

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน เป็นการศึกษาอัตลักษณ์องค์กรของสถาบันการศึกษา จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและผลกระทบจากอัตลักษณ์และวิธีการแก้ไขด้วยการนำเสนอสื่อ การสร้างอัตลักษณ์ในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน กลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและผลกระทบ กลยุทธ์และวิธีการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกเชิงลบ โอกาสและผลกระทบ และการสร้างยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษานโยบายแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน
3. เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์จากมุมมองนโยบายการส่งเสริมอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6 แห่งโดยแบ่งสถานที่แห่งละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้บริหาร ได้แก่ อธิการบดี รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร และวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของนักประชาสัมพันธ์

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ประกอบด้วย อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ซึ่งเป็นช่วงที่หมดวาระ อธิการมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีติดประชุมด่วน และอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมติดภาระกิจสำคัญ แต่ทั้ง 3 คน ได้ให้รองอธิการบดีเป็นผู้ให้สัมภาษณ์แทนทั้งจำนวน 3 ท่าน และฝ่ายวิเทศสัมพันธ์ได้เพิ่มเติมข้อมูลในหัวข้อเกี่ยวกับการเตรียมเข้าสู่อาเซียนผ่านทางอีเมล 1 คน และตอบผ่านสอบถามแบบถามที่มีโครงสร้างไว้ 1 คน

ส่วนที่ 1: นโยบายแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

อัตลักษณ์องค์กรและอัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษา

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า การให้ความหมายอัตลักษณ์องค์กรหมายถึง การเป็นภาพสะท้อนหรือภาพลักษณ์ความเป็นตัวตนขององค์กรที่พยายามสื่อสารออกไปให้บุคคลภายนอกสัมผัสและรับรู้ได้ อีกประเด็นที่ว่า การมีจุดแข็งที่เสนอคุณลักษณะอันสำคัญที่สุดและเป็นก้าวแรกนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ ในส่วนอัตลักษณ์ของสถาบันศึกษานั้นต้องประกอบด้วยความเป็นมา การมีวัฒนธรรมแต่ดั้งแต่เดิมที่สะสมมาของสถาบันการศึกษา การสร้างองค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญจากการสะสมมาตั้งแต่ในอดีตที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การที่มีทรัพยากรบุคคลให้เป็นที่ยอมรับในสังคม รวมถึงบัณฑิตที่จบการศึกษาไปแล้วควรมีลักษณะเด่นหรือลักษณะเฉพาะที่รู้และจบจากมหาวิทยาลัยนั้นๆ นอกจากนี้แล้วความสำเร็จตามจุดเน้นที่สะท้อนให้เห็นเป็นลักษณะโดดเด่นที่เป็นหนึ่งของสถานศึกษา เมื่อพูดถึงอัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาหนึ่งๆ จะรู้ได้ทันทีว่าเป็นของสถาบันการศึกษาแห่งใด

หากจะมองอัตลักษณ์กับเอกลักษณ์มีความเหมือนหรือต่างกันนั้น กล่าวได้ว่าเอกลักษณ์ คือ การที่คนอื่นมองตัวเรา ส่วนอัตลักษณ์ คือ เป็นการมองตัวเองหรือกระจกเงาที่มองถึงภาพสะท้อนให้เห็นในเชิงประจักษ์ในรูปแบบหรือสัญลักษณ์ซึ่งการมีอัตลักษณ์ที่เป็นของตนเองอาจจะเป็นได้ทั้งบุคลิกภาพของบุคคล หรือจากการสะสมจากความเชี่ยวชาญจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการตามนโยบายของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา หรือ สมศ. ที่ได้กำหนดให้สถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ระบุอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัย พร้อมตัวบ่งชี้ให้มีการพัฒนาอย่างมีคุณภาพต่อเนื่องและการเข้าสู่ระดับมาตรฐานสากลมีความเป็นเลิศทางวิชาการตามอัตลักษณ์ที่กำหนด เพื่อความโดดเด่นของแต่ละสถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวบ่งชี้อัตลักษณ์เป็นตัวชี้ที่ประเมินผลผลิตของผู้เรียนตามปรัชญา ปณิธาน พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของสถาบันอุดมศึกษา รวมถึงความสำเร็จตามจุดเน้นและจุดเด่นที่ส่งผลกระทบต่อเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบันโดยได้รับการอนุมัติจากสภาสถาบัน

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเขตกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์พบว่า อัตลักษณ์ต้องมีจุดเด่นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏมีความเชี่ยวชาญสะสมมาเป็นเวลานานจนเกิดกลายเป็นวัฒนธรรมแล้วสืบทอดรุ่นต่อรุ่น ซึ่งในอดีตหากนึกถึงราชภัฏแล้วพื้นฐานความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏทุกที่คือ ความเป็นวิทยาลัยครูอันเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่จะมอบความรู้ให้กับนักศึกษาได้มีคุณธรรม จริยธรรม การมีจิตสำนึกจิตสาธารณะที่ดี รวมถึงการเป็นนักวิชาการที่มีคุณภาพ ตามปณิธานของมหาวิทยาลัยราชภัฏนั้นๆ กำหนดไว้ อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏต้องชัดเจนสามารถปฏิบัติให้

เป็นรูปธรรม ถ้ามหาวิทยาลัยราชภัฏมอมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนทำให้บุคลากรและนักศึกษาได้เข้าใจนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง อีกประเด็นหนึ่ง การมีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่สะสมความเชี่ยวชาญมานาน การมีหลักสูตรที่เข้มแข็งก็นับว่าเป็นจุดเด่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่สามารถจูงใจให้นักศึกษามาเรียนกันมากขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ต้องศึกษาถึงตลาดของผู้ประกอบการว่าต้องการนักศึกษาจบมาประกอบอาชีพอย่างไร และอีกส่วนหนึ่งคือ การสร้างบัณฑิตที่ดีให้เป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอบรมนิสิตให้ติดตัวนักศึกษาเกิดเป็นจุดเด่น เช่น การสร้างบุคลิกภาพให้เด่นด้วยการสร้างวินัย ความซื่อสัตย์ ความสุจริต หนักเบาเอาสุ เมื่อคนอื่นมองมาก็จะรู้ว่าบุคคลนี้บุคลิกภาพแบบนี้จบมาจากสถาบันการศึกษาแห่งใด ที่สามารถสะท้อนภาพความเป็นตัวตนของตนเองอย่างชัดเจน เพื่อให้ได้บัณฑิตที่พึงประสงค์แก่ผู้ประกอบการหรือตลาดแรงงานได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏบางแห่งได้ให้มุมมอง เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการศึกษาเล่าเรียนของนักศึกษาซึ่งปัจจุบันค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาที่มีราคาสูงจนบางครั้งผู้ปกครองไม่สามารถส่งเสียลูกเรียนได้อย่างเต็มที่ อันเนื่องมาจากสภาวะทางเศรษฐกิจการแข่งขันของสถาบันการศึกษามีสูงจึงทำให้เป็นภาระแก่ผู้ปกครองที่มีเงินไม่เพียงพอส่งเสียค่าเล่าเรียน และยังมีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่ตามมาอีกมากมาย ดังนั้นการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบางแห่งได้ลดอัตราค่าเล่าเรียนที่ถูกกลงนั้น ทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนตามความมุ่งมั่นของตนหรือผู้ปกครองที่ต้องการให้ลูกหลานได้เรียนสูงๆ สถาบันการศึกษาได้เล็งเห็นซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักศึกษาให้เข้าเรียนเพิ่มมากขึ้นมายังสถาบันการศึกษาของตนนับได้ว่าเป็นจุดเด่นอีกมุมมองหนึ่งในสายตาของผู้บริหารที่ต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ปกครองให้ได้รับความพึงพอใจและสร้างชื่อเสียงให้สถาบันการศึกษาได้

การได้มาซึ่งอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบางแห่งนั้น ที่สามารถตอบโจทย์ได้อย่างชัดเจนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น บุคลากร นักศึกษา ผู้ปกครอง และประชาคมได้เห็นกันในเชิงประจักษ์จากการมีส่วนร่วมกันคือ การจัดประกวดคำขวัญอัตลักษณ์ขึ้นโดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดได้มีบทบาทร่วมกันคิดค้นคำว่า “อัตลักษณ์” ที่เป็นจุดเด่นสำคัญของมหาวิทยาลัยราชภัฏขึ้น ทำให้ทุกคนในทั้งภายในและภายนอกสถาบันการศึกษาให้การยอมรับกับคำว่า “อัตลักษณ์” ที่เด่นที่สุด ที่ดีที่สุดมาใช้ในยุคปัจจุบัน ซึ่งนับว่าการสร้างอัตลักษณ์ทำให้ทุกคนมีบทบาทการมีส่วนร่วมกัน แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องหรือแตกต่างกัน ที่เชื่อมโยงมาจากความเชี่ยวชาญ หรือวัฒนธรรมที่สะสมมายาวนานในประวัติการเล่าเรื่องให้เกิดความสอดคล้อง สืบทอด และมุ่งมั่นสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครเหมือนหรือแตกต่าง

อัตลักษณ์ในแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร มีความเหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งจากนานาทัศนะของผู้บริหารได้ให้ความเห็นที่คล้ายกันกล่าวคือ แต่ละสถาบันการศึกษามีความแตกต่างกันและไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับความเก่งแต่ละที่ การพัฒนาอัตลักษณ์จำเป็นต้องได้รับการยอมรับและใช้เวลาสะสมความเชี่ยวชาญมาเป็นเวลานานจากในอดีตของแต่ละสถาบันการศึกษา ซึ่งหมายความว่า การที่จะนึกถึงบุคลิกภาพที่ดีที่เด่น การมีระเบียบวินัยของนักศึกษาควรนึกถึงสถาบันการศึกษาใด การที่จะนึกถึงหลักสูตรที่เข้มข้นสามารถตอบสนองให้กับความต้องการของตลาดในสายวิชาชีพให้นึกถึงสถาบันการศึกษาใด การนึกถึงค่าใช้จ่ายค่าเล่าเรียนที่ราคาไม่แพงก็สามารถเรียนจบได้นึกถึงที่ใดนั้น ซึ่งในอันที่จริงแล้วการพัฒนาอัตลักษณ์ให้มีความแตกต่างกันถือว่าเป็นสิ่งที่ดี เพราะแต่ละที่ย่อมมีจุดเด่นของตนเองให้เป็นจุดดึงดูดความสนใจที่สามารถตอบสนองให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็น นักศึกษา ผู้ปกครอง หรือบุคคลภายนอกแล้วแต่เป็นลูกค้าสำคัญที่สถาบันการศึกษาจะมอบสิ่งที่ดีอันทรงคุณค่าให้ทั้งสิ้น การพัฒนาอัตลักษณ์ถือว่าเป็นจุดสำคัญที่สามารถนำองค์กรสู่ความสำเร็จตามนโยบายขององค์กรและเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม นอกจากนี้แล้วการนำหนึ่งอัตลักษณ์ของตนที่มีความเข้มข้นหรือจุดเด่นที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนในแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 6 แห่ง ให้เป็นไปอย่างสมบูรณ์เพื่อการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

จุดแข็งและจุดอ่อนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านจุดแข็งอัตลักษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีจุดแข็งในการสร้างอัตลักษณ์เป็นของตนเองหรือบางที่พยายามสร้างให้เป็นจุดเด่นจากการรอเวลาสะสมความเชี่ยวชาญความถนัดเฉพาะด้านให้มีความเก่งจนเกิดกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร เมื่อนึกถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครนั้น จุดแข็งที่สำคัญพบว่า การมีวัฒนธรรมองค์กรที่สะสมอันยาวนานที่ปฏิบัติกันมารุ่นต่อรุ่นเกิดการพัฒนาศักยภาพและสร้างภาคภูมิใจสู่ยุคสมัยใหม่ยอมรับแบบฉบับเฉพาะตนไว้หลายประการ คือ 1). การเสริมสร้างหลักสูตรที่เข้มข้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน 2). การเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ดีด้วยการสืบทอดความเป็นวังประวัติศาสตร์ 3). ส่งเสริมการมีกิจกรรมรยาที่สง่างาม 4). การเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้เห็นคุณค่า 5). การเสริมสร้างพัฒนาทรัพยากรบุคคลมุ่งสู่ตำแหน่งทางวิชา 6). การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอกด้วยการทำ MOU. และภาษาร่วมกัน 7). การส่งเสริมการให้รางวัลกับผลงานดีเด่นทั้งบุคลากรและนักศึกษา 8). การออกสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ในผลงานเชิงประจักษ์อย่างต่อเนื่อง 9). การพัฒนาการปรับบุคลิกภาพให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ 10). การส่งเสริมการให้ความเป็นกันเองเสมือนพี่น้องและสาย

สัมพันธ์อย่างอบอุ่น 11). ส่งเสริมการดูงานต่างประเทศและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่อกัน ทั้งนี้การนำสถาบันการศึกษาที่เป็นจุดแข็งถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่มุ่งถึงความสำเร็จต่อสถาบันการศึกษาที่สามารถพัฒนาและต่อยอดความคิดให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่ผสมกันมาเพื่อสร้างคนสร้างอนาคตของสถาบันการศึกษาเพื่อตอบโจทย์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนหนึ่งอัตลักษณ์หนึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏ

จากที่มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร มุ่งสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างจุดแข็งของตนภายในแต่ละคณะแต่ละสาขาหลักสูตร ซึ่งจากเดิมที่เคยผลิตครูจำนวนมากมาในสมัยก่อน แต่ในปัจจุบันก็ยังคงมีการสอนผลิตครูแต่ก็ได้ลดจำนวนลงไปบ้างในแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร และหันกลับมามองตนเองกับบริบทใหม่ คือ ต้องมีการพัฒนาตนเองจากจุดยืนของตนที่มีอยู่ปรับเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่ต้องการผลิตนักศึกษาให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงานเกี่ยวกับสายวิชาชีพ จึงทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกที่เร่งพัฒนาหลักสูตรให้เป็นที่ยอมรับและเข้มแข็งกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของตน หากถ้านึกอัตลักษณ์เด่น เป็นเลิศควรเป็นสถานศึกษาที่ใด สิ่งหนึ่งที่มหาวิทยาลัยราชภัฏต้องดิ้นเพื่อความอยู่รอดและสามารถแข่งขันได้ คือมีอะไรเป็นจุดเด่นของตนเองและนำเสนอเรียนด้วยการตอบโจทย์ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพึงพอใจและเลือกกรักที่จะเรียนในสาขาที่ชอบ ถึงอย่างไรก็ตามการพัฒนาหลักสูตรให้เข้มแข็งพร้อมสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรมและบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับบัณฑิตที่พึงประสงค์ควบคู่ไปกับการเรียนการสอนกิจกรรม/โครงการต่างๆ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของตลาดแรงงานที่ผู้ประกอบการวิชาชีพต่างให้เสียงตอบรับว่าดี มหาวิทยาลัยราชภัฏก็ยังไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาต่อไปอีก ณ ปัจจุบันการมีมิติใหม่ทางการศึกษาคงไม่ได้อยู่เฉพาะในประเทศได้เท่านั้นยังคงตอบโจทย์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอีกด้วย

ประเทศไทยมีการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC : ASEAN Economic community) ในปี พ.ศ. 2558 ทุกภาคส่วนต้องมีการดำเนินการสร้างและตระหนักการตื่นตัวและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นภายในประเทศ ไม่ว่าจะโอกาสและผลกระทบอันเกิดจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของ 10 ประเทศอาเซียน ตลอดจนการสร้างตระหนักรู้กับประชาคมอาเซียน ดังนั้นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับสถาบันอุดมศึกษาไทยทำอะไร จะที่พัฒนาองค์กรของตนเองให้อยู่รอดเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีความต้องการบัณฑิตที่เก่งมีการพัฒนาตนเองในคุณสมบัติที่หลากหลาย ไว้หลายด้านดังนี้ (<http://www.imetthai.com/news-15.php> สืบค้น 25 พ.ค. 58)

1. ด้านความต้องการบัณฑิต เช่น การมีทักษะด้านวัฒนธรรม การมีจิตสาธารณะ มีทักษะในการบริหารจัดการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์รู้จักวิเคราะห์แก้ปัญหาการนำเสนอ การรอบรู้ใฝ่รู้ สู้งานหนักได้ มีทักษะเกี่ยวภาษาคือ ภาษาอังกฤษ ภาษาอาเซียน มีความที่เปิดกว้างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตนเอง มีความรอบรู้ด้านการศึกษามุมชนท้องถิ่น

2. ด้านความต้องการบัณฑิตในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น มีทักษะด้านความรู้ การปฏิบัติงาน มีความตระหนักรู้ในการเปลี่ยนแปลงยอมรับความหลากหลาย มีทักษะความเข้าใจ วัฒนธรรมที่หลากหลาย มีทักษะด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีทักษะด้านการบริหารความแตกต่าง มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะด้านภาษาอังกฤษ ภาษาอาเซียน

3. ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน เช่น ปรับปรุงระบบการเรียนการสอนให้เป็นการเรียนรู้ที่จัดให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนการสอน วิธีการสอนให้เน้นการอ่าน การเขียน การจับใจความ เพื่อช่วยบัณฑิตในการสื่อสาร การประมวลข้อมูลและการนำเสนอ หลักสูตรควรให้นักศึกษาเรียนรู้ในโลกกว้างในหลายมิติแต่ให้นำมาใช้ในท้องถิ่น หลักสูตรควรปรับให้สอดคล้องตรงกับความ ต้องการของผู้เรียน หลักสูตรต้องไม่ทำลายความคิดสร้างสรรค์แต่ต้องเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์และจับประเด็น หลักสูตรต้องมีกระบวนการการสร้างความแตกต่างในองค์ความรู้ บางหลักสูตรควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้มีส่วนร่วมในการร่วมพัฒนาหลักสูตร และเน้นให้ ความรู้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็น การศึกษา เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ใน ท้องถิ่น (learn global – do local)

4. ด้านการพัฒนาบุคลากร เช่น ต้องมีการร่วมทำงานด้านวิจัยกับหน่วยงานภาคเอกชน เสริมสร้างคุณภาพของคณาจารย์ให้มีสมรรถนะระดับสากล พัฒนาสมรรถนะของครู อาจารย์ สร้าง ความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง ต้องมีการบูรณาการบุคลากรแต่ละคณะ แต่ละภาควิชา ให้ มีบทบาทร่วมกันในการทำงาน ต้องส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์มีจิตสาธารณะ ส่งเสริม ความสามารถบุคลากร โดยการไปศึกษาดูงาน ฝึกงาน กับประเทศอาเซียน

5. ด้านการสร้างเครือข่าย เช่น มหาวิทยาลัยควรมีเป้าหมายว่าควรจะเป็นมหาวิทยาลัยที่เน้น ในด้านใด สร้างเครือข่ายในเรื่องสหกิจศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายทุกภูมิภาค มหาวิทยาลัย ไทยควรเน้นการสร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยไทยด้วยกัน เพื่อสร้างจุดเด่นในการแข่งขันในระดับ โลกได้ มหาวิทยาลัยที่ไม่มีงบประมาณมากควรจะมีการร่วมมือกันกับมหาวิทยาลัยอื่น

อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างก็มีการเตรียมความพร้อมที่จะ แข่งขันกับตัวเองและการปรับตัวเองทั้งด้านการพัฒนาบัณฑิต การพัฒนาหลักสูตร การสร้างเครือข่าย การสร้างวัฒนธรรม และพัฒนาทักษะทั้งนักศึกษาและบุคลากรของแต่ละที่เพื่อเข้ากับสถานการณ์ที่ จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นของนโยบายอุดมศึกษากับอาเซียน ที่จะพัฒนาสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ให้เป็นจุดเด่นหรือจุดแข็งเพื่อความเป็นเลิศ และความอยู่รอดอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานที่ตนเองมีอยู่ที่จะ รองรับเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนที่กำลังจะมาถึงใน พ.ศ. 2558

ด้านจุดอ่อนอัตลักษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งต่างก็มีจุดอ่อนที่ต้องพัฒนาให้อยู่รอดและสามารถแข่งขันได้ผลจากสัมภาษณ์พบว่า การที่จะสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาให้โดดเด่นและเป็นที่รับรู้และยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นเรื่องที่ตอกย้ำความคิดเห็น ความเข้าใจ อย่างเสมอภาคและเหมือนกันบุคลากรบางส่วนไม่สนใจไม่ใส่ใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ใหม่ๆ และไม่รู้ว่าคุณลักษณะมีอะไรบ้าง ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการให้ข้อมูลคือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารไปยังทุกช่องทางต่างๆ ที่มีอยู่มากมายเช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด ผู้บริหารจากการประชุม จากการนำเสนอข่าวสื่อมวลชน จากการสัมภาษณ์ของนักข่าว ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ตนเอง การตอกย้ำข้อมูลเพื่อให้รับรู้ต้องใช้เวลาและต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ตนเอง บางครั้งการสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับวินัยก็เป็นสิ่งที่ยากเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่มาจากต่างที่ต่างถิ่นกันการมาอยู่รวมกันต้องฝึกฝนร่วมกันให้ได้สมประสงค์นั้นเป็นสิ่งที่ยากเพียงแต่ต้องใช้เวลา กำหนดคุณสมบัติเฉพาะบุคคล การฝึกนักศึกษาให้คิดอย่างสร้างสรรค์พัฒนาต่อยอดแนวคิดเดิมเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่เป็นสิ่งที่ควรทำไม่ควรหยุดนิ่งอยู่กับที่เพราะจะไม่เกิดความรู้ต่อตนเอง การทำวิจัยเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ก้าวหน้าในสายวิชาการและการพัฒนาองค์กร การพัฒนาบุคลากรไม่เป็นไปตามแผนขาดแคลนบุคลากรที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องบุคลากรยังขาดตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ที่ควรจะได้เร่งรีบและพัฒนา อีกจุดหนึ่งคือ นักศึกษามีมาสมัครกันมาก แต่เมื่อถึงเวลาสอบจริงหายไปเป็นจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถคาดหวังได้ทำให้ไม่เป็นไปตามแผนที่หลักสูตรตั้งเป้าหมายไว้กับนักศึกษาที่เกิดจากความคาดเคลื่อน อีกทั้งการจัดสรรงบประมาณมีน้อย

เนื่องจากจุดอ่อนเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาค่อยเป็นค่อยไปในการซบซิมให้เหมือนกันและเป็นหนึ่ง ที่ควรรักษามาตรฐานคุณภาพให้ดีให้เป็นเลิศเป็นสิ่งที่ยากในแบบฉบับของตนเอง การมีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันในเรื่องมารยาทในสมัยก่อนกับสมัยปัจจุบันที่ความแตกต่างกันมาก ทั้งนี้มีคนรุ่นใหม่มากมายที่นำแนวคิดตะวันตกมาใช้กัน ทำให้รูปแบบวัฒนธรรมแบบเดิมๆ ที่ควรอนุรักษ์ไว้ จึงขาดความใส่ใจมองว่า เป็นสิ่งล้าสมัยจึงทิ้งไปและมองว่า ไม่ทันสมัยทำให้การเสริมสร้างวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมานั้นได้ถูกลืมเลือนหายไป ถึงแม้ว่า จะมีการปลูกฝังให้เพียงไรแต่ด้วยความคิดที่แตกต่างกัน ทำให้ไม่ปฏิบัติตามได้จนกลายเป็นเรื่องของฉันไม่สนใจไม่ใส่ใจกับการอยู่ร่วมกันในสังคมที่มีกฎ กติกา ทั้ดงาม ที่มีเสน่ห์ ที่มีคุณค่า ให้คงความเป็นหนึ่งที่มีมหาวิทยาลัยราชภัฏตนต้องการที่จะสร้างต้นแบบที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนให้ทรงคงเป็นอัตลักษณ์นั้นๆ ได้ ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏพยายามสร้างและพัฒนาระบบให้ดีขึ้น ขณะเดียวกันสถานที่ยังปัจจัยสำคัญต่อการทำกิจกรรมให้กับนักศึกษา หากสถานที่แคบเมื่อทำกิจกรรมแล้วไม่สะดวกต่อนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพยายามฝึกฝนพัฒนาจิตใจนักศึกษาให้คิดบวกอย่างสม่ำเสมอ การให้นักศึกษาได้มีสุขภาพจิตใจที่แข็งแรงสมบูรณ์เป็นสิ่งที่

ต้องใส่ใจเป็นพิเศษที่ต้องประคับประคองกัน การศึกษาของนักเรียนที่เข้ามามีทั้งเกรดอยู่ในระดับน้อย ระดับปานกลาง และระดับดี ที่จะต้องเรียนปนกันไม่สามารถแยกห้องแยกเกรดแต่ละระดับได้จึงต้องให้นักศึกษาปรับตัวในห้องเรียนเอง อีกประเด็นที่สำคัญ คือ ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่เรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอๆ เพื่อเพิ่มทักษะและผลงานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ตลอดทั้งผลงานวิจัยมีการทำและเผยแพร่ก็ยังมีอยู่น้อยและต่ำกว่ามาตรฐาน ควรเร่งพัฒนาหลักสูตรให้เข้มข้นเพื่อสามารถรองรับการแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงของประชาคมโลกด้วยการสร้างมาตรฐานให้นักศึกษาเข้าประกอบอาชีพในตลาดแรงงานให้กับตรงสายงานได้นั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องเร่งและสร้างคนเก่ง คนดีให้สังคมกับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงนี้

โอกาสและผลกระทบจากอัตลักษณ์แต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านโอกาส

สรุปเนื้อหาของกรให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของโอกาสที่จะแสวงหาและพยายามทำให้บรรลุวัตถุประสงค์เมื่อโอกาสมาถึง ซึ่งผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร ได้ให้มุมมองไว้หลากหลายประเด็น กล่าวคือ การพัฒนาบัณฑิตให้เป็นคนดีมีคุณธรรมจริยธรรม สร้างคนดีคนเก่ง ทั้งทางร่างกายและจิตใจให้สมบูรณ์ มั่นฝีกอบรมบ่มนิสัยส่งเสริมความมีวินัย ความประพฤติอันเป็นนิสัยที่ดีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนักศึกษาจะได้เป็นบัณฑิตที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในตลาดแรงงานสร้างการทำงานเป็นทีมที่สามารถปรับตัวและเข้ากับสังคมได้เมื่อจบการศึกษา การสร้างบุคลิกภาพให้เป็นจุดเด่นให้ประชาคมเห็นว่า นักศึกษาคนนี้จะจบจากสถาบันการศึกษาแห่งใดเป็นอัตลักษณ์ของสถาบันใด แต่เนื่องด้วยปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษากำลังเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนสถาบันการศึกษาต้องแสวงหาและปรับตัวเองด้วยการสร้างเครือข่ายกับประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน ด้วยการแลกเปลี่ยนภาษาเรียนรู้พัฒนาต่อยอด ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมด้วยการแสดงศิลปวัฒนธรรมของสถาบันการศึกษาของตนที่มีการพัฒนาสะสมความเชี่ยวชาญออกสู่ประชาคมอาเซียนให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาประชาคม ให้รู้จักจุดเด่นเฉพาะตนให้เข้มแข็งอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยใช้วิธีการทำข่าว ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลสารทุกช่องทางให้ประชาคมทราบข่าวสารการเคลื่อนไหวของสถาบันการศึกษาตน ทำให้ผู้คนรู้จักและอยากที่จะมาศึกษาเล่าเรียนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การได้ศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนซึ่งกันด้วยการสร้างเครือข่ายที่นอกจากภาษาที่สองและที่สามแล้วยังได้แลกเปลี่ยนอาหาร วัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี ของความเป็นไทยอันงดงามจากผลผลิตที่สร้างขึ้นและผลผลิตของสถาบันการศึกษาของตนให้คนต่างประเทศที่อยากมาเที่ยวเมืองไทย เรียนที่เมืองไทยและเรียนที่สถาบันอันทรงคุณค่าที่มีจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีสถานที่อันเก่าแก่และงดงามที่แสดงถึงความเป็นวังเก่า มีการอนุรักษ์ธรรมชาติที่สามารถดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคคลภายนอกให้เกิดความสนใจ สร้างบรรยากาศปรับภูมิทัศน์ให้น่าเรียน

และอยากที่จะเข้ามาเรียนของสถาบันการศึกษาแห่งนี้ที่มีจุดเด่นของตนและมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรร่วมกับประเทศอาเซียน

นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยสรุปได้ว่า ต้องปรับแนวใหม่คิดสร้างผลงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ให้เพิ่มมากขึ้นพัฒนาการเรียนการสอนและหลักสูตรให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้ทันกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันและสร้างไปยังอนาคตซึ่งบางสถาบันการศึกษามองว่า ในขณะที่กระแสของการเรียนครูกำลังมาแรงทำให้มีโอกาที่สถาบันการศึกษาเปิดรับสมัครคัดเลือกนักศึกษาที่เข้ามาเรียนสายวิชาชีพครู โดยคัดเลือกนักศึกษาที่เกรดเฉลี่ยสูงและเมื่อจบการศึกษาสามารถมาเป็นครูที่สถาบันการศึกษาของตนหรือตามความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี อีกประเด็นหนึ่งโอกาสที่ทำให้นักศึกษาสามารถมาเรียนได้คือ การให้ความสะดวกในการเดินทางที่ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญประเด็นหนึ่ง ที่ตอบโจทย์ในปัจจุบันที่มีปัญหาเรื่อง การเดินทางจากการจราจรคับคั่งไปด้วยรถที่มากมายรถติดมาเรียนสาย จึงทำให้สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่หันมาขยายวิทยาลัยอาณัติเขตของตนไปอยู่ย่านชานเมืองเพื่อรองรับนักศึกษาที่อยากเรียนแต่ไม่ต้องเดินทางมาถึงกรุงเทพ ด้วยการเปิดหลักสูตรใหม่รองรับนักศึกษาในพื้นที่วิทยาเขตชานเมืองด้วยการมองโอกาสอันเหมาะสม เช่น มีโรงงานใกล้เคียงกับวิทยาลัยก็สามารถให้นักศึกษาเข้ารับการฝึกงานดูงานและทำงานกับโรงงานด้วยการทำ MOU. ร่วมกันจากบริเวณใกล้เคียงเมื่อจบการศึกษาสามารถเข้าทำงานกับผู้ประกอบที่สถาบันการศึกษาได้สร้างเครือข่ายร่วมกัน จึงถือเป็นโอกาสที่ดีเพื่อรองรับอนาคตนักศึกษาและสถาบันการศึกษาที่เร่งแสวงหาโอกาสอันควรจากสภาวการณ์ที่มีการแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อให้สถาบันการศึกษาของตนอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

ในขณะที่เดียวกันบางครั้งต้องมองตนเองที่เป็นโอกาสและผลกระทบในเวลาเดียวกันที่ไม่สามารถตอบโจทย์ในแบบของสถาบันการศึกษาที่ต้องการได้ เช่น เมื่อมีโอกาที่สร้างแต่ทำไม่ได้ก็กลับกลายเป็นผลกระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การที่เป็นตัวตนมากเกินไปก็เกิดปัญหาขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรพึงเสียงสะท้อนกลับว่าดีหรือไม่ ซึ่งอัตลักษณ์ก็มีทั้งบวกและลบในเวลาเดียวกันแฝงอยู่สถาบันการศึกษามองว่า การให้เด็กได้มีการฝึกพัฒนาทักษะจากการทำวิจัยขั้นพื้นฐานฝึกให้วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลให้คล้ายกับโรงเรียนสาธิตที่มีการพัฒนาเด็กฝึกคิดวิเคราะห์ได้นั้นจึงทำให้สถาบันการศึกษามองเห็นโอกาถ้าทำได้ ถ้าทำไม่ได้ก็จะเกิดผลกระทบกับนักศึกษาที่ไม่สามารถฝึกวิเคราะห์ สังเคราะห์ในขั้นพื้นฐานได้ทำให้สถาบันการศึกษามองตนเองว่า ไม่สามารถผลิตบัณฑิตให้เก่งพัฒนาตนได้ที่อาจกลับกลายเป็นลบในที่สุด

ด้านผลกระทบ

จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครในแต่ละแห่งไม่ได้มองถึงผลกระทบด้วยเหตุผลที่ว่า ในสถาบันการศึกษาของตนจะต้องดำเนินงานให้บรรลุ

วัตถุประสงค์หรือนโยบายของตนให้สำเร็จและทำให้ที่ดีที่สุดสร้างหลักสูตรให้แข็งแรงและเป็นจุดเด่นแห่งการพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นสามารถช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจได้ จึงทำให้อำนาจสิ่งที่เป็นผลกระทบออกไปและมุ่งมั่นในแบบเฉพาะของตนให้เป็นเลิศ แต่ผลกระทบก็ยังปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับงบประมาณที่รัฐบาลให้การสนับสนุนงบประมาณน้อยการจัดสรรแบ่งปันบางส่วนไม่ทั่วถึงเหมือนกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ ทั่วไป นอกจากนี้แล้วการมีจุดเด่นของหลักสูตรบางหลักสูตรที่เป็นอัตลักษณ์นั้นทำให้หลักสูตรที่ไม่ใช่อัตลักษณ์เกิดความไม่สมบูรณ์ในการสนับสนุนหรือเสี่ยงตอรับจากผู้เรียนน้อยทำให้ต้องปรับตัวเพื่อให้เกิดความสมดุลกัน ตลอดจนคู่แข่งก็มีส่วนสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนาขับเคลื่อนสถาบันการศึกษาของตนให้ไปถึงจุดชัยได้ จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลกระทบนี้ผู้บริหารบางแห่งก็ไม่ได้ให้เหตุผลด้านผลกระทบเนื่องจากการก้าวผ่านผลกระทบไปและยืนยันเพียงว่าจะทำให้ดีที่สุด

อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครทำให้อุคลากรและนักศึกษาเตรียมพร้อมสู่อาเซียน

จากผลสรุปการสัมภาษณ์พบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ละแห่งมีการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนและต่างก็ให้ความสำคัญที่จะพัฒนาและสร้างจุดเด่นให้เป็นอัตลักษณ์ของตนเองที่ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. การพัฒนาบุคลากรและนักศึกษา
2. การพัฒนาหลักสูตร
3. การพัฒนาภาษาอังกฤษและภาษาอาเซียน
4. การพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรม
5. การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม
6. การพัฒนาการส่งเสริมเครือข่าย
7. การพัฒนาส่งเสริมนวัตกรรม
8. การพัฒนาอัตลักษณ์สู่ความเลิศ

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้ได้มาตรฐานในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนให้มีคุณภาพกับตลาดแรงงานวิชาชีพหรือความต้องการของผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญของฝ่ายวิเทศสัมพันธ์มองว่า การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนควรมีความพร้อมทั้งบุคลากรและนักศึกษาที่จะต้องมีการ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านกิจกรรมโครงการเกิดการพัฒนาก็เกิดประสิทธิภาพที่เกิดจากการร่วมระหว่างอาเซียน

การพัฒนาบุคลากรและนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความเห็นที่คล้ายคลึงกัน โดยให้บุคลากรได้เรียนรู้ฝึกทักษะ การพูดภาษาอังกฤษให้สามารถสื่อสารได้ ด้วยการเข้ารับการอบรมจากสถาบันการศึกษาของตนที่จัดให้มีขึ้นไม่ว่าจะตอนเย็นหลังเลิกงาน หรือเสาร์และอาทิตย์บุคลากรสามารถเข้ารับการอบรมฟรี ถ้าบุคคลใดสามารถสอบได้คะแนนสูงก็จะมีรางวัลให้ด้วยการไปเที่ยวต่างประเทศ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรอันเป็นตัวอย่างที่ดีให้เกิดบรรทัดฐานเดียวกัน และเป็นแบบอย่างรุ่นต่อรุ่นเพื่อดึงดูดและโน้มน้าวใจในการเรียนให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มุ่งมั่นสร้างเครือข่ายร่วมกันใช้ภาษาสร้างสื่อเชื่อมโยงวัฒนธรรม หลักสูตร อาหาร ส่งเสริมเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา ให้ถูกต้องตามบริบทและกฎอาเซียนร่วมกัน ในส่วนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ละแห่งก็มีบทบาทไม่ต่างกันโดยให้บุคลากรนักศึกษาได้รับการฝึก ฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ ให้ได้อยู่ในเกณฑ์ที่สถาบันการศึกษา กำหนดไว้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ถึงแม้ว่าประเทศไทยไม่ได้เป็นเมืองขึ้นของประเทศจึงทำให้ประเทศไทยไม่เก่งภาษาอังกฤษ แต่นั่นก็ไม่ใช่อะไรที่สำคัญซึ่งสถาบันการศึกษาสามารถอบรม ฝึกฝน ฝึกทักษะ พัฒนาอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มแรกที่เข้ารับการศึกษาระดับการศึกษาซึ่งการเรียนภาษาอังกฤษมีหลายระดับให้พัฒนา

นอกจากนี้การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้เข้มข้น และเป็นจุดเด่นมีความเป็นเลิศเพื่อรองรับตลาดแรงงานและสามารถแลกเปลี่ยนการทำงานระหว่างประเทศอาเซียนได้ด้วยการสร้างเครือข่ายกับประเทศเพื่อนบ้านที่ทำ MOU. ร่วมกันสร้างภาษาการสื่อสาร เช่น ภาษาเขมร พม่า เวียดนาม จีน ในกลุ่มประเทศอาเซียน หรือแม้กระทั่งการฝึกงาน ดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชื่อมโยงกัน อีกทั้งได้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมร่วมกันซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครมองว่า เรามีวัฒนธรรมที่ผสมผสานความเชี่ยวชาญสามารถให้ประเทศอาเซียนที่สร้างเครือข่ายร่วมกันมาดูงาน มาศึกษา มาเล่าเรียนได้ด้วยจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของความเป็นวังที่ สวยงามบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของไทยและอัตลักษณ์เด่นของสถาบันการศึกษา มีอาหารของไทยกับประเทศอาเซียนที่มีการผสมผสานกันอย่างลงตัวที่แลกเปลี่ยนกัน นอกจากนี้แล้วการพัฒนาบุคลิกภาพอันเป็นสิ่งดงามที่อยู่ในจิตใจได้รับการบ่มเพาะจากสถาบันการศึกษาให้มีกริยามารยาทที่ ดงาม มีความประพฤติเรียบร้อยพร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม มีคนเก่งและคนเก่งก็ทำให้สถาบันการศึกษามีจุดเด่นอันเกิดกลายเป็นอัตลักษณ์เพื่อการปรับตัวที่เข้ากับสังคมและสู่ประชาคมอาเซียนอย่างภาคภูมิใจ

สังเกตได้ว่า การที่จะทำอะไรก็ตามควรต้องพัฒนาตัวเอง การที่ต้องเริ่มมองจากตัวตนของเราคืออะไร อะไรเป็นสิ่งสำคัญที่เรามีอยู่ มิใช่มองแต่เพื่อนบ้านเพียงฝ่ายเดียว ควรหันกลับมามองตัวตนที่สามารถไปแข่งขันกับเขาอย่างไรได้บ้าง ฉะนั้นเมื่อเรามองเห็นตัวเรา เห็นตัวเองขาดตกบกพร่องแล้วเราควรพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้เป็นจุดดีจุดเด่นให้กับอัตลักษณ์เพื่อสามารถสร้างเครือข่ายให้อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนและสร้างแบบเฉพาะของตนเองให้เป็นเลิศและมาตรฐานสู่สากลยอมรับ

อีกประเด็นหนึ่ง สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องของการพัฒนาส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละแห่งมีความถนัดมีการสะสมความเก่งความชำนาญเชี่ยวชาญจนเป็นจุดแข็งหรือจุดเด่นนำมาต่อยอดเป็นอัตลักษณ์อย่างกลมกลืนและสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปดนตรี ประเพณีสืบทอด อาหารการกิน การแต่งกาย บุคลิกภาพ และภาษาไทยการสื่อสาร ถ้ากล่าวถึงศิลปดนตรี ภาษาไทยประจำชาติ ซึ่งยังคงเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติที่คนไทยทุกคนต้องไม่ลืมและพูดสำเนียงไทยให้ชัดเจน แต่ละมิติมุมมองที่จะให้เกิดอัตลักษณ์สามารถเป็นไปได้ ถ้าร่วมมือกันให้ความรักความศรัทธาที่จะช่วยผลักดัน ภารกิจ นโยบายและวัตถุประสงค์ให้ไปในทิศทางเดียวกันและสานสัมพันธ์ร่วมกันกับกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างค่อยเป็นค่อยไปทีละก้าวซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอันมีเสน่ห์แก่ชาวต่างชาติได้สัมผัส

การจัดกิจกรรมโครงการก็จะสามารถนำหลักคุณธรรมจริยธรรมให้ทุกคนไม่ว่าจะเป็นบุคลากรและนักศึกษาให้รู้จักการมีระเบียบ วินัย ในการทำงาน และการเป็นนักศึกษาที่ดีมีคุณภาพให้คงความเป็นอัตลักษณ์ของตัวตนที่เป็นผลผลิตมาจากสถาบันการศึกษาของตนให้เห็นในเชิงประจักษ์ ควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้เกิดคุณภาพได้มาตรฐานสู่ความเป็นเลิศซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้ให้ข้อมูลที่บ่งชี้ว่า วิธีการทำงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่สถาบันการศึกษาระบุไว้และยังได้ดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ โดยมีการทำยุทธศาสตร์สอดคล้องกับแผนงานโครงการกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอีกด้วย แต่กระนั้นการพัฒนาหลักสูตรจนเกิดเป็นมิติแห่งความแข็งแกร่งที่สามารถต่อยอดการเป็นนวัตกรรมใหม่ทำให้เกิดการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับสถาบันการศึกษาที่มีการส่งเสริมเกิดคุณภาพและกลายเป็นจุดเด่นให้กับสถาบันการศึกษาเป็นอัตลักษณ์และการยอมรับตลาดแรงงานหรือผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงศักยภาพอันแท้จริงได้

กลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์เสริมสร้างจุดแข็งลดจุดอ่อน

เสริมสร้างจุดแข็ง

ผลสรุปจากการสัมภาษณ์มุมมองของผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง เกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นอัตลักษณ์จุดแข็งและยอมรับจากคนในองค์กรและภายนอกองค์กรที่เด่นชัดเจนนั่น ควรสร้างจากองค์กรภายในของตนให้ดีเสียก่อน

โดยเริ่มจาก การพัฒนาบุคลากรและนักศึกษาให้เก่งและเชี่ยวชาญสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ ต่อยอดจากประสบการณ์เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างสรรค์งานวิจัยเพื่อพัฒนาวิชาการให้กับองค์กรถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด เพราะการทำวิจัยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มา ปรับพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่แก่องค์กรหรือสถาบันการศึกษา ซึ่งสถาบันการศึกษาทุกที่ให้การสนับสนุน เพื่อบุคลากรของตนได้พัฒนางานด้านวิชาการให้เกิดเป็นจุดแข็ง เช่น การพัฒนาให้มีตำแหน่งทาง วิชาการเพิ่มมากขึ้น การมีคุณวุฒิการศึกษามากขึ้นมีมาตรฐานตามเป้าประสงค์ของสถาบันการศึกษา ที่กำหนดไว้การทำงานทุกภาคส่วนภายในสถาบันการศึกษาต้องสอดคล้องและทำงานให้เป็นไปใน ทิศทางเดียวกันจึงสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถเจริญรุดหน้าต่อไปได้ ซึ่งสมศ.ได้เข้ามา มี บทบาทกำหนดมาตรฐานการทำงานตามตัวชี้วัดที่เหมือนกันในทุกสถาบันอุดมศึกษา คือ การพัฒนา ความเชี่ยวชาญ พัฒนาให้เกิดเป็นจุดเด่นจุดแข็ง พัฒนาให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ ของแต่ละ สถาบันการศึกษาเพื่อก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ การที่จะก้าวเดินให้เข้มแข็งและมั่นคงให้ได้ ดินั้นทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานรวมถึงนักศึกษา ซึ่งการเสริมสร้างจุดแข็งอีกมิติหนึ่งที่เป็นไปได้ กล่าวคือ การที่สถาบันศึกษามีจุดแข็งด้านศิลป ดนตรี ภาษา วัฒนธรรม กลายเป็นจุดเด่นที่ สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรของตนนั้นได้จากการขับเคลื่อนกิจกรรม/โครงการจนเกิดการ ประกวดแข่งขันออกสื่อสาธารณะชนให้เห็นกันในเชิงประจักษ์ถึงความสามารถ ผลงานที่กลั่นกรอง ออกมาได้อย่างสร้างสรรค์จรรโลงให้กับสาธารณะชนที่ซึ่งนักศึกษาได้แสดงออกนั้น จึงทำให้สังคมได้ เห็นและยอมรับในจุดแข็งที่สามารถสัมผัสเห็นได้ จะเห็นได้ว่าในแต่ละสถาบันศึกษาก็มีกลยุทธ์ใน การขับเคลื่อนจุดแข็งให้ดีที่สุดนั่นคือ การทำให้ดีที่สุดและใช้วิธีการสื่อสารให้มากที่สุดทุกสื่อทุก ช่องทางทุกอย่างประกอบเข้ากันให้เป็นหนึ่งให้เป็นความเก่งและเชี่ยวชาญ

การที่พัฒนาทรัพยากรบุคคลและนักศึกษาให้เกิดความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ หรือวิชาการแล้วยัง ต้องคำนึงถึงการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมให้เกิดขึ้นภายในจิตใจทุกคนถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ พัฒนาคุณภาพชีวิตไปในทางที่ดี และสร้างสรรค์ด้วยสติ ปัญญา อย่างงดงาม ที่มีสถาบันการศึกษา ปลูกจิตวิญญาณให้เป็นจุดแข็งแล้วพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ด้านคุณธรรม จริยธรรมที่ประกอบด้วย บุคลิกภาพทั้งภายใน และภายนอกได้ตามความประสงค์ของสถาบันการศึกษาที่อบรมบ่มเพาะให้เป็น จุดเด่นเฉพาะตัวเพื่อให้สังคมยอมรับในที่สุดและภาคภูมิใจ การที่จะก้าวเดินให้เข้มแข็งและมั่นคงให้ ได้ดีนั้นทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานและนักศึกษาจึงต้องมีคุณธรรม จริยธรรมประจำใจไว้ใน การดำรงชีวิตการทำงาน และชีวิตการศึกษาหรือจบการศึกษาไปแล้วให้เป็นคนดีที่สังคมอำนาจรบอย่างสง่า งามยอมรับจากรัฐสถาบันการศึกษาที่ปลูกปั้นด้วยจิตวิญญาณแห่งวิชาชีพที่สถาบัน การศึกษามอบ ให้กับผู้ประกอบการเพื่อที่จะได้บัณฑิตอันพึงประสงค์ออกไปสู่ตลาดแรงงานที่ต้องการได้อย่าง ภาคภูมิใจ

แต่ทั้งนี้การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ได้มาตรฐานตามที่ประกันคุณภาพกำหนดไว้ ยังต้องมีกลยุทธ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งเพื่อความอยู่รอดและสามารถพัฒนาความเป็นเลิศได้แก่ 1). สนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตร 2). การจัดระบบการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ 3). ส่งเสริมงานวิจัยให้มีคุณภาพสู่สังคม 4). การปลูกจิตสำนึกสืบสานวัฒนธรรมองค์กรสู่สากล เช่น ภาษา ดนตรี ศิลปวัฒนธรรมไทย 5). เสริมสร้างสมรรถนะการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยตามหลักธรรมาภิบาล 6). การสร้างบุคลิกภาพให้แตกต่าง แต่กระนั้นการทำผลงานให้โดดเด่นต้องขับเคลื่อนด้วยการสร้างแรงจูงใจ คือการให้รางวัลหรือผลงานที่สร้างสรรค์ที่เป็นผลผลิตออกมาสู่ความเป็นเลิศตามกลยุทธ์ของสถาบันการศึกษา

สรุปผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่า บุคลากรของสถาบันการศึกษาต้องมั่นหาความรู้เพิ่มเติมเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์งานในรูปแบบของงานวิจัยเพื่อปรับปรุงพัฒนาให้ได้คุณภาพเป็นรูปธรรมตลอดจนงานทุกงานที่ปฏิบัติต้องอยู่ภายใต้กรอบการมีคุณธรรมจริยธรรม รวมถึงผู้บริหารก็ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยหลักธรรมาภิบาล ส่วนนักศึกษาที่นอกเหนือจากการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพแล้วทุกกิจกรรมที่ทำและการแสดงออกต้องมั่นปรับปรุงบุคลิกภาพทั้งกายและจิตใจให้มีความแตกต่างหรือเป็นจุดเด่นเฉพาะตัวบุคคลให้กับรั้วสถาบันการศึกษาที่ล้อมไปด้วยการมีคุณธรรมจริยธรรมประจำใจทุกคน ดังนั้นทุกคนในทุกสถาบันการศึกษาต้องพัฒนาและปรับตัวเพื่อการสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเข้มแข็ง

ลตจตุอ่อน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นที่คล้ายกันเป็นอันดับแรกคือ ให้ความสำคัญและส่งเสริมการทำวิจัยองค์ความรู้ และวิจัยในชั้นเรียนด้วยการใช้ทุนจากองค์กรที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัย เช่น สถาบันวิจัยแห่งชาติ และหน่วยงานอื่นๆ การให้คะแนนการปฏิบัติงานจากงานวิจัยที่ขอทุนสนับสนุนเพื่อกระตุ้นการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นไปอย่างต่อเนื่องที่นอกเหนือจากการเรียนการสอนหรือกิจกรรมโครงการต่างๆ

ส่งเสริมการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลที่เป็นส่วนกลางเข้ามาช่วยเพื่อลดภาระงานซ้ำซ้อนหรือเกินความจำเป็นสามารถสืบค้นข้อมูลที่เร่งด่วนและให้ความสำคัญกับสื่อทุกสื่อที่สามารถทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แล้วการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ช่วยให้บุคลากรรับทราบความเคลื่อนไหวในการวางนโยบายหรือกิจกรรมโครงการอยู่อย่างต่อเนื่องทำให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกัน

ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์สามารถปฏิบัติงานเรียนรู้และจับต้องได้เพื่อให้เห็นภาพจริง พัฒนาการให้แก่งานเกิดความเชี่ยวชาญและชำนาญพร้อมปรับเปลี่ยนตำแหน่งให้สูงขึ้นด้วยผลงานที่โดดเด่นให้เห็นกันในเชิงประจักษ์และเกิดการเลียนแบบที่ใครๆ ก็สามารถทำได้เป็นการสร้างตำแหน่งรองรับให้บุคลากรของตนไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายบริหาร ฝ่ายสนับสนุนวิชาการและฝ่ายวิชาการที่จะพัฒนาจากอาจารย์ เป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ หรือศาสตราจารย์ออกสู่เวทีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประกาศให้ทุกคนในองค์กรและภายนอกได้รับรู้ถึงการทำงานอย่างจริงจังและทำได้จริงอันนำไปสู่การปฏิบัติที่สัมผัสได้อย่างชื่นชม

ส่งเสริมแรงจูงใจให้บุคลากรที่มีความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จให้กับองค์กรผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรทุกคนด้วยมิตรภาพไมตรีต่อกันฉันทันทีพี่น้องเพื่อให้เกิดความรัก ความศรัทธา ในการบริหารงานของผู้บริหารและองค์กร ให้มีความสุขในการทำงานอย่างมิตรภาพและเข้าถึงได้ทุกระดับส่วนงาน เพื่อสร้างความสามัคคีที่อบอุ่นต่อกันและไม่ได้อยู่อย่างเดียวตายคนเดียวสามารถปรับเข้าหากันได้ทุกระดับและให้ความสำคัญทุกระดับชั้นในการปฏิบัติหน้าที่อย่างใกล้ชิด

ส่งเสริมและพัฒนาบุคลิกภาพให้เป็นนิสัยถาวรการที่จะฝึกคนรุ่นใหม่ให้ได้ตามที่สถาบันการศึกษาต้องการนั้นต้องใช้เวลา เช่น การฝึกการบริการ การพัฒนาบุคลิกภาพ การเสริมสร้างความเป็นไทยเพื่อให้ประชาชนรู้ถึงความเป็นตัวตนการมีผลผลิตที่ดีให้กับนักศึกษาสู่ผู้ประกอบการหรือตลาดแรงงานยอมรับ

ส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับนักศึกษาที่สนใจรับสถานที่ให้เหมาะสมกับผู้เรียนเพื่อรองรับการขยายตัวที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้นักศึกษาที่สนใจมาเรียนในหลักสูตรที่เป็นจุดเด่นได้เข้ามาเรียนกันมากขึ้น

แต่กระนั้นในการดำเนินงานทุกกิจกรรมต้องเป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ให้ที่ดีที่สุด ซึ่งการทำงานนั้นมิได้หมายความว่าต้องครบสมบูรณ์ทุกเรื่อง การทำงานสามารถยืดหยุ่นตามสภาวะการณ์ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่จะต้องอยู่ได้ด้วยวิธีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและแข่งขันได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่า การขับเคลื่อนวิธีการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาล้วนแต่เป็นนโยบาย วัตถุประสงค์ ขององค์กรที่ผลักดันให้เกิดผลงานที่สามารถทำให้บรรลุได้ตามกลยุทธ์ที่ตนวางไว้ให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กรให้มากที่สุด โดยมองตนเองทำอะไรให้แข็งแกร่งขึ้นที่จะไม่มีจุดอ่อนหรือลดจุดอ่อนแต่จะทำให้กลายเป็นจุดแข็งแล้วเดินต่อเพื่อสร้างความอยู่รอดและความมั่นคงของสถาบันการศึกษา

นอกจากนี้แล้วจากการสัมภาษณ์พบว่า การไม่เข้าใจในนโยบายของสถาบันการศึกษาบางองค์กร ที่มีตัวชี้วัดโดย สมศ. สกอ. เพื่อแสดงถึงมาตรฐานการทำงานที่สถาบันการศึกษา ด้านวิชาการ ต้องปฏิบัติตามนอกเหนือจากงานวิจัยแล้ว ต้องมี มคอ.3 มคอ.4 มคอ.5 ซึ่งมองว่าเป็นการทำงานที่มากเกินไป ผู้วิจัยขออธิบายคำว่า “มคอ.” กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (<http://www.thaiall.com/tqf/> สืบค้น 20 กันยายน 58)

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF:HEd) เป็นกรอบที่แสดงระบบคุณวุฒิการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศซึ่งประกอบด้วย ระดับคุณวุฒิความเชื่อมโยงต่อเนื่องจากคุณวุฒิระดับหนึ่งไปสู่ระดับที่สูงขึ้น การแบ่งสายวิชา มาตรฐานผลการเรียนรู้ของแต่ละระดับคุณวุฒิซึ่งเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของคุณวุฒิ ปริมาณการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเวลาที่ต้องใช้ ลักษณะของหลักสูตรในแต่ละระดับคุณวุฒิ การเปิดโอกาสในเทียบโอนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งระบบและกลไกที่ให้ความมั่นใจในประสิทธิผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของสถาบันอุดมศึกษาว่าสามารถผลิตบัณฑิตให้บรรลุคุณภาพตามมาตรฐานผลการเรียนรู้

หลักการสำคัญ 1). เป็นเครื่องมือในการนำแนวนโยบายการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการวัดการศึกษาตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการอุดมศึกษา และประกันคุณภาพการศึกษาสู่การปฏิบัติในสถานศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม 2). มุ่งเน้นที่ Learning Outcomes ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นต่ำเชิงคุณภาพเพื่อประกันคุณภาพบัณฑิต 3). มุ่งประมวลกฎเกณฑ์และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเรื่องหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเข้าไว้ด้วยกันและเชื่อมโยงให้เป็นเรื่องเดียวกัน 4). เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและความมั่นใจในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง/มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ ชุมชน สังคม และสถาบันอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตที่คาดว่าจะพึงมี 5). มุ่งให้คุณวุฒิหรือปริญญาของสถาบันใดๆ ของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและเทียบเคียงกันได้ ในสถาบันอุดมศึกษาที่ดีทั้งในและต่างประเทศ โดยเปิดโอกาสให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถจัดหลักสูตรตลอดจนกระบวนการเรียนการสอนได้อย่างหลากหลาย โดยมั่นใจถึงคุณภาพของบัณฑิตซึ่งจะมีมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามที่มุ่งหวัง สามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุขและภาคภูมิใจเป็นที่พึงพอใจของนายจ้าง 6). ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วัตถุประสงค์ของการดำเนินการ ซึ่งนอกจากจะให้เป็นที่ไปตามหลักสำคัญของ TQF ตามที่เสนอข้างต้นแล้วมีวัตถุประสงค์อื่นที่สำคัญคือ 1). เพื่อเป็นการประกันคุณภาพขั้นต่ำของบัณฑิตในแต่ละสาขา/สาขาวิชา หรือแต่ละคุณวุฒิ 2). เพื่อให้แต่ละสาขา/สาขาวิชามีการกำกับดูแลคุณภาพการ

ผลิตบัณฑิตกันเอง โดยบัณฑิตในสาขา/สาขาวิชาเดียวกันของแต่ละสถาบันฯ มีคุณภาพไม่ต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในมาตรฐานคุณวุฒิระดับการศึกษาของสาขา/สาขาวิชานั้นๆ 3). เพื่อนำไปสู่การลดขั้นตอน/ระเบียบ (deregulations) ในการดำเนินการให้กับสถาบันอุดมศึกษาที่มีความเข้มแข็งและความพร้อมในการจัดการศึกษา

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นเป็นการศึกษาข้อมูลการบริหารจัดการตามกรอบมาตรฐานของอุดมศึกษาที่ทุกสถาบันการศึกษาต้องปฏิบัติตามกรอบอย่างสมบูรณ์ แต่ก็ยังมีความเข้าใจไม่ตรงกันในนโยบายของผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานจึงต้องมีการอธิบายชี้แจงถึงเหตุผลเพื่อให้เกิดผลงานในทิศทางเดียวกันเพิ่มเติมในนโยบายที่เกิดขึ้นจากสมศ. สกอ. บางสถาบันการศึกษา

กลยุทธ์เสริมสร้างโอกาสและลดผลกระทบจากอัตลักษณ์

ด้านโอกาส

สรุปจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์ซึ่งผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง ได้ให้มุมมองไว้หลากหลายแง่คิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การเสริมสร้างโอกาสกล่าวคือ

การเสริมสร้างและพัฒนาด้วยการขับเคลื่อนนโยบายหรือสร้างวาระการประชุมกับผู้บริหารร่วมกันเพื่อระดมความคิดและทักษะอันเกิดแรงบันดาลใจเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ แก่องค์กรของตนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดรับในทิศทางเดียวกันและบรรลุวัตถุประสงค์ อีกทั้งการระดมเงินทุนเพื่อพัฒนาองค์กรให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้มีชื่อเสียง

การเสริมสร้างพัฒนาหลักสูตรใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานและนักศึกษาสนใจมาเรียนและได้นำสายวิชาชีพไปดำรงเลี้ยงชีพอย่างมีคุณภาพ อีกประเด็นหนึ่งการจัดทัศนศึกษากิจกรรม/โครงการ ให้เกิดการแลกเปลี่ยนทักษะ การแก้ปัญหา สร้างความคิดที่เกิดเป็นนวัตกรรมให้กับสถาบันการศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างนักศึกษา กับนักศึกษาที่เรียนดีและผู้ปกครองที่มีความสนใจเข้าร่วมและการสร้างเครือข่ายจากหน่วยงานภายนอกการสร้างเครือข่ายกับประชาคมอาเซียนเพื่อสร้างความเข้มแข็งในองค์กรตนและชื่อเสียง

การสร้างและพัฒนาสถานที่เพื่อรองรับการขยายตัวของหลักสูตรเพื่อให้นักศึกษาสามารถเข้ามาศึกษาได้อย่างภาคภูมิใจในบรรยากาศ และสถานที่ที่กว้างขวางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถาบันการศึกษามอบให้นักศึกษา เช่น การมีรถรับ-ส่ง การสร้างหอพักนักศึกษาและอาจารย์ การอยู่ใกล้กับสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

การสร้างเครือข่ายเพื่อรองรับวิชาชีพเมื่อจบการศึกษา เช่น การเรียนวิชาชีพหรือการศึกษาระดับปริญญาตรี ก็ จะสร้างเครือข่ายกับบริษัทห้างร้านที่ประกอบกิจการรถยนต์เพื่อรองรับการจบของนักศึกษาที่ได้ทั้ง การฝึกงานและการเข้ารับการประกอบอาชีพตามที่ตลาดแรงงานต้องการเมื่อจบการศึกษาแล้ว

การเปิดศูนย์ภาษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านภาษาอังกฤษหรือ ภาษาอาเซียน สามารถ เรียนได้ทั้งบุคคลภายใน เช่น นักศึกษา หรือ บุคลากร โดยเป็นการจัดฝึกอบรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากนั้นยังสร้างโอกาสให้กับบุคคลภายนอกที่ให้ความสนใจหรือใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมได้

สรุปจากการสัมภาษณ์พบว่า การยกระดับจิตใจให้สูงขึ้นเพื่อให้รู้จักการยอมรับในสิ่งที่คนอื่น เป็น และยินดีในสิ่งที่คนอื่นมีนั้น สามารถนำ 8 กลยุทธ์มาใช้ในการดำเนินงาน คือ 1). การสร้างความ ตระหนักรู้ปลูกจิตสำนึกสืบสานและเผยแพร่ ภาษา ดนตรี และศิลปวัฒนธรรมไทยสู่สากล 2). การ สร้างความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจที่มีต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม 3). การ นำทุนทางวัฒนธรรมของชาติมาสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 4). การสร้าง เครือข่ายความร่วมมือด้านศิลปวัฒนธรรมในระดับชาติและนานาชาติ 5). สืบสานโครงการอัน เนื่องมาจากแนวพระราชดำริและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 6). การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และ พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและชุมชน 7). การพัฒนาองค์ความรู้แหล่งเรียนรู้ด้านภาษา และสร้าง เครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ 8). การสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านดนตรีการ พัฒนาความรู้ด้านดนตรีและการพัฒนาวิชาชีพดนตรีสู่มาตรฐานสากล

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลบุคคลสำคัญจากสถาบันการศึกษามองว่า การมี “โอกาส” เป็นสิ่งที่ ต้องรีบทำรีบแสวงหาเมื่อเวลามาถึง แต่อันที่จริงแล้วในการดำเนินงานไม่จำเป็นต้องรอโอกาสทุก ชีงงานสามารถปฏิบัติทำได้เลย ตามที่ได้วางนโยบายหรือแผนงานอันสำคัญหรือจำเป็นให้สอดคล้อง กับกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ในเชิงปฏิบัติซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด เมื่อเราก็กทำให้ดีให้สำเร็จโดยมี ทฤษฎีและการปฏิบัติให้ควบคู่กันแต่จะเน้นการปฏิบัติให้มากขึ้น ฉะนั้นการลงไปปฏิบัติมักจะให้ผล มากกว่าการทำงานตามกรอบทฤษฎีที่อาจเห็นผลผลิตช้าหรือไม่ก็เป็นได้สำหรับมุมมองของแต่ละ บุคคลกล่าวได้ว่า การทำโอกาสเป็นสิ่งที่สถาบันการศึกษาต้องให้ความสำคัญ ถึงแม้ว่าโอกาสจะไม่ มาถึง แต่ควรดำเนินการสรรสร้างงานอย่างสม่ำเสมอไม่ต้องรอจังหวะและโอกาสให้มาถึง การสร้าง นักศึกษาให้มีคุณภาพตามหลักสูตรและสาขาที่เปิดเพื่อพัฒนาให้นักศึกษามีความรู้ความสามารถความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้เกิดประโยชน์ในอาชีพเมื่อจบการศึกษาไปแล้วสามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญและ สร้างชื่อเสียงให้กับตนเองและสถาบันการศึกษา ดังนั้นการให้ความสำคัญในรายละเอียดด้าน บุคลิกภาพที่สามารถสะท้อนความเป็นสถาบันการศึกษาของตนเป็นสิ่งที่น่าชื่นชมที่ผู้บริหารหรือ อาจารย์ผู้สอนควรให้ความสนใจใส่ใจที่จะปั้นนักศึกษาให้มีคุณภาพเพื่อตอบโจทย์ให้กับผู้ประกอบการ

หรือตลาดแรงงานที่สามารถยอมรับในคุณภาพของนักศึกษาและการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี

ด้านลดผลกระทบ

จากผลสรุปที่ได้สัมภาษณ์ผู้บริหารเกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยการลดผลกระทบอันเกิดจากอัตลักษณ์ซึ่งจากการวิเคราะห์มีหลายประเด็นดังนี้ การเสริมสร้างองค์ความรู้สู่การบูรณาการให้นักศึกษาระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้องให้ตระหนักถึงความสำคัญในสาขาวิชาชีพ เช่น การพัฒนาความเชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมที่ตนเองเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์แล้วนำไปแสดงยังต่างประเทศที่สามารถสร้างชื่อเสียงจนเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างงดงามแก่ประชาคม

ลดผลกระทบด้วยการเสริมสร้างบุคลากรสายวิชาการให้เข้มแข็งพัฒนาบุคลากรของตนได้มีตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น เช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ เพิ่มมากขึ้นเพื่อชดเชยกับบุคลากรที่เกษียณอายุ และสนับสนุนส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ให้มากขึ้นตามวัตถุประสงค์ของสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ต้องสามารถยืดหยุ่นในการทำงานเพื่อปรับเข้าสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ลดผลกระทบด้วยการเสริมวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กรและยุทธศาสตร์ชาติและเป้าประสงค์ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา และสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา โดยให้วิธีการทำงานของสถาบันการศึกษาดำเนินไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีมาตรฐานเพื่อสร้างผลตอบรับในงานได้อย่างมีคุณภาพและยกระดับการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลชัดเจน

ลดผลกระทบด้วยการส่งเสริมการขยายหรือการเปิดหลักสูตรใหม่ให้กับนักศึกษาที่ให้ความสนใจในสาขาวิชาชีพนั้นให้มีโอกาสได้ศึกษาเล่าเรียนตามความประสงค์ อีกทั้งพัฒนาหลักสูตรให้เข้มแข็งที่สามารถต่อยอดได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้

ลดผลกระทบด้วยการส่งเสริมและพัฒนาสถานการศึกษาไปยังเขตปริมณฑลให้ขยายกว้างออกไปเพื่อรองรับการเข้ามาใหม่ของนักศึกษาหรือมีการขยายหลักสูตรเพิ่มที่ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการศึกษาเล่าเรียน การพัฒนาชุมชนให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ร่วมกัน

ลดผลกระทบด้วยการส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันให้อยู่ในทิศทางเดียวกัน เมื่อมีปัญหาใดเกิดขึ้นในองค์กรหรือปัญหานโยบายด้านต่างๆ ก็สามารถสร้างแนวร่วมเพื่อให้

งานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์แล้วช่วยกันขับเคลื่อนองค์กรทั้งทางด้านบริหาร ด้านงานสนับสนุน และด้านวิชาชีพให้พร้อมรองรับในวิธีการบริหารจัดการองค์กรให้เป็นหนึ่งลดการขัดแย้งให้กับองค์กรได้

นอกจากนี้แล้วจากการสัมภาษณ์สังเกตได้ว่า การปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์หรือนโยบายแต่ละสถาบันการศึกษาที่มีกำหนดไว้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์นั้น สิ่งที่สำคัญที่ทุกสถาบันการศึกษาให้การตระหนักรู้ คือ การศึกษาตนเองมองตนเองหยั่งเห็นอยู่ตลอดเวลาเพื่อการปฏิบัติหน้าที่เป็นไปอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์งานสามารถดำเนินต่อไปได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้เพื่อลดผลกระทบอันที่จะเกิดกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาสิ่งที่ทำได้คือ การปรับตัวเองให้เข้าสถานการณ์ที่เกิดในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ที่พร้อมรับและปรับตัวให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

วิธีการสื่อสารเชิงบวก ลดเชิงลบ แสวงหาโอกาส ผลกระทบจากอัตลักษณ์

มุมมองนักประชาสัมพันธ์การสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวก

สรุปจากการสัมภาษณ์ของนักประชาสัมพันธ์ที่ให้มุมมองวิธีการสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวก ซึ่งได้ให้ทัศนะที่หลากหลายประเด็นส่วนใหญ่แล้วการทำงานเน้นเชิงรุกและเชิงรับและนักประชาสัมพันธ์มองว่า ผู้บริหารองค์กรของสถาบันการศึกษาต่างก็ให้ความสำคัญกับการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทั้งองค์กรไม่ว่าจะเป็น พนักงาน นักศึกษา ผู้ปกครองหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดทั้งภายนอกองค์กรให้รับทราบความเคลื่อนไหวภายในองค์กรที่มีการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ อันสามารถสร้างชื่อเสียงและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีได้ จึงถือได้ว่าการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มเป้าหมายเข้าใจในบทบาทของตนในปฏิบัติงานให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันอย่างเชื่อมโยง การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกเห็นว่า การที่คณะหรือหลักสูตรที่อยู่ภายในสถาบันการศึกษาต่างก็มีจุดเด่นหรือจุดแข็งที่นำไปสู่การเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ละคณะหลักสูตรที่มีการจัดกิจกรรม/โครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมความเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของตนเองอย่างสร้างสรรค์สร้างที่เกิดจากความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่ช่วยกันผลักดันส่งเสริมเพื่อให้ผลงานบรรลุวัตถุประสงค์หรือนโยบายของตน

การสร้างเสริมอัตลักษณ์เชิงบวกในมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปอย่างสร้างสรรค์อันเป็นสิ่งทีภาคภูมิใจในบริบทของสถาบันการศึกษา คือ

1. การจัดกิจกรรมพิเศษในวาระสำคัญ เช่น การจัดงานวันสถาปนาครบรอบของสถาบันการศึกษา การจัดงานขึ้นปีใหม่ให้กับสถาบันการศึกษา การมอบของที่ระลึกให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยนำผลงานที่เป็นอัตลักษณ์จากผลผลิตของสถาบันการศึกษาไปมอบให้พร้อมโบว์ชัวร์

2. การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เช่น การเลี้ยงขอบคุณให้กับสื่อมวลชนที่มีการสร้างเครือข่ายร่วมกันในการลงข่าวสารข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา ที่จัดให้มีขึ้นปีละครั้งให้กับสื่อมวลชนหลายสื่อที่สถาบันการศึกษาได้สร้างมิตรภาพที่ดีกับสื่อโดยไม่ต้องซื้อพื้นที่สื่อ ในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สถาบันการศึกษา

3. การเปิดบูธ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรสาขาการนำเสนอสิ่งที่ดีให้กับนักศึกษา หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องที่ให้ความสนใจหรือการออก Road show นำข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรเป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ของตนนำไปเผยแพร่โดยนักศึกษาแต่งกายเรียบร้อยพร้อมที่จะนำเสนอสิ่งที่ดีของสถาบันการศึกษาออกสู่ประชาคมเพื่อให้บุคคลสนใจที่จะมาเรียนและได้ดูเป็นตัวอย่างในเครื่องแบบนักศึกษาที่สามารถเชิญชวนให้มาเรียนได้

4. การจัดกิจกรรมนักศึกษา เช่น การประกวดดาวเดือน เพื่อการโน้มน้าวให้ผู้สนใจอยากมาเรียนซึ่งเป็นวิธีหนึ่งของการเชิญชวนให้มาเรียนในสถาบันการศึกษา การจัดแสดงสินค้าอาเซียน การสร้างเสริมผลงานด้วยศิลปวัฒนธรรมอันเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษา เผยแพร่ทั้งภายในองค์กรและต่างประเทศที่สามารถแสดงออกให้ต่างชาติยอมรับและได้รางวัลกลับมาอย่างภาคภูมิใจในความเป็นสถาบันการศึกษา

5. การจัดให้มีการรณรงค์อย่างสร้างสรรค์ของคณะหรือหลักสูตรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสถาบันการศึกษา การรณรงค์ส่งเสริมอัตลักษณ์ การรณรงค์ส่งเสริมความเป็นไทย เป็นต้น

6. การสร้างภูมิทัศน์ เช่น การปรับสถานที่ให้น่าเรียนน่าอยู่ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บรรยากาศของสถาบันการศึกษามีความร่มรื่น สวยงาม ผ่อนคลายที่สร้างความสดใสให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้เข้ามาสัมผัส

7. การปรับเปลี่ยนสถาบันการศึกษาเปรียบเสมือนบ้าน เช่น การให้ความดูแลเอาใจใส่ให้กับนักศึกษาทั้งปัญหาการเรียน ปัญหาส่วนตัวที่อาจารย์สามารถไต่ถามทุกข์สุขได้และให้คำแนะนำ คำปรึกษาที่ดีได้ การสร้างสถาบันการศึกษาให้มีความอบอุ่นเพื่อให้ทุกคนความรัก ความเมตตา มีความศรัทธาในองค์กรร่วมกันอย่างพี่น้อง

8. การเสริมสร้างงานวิจัย เช่น การพัฒนาวิจัยในเขตชุมชน สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนที่ดีร่วมกัน การช่วยเหลือชุมชนที่สถาบันการศึกษาให้ความสำคัญและเป็นไปอย่างสร้างสรรค์

9. เสริมสร้างสวัสดิการให้กับนักศึกษา เช่น การให้รถรับ-ส่งนักศึกษา การมีหอพักรองรับ การฝึกงานหรือประสบการณ์วิชาชีพ การสร้างงานบริการให้ประทับใจในการเดินทางมาศึกษาเล่าเรียน

10. การเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยบุคลิกภาพ เช่น การแต่งกายที่เรียบร้อย การสร้างบุคลิกภาพให้เป็นจุดเด่นไม่เหมือนใคร

11. การมีค่าเล่าเรียนที่ราคาไม่สูง เป็นการให้ความช่วยเหลือของสถาบันการศึกษาที่รองรับสำหรับผู้มีรายได้น้อยและอยากมาศึกษาเล่าเรียนก็สามารถเข้าได้จบได้

12. การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ เช่น มีการใช้สื่อทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไลน์ ตัวอักษรวิ่ง สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อโซเชียล เว็บไซต์ internet intranet สื่อเคลื่อนที่ สื่อภายนอก เป็นการใช้ทุกช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องเข้าใจในทิศทางเดียวกันให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

13. การพัฒนาของนักประชาสัมพันธ์ ที่ต้องเรียนรู้การทำข่าวอย่างสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ การเขียนข่าวที่เกิดประโยชน์ต่อองค์กรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงบวก

14. การเปิดอบรมศูนย์ภาษา เช่น ให้ชาวต่างชาติมาเป็นผู้สอนให้กับสถาบันการศึกษา

15. การสร้างศิษย์เก่า เช่น เมื่อรุ่นพี่จบก็สามารถให้รุ่นน้องเดินตามรอยของรุ่นพี่ด้วยการไปฝึกงานด้วยให้รุ่นพี่สอนรุ่นน้องเป็นรุ่นต่อรุ่นที่สามารถสร้างเครือข่ายร่วมกันได้ นอกจากนี้แล้วการสร้างนักศึกษาให้เกิดผลงานสู่นวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างชื่อเสียงในวงกว้างต่อไป

16. การได้รางวัลในผลงานอันยอดเยี่ยมดีเด่น แล้วเผยแพร่อย่างต่อเนื่องต่อยุทธศาสตร์อย่างสม่ำเสมอ

17. การสร้างมาตรฐานการศึกษาให้โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับต่อสังคมจากการประเมินผลที่ยอดเยี่ยมผ่านการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่

อย่างไรก็ตาม การสร้างผลงานอันเกิดจากอัตลักษณ์หรือกิจกรรม/โครงการ หรือการได้รางวัลยอดเยี่ยมแล้วแต่ต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกฝ่ายของสถาบันการศึกษาที่สามารถขับเคลื่อนผลงานผลิตของตนให้เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอกองค์กรระดับประเทศ ระดับชาติแล้วนำมาเขียนข่าวลงข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทุกช่องทาง เพื่อให้ถึงมือผู้รับและรวดเร็ว ซึ่งเครื่องมือการสื่อสารในปัจจุบันสามารถรองรับกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีที่สะดวกและประหยัดเวลา แต่ก็ขึ้นอยู่กับว่าจะส่งให้ใครเพื่อให้ถึงผู้รับเข้าใจชัดเจนและตรงกันการส่งเสริมกิจกรรมผ่านสื่อที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่กระจายข้อมูลข่าวสารก็เพราะอัตลักษณ์มีกิจกรรมสัมพันธ์ในตัวของตัวเอง แต่สิ่งสำคัญคือ ทุกคนในองค์กรควรเปิดใจเปิดรับสื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ถือว่าเป็นการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์และจะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ตีร่วมกัน

มุมมองนักประชาสัมพันธ์การสื่อสารลดอัตลักษณ์เชิงลบ

สรุปจากสัมภาษณ์เกี่ยวกับการลดอัตลักษณ์เชิงลบของนักประชาสัมพันธ์ซึ่งได้ให้มุมมองว่าการปฏิบัติหน้าที่ต้องมีความระมัดระวังและรอบคอบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารควรกลั่นกรองเนื้อหาสาระการเขียนข่าวให้ถูกต้องชัดเจนและได้ใจความสำคัญให้สมบูรณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ควรมีเชิงรับด้วยกรณี เช่น เมื่อมีข่าวที่ไม่ดีออกไปวิธีการของการปฏิบัติหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดคือ การกล่าววาจาด้วยการขอโทษไม่ใช่ว่าการแก้ตัวให้คำชี้แจงและสนับสนุนงานเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นใหม่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะองค์กรหรือสถาบันการศึกษาให้ความสำคัญในด้านงานบริการงานสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา

ผู้ปกครองบุคคลทั้งภายในองค์กรและบุคคลภายนอกองค์กรที่เข้ามาสัมผัสทำอย่างไรให้ดีที่สุดและเกิดความประทับใจมากกว่าการทำงานที่คาดแต่หวังผลกำไร

การทำงานของนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่แล้วมีการใช้การสื่อสารที่รวดเร็วทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีอันสามารถปรับตัวให้เข้าสถานการณ์ในปัจจุบันได้การมีช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทางทำให้มีนักประชาสัมพันธ์ได้มีทางเลือกในการเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับเนื้อหาข่าวสารข่าวสารเพื่อไปสู่ช่องทางใดก็ได้ให้ถึงมือผู้รับสารได้อย่างทันท่วงทีในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรภายในองค์กรและภายนอกองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้เข้าใจในการทำงานในทิศทางเดียวกัน

การสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนเป็นสิ่งสำคัญควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันให้มากเมื่อมีข่าวสารข้อมูลสำคัญสามารถช่วยกันนำเสนอข่าวให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษให้ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ การใช้ตัวบุคคลในการสร้างข่าว เช่น การสรรหานักศึกษาที่มีบุคลิกภาพดี เรียบร้อยด้วยมารยาทอันงดงามที่เหมาะสมกับการเป็นแม่แบบให้กับโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อเชิญชวนให้นักศึกษาที่สนใจเข้ามาเรียนเสมือนว่า ใครมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้จะมีบุคลิกภาพดีแต่งกายสวยงามเรียบร้อยด้วยมารยาทเป็นการสร้างดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น หรือการสร้างข่าวสารและเชิญชวนจากอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยครบครันของสถาบันการศึกษา

การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ด้วยการปฏิบัติหน้าที่ที่การทำงานสอดคล้องกัน แม้กระทั่งการบริหารงานของผู้บริหารที่หมดวาระนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงนโยบายใหม่ การสร้างผลงานของผู้บริหารผ่านสื่อการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและร่วมกันช่วยสร้างสรรค์งานเพื่อนำมาเผยแพร่ผ่านประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าวสารที่ดีที่สุดที่เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสารเพื่อลดอัตลักษณ์เชิงลบ

นอกจากนี้แล้ว การทำงานข่าวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารอย่างไรให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของนักประชาสัมพันธ์ คือ ต้องมีการทำสำรวจการสื่อสารภายในองค์กรของตนเองเกี่ยวกับความประสงค์ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารช่องทางใดบ้าง อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเลือกช่องทางที่สะดวกและรวดเร็วอย่างไร ให้ถึงมือผู้รับอย่างทันเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อสามารถปฏิบัติงานและสานต่ออย่างมีคุณภาพของงาน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์สามารถนำผลจากการสำรวจมารวบรวมวิเคราะห์หาทางเลือกที่ดีที่สุดให้กับองค์กรและผู้รับสารอันเหมาะสม จากประเด็นดังกล่าวการสร้างสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและให้

กลุ่มเป้าหมายเปิดรับสื่อให้มากที่สุดหลายช่องทางซึ่งถือว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนข้อมูลให้ถึงมือผู้รับให้มากที่สุดและพึงพอใจต่อผู้รับสารให้มากที่สุดเช่นกัน

มุมมองนักประชาสัมพันธ์ต่อการแสวงหาโอกาสจากอัตลักษณ์

สรุปจากการสัมภาษณ์ของนักประชาสัมพันธ์ในการแสวงหาโอกาสของอัตลักษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า ถ้าองค์กรของตนมีอัตลักษณ์หรือจุดเด่นจุดแข็งโดยเริ่มต้นจากการสร้างกิจกรรม/โครงการที่เกิดจากอัตลักษณ์นั้นนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ถูกกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่ยอมรับในสังคมเกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม และประเทศชาติ การนำพาอัตลักษณ์มาพัฒนาให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องสร้างจิตสำนึกแห่งงานบริการที่ดีสร้างบุคลิกภาพให้โดดเด่นเป็นที่ประทับใจต่อผู้พบเห็น เพราะนอกจากอัตลักษณ์ในหลักสูตรแล้วการพัฒนาบุคลิกภาพทั้งภายในและภายนอกของตัวตนให้ดูงามสง่าเรียบร้อยด้วยกิจกรรมารยาทในชุดเครื่องแบบนักศึกษาอย่างเหมาะสม การพัฒนาภาษาอังกฤษให้นักศึกษามีความเก่งจนชำนาญสามารถพัฒนาตนเองในเกิดการยอมรับได้ในผู้ประกอบการ ทั้งนี้สถาบันการศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการพัฒนาภาษาอังกฤษกับนักศึกษาที่ได้คะแนนสูงสามารถไปเที่ยวได้ในต่างประเทศฟรีเป็นกลุ่มๆ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจสำหรับรุ่นต่อไป ไปให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ นอกจากการมั่นสร้างและพัฒนาอัตลักษณ์ของตนให้เกิดความเชี่ยวชาญแล้วสถาบันการศึกษายังได้มีการเชิญวิทยากรจากหน่วยงานภายนอกที่มีความถนัดหรือเชี่ยวชาญประสบการณ์มาฝึกอบรมในสาขาหลักสูตรนั้นๆ ของตนให้การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างพัฒนาและสร้างสรรค์ที่สามารถนำมาต่อยอดให้มากที่สุดได้ผลลัพธ์ยิ่งขึ้นจากการฝึกอบรมให้กับอัตลักษณ์ของสถานศึกษาที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาและสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง

การเปิดหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อรองรับสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกายให้ได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนในสถาบันการศึกษาสามารถจบแล้วได้งานทำประกอบอาชีพได้สามารถเลี้ยงตนเองได้ที่ไม่เป็นภาระสังคม ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษายังคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่จะศึกษาเล่าเรียนด้วยการเปิดโอกาสให้กับผู้สนใจเรียนแต่เกรดไม่สูงนักศึกษาก็สามารถเข้าศึกษาได้เป็นการเปิดโอกาสให้กับนักศึกษาที่สนใจ แต่ก็ถือว่าเป็นการแสวงหาโอกาสให้กับองค์กรของตนเองที่เล็งเห็นถึงความสำคัญและเปิดกว้างในการศึกษาให้มีความรู้ติดตัวไปประกอบอาชีพได้

การแสวงหาสื่อด้วยการนำสื่อเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในสถาบันการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพราะปัจจุบันการสื่อสารมีบทบาทต่อองค์กรเป็นอย่างมากทำอย่างไรให้การสื่อสารหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่จะส่งไปถึงมือผู้รับโดยเร็ว สะดวก ชัดเจน ทันต่อเหตุการณ์ ด้วยเหตุนี้สถาบันการศึกษาทุกที่ได้ใส่ใจในการสื่อสารช่องทางการสื่อสารประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ได้จากการสื่อสารนั้นหมายถึง ความสำเร็จขององค์กรที่ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับสาร

ซึ่งสื่อที่ใช้ส่วนมาก เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อภายนอกอาคาร สื่อใหม่ สื่อมวลชน สื่อโซเชียล สื่อออนไลน์ internet intranet website line sms facebook twitter hi5 ทุกสื่อมีทั้งสื่อใหม่สื่อเก่าผสมผสานหลากหลายช่องทางตามกลุ่มเป้าหมายหรือโอกาสที่เหมาะสมกับเหตุการณ์ในเนื้อหาข่าวสารนั้นๆ ไปยังผู้รับสารให้สะดวกรวดเร็วประหยัดเวลา ทุกสถาบันการศึกษาให้การตอบรับทุกสื่อทุกช่องทางเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลและความสำเร็จขององค์กรที่จะพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และคู่แข่งขั้นเพื่อก้าวสู่อาเซียนได้

การใช้สื่อบุคคลก็เป็นช่องทางหนึ่งในการพัฒนาแสวงหาโอกาสเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่จะให้กลุ่มเป้าหมายหรือนักศึกษาได้เข้ามาศึกษายังสถาบันการศึกษาของตนด้วยวิธีการใช้สื่อบุคคล กล่าวคือ

1. รุ่นพี่บอกรุ่นน้อง การนำศิษย์เก่ามาบรรยาย
2. การบรรยายหลักสูตรจากอาจารย์การไปนอกสถานที่ในเขตชุมชนและกลุ่มเป้าหมายแต่ละภูมิภาคแต่ละจังหวัดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจมาเรียนให้มากและนำเสนออัตลักษณ์จุดเด่นจุดแข็งให้ผู้สนใจยอมรับที่จะมาศึกษาเล่าเรียน
3. การสร้างเชิงสัญลักษณ์ เช่น ให้นักศึกษาของเข้าร่วมกับสถาบันการศึกษาไปเผยแพร่หลักสูตรยังโรงเรียนชุมชนหรือต่างจังหวัดโดยแต่งกายชุดนักศึกษาเครื่องแบบประจำสถาบันการศึกษาหรือหลักสูตรให้เห็นถึงความสวยงามใส่แล้วดูดีน่าเข้าเรียนเป็นการโน้มน้าวใจดึงดูดใจให้มาเรียน

สถาบันการศึกษาจัดให้มีการสร้างระบบการศึกษาเพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐาน เช่น การคัดเลือกนักศึกษาที่ได้คะแนนสูงเข้ารับการศึกษ การสัมภาษณ์โดยผู้เชี่ยวชาญทางจิตวิทยา การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพอาจารย์ผู้สอนจนเชี่ยวชาญและชำนาญ การส่งเสริมและพัฒนาภาษาอังกฤษทั้งบุคลากรและนักศึกษา การสร้างรางวัลแก่ผู้สำเร็จใฝ่การเรียนรู้ที่ได้มาตรฐานสู่สากล การส่งเสริมและพัฒนาสาขา/หลักสูตรให้สามารถประกอบอาชีพได้จริงและไม่ตกงาน ส่งเสริมวิชาชีพที่ขาดแคลนและพัฒนาคนสร้างความแข็งแกร่งในชุมชนด้วยการสร้างกิจกรรม หรือกิจกรรมพิเศษทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรด้วยประเพณี และวัฒนธรรมที่สืบทอดของสถาบันการศึกษา หรือความเป็นไทย เพื่อสร้างยั่งยืนและความอยู่รอดของสถาบันการศึกษาที่ไม่หยุดนิ่งต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ แล้วต่อยอดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องถูกถ่ายทอดจากกิจกรรม/โครงการต่างๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ประชาคมรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวและผลงานผลิตให้เป็นที่ประจักษ์

จากมุมมองดังกล่าว สถาบันการศึกษาจะต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นระบบด้วยความเป็นตัวของตัวเองและทันต่อเทคโนโลยีข้อมูลสารที่ผันแปรไปตามกาลเวลาที่ต้องปรับเปลี่ยนกันอย่าง

รวดเร็วซึ่งมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อผู้รับนั้นควรมีการสำรวจ สังเกต สัมภาษณ์ เพื่อการทำงานของนักประชาสัมพันธ์ให้ถูกกลุ่มเป้าหมายได้ประโยชน์สร้างผลงานสร้างคุณภาพให้กับองค์กรซึ่งทุกองค์กรต่างก็ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันที่จะทำอะไรให้ตนนั้นประสบความสำเร็จที่จะถ่ายทอดอัตลักษณ์ผ่านสื่อทุกช่องทางให้สังคม ประเทศ นานาชาติ ยอมรับด้วยการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง

มุมมองนักประชาสัมพันธ์ต่อการสื่อสารลดผลกระทบจากอัตลักษณ์

สรุปจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับวิธีการสื่อสารลดผลกระทบจากอัตลักษณ์ส่วนใหญ่ นักประชาสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูลมักจะไม่มียุทธศาสตร์ในการปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบซึ่งคิดอยู่เสมอว่า ต้องทำให้ดีที่สุดด้วยความระมัดระวังข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีส่วนร่วมในการทำงานและสอดคล้องกันไปในทิศทางเดียวกันระหว่างบุคลากรด้วยกันให้เกิดความสุขในการทำงานสร้างความรักความศรัทธาร่วมกันกับสถาบันการศึกษาของตนปลูกฝังแนวคิดที่ดีร่วมกันระหว่างผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษา แต่สิ่งที่สถาบันการศึกษาได้ให้ความสำคัญในการสื่อสารเพื่อไม่เกิดผลกระทบจากอัตลักษณ์ ผ่านกระบวนการทำงานจากกิจกรรม/โครงการ หลักสูตรที่เป็นจุดแข็ง จุดเด่น และสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรเกิดความเข้าใจทำให้สังคมยอมรับความเคลื่อนไหวขององค์กรที่ผ่านสื่อ ผ่านช่องทางที่หลากหลายสามารถลดช่องว่างไม่ให้เกิดปัญหาตามมากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะสังเกตได้ว่าการพัฒนาในการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน กล่าวคือ

1. ปรับภูมิทัศน์สถานที่ให้กว้างขวางน่าเรียนมากขึ้นสามารถรองรับการขยายตัวของหลักสูตรหรืออัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาสามารถรับผู้ที่สนใจมาศึกษาเล่าเรียนผ่านกระบวนการประชาสัมพันธ์

2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์และคณาจารย์จัดทำหลักสูตรบรรยายตามโรงเรียนต่างๆ หรือชุมชนอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างสื่อโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสื่อสารนอกสถานที่ในการเชิญชวนให้ผู้สนใจมาเรียนยังสถาบันของตนเองพร้อมด้วย ซีดี แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบสมัครงาน และกิจกรรมต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3. การอำนวยความสะดวกในการสมัครเข้ารับการศึกษ ได้ทุกช่องทาง ใบสมัคร สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียล อินเทอร์เน็ต และดูความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสื่อสารอย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้ประโยชน์และประสิทธิผลสูงสุดพัฒนาอัตลักษณ์อย่างต่อเนื่องพัฒนาหลักสูตรใหม่ให้เป็นอัตลักษณ์เพิ่มขึ้นที่สามารถแข่งขันได้แล้วเผยแพร่ผ่านประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางที่เหมาะสม

4. การประชาสัมพันธ์ให้เกิดความร่วมมือกันส่งเสริมให้ความเคารพสถาบันการศึกษาของตนไม่ให้เสียชื่อเสียงให้การอบรมเรียนรู้กับนักศึกษาสิ่งใดควรทำไม่ควรทำเพื่อภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาทุกฝ่ายให้ชัดเจน

5. ประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างนโยบายให้เข้าใจและปฏิบัติในแนวทางเดียวกันทำให้สอดคล้องกับการประกันคุณภาพการให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายของสถาบันการศึกษาที่ช่วยกันผลักดันและมีมาตรฐานการทำงานอย่างต่อเนื่องให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. อาจารย์สร้างหลักสูตรหรือเป็นผู้รับสารฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมและช่วยกันให้หลักสูตรได้เผยแพร่ทุกกิจกรรมผ่านสื่อและเผยแพร่ให้สังคมรับทราบความเคลื่อนไหวพัฒนาอัตลักษณ์อย่างต่อเนื่อง

7. เน้นสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันการศึกษา การสร้างสื่อด้วยตัวบุคคลที่สะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านนักศึกษา

ขณะเดียวกันฝ่ายประชาสัมพันธ์จะสร้างแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการต้องการบัณฑิตที่จบในลักษณะใดเพื่อพัฒนาให้ตรงจุดประสงค์เมื่อนักศึกษาจบแล้วสามารถได้งานทำ ถึงกระนั้นการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายของฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถลงพื้นที่สำรวจจากการวิจัยในเขตชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพส่งเสริมชุมชนให้สามารถเลี้ยงชีพได้อย่างยั่งยืนโดยการนำหลักวิจัยที่ได้มาพัฒนาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ แล้วพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องสามารถให้กลุ่มเป้าหมายได้ศึกษาเรียนรู้ไปประกอบอาชีพของตนเองได้ ซึ่งสถาบันการศึกษาได้เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเรียน แต่ด้วยงบประมาณไม่เพียงพอองค์กรสามารถเข้ามาช่วยด้านการศึกษาให้สามารถเข้าเรียนและเรียนจบได้ผ่านประชาสัมพันธ์เผยแพร่เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันการศึกษาได้

จากการสัมภาษณ์พบว่า การมองภาพรวมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกลดอัตลักษณ์เชิงลบแสวงหาโอกาสจากอัตลักษณ์และลดผลกระทบทุกสถาบันการศึกษาให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางและสนับสนุนสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีบทบาทการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั่วทั้งองค์กรที่สำนัก/ฝ่ายการสื่อสารองค์กรหรือประชาสัมพันธ์ที่เตรียมพร้อมกับการทำงานทั้งเชิงรุกและเชิงรับและพัฒนารังสรรค์งานให้เกิดคุณภาพสูงสุดด้วยวิธีการสื่อสารที่ทันสมัยให้กับยุคปัจจุบันอันมีเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความสะดวกรวดเร็วทันเวลา

ถึงอย่างไร หลักการสื่อสารของสถาบันการศึกษาทุกองค์กรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนทั่วทั้งองค์กรในแง่ของหลักการสื่อสารด้วยการเผยแพร่ข้อมูลทั้งในด้านเนื้อหาที่เข้าใจง่ายมีความชัดเจนให้ได้ใจความ

สมบูรณมีการส่งไปยังผู้รับสารภาษาที่ใช้ถูกต้องเพื่อผลตอบรับที่เข้าใจตรงกันและสอดคล้องการปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง

หากวิธีการสื่อสารที่มีความไม่เข้าใจในนโยบายของสถาบันการศึกษาแล้วไม่ว่าจะเป็นการประกาศ คำสั่ง กฎระเบียบข้อบังคับ อันเกิดความไม่เข้าใจในกลุ่มมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้บริหารพร้อมที่จะชี้แจงให้เกิดความเข้าใจได้อย่างถูกต้องและพร้อมที่จะเผยแพร่ออกไปผ่านสื่อทุกช่องทางให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงประจักษ์ให้อยู่ภายใต้นโยบายเดียวกันที่พึงปฏิบัติสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน

ขณะเดียวกันอาจารย์ที่ปรึกษาและฝ่ายประชาสัมพันธ์ร่วมกันสร้างนักศึกษาให้มีคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดความรับผิดชอบในงานและอาชีพเพื่อตลาดแรงงานและผู้ประกอบหรือสังคมยอมรับพัฒนาให้มีคุณภาพสามารถรังสรรค์งานให้ได้ผลลัพธ์อย่างสร้างสรรค์ สร้างการมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างเป็นนิจจากการกระทำและผ่านสื่อทุกชนิดเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

จากการสัมภาษณ์นักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร มีการกระบวนการสื่อสาร เริ่มจากการข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ทราบนโยบายวัตถุประสงค์ ในการปฏิบัติงานให้เกิดบรรทัดฐานเดียวกันและจงใจให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบโต้กลับมาที่ผู้ส่งสารต้องการ โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งสารทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจากผู้บริหารหรือแหล่งต่างๆ เพื่อส่งข่าวไปยังผู้รับสารโดยการแปลงความคิดที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นตัวอักษรให้ถูกต้องชัดเจนได้ใจความสมบูรณ์การทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องไม่พลาดไม่เขียนและนำเสนอข่าวผิดต้องมีการกลั่นกรองก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้เป็นข่าวสารที่ให้ได้ความน่าเชื่อถือผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆ หรือส่งไปยังผู้รับสารโดยตรงเมื่อผู้รับข้อมูลข่าวสารแล้วสามารถถอดข้อมูลตามความเข้าใจหรือสภาพแวดล้อมและมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมายังผู้ส่งสาร ในเรื่องของความเข้าใจ ความรู้ การตอบรับ การปฏิเสธ หรือไม่ได้รับข่าวสารจากการไม่เปิดรับสื่อ

จากเหตุผลดังกล่าวเป็นกระบวนการสื่อสารที่นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวให้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบ โดยเริ่มต้นจาก เนื้อหาข้อมูลข่าวที่ได้จากผู้บริหาร การเปิดหลักสูตรใหม่หรือเปิดสถาบันการศึกษาแนะนำหลักสูตร การรับสมัครนักศึกษาเข้าใหม่ การอบรมให้กับบุคคลภายนอก การทำกิจกรรม/โครงการ การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรและสู่อาเซียน การบริหารจัดการ การบริการวิชาการให้กับชุมชนที่สถาบันการศึกษาจัดให้มีขึ้นแล้วนำเสนอข่าวสารเผยแพร่ให้ทราบทั่วทั้งองค์กรทั้งภายในและภายนอกรับรู้ถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการเคลื่อนไหวขององค์กรสู่ประชาคมอย่างต่อเนื่องสร้างข้อมูลให้เป็นปัจจุบันที่ทันสมัย ซึ่งช่องทางการสื่อสารที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. สื่อภายใน ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่และนอกสถานที่ สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ สื่อใหม่ สื่อบุคคล เป็นต้น
2. สื่อภายนอก ได้แก่ สื่อสารมวลชน สื่อมวลชนสัมพันธ์ที่สถาบันการศึกษาได้สร้างเครือข่าย และสัมพันธ์ภาพที่ดีไว้ที่ไม่ต้องซื้อสื่อซื้อพื้นที่เมื่อมีข่าว

ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารที่ลงแต่ละช่องทางควรพิจารณาดูให้แน่ชัดว่าเนื้อหาข่าวสารหรือกิจกรรมชนิดใดควรไปช่องทางใดจัดให้เหมาะสมเพื่อไม่ให้เสียเวลาในการเดินทางข้อมูลข่าวสารจะได้ถึงผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องทันต่อการเหตุการณ์ ขณะเดียวกันการสร้างสื่อให้ทั่วถึงนั้น เริ่มตั้งแต่ระดับบนลงล่าง ระดับล่างขึ้นบน หรือระหว่างกันโดยให้ความสำคัญกับทุกฝ่ายภายในองค์กร อย่างเท่าเทียมกันระบบการทำงานให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรร่วมกัน เพื่อให้การบริหารจัดการไปเป็นอย่างชัดเจนภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกันการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นส่วนกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร ที่ต้องดำเนินการให้เป็นไปอย่างถูกต้องชัดเจนเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยั่งยืน แต่กระนั้นจากการสัมภาษณ์ซึ่งมองว่า สื่อที่ได้รับการตอบรับที่ดีในการเปิดหรือแนะนำหลักสูตรใหม่จะเป็น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในองค์กรและภายนอกองค์กร

นอกจากนี้ยังมีมุมมองของนักประชาสัมพันธ์บางแห่งของสถาบันการศึกษาได้กล่าวถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยให้เหตุผล ดังนี้

1. การใช้สื่อสารเชิงบูรณาการ ทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการสื่อสารแบบบูรณาการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงการเผยแพร่ข่าวสาร การใช้สื่อบุคคล การรณรงค์ การเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วยการลงพื้นที่
2. การสร้างความร่วมมือระหว่างฝ่ายวิชาการและฝ่ายประชาสัมพันธ์
3. การเข้าถึงชุมชนรอบองค์กรและต่างจังหวัดทุกภูมิภาคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้สื่อบุคคล และการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อชุมชน
4. การเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร สร้างช่องทางสื่อที่เหมาะสมแต่ละวัยเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
5. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรสร้างความมีวินัยให้กับตนเองและเน้นบริการสู่ความเป็นเลิศ
6. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับ หรือผู้ใต้บังคับกับผู้ใต้บังคับให้เกิดการทำงานเป็นทีมร่วมกัน สร้างความสุขในการทำงาน ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร
7. การให้บุคลากรให้ช่วยกันสื่อสารร่วมกันฝึกสื่อสาร การทำงานระหว่างบุคลากรให้เกิดความสามัคคีไม่แบ่งพรรคแบ่งพวกและการปลูกฝังในสิ่งที่ดี
8. สร้างสวัสดิการและอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาทุกส่วนภูมิภาคที่สนใจมาเรียนให้มีการเดินทางที่สะดวกปลอดภัยและประหยัดค่าใช้จ่าย

- 2). จัดโครงการ/กิจกรรม
- 3). การทำ MOU. ร่วมกับ AEC
- 4). หลักการใช้ภาษาไทย
- 5). การสร้างสื่อ

1. อบรมภาษาอังกฤษ ซึ่งสถาบันการศึกษาเห็นว่า การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ทุกคนในองค์กรต้องสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียน ได้ โดยมีการเปิดอบรมทั้ง บุคลากรและนักศึกษาให้เรียนรู้ฝึกทักษะเป็นการส่งเสริมมีการสอบในระดับมาตรฐานสร้างความ แข็งแรงทุกระดับชั้น มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อบุคลากรทุก คนรับรู้และสนใจในการฝึกอบรมเตรียมความพร้อมสู่อาเซียน

2. จัดโครงการ/กิจกรรม ซึ่งสถาบันการศึกษาเห็นว่า การจัดโครงการกิจกรรมที่จัดให้มีขึ้น ภายในองค์กรหรือจัดภายนอกองค์กรต้องผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางตามความเหมาะสมกับ เนื้อหาที่จะลงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่เรื่องราวข่าวสารที่องค์กรดำเนินกิจกรรมโครงการ ตามสถานที่ต่างๆ ให้รับรู้ถึงความเคลื่อนไหวจากองค์กรของตนเอง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสถานที่ สื่อมวลชน ที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากองค์กรสู่ภายนอกให้ประชาคมรับทราบ อย่างทั่วถึง

3. การทำ MOU. ซึ่งสถาบันการศึกษาเห็นว่า การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้นควรมีการสร้าง เครือข่ายระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน เช่น การเรียนภาษาจีน ภาษากัมพูชา ภาษาพม่า ภาษาเวียดนาม ซึ่งสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้สร้างหลักสูตรร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง นักศึกษาร่วมกันและพนักงานร่วมกันด้วยการไปดูงาน การฝึกงาน แลกเปลี่ยนทักษะมีการเรียนรู้ วัฒนธรรมร่วมกันกับอาเซียน ซึ่งถือว่าการสร้างเครือข่ายด้วยการเตรียมความพร้อมสู่อาเซียน จริงๆ โดยผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางในการประกาศศักยภาพการทำงานสร้างเครือข่าย MOU. ให้ประชาคมรับรู้ถึงบทบาทและการพัฒนาองค์กรของตนที่ไม่หยุดนิ่งและสร้างความเข้มแข็ง กับองค์กรตน

4. หลักการใช้ภาษาไทย_สถาบันการศึกษาเห็นว่า ภาษาไทยเป็นภาษาที่ควรจะอนุรักษ์ความ เป็นไทย การพูด การเขียน การสะกดคำต่างๆ ต้องไม่ผิดพลาดการออกเสียงอักขระต้องชัดเจนไพเราะ น่าฟังให้ยังคงเสน่ห์ความไทย อีกปัจจัยหนึ่ง สถาบันการศึกษามองว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ว่า จะเป็นประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของตนก็ดี หรือออกสู่ภายนอกด้วยการใช้สื่อช่องทางใดก็ตาม เนื้อหา ของข้อมูลข่าวสารต้องไม่พิมพ์ผิดพลาด ควรตรวจความถูกต้องของเนื้อหา ตัวอักษรให้ชัดเจน

เหมาะสม แล้วค่อยนำเนื้อหาข้อมูลข่าวสารออกไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามกระบวนการสื่อสารต่อไป

5. การสร้างสื่อ เมื่อมีผลงานไม่ว่าการจัดกิจกรรม/โครงการของหลักสูตร สร้างศิลปะ วัฒนธรรม จากสถาบันการศึกษาที่ไม่ซ้ำใครและกระทำอย่างต่อเนื่องตอกย้ำสื่อในเชิงรุกที่แต่ละสถาบันการศึกษาจัดให้มีขึ้นก็จะนำข้อมูลเนื้อหาของกิจกรรมนั้นๆ มาลงเว็บไซต์เผยแพร่เพื่อให้ประชาคมรับรู้ถึงผลสัมฤทธิ์ของงานออกสู่สาธารณะ ซึ่งในเนื้อหาที่ลงในเว็บไซต์จะประกอบด้วย 2 ภาษา เช่น ภาษาไทย และแปลเป็นภาษาอังกฤษ แต่กระนั้นบางองค์กรก็สามารถเพิ่มภาษาจีนลงในเว็บไซต์เผยแพร่ข่าวสารและความเคลื่อนไหวภายในองค์กร ที่จัดให้มีขึ้นเพื่อให้ได้รับทราบและเกิดความสนใจเมื่อเข้าไปศึกษาหาข้อมูลในเว็บไซต์ยังสถาบันการศึกษานั้นๆ

นอกจากนี้แล้ว การสร้างบรรยากาศ ซึ่งสถาบันการศึกษามองว่าเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ว่าจะทำกิจกรรมโครงการใดที่จัดให้มีขึ้นนั้นหรือแม้กระทั่งการฝึกอบรมมีการเรียนการสอนทุกๆ ประเภทในการดำเนินงานร่วมกันควรสร้างบรรยากาศให้ความเป็นกันเองอย่างมีความสุขเบิกบานกับงานทุกชิ้นทุกผลผลิต การทำกิจกรรมต่างๆ สามารถทำได้อย่างมีความสุขสนุกไปกับงานกับกิจกรรมที่องค์กรจัดให้มีขึ้นเป็นอย่างดีและราบรื่นซึ่งถือว่าการสร้างบรรยากาศที่ดีได้นั้นทุกคนต้องมีความพึงพอใจเกิดแรงจูงใจ เกิดขวัญและกำลังใจทำให้งานกิจกรรมนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ไม่ว่าจะทำงานเดี่ยว งานกลุ่ม เป็นทีมก็จะเกิดความสามัคคีเมื่อมีบรรยากาศที่ดีแล้วงานก็ออกมาดีมีคุณภาพภาพแห่งความสำเร็จก็จะปรากฏเกิดขึ้นผ่านกระบวนการสื่อสารในการทำงานร่วมกันออกเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ตามช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมได้

ถึงกระนั้นบางสถาบันการศึกษายังได้มีการจัดรายงานผ่านโทรทัศน์โดยผู้บริหารขององค์กรได้ลงมือปฏิบัติเอง โดยสื่อสารให้ประชาคมรับรู้ความคืบหน้า เช่น การพัฒนาหลักสูตร การจัดกิจกรรมเสริม การสร้างเครือข่ายและศิลปวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมสู่อาเซียน

นอกจากนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน อีกมิติหนึ่งในเชิงสัญลักษณ์ คือ 1). การสื่อสารด้วยการแต่งกายในชุดเครื่องแบบนักศึกษา ซึ่งสถาบันการศึกษาใช้เครื่องแต่งกายอันเป็นสัญลักษณ์ของสถาบันการศึกษานั้นๆ แสดงถึงการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ เมื่อบุคคลภายนอกพบเห็นก็จะรู้ว่าเป็นสถาบันการศึกษาที่ใด การแสดงสัญลักษณ์เสมือนภาพลักษณ์ที่พยามฉายตัวตนของตนเองออกมาว่าฉันเป็นใครมาจากไหน และกำลังทำอะไรให้เป็นที่ประจักษ์ในเชิงสัญลักษณ์ เช่น การประชุมผู้บริหารโดยให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมการสื่อสารโดยใช้ตัวตนสู่สังคม ชุมชนผ่านกิจกรรมที่สถาบันการศึกษาจัดขึ้น 2). การสื่อสารด้วยการแสดงออกทางบุคลิกภาพ เช่น ความขยัน ความอดทน ใช้ตัวตนเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมโครงการร่วมกับชุมชนลงข่าวเผยแพร่ 3). การสื่อสารผ่านวัฒนธรรม เช่น การใช้ภาษาไทยให้

คงความเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทยเอกลักษณ์ลักษณะความเป็นไทยให้ประชาคมอาเซียนได้พบเห็น ด้วยการผสมผสานตัวตนของตนเองที่เป็นการสื่อสารซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญกล่าวว่า สถาบันการศึกษา บางแห่งเห็นว่า การสร้างบัณฑิตให้เก่งสร้างความเป็นตัวตนจากฝีมือการทำงาน เช่น เชิญทูตมาไทย ทำอาหารไทยสู่สากล ผ่านสัญลักษณ์เชิงอาหารแบบไทยผสมความเป็นสากลสร้างขนบธรรมเนียม ประเพณีอันเกิดจากฝีมือนักศึกษาพร้อมส่งต่างประเทศและเป็นชาวสร้างบัณฑิตให้พึงประสงค์ด้วยความขยันอดทนหนักเบาเอาสุ้งาน ไม่ย่อท้อ เสริมสร้างจิตสาธารณะผู้ให้ข้อคนสำคัญสามารถแบ่งการสื่อสารได้ 2 ทาง กล่าวคือ

1. การสื่อสารทางตรง เช่น ภาษาการสื่อสาร บุคลิกภาพ วัจนภาษา และอวัจนภาษา
2. การสื่อสารทางอ้อม เช่น กิจกรรมอัตลักษณ์ที่แสดงออก การสัมผัส การรับรู้

จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้การศึกษา การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การมีคุณธรรมจริยธรรม และความมีระเบียบวินัยเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างกลยุทธ์กับยุทธศาสตร์ไม่แตกต่างกันแต่อย่างไรให้มีการสร้างความแตกต่างซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญมองว่า ต้องมีการฝึกอบรมให้เป็นนิสัยประจำมีการทุ่มเทการทำงานฝึกฝนตั้งแต่เยาว์วัยจากครอบครัวร่วมกันและสอดแทรกสร้างนิสัยด้วยการมีคุณธรรมจริยธรรมและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะให้มีบุคลิกภาพที่แตกต่างและงดงาม อีกประการหนึ่งการใช้การสื่อสารผ่านกิจกรรมหรือการจัดกิจกรรมผ่านการสื่อสาร โดยให้ผู้ปกครองได้สัมผัสให้มาเองเห็นเองแล้วจะรับรู้ได้ถึงความพึงพอใจความอบอุ่นในรั้วสถาบันการศึกษาที่สถาบันการศึกษานั้นได้จัดและมอบให้อย่างเต็มใจและมีความสุข จากการสัมภาษณ์ยังเห็นว่า สถาบันการศึกษายังเน้นย้ำถึงการสื่อสารที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานโดยสื่อที่ใช้ได้แก่

1. การสื่อสารปากต่อปาก
2. การสื่อสารสื่อบุคคล
3. สื่อเทคโนโลยี

1. การสื่อสารปากต่อปาก เป็นการสื่อสารระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้องหรือเวลาที่มีกิจกรรมที่จัดขึ้นตลอดจนการเข้ารับสมัครเป็นนักศึกษา รุ่นพี่จะไปออก road show เพื่อเผยแพร่หลักสูตรเชิญชวนให้รุ่นน้องหรือผู้ที่สนใจสมัครเข้าเรียน

2. การสื่อสารสื่อบุคคล โดยผู้บริหารเป็นผู้ปฏิบัติ เช่น การประชุมลงภาพผู้บริหาร การเปิดสอนตามสถานที่ต่างๆ ผู้บริหารสอนเองผู้บริหารนำเสนออัตลักษณ์ของตนผ่านการสื่อสารแล้วนำภาพเหล่านี้ลงประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ เผยแพร่สู่ประชาคม

3. สื่อเทคโนโลยี ปัจจุบันมีการเรียนการสอนที่จัดให้ทันสมัยมากขึ้น ซึ่งผู้ที่สนใจลงเรียนหลักสูตรไม่จำเป็นต้องมาเรียนยังสถานศึกษาในกรุงเทพ แต่สามารถศึกษาเล่าเรียนตามศูนย์ที่เปิดแต่ละภูมิภาค ด้วยระบบการเรียนการสอนผ่าน VDO Conference เพื่อประหยัดงบประมาณและเวลาที่สถาบันการศึกษาเอื้อประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจให้รวดเร็วและทันสมัยด้วยเชิงรุกและเชิงรับ

จะเห็นได้ว่า สถาบันการศึกษาทุกที่ได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารตั้งแต่ผู้บริหารไปจนถึงนักปฏิบัติแต่การดำเนินงานทุกอย่างต้องสอดรับและไปในทิศทางเดียวกันด้วยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารถึงจะมีประสิทธิภาพมาก อีกมิติหนึ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือ ความเอื้ออาทรต่อกันในการทำงาน การสร้างความสุขการสร้างแรงจูงใจให้เกิดบรรยากาศ การให้ความสำคัญเป็นมิตรภาพที่ดีการสร้างความสำเร็จที่ร่วมกันการมีวินัยคุณธรรมจริยธรรมสอดแทรกในกระบวนการทำงานอันเป็นผลแห่งความสำเร็จที่พร้อมจะนำภาพนั้นมาลงสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางอันเหมาะสมสามารถสร้างชื่อเสียงได้

มุมมองประชาสัมพันธ์

สรุปผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์สู่ประชาคมอาเซียนของนักประชาสัมพันธ์ซึ่งมีหลายมุมมองในการนำข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแพร่สู่ประชาคมหรือสาธารณชนให้รับทราบเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรที่ผ่านมาและกำลังดำเนินงานมีอย่างไรในบทบาทหน้าที่ของตนเอง ซึ่งการสื่อสารถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่สร้างนโยบาย วัตถุประสงค์ให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันและทั่วถึงกันทั้งองค์กรและประชาคมภายนอกนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นคล้ายกันคือ การสร้างกิจกรรมผ่านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์สร้างกิจกรรมกล่าวคือ

1. การจัดโครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษที่สถาบันการศึกษาจัดให้มีขึ้นทั้งบุคลากรและนักศึกษาทุกระดับ ฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาอังกฤษให้ได้มาตรฐานตามที่สถาบันศึกษากำหนด

2. การสร้าง MOU. ร่วมกับประเทศอาเซียนด้วยแลกเปลี่ยน หลักสูตร การศึกษาเรียนรู้การฝึกงาน การดูงาน การแลกเปลี่ยนแสดงศิลปวัฒนธรรม เช่น การแต่งกาย อาหาร ดนตรีไทย บุคลิกภาพผ่านสื่อไปยังอาเซียน

3. การใช้สื่อบุคคล กรณีมีคณาจารย์หลักสูตรไปแนะนำหลักสูตรยังสถานที่ภายนอกต่างๆ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็นำสื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร โบว์ชัวร์ ฝากไปนำเสนอและแจกผู้สนใจ

4. การแสดงสัญลักษณ์ กรณีมีการจัดกิจกรรมโครงการสู่อาเซียนภายในสถานศึกษาจะมีการตกแต่งประดับมากมายหรือธงชาติในกลุ่มอาเซียนเมื่อเสร็จสิ้นงานก็ไม่ควรนำธงชาติอาเซียนออกให้ยังคงมีไว้อย่างต่อเนื่องสร้างกิจกรรมวันอาเซียนให้นักศึกษาจัดลงประชาสัมพันธ์

5. จัดให้มีการประชุมผู้บริหารและเผยแพร่ภาพข่าวสารให้สาธารณชนได้รับทราบความเคลื่อนไหวขององค์กรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

6. การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ โดยให้ผู้บริหารเขียนคอลัมภ์บทความลงวารสารสลับหมุนเวียนผู้บริหารแต่ละคนให้มีบทบาทในการสร้างสื่อเพื่อนำเผยแพร่สู่สาธารณชน

7. ผู้บริหารสร้างสื่อ ด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการภายใต้สถาบันการศึกษาจัดขึ้นทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร แล้วนำข้อมูลภาพกิจกรรมออกเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุก

8. การสร้างภาพลักษณ์ เช่น การแสดงผลงานที่ต่างประเทศเพื่อสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ให้กับสถาบันการศึกษาของตน

9. สื่อแบบบูรณาการ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเคลื่อนที่และนอกสถานที่ สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ สื่อใหม่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน ที่ใช้ทั้งการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา

10. จัดทำวิจัยเพื่อเผยแพร่อาเซียนให้เพิ่มมากขึ้น

การจัดกิจกรรมโครงการสร้างสื่อผสมผสานผ่านไปยังอาเซียนใช้ภาษาอังกฤษทุกคนต้องมีความพร้อมเรียนรู้เข้าใจตนเองสร้างศักยภาพตนเองผู้ให้ข้อคนสำคัญเห็นว่า ควรศึกษาเศรษฐกิจ และสังคมของประชาคมอาเซียนแล้วมุ่งสู่การพัฒนาอย่างสม่ำเสมอในขณะเดียวกันการสื่อสารผ่านกิจกรรมของนักศึกษาด้วยการออก road show ระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้องการใช้สื่อบุคคล การสื่อสารปากต่อปาก การลงเว็บไซต์ สร้างนักศึกษาฝึกงานพัฒนาอาชีพให้แก่ นักศึกษาโดยใช้สถาบันการศึกษาของตนลงสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อเชิญชวนผู้ที่สนใจให้มาเรียนมาศึกษาหาความรู้เสริมด้วยการสื่อสารผ่านวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านโซเชียลมีเดีย ปากต่อปาก สื่อมวลชน ทำให้กิจกรรมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางในเชิงรุก

แต่กระนั้น สถาบันการศึกษาควรเน้นการบริหารจัดการให้ดีภายในองค์กรของตนและสร้างความเข้มแข็งให้กับตนเองแล้วอาเซียนจะมาหาเราเองขับเคลื่อนไปด้วยกันสู่สถาบันอุดมศึกษาให้อยู่ในอันดับที่ดีไปยังระดับประเทศและระดับทวีปเอเชีย นอกจากนี้แล้วบุคลากรหรือนักศึกษาสามารถเสนอความคิดเห็นของตนส่งผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังผู้บริหารได้เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างล่างขึ้นบน หรือบนลงล่าง อีกสิ่งหนึ่งที่น่าคิดถึงคือ การศึกษาวิเคราะห์บทบาทอาเซียนที่มีผลกระทบต่อสถาบันการศึกษาที่พร้อมพัฒนา การพัฒนานิเทศการสื่อสาร แต่สิ่งสำคัญที่สุดแล้ว

ต้องดูที่ตัวเราพร้อมที่จะเปิดใจที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองหรือยัง ถึงว่าแม้ว่าจะสื่อสารผ่านทุกช่องทางถ้าไม่เปิดรับสื่อและไม่เปิดใจยอมรับผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานและผลสัมฤทธิ์ต่อการสื่อสารที่ดีนั้นจะไม่เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อองค์กรซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้กล่าวในประเด็นของการสื่อสารภายในองค์กร ว่าสื่อทุกสื่อใช้หมดทุกชนิดเพียงใช้ให้ถูกต้องโอกาสถูกเวลาถูกสถานที่ให้ถูกต้องเหมาะสมถึงเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามมา

การสื่อสารเชิงประจักษ์เสริมสร้างอัตลักษณ์

มุมมองผู้บริหาร

จากการสัมภาษณ์ของผู้บริหารมองว่า การได้ลงไปปฏิบัติจริงให้ผลงานเป็นที่ประจักษ์แล้วลงสื่อเพื่อเผยแพร่ลงสื่อทุกช่องทางการสื่อสาร การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร ทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องการสร้างกิจกรรมโครงการสร้างความอบอุ่นด้วยการให้อาจารย์กับนักศึกษาได้มีส่วนร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ เช่น การนักศึกษาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนที่ผลงานอันโดดเด่น การประกวดร้องเพลง ดนตรีสู่สากล สร้างการทำงานเป็นทีมที่ดีร่วมกันมีจิตสำนึกการมีคุณธรรมจริยธรรมและการมีวินัยอยู่ร่วมกันเพื่อเป็นแบบอย่างรุ่นต่อไปให้เกิดการกระตุ้นอยากมาเรียน ณ สถานที่แห่งนี้ การได้ใส่ชุดเครื่องแบบนักศึกษาในเชิงสัญลักษณ์ไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อเชิญชวนนักศึกษาที่สนใจอยากมาเรียนก็เป็นช่องทางหนึ่ง เมื่อมีกิจกรรมผลงานอันโดดเด่นก็จะลงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์เผยแพร่เพื่อสร้างแรงดึงดูดและโน้มน้าวให้ผู้สนใจอยากมาเรียน นอกจากนี้แล้วการที่ตัวนักศึกษาเองเป็นสื่อในการทำกิจกรรมผลงาน แล้วเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดการเลียนแบบต่อผู้เสพข่าวเกิดแรงกระตุ้นตนเองอยากเป็นข่าวบ้าง และอีกประเด็นหนึ่ง การบอกกล่าวด้วยปากต่อปากก็ได้ผลในเชิงประจักษ์ โดยที่ไม่ต้องลงทุนอะไรถือว่าเป็นช่องทางที่ดี อีกสื่อหนึ่งที่มองว่า เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อเก่าสามารถอยู่ได้นานกว่าการลงเว็บไซต์เพราะเว็บมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่เร็วมาเร็วไปเร็ว ถ้าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์สามารถถืออ่านไปได้ทุกสถานที่ ถึงอย่างไรการทำผลงานให้ดีให้เด่นทั้งการสร้างกิจกรรมภายในองค์กร สร้างผลงานประกวดระดับประเทศ และก้าวสู่ระดับนานาชาติ เมื่อผลงานโดดเด่นแล้วสื่อก็จะมาเองทั้งสื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งการลงอินเทอร์เน็ต สื่อโซเชียลเอง ดังนั้นการที่ได้ลงไปปฏิบัติเองทั้งผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษาก็สามารถเป็นข่าวได้ถ้ามุ่งมั่นตั้งใจให้ผลงานออกมาชัดเจนและโดดเด่นและไม่มีใครเหมือนในบริบทของตนเอง ที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาผลงานให้เป็นที่ประจักษ์แก่ประชาคมให้เห็นได้รู้จักจึงทำให้เป็นช่องทางที่สำคัญที่สามารถแนะนำสถาบันการศึกษาให้ผู้สนใจมาเรียนได้อีกรูปแบบหนึ่ง แต่กระนั้นก็ยังมิสถาบันการศึกษาบางแห่งมองว่าการสื่อสารยังไม่ชัดเจนมาก แต่ก็ได้พยายามพัฒนามาเป็นลำดับลงเว็บของตนเองให้เด่นชัดขึ้น

มุมมองประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยสามารถสรุปในมุมมองของฝ่ายประชาสัมพันธ์มองว่า การได้ใช้สื่อสารทุกช่องที่ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับได้ทราบข้อมูลข่าวสารเพราะในปัจจุบันการสื่อสารมีมากมายให้เลือกขึ้นอยู่กับการส่งสารนั้นถูกต้องและจะส่งไปให้ใครให้ถูกเส้นทางสู่ผู้รับสาร แม้ว่าในปัจจุบันสื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการสื่อสารการสื่อสารถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ประชาคมรู้ความเคลื่อนไหวภายในองค์กรได้เป็นอย่างดีแต่การใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีนั้นก็ยังคงใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถคงทนอยู่ได้การที่จะสื่อสารให้ได้ผลนั้นขึ้นอยู่กับตัวเราปฏิบัติเองทำเองให้ได้เห็นผลชัดเจนหรือการทำกิจกรรมโครงการต่างๆ ให้กับนักศึกษาสามารถเห็นการสะท้อนถึงผลงานและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้แล้วการสื่อสารที่ได้ผลและมีประสิทธิภาพมากจะเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปากการใช้สื่อบุคคล การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ไลน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ ช่องทางเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอต่อกันคนดี คนเก่งลงวารสาร การให้นักศึกษาเข้าร่วมทำกิจกรรมถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญแล้วลงประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ให้นักศึกษาได้ฝึกการทำงานเป็นทีมเพื่อปรับตัวเข้าสู่สังคมได้ การสร้างข้อมูลพื้นฐานในการเตรียมตัวสู่อาเซียนให้กับพนักงานและนักศึกษา จะมีทางเว็บไซต์ เพื่อนต่อเพื่อนแล้วเข้ากลุ่มเปิด face book ยกตัวอย่าง เช่น อาจารย์และนักศึกษาจัดกิจกรรมดนตรีสากลสู่ต่างประเทศสร้างชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่ว ตัวข่าวสารและสื่อจะมาเองถ้าเราทำได้ การที่ได้สร้างความร่วมมือกับชุมชนการช่วยกันอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทำประชาสัมพันธ์เผยแพร่ การออก Road show ที่ต่างจังหวัดสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัยเชิญชวนให้มาเรียนทำให้รู้จักเผยแพร่หลักสูตร เผยแพร่สถาบันการศึกษา การสร้างกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยให้นักศึกษาที่สนใจมาเรียนมาร่วมกิจกรรมกับรุ่นพี่เพื่อเชิญชวนนักศึกษาใหม่ๆ ให้เกิดความสนใจ หรือสื่อสารด้วยตัวบุคคลด้วยการใส่เครื่องแบบนักศึกษาทำให้นักศึกษาเป็นการกระตุ้นให้นักศึกษาเข้าใหม่อยากมาเรียนมีกิจกรรมร่วมกัน มีสื่อโซเชียลก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ถึงอย่างไร ถ้าหากองค์กรมีความเข้มแข็ง มีกิจกรรมที่ดีและสร้างสรรค์สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ผลงานเกิดเข้ามาเอง การเผยแพร่อีกเกิดขึ้นแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นสถาบันการศึกษาต้องทำดี ทำเต็มที่ให้ผลงานเป็นที่โดดเด่นและลงข่าวเพื่อเผยแพร่ต่อสังคมและประเทศแล้วการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนก็จะวิ่งมาเราเองด้วยความเข้มแข็งขององค์กรที่สร้างความอยู่รอดได้

ข้อเสนอแนะ

มุมมองผู้บริหาร

จากการสัมภาษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครเห็นว่า การเป็นตัวของตัวเองที่ได้จากการค้นหาแล้วพบความเป็นอัตลักษณ์ของตนไม่ว่าจะเป็นหลักสูตร การบริการ บุคลิกภาพ คุณธรรมจริยธรรม วัฒนธรรมอันเกิดจากความเข้มแข็งที่มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งในเขตกรุงเทพมหานครที่สะสมความเชี่ยวชาญพัฒนาในบริบทของตนที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วและต่างก็หาจุดเด่นของตนเองจนพบ ถือว่าเป็นโอกาสที่จะก้าวต่อไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ อาจารย์ นักศึกษาและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในสถาบันการศึกษาที่ต้องมีการพัฒนาเรียนรู้เพิ่มทักษะสิ่งใหม่อย่างไม่หยุดนิ่งพร้อมช่วยกันขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ชัดเจนบุคลากรจึงเป็นกำลังสำคัญที่จะมุ่งไปสู่การพัฒนา นอกจากนี้ความเป็นอัตลักษณ์ในตัวของนักศึกษาต้องมั่นฝึกความมีวินัยสร้างระเบียบให้กับตนเอง สร้างคุณธรรมจริยธรรมเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและหน้าที่การงานที่ดีได้เร่งสร้างกระบวนการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ภาษา และตำแหน่งทางวิชาการต้องสร้างความเข้มแข็งเทียบทันมหาวิทยาลัยอื่นๆ พัฒนาดตนเองไปตามนโยบายที่ตั้งเป้าไว้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ให้ดี การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ถึงแม้ว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งจะทำหน้าที่ผลิตครูที่เหมือนกันจากพื้นฐานความจริงแล้ว แต่ท้ายสุดมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งต้องสร้างและพัฒนาให้กลายเป็นจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์เพื่อสอดรับการเข้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสร้างความได้เปรียบสามารถแข่งขันได้ จึงต้องปรับตัวด้วยกันทั้งสิ้นการสร้างบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับจิตใจที่จะเลือกเรียนก็เป็นสิ่งสำคัญ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เรียนหลักสูตรที่เป็นอัตลักษณ์ แต่ก็สามารถพัฒนาบุคลิกภาพและเลือกสรรจากการเรียนในสิ่งที่เหมาะสมเพื่อก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายของตนให้เกิดความสำเร็จการปรับตัวของสถาบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถพัฒนาเพื่อรองรับสิ่งใหม่กับการเปลี่ยนแปลงเช่น การขยายพื้นที่เพื่อรับรองนักศึกษาสามารถเป็นเส้นทางขยายได้อีกในมุมมองขององค์กรและเศรษฐกิจ การปรับสถานที่ให้น่าเรียนสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม การทำวิจัยเผยแพร่พัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร แต่ถ้าองค์กรปรับตัวได้เปลี่ยนแปลงเร็วก็ไปได้เร็วกว่า แต่ก็ควรพิจารณาพื้นฐานตนเองให้ดีและต่อยอดความเก่งถึงจะได้จุดมุ่งหมายที่ชัดเจนการพัฒนาต้องไปให้เร็วการผลิตบัณฑิตให้เป็นที่พึงพอใจของผู้ประกอบการและผลิตให้ตรงกับสายงานหรือการนำไปประยุกต์การบริหารจัดการสาขาวิชาชีพ

ผลจากสรุปการสัมภาษณ์กล่าวได้ว่า การพัฒนาด้วยการสร้างการสื่อสารร่วมกันบุคลากรและนักศึกษา ร่วมกับประชาสัมพันธ์ช่วยกันเปิดใจรับข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อ

องค์กรการสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนพัฒนาการสื่อสารกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มุ่งการพัฒนาองค์กรให้เข้มแข็งด้วยการสื่อสารที่ไปในทิศทางเดียวกันและสร้างความเข้าใจให้เป็นหนึ่งการจัดสรรงบประมาณเพื่อบริหารจัดการให้เพียงพอใช้ในสิ่งที่เรามีอยู่สร้างความได้เปรียบสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้ดีขึ้นความเป็นเลิศเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

มุมมองประชาสัมพันธ์

จากสรุปการสัมภาษณ์พบว่า ได้มีการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อที่รวดเร็วทันสมัย สิ่งสำคัญคนในองค์กรเองควรเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่าสื่อชนิดอื่นการสร้างเครือข่ายการทำงานมีศิษย์เก่าช่วยกันประสานแนะนำรุ่นน้องต่อๆ ไปการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้บุคลากรและนักศึกษานักศึกษาเข้าใจบริบทขององค์กรไม่ว่าจะเป็น นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญาที่ควรรู้ให้ไปในทิศทางเดียวกันสร้างความเป็นหนึ่งในการสื่อสารทั้งองค์กรอย่างมีแบบแผนและเกิดประสิทธิภาพการพัฒนาสื่อให้เข้มแข็งเพื่อสังคมการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์นโยบายผู้บริหารสร้างข้อมูลข่าวสารออกสื่อทุกช่องทางให้เข้าถึงทันเหตุการณ์ ณ ปัจจุบัน การสร้างภาพลักษณ์สถาบันการศึกษาของตนให้ดีแก่สายตาบุคคลภายนอกและอีกปัจจัยหนึ่งการพัฒนาด้วยการสร้างการสื่อสารร่วมกันบุคลากรและนักศึกษาร่วมกับประชาสัมพันธ์ช่วยกันเปิดใจรับข้อมูลข่าวสารการพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อองค์กรพัฒนาการสื่อสารกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มุ่งการพัฒนาองค์กรให้เข้มแข็งด้วยการสื่อสารที่ไปในทิศทางเดียวกันและสร้างความเข้าใจให้เป็นหนึ่ง การจัดสรรงบประมาณเพื่อบริหารจัดการให้เพียงพอใช้ในสิ่งที่เรามีอยู่สร้างหลักสูตรพัฒนาเป็นอัตลักษณ์สู่ความเป็นเลิศเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อีกแง่มุมหนึ่งที่ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้บริหารให้งบประมาณน้อยในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานทำได้เพียงเท่าที่มีจึงไม่เต็มที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารและช่องทางบางช่องทาง นอกจากนี้แล้วการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล และบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อ ด้านเทคนิคความชำนาญที่จะเข้ามาช่วยงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็ยิ่งขาดแคลนสำหรับบางสถาบันการศึกษาซึ่งในบางครั้งมีเหตุการณ์เร่งด่วนแต่ไม่สามารถทำได้ทันเหตุการณ์ แต่ในภาพรวมแล้วสถาบันการศึกษาทุกองค์กรควรสร้างการสื่อให้เข้มแข็ง

การอภิปรายผล

ส่วนที่ 1). นโยบายการส่งเสริมอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครสู่ประชาคมอาเซียน

ความหมายอัตลักษณ์องค์กรและอัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษา

อัตลักษณ์องค์กรหมายถึง การเป็นภาพสะท้อนหรือภาพลักษณ์ในความเป็นตัวของตนเองที่องค์กรพยายามสื่อสารออกไปให้บุคคลภายนอกรับรู้ได้หรือแสดงการมีจุดแข็งที่เสนอคุณลักษณะอันสำคัญที่สุดและเป็นก้าวแรกที่นำพาสถาบันศึกษามุ่งสู่ความสำเร็จอัตลักษณ์อาจเป็นได้ทั้งเชิงสัญลักษณ์ รูปแบบ เฉพาะตนที่ไม่มีใครเหมือนความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับอัตลักษณ์จะมีความเชื่อมโยงกันอยู่ในเรื่องของตัวตนของบุคคลที่ได้จากการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคมซึ่งเป็นความเข้าใจทั้งในระดับที่เรามีต่อตนเองและในลักษณะที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมตลอดเวลา ดังที่ บัณฑิต ไกรวิจิตร, 2552) ได้มีแนวคิดสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันว่าอัตลักษณ์มาจากจินตนาการตัวเราเองว่า เรากระทำโดยการสร้างให้เราเห็นภาพลักษณ์ของตัวเองซึ่งถือว่าเป็นการเข้าใจตัวเองในเชิงสัญลักษณ์การศึกษาอัตลักษณ์ในสังคมศาสตร์ทำให้เชื่อว่า อัตลักษณ์ (Identity) เป็นเรื่องที่มีจะถูกทำความเข้าใจไปพร้อมๆ กับเรื่องของภาพลักษณ์ (Image) ในฐานะที่เข้าใจว่ากระบวนการสร้างอัตลักษณ์เป็นส่วนที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ เพราะการสร้างภาพลักษณ์นั้นจะต้องกระทำผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เพื่อที่จะกำหนดสัญลักษณ์ที่จะใช้สื่อสารให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ออกไปสู่คนอื่นๆ ในสังคมซึ่งความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์กับภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ทับซ้อนกันและขัดแย้งกันอยู่ ดังที่รองอธิการบดีฝ่ายบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เอกลักษณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย กับอัตลักษณ์ให้คนอื่นมองและให้ stakeholders มองข้างใน ปรับแต่สังเคราะห์...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 21) อาจกล่าวได้ว่า องค์กรเป็นผู้กำหนดอัตลักษณ์ขึ้น ส่วนภาพลักษณ์คือ สิ่งที่ผู้อื่นพบเห็นและสัมผัสองค์กรและเขาเป็นผู้กำหนดภาพลักษณ์ให้ องค์กร นอกจากนี้แล้วการตอบคำถามที่ว่า เราคือใคร จากนั้นอาจตามมาด้วยชุดคำถามที่ว่า เราเป็นใครในสายตาของผู้อื่น เราแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร เราเคยเป็นใคร และเราจะเป็นอะไรต่อไป ซึ่งการที่เรามองตัวเองอาจสอดคล้องกับการที่คนอื่นมองเราหรือไม่ก็ได้ อัตลักษณ์จึงเปรียบเสมือนกระบวนการที่มอบสถานะให้เราเป็นเครื่องมือกรอบแนวคิดและกระบวนการที่เชื่อมโยงตัวเราและสังคมที่เราอยู่อาศัย ดังที่รองอธิการบดีฝ่ายบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ได้แสดงความคิดเห็นว่า “อัตลักษณ์ คือความเป็นลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งความเป็นลักษณะเฉพาะขององค์กรความเป็นลักษณะเฉพาะของคน...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 25) ส่วนรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อัตลักษณ์คือ ความเป็นตัวตน ลักษณะคือ สิ่งที่ทำให้คนอื่นเห็น...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 24) และรองอธิการบดีฝ่ายนโยบายมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ถ้าพูดถึงตัวตนของเขาไม่ว่าจะเป็นอะไรต้องเป็นตัวตนคนมองมาเป็นตัวตน ทำอย่างไร พอทำอะไรพอเป็นคนคนนั้น ถ้าเอ่ยถึงสวนดุสิตต้องเป็นแบบนี้เป็นลักษณะเด่นของ ณ ที่นั้นนะ...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 21) ซึ่งจากการศึกษาตามแนวทฤษฎีสาร์ตละ (essentialism) นั่นคือเชื่อว่า มนุษย์เกิดมาพร้อมมีอัตลักษณ์ติดตัว

มาและ “เราเป็นเราเพราะความแตกต่างของคนอื่นจากเราความแตกต่างก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะตัว” Hall (1990: อ้างถึงใน อรรถรรณ ปิรันธน์โอวาท , 2545 , หน้า 47) ให้คำนิยามว่า อัตลักษณ์ ต้องเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้านด้านหนึ่งคือ เราารู้สึกว่าเราเป็นเรา (self-ascription) และอีกด้านหนึ่งคนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย (ascription by other) อย่างไรก็ตามการรับรู้ตนเองนั้น (Self-Concept) ไม่ได้เกิดมาจากตัวเองเพียงอย่างเดียว แต่มีการพัฒนาขึ้นมาจากสิ่งที่อยู่รอบตัวจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมที่คนอื่นมองเรารวมถึงการรับรู้ตัวเราจากคนอื่น ทั้งนี้การที่คนอื่นมองเรานั้นอาจจะไม่สอดคล้องกับการที่เรามองตนเองเสมอไป โดยสามารถพิจารณาองค์ประกอบของตนออกได้เป็นลักษณะภายในและภายนอก Fitts อ้างใน วุฒินันท์ สุนทรจิต หน้า 48 , 2551) ดังที่อธิการบดีมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อัตลักษณ์เป็นตัวตน อัตลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะตัวมุมมองของสวนดุสิตภาพสะท้อนหรือภาพลักษณ์ความเป็นตัวตนที่พยายามสื่อสารออกไปให้คนภายนอกรับรู้สัมผัสได้อัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาต้องประกอบได้ด้วยความเป็นมาวัฒนธรรมของสถาบันการศึกษาองค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญบุคลากรที่เป็นที่ยอมรับและบัณฑิตที่จบการศึกษา...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 กันยายน 9) ส่วนรองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อะไรเป็นที่รู้จักเราพัฒนายาวนานเกี่ยวกับวัฒนธรรมต้องทำอะไรความเก่ง 4 ด้าน ปัจจุบันทำให้ได้เกือบครบแล้วเรามีความพยายามที่จะทำให้ดีที่สุดจากนักศึกษาที่สมัครเข้ามาเรียนมากที่สุดพัฒนาเติบโตให้น่าเชื่อถือมากขึ้น...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 กันยายน 9) อัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาควรประกอบด้วยความเป็นมา วัฒนธรรมตั้งแต่ดั้งเดิมที่สะสมสร้างองค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องพัฒนาทรัพยากรบุคคลของตนให้เป็นยอมรับในสังคมและบัณฑิตอันเกิดจากผลผลิตให้มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวบุคคลหรือปัจเจกบุคคลที่สะท้อนกลับไปยังสถาบันการศึกษาและรู้ทันที่ว่าจบจากสถาบันการศึกษาใด ขณะที่ (ฉลาดชาย รมิตานนท์ 2550) อธิบายว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่งและวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ก่อสร้างจากสังคม (Social Construct) นอกจากนี้ วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว แต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ที่แสดงให้เห็นว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายเป็นกระบวนการที่ถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น โดยมีการสร้างความหมายต่างๆ ผ่านระบบของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งในที่ต่างๆ ตามอัตลักษณ์ที่เราเลือกใช้หรือนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา ซึ่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่แสดงออกในเชิงประจักษ์ที่เผยให้เราถ่ายทอดให้ประชาคมส่วนเห็นภาพอาจเป็นตราสัญลักษณ์อาจจะเป็น Model รูปแบบ ถ้าเป็นนักศึกษาตัวตนของนักศึกษาที่เรามองอยู่ที่พยายามสร้างคือ หนึ่งเด็กเราให้อดทน ทำงานได้ เด็กมีวินัยเป็นฉายานามพระนคร...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 24) ขณะเดียวกัน หากเปรียบเทียบ

ระหว่างอัตลักษณ์กับเอกลักษณ์ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Identity เหมือนกัน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525 หน้า 918) ให้ความหมาย เอกลักษณ์ คือ ลักษณะพิเศษ ลักษณะโดดเด่นของบุคคลหรือสังคมอื่น แต่เป็นลักษณะที่โดดเด่น หรือแพร่หลายมากจนสามารถแยกแยะ หรือชี้เฉพาะได้ว่าเป็นของบุคคลนั้น หรือของสังคมนั้น การแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ผู้คนอาจใช้สิ่งที่เป็นของบุคคลนั้น หรือของสังคมนั้นการแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ผู้คนอาจใช้สิ่งที่เป็นรูปธรรมดังที่ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เราไม่มีเอกลักษณ์คนไม่รู้จักเรา อัตลักษณ์เราต้องเด่นของตัวเอง เราทำงานต้องนึกถึงตัวเราเอง ให้คนอื่นมองเราว่าเป็นอย่างไร ...เอกลักษณ์เขามองเราอย่างไร อัตลักษณ์ต้องไปคู่กันแยกกันไม่ออกต้องพูดพร้อมๆ กันระหว่างเอกลักษณ์กับอัตลักษณ์คือ มองตัวเองเอกลักษณ์คนอื่นมองเราแท้จริงอย่างไรอัตลักษณ์มองตัวเองเรามีอะไร...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 21) และรองอธิการบดีฝ่ายบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นตัวตนที่ล้าลึงกับเอกลักษณ์เอามาใช้ผิดถูก อัตลักษณ์ตัวตนของเราเป็นอย่างไร...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 13) ดังนั้นการมองอัตลักษณ์กับเอกลักษณ์ที่มีความเหมือนหรือแตกต่างกันสามารถบ่งบอกได้ว่าเอกลักษณ์ คือ การที่คนอื่นมองตัวเรา และอัตลักษณ์ก็คือ เป็นการมองตัวเองหรือกระจกเงาที่สะท้อนให้เห็นเด่นชัดจนอาจจะรูปแบบหรือสัญลักษณ์ก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาหรือ สมศ. ที่กำหนดให้สถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัยระบุอัตลักษณ์และเอกลักษณ์พร้อมตัวบ่งชี้ให้มีการพัฒนาอย่างมีคุณภาพต่อเนื่องและการเข้าสู่ในระดับมาตรฐานสากลมีความเป็นเลิศทางวิชาการตามอัตลักษณ์ที่กำหนดเพื่อความโดดเด่นของแต่ละสถานศึกษาซึ่งกลุ่มตัวบ่งชี้ที่อัตลักษณ์เป็นตัวชี้ประเมินผลผลิตของผู้เรียนตามปรัชญา ปณิธาน พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของสถาบันอุดมศึกษารวมถึงความสำเร็จตามจุดเน้นที่ส่งผลสะท้อนเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบันโดยได้รับการอนุมัติจากสภาสถาบัน (masterorg.wu.ac.th/file/qa-20110816-LERE5.doc 24 พ.ค. 58) ดังที่รองอธิการบดีฝ่ายนโยบาย ,รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร (รักษาการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ถ้าเป็นอัตลักษณ์ของ สมศ. หมายถึง ลักษณะของนักศึกษาถ้ามองอัตลักษณ์เชิงประเด็น พันธกิจ ศิลปวัฒนธรรม อะไรก็ได้ลักษณะเฉพาะอยู่เป็นแบบบ้านบางที่ไว้ระเบียบแต่มีการยืดหยุ่นบางบริบทชั้นบรรยากาศเชิงอยู่ร่วมกันจะไม่เป็น 1234 อยู่กันแบบพี่น้องช่วยกันเชิงบรรยากาศคุยกันไม่ต้องมีกฎ...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 11) และรองอธิการบดีฝ่ายนโยบายมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อัตลักษณ์ของ สมศ. ให้นิยามว่า หนึ่งพัฒนาครู สองบริการวิชาชีพการยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงประกาศใช้มาโดยตลอดมองในภาพรูปเศรษฐกิจพอเพียง..” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 13) นอกเหนือจากคุณสมบัติของอัตลักษณ์แล้วการถูกหล่อหลอมให้บุคคลกลุ่มหนึ่ง ได้อยู่ภายใต้ในองค์กรเดียวกันได้มีปฏิสัมพันธ์กันในด้านการทำงาน แลกเปลี่ยนทักษะ การสื่อสารซึ่งถือได้ว่าได้เป็น

วัฒนธรรมหนึ่งขององค์กรที่มีแนวคิดเกี่ยวกับ นโยบายเพื่อพัฒนา พันธกิจ ยุทธศาสตร์ อัตลักษณ์ที่องค์กรได้สร้างไว้และขับเคลื่อนองค์กรให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันและพร้อมที่จะผลักดันสู่การพัฒนาไปพร้อมๆ กับบุคคลที่อยู่ภายใต้นโยบายขององค์กรนั้นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นานาประการ

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อในอดีตหากนึกถึงราชภัฏแล้วพื้นฐานความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏทุกที่คือ ความเป็นวิทยาลัยครูอันเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่จะมอบความรู้ให้กับนักศึกษาได้มีคุณธรรมจริยธรรมการมีจิตสำนึกจิตสาธารณะที่ตีรวมถึงการเป็นนักวิชาการที่มีคุณภาพตามปณิธานของมหาวิทยาลัยราชภัฏนั้นๆ กำหนดไว้ว่าอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏต้องมีชัดเจนสามารถปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม ถ้ามหาวิทยาลัยราชภัฏมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนทำให้บุคลากรและนักศึกษาได้เข้าใจนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องซึ่งการที่อัตลักษณ์จะถูกสร้างขึ้นได้โดยผ่านกระบวนการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคลใดบุคคลหนึ่งๆ หรือกลุ่มสังคมร่วมก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลายและเมื่อบุคคลยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้นจะมีกระบวนการที่แตกต่างกันในการแทนที่ในขณะที่บุคคลหรือสังคมทำการกำหนดตำแหน่งของตนเองตนเองนั้นหมายถึง องค์กรกระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้คำนึงถึงจุดเน้นจุดเด่นที่ความแตกต่างความหลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์ที่เท่าเทียมกันการตั้งคำถามว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายนี้ได้เชื่อมโยงกับสังคมอย่างไร การมุ่งเป้าหมายไปที่ความสำคัญต่อมุมมองทางสังคมของอัตลักษณ์จะนำเราไปสำรวจโครงสร้างต่างๆ ทางสังคมและเราก็มีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเองเอง ถึงกระนั้นอัตลักษณ์ต้องมีจุดเด่นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏมีความเชี่ยวชาญสะสมมาเป็นเวลานานจนเกิดกลายเป็นวัฒนธรรมแล้วสืบทอดรุ่นต่อรุ่นการมีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่สะสมความเชี่ยวชาญนานเกิดเป็นความเก่งเฉพาะด้านเช่น การมีหลักสูตรที่เข้มแข็งก็นับว่าเป็นจุดเด่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่สามารถภูมิใจให้นักศึกษามาเรียนกันมากขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ต้องศึกษาถึงตลาดของผู้ประกอบการว่าต้องการนักศึกษาจบมาประกอบอาชีพอย่างไร ขณะเดียวกันการสร้างบัณฑิตที่ดีให้เป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่เกิดจากการสรรค์สร้างบ่มเพาะนิสัยให้ติดตัวนักศึกษาพัฒนาเป็นจุดเด่นเช่นการสร้างบุคลิกภาพให้เด่นเฉพาะตัวด้วยการสร้างวินัย ความซื่อสัตย์ ความสุจริต หนักเบาเอาคู่ เมื่อคนอื่นมองมาก็จะรู้ทันทีว่าคุณคนนี้บุคลิกภาพแบบนี้จบมาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏใด ที่สามารถสะท้อนภาพความเป็นตัวตนของตนเองแล้วมองลึกถึงสถาบันการศึกษาที่สร้างผลผลิตเพื่อให้ได้บัณฑิตที่พึงประสงค์แก่กับผู้ประกอบการหรือตลาดแรงงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้โครงสร้างของอัตลักษณ์เกิดจากการจัดระบบของสังคมโดยกลุ่มสถาบันต่างๆ ในสังคมอันได้แก่ สถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมือง ซึ่งล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลกับสมาชิกในสังคม ดังนั้นบุคคลหนึ่งๆ จึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เมื่อตนเข้าไปเป็นสมาชิกของสังคมใหม่ นั่นคือ อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลและอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มจะต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป (สกลกานต์ อินไทร, 2539 อ้างถึงใน กรองแก้ว วัฒนธรรมคลรัทธ์, 2545) แต่การรับรู้ตนเองนั้น (Self-Concept) ไม่ได้เกิดมาจากตัวเองเพียงอย่างเดียว แต่มีการพัฒนาขึ้นมาจากสิ่งที่อยู่รอบตัวจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมการที่คนอื่นมองเรารวมถึงการรับรู้ตัวเราจากคนอื่น ทั้งนี้การที่คนอื่น

มองเรานั้นอาจจะไม่สอดคล้องกับการที่เรามองตนเองเสมอไป โดยสามารถพิจารณาองค์ประกอบของ ตนออกได้เป็นลักษณะภายในและภายนอก (Fitts อ่างโน วุฒินันท์ สุนทรจิต 2551 หน้า 48) การ ได้มาซึ่งอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบางที่สามารถตอบโจทย์ได้อย่างชัดเจนให้กับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียและประชาคมได้เห็นกันในเชิงประจักษ์ด้วยการมีส่วนร่วมกันกล่าวคือ การจัดประกวดคำ ขวัญอัตลักษณ์ขึ้นโดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาคมได้มีบทบาทร่วมกันคิดค้นคำว่า “อัตลักษณ์” ที่เป็นจุดเด่นสำคัญของมหาวิทยาลัยราชภัฏขึ้นทำให้ทุกคนทั้งภายในและภายนอกสถาบันการศึกษาที่ จะให้การยอมรับกับคำว่า “อัตลักษณ์” ที่เด่นที่สุดที่ดีที่สุดมาใช้ในยุคปัจจุบัน ซึ่งนับว่ากระบวนการ สร้างอัตลักษณ์ทำให้ทุกคนมีบทบาทการมีส่วนร่วมกันแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องหรือแตกต่างกัน ที่เชื่อมโยงมาจากความเชี่ยวชาญหรือวัฒนธรรมที่สะสมยาวนานในประวัติการเล่าเรื่องให้เกิดความ สอดคล้อง สืบทอด และมุ่งมั่นสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังที่ (เมตตา วิวัฒนานุกูล, 2548) ได้ให้ ความหมายของอัตลักษณ์ทางสังคมว่าเป็นบทบาทของตัวเราที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่มีการ เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของบุคคลที่เกิดจากการตระหนักรู้และส่งผลทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง ซึ่งผู้คนสามารถพัฒนาภาพพจน์ของตนเองจากสมาชิกภาพได้ 2 ทาง คือ 1) การส่งเสริมอัตลักษณ์ กลุ่มพวกเรา 2). ส่งเสริมอัตลักษณ์เฉพาะตัวของพวกเรา โดยที่อัตลักษณ์ทางสังคมของเรา คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดเป็นทักษะที่มีต่อตนเอง และยังเกี่ยวข้องกับการได้มาจากการ เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม (รวินทรา วิวาธุ, 2554) ซึ่งบางครั้งหากนึกถึงราชภัฏเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเล่าเรียนถูกจะนึกถึงสถานที่ใดก่อน เพราะปัจจุบันเนื่องจากสภาวะทาง เศรษฐกิจการแข่งขันของสถาบันการศึกษามีสูงการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบางแห่งได้ลดอัตราค่าเล่า เรียนที่ถูกลงนั้น ทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนตามความมุ่งมั่นของตนหรือผู้ปกครองที่ ต้องการให้ลูกหลานได้เรียนสูงๆ สถาบันการศึกษาได้เล็งเห็นซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถดึงดูด นักศึกษาให้เข้าเรียนเพิ่มมากขึ้นยังสถาบันการศึกษาของตนนับได้ว่าเป็นจุดเด่นอีกมุมมองหนึ่งใน สายตาของผู้บริหารที่ต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ปกครองให้ได้รับความ พึงพอใจและสร้างชื่อเสียงให้สถาบันการศึกษาในแง่หนึ่งได้ อันเนื่องจากอัตลักษณ์เป็นเรื่องของการ ที่ “ฉันมองตัวฉันเองอย่างไรและคนอื่นมองฉันอย่างไร” ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นตัวตน และสิ่งที่อยู่ภายในกับความสัมพันธ์ทางสังคมภายนอกดังนั้น อัตลักษณ์จึงถูกสร้างขึ้นมาโดยผ่านการ ปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ซึ่งในบุคคลหนึ่งก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลายและเมื่อบุคคลยอมรับในอัต ลักษณ์ได้อัตลักษณ์หนึ่งของตนเองในช่วงเวลานั้นๆ บุคคลก็จะเกิดกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่ แตกต่างกันไป โดยในขณะที่บุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง บุคคลก็จะถูกกำหนด ตำแหน่งจากทางสังคมเช่นกัน ด้วยเหตุนี้กระบวนการที่เกิดขึ้นจึงแสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง และ หลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการเชื่อมโยงระบบและโครงสร้าง ทางสังคม โดยที่ตัวเราย่อมมีส่วนร่วมในการก่อตัวเองอัตลักษณ์ของตนเองด้วยเช่นกัน ซึ่งอาจกระทำ โดยผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิตกับโครงสร้างทางสังคมที่อาศัยอยู่ (พิศิษฐ์ คุณวโรตม์, 2546) ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอำนาจซึ่งไม่ใช่อำนาจแบบใช้กำลังบังคับแต่เป็น กระบวนการครอบงำตัวตนที่แยกออกจากตัวตนดั้งเดิมเป็นตัวตนชนิดใหม่ ฉะนั้นการทำความเข้าใจอัต ลักษณ์จึงช่วยให้มองเห็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่อยู่เบื้องหลังสิ่งที่มองเห็นในปรากฏการณ์ทาง สังคม

อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครเหมือนหรือแตกต่าง

อัตลักษณ์ในแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร มีความเหมือนหรือแตกต่างกัน นั้น จากนันททัศนะของผู้บริหารได้ให้ความเห็นที่คล้ายกันกล่าวคือ แต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏเขต กรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกันและไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับความเก่งแต่ละที่การพัฒนาอัตลักษณ์ จำเป็นที่ต้องได้รับการยอมรับและใช้เวลาสะสมความเชี่ยวชาญมาเป็นเวลานานจากในอดีตของแต่ละสถาบันการศึกษากลายเป็น อัตลักษณ์ (Identity) ที่เป็นลักษณะเฉพาะซึ่งทำให้แตกต่างจากคนอื่น หรือสิ่งอื่นมีความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งทำให้คนอื่นจดจำได้ อัตลักษณ์ขององค์กรจึงหมายถึง ลักษณะเฉพาะขององค์กรหรือตัวตนอันเป็นคุณลักษณะพิเศษซึ่งไม่เหมือนองค์กรอื่น ดังที่อธิการบดี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เรามีความแตกต่างกันจากที่อื่นไม่เหมือนกัน อาจจะเป็นความหมายองค์ประกอบอาจแตกต่างกับที่อื่น มีความเก่งพื้นฐานไม่เหมือนกันเราเจาะตรง นั้นเน้นความสำเร็จของผู้เรียน สวนดุสิตเก่งมีสมาคมผู้เรียนหรือศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จมีการ งานทำลักษณะโดดเด่นมาเรื่อยๆ ส่วนทองเที่ยวก็เติบโตประกอบด้วย 3 ส่วน ต่อยอดบริการ อาหาร ดูแลเด็กฝึกบริการ 80 ปี การพัฒนาต่อเนื่องเราตบซัดกว่าที่อื่น... ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของสถาบันนั้นๆ สวนดุสิตเติบโตบนรากฐานความเป็นโรงเรียนการเรือนและวิทยาลัยครู มหาวิทยาลัยจึงมุ่งพัฒนาองค์ ความรู้ที่เชี่ยวชาญเพื่อสร้างความเป็นเลิศในสาขาที่มีความเชี่ยวชาญให้เป็นที่ยอมรับ ด้านการศึกษา ปฐมวัย ด้านอุตสาหกรรมอาหารและการบริการ ด้านอุตสาหกรรมบริการและด้านพยาบาลศาสตร์...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 กันยายน 9) ส่วนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...แตกต่างกันของเราไม่เหมือนใครแน่นอน...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 21) ขณะที่ รองอธิการบดี ฝ่ายนโยบายมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ความเก่งไม่เหมือนกัน ต้องมีจุดเด่นกว่าพัฒนาจากอะไร...แต่ละแห่งอัตลักษณ์เกิดมาไม่เหมือนกันเป็นไปไม่ได้ที่จะให้ เหมือนกัน...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 กันยายน 9) อธิการบดีฝ่ายนโยบาย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ทุกที่ต่างกันแน่ แล้วแต่ที่ต้องพิสูจน์อัต ลักษณ์แต่ละที่ เช่น ทีมผู้บริหารอยู่ๆ จะถึงบอร์ดไม่ได้เริ่มต้นบริหารที่มซุคใหม่ ฉะนั้นเดิมทีแรกเป็น ครูดั้งเดิมเราไม่รู้พิสูจน์อย่างไรปัจจุบันไม่ใช่ Ranging ชัดที่เข้ามาใหม่ที่เริ่มค้นหาอัตลักษณ์ตกลงยัง เป็นของเดิมไม่คิดหลุดลุ่ยของรัฐบาลนะดูว่า บัณฑิตของเราเมื่อจบปมจะหน้าตาเป็นแบบใด สวมเสื้อถือ ดาบอะไร อยากถามตัวบัณฑิตจบจากเราหวังอะไรจากเราหรือทำวิจัยคือ ผู้ใช้บัณฑิตถ้ารับหนึ่งร้อย สุนันทาต้องได้อะไรต้องรับมาชุมชน ศาลายา สมุทรสงครามอยากได้อะไรจากเรา อาจารย์หรือผู้มีส่วน ร่วมผลิตเกี่ยวกับบัณฑิตเห็นว่ามีอย่างไร ที่กล่าวนี้อาจารย์ 2 ถึง 3 เดือน เอาออกมากล่าวราชภัฏ Recheck ปรากฏได้ทำมาและมีกลุ่มของเนื้องาน...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 21) ส่วนรอง อธิการบดีฝ่ายนโยบาย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันเกษม ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ความแตกต่างควร

จะมี ดุสิตท่านศิริโรจน์สร้างความเด่นหรือเอกลักษณ์ขึ้นมาว่ามีอะไร จันทรเกษมก็ควรมีอย่างนั้นมีอัตลักษณ์ของเราเราดูแลเด็กดี ดนตรี นิเทศ นิติ กำลังดำเนินการลงประกาศสภาชุดนี้ดีมากท่านบอกว่าต้องลงมาช่วยผู้บริหารภูมิทัศน์ผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิจะพัฒนามหาวิทยาลัยประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการกำลังรณรงค์จะทำอย่างไร เรามาจากรามคำแหงเยอะมากอาจารย์มีอัตราจำกัดทั้งปริญญาตรีและปริญญาโท เวลาเรารับอาจารย์รับรุ่นน้องปากต่อปาก นิเทศเรื่องการนำสื่อ ห้องนิเทศวารสารจันทรเกษมโพตส์เรื่องการนำสื่อ พิราบน้อย 7 ปี ติดต่อกันเป็นรางวัลหนังสือพิมพ์เป็นข่าวเด็กทำกันขาย บางทีก็แจกฟรีขายกันเอง 5 บาท 10 บาท...”(สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 25) ส่วนรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...อัตลักษณ์เราไม่เหมือนคนอื่นเพื่อแข่งขันอยู่ได้เด่นกว่าดีกว่าเรามีอะไรเดิมที่เชี่ยวชาญเทคนิคแตกต่างอัตลักษณ์” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 พฤศจิกายน 13) และรองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร (รักษาการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ความแตกต่างทุกที่ต้องต่างไม่มีที่ไหนเหมือนกัน...”(สัมภาษณ์ 2556 ธันวาคม 11) การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดอัตลักษณ์ทำให้เห็นว่า อัตลักษณ์ในปัจจุบันเริ่มมีการให้ความหมายที่แตกต่างออกไปจากเดิมไม่ใช่เฉพาะคุณสมบัติเฉพาะตัว แต่เป็นการนิยามความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ที่มีอิทธิพลจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวแปรที่สำคัญด้วยเหตุนี้ เรื่องของอัตลักษณ์จึงถูกนำมาใช้ศึกษามากขึ้นในฐานะที่มีบทบาทและอิทธิพลกับเราในบริบทต่างๆ ทั้งที่อาจรู้ตัวและไม่รู้ตัว เช่น อัตลักษณ์กับแฟชั่น อัตลักษณ์บุคคลต่างๆ อัตลักษณ์กับภาพลักษณ์ และตราสินค้า อัตลักษณ์กับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อัตลักษณ์องค์กร และอัตลักษณ์ในระดับประเทศบางคนเข้าใจว่า อัตลักษณ์ขององค์กรคือ ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ (logo) แท้จริงแล้วอัตลักษณ์ขององค์กรคือ ความเป็นตัวตนขององค์กรซึ่งองค์กรกำหนดขึ้นขององค์กรคาดหวังว่าคนอื่นจะมององค์กรตามอัตลักษณ์นั้น อัตลักษณ์จึงไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่คนสร้างขึ้น องค์กรกำหนดอัตลักษณ์ขึ้นโดยอาศัยรากเหง้าประวัติหรือสิ่งที่องค์กรคิดว่าเหมาะสม หากนึกถึงราชภัฏที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์บุคคลในการแสดงออกด้านบุคลิกภาพที่ดีที่เด่นการมีระเบียบวินัยของนักศึกษาควรนึกถึงสถาบันการศึกษาใด การที่จะนึกถึงหลักสูตรที่เข้มแข็งสามารถตอบสนองให้กับความต้องการของตลาดในสายวิชาชีพให้นึกถึงสถาบันการศึกษาใดการนึกถึงค่าใช้จ่ายค่าเล่าเรียนที่ราคาไม่แพงก็สามารถเรียนจบได้นึกถึงที่ใดนั้น ซึ่งในอันที่จริงแล้วการพัฒนาอัตลักษณ์ให้มีความแตกต่างกันถือว่าเป็นสิ่งที่ดี เพราะแต่ละที่ย่อมมีจุดเด่นของตนเองให้เป็นจุดดึงดูดความสนใจที่สามารถตอบสนองให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ไพฑูริย์ มีกุล 2551 หน้า 3) กล่าวได้ว่า อัตลักษณ์หมายถึง สิ่งที่ทำให้เรารู้ว่าเป็นเราหรือพวกเราซึ่งแตกต่างจากเขาพวกเขาหรือคนอื่นอัตลักษณ์ใช้สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม การพัฒนาอัตลักษณ์ถือว่าเป็นจุดสำคัญที่สามารถนำองค์กรสู่ความสำเร็จตามนโยบายขององค์กรและเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม นอกจากนี้

แล้วการนำหนึ่งอัตลักษณ์ของตนที่มีความเข้มแข็งหรือจุดเด่นที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนในแต่ ละมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 6 แห่ง ให้เป็นไปอย่างสมบูรณ์เพื่อการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน

จุดแข็งและจุดอ่อนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านจุดแข็งอัตลักษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร มีจุดแข็งในการสร้างอัตลักษณ์เป็นของตนเอง พยายามสร้างให้เป็นจุดเด่นจากการรอเวลาสะสมความเชี่ยวชาญความถนัดเฉพาะด้านให้มีความเก่งจน เกิดกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร เมื่อนึกถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครนั้น จุดแข็งที่สามารถสื่อสารเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญพบว่า การมีวัฒนธรรมองค์กรที่สะสมอันยาวนานที่ ปฏิบัติกันมารุ่นต่อรุ่นเกิดการพัฒนาและสร้างความภาคภูมิใจสู่ยุคสมัยใหม่หรือยุคโลกาภิวัตน์ให้ สังคมยอมรับแบบฉบับเฉพาะตนที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนพัฒนาแบบไม่หยุดนิ่งกับการเปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา และต่างก็ต้องแสวงหาอัตลักษณ์ในบริบทของตนจนพบเพื่อเสริมสร้างความอยู่รอดของ ตนเองกล่าวคือ 1). การเสริมสร้างหลักสูตรที่เข้มแข็งเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน 2). การเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ดีด้วยการสืบทอดความเป็นวังประวัติศาสตร์ 3). การเสริมสร้าง คุณธรรมจริยธรรมที่ดีเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้เห็นคุณค่า 4). การเสริมสร้างพัฒนาทรัพยากรบุคคลมุ่งสู่ ตำแหน่งทางวิชาการ 5). การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอกด้วยการทำ MOU. และภาษา ร่วมกัน 6). การส่งเสริมการให้รางวัลกับผลงานดีเด่นทั้งบุคลากรและนักศึกษา 7). การออกสื่อเพื่อ ประชาสัมพันธ์ในผลงานเชิงประจักษ์อย่างต่อเนื่อง 8). การพัฒนาการปรับบุคลิกภาพให้เข้ากับยุค สมัยใหม่ 9). การส่งเสริมการให้ความเป็นกันเองเสมือนพี่น้องและสายสัมพันธ์อย่างอบอุ่น 10). ส่งเสริมการดูงานต่างประเทศและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่อกัน ทั้งนี้การนำสถาบันการศึกษาที่เป็นจุด แข็งถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่มองถึงความสำเร็จต่อสถาบันการศึกษาที่สามารถพัฒนาและต่อยอดความคิดให้ สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่สะสมกันมาเพื่อสร้างคนสร้างอนาคตของสถาบันการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนหนึ่งอัตลักษณ์หนึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเขต กรุงเทพมหานคร มุ่งสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างจุดแข็งของตนภายในแต่ละคณะแต่ละสาขา หลักสูตรซึ่งจากเดิมที่เคยผลิตครูจำนวนมากมายในสมัยก่อนแต่ในปัจจุบันก็ยังมีการสอนผลิตครูแต่ ก็ได้ลดจำนวนลงไปบ้างในแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร และหันกลับมามอง ตนเองกับบริบทใหม่ คือ ต้องมีการพัฒนาตนเองจากจุดยืนของตนที่มีอยู่ให้ปรับเข้ากับสถานการณ์ ปัจจุบันที่ต้องการผลิตนักศึกษาให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงานเกี่ยวกับสาย วิชาชีพ จึงทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกที่เร่งพัฒนาหลักสูตรให้เป็นที่ยอมรับและเข้มแข็งกลายเป็นอัต ลักษณ์เฉพาะของตน เช่น ถ้านึกถึงอัตลักษณ์เด่น เป็นเลิศควรเป็นสถานศึกษาที่ใด สิ่งหนึ่งที่มหาวิทยาลัย

ราชภัฏต้องตื่นเพื่อความอยู่รอดและสามารถแข่งขันได้ คือมีอะไรเป็นจุดเด่นของตนเองและนำเรียนด้วยการตอบโจทย์ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพึงพอใจและเลือกกรักที่จะเรียนในสาขาที่ชอบ อย่างไรก็ตามการพัฒนาหลักสูตรให้เข้มแข็งพร้อมสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรมและบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับบัณฑิตที่พึงประสงค์ควบคู่ไปกับการเรียนการสอนกิจกรรม/โครงการต่างๆ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของตลาดแรงงานที่ผู้ประกอบการวิชาชีพต่างให้เสียงตอบรับว่าดี มหาวิทยาลัยราชภัฏก็ยังไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาต่อไปอีก ณ ปัจจุบันการมีมิติใหม่ด้านการศึกษาคงไม่ได้โดยเฉพาะในประเทศได้เท่านั้นยังคงตอบโจทย์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ดังนั้นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับสถาบันอุดมศึกษาไทยทำอย่างไร ที่จะพัฒนาองค์กรของตนเองให้อยู่รอดเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีความต้องการบัณฑิตที่เก่งมีการพัฒนาตนเองในคุณสมบัติที่หลากหลายประเด็นดังนี้ <http://www.imetthai.com/news-15.php> สืบค้น 25 พ.ค. 58

1. ด้านความต้องการบัณฑิต เช่น การมีทักษะด้านวัฒนธรรม การมีจิตสาธารณะ มีทักษะในการบริหารจัดการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์รู้จักวิเคราะห์แก้ปัญหาการนำเสนอ การรอบรู้ใฝ่รู้ สู้งานหนักได้ มีทักษะเกี่ยวภาษาคือ ภาษาอังกฤษ ภาษาอาเซียน มีการเปิดกว้างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตนเอง มีความรอบรู้ด้านการศึกษาชุมชนท้องถิ่น

2. ด้านความต้องการบัณฑิตในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น มีทักษะด้านความรู้การปฏิบัติงาน มีความตระหนักรอบรู้ในการเปลี่ยนแปลงยอมรับความหลากหลาย มีทักษะความเข้าใจวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีทักษะด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีทักษะด้านการบริหารความแตกต่าง มีทักษะในการทำงานที่หลากหลาย มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะด้านภาษาอังกฤษ ภาษาอาเซียน

3. ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน เช่น ปรับปรุงระบบการเรียนการสอนให้เป็นการเรียนรู้ที่จัดให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนการสอน วิธีการสอนให้เน้นการอ่าน การเขียน การจับใจความเพื่อช่วยบัณฑิตในการสื่อสาร การประมวลข้อมูลและการนำเสนอ หลักสูตรควรให้นักศึกษาเรียนรู้ในโลกกว้างในหลายมิติแต่ให้นำมาใช้ในท้องถิ่น หลักสูตรควรปรับให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้เรียน หลักสูตรต้องไม่ทำลายความคิดสร้างสรรค์แต่ต้องเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์และจับประเด็น หลักสูตรต้องมีกระบวนการการสร้างความแตกต่างในองค์ความรู้บางหลักสูตรควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้มีส่วนร่วมในการร่วมพัฒนาหลักสูตรและเน้นให้ความรู้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็น การศึกษา เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในท้องถิ่น (learn global – do local)

4. ด้านการพัฒนาบุคลากร เช่น ต้องมีการร่วมทำงานด้านวิจัยกับหน่วยงานภาคเอกชน เสริมสร้างคุณภาพของคณาจารย์ให้มีสมรรถนะระดับสากล พัฒนาสมรรถนะของครู อาจารย์ สร้าง

ความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง ต้องมีการบูรณาการบุคลากรแต่ละคณะ แต่ละภาควิชา ให้มีบทบาทร่วมกันในการทำงาน ต้องส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์มีจิตสาธารณะ ส่งเสริมความสามารถบุคลากรโดยการไปศึกษาดูงานฝึกงานกับประเทศอาเซียน

5. ด้านการสร้างเครือข่าย เช่น มหาวิทยาลัยควรมีเป้าหมายว่าควรจะเป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นในด้านใด สร้างเครือข่ายในเรื่องสหกิจศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายทุกภูมิภาค มหาวิทยาลัยไทยควรเน้นการสร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยไทยด้วยกันเพื่อสร้างจุดเด่นในการแข่งขันในระดับโลกได้ มหาวิทยาลัยที่ไม่มีงบประมาณมากควรจะมีการร่วมมือกันกับมหาวิทยาลัยอื่น

สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน, 2554) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์ว่าหมายถึง ตัวบ่งชี้ที่ประเมินผลผลิตตามปรัชญา ปณิธาน พันธกิจและวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถานศึกษา รวมทั้งความสำเร็จตามจุดเน้นและจุดเด่นที่ส่งผลกระทบต่อเอกลักษณ์ของแต่ละสถานศึกษา โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างก็มีการเตรียมความพร้อมที่จะแข่งขันกับตัวเองและการปรับตัวเองทั้งด้านการพัฒนาบัณฑิต การพัฒนาหลักสูตร การสร้างเครือข่าย การสร้างวัฒนธรรม และพัฒนาทักษะทั้งนักศึกษาและบุคลากรของแต่ละที่เพื่อเข้ากับสถานการณ์ที่จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นของนโยบายอุดมศึกษากับอาเซียนที่จะพัฒนาสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้เป็นจุดเด่นหรือจุดแข็งเพื่อความเป็นเลิศและความอยู่รอดอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานที่ตนเองมีอยู่ที่จะรองรับการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนที่กำลังจะมาถึง อย่างไรก็ตามสถาบันการศึกษาควรมีจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของตนเพื่อความแข็งแกร่งและพัฒนาบุคลากรและนักศึกษาสร้างความเข้าใจให้ตรงกันร่วมกันกำหนดอัตลักษณ์และร่วมกันวางแผนงานโครงการกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ทั้งนี้สถาบันการศึกษาควรเร่งพัฒนาจุดเด่นหรือจุดแข็งและลดจุดอ่อนเพื่อความอยู่รอดให้ก้าวไปสู่ประชาคมอาเซียนตามที่ สกอ. กำหนดไว้

จุดอ่อนอัตลักษณ์

ผลจากการสัมภาษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครซึ่งต่างก็ให้แนวคิดเกี่ยวกับจุดอ่อนที่ต้องพัฒนาให้อยู่รอดสามารถแข่งขันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันที่ต้องเร่งพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพจากสัมภาษณ์พบว่า การที่จะสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาให้โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับและยอมรับจาก บุคลากร นักศึกษา ผู้ปกครองหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเรื่องที่ต้องตกย้ำความคิดเห็นความเข้าใจอย่างเสมอภาคและเหมือนกันบุคลากรบางส่วนไม่สนใจไม่ใส่ใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ใหม่ๆ และไม่รู้ว่าจะมีอะไรบ้างซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการให้ข้อมูลคือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารไปยังทุกช่องทางต่างๆ ที่มีอยู่มากมายเช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด การปรากฏตัวของผู้บริหาร การประชุม การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน การสัมภาษณ์ของนักข่าวที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษานั้นๆ การตกย้ำ

ข้อมูลเพื่อให้รับรู้ต้องใช้เวลาและต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ตนเอง ดังที่ (Holbeche, L. 2006) ได้ให้แนวคิดว่าการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีนั้นองค์กรควรมี กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิผลเพื่อลดการตื่นตระหนก (Shock) ความกลัว ความกังวล การต่อต้าน การเปลี่ยนแปลงและช่วยสร้างการยอมรับที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงควรมีการสอนงานระบบที่ปรึกษา และฝึกอบรมที่เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยปรับพฤติกรรมของบุคลากรให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ในการสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับวินัยเป็นสิ่งที่ยาก เพราะนักศึกษาส่วนใหญ่มาจากต่างที่ต่างถิ่นกันการมาอยู่รวมกันต้องฝึกฝนร่วมกันให้ได้สมประสงค์นั้นเป็นสิ่งที่ยากเพียงแต่ต้องให้เวลากำหนด คุณสมบัติเฉพาะบุคคล การฝึกนักศึกษาให้คิดอย่างสร้างสรรค์พัฒนาต่อยอดแนวคิดเดิมเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่เป็นสิ่งที่ควรทำไม่ควรหยุดนิ่งอยู่กับที่เพราะจะไม่เกิดความรู้ต่อตนเอง การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่เรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอๆ เพื่อเพิ่มทักษะและผลงานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผลจากการทำวิจัยเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ก้าวหน้าในสายวิชาการและการพัฒนาองค์กรแต่ผลงานวิจัยที่มีการทำและเผยแพร่ก็ยังมีอยู่น้อยและต่ำกว่ามาตรฐาน ควรเร่งพัฒนาหลักสูตรให้เข้มข้นเพื่อสามารถรองรับการแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงของประชาคมโลกด้วยการสร้างมาตรฐานให้นักศึกษาเข้าประกอบอาชีพในตลาดแรงงานให้กับตรงสายงานได้นั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องเร่งและสร้างคนเก่งคนดีให้สังคมกับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงนี้ และการพัฒนาบุคลากรไม่จำเป็นต้องไปตามแผนขาดแคลนบุคลากรที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องบุคลากรยังขาดตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ที่ควรเร่งรับและพัฒนา ดังที่รองอธิการบดีฝ่ายนโยบาย, รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร (รักษาการ) มหาวิทยาลัยบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “... ประสพการณ์ต้องเติม หนึ่งองค์ความรู้ใหม่ สองเชิงปฏิบัติการทำงาน ความรู้ใหม่บุคลากร 50 เปอร์เซ็นต์เป็นคนใหม่เป็นความมุ่งมั่นความรู้ต้องเสริมเติม...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 11) ขณะเดียวกันเมื่อสถาบันการศึกษาเปิดรับสมัครมีนักศึกษาเข้าสมัครกันมากแต่เมื่อถึงเวลาสอบจริงหายไปเป็นจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถคาดหวังได้ทำให้ไม่ไปตามแผนที่หลักสูตรตั้งเป้าหมายไว้กับนักศึกษาที่เกิดจากความคาดเคลื่อน อีกทั้งการจัดสรรงบประมาณมีน้อยทั้งที่สถาบันการศึกษาพยายามสร้างและพัฒนาระบบให้ดี อีกทั้งสถานที่ยังปัจจัยสำคัญต่อการทำกิจกรรมให้กับนักศึกษา หากสถานที่แคบเมื่อทำกิจกรรมแล้วไม่สะดวกต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพยายามฝึกฝนพัฒนาจิตใจนักศึกษาให้คิดบวกอย่างสม่ำเสมอการให้นักศึกษาได้มีสุขภาพจิตใจที่แข็งแรงสมบูรณ์เป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจเป็นพิเศษที่ต้องประคับประคองกันการศึกษาของนักเรียนที่เข้ามามีทั้งเกรดอยู่ในระดับน้อยระดับปานกลางและระดับดีที่จะต้องเรียนปนกันไม่สามารถแยกห้องแยกเกรดแต่ละระดับได้ต้องให้นักศึกษาปรับตัวในห้องเรียนเอง ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าเหตุผลดังกล่าวเกี่ยวกับจุดอ่อนทั้งด้านบุคลากรและนักศึกษาต่างก็มีความเกี่ยวข้องกันสถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับทัศนคติและพฤติกรรมที่จะต้องใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิผลที่มีผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมก็สามารถทำให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน เทคนิคสำคัญที่ควรนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์กรในปัจจุบันเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (General Environment) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเกี่ยวข้องกับงาน (Task Environment) การวิเคราะห์วงจรชีวิตขององค์กร (Organizational Life Cycle) และการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) (Lynch, R. 2000) นอกจากนี้ควรทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องกันของปัจจัยภายในองค์กรตามแนวทางของ “7S Framework” หรือแนวคิดปัจจัย 7 ประการในการประเมินองค์กรเพิ่มเติม ซึ่งจะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจในสภาพปัจจุบันขององค์กรและความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยได้ดียิ่งขึ้น (Robinson I. 2006) จุดอ่อนเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาค่อยเป็นค่อยไปในการซบซิมให้เหมือนกันและเป็นหนึ่ง ที่ควรรักษามาตรฐานคุณภาพให้ดีให้เป็นเลิศเป็นสิ่งที่ยากในแบบฉบับของตนเอง การมีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันในเรื่องมารยาทในสมัยก่อนกับสมัยปัจจุบันที่ความแตกต่างกันมาก ทั้งนี้มีคนรุ่นใหม่มากมายที่นำแนวคิดตะวันตกมาใช้กัน ทำให้รูปแบบวัฒนธรรมแบบเดิมๆ ที่ควรอนุรักษ์ไว้ขาดความใส่ใจถูกมองว่าเป็นสิ่งล้าสมัยจืดจางไปและไม่ทันสมัยทำให้การเสริมสร้างวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมานั้นได้ถูกสืบลือนหายไป ถึงแม้ว่าจะมีการปลูกฝังสักเพียงใด แต่ด้วยความคิดที่แตกต่างกันทำให้ไม่ปฏิบัติตามได้จนกลายเป็นเรื่องของฉันไม่สนใจไม่ใส่ใจกับการอยู่ร่วมกันในสังคมที่มีกฎ กติกา ที่งดงาม ที่มีเสน่ห์ ที่มีคุณค่า ให้คงความเป็นหนึ่ง ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏตนต้องการที่จะสร้างต้นแบบที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนให้ทรงคงเป็นอัตลักษณ์นั้นๆ ฉะนั้นการประเมินสมรรถนะด้วยการมององค์กรของตนถือว่าเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนต่อการพัฒนาทำให้รู้สภาพความเป็นจริงขององค์กรว่ามีสมรรถนะอย่างไร อาจเปรียบได้กับการตรวจร่างกายของคนเพื่อที่จะทราบถึงความแข็งแรงและสมบูรณ์และค้นหาโรคภัยต่างๆ ในกรณีของสถาบันการศึกษาก็เช่นกัน การค้นพบจุดอ่อนก็เปรียบการค้นพบโรคที่จำเป็นต้องได้รับการเยียวยารักษาให้หายหรือทุเลาลงไปเพื่อพร้อมที่จะดำรงอยู่อย่างมั่นคงและสามารถไปสู่เป้าหมายที่ฝันไว้ให้ได้

(Mckinney7-SFramework) (<http://co.th/HRKnowview.asp?id=647>สืบค้นวันที่ 7 พฤศจิกายน 2558)

ด้านโอกาส

การพัฒนาเปลี่ยนแปลงเมื่อโอกาสมาถึงควรแสวงหาและพยายามทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครได้ให้มุมมองไว้หลากหลายประเด็น เช่น การพัฒนาบัณฑิตให้เป็นคนดีมีคุณธรรมจริยธรรม สร้างคนดี คนเก่ง ทั้งทางร่างกายและจิตใจให้สมบูรณ์ มั่นฝีกอบรมบ่มนิสัยส่งเสริมความมีวินัย ความประพฤติอันเป็นนิสัยที่ดีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนักศึกษาจะได้เป็นบัณฑิตที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการของตลาดแรงงานสร้างการทำงานเป็นทีมที่สามารถปรับตัวและเข้ากับสังคมได้เมื่อจบการศึกษา การสร้างบุคลิกภาพให้เป็นจุดเด่นให้ประชาคมเห็นว่า

นักศึกษาคนนี้จะจบจากสถาบันการศึกษาแห่งใดเป็นอัตลักษณ์ของสถาบันใด แต่เนื่องด้วยปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษากำลังเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนสถาบันการศึกษาต้องแสวงหาและปรับตัวเองด้วยการสร้างเครือข่ายกับประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนแลกเปลี่ยนภาษาเรียนรู้พัฒนาต่อยอดส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมด้วยการแสดงศิลปวัฒนธรรมของสถาบันการศึกษาของตนที่มีการพัฒนาสะสมความเชี่ยวชาญออกสู่ประชาคมอาเซียนให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาประชาคมให้รู้ถึงจุดเด่นเฉพาะตนให้เข้มแข็งอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องโดยใช้วิธีการทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลสารทุกช่องทางทำให้ประชาคมทราบข่าวสารการเคลื่อนไหวของสถาบันการศึกษาตนผู้คนรู้จักและอยากที่จะมาศึกษาเล่าเรียนทั้งในประเทศและต่างประเทศการได้ศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนซึ่งกันด้วยการสร้างเครือข่ายที่นอกจากภาษาที่สองคือภาษาอังกฤษและภาษาที่สามของภูมิภาคอาเซียนแล้วยังได้แลกเปลี่ยนอาหาร วัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี ของความเป็นไทยอันงดงามจากผลผลิตที่สร้างขึ้นของสถาบันการศึกษาของตนให้คนต่างประเทศที่อยากมาเที่ยวเมืองไทยเรียนที่เมืองไทยและเรียนที่สถาบันอันทรงคุณค่าที่มีจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ที่ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีสำหรับสถาบันการศึกษาที่มุ่งสร้างและพัฒนา นอกจากนี้ยังมีสถานที่อันเก่าแก่และงดงามที่แสดงถึงความเป็นวังเก่ามีการอนุรักษ์ธรรมชาติที่สามารถดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคคลภายนอกให้เกิดความสนใจสร้างบรรยากาศปรับภูมิทัศน์ให้น่าเรียนและอยากที่จะเข้ามาเรียนของสถาบันการศึกษาแห่งนี้ที่มีจุดเด่นของตนมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรร่วมกันกับประเทศอาเซียนและพัฒนาความรู้ความสามารถที่เป็นสากลที่สอดคล้องกับเป้าหมายการเป็นประชาคมอาเซียนที่สมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2558 โดยเป็นการรับรองครุในการทำงานภายใต้กฎบัตรซึ่งประกอบด้วยสามเสาหลักที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ 1). ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political Security Community; APSC) วัตถุประสงค์จะทำให้ประเทศในภูมิภาคอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขแก้ไขปัญหาภายในโดยสันติ 2). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community; AEC) วัตถุประสงค์เพื่อให้ทุกประเทศในภูมิภาคมีความมั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันได้ ให้ความช่วยเหลือประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียนคือ กัมพูชา ลาว เมียร์มาร์ และเวียดนามเพื่อลดช่องว่างระดับการพัฒนา พัฒนาความร่วมมือด้านการเกษตร พลังงาน คมนาคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และยกระดับการศึกษาพัฒนาฝีมือแรงงาน 3). ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio Cultural Community; ASCC) มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เป็นภูมิภาคที่เอื้ออาทรเกิดความรู้สึกรักและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและให้เคารพถึงความแตกต่าง พัฒนาสังคมอาเซียน พัฒนาการฝึกอบรม การศึกษาพื้นฐานและสูงกว่า พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การสร้างงาน พัฒนาส่งเสริมความร่วมมือด้านสาธารณสุข พัฒนาด้านการศึกษาโดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางที่ใช้ติดต่อสื่อสาร พัฒนาฝีมือแรงงานในวิชาชีพสายงานทั่วไปและปลูกจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกันภายใต้วัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย และสร้างอัตลักษณ์อาเซียน เห็นชัดเจนจากการกำหนดนโยบายด้านการศึกษาของประชาคมอาเซียนที่ริเริ่มนำมา

ปฏิบัติอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดยเริ่มดำเนินการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2508 จากการก่อตั้งองค์การรัฐมนตรีศึกษาแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asian Ministers of Education Organization; SEAMEO) หรือซีมีโอที่มีกลไกการประชุมใหญ่ประจำปีคือ การประชุมรัฐมนตรีศึกษา (สภาซีแมค) (กัลยรัตน์ ชีระธนชัยกุล, 2558) นอกจากนี้ต้องปรับแนวใหม่คิดสร้างผลงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ให้เพิ่มมากขึ้นพัฒนาการเรียนการสอนและหลักสูตรให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้ทันกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันและสร้างไปยังอนาคต ซึ่งบางสถาบันการศึกษามองว่า ในขณะนี้กระแสของการเรียนครูกำลังมาแรงทำให้มีโอกาสที่สถาบันการศึกษาเปิดรับสมัครคัดเลือกนักศึกษาที่เข้ามาเรียนสายวิชาชีพครูโดยคัดเลือกนักศึกษาที่เกรดเฉลี่ยสูงและเมื่อจบการศึกษาสามารถมาเป็นครูที่สถาบันการศึกษาของตนหรือตามความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี อีกประเด็นหนึ่งโอกาสที่ทำให้นักศึกษาสามารถมาเรียนได้คือ การให้ความสะดวกในการเดินทางที่ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ตอบโจทย์ในปัจจุบันที่มีปัญหา การเดินทางจากการจราจรที่คับคั่งไปด้วยรถมากมายรถติดมาเรียนสาย จึงทำให้สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่หันมาขยายวิทยาลัยเขตของตนไปอยู่แถวชานเมืองเพื่อรองรับนักศึกษาที่อยากเรียนแต่ไม่ต้องเดินทางมาถึงกรุงเทพด้วยการเปิดหลักสูตรใหม่รองรับนักศึกษาในพื้นที่วิทยาเขตชานเมืองด้วยการมองโอกาสอันเหมาะสม เช่น มีโรงงานใกล้เคียงกับวิทยาลัยก็สามารถให้นักศึกษาเข้ารับการฝึกงานดูงานและทำงานกับโรงงานด้วยการทำ MOU ร่วมกันจากบริเวณใกล้เคียงเมื่อจบการศึกษาสามารถเข้าทำงานกับผู้ประกอบที่สถาบันการศึกษาได้สร้างเครือข่ายร่วมกันจึงถือเป็นโอกาสที่ดีเพื่อรองรับอนาคตนักศึกษาและสถาบันการศึกษาที่เร่งแสวงหาโอกาสอันควรจากสถานการณ์ที่มีการแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อให้สถาบันการศึกษาของตนอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 องค์กรต่างๆ ควรดำเนินการตามการสร้างยุทธศาสตร์ระดับองค์กร 2 ประเด็นหลัก คือ 1). กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร การพัฒนาโครงสร้างและระบบบริหารการจัดการ การพัฒนาความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กร และการปรับเปลี่ยนเชิงนโยบายเกี่ยวกับ กฎหมาย ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง 2). กลยุทธ์เสริมสร้างสมรรถนะการบริหารจัดการ (www.popterms.mahido.ac.th/newsletter/showerticle.php?Articleid=286 สืบค้น 7 พฤศจิกายน 2558) ขณะเดียวกันต้องมองตนเองที่เป็นโอกาสและผลกระทบในเวลาเดียวกันที่ไม่สามารถตอบโจทย์ในแบบของสถาบันการศึกษาที่ต้องการได้ เช่น เมื่อมีโอกาสรสร้างแต่ทำไม่ได้ก็กลับกลายเป็นผลกระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการที่เป็นตัวตนมากเกินไปก็เกิดปัญหาขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรพึงเสียงสะท้อนกลับว่าดีหรือไม่ซึ่งอัตลักษณ์ก็มีทั้งบวกและลบในเวลาเดียวกันแฝงอยู่สถาบันการศึกษา

ด้านผลกระทบ

จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครในแต่ละแห่งไม่ได้มองถึงผลกระทบด้วยเหตุผลที่ว่า ในสถาบันการศึกษาของตนจะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือนโยบายของตนให้สำเร็จและทำให้ที่ดีที่สุดสร้างหลักสูตรให้แข็งแรงและเป็นจุดเด่นแห่งการพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นสามารถช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจได้ ซึ่งรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...หลักสูตรไม่ใช่อัตลักษณ์การสนับสนุนบุคลากรเกิดความรู้สึกรู้สึกดีต่อกว่าหน่วยที่ไม่ใช่อัตลักษณ์ต้องส่งเสริมการจัดการคนเก่งอัตลักษณ์ใช้ศาสตร์อัตลักษณ์มาเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ... การเปลี่ยนแปลงในโลกอย่าไปมองไม่ใช่ตัวตนของเราไม่ใช่พื้นฐานการเติบโตของเราถ้าไม่แสวงโอกาสเกิด...” (สัมภาษณ์ 2556 กันยายน 9) จึงทำให้ก้าวข้ามสิ่งที่เป็นผลกระทบออกไปและมุ่งมั่นในแบบเฉพาะของตนให้เป็นเลิศ (David, Fred R. 1997) ได้กล่าวถึงการกำหนดกลยุทธ์ (Key To Formulating Strategies) ประกอบด้วย 1. ภารกิจของธุรกิจ เช่น วิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมาย 2. วัตถุประสงค์ เช่น จุดมุ่งหมาย นโยบาย กลยุทธ์ และโอกาสและอุปสรรคจากภายนอก 3. จุดแข็งและจุดอ่อนจากภายใน 4. การกำหนดกลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปใช้ให้บังเกิดผล แต่ผลกระทบก็ยังปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับงบประมาณที่รัฐบาลให้การสนับสนุนงบประมาณน้อยการจัดสรรแบ่งปันบางส่วนไม่ทั่วถึง เหมือนกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ ทั่วไปดังที่ รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน, รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร (รักษาการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ดูจากภายนอก SWOT คู่แข่งชื่อราชภัฏความน่าเชื่อถือน้อยกว่า โอกาสน้อยกว่ามหาวิทยาลัยอื่นๆ สองการส่งเสริมของรัฐบาลจะน้อยทรัพยากร งบประมาณจากภายนอก...(สัมภาษณ์ 2556 ธันวาคม 11) ซึ่งผลกระทบด้านการเมืองและรัฐบาลสามารถสร้างประโยชน์และอันตรายให้กับองค์กรได้ในอนาคตจากการอยู่เบื้องหลังการควบคุมที่ไม่สามารถควบคุมได้ นอกจากนี้แล้วการมีจุดเด่นของหลักสูตรบางหลักสูตรที่เป็นอัตลักษณ์นั้นทำให้หลักสูตรที่ไม่ใช่อัตลักษณ์เกิดความไม่สมบูรณ์ในการสนับสนุนหรือเสียงตอบรับจากผู้เรียนน้อยทำให้ต้องปรับตัวเพื่อให้เกิดความสมดุลกัน ตลอดจนคู่แข่งก็มีส่วนสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนาขับเคลื่อนสถาบันการศึกษาของตนให้ไปถึงเส้นชัยให้สำเร็จ จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลกระทบนี้ผู้บริหารบางแห่งก็ไม่ได้ให้เหตุผลด้านผลกระทบเนื่องจากการก้าวผ่านผลกระทบไปและยืนยันเพียงว่าจะทำให้ดีที่สุด ในมุมมองของ ปีเตอร์ ดรักเกอร์ เชื่อว่า ความสำเร็จของกิจการใดๆ ก็ตามนั้นขึ้นอยู่กับการที่ฝ่ายบริหารและทุกระดับในองค์กรหรือบริษัทนั้นๆ จะต้องเข้าใจในวัตถุประสงค์รวมขององค์กรวัตถุประสงค์ของหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่เหนือหน่วยงานของตนขึ้นไปและรวมทั้งวัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่ตนรับผิดชอบด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารแต่ละคนในทุกๆ ระดับในองค์กรจะต้องรู้จักวิธีการวางแผนงาน โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ให้แน่ชัดว่า หน่วยงานของตนจะต้องทำอะไร ทำไร และมากน้อยเพียงใด โดยมุ่งไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในระดับสูงขึ้นไป จนกระทั่งบรรลุวัตถุประสงค์โดยส่วนรวมขององค์กรในที่สุด และผู้บริหารสูงสุดจะต้องให้

ความสำคัญกับหน่วยงานต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้เพราะทุกๆ หน่วยงานย่อยต่างก็มีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กรได้เช่นกัน

อัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครทำให้บุคลากรและนักศึกษาเตรียมพร้อมสู่อาเซียน

การสร้างอัตลักษณ์อาเซียนและประชาคมโลกต้องมีการสร้างระบบพัฒนาคนให้มีศักยภาพสูงขึ้นและสามารถปรับตัวอย่างถูกต้องและทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาฐานแห่งความรู้และนวัตกรรม ยกกระดับองค์กรและรองรับสู่ประชาคมโลกให้ได้โดยมีการกำหนดทิศทางให้เข้ากับบริบททางสังคมซึ่งพบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครแต่ละแห่งมีการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนและที่ต่างให้ความสำคัญที่จะพัฒนาและสร้างจุดเด่นให้เป็นอัตลักษณ์ของตนเองที่ประกอบด้วยปัจจัย คือ 1). การพัฒนาบุคลากรและนักศึกษา 2). การพัฒนาหลักสูตร 3). การพัฒนาภาษาอังกฤษและภาษาอาเซียน 4). การพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรม 5). การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม 6). การพัฒนาการส่งเสริมเครือข่าย 7). การพัฒนาส่งเสริมนวัตกรรม 8). การพัฒนาอัตลักษณ์สู่ความเลิศ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้ได้มาตรฐานในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนให้มีคุณภาพกับตลาดแรงงานวิชาชีพหรือความต้องการของผู้ประกอบการผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญของฝ่ายวิเทศสัมพันธ์มองว่า การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนควรมีความพร้อมทั้งบุคลากรและนักศึกษาที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านกิจกรรมโครงการเกิดการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพที่เกิดจากร่วมระหว่างอาเซียนการพัฒนาบุคลากรและนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความเห็นที่คล้ายคลึงกันโดยให้บุคลากรได้เรียนรู้ฝึกทักษะความเชี่ยวชาญพัฒนาความรู้ความสามารถที่เป็นสากลเช่น การพูดภาษาอังกฤษให้สามารถสื่อสารได้ด้วยการเข้ารับการอบรมจากสถาบันการศึกษาของตนที่จัดให้มีขึ้นไม่ว่าจะตอนเย็นหลังเลิกงานหรือเสาร์และอาทิตย์บุคลากรสามารถเข้ารับการอบรมฟรี ถ้าบุคคลใดสามารถสอบได้คะแนนสูงก็จะมีรางวัลให้ด้วยการไปเที่ยวต่างประเทศ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรอันเป็นตัวอย่างที่ดีให้เกิดบรรทัดฐานเดียวกันและเป็นแบบอย่างรุ่นต่อรุ่นเพื่อดึงดูดและโน้มน้าวใจในการเรียนให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มุ่งมั่นสร้างเครือข่ายร่วมกันใช้ภาษาสร้างสื่อเชื่อมโยงวัฒนธรรม หลักสูตร อาหาร ส่งเสริมเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา ให้ถูกต้องตามบริบทและกฎอาเซียนร่วมกัน ในส่วนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครแต่ละแห่งก็มีบทบาทไม่ต่างจากบุคลากรโดยให้นักศึกษาได้รับการฝึก ฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษให้ได้อยู่ในเกณฑ์ที่สถาบันการศึกษากำหนดไว้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ถึงแม้ว่าประเทศไทยไม่ได้เป็นเมืองขึ้นของประเทศจึงทำให้ประเทศไทยไม่เก่งภาษาอังกฤษแต่นั้นก็ไม่ใช่ว่าสิ่งสำคัญซึ่งสถาบันการศึกษาสามารถอบรม ฝึกฝน ฝึกทักษะ พัฒนาอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มแรกที่เข้ารับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาซึ่งการเรียนภาษาอังกฤษมีหลายระดับให้พัฒนา ดังที่ (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2558) ได้อธิบายประชาคมอาเซียนได้ให้ความสำคัญในการ

พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประชาคมอาเซียน โดยมีความร่วมมือในการพัฒนาด้านการศึกษาให้กับ ประชากรอาเซียน โดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางที่ใช้ติดต่อสื่อสาร พัฒนาทักษะฝีมือ แรงงานในแต่ละสายวิชาชีพและสายงานทั่วไป และปลูกจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกันภายใต้ความ หลากหลายทางวัฒนธรรมและสร้างอัตลักษณ์อาเซียนเพื่อให้เกิดความรู้สึกรักและผูกพันกับภูมิภาค ของตนการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนเน้นการบูรณาการด้านการศึกษาร่วมกับกระทรวง การเรียนรู้ส่งเสริมการจ้างงานที่เหมาะสมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและลดช่องว่างการ พัฒนาการพัฒนาหลักสูตรให้เข้มข้นและเป็นจุดเด่นมีความเป็นเลิศเพื่อรองรับตลาดแรงงานและ สามารถแลกเปลี่ยนการทำงานระหว่างประเทศอาเซียนได้ด้วยการสร้างเครือข่ายกับประเทศเพื่อน บ้านที่ทำ MOU. ร่วมกันสร้างภาษาการสื่อสาร เช่น ภาษาเขมร พม่า เวียดนาม จีน ในกลุ่มประเทศ อาเซียนหรือแม้กระทั่งการฝึกงานดูงานการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชื่อมโยงกัน อีกทั้งได้มีการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมร่วมกันซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครมองว่า เรามี วัฒนธรรมที่ผสมความเชี่ยวชาญสามารถให้ประเทศอาเซียนที่สร้างเครือข่ายร่วมกันมาดูงาน มา ศึกษา มาเล่าเรียนได้ด้วยจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของความเป็นวังที่สวยงามบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของ ไทยและอัตลักษณ์เด่นของสถาบันการศึกษามีอาหารของไทยกับประเทศอาเซียนที่มีการผสมผสานกัน อย่างลงตัวที่แลกเปลี่ยนกัน นอกจากนี้แล้วการพัฒนาบุคลิกภาพอันเป็นสิ่งงดงามที่อยู่ในจิตใจได้รับการ บ่มเพาะจากสถาบันการศึกษาให้มีกริยามารยาทที่งดงามมีความประพฤติเรียบร้อยพร้อมด้วย คุณธรรมจริยธรรมมีคนเก่งและคนเก่งก็ทำให้สถาบันการศึกษามีจุดเด่นอันเกิดกลายเป็นอัตลักษณ์ เพื่อการปรับตัวที่เข้ากับสังคมและสู่ประชาคมอาเซียนอย่างภาคภูมิใจ สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้ให้ ความสำคัญอย่างมากในเรื่องของการพัฒนาส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละแห่งมีความถนัดมีการ สะสมความเก่งความชำนาญเชี่ยวชาญจนเป็นจุดแข็งหรือจุดเด่นนำมาต่อยอดเป็นอัตลักษณ์อย่าง กลมกลืนและสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปดนตรีประเพณีสืบทอดอาหารการกินการแต่งกาย บุคลิกภาพและภาษาไทยการสื่อสาร ถ้ากล่าวถึงศิลปดนตรี ภาษาไทยประจำชาติซึ่งยังคงเป็น เอกลักษณ์ประจำชาติที่คนไทยทุกคนต้องไม่ลืมและพูดสำเนียงไทยให้ชัดเจน แต่ละมิติมุมมองที่จะให้ เกิดอัตลักษณ์สามารถเป็นไปได้ ถ้าร่วมใจกันให้ความรักความศรัทธาที่จะช่วยผลักดันภารกิจ นโยบาย และวัตถุประสงค์ให้ไปในทิศทางเดียวกันและสานสัมพันธ์ร่วมกันกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างค่อย เป็นค่อยไปที่คงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอันมีเสน่ห์แก่ชาวต่างชาติการจัดกิจกรรม โครงการก็จะสามารถนำหลักคุณธรรมจริยธรรมให้ทุกคนไม่ว่าจะเป็นบุคลากรและนักศึกษาให้รู้จัก การมีระเบียบ วินัยในการทำงานและการเป็นนักศึกษาที่ดีมีคุณภาพให้คงความเป็นอัตลักษณ์ของ ตัวตนที่เป็นผลผลิตมาจากสถาบันการศึกษาของตนให้เห็นในเชิงประจักษ์ ควรมีการพัฒนาหลักสูตร ให้เกิดคุณภาพได้มาตรฐานสู่ความเป็นเลิศซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้ให้ข้อมูลที่บ่งชี้ว่า วิธีการทำงาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่สถาบันการศึกษาระบุไว้และยังได้ดำเนินงานตามกรอบ

มาตรฐานการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์โดยมีการทำยุทธศาสตร์สอดคล้องกับแผนงานโครงการกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอีกด้วย แต่กระนั้นการพัฒนาหลักสูตรจนเกิดเป็นมิติแห่งความแข็งแกร่งที่สามารถต่อยอดการเป็นนวัตกรรมใหม่ทำให้เกิดการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับสถาบันการศึกษาที่มีการส่งเสริมเกิดคุณภาพและกลายเป็นจุดเด่นให้กับสถาบันการศึกษาเป็นอัตลักษณ์และการยอมรับตลาดแรงงานหรือผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงศักยภาพอันแท้จริงได้ ซึ่งในปี พ.ศ. 2518 มีการจัดตั้งคณะกรรมการอาเซียนด้านการส่งเสริมทางสังคมและวัฒนธรรม (ASEAN Permanent committee on Socio-Cultural Activities) โดยยกระดับความร่วมมือสู่ระดับรัฐมนตรีอาเซียนด้านการศึกษาในปี พ.ศ. 2520 โดยยกระดับเป็นอาเซียนด้านการศึกษา (ASEAN Committee on Education; ASCOE) เป็นกลไกการบริหารความร่วมมือด้านการศึกษาอาเซียนขึ้นในปี พ.ศ. 2532 และการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 15 ปฏิญญาชะอำ-หัวหิน ว่าด้วยการเสริมสร้างความร่วมมือด้านการศึกษา เพื่อบรรลุประชาคมอาเซียนที่เอื้ออาทรและแบ่งปัน (Chaam-Huahin Declaration on Strengthening Cooperation on Education to Achieve an ASEAN Caring and Sharing Community) เป็นการประชุมระดับผู้นำอาเซียนเพื่อย้ำถึงบทบาทสำคัญของการศึกษาในการสร้างประชาคมอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558 โดยสาระสำคัญของปฏิญญาที่เกี่ยวกับบทบาทของการศึกษาในเสาเศรษฐกิจคือ 1). การพัฒนาจัดทำแผนบูรณาการ 2). ส่งเสริมให้มีการถ่ายโอนนักเรียน 3). สนับสนุนการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ 4). สนับสนุนการจัดตั้งเครือข่ายสารสนเทศอาเซียนด้านทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้นนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคนในองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนการพัฒนาคนในองค์กรจึงเป็นภาระหน้าที่ที่สำคัญของนักทรัพยากรมนุษย์ในการพัฒนาคนให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการพัฒนาทักษะพัฒนาความรู้ความสามารถที่ส่งผลต่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนักทรัพยากรมนุษย์จะต้องพัฒนาความรู้ความสามารถให้มีความเป็นมืออาชีพ (HR Professional) มีแนวคิดด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร นำเทคนิคใหม่ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาคนและมีส่วนเข้าไปช่วยกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ แก่องค์กรมากขึ้น (อวิรุทธ์ เหมานรุักษ์ , 2555) สังเกตได้ว่า การที่จะทำอะไรก็ตามควรพัฒนาตนเองเริ่มมองจากตัวตนของเรามีอะไรอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่เรามีอยู่ มิใช่มองแต่เพื่อนบ้านเพียงฝ่ายเดียว ควรหันกลับมามองตัวตนที่สามารถไปแข่งขันกับเขาอย่างไรได้บ้าง ฉะนั้นเมื่อเรามองเห็นตัวเราเห็นตัวเองขาดตกบกพร่องแล้วเราควรพัฒนาปรับปรุง แก้ไข ให้เป็นจุดดีจุดเด่นให้กับอัตลักษณ์ เพื่อสามารถสร้างเครือข่ายให้อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนและสร้างแบบเฉพาะของตนเองให้เป็นเลิศและมาตรฐานสู่สากลยอมรับ

กลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์เสริมสร้างจุดแข็ง

กลยุทธ์ที่จะพัฒนาเปลี่ยนแปลงองค์กรให้มีการบริหารจัดการต้องคำนึงถึงจุดแข็ง (Strength) ที่สามารถสร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร มุมมองของผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง เกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นอัตลักษณ์จุดแข็งและยอมรับจากคนในองค์กรและภายนอกองค์กรที่เด่นชัดจนควรสร้างจากองค์กรภายในหรือสภาพแวดล้อมภายในของตนให้ดีเสียก่อนโดยเริ่มจาก การพัฒนาบุคลากรและนักศึกษาให้เก่งและเชี่ยวชาญสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ต่อยอดจากประสบการณ์เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างสรรค์งานวิจัยเพื่อพัฒนาวิชาการให้กับองค์กรถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด เพราะการทำวิจัยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่แก่องค์กรหรือสถาบันการศึกษา ซึ่งสถาบันการศึกษาทุกที่ให้การสนับสนุนเพื่อบุคลากรของตนได้พัฒนางานด้านวิชาการให้เกิดเป็นจุดแข็ง เช่น การพัฒนาให้มีตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มมากขึ้น การมีคุณวุฒิ การศึกษามากขึ้นมีมาตรฐานตามเป้าประสงค์ของสถาบันการศึกษาที่กำหนดไว้ ดังที่ (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2551) ได้อธิบายว่า การพัฒนาองค์กรเป็นวิธีการอย่างเป็นระบบต่อการปรับปรุงองค์กรที่ประยุกต์ทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์และการวิจัยมาใช้เพื่อเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีและควมมี ประสิทธิภาพของคนและองค์กร ซึ่งการเสริมสร้างจุดแข็งอีกมิติหนึ่งที่เป็นไปได้กล่าวคือ การที่สถาบันศึกษามีจุดแข็งด้านศิลปะ ดนตรี ภาษา วัฒนธรรม กลายเป็นจุดเด่นสร้างความได้เปรียบที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรของตนนั้นได้จากการขับเคลื่อนกิจกรรม/โครงการจนเกิดการประกวดแข่งขันออกสื่อสาธารณะชนให้เห็นกันในเชิงประจักษ์ถึงความสามารถผลงานที่ถลั่นกรองออกมาได้อย่างสร้างสรรค์จรรโลงให้กับสาธารณะชนที่ซึ่งนักศึกษาได้แสดงออกนั้น จึงทำให้สังคมได้เห็นและยอมรับในจุดแข็งที่สามารถสัมผัสเห็นได้ จะเห็นได้ว่าในแต่ละสถาบันศึกษาก็มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนจุดแข็งให้ดีที่สุดนั่นคือ การทำให้ดีที่สุดและใช้วิธีการสื่อสารให้มากที่สุดทุกสื่อทุกช่องทางทุกอย่างประกอบเข้ากันให้เป็นหนึ่งให้เป็นความเก่งและเชี่ยวชาญ (โอเว่น 2530, อ้างถึงใน สมาน อัสวภูมิ , 2551) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า การพัฒนาองค์กรในแต่ละเขตพื้นที่บริการทางการศึกษา (School District) หมายถึง ความพยายามซึ่งเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบสมเหตุสมผลและมีแผนรองรับเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงในส่วนที่เป็นขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นทางการกระบวนการดำเนินงานปทัสสถานสังคมหรือโครงสร้างองค์กรด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ซึ่งจุดหมายของการพัฒนา คือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของแต่ละคนและปรับปรุงพันธกิจและการปฏิบัติงานขององค์กร ขณะเดียวกันการที่พัฒนาทรัพยากรบุคคลและนักศึกษาให้เกิดความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ หรือวิชาการแล้วยังต้องคำนึงถึงการเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นภายในจิตใจทุกคนถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่พัฒนาคุณภาพชีวิตไปในทางที่ดีและสร้างสรรค์ด้วยสติปัญญาอย่างงดงาม ที่มีสถาบันการศึกษาปลูกจิตวิญญาณให้เป็นจุดแข็งแล้วพัฒนากลายเป็นอัตลักษณ์ด้านคุณธรรมจริยธรรมที่ประกอบด้วยบุคลิกภาพทั้งภายในและภายนอกได้ตามความประสงค์ของ

สถาบันการศึกษาที่อบรมบ่มเพาะให้เป็นจุดเด่นเฉพาะตัวเพื่อให้สังคมยอมรับในที่สุดและภาคภูมิใจ การที่จะก้าวเดินให้เข้มแข็งและมั่นคงให้ได้ดั่งนั้นทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานและนักศึกษาจึงต้องมี คุณธรรมจริยธรรมประจำใจไว้ในการดำรงชีวิตการทำงานและชีวิตการศึกษาหรือจบการศึกษาไปแล้วให้ เป็นคนดีที่สังคมอย่างสง่างามยอมรับจากรัฐสถาบันการศึกษาที่ปลูกปั้นด้วยจิตวิญญาณแห่งวิชาชีพที่ สถาบันการศึกษามอบให้กับผู้ประกอบการเพื่อที่จะได้บัณฑิตอันพึงประสงค์ออกไปสู่ตลาดแรงงานที่ ต้องการได้อย่างภาคภูมิใจ ทุกกิจกรรมที่ทำและการแสดงออกต้องมั่นปรับปรุงบุคลิกภาพทั้งกายและ จิตใจให้มีความแตกต่างหรือเป็นจุดเด่นเฉพาะตัวบุคคลให้กับรัฐสถาบันการศึกษาที่ล้อมไปด้วยการมี คุณธรรมจริยธรรมประจำใจทุกคน ดังนั้นทุกคนในทุกสถาบันการศึกษาต้องพัฒนาและปรับตัวเพื่อ การสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเข้มแข็ง ส่วนบุคลากรของสถาบันการศึกษาต้องมั่นหาความรู้เพิ่มเติม เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์งานในรูปแบบของงานวิจัยเพื่อปรับปรุงพัฒนา ให้ได้คุณภาพเป็นรูปธรรมตลอดจนงานทุกงานที่ปฏิบัติต้องอยู่ภายใต้กรอบการมีคุณธรรมจริยธรรม รวมถึงผู้บริหารก็ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยหลักธรรมาภิบาล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) ได้ให้ความหมาย ว่า การพัฒนาองค์กรเป็นความพยายามเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแผน มีการวิเคราะห์ปัญหาวางแผน ยุทธศาสตร์และใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือเป็นการพัฒนาระบบโดยส่วนรวมทั้งองค์กร เริ่มจากระดับผู้บริหารลงสู่ระดับล่างทั้งองค์กรโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร ดังที่ รองอธิการบดีฝ่ายนโยบาย,รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร (รักษาการ) มหาวิทยาลัยบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้แสดงความคิดเห็นว่า การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ได้มาตรฐานตามที่ประกันคุณภาพกำหนดไว้ยัง ได้มีกลยุทธ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งเพื่อความอยู่รอดและสามารถพัฒนาความเป็นเลิศได้ เช่น 1). สนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตร 2). การจัดระบบการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ 3). ส่งเสริม งานวิจัยให้มีคุณภาพสู่สังคม 4). การปลูกจิตสำนึกสืบสานวัฒนธรรมองค์กรสู่สากลเช่น ภาษา ดนตรี ศิลปวัฒนธรรมไทย 5). เสริมสร้างสมรรถนะการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยตามหลักธรรมาภิบาล 6). การสร้างบุคลิกภาพให้แตกต่าง แต่กระนั้นการทำผลงานให้โดดเด่นต้องขับเคลื่อนด้วยการสร้าง แรงจูงใจ คือการให้รางวัลหรือผลงานที่สร้างสรรค์ที่เป็นผลผลิตออกมาสู่ความเป็นเลิศตามกลยุทธ์ของ สถาบันการศึกษา (สัมภาษณ์ 2556 ธันวาคม 11) การทำงานทุกภาคส่วนภายในสถาบันการศึกษา ต้องสอดคล้องและทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันจึงสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถเจริญ รุดหน้าต่อไปได้ซึ่งสมศ. ได้เข้ามามีบทบาทกำหนดมาตรฐานการทำงานตามตัวชี้วัดที่เหมือนกันในทุก สถาบันอุดมศึกษาคือ การพัฒนาความเชี่ยวชาญ พัฒนาให้เกิดเป็นจุดเด่นจุดแข็งพัฒนาให้เกิดเป็นอัต ลักษณ์ ของแต่ละสถาบันการศึกษาเพื่อก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้การที่จะก้าวเดินให้ เข้มแข็งและมั่นคงให้ได้ดั่งนั้นทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานรวมถึงนักศึกษา ดังที่รองอธิการบดีฝ่าย นโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เน้นต้นทุนประกัน คุณภาพตัวชี้วัดความสำเร็จหรือ สมศ. เป้าพอดีตรงกับยุทธศาสตร์...” (สัมภาษณ์ 2557 มกราคม 21)

และรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ต้องเล็งอัตลักษณ์ วางกลยุทธ์สร้างความเป็นเลิศดำเนินการอย่างไร สร้างความเป็นเลิศยอมรับใครเป็นเลิศ เราเป็นเลิศมีตัวชี้วัดจากนักศึกษาให้การยอมรับเป็นเลิศ ต้องมีรางวัลและการยอมรับการแข่งขันทำตลอดรางวัลรับรอง ExPed วัตถุประสงค์บริหารงานประสพการณ์ได้รางวัลที่เป็นเลิศให้สำเร็จทุกอย่างกำหนดขึ้นมาเข้ากระบวนการได้เป็นที่ยอมรับเป็น ExPed...” (สัมภาษณ์ 2556 พฤศจิกายน)

กลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์ลจุดอ่อน

กลยุทธ์และวิธีการลจุดอ่อน (Weakness) หรือข้อเสียเปรียบที่องค์กรต้องเร่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นที่คล้ายกันเป็นอันดับแรก คือ ให้ความสำคัญและส่งเสริมการทำวิจัยองค์ความรู้ และวิจัยในชั้นเรียน ด้วยการให้ทุนจากองค์กรที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัย เช่น สถาบันวิจัยแห่งชาติการให้คะแนนการปฏิบัติงานจากงานวิจัยที่ขอทุนสนับสนุนเพื่อกระตุ้นการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นไปอย่างต่อเนื่องที่นอกเหนือจากการเรียนการสอนหรือกิจกรรมโครงการต่างๆ ทั้งนี้สถาบันการศึกษาได้มีการเตรียมความพร้อมและยืดหยุ่นอยู่เสมอในการบริหารจัดการองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา กล่าวคือ 1). ส่งเสริมการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลที่เป็นส่วนกลางเข้ามาช่วยเพื่อลดภาระงานซ้ำซ้อนหรือเกินความจำเป็นสามารถสืบค้นข้อมูลที่เร่งด่วนและให้ความสำคัญกับสื่อทุกสื่อที่สามารถทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แล้วการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ช่วยให้บุคลากรรับทราบความเคลื่อนไหวในการวางนโยบายหรือกิจกรรมโครงการอย่างต่อเนื่องทำให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกัน 2). ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์สามารถปฏิบัติงานเรียนรู้และจับต้องได้เพื่อให้เห็นภาพจริงพัฒนาคนให้เก่งจนเกิดความเชี่ยวชาญและชำนาญพร้อมปรับเปลี่ยนตำแหน่งให้สูงขึ้นด้วยผลงานที่โดดเด่นให้เห็นกันในเชิงประจักษ์และเกิดการเลียนแบบที่ใครๆ ก็สามารถทำได้เป็นการสร้างตำแหน่งรองรับให้บุคลากรองตนไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายบริหาร ฝ่ายสนับสนุนวิชาการ และฝ่ายวิชาการที่จะพัฒนาจากอาจารย์ เป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ หรือศาสตราจารย์ออกสู่เวทีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประกาศให้ทุกคนในองค์กรและภายนอกให้รับรู้ถึงการทำงานอย่างจริงจังและทำได้จริงอันนำไปสู่การปฏิบัติที่สัมผัสได้อย่างชื่นชม 3). ส่งเสริมแรงจูงใจให้บุคลากรที่มีความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จให้กับองค์กรผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรทุกคนด้วยมิตรภาพไมตรีต่อกันฉันทันพี่น้องเพื่อให้เกิดความรัก ความศรัทธา ในการบริหารงานของผู้บริหารและองค์กรให้มีความสุขในการทำงานอย่างมิตรภาพและเข้าถึงได้ทุกระดับส่วนงานเพื่อสร้างความสามัคคีที่อบอุ่นต่อกันและไม่ได้อยู่อย่างเดียวดายคนเดียวสามารถปรับเข้าหากันได้ทุกระดับและให้ความสำคัญทุกระดับชั้นในการปฏิบัติหน้าที่อย่างใกล้ชิด 4). ส่งเสริมและพัฒนาบุคลิกภาพให้เป็นนิสัยถาวรการที่จะฝึกคนรุ่นใหม่ให้ได้ตามที่สถาบันการศึกษาต้องการนั้นต้องใช้เวลาเช่น การฝึกการบริการ การพัฒนาบุคลิกภาพ

การเสริมสร้างความเป็นไทยเพื่อให้ประชาคมรู้ถึงความเป็นตัวตนการมีผลผลิตที่ดีให้กับนักศึกษาสู่ผู้ประกอบการหรือตลาดแรงงานยอมรับ 5). ส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับนักศึกษาที่สนใจ ปรับสถานที่ให้เหมาะสมกับผู้เรียนเพื่อรองรับการขยายตัวที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้ นักศึกษาที่สนใจมาเรียนในหลักสูตรที่เป็นจุดเด่นได้เข้ามาเรียนกันมากขึ้น การขับเคลื่อนองค์กรจาก ปัจจุบันไปสู่สภาพในอนาคตด้วยการนำริเริ่มเปลี่ยนแปลงต่างๆ (Change Initiatives) มาใช้สิ่งสำคัญ ที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงเกิดประสิทธิผลคือ การเปลี่ยนแปลงของพนักงานที่สอดคล้องกับระบบและ วิธีการปฏิบัติงานแบบใหม่หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในตัว พนักงาน (Balogun, 2004) แต่กระนั้นในการดำเนินงานทุกกิจกรรมต้องเป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ให้ ที่ดีที่สุด ซึ่งการทำงานนั้นมิได้หมายความว่าต้องครบสมบูรณ์ทุกเรื่อง การทำงานสามารถยืดหยุ่นตาม สภาพการณ์ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่จะต้องอยู่ได้ ด้วยการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและแข่งขันได้ผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่า การขับเคลื่อนวิธีการดำเนินงาน ของสถาบันการศึกษาล้วนแต่เป็นนโยบาย วัตถุประสงค์ขององค์กรที่ผลักดันให้เกิดผลงานที่สามารถ ทำให้บรรลุได้ตามกลยุทธ์ที่ตนวางไว้ให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กรให้มากที่สุด โดยมองตนเองทำ อย่างไม่ให้แข็งเกร่งขึ้นที่จะไม่มีจุดอ่อนหรือลดจุดอ่อนแต่จะทำให้กลายเป็นจุดแข็งแล้วเดินต่อไปเพื่อ สร้างความอยู่รอดและความมั่นคงของสถาบันการศึกษา นอกจากนี้การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนทำให้ พนักงานรับรู้ว่าคุณค่าขององค์กรมีความคาดหวังอะไรทำให้รู้ว่าคุณค่าและพฤติกรรมใดของพนักงานที่จะ ตอบสนองความคาดหวัง การวิเคราะห์สภาพในอนาคตขององค์กรจึงเป็นแนวทางเริ่มต้นที่สำคัญ ทั้งนี้ การวิเคราะห์สิ่งที่เป็นตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (Drivers of Change) เช่น เทคโนโลยีการ แข่งขัน กฎระเบียบ และนโยบายรัฐบาล รวมทั้งการวิเคราะห์ความสามารถในการตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงสิ่งที่ควรพิจารณาถึงโครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน การออกแบบงาน และ พฤติกรรมของพนักงานที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันจะช่วยให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ที่ดีสำหรับ การเปลี่ยนแปลง (Molloy and Whittington, 2005)

การไม่เข้าใจในนโยบายของสถาบันการศึกษาบางองค์กร ที่มีตัวชี้วัดโดย สมศ. สกอ. เพื่อ แสดงถึงมาตรฐานการทำงานที่สถาบันการศึกษาด้านวิชาการต้องปฏิบัติตามนอกเหนือจากงานวิจัยแล้ว ต้องมี มคอ.3 มคอ.4 มคอ.5 ซึ่งมองว่าเป็นการทำงานที่มากเกินไป ดังที่อธิการบดี มหาวิทยาลัยราช ภัฏพระนคร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ต้องคุยกันเราขัดไม่ได้ นโยบายผ่าน สกอ. ผ่านสภา มหาวิทยาลัยทำตามแผนไปยังอาจารย์คณะเขา KPI ของอาจารย์ คณะบดี KPI ต้องตอบสนองใน นโยบายในแผนยุทธศาสตร์นี้ทำมคอ. 3 เราทำต้องปิด KAP วิจัยบูรณาการเรียนการสอน อาจารย์ มองว่าบังคับแต่เราถูก สกอ. สมศ. แล้วไม่ผ่านวิจัยบูรณาการเรียนการสอนสร้าง KPI เราถูกบังคับโดย เกณฑ์ สกอ. เราประเมินแล้วไม่ผ่านบางคนอึดอัดอยู่ อาจารย์สอนวิจัย บริการ ศิลปวัฒนธรรมเราเอา สอน 60 เปอร์เซ็นต์ในฐานะเป็นมหาวิทยาลัยใหม่ปิด KAP สกอ. สมศ. เป็นตัวชี้วัด สกอ. สอนเสร็จ

20 เพอร์เซ็นต์ บูรณาการเรียนการสอนวิจัยต่อยอดปรับปรุงการเรียนการสอนอาจารย์ไม่เข้าใจทำไม ต้องบังคับเขาสิ่งเหล่านี้ อาจเปลี่ยนผู้บริหารใหม่ อาจารย์รุ่นใหม่ไม่เข้าใจระบบเชิงบริหารจัดการ เขา คิดว่าเขาอิสระแต่หน้าที่สอน 60 เพอร์เซ็นต์แต่ผมไม่ว่า เรามีตัวชี้วัดแขวนบทเว็บไซต์ใช้คู่ขนาน แต่ยังไม่สำเร็จอาจารย์ไม่เข้าใจนโยบายต่างๆ...” (สัมภาษณ์ 2556 ธันวาคม 24) ซึ่งรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (<http://www.thaiall.com/tqf/> สืบค้น 20 กันยายน 58) (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF: HEd) เป็นกรอบที่แสดงระบบ คุณวุฒิการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของประเทศซึ่งประกอบด้วย ระดับคุณวุฒิ ความเชื่อมโยงต่อเนื่อง จากคุณวุฒิระดับหนึ่งไปสู่ระดับที่สูงขึ้น การแบ่งสายวิชา มาตรฐานผลการเรียนรู้ของแต่ละระดับ คุณวุฒิซึ่งเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของคุณวุฒิ ปริมาณการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเวลาที่ต้องใช้ ลักษณะของ หลักสูตรในแต่ละระดับคุณวุฒิ การเปิดโอกาสในเทียบโอนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งเป็นการ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งระบบและกลไกที่ให้ความมั่นใจในประสิทธิผลการดำเนินงานตาม กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของสถาบันอุดมศึกษาว่าสามารถผลิตบัณฑิตให้บรรลุ คุณภาพตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ หลักการสำคัญ 1). เป็นเครื่องมือในการนำแนวนโยบายการ พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการวัดการศึกษาตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติฯ ในส่วนที่ เกี่ยวกับมาตรฐานการอุดมศึกษาและประกันคุณภาพการศึกษาสู่การปฏิบัติในสถานศึกษาอย่างเป็น รูปธรรม 2). มุ่งเน้นที่ Learning Outcomes ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นต่ำเชิงคุณภาพเพื่อประกันคุณภาพ บัณฑิต 3). มุ่งประมวลกฎเกณฑ์และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเรื่องหลักสูตรและการจัดการเรียน การสอนเข้าไว้ด้วยกันและเชื่อมโยงให้เป็นเรื่องเดียวกัน 4). เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพใน การสร้างความเข้าใจและความมั่นใจในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง/มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ ชุมชน สังคมและสถาบันอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตที่ คาดว่าจะพึงมี 5). มุ่งให้คุณวุฒิหรือปริญญาของสถาบันใดๆ ของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและ เทียบเคียงกันได้ในสถาบันอุดมศึกษาที่ดีทั้งในและต่างประเทศ โดยเปิดโอกาสให้สถาบันอุดมศึกษา สามารถจัดหลักสูตรตลอดจนกระบวนการเรียนการสอนได้อย่างหลากหลาย โดยมั่นใจถึงคุณภาพของ บัณฑิต ซึ่งจะมีมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามที่มุ่งหวังสามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุขและ ภาคภูมิใจเป็นที่พึงพอใจของนายจ้าง 6). ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตวัตถุประสงค์ของการ ดำเนินการ ซึ่งนอกจากจะให้เป็นไปตามหลักสำคัญของ TQF ตามที่เสนอข้างต้นแล้วมีวัตถุประสงค์ อื่นที่สำคัญคือ 1). เพื่อเป็นการประกันคุณภาพขั้นต่ำของบัณฑิตในแต่ละสาขา/สาขาวิชา หรือแต่ละ คุณวุฒิ 2). เพื่อให้แต่ละสาขา/สาขาวิชามีการกำกับดูแลคุณภาพการผลิตบัณฑิตกันเอง โดยบัณฑิตใน สาขา/สาขาวิชาเดียวกันของแต่ละสถาบันฯ มีคุณภาพไม่ต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในมาตรฐานคุณวุฒิระดับ การศึกษาของสาขา/สาขาวิชานั้นๆ 3). เพื่อนำไปสู่การลดขั้นตอน/ระเบียบ (deregulations) ในการ ดำเนินการให้กับสถาบันอุดมศึกษาที่มีความเข้มแข็งและความพร้อมในการจัดการศึกษา จากเหตุผล

ดังกล่าวข้างต้นเป็นการศึกษาข้อมูลการบริหารจัดการตามกรอบมาตรฐานของอุดมศึกษาที่ทุกสถาบันการศึกษาต้องปฏิบัติตามกรอบอย่างสมบูรณ์ แต่ก็ยังมีความเข้าใจไม่ตรงกันในนโยบายของผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน จึงต้องมีการอธิบายชี้แจงถึงเหตุผลเพื่อให้เกิดผลงานในทิศทางเดียวกันเพิ่มเติมในนโยบายที่เกิดขึ้นจาก สมศ. สกอ. ดังนั้นกระบวนการปรับปรุงที่ดำเนินการให้เป็นระบบภายในองค์กร โดยบุคลากรทุกระดับควรมีการวางแผนล่วงหน้ามีเป้าหมายความสำเร็จร่วมกันเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้อย่างเหมาะสมสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานและมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (สุนันทา เลาหันทน์, 2556) ได้อธิบายว่า ความเข้มแข็งขององค์กรที่ประกอบด้วยผลงานสูงสุดทั้งในด้านประสิทธิภาพประสิทธิผลและความมีสุขภาพสมบูรณ์ขององค์กรจะมีสมรรถนะที่ดีนั้นจำเป็นที่จะ ต้องอาศัยกระบวนการ (Process) หรือพฤติกรรมการทำงานขององค์กรที่ยอมให้คนในองค์กรใช้ศักยภาพ (Potentials) หรือสติปัญญา และความสามารถของเขาได้อย่างเต็มที่เพราะศักยภาพเป็นเครื่องชี้วัดการปฏิบัติงานของคนในองค์กรเช่นกัน

กลยุทธ์เสริมสร้างโอกาส

โอกาสที่จะดำเนินการได้ (Opportunities) ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรหรืออาจมีผลกระทบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้รวมถึงการคาดการณ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี การแข่งขัน กฎหมาย ที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ซึ่งผู้บริหารควรตระหนักดีว่าไม่อาจจะแก้ปัญหาเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งขององค์กรได้ผู้บริหารต้องควรแก้ปัญหาระยะยาวต้องแสวงหากลยุทธ์ในการพัฒนาบรรยากาศขององค์กรวิธีการต่างๆ เกี่ยวกับการทำงานสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรติดต่อสื่อสารและการจัดระบบข้อมูล ทั้งส่วนที่ทำนายได้และทำนายไม่ได้ล่วงหน้าหลายๆ ปีด้วยปัจจัยเหล่านี้ผู้บริหารจึงต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างมีแผนทั่วทั้งองค์กรจากแนวคิดเบื้องต้นของการพัฒนาองค์กร (สุนันทา เลาหันทน์ , 2556) ในการสร้างกลยุทธ์และวิธีการเสริมสร้างอัตลักษณ์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6 แห่ง ได้ให้มุมมองไว้หลากหลายแง่คิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การเสริมสร้างโอกาสกล่าวคือ 1). การเสริมสร้างและพัฒนาด้วยการขับเคลื่อนนโยบายหรือสร้างวาระการประชุมกับผู้บริหารร่วมกันเพื่อระดมความคิดและทักษะอันเกิดแรงบันดาลใจเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ แก่องค์กรของตนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดรับในทิศทางเดียวกันและบรรลุวัตถุประสงค์ อีกทั้งการระดมเงินทุนเพื่อพัฒนาองค์กรให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้มีชื่อเสียง 2). การเสริมสร้างพัฒนาหลักสูตรใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานและนักศึกษาสนใจมาเรียนและได้นำสายวิชาชีพไปดำรงเลี้ยงชีพอย่างมีคุณภาพ การจัดทัศนศึกษากิจกรรม/โครงการ ให้เกิดการแลกเปลี่ยนทักษะการแก้ปัญหาสร้างความคิดที่เกิดเป็นนวัตกรรมให้กับ

สถาบันการศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างนักศึกษาแก่นักศึกษาที่เรียนดี และผู้ปกครองที่มีความสนใจเข้าร่วม และการสร้างเครือข่ายจากหน่วยงานภายนอกการสร้างเครือข่ายกับประชาคมอาเซียน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในองค์กรตนและชื่อเสียง 3). การสร้างและพัฒนาสถานที่เพื่อรองรับการขยายตัวของหลักสูตรเพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถเข้ามาศึกษาได้อย่างภาคภูมิใจในบรรยากาศ และสถานที่กว้างขวางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถาบันศึกษามอบให้นักศึกษา เช่น การมีรถรับ-ส่ง การสร้างหอพักนักศึกษาและอาจารย์การอยู่ใกล้กับสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 4). การสร้างเครือข่ายเพื่อรองรับวิชาชีพเมื่อจบการศึกษาเช่น การเรียนวิชาชีพวิศวกรรมเครื่องยนต์ก็จะสร้างเครือข่ายกับบริษัทห้างร้านที่ประกอบกิจการรถยนต์เพื่อรองรับการจบของนักศึกษาที่ได้ทั้งการฝึกงานและการเข้ารับการประกอบอาชีพตามที่ตลาดแรงงานต้องการเมื่อจบการศึกษาแล้ว 5). การเปิดศูนย์ภาษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านภาษาอังกฤษหรือ ภาษาอาเซียน สามารถเรียนได้ทั้งบุคคลภายในเช่น นักศึกษา หรือ บุคลากร โดยเป็นการจัดฝึกอบรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากนั้นยังสร้างโอกาสให้กับบุคคลภายนอกที่ให้ความสนใจหรือใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมได้... ดังที่ รองอธิการบดีฝ่ายนโยบาย และแผน,รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร (รักษาการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ก็เอา 8 กลยุทธ์ทั้งหมดของมหาวิทยาลัยมาสร้างโอกาสและลดผลกระทบการยกระดับจิตใจให้สูงขึ้นเพื่อให้รู้จักการยอมรับในสิ่งที่คนอื่นเป็น และยินดีในสิ่งที่คนอื่นมีนั้น...” สามารถนำ 8 กลยุทธ์มาใช้ในการดำเนินงาน คือ 1). การสร้างความตระหนักรู้ปลูกจิตสำนึกสืบสานและเผยแพร่ ภาษา ดนตรี และศิลปวัฒนธรรมไทยสู่สากล 2). การสร้างความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจที่มีต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม 3). การนำทุนทางวัฒนธรรมของชาติมาสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 4). การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านศิลปวัฒนธรรมในระดับชาติและนานาชาติ 5). สืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 6). การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและชุมชน 7). การพัฒนาองค์ความรู้แหล่งเรียนรู้ด้านภาษาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ 8). การสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านดนตรี การพัฒนาความรู้ด้านดนตรีและการพัฒนาวิชาชีพดนตรีสู่มาตรฐานสากล...”(สัมภาษณ์ 2556 ธันวาคม 11) ซึ่งสถาบันศึกษามองว่าการมี “โอกาส” เป็นสิ่งที่ต้องรีบทำรีบแสวงหาเมื่อเวลามาถึง แต่อันที่จริงแล้วในการดำเนินงานไม่จำเป็นต้องรอโอกาสทุกชิ้นงานสามารถปฏิบัติทำได้เลย ตามที่ได้วางนโยบายหรือแผนงานอันสำคัญหรือจำเป็นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ในเชิงปฏิบัติ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดเมื่อเราทำก็ทำให้ดีให้สำเร็จโดยมีทฤษฎีและการปฏิบัติควบคู่กันแต่จะเน้นการปฏิบัติให้มากขึ้น ฉะนั้นการลงไปปฏิบัติมีผลจะให้ผลมากกว่าการทำงานตามกรอบทฤษฎีอาจเห็นผลผลิตช้าหรือไม่ก็เป็นได้สำหรับมุมมองของแต่ละบุคลากรทำโอกาสเป็นสิ่งที่สถาบันการศึกษาต้องให้ความสำคัญ ถึงแม้ว่าโอกาสจะไม่ได้มาถึง... แต่ควรดำเนินการสรรสร้างงานอย่างสม่ำเสมอไม่ต้องรอจังหวะและโอกาสให้มาถึง ดังที่รอง

อธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เรามีตลอดเวลา SWOT ไม่จำเป็นต้องทำโอกาสมีทุกจังหวะของการใช้ถ้าเราพร้อม...ถ้าใช้โอกาสไม่เป็นเราต้องทำจริง ไม่ใช่เขียนบนกระดาษอะไรก็แล้วแต่ต้องลงไปแก้หน้างานลงไปทำเลยจะได้รู้ว่ามีอะไรการเรียนรู้พัฒนาทางสังคม coding ซึ่งแก้หน้างานไม่เขียนบนกระดาษไม่มีทางแก้ไขได้ไม่จริงต้องแก้หน้างานลงไปทำเลยจะรู้ว่ามีความหลายอย่างทฤษฎี paper อย่างเดียวใช้ไม่ได้ต้องควบคู่ไป...” (สัมภาษณ์ 2556 กันยายน 9) การเปิดโอกาสให้สถาบันการศึกษาได้เรียนรู้ร่วมกันวินิจฉัยปัญหาด้วยตนเองที่จะวางแผนปฏิบัติงานร่วมกันจะทำให้องค์กรสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นซึ่งการขยายตัวและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเช่น เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง เทคโนโลยี และโลกาภิวัตน์ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานต่างๆ เช่น ลูกค้า คู่แข่งขัน ต่างก็มีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ของทั้งองค์กรและบุคลากร ประกอบกับแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในระดับมหภาคของประเทศที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของประชากรที่สามารถสร้างแรงผลักดันให้องค์กรต้องปรับตัวและดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นพื้นฐานของแรงงานให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้การสร้างนักศึกษาให้มีคุณภาพตามหลักสูตรและสาขาที่เปิดเพื่อพัฒนาให้นักศึกษามีความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้เกิดประโยชน์ในอาชีพเมื่อจบการศึกษาไปแล้วสามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญและสร้างชื่อเสียงให้กับตนเองและสถาบันการศึกษา ดังนั้นการให้ความสำคัญในรายละเอียดด้านบุคลิกภาพที่สามารถสะท้อนความเป็นสถาบันการศึกษาของตนเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่ผู้บริหารหรืออาจารย์ผู้สอนควรให้ความสนใจใส่ใจที่จะปั้นนักศึกษาให้มีคุณภาพเพื่อตอบโจทย์ให้กับผู้ประกอบการหรือตลาดแรงงานที่สามารถยอมรับในคุณภาพของนักศึกษาและการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์และวิธีลดผลกระทบจากอัตลักษณ์

อุปสรรคข้อจำกัด (Threats) ข้อจำกัดหรือปัจจัยคุกคามการดำเนินงานขององค์กร เกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยการลดผลกระทบอันเกิดจากอัตลักษณ์ซึ่งจากการวิเคราะห์มีหลายประเด็นดังนี้ 1). การเสริมสร้างองค์ความรู้สู่การบูรณาการให้นักศึกษาระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้องให้ตระหนักถึงความสำคัญในสาขาวิชาชีพเช่น การพัฒนาความเชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมที่ตนเองเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์แล้วนำไปแสดงยังต่างประเทศที่สามารถสร้างชื่อเสียงจนเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างงดงามแก่ประชาคม 2). ลดผลกระทบด้วยการเสริมสร้างบุคลากรสายวิชาการให้เข้มแข็งพัฒนาบุคลากรของตนให้มีตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้นเช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์เพิ่มมากขึ้นเพื่อชดเชยกับบุคลากรที่เกษียณอายุและสนับสนุนส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ให้มากขึ้นตามวัตถุประสงค์ของสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ต้องสามารถยืดหยุ่นในการทำงานเพื่อปรับเข้าสู่สภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 3). ลดผลกระทบด้วยการเสริมวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กรและยุทธศาสตร์ชาติและ

เป้าประสงค์ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาและสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา โดยให้วิธีการทำงานของสถาบันการศึกษาดำเนินไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีมาตรฐานเพื่อสร้างผลตอบรับในงานได้อย่างมีคุณภาพและยกระดับการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลชัดเจน 4). ลดผลกระทบด้วยการส่งเสริมการขยายหรือการเปิดหลักสูตรใหม่ให้กับนักศึกษาที่ให้ความสนใจในสาขาวิชาชีพนั้นให้มีโอกาสได้ศึกษาเล่าเรียนตามความประสงค์ อีกทั้งพัฒนาหลักสูตรให้เข้มแข็งที่สามารถต่อยอดได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้ 5). ลดผลกระทบด้วยการส่งเสริมและพัฒนาสถานการศึกษาไปยังเขตบริเวณทลให้ขยายกว้างออกไปเพื่อรองรับการเข้ามาใหม่ของนักศึกษาหรือมีการขยายหลักสูตรเพิ่มที่ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการศึกษาเล่าเรียน การพัฒนาชุมชนให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ร่วมกัน 6). ลดผลกระทบด้วยการส่งเสริมการสร้างสามัคคีในการทำงานร่วมกันให้อยู่ในทิศทางเดียวกัน เมื่อมีปัญหาใดเกิดขึ้นในองค์กรหรือปัญหานโยบายด้านต่างๆ ก็สามารถสร้างแนวร่วมเพื่อให้งานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์แล้วช่วยกันขับเคลื่อนองค์กรทั้งทางด้านการบริหาร ด้านงานสนับสนุน และด้านวิชาชีพให้ปรองดองในวิธีการบริหารจัดการองค์กรให้เป็นหนึ่งลดการขัดแย้งให้กับองค์กรได้ (Wheelen, Thomas L. and David J. Hunger. 2002 อ้างใน กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล , 2558) ได้อธิบายว่ารูปแบบพื้นฐานของการบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานองค์กรเช่น สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรและสภาพแวดล้อมภายในองค์กร 2). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเช่น อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ ปัจจัยการผลิตอำนาจการต่อรองของผู้ขายอำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออุปสรรคจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถใช้ทดแทนได้และระดับการแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม 3). การจัดทำกลยุทธ์ เป็นการนำข้อมูลความรู้ต่างๆ จากการกำหนดทิศทางขององค์กรวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกมาจัดทำกลยุทธ์ในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการประเมินและคัดเลือกว่ากลยุทธ์ใดมีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด 4). การปฏิบัติตามกลยุทธ์ ที่ได้จัดทำและเลือกไว้ตามขั้นตอนมาปฏิบัติให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ตามกระบวนการอย่างสอดคล้องและสัมพันธ์กันการปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์หรือนโยบายแต่ละสถาบันการศึกษาที่มีกำหนดไว้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์นั้น สิ่งที่สำคัญที่ทุกสถาบันการศึกษาให้การตระหนักรู้คือ การศึกษาตนเองมองตนเองยังเห็นอยู่ตลอดเวลา เพื่อการปฏิบัติหน้าที่เป็นไปอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์งานสามารถดำเนินต่อไปได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้เพื่อลดผลกระทบอันที่จะเกิดกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาสิ่งที่ทำได้คือ การปรับตัวเองให้เข้าสถานการณ์ที่เกิดในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อมและแนวโน้มการแข่งขันสามารถสร้างประโยชน์และอันตรายให้กับองค์กรได้ในอนาคตเป็นโอกาสและอุปสรรคที่อยู่เบื้องหลังการควบคุมที่ไม่สามารถควบคุมได้จากภายนอกดังที่ (David, Fred R, 1997 อ้างถึงใน กัลยา

รัตน์ ชีระธนชัยกุล 2558) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ (Key to Formulation Strategies) ที่ต้องประกอบด้วย 1). ภารกิจของธุรกิจ เช่น วิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goal) 2). วัตถุประสงค์ (Objectives) เช่น จุดมุ่งหมาย (Purpose) เช่น นโยบาย (Policies) กลยุทธ์ (Strategies) โอกาสและอุปสรรคจากภายนอก (External Opportunities and Treats) 3). จุดแข็งและจุดอ่อนจากภายใน (Internal Strengths and Weaknesses) 4). การกำหนดกลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ให้เกิดประสิทธิผล

ส่วนที่ 2). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน (มุมมองนักประชาสัมพันธ์)

วิธีการสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวก

วิธีการสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกในทัศนะของนักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6 แห่ง ซึ่งได้ให้มุมมองที่หลากหลายประเด็นส่วนใหญ่มีทำงานที่เน้นเชิงรุกและเชิงรับซึ่งนักประชาสัมพันธ์มองว่า ผู้บริหารองค์กรของสถาบันการศึกษาต่างก็ให้ความสำคัญกับการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทั้งองค์กรไม่ว่าจะเป็น พนักงาน นักศึกษา ผู้ปกครองหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดทั้งภายนอกองค์กรให้รับทราบความเคลื่อนไหวของภายในองค์กรที่มีการดำเนินงานกิจกรรมโครงการต่างๆ อันสามารถสร้างชื่อเสียงและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีได้จึงถือได้ว่าการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มเป้าหมายเข้าใจในบทบาทของตนในปฏิบัติงานให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันอย่างเชื่อมโยง ทั้งนี้สถาบันการศึกษาแต่ละแห่งก็จะประกอบขึ้นด้วยบุคคลจำนวนหนึ่งที่มาอยู่รวมกันอย่างมีระบบภายใต้โครงสร้างที่กำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะของสถาบันการศึกษาที่ขึ้นและเชื่อมโยงองค์ประกอบแต่ละส่วนเข้าด้วยกันเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานจนบรรลุเป้าหมายจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญ ดังที่ Aula และ Mantere 2008 (อ้างในรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2558) กล่าวว่า การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรหรือหากจะกล่าวว่าการสื่อสารเป็นสายใยชีวิตขององค์กรเพื่อช่วยให้องค์กรทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอช่วยถ่ายทอดความเชื่อต่างๆ สู่การปฏิบัติและช่วยสื่อสารเรื่องราวที่ยุ่งเหยิงสลับซับซ้อนให้สามารถเข้าใจได้การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกมองว่า การที่คณะหรือหลักสูตรที่อยู่ภายในสถาบันการศึกษาต่างก็มีจุดเด่นหรือจุดแข็งที่นำไปสู่การเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครแต่ละคณะหลักสูตรที่มีการจัดกิจกรรม/โครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมความเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของตนเองอย่างสรรค์สร้างที่เกิดจากความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่ช่วยกันผลักดันส่งเสริมเพื่อให้ผลงานบรรลุวัตถุประสงค์หรือนโยบายการดำเนินงานของตนผ่านการประชาสัมพันธ์ในบริบทของการสื่อสารองค์กรอาจเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง (A Tool) ที่คณะบุคคลนำมาใช้ในการประสานกิจกรรมของหมู่

คณะเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นคือ ช่วยให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการหรือให้คุณค่าความสำคัญ (Jones, 2004) การรวมตัวกันอย่างเป็นระบบของกลุ่มบุคคลที่มีเป้าหมายร่วมกันโดยมีการออกแบบโครงสร้างการจัดการเพื่อที่จะผลักดันให้หน่วยงานคณะหลักสูตรต่างๆ ของสถาบันการศึกษาให้สามารถดำเนินกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ซึ่งหากมองในแง่มุมมองการสื่อสารแล้ว อาจกล่าวได้ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้จึงจำเป็นต้องอาศัยกลไกการสื่อสารที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมอันเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งวิธีการสื่อสารเสริมอัตลักษณ์เชิงบวกในมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปอย่างสร้างสรรค์กับกิจกรรมอันหลากหลายและเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจในบริษัทของสถาบันศึกษาก็คือ 1). การจัดกิจกรรมพิเศษในวาระสำคัญ เช่น การจัดงานวันสถาปนาครบรอบของสถาบันการศึกษาการจัดงานขึ้นปีใหม่ที่ให้กับสถาบันการศึกษาการมอบของที่ระลึกให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยนำผลงานที่เป็นอัตลักษณ์จากผลผลิตของสถาบันการศึกษาไปมอบให้พร้อมโบว์ชัวร์ 2). การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเช่น การเลี้ยงขอบคุณให้กับสื่อมวลชนที่มีการสร้างเครือข่ายร่วมกันในการลงข่าวสารข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา ที่จัดให้มีขึ้นปีละครั้งให้กับสื่อมวลชนหลายสื่อที่สถาบันการศึกษาได้สร้างมิตรภาพที่ดีกับสื่อโดยไม่ต้องซื้อพื้นที่สื่อในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สถาบันการศึกษา 3). การเปิดบูธ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรสาขาการนำเสนอสิ่งที่ดีให้กับ นักศึกษา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือบุคคลภายนอกที่ให้ความสนใจ หรือการออก Road show นำข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ของตนนำไปเผยแพร่โดยนักศึกษาแต่งกายเรียบร้อยพร้อมที่จะนำเสนอสิ่งที่ดีของสถาบันศึกษาออกสู่ประชาคมเพื่อให้บุคคลสนใจที่จะมาเรียนและได้ดูเป็นตัวอย่างในเครื่องแบบนักศึกษาที่สามารถเชิญชวนให้มาเรียนได้ 4). การจัดกิจกรรมนักศึกษาเช่น การประกวดดาวเดือน เพื่อการโน้มน้าวให้ผู้สนใจอยากมาเรียนซึ่งเป็นวิธีหนึ่งของการเชิญชวนให้มาเรียนในสถาบันการศึกษาการจัดแสดงสินค้าอาเซียนการสร้างเสริมผลงานด้วยศิลปวัฒนธรรมอันเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาเผยแพร่ทั้งภายในองค์กรและต่างประเทศที่สามารถแสดงออกให้ต่างชาติยอมรับและได้รางวัลกลับมาอย่างภาคภูมิใจในความเป็นสถาบันการศึกษา 5). การจัดให้มีการรณรงค์อย่างสร้างสรรค์ของคณะหรือหลักสูตรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสถาบันการศึกษา การรณรงค์ส่งเสริมอัตลักษณ์การรณรงค์ส่งเสริมความเป็นไทย เป็นต้น 6). การสร้างภูมิทัศน์เช่น การปรับสถานที่ให้น่าเรียนน่าอยู่ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บรรยากาศของสถาบันศึกษามีความร่มรื่น สวยงาม ผ่อนคลายที่สร้างความสดใสให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้เข้ามาสัมผัส 7). การปรับเปลี่ยนสถาบันการศึกษาเปรียบเสมือนบ้านเช่น การให้ความดูแลเอาใจใส่ให้กับนักศึกษาทั้งปัญหาการเรียนปัญหาส่วนตัวที่อาจารย์สามารถไต่ถามทุกข์สุขได้และให้คำแนะนำคำปรึกษาที่ดีได้ การสร้างสถาบันการศึกษาให้มีความอบอุ่นเพื่อให้ทุกคนความรัก ความเมตตาที่มีความศรัทธาในองค์กรร่วมกันอย่างพี่น้อง 8). การเสริมสร้างงานวิจัยเช่น การพัฒนาวิจัยในเขตชุมชน สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนที่ดีร่วมกันการช่วยเหลือชุมชนที่สถาบันการศึกษาให้

ความสำคัญและเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ 9). เสริมสร้างสวัสดิการให้กับนักศึกษาเช่น การให้รถรับ-ส่งนักศึกษา การมีหอพักรองรับ การฝึกงานหรือประสบการณ์วิชาชีพการสร้างงานบริการให้ประทับใจในการเดินทางมาศึกษาเล่าเรียน 10). การเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยบุคลิกภาพเช่น การแต่งกายที่เรียบร้อย การสร้างบุคลิกภาพให้เป็นจุดเด่นไม่เหมือนใคร 11). การมีค่าเล่าเรียนที่ราคาไม่สูงเป็นการให้ความช่วยเหลือของสถาบันการศึกษาที่รองรับสำหรับผู้มีรายได้น้อยและอยากมาศึกษาเล่าเรียนก็สามารถเข้าได้จบได้ 12). การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์เช่น มีการใช้สื่อทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไลน์ ตัวอักษรวิ่ง สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อโซเชียล เว็บไซต์ internet intranet สื่อเคลื่อนที่ สื่อภายนอกเป็นการใช้ทุกช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องเข้าใจในทิศทางเดียวกันให้เหมาะสมกับผู้รับสาร 13). การพัฒนาของนักประชาสัมพันธ์ ที่ต้องเรียนรู้การทำข่าวอย่างสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอการเขียนข่าวที่เกิดประโยชน์ต่อองค์กรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงบวก 14). การเปิดอบรมศูนย์ภาษาเช่น ให้ชาวต่างชาติมาเป็นผู้สอนให้กับสถาบันการศึกษา 15). การสร้างศิษย์เก่าเช่น เมื่อรุ่นพี่จบก็สามารถให้รุ่นน้องเดินตามรอยของรุ่นพี่ด้วยการไปฝึกงานด้วยให้รุ่นพี่สอนรุ่นน้องเป็นรุ่นต่อรุ่นที่สามารถสร้างเครือข่ายร่วมกันได้ นอกจากนี้แล้วการสร้างนักศึกษาให้เกิดผลงานสู่นวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างชื่อเสียงในวงกว้างต่อไปได้ 16). การได้รางวัลในผลงานอันยอดเยี่ยมดีเด่น แล้วเผยแพร่อย่างต่อเนื่องต่อย้ำสื่ออย่างสม่ำเสมอ 17). การสร้างมาตรฐานการศึกษาให้โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับต่อสังคมจากการประเมินผลที่ยอดเยียมผ่านการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ (Van Riel และ Fombrun, 2007) นิยามการสื่อสารองค์กรว่า เป็นชุดของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและการประสานกันอย่างละเอียดอ่อนของการสื่อสารภายในและการสื่อสารภายนอกทั้งหมด (All Internal and External communications) เพื่อมุ่งสร้างจุดเริ่มต้นที่น่าพึงพอใจสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ (Stakeholders) ที่องค์กรต้องพึ่งพา อย่างไรก็ตาม การสร้างผลงานอันเกิดจากอัตลักษณ์หรือกิจกรรม/โครงการ หรือการได้รางวัลยอดเยี่ยม ล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกฝ่ายของสถาบันการศึกษาที่สามารถขับเคลื่อนผลงานผลิตของตนให้เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอกองค์กร ระดับประเทศ ระดับชาติแล้วนำมาเขียนข่าว ลงข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทุกช่องทาง เพื่อให้ถึงมือผู้รับและรวดเร็วซึ่งเครื่องมือการสื่อสารในปัจจุบันสามารถรองรับกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีที่สะดวกและประหยัดเวลา แต่ก็ขึ้นอยู่กับว่าจะส่งให้ใคร เพื่อให้ถึงผู้รับเข้าใจ ชัดเจนและตรงกัน การส่งเสริมกิจกรรมผ่านสื่อที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่กระจายข้อมูลข่าวสารก็เพราะอัตลักษณ์มีกิจกรรมสัมพันธ์ในตัวของมันเองแต่สิ่งสำคัญคือ ทุกคนในองค์กรควรเปิดใจเปิดรับสื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารถือว่าเป็นการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์และจะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีร่วมกัน

วิธีการสื่อสารลดอัตลักษณ์เชิงลบ

การลดอัตลักษณ์เชิงลบในนานาทัศนะของนักประชาสัมพันธ์เห็นว่า การปฏิบัติหน้าที่ต้องมีความระมัดระวังและรอบคอบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารควรกลั่นกรองเนื้อหาสาระการเขียนข่าวให้ถูกต้องชัดเจนและได้ใจความสำคัญให้สมบูรณ์ ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ควรมีเชิงรับจากกรณีเมื่อมีข่าวที่ไม่ได้ออกไปวิธีการของการปฏิบัติหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดคือ การกล่าววาทาด้วยการขอโทษไม่ใช้การแก้ตัวให้คำชี้แจงและสนับสนุนงานเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นใหม่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังที่ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...กรณีที่มีการจัดเบรคอาหารเขาบอกว่าอาหารกินแล้วท้องเสียอาหารมีกลิ่นเราต้องตรวจสอบมีตัวอย่างนะเช่น ที่ไปเลี้ยงนักกีฬาอาหารมีกลิ่นเราชี้แจงเกิดจากอากาศร้อนและเปรียบเทียบอาหารชุดเดียวกันขึ้นรถไปในรถตู้แต่รถร้อนเราต้องอธิบายให้หน่วยงานรัฐเขารู้เราขอโทษไม่ได้แก้ตัวเราจะขอใช้ให้ในส่วนหนึ่งลดราคาให้ยินดีให้บริการเราไม่ยอมให้เกิดขึ้นไม่ต้องจ่ายเต็มอะลุ่มอะลวยกันปัจจัยที่เราควบคุมไม่ได้เราจะระมัดระวังมากขึ้น เขาดีขึ้นเขาอมรับเกิดผลกระทบน้อยเพื่อครั้งหน้าเขาจะใช้บริการเราใหม่...” (สัมภาษณ์ 2557 มกราคม 23) เพราะองค์กรหรือสถาบันการศึกษาให้ความสำคัญในด้านงานบริการงานสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคคลทั้งภายในองค์กรและบุคคลภายนอกองค์กรที่เข้ามาสัมผัสทำอย่างไรให้ดีที่สุดและเกิดความประทับใจมากกว่าการทำงานที่คาดแต่หวังผลกำไร ดังที่ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ 2558, หน้า40) ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับความหมายของ Corporate Communication ที่ครอบคลุมถึงการสื่อสารขององค์กรทุกประเภททั้งที่เป็นหน่วยงานเอกชนและหน่วยงานรัฐ ทั้งที่เป็นหน่วยงานธุรกิจซึ่งมุ่งแสวงหากำไรและหน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไรเนื่องจากองค์กรเหล่านี้ล้วนดำเนินงานกลางสภาวะแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการแข่งขันทำให้ฝ่ายบริหารองค์กรตระหนักถึงคุณค่าของการสื่อสารกับสาธารณชนและหันมาให้ความสำคัญแก่การนำเสนอองค์กรอย่างมีทิศทางสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีและสร้างการยอมรับดึงดูดความสนใจจากสาธารณชนต่างๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดขององค์กรคือ การได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มซึ่งเช่นเดียวกับสถาบันการศึกษาที่พยายามส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษให้ต่อเนื่องและสม่ำเสมอการใช้ตัวบุคคลในการสร้างข่าวเช่น การสรรหานักศึกษาที่มีบุคลิกภาพดี เรียบร้อยด้วยมารยาทอันงดงามที่เหมาะสมกับการเป็นแม่แบบให้กับโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้นักศึกษาที่สนใจเข้ามาเรียนเสมือนว่าใครมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้จะมีบุคลิกภาพดีแต่งกายสวยงามเรียบร้อยด้วยมารยาทเป็นการสร้างดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น ในขณะที่อัตลักษณ์ขององค์กรเป็นสิ่งต้ององค์กรเจตนาออกแบบเพื่อสื่อสารให้ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบแต่ภาพลักษณ์ขององค์กรอาจไม่ใช่สิ่งต้ององค์กรสามารถกำหนดทิศทางที่จะให้เกิดขึ้นในใจจากกลุ่มหมายได้อย่างที่ต้องการนั้นจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับงานสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาให้เกิดขึ้นเป็นภาพลักษณ์จริงขององค์กร (Jefkins 1993 : 21-22 อ้างในรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ หน้า 75) ได้อธิบายภาพลักษณ์องค์กรว่า เป็นภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยหมายรวมทุก

สิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจและได้เคยมีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นส่วนหนึ่งอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งแสดงให้เห็นปรากฏแก่สายตาของคนทั่วไปได้ง่ายเช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ การจัดการการสื่อสารให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ที่สามารถถอดอัตลักษณ์เชิงลบส่วนใหญ่แล้วมีการใช้สื่อสารที่รวดเร็วทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถปรับตัวให้เข้าสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน การมีช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทางทำให้มีนักประชาสัมพันธ์ได้มีทางเลือกในการเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกับเนื้อหาข่าวสารเพื่อไปสู่ช่องทางใดก็ได้ให้ถึงมือผู้รับสารได้อย่างทันท่วงทีในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรภายในองค์กรและภายนอกองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้เข้าใจในการทำงานในทิศทางเดียวกัน ขณะเดียวกันการสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนเป็นสิ่งสำคัญควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันให้มากเมื่อมีข่าวสารข้อมูลสำคัญสามารถช่วยกันนำเสนอข่าวให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้แล้วการทำงานข่าวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารอย่างไรให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของนักประชาสัมพันธ์ คือ ต้องมีการทำสำรวจการสื่อสารภายในองค์กรของตนเองเกี่ยวกับความประสงค์ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารช่องทางใดบ้างอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเลือกช่องทางที่สะดวกและรวดเร็วอย่างไรให้ถึงมือผู้รับอย่างทันเหตุการณ์ปัจจุบันเพื่อสามารถปฏิบัติงานและสานต่ออย่างมีคุณภาพของงาน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์สามารถนำผลจากการสำรวจมารวบรวมวิเคราะห์หาทางเลือกที่ดีที่สุดให้กับองค์กรและผู้รับสารอันเหมาะสม จากประเด็นดังกล่าวการสร้างสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับสื่อให้มากที่สุดและพึงพอใจต่อผู้รับสารให้มากที่สุดเช่นกัน ดังที่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงทัศนะคติว่า “...เราทำทุกช่องทางบางครั้งก็ fill เช่น คนไม่มาร่วมกิจกรรมเพราะอะไรต้องหาคำตอบ สื่ออะไรที่เข้าถึงตัวเองมากที่สุด เราทำสื่อทุกอย่างป้าย กลุ่มอาจารย์ เจ้าหน้าที่ พนักงานจะมาพูดไม่ได้คนไม่มาร่วมงานเองไม่มาเยอะ ไม่มาเพราะอะไรอยากรู้ คิดว่าสื่ออะไรเข้าถึงตนเองมากที่สุดเราทำวิจัย เพิ่งเริ่มทำโครงการพยายามเอาอะไรมาตอบโจทย์ผู้ใหญ่เปอร์เซ็นต์รับรู้เยอะ แต่ไม่มาเพราะอะไรปัจจุบันทำทุกวิถีทาง line sms website e-office อยู่ที่เขาคงเปิดรับสื่อ แฝนพับ บันทึกรวบรวมความถี่มาตลอดเราพยายามเพื่อไปถ่ายทอด...” (สัมภาษณ์ 2557 มกราคม 20) ซึ่ง (Seitel 2011 อ้างใน รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ หน้า 196) ได้ให้แนวคิดเทคนิคการสื่อสารกับพนักงานเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีในอีกแง่มุมคือ การตรวจสอบการสื่อสารภายในองค์กรจากบรรดาพนักงานโดยอาศัยวิธีการสำรวจหรือสัมภาษณ์ (Survey or Interview) เพื่อให้ฝ่ายสื่อสารได้รู้ว่า พนักงานได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการสื่อสารที่องค์กรใช้อยู่ว่ามีข้อดีข้อด้อยที่ควรปรับปรุงอย่างไร ทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถตรวจสอบการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้ฝ่ายสื่อสารองค์กรมีแนวทางที่ชัดเจนมากขึ้นว่า

จะใช้การสื่อสารอย่างไรกับพนักงานผ่านช่องทางไหนที่เหมาะสมที่สุดการทำงานให้เกิดประสิทธิผล การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ด้วยการปฏิบัติหน้าที่การงาน สอดคล้องกัน แม้กระทั่งการบริหารงานของผู้บริหารที่หมดวาระนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ใหม่การสร้างผลงานของผู้บริหารผ่านสื่อกลยุทธ์การใช้สื่อใหม่ (New Media) เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและร่วมกันช่วยสร้างสรรค์งานเพื่อนำมาเผยแพร่ผ่านประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าวสารที่ดีที่สุด ในเกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสารเพื่อลดอัตลักษณ์เชิงลบ

วิธีการสื่อสารเพื่อแสวงหาโอกาสจากอัตลักษณ์

วิธีการสื่อสารเพื่อแสวงหาโอกาสจากอัตลักษณ์ในมุมมองของนักประชาสัมพันธ์มองว่า ถ้าองค์กรของตนมีอัตลักษณ์หรือจุดเด่นจุดแข็งโดยเริ่มต้นจากการสร้างกิจกรรม/โครงการที่เกิดจากอัตลักษณ์นั้นนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ให้ถูกกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่ยอมรับในสังคม เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม และประเทศชาติการนำพาอัตลักษณ์มาพัฒนาให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง สร้างจิตสำนึกแห่งงานบริการที่ดีสร้างบุคลิกภาพให้โดดเด่นเป็นที่ประทับใจต่อผู้พบเห็นเพราะการ นอกจากอัตลักษณ์ในหลักสูตรแล้วการพัฒนาอัตลักษณ์ตัวบุคคลด้วยบุคลิกภาพทั้งภายในและ ภายนอกของตัวตนให้ดูงามสง่าเรียบร้อยด้วยกิจกรรมายาในชุดเครื่องแบบนักศึกษาอย่างเหมาะสม การพัฒนาภาษาอังกฤษให้นักศึกษามีความเก่งจนชำนาญสามารถพัฒนาตนเองในเกิดการยอมรับได้ ในผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการพัฒนาภาษาอังกฤษให้กับนักศึกษาที่ ได้คะแนนสูงสามารถไปเที่ยวได้ในต่างประเทศฟรีเป็นกลุ่มๆ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ สำหรับรุ่นต่อไป ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ นอกจากการมั่นสร้างและพัฒนาอัต ลักษณ์ของตนให้เกิดความเชี่ยวชาญแล้วสถาบันการศึกษายังได้มีการเชิญวิทยากรจากหน่วยงาน ภายนอกที่มีความถนัดหรือเชี่ยวชาญประสบการณ์มาฝึกอบรมในสาขาหลักสูตรนั้นๆ ของตนให้การ ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างพัฒนาและสร้างสรรค์ที่สามารถนำมาต่อยอดให้มากได้ผลลัพธ์ยิ่งขึ้นจากการ ฝึกอบรมให้กับอัตลักษณ์ของสถานศึกษาที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาและสร้างสรรค์ได้อย่าง แท้จริง การเปิดหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อรองรับสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกายให้ได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียน ในสถาบันการศึกษาสามารถจบแล้วได้งานทำประกอบอาชีพได้สามารถเลี้ยงตนเองได้ที่ไม่เป็นภาระ สังคม ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษายังคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่จะศึกษาเล่าเรียนด้วยการเปิด โอกาสให้กับผู้สนใจเรียนแต่เกรดไม่สูง นักศึกษาก็สามารถเข้าศึกษาได้เป็นการเปิดโอกาสให้กับ นักศึกษาที่สนใจ แต่ก็ถือว่าเป็นการแสวงหาโอกาสให้กับองค์กรของตนเองที่เล็งเห็นถึงความสำคัญ และเปิดกว้างในการศึกษาให้มีความรู้ติดตัวไปประกอบอาชีพได้การแสวงหาสื่อด้วยการนำสื่อ เทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในสถาบันการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพราะปัจจุบันการสื่อสารมี บทบาทต่อองค์กรเป็นอย่างมากทำอย่างไรให้การสื่อสารหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่จะส่งไปถึงมือผู้รับ โดยเร็ว สะดวก ชัดเจน ทันต่อเหตุการณ์ ด้วยเหตุนี้สถาบันการศึกษาทุกที่ได้ใส่ใจในการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารประสิทธิผลและผลลัพธ์ที่ได้จากการสื่อสารนั้นหมายถึง ความสำเร็จขององค์กรที่ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับสาร ซึ่งสื่อที่ใช้ส่วนมากเช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อภายนอกอาคาร สื่อใหม่ สื่อมวลชน สื่อโซเชียล สื่อออนไลน์ internet intranet website line sms facebook twitter hi5 ทุกสื่อมีทั้งสื่อใหม่สื่อเก่าผสมผสานหลากหลายช่องทางตามกลุ่มเป้าหมายหรือโอกาสที่เหมาะสมกับเหตุการณ์ในเนื้อหาข่าวสารนั้นๆ ไปยังผู้รับสารให้สะดวกรวดเร็วประหยัดเวลา ทุกสถาบันการศึกษาให้การตอบรับทุกสื่อทุกช่องทางเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลและความสำเร็จขององค์กรที่จะพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และคู่แข่งเพื่อก้าวสู่อาเซียนได้ นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อบุคคลก็เป็นช่องทางหนึ่งในการพัฒนาแสวงหาโอกาสเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่จะให้กลุ่มเป้าหมายหรือนักศึกษาได้เข้ามาศึกษายังสถาบันการศึกษาของตนด้วยวิธีการใช้สื่อบุคคลกล่าวคือ 1). รุ่นพี่บอกรุ่นน้องการนำศิษย์เก่ามาบรรยาย 2). การบรรยายหลักสูตรจากอาจารย์การไปนอกสถานที่ในเขตชุมชนและกลุ่มเป้าหมายแต่ละภูมิภาคแต่ละจังหวัดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจมาเรียนให้มากและนำเสนออัตลักษณ์จุดเด่นจุดแข็งให้ผู้สนใจยอมรับที่จะมาศึกษาเล่าเรียน 3). การสร้างเชิงสัญลักษณ์เช่น ให้นักศึกษาของเข้าร่วมกับสถาบันการศึกษาไปเผยแพร่หลักสูตรยังโรงเรียนชุมชนหรือต่างจังหวัดโดยแต่งกายชุดนักศึกษาเครื่องแบบประจำสถาบันการศึกษาหรือหลักสูตรให้เห็นถึงความสวยงามใส่แล้วดูดีน่าเข้าเรียนเป็นการโน้มน้าวใจดึงดูดใจให้มาเรียน Thomas และ Kleyne 1986 (อ้างใน van Riel & Fombrun, 2007 P. 25) ได้ขยายทัศนะเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กรโดยครอบคลุมถึงองค์ประกอบสองส่วนที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่นๆ คือ การสื่อสารทุกอย่างขององค์กรซึ่งอาศัยการประสานกัน (Coordination) ระหว่างหลักการสื่อสารแขนงต่างๆ และทรัพยากรประเภทต่างๆ โดยดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้และการสื่อสารทุกอย่างขององค์กรซึ่งมีองค์กรหรือองค์ประกอบขององค์กรเป็นศูนย์กลางที่มีใช้เป็นสินค้าหรือบริการเป็นศูนย์กลางซึ่งสอดคล้องกับ (Jackson 1987 อ้างใน van Riel & Fombrun, 2007 P.25) กล่าวว่า การสื่อสารองค์กรเป็นกิจกรรมการสื่อสารโดยรวมทั้งหมดซึ่งจัดทำขึ้นโดยองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางแผนไว้ นอกจากนี้สถาบันการศึกษาจัดให้มีการสร้างระบบการศึกษาเพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐานเช่น การคัดเลือกนักศึกษาที่ได้คะแนนสูงเข้ารับการศึกษา การสัมภาษณ์โดยผู้เชี่ยวชาญทางจิตวิทยาการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพอาจารย์ผู้สอนจนผู้เชี่ยวชาญและชำนาญการส่งเสริมและพัฒนาภาษาอังกฤษทั้งบุคลากรและนักศึกษา การสร้างรางวัลแก่ผู้สำเร็จใฝ่การเรียนรู้ที่ได้มาตรฐานสู่สากล การส่งเสริมและพัฒนาสาขา/หลักสูตรให้สามารถประกอบอาชีพได้จริงและไม่ตกงานส่งเสริมวิชาชีพที่ขาดแคลนและพัฒนาคนสร้างความแข็งแกร่งในชุมชนด้วยการสร้างกิจกรรมหรือกิจกรรมพิเศษทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรด้วยประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบทอดของสถาบันการศึกษาหรือความเป็นไทยเพื่อสร้างยั่งยืนและความอยู่รอดของสถาบันการศึกษาที่ไม่หยุดนิ่งต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่แล้วต่อยอดอย่าง

สม่ำเสมอและต่อเนื่องถูกถ่ายทอดจากกิจกรรม/โครงการต่างๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ประชาคมรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวและผลงานผลิตให้เป็นที่ประจักษ์ ดังที่ (Van Riel และ Fombrun 2007 อ้างใน รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, หน้า 67) อธิบายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ โดยคำนึงถึงส่วนประสมของอัตลักษณ์ (Identity Mix) ที่ว่าอัตลักษณ์ขององค์กรประกอบด้วยภาพรวมของลักษณะต่างๆ ที่สมาชิกขององค์กรใช้อธิบายถึงองค์กรของตนเพื่อให้ลักษณะเหล่านั้นได้รับการยอมรับทั้งจากกลุ่มภายในและกลุ่มภายนอก ที่องค์กรต้องกำหนดส่วนประสมของอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารหรือเป้าหมายโดยการแสดงตัวตนขององค์กรที่อาจอยู่ในรูปแบบของส่วนประสมอัตลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นส่วนประสมด้านการสื่อสารเรื่องราวขององค์กรให้กลุ่มเป้าหมายรู้ส่วนประสมด้านพฤติกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสังเกตเห็นได้จากการดำเนินงานหรือการแสดงออกขององค์กรต่อสังคมและส่วนประสมด้านการแทนสิ่งต่างๆ ด้วยสัญลักษณ์

วิธีการสื่อสารผลกระทบจากอัตลักษณ์

วิธีการสื่อสารลดผลกระทบจากอัตลักษณ์ส่วนใหญ่ที่ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลมักจะไม่มีการลดผลกระทบจากอัตลักษณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบซึ่งคิดอยู่เสมอว่า การทำงานต้องทำให้ดีที่สุดด้วยความระมัดระวังข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีส่วนร่วมทำงานสอดคล้องในทิศทางเดียวกันระหว่างบุคลากรด้วยกันให้เกิดความสุขในการทำงานสร้างความรักความศรัทธาร่วมกันกับสถาบันการศึกษาของตนปลูกฝังแนวคิดที่ดีร่วมกันระหว่างผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษา พื้นฐานสำคัญของการบริหารจัดการภายในองค์กรขึ้นอยู่กับ การสื่อสารที่ดีอันจะมีผลให้เกิดความเข้าใจร่วมมือและการประสานงานที่ดีด้วยแผนงานต่างๆ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมตรงกับเป้าหมายการสื่อสารที่ดีจึงเป็นกลยุทธ์ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและเกิดผลสำเร็จกับองค์กรการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การสื่อสารที่เข้าใจง่ายใช้วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการกระตุ้นพลังในการทำงานและเพิ่มประสิทธิผลให้กับบุคลากรในองค์กรเพื่อที่สามารถร่วมกันนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างสูงสุด (www/2.tsu.ac.th/.../06042009 การสื่อสาร%กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2558) แต่สิ่งที่สถาบันการศึกษาได้ให้ความสำคัญในการสื่อสารเพื่อไม่เกิดผลกระทบจากอัตลักษณ์ผ่านกระบวนการทำงานจากกิจกรรม/โครงการ หลักสูตรที่เป็นจุดแข็งจุดเด่นเป็นประโยชน์ต่อองค์กรสร้างความเข้าใจทำให้สังคมยอมรับความเคลื่อนไหวขององค์กรผ่านสื่อช่องทางที่หลากหลายสามารถลดช่องว่างไม่ให้เกิดปัญหาตามมากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาจสังเกตได้ว่าการพัฒนาในการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมและชัดเจนที่สถาบันการศึกษาพยายามปรับปรุงพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างเนื่องเพื่อแสดงถึงจุดยืนของตนผ่านกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือ 1). ปรับภูมิทัศน์สถานที่ให้กว้างขวางน่าเรียนมากขึ้นสามารถรองรับการขยายตัวของหลักสูตรหรืออัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาสามารถรับผู้ที่สนใจมาศึกษาเล่าเรียนผ่านกระบวนการประชาสัมพันธ์ 2). ฝ่ายประชาสัมพันธ์และคณาจารย์จัดทำหลักสูตรบรรยายตาม

โรงเรียนต่างๆ หรือชุมชนอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างสื่อสตัทพ์นุปรกรรมเป็นเครื่องมือสื่อสารนอกสถานที่ในการเชิญชวนให้ผู้สนใจมาเรียนยังสถาบันของตนเองพร้อมด้วยซีดี แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบสมัครงาน และกิจกรรมต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 3). การอำนวยความสะดวกในการสมัครเข้ารับการศึกษาได้ทุกช่องทาง ใบสมัคร สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียล อินเทอร์เน็ตและดูความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสื่อสารอย่างถูกต้องเพื่อให้ได้ประโยชน์และประสิทธิผลสูงสุดพัฒนาอัตลักษณ์อย่างต่อเนื่องพัฒนาหลักสูตรใหม่ให้เป็นอัตลักษณ์เพิ่มขึ้นที่สามารถแข่งขันได้แล้วเผยแพร่ผ่านประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางที่เหมาะสม 4). การประชาสัมพันธ์ให้เกิดความร่วมมือกันส่งเสริมให้คณะกรรมการสถาบันการศึกษาของตนไม่ให้เสียชื่อเสียงให้การอบรมเรียนรู้กับนักศึกษาสิ่งใดควรทำไม่ควรทำเพื่อภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาทุกฝ่ายให้ชัดเจน 5). ประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างนโยบายให้เข้าใจและปฏิบัติในแนวทางเดียวกันทำให้สอดคล้องกับการประกันคุณภาพการให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายของสถาบันการศึกษาที่ช่วยกันผลักดันและมีมาตรฐานการทำงานอย่างต่อเนื่องให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล 6). อาจารย์สร้างหลักสูตรหรือเป็นผู้รับสารฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมและช่วยกันให้หลักสูตรได้เผยแพร่ทุกกิจกรรมผ่านสื่อและเผยแพร่ให้สังคมรับทราบความเคลื่อนไหวพัฒนาอัตลักษณ์อย่างต่อเนื่อง 7). เน้นสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันการศึกษาการสร้างสื่อด้วยตัวบุคคลที่สะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ (Argenti 2009 P.68) อธิบายว่าอัตลักษณ์องค์กร หมายถึงการแสดงออกเชิงประจักษ์ เกี่ยวกับความจริงขององค์กรที่ถ่ายทอดผ่านองค์ประกอบต่างๆ ดังนั้นอัตลักษณ์จึงครอบคลุมตั้งแต่องค์ประกอบเกี่ยวกับ ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ ชื่อ ชุดสี เครื่องใช้สำนักงาน อาคารสถานที่หรือสถาปัตยกรรม สินค้าหรือบริการ รูปแบบพนักงาน นอกจากนี้ยังสามารถรวมถึงองค์ประกอบส่วนอื่นๆ ที่มีลักษณะที่สัมผัสได้ผ่านการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การจับต้อง และการมองเห็นที่องค์กรสร้างขึ้นและสื่อสารออกไปสู่กลุ่มที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าการสื่อสารอัตลักษณ์นั้นไม่สามารถเจาะจงเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแต่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ จำนวนมากซึ่งกลุ่มที่ใกล้ชิดที่สุดคือ กลุ่มพนักงานภายในไปจนถึงกลุ่มต่างๆ ส่วนภายนอกองค์กรจะต้องสื่อสารเข้าถึงและประสานให้เกิดการรับรู้และเกิดความเข้าใจอย่างเป็นเอกภาพบนพื้นฐานอัตลักษณ์ที่องค์กรสร้างขึ้นผ่านขบวนการสื่อสารอย่างเป็นระบบจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันฝ่ายประชาสัมพันธ์จะสร้างแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการต้องการบัณฑิตที่จบในลักษณะใด เพื่อพัฒนาให้ตรงจุดประสงค์เมื่อนักศึกษาจบแล้วสามารถได้งานทำ ถึงกระนั้นการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายของฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถลงพื้นที่สำรวจจากการวิจัยในเขตชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพส่งเสริมชุมชนให้สามารถเลี้ยงชีพได้อย่างยั่งยืนโดยการนำหลักวิจัยที่ได้มาพัฒนาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ แล้วพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องสามารถให้กลุ่มเป้าหมายได้ศึกษาเรียนรู้จบไปประกอบอาชีพของตนเองได้ ซึ่งสถาบันการศึกษาได้เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเรียน ด้วยงบประมาณไม่เพียงพอองค์กรสามารถเข้ามาช่วยด้านการศึกษาให้สามารถเข้าเรียนและเรียนจบ

ได้ผ่านประชาสัมพันธ์เผยแพร่เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันการศึกษาได้ ซึ่ง Doorley & Garcia, 2007 P.185 อธิบายว่า การพัฒนาเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutually Beneficial Relationships) กับชุมชนเป้าหมาย (Targeted Communities) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาวในการสร้างชื่อเสียงและความไว้วางใจ คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าองค์กรต่างๆ ประเภทไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน มหาวิทยาลัย วัด โรงพยาบาล องค์กรภาครัฐ องค์กรสาธารณกุศล หน่วยงานทางทหาร โรงงานในท้องถิ่นหรือธุรกิจขนาดใหญ่จำเป็นต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างจริงจังซึ่งจะทำให้เกิด “การยอมรับจากชุมชน” (Community Acceptance) (Lattimore et. al., 2012 P. 235) การมองภาพรวมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกลดอัตลักษณ์เชิงลบแสวงหาโอกาสจากอัตลักษณ์และลดผลกระทบทุกสถาบันการศึกษาให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางและสนับสนุนสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีบทบาทการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั่วทั้งองค์กรที่สำนัก/ฝ่ายการสื่อสารองค์กรหรือประชาสัมพันธ์ที่เตรียมพร้อมกับการทำงานทั้งเชิงรุกและเชิงรับและพัฒนารังสรรค์งานให้เกิดคุณภาพสูงสุดด้วยวิธีการสื่อสารที่ทันสมัยให้กับยุคปัจจุบันอันมีเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความสะดวกรวดเร็วทันเวลาการสื่อสารของสถาบันการศึกษาทุกองค์กรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนทั่วทั้งองค์กรในแง่ของหลักการสื่อสารด้วยการเผยแพร่ข้อมูลทั้งในด้านเนื้อหาที่เข้าใจง่ายมีความชัดเจนให้ได้ใจความสมบูรณ์มีการส่งไปยังผู้รับสารภาษาที่ใช้ถูกต้องเพื่อผลตอบรับที่เข้าใจตรงกันและสอดคล้องการปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสม่ำเสมอและถูกต้อง ดังที่ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...หลักการสื่อสารใช้สื่อตรงกับกลุ่มเป้าหมายออกไปเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารถูกต้องชัดเจนไม่สับสนเข้าใจได้เลยไม่เข้าใจผิดใช้ได้ทันที...” (สัมภาษณ์ 2557 มกราคม 23) หากวิธีการสื่อสารที่มีความไม่เข้าใจในนโยบายของสถาบันการศึกษาแล้วไม่ว่าจะเป็นการประกาศ คำสั่ง กฎระเบียบข้อบังคับ อันเกิดความไม่เข้าใจในกลุ่มมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้บริหารพร้อมที่จะชี้แจงให้เกิดความเข้าใจได้อย่างถูกต้องกับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปผ่านสื่อทุกช่องทางให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงประจักษ์ให้อยู่ภายใต้นโยบายเดียวกันที่พึงปฏิบัติสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน ขณะเดียวกันอาจารย์ที่ปรึกษาและฝ่ายประชาสัมพันธ์ร่วมกันสร้างนักศึกษาให้มีคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดความรับผิดชอบในงานและอาชีพเพื่อตลาดแรงงานและผู้ประกอบหรือสังคมยอมรับพัฒนาให้มีคุณภาพงานให้ได้ผลลัพธ์อย่างสร้างสรรค์ สร้างการมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างเป็นนิจจากการกระทำกิจกรรมร่วมและผ่านสื่อทุกชนิดเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ นักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร มีการใช้กระบวนการสื่อสารเริ่มจากการข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ทราบนโยบายวัตถุประสงค์ ในการปฏิบัติงานให้เกิดบรรทัดฐานเดียวกันและจงใจให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบโต้

กลับมาที่ผู้ส่งสารต้องการโดยผ่านกระบวนการสื่อสารเช่น ผู้ส่งสารทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง หรือจากผู้บริหารเพื่อส่งข่าวไปยังผู้รับสารโดยการแปลงความคิดที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นตัวอักษรให้ถูกต้องชัดเจนได้ใจความสมบูรณ์การทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องไม่พลาดไม่เขียนและนำเสนอข่าวผิดต้องมีการกลั่นกรองก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าวสารที่ให้ความน่าเชื่อถือ ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆ หรือส่งไปยังผู้รับสารโดยตรงเมื่อผู้รับข้อมูลข่าวสารแล้วสามารถถอดข้อมูลตามความเข้าใจหรือสภาพแวดล้อมและมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมายังผู้ส่งสารในเรื่องของความเข้าใจความรู้การตอบรับการปฏิเสธหรือไม่ได้รับข่าวสารจากการไม่เปิดรับสื่อ (เบอร์โล อ่างในสุธา พงศ์ถาวรภิญโญและคณะ 2548 หน้า 106-107) อธิบายว่า ในกระบวนการผลิตงานประชาสัมพันธ์ผู้ส่งสารก็จะได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถาบันที่ต้องการจะทำการประชาสัมพันธ์ และผู้รับสารคือกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ส่วนสารคือ สิ่งที่นักประชาสัมพันธ์พยายามที่จะถ่ายทอดไปสู่กลุ่มเป้าหมายของตนกระบวนการเรียบเรียงเนื้อหาสารเข้าด้วยกันเรียกว่า การเข้ารหัสสารในการประชาสัมพันธ์มีปัจจัยหลายด้าน รวมถึงการเลือกรหัสที่จะใช้ในการส่งสารซึ่งรหัสที่ใดก็ได้แก่ คำพูด ตัวอักษรในภาษาต่างๆ เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษหรือการสื่อสารด้วยภาพ เสียงภาษาท่าทางต่างๆ ด้วยและการเลือกรหัสที่ใช้นั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงเรื่องความยากง่ายของรหัสสารที่จะใช้แต่ละกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆ นักประชาสัมพันธ์ควรทราบที่จะประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มใดระดับใดจะได้เลือกใช้ภาษารูปแบบและวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับกลุ่ม จากเหตุผลดังกล่าวเป็นกระบวนการสื่อสารที่นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบโดยเริ่มต้นจากเนื้อหาข้อมูลข่าวที่ได้จากผู้บริหารการเปิดหลักสูตรใหม่หรือเปิดสถาบันการศึกษาแนะนำหลักสูตร การรับสมัครนักศึกษาเข้าใหม่ การอบรมให้กับบุคคลภายนอก การทำกิจกรรม/โครงการ การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรและสู่อาเซียน การบริหารจัดการบริการวิชาการให้กับชุมชนที่สถาบันการศึกษาจัดให้มีขึ้นแล้วนำเสนอข่าวสารเผยแพร่ให้ทราบทั่วทั้งองค์กร ทั้งภายในและภายนอกรับรู้ถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการเคลื่อนไหวขององค์กรสู่ประชาคมอย่างต่อเนื่องสร้างข้อมูลให้เป็นปัจจุบันที่ทันสมัย ซึ่งช่องทางการสื่อสารที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ 1). สื่อภายใน ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่และนอกสถานที่ สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ สื่อใหม่ สื่อบุคคล สื่อดิจิทัล เป็นต้น 2). สื่อภายนอก ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อมวลชนสัมพันธ์หรือสื่อที่สถาบันการศึกษาได้สร้างเครือข่ายและสัมพันธ์ภาพที่ดีไว้ที่ไม่ต้องซื้อสื่อซื้อพื้นที่เมื่อมีข่าว ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารที่ลงแต่ละช่องทางควรพิจารณาดูให้แน่ชัดว่า เนื้อหาข่าวสาร หรือกิจกรรมชนิดใดควรไปช่องทางใดจัดให้เหมาะสม เพื่อไม่ให้เสียเวลาในการเดินทางข้อมูลข่าวสารจะได้ถึงผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องทันต่อเหตุการณ์ ขณะเดียวกันการสร้างสื่อให้ทั่วถึงนั้น เริ่มตั้งแต่ระดับบนลงล่าง ระดับล่างขึ้นบน หรือระหว่างกันโดยให้ความสำคัญกับทุกฝ่ายภายในองค์กรอย่างเท่าเทียมกัน ระบบการทำงาน

ให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรร่วมกัน เพื่อให้การบริหารจัดการไปเป็นอย่างชัดเจนภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลครอบคลุมตั้งแต่กลไกการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล (One-on-One Mechanisms) ไปจนถึงกิจกรรมการสื่อสาร (Communication Programs) ที่อาศัยเทคโนโลยีในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างรวดเร็วในวงกว้าง (Argenti, 2009; Crossman, Bordia, & Mills, 2001, P.89) ได้แนะนำการปฏิบัติดังนี้ 1). ให้ความสำคัญแก่การสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ภายในองค์กร (Focus on Internal Branding) ต้องไม่ละเลยการสื่อสารภายในกับพนักงานของตนอย่างจริงจังให้พนักงานรับรู้และยอมรับในความคิดที่องค์กรพยายามสื่อสารกับกลุ่มทั้งภายในและภายนอกเพื่อช่วยให้ต้นตัวสามารถสนับสนุนทิศทาง การดำเนินงานขององค์กรด้วยความเข้าใจและสร้างความเข้มแข็ง 2). สร้างสมดุลแก่การสื่อสารขึ้นบนและลงล่าง (Communicate Up and Down) องค์กรต้องสนับสนุนทั้งการสื่อสารจากบนลงล่างและการสื่อสารล่างขึ้นบนที่ต้องอาศัยการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อสร้างจิตสำนึกส่วนร่วมให้เกิดขึ้นทุกระดับพนักงานมีความเชื่อมั่นเพราะฝ่ายบริหารกล้าเผชิญหน้าฝ่ายบริหารมีปฏิริยาป้อนกลับจากพนักงานควบคู่กับการฝึกทักษะการรับฟังที่ดี นอกจากเกิดผลสัมฤทธิ์แล้วสามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีทั้งสองฝ่ายอีกด้วย 3). ค่านึงกรอบทางจิตใจของบุคคล (Personal Mental Framework) การรับรู้เรื่องราวต่างๆ ขององค์กรขึ้นอยู่กับทัศนคติของพนักงานแต่ละคนตามกรอบจิตใจและความรู้สึก ซึ่งการดำเนินงานสื่อสารต้องตระหนักถึงความแตกต่างเชิงจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกัน 4). หาโอกาสในการประชุมแบบเผชิญหน้า (Make Time for Face-to-Face Meetings) พนักงานมีโอกาสเข้าถึงฝ่ายบริหารด้วยการจัดให้มีการประชุมกลุ่มใหญ่อย่างสม่ำเสมอ โดยการใช้การประชุมเป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายความก้าวและการริเริ่มสิ่งใหม่ๆ รวมทั้งให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นเพื่อตอบสนองปฏิริยาป้อนกลับ 5). สื่อสารทางออนไลน์ (Communicate Online) การสื่อสารทางระบบเครือข่ายการสื่อสารภายในมีบทบาทมากโดยเปิดโอกาสให้พนักงานองค์กรทุกระดับทุกฝ่ายได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารข้อคิดข้อเสนอแนะได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วอันนำไปสู่การช่วยเสริมการไว้วางใจในองค์กร 6). สื่อสารโดยเน้นการเห็นด้วยตา (Communicate Visually) การให้ความสนใจกับสื่อที่มีการถ่ายทอดด้วยภาพ เช่น เว็บไซต์ โทรทัศน์ หรือสื่อประสมต่างๆ การสื่อสารที่สามารถมองเห็นด้วยตาจะเกิดประสิทธิผลในองค์กรนั้นไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงเสมอไป สื่อง่ายๆ สามารถเป็นเครื่องมือที่สำคัญได้แก่ กระดานแสดงสถิติ ตารางปฏิบัติงาน หรือแผนงาน การ์ดวันเกิด ฯลฯ 7). ให้ความสำคัญแก่การสื่อสารแบบถึงตัวบุคคลภายในองค์กร (Consider the Company Grapevine) อาจเริ่มต้นจากการสนทนาของพนักงานเพียงสองคนจนขยายไปไกลถึงการโจษจันในห้องอาหารขององค์กรได้ บางครั้งสมาชิกมักเชื่อถือสารที่ส่งผ่านในลักษณะนี้มากกว่าสารที่เป็นทางการการสื่อสารนี้มีความรวดเร็วดึงดูดความสนใจมากสามารถมาใช้เป็นช่องทางเพื่อช่วยเสริมประสิทธิภาพของการ

สื่อสารอย่างเป็นทางการ 8). ทำสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความสำคัญแก่พนักงาน (Create Employee-Oriented Publications) ถึงแม้การสื่อสารออนไลน์ภายในองค์กรจะทวีความสำคัญแต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังเป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและถ่ายทอดให้กับพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วยลดปัญหาในการสื่อสารเชื่อมโยงกับพนักงานที่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้สะดวกและช่วยสื่อสารได้ดีในกรณีที่มีความไม่ลงตัวในเรื่องเวลา เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์สามารถหยิบมาใช้งานได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาหรือความล่าช้าเช่น บันทึก จดหมายเวียน วารสารภายใน ประกาศ จดหมายข่าว ฯลฯ การเสนอเนื้อหาภายในต้องเป็นไปอย่างจริงจังซื่อสัตย์ในทุกประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากรของตนเอง การประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเป็นส่วนกลางของข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครทุกๆ ที่ต้องดำเนินการให้เป็นไปอย่างถูกต้องชัดเจนเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีอย่างถาวร แต่กระนั้นจากการสัมภาษณ์ซึ่งมองว่า สื่อที่ได้รับการตอบรับที่ดีในการเปิดหรือแนะนำหลักสูตรใหม่จะเป็น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในองค์กรและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ยังมีมุมมองของนักประชาสัมพันธ์บางแห่งของสถาบันการศึกษาได้กล่าวถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยให้เหตุผล ดังนี้ 1). การใช้การสื่อสารเชิงบูรณาการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการสื่อสารแบบบูรณาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง การเผยแพร่ข่าวสาร การใช้สื่อบุคคล การรณรงค์ การเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วยการลงพื้นที่ 2). การสร้างความร่วมมือระหว่างฝ่ายวิชาการและฝ่ายประชาสัมพันธ์ 3). การเข้าถึงชุมชนรอบองค์กรและต่างจังหวัดทุกภูมิภาคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้สื่อบุคคล และการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อชุมชน 4). การเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร สร้างช่องทางสื่อให้เหมาะสมแต่ละวัยเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 5). การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรสร้างความไว้วางใจให้กับตนเองและเน้นบริการสู่ความเป็นเลิศ 6). สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับ หรือผู้ใต้บังคับกับผู้ใต้บังคับให้เกิดการทำงานเป็นทีมร่วมกัน สร้างความสุขในการทำงานทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร 7). การให้บุคลากรช่วยกันสื่อสารร่วมกันฝึกสื่อสาร ฟัง พูด อ่าน เขียน การทำงานระหว่างบุคลากรให้เกิดความสามัคคีไม่แบ่งพรรคแบ่งพวกและการปลูกฝังในสิ่งที่ดี 8). สร้างสวัสดิการและอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาทุกส่วนภูมิภาคที่สนใจมาเรียนให้มีการเดินทางที่สะดวกปลอดภัยและประหยัดค่าใช้จ่าย การดำเนินงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารตามช่องทางต่างๆ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารแล้ว แต่ยังมีเหตุผลที่นักประชาสัมพันธ์มองว่า การดำเนินกิจกรรมใดๆ ขององค์กรที่ต้องผ่านสื่อและส่งไปตามช่องทางต่างๆ ก็ต้องมีงบประมาณมาสนับสนุนในแต่ละปีเพื่อให้การดำเนินเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผู้บริหารจึงเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการบริหารจัดการงบประมาณให้เหมาะสมให้กับฝ่ายประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้แล้วการทำงานของฝ่ายนักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างผลผลิตที่ไม่ต้อง

รอให้ผู้บริหารสั่งการลงมานักประชาสัมพันธ์สามารถตัดสินใจในการนำเสนอที่ถูกต้องในเชิงรุกและเชิงรับได้เอง สร้างความไว้วางใจซึ่งกันระหว่างผู้บริหารและฝ่ายนักประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน แต่การดำเนินงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงช่องทางการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดจากการวิจัย การสังเกต สัมภาษณ์ สสำรวจ สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ถึงผู้รับสารได้อย่างไรให้เหมาะสมที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาใช้ประยุกต์การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อสนับสนุนการสร้างชื่อเสียงขององค์กรมีแนวทางการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่จะนำไปใช้ประยุกต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพควรเริ่มตั้งแต่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการสร้างข่าวสารและเครื่องมือสื่อสารรวมถึงการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม (Moore & Thorson, 1996 อ้างใน van Riel & Fombrun, 2007) ที่เสนอแนะการนำมาประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อสนับสนุนการสร้างชื่อเสียงโดยอาศัยการวางแผนงานสื่อสารองค์กรแบบบูรณาการอย่างเป็นระบบ ดังนี้ 1). ยึดจุดมุ่งหมายหลักการสื่อสารขององค์กรไว้เป็นธงในการบูรณาการเครื่องมือต่างๆ ให้สอดคล้องประสานกันเป็นหนึ่งเดียว 2). จำแนกกลุ่มประชาชนเป้าหมายบนพื้นฐานลำดับชั้นของความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับองค์กร เช่น กลุ่มพนักงาน กลุ่มชุมชนบริเวณที่ตั้งองค์กร กลุ่มนักลงทุน กลุ่มสื่อมวลชน ฯลฯ 3). ระบุประชาชนเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารองค์กรและการสร้างแบรนด์องค์กร 4). ตัดสินใจกำหนดข่าวสารและเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้โดยวิธีเครื่องมือการสื่อสารบูรณาการเพื่อเป้าหมายเดียวกัน 5). จัดสรรทรัพยากรต่างๆ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมทั้งบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญระยะเวลาการดำเนินการเครื่องมือสนับสนุน และที่สำคัญคือ งบประมาณเพราะเครื่องมือการสื่อสารแบบบูรณาการแต่ละประเภทมีเงื่อนไขการใช้จ่ายมากน้อยที่แตกต่างกัน และ6). การลงมือดำเนินการสื่อสารองค์กรแบบบูรณาการตามแผน และต้องทำประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารออกมาเป็นรูปธรรมได้ (Effective Assessment) ไม่ว่าจะเป็นการวัดประเมินการรับรู้แบรนด์องค์กร ชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร วิธีการบูรณาการในที่นี้จะป็นแนวคิดที่คล้ายกับการสื่อสารการตลาดแบบบริบทของการตลาดสำหรับธุรกิจ (Marketing Contest) แต่จุดหมายของการสื่อสารแบบบูรณาการในบริบทของการสร้างชื่อเสียงด้วยการมีอัตลักษณ์ของสถาบันการศึกษาที่หลากหลายมุมมองของสถาบันการศึกษาซึ่งไม่เกี่ยวข้องการตลาดโดยตรง แต่เป็นการแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินงานอันมีเครื่องมือสำคัญที่นำมาประยุกต์ในเชิงหลอมรวมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันโดยผ่านการโฆษณาองค์กรของตนเอง ประชาสัมพันธ์การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมของสังคมและการนำเสนอองค์กรผ่านทูตของแบรนด์ที่ซึ่งฝ่ายประชาสัมพันธ์งานสื่อสารองค์กรมีภารกิจออกแบบข่าวสารและเครื่องมือสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรม

ส่วนที่ 3). ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

มุมมองผู้บริหารและมุมมองของนักประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6 แห่ง จากนันททัศนะของผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ซึ่งได้ให้แนวคิดที่หลากหลายกล่าวคือ มีการสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์ โดยการใช้การสื่อสารทุกช่องทางในการสื่อสารให้มากที่สุดและเกิดประสิทธิผลมากที่สุดวิธีการที่ปฏิบัติ คือลงไปทำจริงให้เห็นภาพแล้วนำลงสื่อเป็นวิธีดำเนินงานที่ดีที่สุดและเป็นไปตามวัตถุประสงค์เป้าหมายที่จะสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จัดให้มีการประชุมผู้บริหารและเผยแพร่ภาพ ข่าวสาร ให้สาธารณะชนได้รับทราบความเคลื่อนไหวขององค์กรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ที่ผู้บริหารร่วมสร้างสื่อจากการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการภายใต้สถาบันการศึกษาจัดขึ้นทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร แล้วนำข้อมูลภาพกิจกรรมออกเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุก เช่นดังที่ อธิการบดี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ใช้ทุกวิถีทางเป็นกระบวนการสื่อสารลงของจริงด้วย...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 กันยายน 9) ขณะที่ (ไพโรจน์ วิไลสุข ,2557 ,หน้า 47) ได้อธิบายบทบาทของผู้บริหารขององค์กรในการสื่อสารที่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร (chief Executive Officer – CEO) ต้องให้ความสำคัญบทบาทของผู้บริหารในการสื่อสารขององค์กรมี 2 ประการหลักกล่าวคือ 1). เป็นผู้กำหนดนโยบายในการสื่อสารขององค์กร เป็นผู้กำกับการสื่อสารให้ไปตามทิศทางที่ผู้บริหารองค์กรวางไว้ 2). เป็นผู้สื่อสารขององค์กร เมื่อผู้บริหารออกมาสื่อสารด้วยตนเองย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรเพราะเป็นบุคคลน่าเชื่อถือ ผู้บริหารขององค์กรส่งผลต่อการจดจำภาพลักษณ์และความรู้สึกของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ (Aristotle อังในสุธา พงศ์ถาวรปัญญาและคณะ, 2548 ,หน้า 21) ได้ให้ความหมายของการศึกษาวิชาวาทศิลป์หรือสื่อสารว่า คือ การแสวงหา “วิธีการชักจูงที่มีอยู่ทุกรูปแบบ” (Search for all available means of persuasion) ถึงกระนั้นบางสถาบันการศึกษายังได้มีการจัดรายงานผ่านโทรทัศน์โดยผู้บริหารขององค์กรได้ลงมือปฏิบัติเอง โดยสื่อสารให้ประชาคมรับรู้ความคืบหน้าเช่น การพัฒนาหลักสูตร การจัดกิจกรรมเสริม การสร้างเครือข่ายและศิลปวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมสู่อาเซียน ดังที่รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ให้ข้อมูลข่าวสารเขาทุกวิถีทางใช้สื่อทุกอย่างทำให้ประสบความสำเร็จสื่อเขาได้อย่างไร ใช้ความรู้ตัวตนของเราเองทำได้ทุกช่องทาง...” (สัมภาษณ์ 2556 กันยายน 9) และที่สำคัญคือ ตัวผู้บริหารเองก็ได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกันตามนโยบายที่กำหนดไว้ในมุมมองของผู้บริหารเห็นว่า การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตื้นนั้นควรจะเริ่มจากตัวตนของเราก่อนทำให้เข้มแข็งมั่นคงมองตนเองแล้วพัฒนาตนเองจากภายใน เสมือนหนึ่งว่าการที่จะพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้นนั้นควรมองที่องค์กรของตนทำให้แข็งแกร่ง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประชาคมอาเซียนโดยมีความร่วมมือในการ

พัฒนาทางการศึกษาให้กับประชากรอาเซียน โดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางที่ใช้ติดต่อสื่อสารพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในแต่ละรายวิชาและสายงานทั่วต้องปลูกจิตสำนึกการอยู่ร่วมกันภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมการสร้างอัตลักษณ์อาเซียนร่วมกันเพื่อให้เกิดความรู้สึกรักและผูกพันการย้อนกลับไปมองตัวตนของตนเองในแต่ละสถาบันการศึกษาเน้นย้ำในการออกสู่ประชาคมอาเซียนนั้นต้องพัฒนาตนเองด้วยกันหลายอย่างการทำงานสร้างสรรค์กิจกรรมองค์กรโดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่ 1). อบรมภาษาอังกฤษ ซึ่งสถาบันการศึกษาเห็นว่า การเตรียมความพร้อมประชาคมอาเซียนนั้นทุกคนในองค์กรต้องสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียน ได้ โดยมีการเปิดอบรมทั้งบุคลากรและนักศึกษาให้เรียนรู้ฝึกทักษะเป็นการส่งเสริมมีการสอบในระดับมาตรฐานสร้างความแข็งแรงทุกระดับชั้น มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อบุคลากรทุกคนรับรู้และสนใจในการฝึกอบรมเตรียมความพร้อมสู่อาเซียน 2). จัดโครงการ/กิจกรรม ซึ่งสถาบันการศึกษาเห็นว่า การจัดโครงการกิจกรรมที่จัดให้มีขึ้นภายในองค์กรหรือจัดภายนอกองค์กรต้องผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางตามความเหมาะสมกับเนื้อหาที่จะลงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่เรื่องราวข่าวสารที่องค์กรดำเนินกิจกรรมโครงการตามสถานที่ต่างๆ ให้รับรู้ถึงความเคลื่อนไหวจากองค์กรของตนเอง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสถานที่ สื่อมวลชน ที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากองค์กรสู่ภายนอกให้ประชาคมรับทราบอย่างทั่วถึง 3). การทำ MOU. ซึ่งสถาบันการศึกษาเห็นว่า การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้นควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเช่น การเรียนภาษาจีน ภาษากัมพูชา ภาษาพม่า ภาษาเวียดนาม ซึ่งสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ได้สร้างหลักสูตรร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักศึกษาด้วยกัน และพนักงานร่วมกันด้วยการไปดูงานการฝึกงานแลกเปลี่ยนทักษะมีการเรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันกับอาเซียนการสร้าง MOU. ร่วมกับประเทศอาเซียนด้วยแลกเปลี่ยนหลักสูตรการศึกษาเรียนรู้การฝึกงานการดูงานการแลกเปลี่ยนแสดงศิลปวัฒนธรรมเช่น การแต่งกาย อาหาร ดนตรีไทย บุคลิกภาพผ่านสื่อไปยังอาเซียน ซึ่งถือว่าการสร้างเครือข่ายด้วยการเตรียมความพร้อมสู่อาเซียนจริงๆ โดยผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางในการประกาศศักยภาพการทำงานสร้างเครือข่าย MOU. ให้ประชาคมรับรู้ถึงบทบาทและการพัฒนาองค์กรของตนที่ไม่หยุดนิ่งและสร้างความเข้มแข็งกับองค์กรตน 4). หลักการใช้ภาษาไทย สถาบันการศึกษาเห็นว่า ภาษาไทยเป็นภาษาที่ควรจะอนุรักษ์ความเป็นไทย การพูด การเขียน การสะกดคำต่างๆ ต้องไม่ผิดพลาดการออกเสียงอักขระต้องชัดเจนไพเราะน่าฟังให้ยังคงเสน่ห์ความไทย อีกปัจจัยหนึ่งสถาบันศึกษามองว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะเป็นประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของตนก็ดี หรือออกสู่ภายนอกด้วยการใช้สื่อช่องทางก็ตามเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารต้องไม่พิมพ์ผิดพลาดควรตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาตัวอักษรให้ชัดเจนเหมาะสมแล้วค่อยนำเนื้อหาข้อมูลข่าวสารออกไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามกระบวนการสื่อสารต่อไป 5.) การสร้างภาพลักษณ์ เช่น การแสดงผลงานที่ต่างประเทศเพื่อสร้างภาพลักษณ์

และอัตลักษณ์ให้กับสถาบันการศึกษาของตน 6). สื่อแบบบูรณาการ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเคลื่อนที่และนอกสถานที่ สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ สื่อใหม่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน 7). จัดทำวิจัยเพื่อเผยแพร่อาเซียนให้เพิ่มมากขึ้น 8). การสื่อสารผ่านกิจกรรมของนักศึกษาด้วยการออก road show ระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้องการใช้สื่อบุคคล การสื่อสารปากต่อปาก การลงเว็บไซต์ สร้างนักศึกษาฝึกงานพัฒนาอาชีพให้แก่นักศึกษาโดยใช้สถาบันการศึกษาของตนลงสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อเชิญชวนผู้ที่สนใจให้มาเรียนมาศึกษาหาความรู้ เสริมด้วยการสื่อสารผ่านวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านโซเชียลมีเดีย ปากต่อปาก สื่อมวลชน ทำให้กิจกรรมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางในเชิงรุก 9). การสร้างสื่อ เมื่อมีผลงานไม่ว่าการจัดกิจกรรม/โครงการของหลักสูตร สร้างศิลปะ วัฒนธรรม จากสถาบันการศึกษาที่ไม่ซ้ำใครและกระทำอย่างต่อเนื่องต่อกันในเชิงรุกที่แต่ละสถาบันการศึกษาจัดให้มีขึ้นก็จะนำข้อมูลเนื้อหาของกิจกรรมนั้นๆ มาลงเว็บไซต์เผยแพร่เพื่อให้ประชาคมรับรู้ถึงผลสัมฤทธิ์ของงานออกสู่สาธารณะชน ซึ่งในเนื้อหาที่ลงในเว็บไซต์จะประกอบด้วย 2 ภาษา เช่น ภาษาไทย และแปลเป็นภาษาอังกฤษซึ่งก็ขาดคนแปลภาษา แต่กระนั้นบางองค์กรก็สามารถเพิ่มภาษาจีนลงในเว็บไซต์เผยแพร่ข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์กร ที่จัดให้มีขึ้นเพื่อให้ได้รับทราบและเกิดความสนใจเมื่อเข้าไปศึกษาหาข้อมูลในเว็บไซต์ยังสถาบันศึกษานั้นๆ ดังนั้นบทบาทสำคัญในการพัฒนาคนในองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนการพัฒนาคนในองค์กรจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะสร้างสรรค์งานให้เกิดประสิทธิภาพสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต้องพัฒนาความรู้ความสามารถให้เป็นมืออาชีพ (HR Professional) มีแนวคิดด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรนำเทคนิคใหม่ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาคน และมีส่วนเข้าไปช่วยกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ให้กับองค์กรมากขึ้น (อวิรุทธ์ เหมานุกรักษ์ ,2555 อังในกัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล หน้า 280) ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน อีกมิติหนึ่งในเชิงสัญลักษณ์ คือ 10). การสื่อสารด้วยการแต่งกายในชุดเครื่องแบบนักศึกษา ซึ่งสถาบันการศึกษาใช้เครื่องแต่งกายอันเป็นสัญลักษณ์ของสถาบันศึกษานั้นๆ แสดงถึงการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ เมื่อบุคคลภายนอกพบเห็นก็จะรู้ว่าเป็นสถาบันการศึกษาที่ใด การแสดงสัญลักษณ์เสมือนภาพลักษณ์ที่พยายามฉายตัวตนของตนเองออกมาว่าฉันเป็นใคร มาจากไหน และกำลังทำอะไรให้เป็นที่ประจักษ์ในเชิงสัญลักษณ์ เช่น การประชุมผู้บริหารโดยให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วม 11). การสื่อสารโดยใช้ตัวตนสู่สังคมชุมชน ผ่านกิจกรรมที่สถาบันการศึกษาจัดขึ้น หรือการแสดงสัญลักษณ์ กรณีมีการจัดกิจกรรมโครงการสู่อาเซียนภายในสถานศึกษาจะมีการตกแต่งประดับมากมายหรือธงชาติในกลุ่มอาเซียนเมื่อเสร็จสิ้นงานก็ไม่ควรนำธงชาติอาเซียนออกให้ยังคงมีไว้อย่างต่อเนื่องสร้างกิจกรรมวันอาเซียนให้นักศึกษาจัดลงประชาสัมพันธ์ 12). การสื่อสารด้วยการแสดงออกทางบุคลิกภาพ เช่น ความขยัน ความอดทน ใช้ตัวตนเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรม

โครงการร่วมกับชุมชนลงข่าวเผยแพร่ 13). การสื่อสารผ่านวัฒนธรรม เช่น การใช้ภาษาไทยให้คงความเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทย เอกสัจลักษณ์ความเป็นไทยให้ประชาคมอาเซียนได้พบเห็นด้วยการผสมผสานตัวตนของตนเองเป็นการสื่อสาร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญกล่าวว่า สถาบันการศึกษาบางแห่งเห็นว่าการสร้างบัณฑิตให้เก่งสร้างความเป็นตัวตนจากฝีมือการทำงาน เช่น เชิญทูตมาไทย ทำอาหารไทยสู่สากล ผ่านสัญลักษณ์เชิงอาหารแบบไทยผสมความเป็นสากล สร้างขนบธรรมเนียมประเพณีอันเกิดจากฝีมือนักศึกษาพร้อมส่งต่างประเทศและเป็นข่าว สร้างบัณฑิตให้พึงประสงค์ด้วยความขยันอดทน นักเบาเอาสู้งาน ไม่ย่อท้อ เสริมสร้างจิตสาธารณะ ใช้สื่อสารมีได้หลากหลายวิธี เช่น ภาษาการสื่อสาร บุคลิกภาพ วัจนภาษา และอวัจนภาษา กิจกรรมอัตลักษณ์ที่แสดงออก การสัมผัส การรับรู้ ดังที่ (Melewar 2003: 196-197) กล่าวถึงอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตัวโดยแสดงออกทางบุคคลหรือสิ่งของให้สามารถจดจำองค์กรได้และต้องเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างจากองค์กรอื่นได้ กลยุทธ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้การศึกษา การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การมีคุณธรรมจริยธรรม และความมีระเบียบวินัย เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลยุทธ์กับยุทธศาสตร์ที่ไม่แตกต่างกัน แต่ทำอย่างไรให้มีการสร้างความแตกต่าง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญมองว่า ต้องมีการฝึกอบรมให้เป็นนิสัยประจำมีการทุ่มเทการทำงานฝึกฝนตั้งแต่เยาว์วัยจากครอบครัวร่วมกัน และสอดแทรกสร้างนิสัยด้วยการมีคุณธรรมจริยธรรมและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะให้มีบุคลิกภาพที่แตกต่างและงดงาม อีกประการหนึ่งการใช้การสื่อสารผ่านกิจกรรมให้ผู้ปกครองได้สัมผัสให้มาเองเห็นเองแล้วจะรับรู้ได้ถึงความพึงพอใจ ความอบอุ่นในรั้วสถาบันการศึกษาที่สถาบันการศึกษานั้นได้จัดและมอบให้อย่างเต็มใจและมีความสุข จากการสัมภาษณ์ยังเห็นว่าสถาบันการศึกษายังเน้นย้ำถึงการสื่อสารภายในองค์กรที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการรับสมัครเรียนเข้าหลักสูตรต่างๆ โดยสื่อที่ใช้ได้แก่ 1). การสื่อสารปากต่อปาก เป็นการสื่อสารระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้อง หรือเวลาที่มีกิจกรรมที่จัดขึ้นตลอดจนการเข้ารับสมัครเป็นนักศึกษารุ่นพี่จะไปออก road show เพื่อเผยแพร่หลักสูตรเชิญชวนให้รุ่นน้องหรือผู้ที่สนใจสมัครเข้าเรียน 2). การสื่อสารสื่อบุคคล โดยผู้บริหารเป็นผู้ปฏิบัติเช่น การประชุมลงภาพผู้บริหาร การเปิดสอนตามสถานที่ต่างๆ ผู้บริหารสอนเอง ผู้บริหารนำเสนออัตลักษณ์ของตนผ่านการสื่อสารแล้วนำภาพเหล่านี้ลงประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ เผยแพร่สู่ประชาคมและกรณีมีคณาจารย์หลักสูตรไปแนะนำหลักสูตรยังสถานที่ภายนอกต่างๆ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็นำสื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร โบว์ชัวร์ ฝากไปนำเสนอและแจกผู้ที่สนใจ ปัจจุบันมีการเรียนการสอนที่จัดให้ทันสมัย โดยได้นำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้เพื่อสร้างความสะดวกและรวดเร็วตอบสนองแก่ผู้รับบริการ ซึ่งผู้ที่สนใจลงเรียนหลักสูตรไม่จำเป็นต้องมาเรียนยังสถานศึกษาในกรุงเทพฯ แต่สามารถศึกษาเล่าเรียนตามศูนย์ที่เปิดแต่ละภูมิภาคด้วยระบบการเรียนการสอน ผ่าน VDO Conference เพื่อประหยัดงบประมาณและเวลาที่สถาบันการศึกษาเอื้อประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจให้รวดเร็วและทันสมัยด้วยการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ดังที่ (Blauw 1989 อ้างถึง van Riel &

Fombrun, 2007: P.25) ได้อธิบายการสื่อสารองค์กรเป็นวิถีบูรณาการ (The Integrated Approach) ที่ผนวกเอาการดำเนินงานสื่อสารทั้งหมดขององค์กรเพื่อมุ่งเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มโดยนำการสื่อสารแต่ละส่วนเหล่านั้นจะต้องเน้นถ่ายทอดเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) อาจกล่าวได้ว่าสถาบันการศึกษาทุกที่ยังได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารตั้งแต่ผู้บริหารไปจนถึงนักปฏิบัติแต่การดำเนินงานทุกอย่างต้องสอดรับและไปในทิศทางเดียวกันด้วยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารถึงจะมีประสิทธิภาพมาก อีกมิติหนึ่งที่ผู้วิจัยเล็งเห็นคือ ความเอื้ออาทรต่อกันในการทำงาน การสร้างความสุข การสร้างแรงจูงใจ การให้ความเป็นมิตรภาพที่ดี การสร้างความศรัทธาร่วมกัน การมีวินัยคุณธรรมจริยธรรมสอดแทรกในกระบวนการทำงานอันเป็นผลแห่งความสำเร็จที่พร้อมจะนำภาพนั้นมาลงสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางอันเหมาะสมสามารถสร้างชื่อเสียงได้นอกจากนี้แล้วการสร้างบรรยากาศ ซึ่งสถาบันศึกษามองว่าเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะทำกิจกรรมโครงการใดที่จัดให้มีขึ้นนั้นหรือแม้กระทั่งการฝึกอบรมมีการเรียนการสอนทุกๆ ประเภทในการดำเนินงานร่วมกันควรสร้างบรรยากาศให้ความเป็นกันเองอย่างมีความสุขเบิกบานกับงานทุกชิ้นทุกผลผลิตการทำกิจกรรมต่างๆ สามารถทำได้อย่างมีความสุขสนุกไปกับงานกับกิจกรรมที่องค์กรจัดให้มีขึ้นเป็นอย่างดีและราบรื่น ซึ่งถือว่าการสร้างบรรยากาศที่ดีได้นั้นทุกคนต้องมีความพึงพอใจ เกิดแรงจูงใจเกิดขวัญและกำลังใจทำให้งานกิจกรรมนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ไม่ว่าจะทำงานเดี่ยวงานกลุ่มเป็นที่ก็จะเกิดความสามัคคีเมื่อมีบรรยากาศที่ดีแล้วงานก็ออกมาดีมีคุณภาพภาพแห่งความสำเร็จก็จะปรากฏเกิดขึ้นผ่านกระบวนการสื่อสารในการทำงานร่วมกันออกเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ตามช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมได้ ดังที่ (Kunda 2003: P.347) กล่าวว่า บริษัทของประเทศญี่ปุ่นพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้พนักงานมีความสุขกับการทำงานและมีความรักและให้ความสำคัญต่อการทำงานในช่วง ค.ศ. 1970-1980 เป็นช่วงที่ประเทศต่างๆ ในโลกยอมรับว่าประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมากเพราะบริษัทสร้างวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรแบบครอบครัว ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษาควรเน้นการบริหารจัดการให้ดีภายในองค์กรของตนและสร้างความเข้มแข็งให้กับตนเองแล้วอาเซียนจะมาหาเราเองขับเคลื่อนไปด้วยกันสู่สถาบันอุดมศึกษาให้อยู่ในอันดับที่ดีไปยังระดับประเทศและระดับทวีปเอเชีย นอกจากนี้แล้วบุคลากรหรือนักศึกษาสามารถเสนอความคิดเห็นของตนส่งผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังผู้บริหารได้เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างล่างขึ้นบน หรือบนลงล่าง อีกสิ่งหนึ่งที่ควรนึกถึงคือ การศึกษาวิเคราะห์บทบาทอาเซียนที่มีผลกระทบต่อสถาบันการศึกษาที่พร้อมพัฒนา การพัฒนานิเทศการสื่อสาร แต่สิ่งสำคัญในที่สุดแล้วต้องดูที่ตัวเราพร้อมที่จะเปิดใจที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองหรือยัง ถึงว่าแม้ว่าจะสื่อสารผ่านทุกช่องทาง ถ้าไม่เปิดรับสื่อและไม่เปิดใจยอมรับผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน และผลสัมฤทธิ์ต่อการสื่อสารที่ได้นั้นจะไม่เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อองค์กร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญได้กล่าวในประเด็นของการสื่อสารภายในองค์กรว่าสื่อทุกสื่อใช้หมดทุกชนิดเพียงใช้ให้ถูกต้องโอกาส ถูกเวลา ถูก

สถานที่ให้ถูกต้องเหมาะสมถึงเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามมา ดังนั้นการจัดการสื่อสารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลซึ่งองค์ประกอบสำคัญสำหรับการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จครอบคลุมตั้งแต่กลไกการสื่อสารแบบบุคคลจนถึงกิจกรรมการสื่อสารที่อาศัยเทคโนโลยีการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่ง (Argenti,2009 Crossman, Bordia, & Mills 200: P.89) ได้อธิบายว่า 1).ให้ความสำคัญการสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ภายในองค์กร2). สร้างสมดุลแก่การสื่อสารขึ้นบนลงล่าง 3).คำนึงถึงกรอบทางจิตใจของบุคคล 4). หาโอกาสในการประชุมแบบเผชิญหน้า 5). สื่อสารทางออนไลน์ 6). สื่อสารโดยเน้นการเห็นด้วยตา 7). ให้ความสำคัญแก่การสื่อสารแบบถึงตัวบุคคลภายในองค์กร 8). จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสำคัญแก่พนักงาน อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารภายในองค์กรละแห่งมีแนวนโยบายด้านการสื่อสารมีวัฒนธรรมองค์กรรวมถึงธรรมชาติขององค์กรที่แตกต่างกันจึงควรเลือกใช้หรือการผสมผสานช่องทางและกลวิธีการสื่อสารต่างๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของแต่ละองค์กร

การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงประจักษ์

การสื่อสารเชิงประจักษ์เสริมสร้างอัตลักษณ์จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารเห็นว่า การได้ลงไปปฏิบัติจริงให้ผลงานเป็นที่ประจักษ์แล้วลงสื่อเพื่อเผยแพร่ลงสื่อทุกช่องทางการสื่อสาร ดังที่ อธิบายการตีพิมพ์วารสารได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เราสื่อสารให้คนนอกสัมผัสรับรู้ได้ทั้งหมดใช้ทุกวิถีทาง ผมมีประชุมเช้า 3 บ่ายอีก 3 ลงของจริงลงเว็บไซต์ทำเต็มที่ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารทั้งหมด...” (สัมภาษณ์ 2556 กันยายน 9) ซึ่งบทบาทของผู้บริหารองค์กรในการสื่อสารอัตลักษณ์และสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องซึ่งผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญ 2 ประเด็นคือ 1). ผู้บริหารเป็นผู้กำหนดนโยบายในการสื่อสารขององค์กร และ2). ผู้บริหารเป็นผู้สื่อสารขององค์กร เมื่อผู้บริหารออกมาสื่อสารด้วยตนเองย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรเพราะเป็นบุคคลน่าเชื่อถือและส่งผลการจดจำภาพลักษณ์และความรู้สึกของประชาชน (ไพโรจน์ วิไลนุช 2557 หน้า 47) ขณะเดียวกันการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร ทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องการสร้างกิจกรรมโครงการสร้างความอบอุ่นด้วยการให้อาจารย์กับนักศึกษาได้มีส่วนร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ เช่น การนักศึกษาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนที่ผลงานอันโดดเด่นการประกวดร้องเพลงดนตรีสู่สากลสร้างการทำงานเป็นทีมที่ตีร่วมกันมีจิตสำนึกการมีคุณธรรมจริยธรรมและการมีวินัยอยู่ร่วมกันเพื่อเป็นแบบอย่างรุ่นต่อไปให้เกิดการกระตุ้นอยากมาเรียน ณ สถานที่แห่งนี้ การได้ใส่ชุดเครื่องแบบนักศึกษาในเชิงสัญลักษณ์ไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อเชิญชวนนักศึกษาที่สนใจอยากมาเรียนก็เป็นช่องทางหนึ่งเมื่อมีกิจกรรมผลงานอันโดดเด่นก็จะลงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์เผยแพร่เพื่อสร้างแรงดึงดูดและโน้มน้าวให้ผู้สนใจอยากมาเรียน นอกจากนี้แล้วการที่ตัวนักศึกษาเองเป็นสื่อในการทำกิจกรรมผลงาน แล้วเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดการเลียนแบบต่อผู้เสพข่าวเกิดแรงกระตุ้นตนเองอยากเป็นข่าวบ้างและอีกประเด็นหนึ่ง การบอกกล่าวด้วยปากต่อปากก็ได้ผลในเชิงประจักษ์ โดยที่ไม่ต้องลงทุนอะไรถือว่าเป็นช่องทางที่ดี อีกสื่อหนึ่งที่มองสิ่งพิมพ์เป็นสื่อเก่าแต่ก็อยู่ได้นานกว่าการลงเว็บไซต์เพราะเว็บมี

การเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่เร็วมาเร็วไปเร็ว ถ้าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์สามารถถืออ่านไปได้ทุกสถานที่ ถึงอย่างไรการทำผลงานให้ดีให้เด่นทั้งการสร้างกิจกรรมภายในองค์กร สร้างผลงานประกวดระดับประเทศ และก้าวสู่ระดับนานาชาติ เมื่อผลงานโดดเด่นแล้วสื่อก็จะมาเองทั้งสื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งการลงอินเทอร์เน็ต สื่อโซเชียลเอง ดังนั้นการที่ได้ลงไปปฏิบัติเองทั้งผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษาก็สามารถเป็นข่าวได้ถ้ามุ่งมั่นตั้งใจให้ผลงานออกมาชัดเจนและโดดเด่นและไม่มีใครเหมือนในบริบทของตนเองที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาผลงานให้เป็นที่ประจักษ์แก่ประชาคมให้เห็นได้รู้จักจึงทำให้เป็นช่องทางที่สำคัญที่สามารถแนะนำสถาบันการศึกษาให้ผู้สนใจมาเรียนได้อีกรูปแบบหนึ่ง (พจน์ ใจชาญสุขกิจ 2556) กล่าวถึงขอบเขตของภาพลักษณ์และการสื่อสารซึ่งสามารถนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดประเภทชื่อเสียงขององค์กรชื่อเสียงแต่ละประเภทเกิดจากการทำกิจกรรมจนเป็นที่ประจักษ์ในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ชื่อเสียงด้านบริหารจัดการชื่อเสียงด้านเทคโนโลยี ชื่อเสียงด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ชื่อเสียงด้านราคา ชื่อเสียงด้านช่องทางการบริการ ชื่อเสียงด้านกิจกรรม ชื่อเสียงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและคุณธรรมของผู้บริหาร แต่กระนั้นก็ยังมียุทธศาสตร์การศึกษาบางแห่งมองว่าการสื่อสารยังไม่ชัดเจนมากแต่ก็ได้พัฒนามาเป็นลำดับลงเว็บของตนเองให้เด่นชัด

ส่วนมุมมองของนักประชาสัมพันธ์เห็นว่า การได้ใช้สื่อสารทุกช่องทางที่ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับได้ทราบข้อมูลข่าวสารเพราะในปัจจุบันการสื่อสารมีมากมายให้เลือกขึ้นอยู่กับการส่งสารนั้นถูกต้องและจะส่งไปให้ใครให้ถูกเส้นทางสู่ผู้รับสาร แม้ว่าในปัจจุบันสื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการสื่อสารการสื่อสารถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ประชาคมรู้ความเคลื่อนไหวภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี แต่การใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีนั้นก็ยังคงใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถคงทนอยู่ได้นานแม้จะเปรียบเทียบกับสื่ออินเทอร์เน็ตข้อมูลข่าวสารจะเปลี่ยนแปลงเร็วลบลเร็วไม่สามารถอยู่ได้นานไม่เหมือนกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถถือจับต้องไปไหนหิ้วไปด้วยได้และสะดวกในการอ่าน ดังที่ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การสื่อสารเทคโนโลยีสมัยใหม่ง่ายแต่ลืมนง่าย อาจารย์ว่า สื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับดีกว่าเตะตาเนื้อหาจูงใจอยากให้เราถามต่อกลุ่มเป้าหมายต่างกันลักษณะการให้ข้อมูล คำพูด ถ้าเป็นพอนานๆ เข้าไอที web site หาย สิ่งพิมพ์อยู่นานติดไว้จะเห็น ปัจจุบันมีการใช้ Internet ตามป้ายเอกสารยังให้ค้นหาได้” (สัมภาษณ์ 2556 พฤศจิกายน 13) ซึ่ง (ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี 2558 หน้า 225) ได้อธิบายจากงานวิจัยว่า ทุกวันนี้คนในองค์กรสามารถติดต่อกันผ่านเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอีเมลหรือสื่ออื่น แต่การสื่อสารด้วยวิธีดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ บันทึกข้อความหรือสื่อสารแบบเห็นหน้าก็ไม่ได้ลดน้อยลงอีกทั้งปริมาณการสื่อสารยังเพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีใหม่ไม่ได้เข้ามาแทนที่วิธีการสื่อสารแบบเดิม แต่ได้เข้ามาเสริมหรือคู่ขนานไปกับการติดต่อสื่อสารในองค์กรระดับ เช่น การประชุมทางไกล (Video conference) ถูกนำมาใช้นอกเหนือจากการประชุมแบบเห็นหน้ากัน การที่จะ

สื่อสารให้ได้ผลนั้นขึ้นอยู่กับตัวเราปฏิบัติเองทำเองให้เห็นผลชัดเจนหรือการทำกิจกรรมโครงการต่างๆ ให้กับนักศึกษาสามารถเห็นการสะท้อนถึงผลงานและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้แล้ว การสื่อสารที่ได้ผลและมีประสิทธิภาพมากจะเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก การใช้สื่อบุคคล การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชนสื่อมวลชนสัมพันธ์ และอื่นๆ ช่องทางเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอต่อกันคนดีคนเก่งลงวารสารการให้นักศึกษาเข้าร่วมทำกิจกรรมถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญแล้วลงประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตให้นักศึกษาได้ฝึกการทำงานเป็นทีมเพื่อปรับตัวเข้าสู่สังคมได้การสร้างข้อมูลพื้นฐานในการเตรียมตัวสู่อาเซียนให้กับพนักงานและนักศึกษา จะมีทางเว็บไซต์ เพื่อนต่อเพื่อนแล้วเข้ากลุ่มเปิด face book ยกตัวอย่างเช่น อาจารย์และนักศึกษาจัดกิจกรรมดนตรีสากลสู่ต่างประเทศสร้างชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วตัวข่าวสารและสื่อจะมาจากถ้าเราทำได้การที่ได้สร้างความร่วมมือกับชุมชนการช่วยกันอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทำประชาสัมพันธ์เผยแพร่ การออก Road show ที่ต่างจังหวัดสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัยเชิญชวนให้มาเรียนทำให้รู้จักเผยแพร่หลักสูตร เผยแพร่สถาบันการศึกษาการสร้างกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยให้นักศึกษาที่สนใจมาเรียนมาร่วมกิจกรรมกับรุ่นพี่เพื่อเชิญชวนนักศึกษาใหม่ๆ ให้เกิดความสนใจหรือสื่อสารด้วยตัวบุคคลด้วยการใส่เครื่องแบบนักศึกษาทำให้นักศึกษาเป็นการกระตุ้นให้นักศึกษาเข้าใหม่อยากมาเรียนมีกิจกรรมร่วมกัน มีสื่อโซเชียลก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ถึงอย่างไรถ้าหากองค์กรมีความเข้มแข็ง มีกิจกรรมที่ดีและสร้างสรรค์สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ผลงานเกิดข่าวน่าสนใจ การเผยแพร่ก็เกิดขึ้นแต่ทั้งนี้ทั้งนั้น สถาบันการศึกษาต้องทำดีทำเต็มที่ให้ผลงานเป็นที่โดดเด่นและลงข่าวเพื่อเผยแพร่ต่อสังคมและประเทศแล้วการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนก็จะวิ่งมาเราเองด้วยความเข้มแข็งขององค์กรที่สร้างความอยู่รอดได้ ดังนั้นอัตลักษณ์เชิงประจักษ์หรืออัตลักษณ์องค์กร (Visual Identity or Corporate Identity) ของหน่วยงานใดๆ จัดเป็นการนำเสนอองค์กรที่เจตนาและอาศัยแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุมองค์ประกอบทั้งหมดขององค์กรที่สามารถสังเกตเห็นได้และสามารถวัดประเมินได้โดยองค์กรนั้นแสดงออกมาให้เห็นผ่านการนำเสนอด้วยภาพให้รับรู้และเข้าใจได้ (Comprehensive Visual Presentation) (Alessandri, 2013 P.133) ซึ่งสอดคล้องกับ (Argenti 2009 P. 68) อธิบายว่าอัตลักษณ์องค์กร (corporate Identity) เป็นการแสดงออกเชิงประจักษ์ (Visual Manifestation) เกี่ยวกับความจริงขององค์กรซึ่งถ่ายทอดผ่านทางองค์ประกอบต่างๆ ดังนั้นอัตลักษณ์องค์กรจึงครอบคลุมตั้งแต่องค์ประกอบเกี่ยวกับชื่อ ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ อาคารสถานที่หรือสถาปัตยกรรม เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องแบบพนักงาน ชุดสี ลินค้าหรือบริการ และยังรวมถึงส่วนประกอบอื่นๆ ทั้งหมดอันมีลักษณะที่สัมผัสได้ผ่านการมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน และการจัดตั้งที่องค์กรสร้างขึ้นและสื่อสารออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ มุมมองผู้บริหารจากการสัมภาษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครพบว่า การเป็นตัวของตัวเองที่ได้จากการค้นหาแล้วพบความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองไม่ว่าจะเป็นหลักสูตร การบริการ บุคลิกภาพ คุณธรรมจริยธรรม วัฒนธรรม อันเกิดจากความเข้มแข็งที่มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเขตกรุงเทพมหานคร ที่สะสมความเชี่ยวชาญพัฒนาในบริบทของตนที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วและต่างก็หาจุดเด่นของตนเองจนพบ ถือว่าเป็นโอกาสที่จะก้าวต่อไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ อาจารย์ นักศึกษา และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในสถาบันการศึกษาที่ต้องมีการพัฒนาเรียนรู้เพิ่มทักษะสิ่งใหม่อย่างไม่หยุดนิ่งพร้อมช่วยกันขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ชัดเจนบุคลากรจึงเป็นกำลังสำคัญที่จะมุ่งไปสู่การพัฒนา ดังที่ (อวิรุทธ์ เหมานูรักษ์ , 2555) ได้อธิบายว่า ประชาคมอาเซียนได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีบทบาทสำคัญเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาคนในองค์กรให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการพัฒนาทักษะพัฒนาความรู้ความสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันพัฒนาความรู้ความสามารถให้เป็มีมืออาชีพให้มีแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบให้กับองค์กรสร้างมูลค่าเพิ่มนำเทคนิคใหม่ๆ มาปรับใช้ในการพัฒนาคนและมีส่วนเข้าร่วมกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ แก่องค์กร นอกจากนี้ความเป็นอัตลักษณ์ในตัวของนักศึกษายังต้องมั่นฝึกความมีวินัยสร้างระเบียบให้กับตนเอง สร้างคุณธรรมจริยธรรมเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและหน้าที่การงานที่ดีได้ เร่งสร้างกระบวนการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ภาษา และตำแหน่งทางวิชาการต้องสร้างความเข้มแข็งเทียบทันมหาวิทยาลัยอื่นๆ พัฒนาตนเองไปตามนโยบายที่ตั้งเป้าไว้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ให้ดี การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ถึงแม้ว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งจะทำหน้าที่ผลิตครูที่เหมือนกันจากพื้นฐานความจริง แต่ท้ายสุดมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งก็ต้องสร้างและพัฒนาให้กลายเป็นจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์เพื่อสอดรับการเข้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสร้างความได้เปรียบสามารถแข่งขันได้ จึงต้องปรับตัวด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งทุกราชภัฏที่มีพื้นฐานมาจากครูก็ตาม ขณะเดียวกันการสร้างบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับจิตใจที่จะเลือกเรียนก็เป็นสิ่งสำคัญ ถึงแม้ไม่ได้เรียนหลักสูตรที่เป็นอัตลักษณ์แต่ก็สามารถพัฒนาบุคลิกภาพและเลือกสรรคจากการเรียนในสิ่งที่เหมาะสมเพื่อก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายของตนให้เกิดความสำเร็จการปรับตัวของสถาบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถพัฒนาเพื่อรองรับสิ่งใหม่กับการเปลี่ยนแปลงเช่น การขยายพื้นที่เพื่อรับรองนักศึกษาสามารถเป็นเส้นทางขยายได้อีกในมุมขององค์กรและเศรษฐกิจการปรับสถานที่ให้น่าเรียนสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามการทำวิจัยเผยแพร่พัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร แต่ถ้าองค์กรปรับตัวได้เปลี่ยนแปลงเร็วก็ไปได้เร็วกว่าแต่ก็ควรพิจารณาพื้นฐานตนเองให้ดีและต่อยอดความเก่งถึงจะได้จุดมุ่งหมายที่ชัดเจนการพัฒนาต้องไปให้เร็วการผลิตบัณฑิตให้เป็นที่พึงพอใจของผู้ประกอบการและผลิตให้ตรงกับสายงานหรือการนำไปประยุกต์การบริหารจัดการสายวิชาชีพ การพัฒนาด้วยการสร้างการสื่อสารร่วมกันบุคลากรและนักศึกษาร่วมกับประชาสัมพันธ์ช่วยกันเปิดใจรับข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อองค์กรการสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนพัฒนาการสื่อสารกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มุ่งการพัฒนาองค์กรให้เข้มแข็งด้วยการสื่อสารที่ไปในทิศทางเดียวกันและสร้างความเข้าใจให้เป็นหนึ่ง การสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) โดย

บทบาทหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์จะเน้นที่ภารกิจสื่อสารกับสื่อมวลชน (Press) ธุรกิจส่วนใหญ่ทำการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยกลวิธีด้านสื่อสารมวลชนสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณชน (Cornelissen, 2014 P. 4) การจัดสรรงบประมาณเพื่อบริหารจัดการให้เพียงพอใช้ในสิ่งที่เรามีอยู่สร้างความได้เปรียบ สร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้ดี ความเป็นเลิศเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่วนมุมมองประชาสัมพันธ์ ได้มีการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อที่รวดเร็วทันสมัย สิ่งสำคัญคนในองค์กรเองควรเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่าสื่อชนิดอื่นการสร้างเครือข่ายการทำงานมีศิษย์เก่าช่วยกันประสานแนะนำรุ่นน้องต่อไป การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้บุคลากรและนักศึกษาเข้าใจบริบทขององค์กรไม่ว่าจะเป็น นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญาที่ควรรู้ให้ไปในทิศทางเดียวกัน สร้างความเป็นหนึ่งในการสื่อสารทั้งองค์กรอย่างมีแบบแผนและเกิดประสิทธิภาพการพัฒนาสื่อให้เข้มแข็งเพื่อส่งคมการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ นโยบายผู้บริหารสร้างข้อมูลข่าวสารออกสื่อทุกช่องทางให้เข้าถึง ทันเหตุการณ์ ณ ปัจจุบัน การสร้างภาพลักษณ์สถาบันการศึกษาของตนให้ดีแก่สายตาคณาจารย์นอกและอีกปัจจัยหนึ่งการพัฒนาด้วยการสร้างการสื่อสารร่วมกันบุคลากรและนักศึกษาร่วมกับประชาสัมพันธ์ช่วยกันเปิดใจรับข้อมูลข่าวสารการพัฒนาช่องทางสื่อสารเพื่อองค์กรพัฒนาการสื่อสารกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมุ่งการพัฒนาองค์กรให้เข้มแข็งด้วยการสื่อสารที่ไปในทิศทางเดียวกันและสร้างความเข้าใจให้เป็นหนึ่ง อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญเป็นสิ่งสำคัญซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้บริหารให้งบประมาณน้อยในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสารซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานทำได้เพียงเท่าที่มี จึงไม่เต็มทีในการให้ข้อมูลข่าวสาร และช่องทางบางช่องทาง หากมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อบริหารจัดการให้เพียงพอใช้ในสิ่งที่เรามีอยู่สร้างความได้เปรียบเพื่อสร้างหลักสูตรพัฒนาเป็นอัตลักษณ์สู่ความเป็นเลิศเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้แล้วการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล และบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อ ด้านเทคนิคความชำนาญที่จะเข้ามาช่วยงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็ขาดแคลนสำหรับบางสถาบันการศึกษา ซึ่งในบางครั้งมีเหตุการณ์เร่งด่วนแต่ไม่สามารถทำได้ทันเหตุการณ์ ดังที่รักษาการหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...เรื่องความชัดเจนนโยบายระดับผู้ใหญ่ แต่ละปีบางครั้งมีประชุมเอกสารออกมาซ้ำไป ถึงเวลาที่ประกาศมันน่าจะดีและด้วยวาจา เวลาก่อนเปิดการศึกษาใหม่มันต้องมีเวลาของมัน timing จะไม่เห็น เราต้องตัดทิ้งเป็นจุดขายได้ ช่วงเวลาไม่ทันต้องตัดทิ้ง ช่วงเวลาหนึ่งสื่อพิมพ์ต้องออกก่อนประชาสัมพันธ์พยายามทำทุกช่องทางเลยไปไม่ทันมีหลายขั้นตอนไม่ผ่านการปรับปรุง...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 25) ส่วนเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...มองว่าควรจะมีการโฆษณาอาจใช้เงินเยอะหน่อย ที่วีซีดีเพราะมีงบประมาณจำกัดทำการสื่อสารไม่เต็มที่ทำเท่าที่มีสื่อจัดกิจกรรมร่วมกับหลักสูตรประชาสัมพันธ์ช่วยกันทำ...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 22) ซึ่งหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...การสื่อสารต้องพัฒนามากกว่านี้สื่อต่างๆ เรามีสื่อทีวีเราไม่ทำรายการ เราสามารถทำได้แต่ หนึ่งไม่มีงบประมาณไม่มีเงินที่มีแต่หัว สมัยก่อนเราด้อยเราดีพอหรือยัง และสองคือ คน ช่องทางรออยู่ มีหัวหน้าคนผู้บริหารราชภัฏทำแบบเล็กเราอยู่ไม่ได้คุยผ่านรองอธิการฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนาอะไรเป็นแผนที่คิดในปีหน้าส่วนใหญ่จุดอ่อนอะไรหลายอย่างมองเราเป็นเด็กเก่าเห็นชัดเจนอะไรเราด้อย ดีหรือยัง...เราเป็นโครงการไม่มีแผนแม่บท...” (สัมภาษณ์ 2557 กุมภาพันธ์ 4) ขณะที่

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...การสื่อสารอยากให้ทุกคนช่วยกันดุสิตเราสื่อที่ดีปากต่อปาก เราทำวิจัยสั้นๆ ออกมาส่ง sms line facebook ปรากฏผู้สูงอายุไม่รับรู้สื่อ ไม่เปิดคอมพิวเตอร์ไม่รู้ตกค้างไป...” (สัมภาษณ์เมื่อ 2557 มกราคม 23) ส่วนรักษาการหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร “...มุ่งเน้นเป็นพัฒนาการสื่อสารภายในให้เข้มแข็งควรจะทำกันทุกคน ถ้ามองคนการพัฒนาด้วยกันลดความขัดแย้งในองค์กรมุมมองเดียวกันทำให้คนในองค์กรคิดเหมือน เช่น พัฒนาเรื่องนี้ให้คนในองค์กรต้องค่อยๆ พูดคุยเป็นการคุยกันพูดแต่เรื่องเดียวซ้ำๆ กันจะดีมาก เรื่องที่พัฒนาการให้ข้อมูลส่วนมากมีข้อเสีย (สัมภาษณ์เมื่อ 2556 ธันวาคม 24) ซึ่ง (Seitel 2011 P.207-215) ได้เสนอแนะแนวทางการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพว่า องค์กรใดที่ผู้บริหารสูงสุดให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในกับพนักงานโดยใช้ตัวเองเป็นสื่อบุคคลในการเข้าถึงพนักงานกลุ่มต่างๆ มักจะได้รับการตอบรับที่ดีการมีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารและปัญหาอุปสรรคต่างๆ ตลอดจนเสนอแนะปัญหาอุปสรรคต่างๆ ได้โดยตรงกับผู้บริหาร นอกจากจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณได้รับเกียรติและความไว้วางใจแล้วพนักงานยังรู้สึกอบอุ่นใจในความจริงใจที่ผู้บริหารแสดงออกเกิดความเชื่อถือและที่สำคัญผู้บริหารได้รับรู้ถึงสภาพที่แท้จริงขององค์กรด้วยตนเองในบางแง่มุมที่คาดไม่ถึง แต่กระนั้นเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้แสดงความคิดเห็นว่า “...ผมมองว่าองค์กรต้องปรับภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยไม่ปรับนามธรรม มหาวิทยาลัยอบอุ่นและมีหลักสูตรได้มาตรฐาน สังคมปัจจุบันเราควรปรับ รูป รส กลิ่น เสียง เราปรับมหาวิทยาลัยให้อร่อยมีรสชาตินะ คนมองว่าจริงหรือเปล่าเราต้องพยายามปรับปรุงภาพลักษณ์ความสวยงามหน้าตามหาวิทยาลัย ภูมิทัศน์ ห้องการเรียนการสอนหรือห้องเรียนสื่อที่ขาด ตอนนี้อัดภูมิทัศน์สำคัญมหาวิทยาลัยเราอยู่ริมถนนแต่ว่าคนไม่ค่อยสังเกตเรามีติดกับโรงแรม ห้างสรรพสินค้า เอกชน เราต้องปรับเพื่อเอาหน้าตาไว้ก่อน เพราะการเรียนการสอนสำคัญ เช่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นตึกเพชรสนามหญ้าเด่น ตึกสวยงามเรียนดีมันใจของเราขาดไป เราเป็นตึกเก่าต่อเติมพื้นที่น้อยเด็กไม่เข้าใจกลัวไม่ model พยายามสร้างตึกเพื่อใช้ห้องเรียนภาพออกมาไม่สวย ไม่ทันสมัยประชาสัมพันธ์พยายามให้เทคนิคสวย ผู้บริหารหัวโบราณเด็กต้องเรียบร้อยภาพเด็กอ่านหนังสือ ภาพเด็กยืนยิ้มไม่ได้ ไม่มีสมองหรือเปล่า ไม่มีสัมมาคาราวะ สมัยก่อนอยากทำอะไรทำเลย ปัจจุบันดูนายกสภามหาวิทยาลัยอธิการบดี ดูภาพรวมเราปรับให้ผู้บริหารเข้าใจว่าหน้าตาสำคัญ เราเอาความสวยงามเป็นหลักทำปรับปรุงภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยตึกแต่งให้สวยตึกสวยเด็กอยากเรียนมหาวิทยาลัยมีมุมสวยคัตเด็กหน้าตาดี landscape มันถึงกันหมด...” (สัมภาษณ์ 2557 กุมภาพันธ์ 4)

รูปแบบยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารที่ได้จากนันททัศนะเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1). มหาวิทยาลัยสวนดุสิต 2). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 3). มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา 4). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 5). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 6). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เพื่อเตรียมความ

พร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ที่มีความเหมือนหรือแตกต่างในอัตลักษณ์ของแต่ละแห่ง อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมจธบุรีมีจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสผลกระทบที่เกิดจากอัตลักษณ์ อัตลักษณ์แต่ละแห่งทำให้มหาวิทยาลัย บุคลากร และนักศึกษาเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้หรือไม่ และแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการในการเสริมสร้างอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งลดจุดอ่อนเสริมสร้างโอกาสและผลกระทบ นอกจากนี้ยังได้มุมมองจากนานาชาติคณะของนักประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิธีการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์เชิงบวก ลดอัตลักษณ์เชิงลบแสวงหาโอกาสจากอัตลักษณ์และลดผลกระทบจากอัตลักษณ์ที่อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารและองค์ประกอบที่ใช้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ แล้วจึงนำผลสรุปที่ได้มาสร้างยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนที่ได้มุมมองจากผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์รวมถึงแนวคิดการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์มีผลในเชิงประจักษ์ ข้อเสนอแนะต่างๆ

จากบทสรุปการวิจัยอาจกล่าวได้ว่า (Precise Identity), (Proper Channels) , (Communication Continuously), (Communication Systematically), (In-to-Out Development), (Objectives Congruent), (Team) , (Communicational Integrated) ซึ่งสามารถสรุปรูปแบบยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์การสื่อสารจากการวิจัยคือ DIS 2 CIT โดยเป็นการใช้คำสำคัญในแต่ละองค์ประกอบ (Components) และได้ให้ความหมายสำคัญคือ

Precise Identity	=	การกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน
Proper Channels	=	ใช้ประโยชน์การสื่อสารทุกช่องทาง
Communication Continuously	=	ทำอย่างต่อเนื่อง
Communication Systematically	=	ทำอย่างเป็นระบบ
In-to-Out Development	=	พัฒนาจากภายในสู่ภายนอก
Objectives Congruent	=	ความสอดคล้องเป้าหมาย
Team	=	ทีม
Communicational Integrated	=	การสื่อสารอย่างบูรณาการ

1. อัตลักษณ์ (Identity) การกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร คือ การมีอัตลักษณ์เป็นของตนเองที่สามารถสร้างความแตกต่างที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน อัตลักษณ์อาจได้มาจากความเชี่ยวชาญการสะสมมาเป็นเวลานานจนเกิดกลายเป็นจุดแข็งหรือจุดเด่นพัฒนาต่อเนื่องเป็นอัตลักษณ์ที่มากด้วยประสบการณ์และเป็นที่ยอมรับ เช่น วัฒนธรรม ศิลป ดนตรี อาหาร ความเป็นประวัติศาสตร์ ความเป็นวัง บุคลิกภาพ สัญลักษณ์ หรือหลักสูตรการเรียนการสอนที่เกิดจากความเชี่ยวชาญที่สะสมและสืบทอดพัฒนากลายเป็นอัตลักษณ์ประจำของ

สถาบันการศึกษาให้เกิดการยอมรับในประชาคมและสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันการศึกษาได้ เมื่อเอ่ยหรือนึกถึงสถาบันการศึกษานั้นๆ จะนึกถึงอะไรเป็นหลักสำคัญ

2. ช่องทาง (Channels) การใช้ประโยชน์การสื่อสารทุกช่องทางที่มีชาวสารกิจกรรมภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ เปิดสถาบัน แนะนำหลักสูตร รับสมัครนักศึกษา อบรม บริการวิชาการชุมชน การเคลื่อนไหวสู่ AEC อย่างต่อเนื่องทุกระดับชั้น โดยการใช้หลักการสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวองค์การที่สามารถใช้วิธีการสื่อสารมาประยุกต์ให้ถูกต้อง การใช้ช่องทางการสื่อสารหรือกระบวนการสื่อสาร SMCR ที่ชัดเจน กล่าวคือ ผู้ส่งสาร ข้อความในตัวสารที่ถูกต้องชัดเจน เข้าใจง่าย การใช้ภาษาให้ถูกต้อง มีการกลั่นกรองในสารก่อนถูกส่ง ข้อมูลออกไปยังช่องทางต่างๆ ที่สถาบันการศึกษาเตรียมไว้ให้ถูกกลุ่มเป้าหมายหรือตัวผู้รับสาร ผู้รับสารสามารถเข้าใจตรงกันกับผู้ส่งสารในเนื้อความของสารอันสามารถโต้ตอบซึ่งกันและได้อย่างสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันอย่างถูกที่ ถูกเวลาและทันท่วงที ทั้งสื่อสารภายในและสื่อสารภายนอก และปรับให้เหมาะสมกับวัย และฝ่ายประชาสัมพันธ์มัธยมศึกษาวิจัย สสำรวจ สังเกตเพื่อพัฒนาช่องทางให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

3. ความต่อเนื่อง (Continuously) สอดคล้องมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร มีการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความคิดกระบวนการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอพัฒนาทักษะให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ พัฒนาการบริหารจัดการ พัฒนาหลักสูตรใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันต่อยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม อย่างไม่หยุดยั้ง ที่ทุกสถาบันการศึกษาต้องมองตนเองที่จะใช้กลยุทธ์ที่ตนมีอยู่อย่างถ่องแท้และยืดหยุ่นสมบูรณ์เพื่อความอยู่รอดและเป็นเลิศ

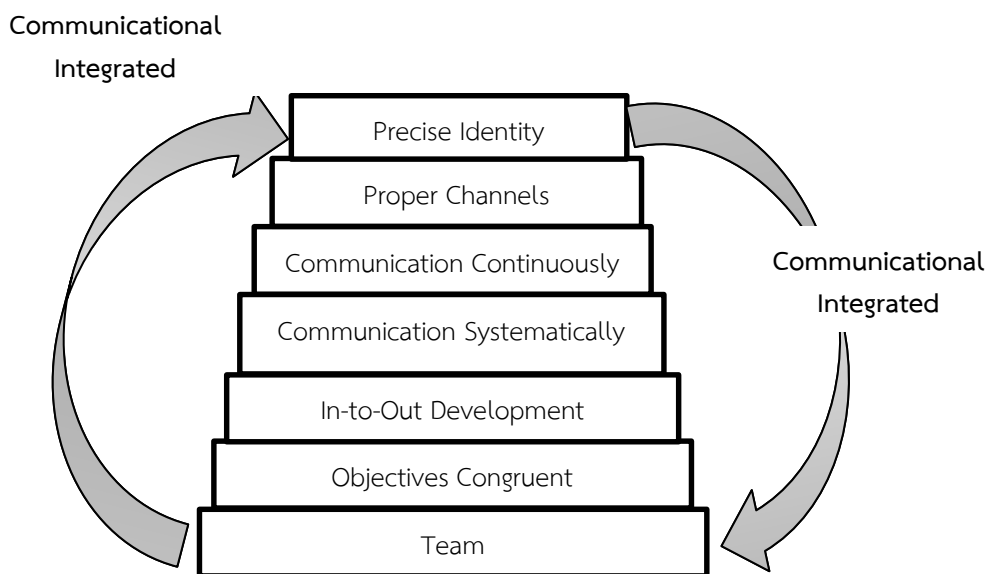
4. เป็นระบบ (Systematically) การทำอย่างเป็นระบบใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการบริหารจัดการ เพื่อการไหลเวียนของข้อมูลผ่านระบบเครือข่าย สร้างความสะดวก ถูกต้อง รวดเร็วและไม่ซับซ้อนในการทำงานทำให้องค์กรสามารถลดจำนวนงานบางอย่างได้ รวมถึงการทำงานในทุกระดับชั้นให้ไปอย่างมีระบบและใช้ทรัพยากรอย่างถูกต้องแบบค่อยเป็นค่อยไปใช้เวลารักษามาตรฐานให้ดีเป็นเลิศในแบบเฉพาะของตน

5. พัฒนา (Development) การพัฒนาจากภายในสู่ภายนอกอันเกิดจากการสร้างกิจกรรม/โครงการของนักศึกษาที่เกิดจากการเรียนการสอนการพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณภาพต่อยอด การพัฒนางานวิจัย การพัฒนางานวิชาการให้เข้มแข็ง พัฒนาความเชี่ยวชาญให้เกิดความเก่ง พัฒนาบุคลากรให้เก่ง การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม พัฒนาศิลปวัฒนธรรมอาหารดนตรีความเป็นไทย ความเป็นวัง ความเป็นประวัติศาสตร์เป็นเอกลักษณ์ให้มีเสน่ห์ การพัฒนาองค์ความรู้ ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอาเซียน การสร้างเครือข่าย MOU กับอาเซียน การสร้างกิจกรรมอันเกิดจากอัตลักษณ์ อนุรักษ์ พื้นฟู พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือการส่งเสริมและพัฒนาชุมชน ปลุกจิตสำนึกสู่สากล เสริมสร้างสมรรถนะการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล พัฒนาศักยภาพให้แตกต่าง พัฒนาภูมิทัศน์ สถานที่สร้างบรรยากาศ ที่สถานการศึกษาจัดให้มีขึ้นจากภายในแล้วส่งเสริมเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง

6. สอดคล้องเป้าหมาย (Congruent) ความสอดคล้องเป้าหมาย เช่น ปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแต่ละสถาบันการศึกษามีไว้สำหรับการทำงานให้บรรลุนโยบาย เกิดในทิศทางเดียวกันอย่างถูกต้องและเข้าใจที่ตรงกันปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายหรือการสื่อสารร่วมกันอย่างเข้าใจเพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติเป้าประสงค์ของตน

7. ทีม (Team) การทำงานเป็นทีม อันเกิดจากความรัก ความสามัคคี และความศรัทธาทำงานด้วยสุจริตกายใจ ปราศจากอคติการมีคุณธรรมจริยธรรมในหน้าที่ที่ดีต่อสถาบันการศึกษาของตน อย่างถูกต้อง มีความคิดเห็นที่เป็นอิสระ และมีเหตุผลจึงจะช่วยให้งานบรรลุจุดหมายและประโยชน์ที่พึงประสงค์ให้ครบถ้วน มีการแลกเปลี่ยนทักษะร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา หรือผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมกันอย่างพี่น้องครอบครัวเดียวกันไม่มีใครทำงานคนเดียวทุกชิ้นงานมี work shop เชิงปฏิบัติที่ต้องระดมความคิดจึงทำงานผลงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสร้างการรู้จักนิสัยใจคอซึ่งกันเกิดแรงจูงใจร่วมกันเกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นที่จะสร้างผลผลิตที่ดีให้กับองค์กรให้เกิดความสุขในการทำงานสามารถปรับตัวเข้าหาสังคม สร้างคนเก่งคนดีได้

8. การสื่อสารบูรณาการ (Communicational Integrated) การสื่อสารอย่างบูรณาการอันเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่ต้องมีการสื่อสารที่เปรียบเสมือนสายโลหิตที่หล่อเลี้ยงองค์กรให้ไหลเวียน นั่นหมายถึง ข้อมูลข่าวสารต้องไหลเวียนให้บุคลากรทุกระดับชั้นได้รับรู้ การที่ผู้บริหารลงไปปฏิบัติงานเองสามารถเป็นข่าว ซึ่งฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปสู่สาธารณะชน อันประกอบด้วย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อภายในภายนอกอาคาร สื่อใหม่ สื่อบุคคล สื่อสารมวลชน การใช้สื่อโฆษณาผสมผสานให้ความสำคัญทุกสื่ออย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์ สร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่องและต่อยอดทั้งเชิงรุกและเชิงรับ แต่ทั้งนี้ทุกคนต้องช่วยกันเปิดรับสื่อถึงจะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ตรงกันทั่วทั้งองค์กร



ภาพที่ 5.13 การแสดงยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

จากรูปแบบยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน อธิบายได้ว่า (Precise Identity) หมายถึง การกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครควรมีอัตลักษณ์เป็นของตนเองที่ซึ่งอัตลักษณ์แต่ละที่นั้นมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบริบทแต่ละสถานที่นั้นๆ ที่สืบเนื่องจากความเป็นมาการสะสมความเชี่ยวชาญให้กลายเป็นจุดเด่นจุดแข็งและพัฒนากลายเป็นอัตลักษณ์ที่ให้คนอื่นบอกว่าเราเป็นใคร มีอะไรเป็นจุดเด่นจุดสำคัญเมื่อเอ่ยหรือนึกถึง การมีอัตลักษณ์ที่เป็นแบบเฉพาะของตนเองสามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้กับองค์กรที่สามารถทำให้ประชาคมได้รู้จักเมื่อชานนามและสร้างความเป็นเลิศให้กับสถาบันการศึกษาของตนได้ (Proper Channels) เมื่อมีอัตลักษณ์แล้วการสร้างความเข้าใจในการข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่บุคลากร หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องได้รับรู้และรู้จักผ่านช่องทางทางการสื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมโครงการ การบริหารจัดการ ภายในสถาบันการศึกษาที่เกิดขึ้นผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์หรือการสร้างประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสารอันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้รู้ในทิศทางเดียวกันกับกิจกรรมโครงการอันหลากหลายภายในสถาบันการศึกษาจัดให้มีขึ้นโดยใช้ประโยชน์การสื่อสารทุกช่องทาง (Communication Continuously) หมายถึง ทำอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาหลักสูตร พัฒนาคณาจารย์และนักศึกษาให้เกิดความเก่งความเชี่ยวชาญให้เป็นเลิศในสาขาวิชาชีพ พัฒนาการวิจัยหรืองานวิชาการ พัฒนาทักษะให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นนวัตกรรมสิ่งใหม่ที่สามารถแข่งขันได้ พัฒนาอัตลักษณ์สู่สากล พร้อมทั้งการทำงานอย่างมีหลักธรรมาภิบาลที่สามารถพัฒนาจิตใจให้มีความเข้มแข็ง อดทน สุจริตทั้งกายและใจ และสร้างฐานความรู้ให้กับบุคคลภายนอก พัฒนาชุมชนให้เกิดภูมิปัญญาผ่านการสื่อสารอันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง (Communication Systematically) ทำอย่างเป็นระบบการทำงานในปัจจุบันได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการ การสร้างฐานข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ลดการทำงานที่ซับซ้อนในบางสิ่งบางอย่าง การทำงานให้เกิดระบบที่ดีควรสร้างจากการบริหารจัดการให้เข้มแข็งมีทิศทางเพื่อให้ทรัพยากรบุคคลสามารถทำงานอย่างเป็นระบบได้ทุกระดับชั้น ตั้งแต่บนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในแนวระนาบ ให้เกิดการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรร่วมกัน (In-to-Out Development) พัฒนาจากภายในสู่ภายนอกอันเกิดการประชุมผู้บริหารเกิดทักษะแลกเปลี่ยนซึ่งกัน พัฒนาอัตลักษณ์ พัฒนาผลงานทางวิชาการและงานวิจัย พัฒนาหลักสูตรให้เกิดการต่อยอด พัฒนาบุคลิกภาพให้เกิดคุณธรรมจริยธรรมและความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร พัฒนาสถานที่ปรับภูมิทัศน์ให้เกิดบรรยากาศที่ดี พัฒนา อนุรักษ์ ฟื้นฟู อนุรักษ์แก่ชุมชน พัฒนาการสร้างเครือข่าย MOU ร่วมกับอาเซียน พัฒนาภาษาอังกฤษทั้งบุคลากรและนักศึกษารวมถึง ภาษาอาเซียน พัฒนาคณาจารย์ให้เกิดความเชี่ยวชาญ พัฒนาความเป็นศิลปะ วัฒนธรรม อันเกิดจากอัตลักษณ์ให้คงความมีเสน่ห์ความเป็นไทย อันเป็นกิจกรรมภายในของสถาบันการศึกษาผ่านการสื่อสาร (Objectives Congruent) ความสอดคล้องเป้าหมายที่แต่ละสถาบันการศึกษามี ปรารถนา วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ที่สถาบันการศึกษาได้มีไว้เพื่อให้งานสอดคล้องกัน ทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงประเด็นผ่านกระบวนการสื่อสารให้

ไปในทิศทางและถูกต้องในนโยบายร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (Team) การทำงานเป็นทีมมีส่วนสำคัญยิ่ง เพราะการทำงาน work shop เชิงปฏิบัติงานร่วมกันต้องเกิดความคิดสร้างสรรค์เกิดผลผลิตให้ได้ คุณภาพให้กับองค์กร การทำงานเป็นทีมที่ดีได้นั้น ต้องการเกิดจากความเข้าใจซึ่งกันและกัน ความรัก ความศรัทธา ความมีมนุษยสัมพันธ์ต่อกันเกิดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น และเกิดทุกระดับขึ้นตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงระดับปฏิบัติที่สามารถปรึกษาหารือระดมความคิดร่วมกันเกิดผลงานใหม่ๆ ให้แก่ องค์กรสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้น เกิดความสุขในการทำงานที่ดีต่อกันปราศอคิดกันคิดบวกทำให้เกิด ความพึงพอใจในการทำงