาสสิกสำหรับการพัฒนาหลักสูตรในปัจจุบัน ซึ่งมีพื้นฐานมาจาก 4 คำถามต่อไปนี้

1. อะไรคือจุดมุ่งหมาย (Goal) ของการศึกษาที่สถาบันการศึกษาต้องการ
2. การเรียนการสอนทั้งหมดจะสามารถเข้าถึงจุดมุ่งหมายนั้นได้อย่างไร
3. การเรียนการสอนจะถูกจัดการให้ได้รับบทที่ดีได้อย่างไร
4. การเรียนการสอนทั้งหมดจะถูกประเมินค่าได้อย่างไร

2.3 หลักสูตรปริญาตรีสาขาการถ่ายภาพ ของ Brooks Institute of Photography, CA, USA

หลักสูตรปริญาตรีสำหรับช่างภาพอาชีพ (Professional Photography) ออกแบบมาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการทำงานด้านการถ่ายภาพเพื่อเป็นอาชีพ โดยมีวิชาในหมวด ALS (วิชาทางสังคมศาสตร์และภาษา) และวิชาทางธุรกิจถูกรวมเข้าไว้กับหลักสูตรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาในเรื่องการคิดเชิงตรรกะและทักษะทางศิลปะ นอกจากนี้ทาง Brooks Institute of Photography มีจุดประสงค์เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจและประสบการณ์ในสาขาอื่นๆ ด้วย ดังนั้นหลักสูตรจึงถูกออกแบบมาเพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี และธุรกิจที่จะ



เกิดขึ้นในอนาคตได้ โดยแบ่งเป็น The Lower division จะเน้นที่เทคนิคการถ่ายภาพ ทฤษฎี การปฏิบัติและพื้นฐานทางด้านศิลปะ และเมื่อผ่าน Lower division นักศึกษาจะเริ่มต้นเลือกวิชาเอกใน Upper division – ของหลักสูตร Professional Photography ซึ่งมี 4 สาขาดังนี้ 1. ภาพถ่ายโฆษณา (Advertising) 2. ภาพถ่ายเชิงพาณิชย์ (Commercial) 3. ภาพถ่ายบุคคล (Portraiture) 4. การใช้สื่อการถ่ายภาพ (Photo media) ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะกล่าวถึงเพียงสาขาที่ 1-3 เท่านั้น

2.3.1 Lower division

Lower division จะเป็นครั้งแรกของการเรียนในหลักสูตร Professional Photography เป็นวิชาบังคับสำหรับนักศึกษา จุดประสงค์เพื่อสร้างทักษะ เทคนิคทางการถ่ายภาพ ความเข้าใจในเรื่องของการจัดแสง ความเข้าใจในเรื่องการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ในการถ่ายภาพ และความเข้าใจในเรื่องกระบวนการสร้างภาพในระบบดิจิทัล นอกจากนี้ยังมีรายวิชาในส่วนของ ALS (สังคมและภาษา) และธุรกิจเพื่อความรู้ในเรื่องของศิลปะและการจัดการธุรกิจอีกด้วย นักศึกษาจะต้องเรียนวิชาการถ่ายภาพ 1 วิชาและเลือกวิชาในหมวด ALS หรือธุรกิจอีก 1-2 วิชาต่อการเรียน 1 session/8 สัปดาห์

Lower division จะมีระยะเวลา 9 session รวมเวลาประมาณ 1 ปีครึ่ง นักศึกษาจะต้องเลือกวิชาเอกใน upper division ในเทอมสุดท้ายของการเรียน

2.3.2 Upper division

Upper division จะอยู่ในส่วนครึ่งหลังของหลักสูตร ประกอบด้วยวิชาการถ่ายภาพจำนวน 10 วิชา และวิชาส่วนของ ALS และธุรกิจ นักศึกษาจะต้องเลือกวิชาเอก ซึ่งในแต่ละวิชาเอกจะมีวิชาถ่ายภาพอยู่ 6 วิชา นอกจากนี้ยังมีวิชาเลือกทางการถ่ายภาพที่นักศึกษาต้องลงทะเบียนอีก 4 วิชา นอกจากนี้ นักศึกษาสามารถเลือกลงทะเบียนในวิชาเอกได้ถึง 2 วิชาพร้อมกัน แต่ต้องเสียค่าเทอม 2 เท่า

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรของ Lower และ Upper division

วิชาการถ่ายภาพใน Lower division	วิชาใน Upper division		
	วิชาหลักในสาขาภาพถ่ายโฆษณา	วิชาหลักในสาขาภาพถ่ายเพื่อการพาณิชย์	วิชาหลักในสาขาภาพถ่ายบุคคล
พื้นฐานการถ่ายภาพ (Photography Foundation)	Video for Photographers	Video for Photographers	Video for Photographers
การถ่ายภาพเบื้องต้น (Basic Photography)	History of Photography*	History of Photography*	History of Photography*
Intermediate Principles	Commercial Photography	Power of the Portrait	Power of the Portrait
Visual Design History of Art 1 หรือ History of Art 2	Advertising Photo Concepts	Stock Photography	Intermediate Portrait Methods
Lighting Theory*	Advanced Advertising Photography	Commercial Photography	Wedding/Event Photography
Lighting People	Advertising Capstone	Commercial Capstone	Portraiture Capstone
Lighting Studio	วิชาเลือก 4 วิชา	วิชาเลือก 4 วิชา	วิชาเลือก 4 วิชา
Digital Workflow			

2.3.3 วิชาเลือก

นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเลือกได้ไม่ว่าจะเรียนวิชาเอกอะไร ถ้าวิชานั้นๆ นักศึกษามีคุณสมบัติหรือผ่านวิชาบังคับก่อนหน้านั้น นอกจากนี้นักศึกษาสามารถเลือกวิชาเลือกในคณะ สาขาอื่นๆ ในสถาบันได้ทั้งหมดถ้าคุณสมบัติผ่านเกณฑ์ของรายวิชาที่ตั้งไว้ วิชาเลือกทั้งหมดมีจุดประสงค์เพื่อให้นักศึกษาสามารถเลือกในสิ่งที่สนใจและเป็นทักษะความรู้ในระดับสูง โดยจะต้องเลือก 4 วิชา

ตารางที่ 2.2 รายวิชาเลือกของสาขาการถ่ายภาพ Brooks Institute of Photography, CA, USA

รายชื่อวิชาเลือก			
Fashion Photography 1	History of Film	History of Art 1	DVD Design & Authoring
Fashion Photo Industry	History of Design	History of Art 2	Directing 1
Automotive Photography	Cinematography 1	Architectural Photography	Introduction to Documentary
Art Director's Point of View	Underwater Photography	Advanced Architectural Photography	Documentary Production
Commercial Photography	Natural History Photography	Stop-action Photography	Global Storytelling 1
Advertising Photo Concepts	Travel Photography	High-speed Photography	Global Storytelling 2
Advanced Advertising Photography	Action Sports Photography	Typography 1	International Documentary 1
Beauty/Glamour Photography	Stock Photography	Drawing for Designers	International Documentary 2
Advanced People Photography Food Photography	Lifestyle Photography	Intermediate Portrait Methods	HDRI / CGI Methods
Advanced Tabletop Photography	Photography as an Analytical Tool	Celebrity Portraiture	Layout & Design
Audio Storytelling	Advanced Image Manipulation	Wedding/Event Photography	Web Site Development
Photojournalism 1	Advanced Web Design	Sound Mixing 1	Photo-rich Multimedia
Picture Story	Power of the Portrait	Editing 1	Digital Post

2.4 หลักสูตรการถ่ายภาพ กลุ่มวิชานิตศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาการถ่ายภาพ ปัจจุบันใช้หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2548 โดยมีชื่อหลักสูตรคือ “หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการถ่ายภาพ” (Bachelor of Fine and Applied Arts Program in Photography) โดยมีปรัชญาของหลักสูตรคือ “เป็นหลักสูตรที่จะพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ และทักษะในการปฏิบัติวิชาชีพในสาขาวิชาการถ่ายภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และ ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี” และมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อผลิตบัณฑิต ด้านการถ่ายภาพให้มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติทางด้านการออกแบบ สร้างสรรค์ และเทคโนโลยีอย่างมีคุณภาพ
2. เพื่อศึกษาค้นคว้าและพัฒนาการผลิตสื่อทางด้านการถ่ายภาพ
3. เพื่อผลิตบัณฑิตด้านการถ่ายภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดวิชาชีพเศรษฐกิจและสังคม
4. เพื่อเผยแพร่ ความรู้ด้านการถ่ายภาพสู่สังคมและดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม

วิชาในกลุ่มวิชานิตศิลป์หลักสูตรของสาขาวิชาการถ่ายภาพในปัจจุบัน (2548)

1. พื้นฐานการถ่ายภาพ	2. กระบวนการสร้างภาพขาวดำ	3. การจัดแสง 1
4. เทคนิคการควบคุมระยะและสัดส่วน	5. การจัดแสง 2	6. ภาพถ่ายบุคคล 1
7. ภาพถ่ายหุ่นนิ่ง	8. ประวัติศาสตร์ภาพถ่าย	9. การออกแบบเครื่องแต่งกาย
10. ภาพถ่ายบุคคล 2	11. ภาพถ่ายโฆษณา	12. ภาพถ่ายสถาปัตยกรรมและทิวทัศน์
13. ภาพถ่ายดิจิทัล	14. ภาพถ่ายแฟชั่น	15. การฝึกงานถ่ายภาพ
16. ภาพถ่ายประกอบนิตยสาร	17. ธุรกิจการถ่ายภาพ	18. ศิลปนิพนธ์

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากร: งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และได้กำหนดประชากรดังนี้ ศิษย์เก่า จำนวน 50 คน และบุคลากรทางสายอาชีพ จำนวน 200 คน

3.2 แบบสอบถาม: การสร้างเครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม เพื่อค้นหา “แบรนด์” “คุณสมบัติที่ต้องการ” และ “ประเมินหลักสูตรปัจจุบัน” เพื่อพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการถ่ายภาพ กลุ่มวิชานิตศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันโดยมีเนื้อหา ดังนี้

- แบรนด์ของสาขาวิชาการถ่ายภาพ
- คุณสมบัติที่ต้องการจากนักศึกษาสาขาวิชาการถ่ายภาพ
- ประเมินว่ารายวิชาไหนที่เหมาะสมกับปัจจุบัน และรายวิชาไหนสมควรเปลี่ยนโดยเปรียบเทียบกับหลักสูตร

ของต่างประเทศ

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบรนด์ของนักศึกษาสาขาวิชาการถ่ายภาพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) จาก น้อยที่สุด จนถึงมากที่สุด และคุณสมบัติที่ต้องการจากนักศึกษา โดยเกณฑ์ของการประเมินเป็นแบบจัดอันดับคุณสมบัติที่ต้องการเรียงจาก 1-11 และประเมินด้วยค่าเฉลี่ย (Mean)

ตอนที่ 3 การปรับปรุงรายวิชาโดยการเลือกวิชาของสาขาการถ่ายภาพ จาก Brooks Institute of Photography, USA และสาขาการถ่ายภาพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง มาให้ประเมินโดยผู้ตอบแบบสอบถาม จะไม่รู้ว่าเป็นวิชาไหนเป็นของที่ไหน เพื่อป้องกันเรื่องอคติ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) และประเมินด้วยค่าเฉลี่ย (Mean)

4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำแบบสอบถามออนไลน์ให้ศิษย์เก่าจำนวน 45 คน และแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากรทางสายอาชีพ (เช่นช่างภาพ ฝ้ายศิลป์ กองบรรณาธิการ) จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสายงานทางด้านการถ่ายภาพจำนวน 17 แห่ง จำนวน 225 คนจากสถานที่ต่างๆ ดังนี้

ธุรกิจนิตยสาร: A DAY, Hamburger, LIPS, Honeymoon & Travel, ART4D, สดสัปดาห์ ชีวจิต WE Magazine, DAYBED, APS (อมรินทร์ Printing service), Priewish (บริษัทสิ่งพิมพ์ของเปรียว)

ธุรกิจสตูดิโอ: Create Image ชานี eyes สตูดิโอ ชูบชีวิต สตูดิโอ Visionary Mind สตูดิโอ เนียบนิยม สตูดิโอ

4.1 ลักษณะของนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพ ลาดกระบังจากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพและศิษย์เก่า

ตารางที่ 4.1 ลักษณะของนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพ ลาดกระบังจากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ

นักศึกษาที่จบจากสาขาการถ่ายภาพ ลาดกระบัง “มีลักษณะอย่างไร”			
อันดับ	มุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ	(เต็ม 5)	มุมมองจากศิษย์เก่า (เต็ม 5)
1	ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี	3.81	ทักษะทางเทคนิค 4.23
2	ความพร้อมในการทำงานจริง	3.66	ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี 4.16
3	ทักษะทางเทคนิค	3.65	ความขยันทำงาน 4.00
4	ความขยันทำงาน	3.62	ความพร้อมในการทำงานจริง 4.00
5	ทักษะทางทฤษฎี	3.58	ทักษะการสื่อสารกับผู้อื่น นำเสนอข้อมูลได้ดี 3.58
6	เก่งศิลปะ	3.58	เก่งศิลปะ 3.57
7	ทักษะการสื่อสารกับผู้อื่นนำเสนอข้อมูลได้ดี	3.54	ทักษะทางทฤษฎี 3.48
8	ตรงต่อเวลา	3.53	มีทักษะทางคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีใหม่ และการ retouch 3.48
9	มีทักษะทางคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีใหม่ และการ retouch	3.47	ตรงต่อเวลา 2.90
10	ทักษะทางธุรกิจ	3.11	ทักษะทางธุรกิจ 2.69



ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องประเมินลักษณะต่างๆ ของนักศึกษา ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) จาก น้อยที่สุด จนถึงมากที่สุดและนำมาหาค่าเฉลี่ย จากตารางจะพบว่า 4 อันดับแรกของลักษณะของนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพคือ “ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ความพร้อมในการทำงานจริง ทักษะทางเทคนิค และความขยันทำงาน” ซึ่งทั้ง 4 ข้อนี้คือ “แบรนด์” ในปัจจุบันของสาขาการถ่ายภาพ จากมุมมองของลูกค้า ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มธุรกิจการถ่ายภาพ

และ 4 อันดับแรกจากมุมมองของศิษย์เก่าคือ “ทักษะทางเทคนิค ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ความขยันทำงาน ความพร้อมในการทำงานจริง” ซึ่งทั้ง 4 ข้อนี้คือ “แบรนด์” ในปัจจุบันของสาขาการถ่ายภาพ จากมุมมองของศิษย์เก่า

4.2 คุณสมบัติที่ต้องการจากนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพ จากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ

ตารางที่ 4.2 คุณสมบัติที่ต้องการจากนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพจากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ

อันดับ	“คุณสมบัติใดที่ท่านต้องการ” จากนักศึกษาที่จบจากสาขาการถ่ายภาพ	คะแนน (เต็ม 11)
1	ความขยันทำงาน รับผิดชอบ	9.30
2	ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี	7.51
3	ตรงต่อเวลา	7.48
4	ซื่อสัตย์สุจริต	7.14
5	ทักษะทางเทคนิค	6.54
6	ความพร้อมในการทำงานจริง แก้ปัญหาได้ดี	5.83
7	มีทักษะทางคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีใหม่ และการ retouch	5.21
8	เก่งศิลปะ	5.17
9	ทักษะการสื่อสารกับผู้อื่น นำเสนอข้อมูลได้ดี	5.16
10	ทักษะทางทฤษฎี	4.77
11	ทักษะทางธุรกิจ	1.86

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องจัดลำดับคุณสมบัติที่ต้องการโดยเรียงจาก 1 = ต้องการน้อยที่สุด ถึง 11 = ต้องการมากที่สุด หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงนำค่าเฉลี่ย จากตารางจะพบว่า 3 อันดับแรกของคุณสมบัติที่ต้องการคือ ความขยันทำงาน รับผิดชอบ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ตรงต่อเวลา ซึ่งทั้ง 3 ข้อนี้คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพ

4.3 ความสำคัญของรายวิชาต่าง ๆ จากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพและศิษย์เก่า

ตารางที่ 4.3 ความสำคัญของรายวิชาต่าง ๆ จากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ

ความสำคัญของรายวิชา				
อันดับ	มุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ	เต็ม 5	มุมมองของศิษย์เก่า	เต็ม 5
	รายวิชา		รายวิชา	
1	ภาพถ่ายบุคคล (People Photography)	4.22	ภาพถ่ายบุคคล (People Photography)	4.78
2	เทคนิคการนำเสนอ (Presentation Technique)	4.20	แนวคิดของภาพถ่ายโฆษณา (Advertising Photo Concepts)	4.60
3	แนวคิดของภาพถ่ายโฆษณา (Advertising Photo Concepts)	4.17	การจัดการภาพถ่ายดิจิทัล (Digital Workflow)	4.58
4	มุมมองของอาร์ต ไดเรกเตอร์ (Art Director's Point of View)	4.17	มุมมองของอาร์ต ไดเรกเตอร์ (Art Director's Point of View)	4.58
5	ภาพถ่ายแฟชั่น (Fashion Photography)	4.14	ภาพถ่ายหุ่นนิ่ง (Still life Photography)	4.57
6	ภาพถ่ายหุ่นนิ่ง (Still life Photography)	4.08	เทคนิคการนำเสนอ (Presentation Technique)	4.53
7	การออกแบบและการจัดวาง layout (Layout & Design)	4.00	ภาพถ่ายเชิงพาณิชย์ (Commercial Photography)	4.42
8	ภาพถ่ายเชิงพาณิชย์ (Commercial Photography)	3.98	ภาพถ่ายประกอบนิตยสาร (Editorial Photography)	4.41
9	การจัดการภาพถ่ายดิจิทัลระดับสูง (Advanced Image Manipulation)	3.95	ภาพถ่ายแฟชั่น (Fashion Photography)	4.37
10	ภาพถ่ายเชิงศิลป์ (Fine Arts Photography)	3.92	ธุรกิจการถ่ายภาพ	4.37
11	การจัดการภาพถ่ายดิจิทัล (Digital Workflow)	3.92	การออกแบบและการจัดวาง layout (Layout & Design)	4.30
12	ภาพถ่ายประกอบนิตยสาร (Editorial Photography)	3.90	ภาพถ่ายสถาปัตยกรรม (Architectural Photography)	4.11
13	ธุรกิจการถ่ายภาพ	3.88	การออกแบบและทำภาพประกอบ (Design and Illustration)	4.11
14	ภาพถ่ายสถาปัตยกรรม (Architectural Photography)	3.85	ภาพถ่ายเชิงศิลป์ (Fine Arts Photography)	4.06
15	อุตสาหกรรมภาพถ่ายแฟชั่น (Fashion Photo Industry)	3.85	การจัดการภาพถ่ายดิจิทัลระดับสูง (Advanced Image Manipulation)	4.04
16	ภาพถ่าย Stock (Stock Photography)	3.85	ภาพถ่ายสารคดี (Documentary Photography)	4.02
17	ภาพถ่ายวารสาร (Photojournalism 1)	3.78	Zone System	4.00
18	การออกแบบและทำภาพประกอบ (Design and Illustration)	3.73	ภาพถ่ายวารสาร (Photojournalism 1)	4.00
19	ภาพถ่ายสารคดี (Documentary Photography)	3.68	การพัฒนาเว็บไซต์ (Web Site Development)	3.97
20	ภาพถ่ายสารคดีท่องเที่ยว (Travel Photography)	3.67	ภาพถ่าย Stock (Stock Photography)	3.88
21	การพัฒนาเว็บไซต์ (Web Site Development)	3.51	ภาพถ่ายสารคดีท่องเที่ยว (Travel Photography)	3.66
22	ภาพแต่งงานและงานพิธี (Wedding/Event Photography)	3.41	อุตสาหกรรมภาพถ่ายแฟชั่น (Fashion Photo Industry)	3.16
23	Zone System	3.33	ภาพแต่งงานและงานพิธี (Wedding/Event Photography)	3.14
24	ภาพถ่ายใต้น้ำ (Underwater Photography)	3.22	ภาพถ่ายใต้น้ำ (Underwater Photography)	3.13

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องประเมินความสำคัญของวิชาต่างๆ ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) จาก น้อยที่สุด จนถึงมากที่สุดและนำมาหาค่าเฉลี่ย โดยนำวิชาจากสาขาการถ่ายภาพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และจาก Brooks Institute of Photography มาผสมกัน โดยไม่ระบุว่าวิชาไหนมาจากหลักสูตรใดเพื่อป้องกันเรื่องอคติ

จากตารางพบว่า ในมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ วิชาที่มีความสำคัญ 5 อันดับแรกคือ 1. การถ่ายภาพบุคคล 2. เทคนิคการนำเสนอ 3. แนวคิดของภาพถ่ายโฆษณา 3. มุมมองของอาร์ต ไดเรกเตอร์ 4. ภาพถ่ายแฟชั่น และ 5. ภาพถ่ายหุ่นนิ่ง

และในมุมมองของศิษย์เก่าวิชาที่มีความสำคัญ 5 อันดับแรกคือ 1. การถ่ายภาพบุคคล, 2. แนวคิดของภาพถ่ายโฆษณา 3. การจัดการภาพถ่ายดิจิทัล 3. มุมมองของอาร์ต ไดเรกเตอร์ 4. ภาพถ่ายหุ่นนิ่ง 5. เทคนิคการนำเสนอ

5. ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 แบรินด์ของสาขาการถ่ายภาพ

จากจุดประสงค์ที่ต้องการทราบว่าแบรินด์ของสาขาการถ่ายภาพคืออะไรในมุมมองของศิษย์เก่าและมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพ (เช่นช่างภาพ ฝ่ายศิลป์ กองบรรณาธิการ บรรณาธิการ) จากตารางที่ 4.1 ลักษณะของนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพ ลาดกระบังจากมุมมองของบุคลากรทางสายอาชีพและศิษย์เก่า พบว่าอันดับ 1-4 ของศิษย์เก่าและภาคธุรกิจตรงกันทำให้สามารถสรุปได้ว่าแบรินด์ของสาขาการถ่ายภาพคือ

“ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี พร้อมในการทำงานจริง มีทักษะทางเทคนิคและชยัน”

ซึ่งถือว่าเป็นแบรินด์ที่ดีเพราะมีความสอดคล้องกับ “คุณสมบัติที่ต้องการ” จากภาคธุรกิจ และสิ่งนี้คือจุดแข็งของนักศึกษาที่จบจากสาขาการถ่ายภาพ

และจากจุดประสงค์ที่ต้องการประเมินหลักสูตรของสาขาการถ่ายภาพว่ามีจุดไหนที่ต้องปรับปรุง พัฒนา สามารถวิเคราะห์ได้จากข้อเสียของนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพได้จาก 3 อันดับท้ายสุดของตารางที่ 4.1 เช่นกัน ซึ่งทั้ง 3 ข้อสุดท้ายจากมุมมองของภาคธุรกิจและศิษย์เก่าตรงกัน ซึ่งถือเป็นข้อเสียที่สำคัญของนักศึกษา นั่นคือ

“ตรงต่อเวลา ทักษะทางคอมพิวเตอร์ และธุรกิจ”

จากแบรินด์ของสาขาการถ่ายภาพในปัจจุบันได้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ขาดเพียงข้อ “ตรงต่อเวลา” ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติที่ต้องการแต่นักศึกษาสาขาการถ่ายภาพอยู่ในอันดับที่ 8 จึงทำให้ผู้บริหารและอาจารย์ที่สอนควรเพิ่มทักษะการตรงต่อเวลาของนักศึกษาให้มากกว่านี้เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานจริง

นอกจากนี้ทั้งมุมมองจากภาคธุรกิจและศิษย์เก่าที่ตรงกันคือ ทักษะทางคอมพิวเตอร์เทคโนโลยีและธุรกิจ ที่อยู่ใน 3 อันดับสุดท้าย ดังนั้นการปรับปรุงหลักสูตรควรเพิ่มวิชาที่เกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีในปัจจุบันและความรู้ในเชิงธุรกิจและการตลาดมากกว่านี้

5.2 คุณสมบัติที่ต้องการจากนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพ

จากผลการวิจัยทำให้พบว่าภาคธุรกิจต้องการคุณสมบัติจากนักศึกษาสาขาการถ่ายภาพคือ 1. ความชยันทำงานรับผิดชอบ 2. ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี 3. ตรงต่อเวลา 4. ซื่อสัตย์สุจริต 5. ทักษะทางเทคนิค

ทักษะ “ตรงต่อเวลา” อยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่นักศึกษามีน้อยมาก (อยู่ในอันดับที่ 8) ซึ่งเมื่อได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร อาจารย์และผู้บริหารควรเน้นทักษะนี้แก่นักศึกษาในทุกๆ รายวิชา นอกจากนี้คุณสมบัติอื่นๆ เช่น ความชยันทำงาน รับผิดชอบ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ล้วนเป็นคุณสมบัติที่ต้องการ ซึ่งส่วนใหญ่ล้วนตรงกับแบรินด์ของสาขาการถ่ายภาพ

5.3 ความสำคัญของรายวิชาในหลักสูตรเมื่อเปรียบเทียบกับรายวิชาของต่างประเทศ

เมื่อทำการเปรียบเทียบจากมุมมองของศิษย์เก่าผลที่ได้เกือบจะเหมือนกันโดยที่ “วิชาภาพถ่ายบุคคล” มีความสำคัญมากที่สุด และวิชาที่ได้คะแนนสูงส่วนใหญ่เป็นวิชาที่อยู่ในหลักสูตรการถ่ายภาพอยู่แล้ว แต่สิ่งที่น่าสนใจคือวิชา “แนวคิดของภาพถ่ายโฆษณา” และ “มุมมองของอาร์ต ไดเรกเตอร์” ซึ่งเป็นวิชาจาก Brooks institute of Photography ได้คะแนนความสำคัญค่อนข้างสูงจากภาคธุรกิจและศิษย์เก่า นั้นแสดงถึงในการทำงานจริงทั้งภาคธุรกิจและศิษย์เก่าต้องการทักษะของนักศึกษาที่เข้าใจและสามารถสื่อสารกับฝ่ายศิลป์หรือหัวหน้าฝ่ายศิลป์ได้ และจากผลที่ได้ทำให้การปรับปรุงรายวิชาเพื่อพัฒนาหลักสูตรสาขาการถ่ายภาพปี 2555 ได้บรรจุวิชาใหม่คือ “การถ่ายภาพเพื่อสื่อสิ่งพิมพ์” โดยใช้เนื้อหาจาก 2 วิชาดังกล่าว

บรรณานุกรม

- Barnett, R., Parry, G., & Coate, K. (2001). Conceptualising curriculum change. *Teaching in Higher Education*, 6(4), 435-449.
- Blanton, J. (2007), “Engagement as a brand position in the higher education marketplace”, *International Journal of Educational Advancement*, Vol. 7 No.2, pp.143-54.
- Bruner, J. (1996). *The process of education*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bunzel, D.L. (2007), “Universities sell their brands”, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16 No.2, pp.152-3.
- Dibb, S., Ferrel, O.C., Simkin, L., Pride, W.K. (2005), “Marketing: Concepts and Strategies”, 5th, Houghton Mifflin
- Hatch, M., Schultz, M.J. (2001), “Are the strategic stars aligned for your corporate brand?”, *Harvard Business Review*, Vol. 79 No.2.
- Hatch, M.J. and Schultz, M.S. (2003), “*Organizational Identity: A Reader*” . Oxford : Oxford University Press.
- Hemsley-Brown, J., Goonawardana, S. (2007), “Brand harmonization in the international higher education market”, *Journal of Business Research*, Vol. 60 No.9, pp.942-8.
- Heaney, J.-G., Heaney, M.F. (2008), “Services branding strategies: using corporate branding to market educational institutions”, paper presented at the Academy of World Business, Marketing and Management Development, Rio de Janeiro.
- Parker, J. (2003). Reconceptualising the curriculum: From commodification to transformation. *Teaching in Higher Education*, 8(4), 529-543.
- Knight, P. T. (2001). Complexity and curriculum: A process approach to curriculum-making. *Teaching in Higher Education*, 6(3), 369-381.
- McAlexander, J.H., Koenig, H.F., Schouten, J.W. (2006), “Building relationships of brand community in higher education: a strategic framework for university advancement”, *International Journal of Educational Advancement*, Vol. 6 No.2, pp.107-18.
- Melewar, T.C., Akel, S. (2005), “The role of corporate identity in the higher education sector: a case study”, *Corporate Communications*, Vol. 10 No.1, pp.41-57.
- Professional Photography (2011), Brooks Institute of Photography, CA, USA
- Schiffman, L., Bednall, D., O’Cass, A., Paladino, A. & Kanuk, L. (2005), “*Consumer Behaviour*”, 3 edn, Pearson Education Australia, French Forest, NSW



Tyler, R. W. (1949) Basic principles of curriculum and instruction. Chicago: University of Chicago Press.

Vidaver-Cohen, D. (2007), "Reputation beyond the rankings: a conceptual framework for business school research", Corporate Reputation Review, Vol. 10 No.4, pp.278-304.

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการถ่ายภาพ (2548), ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง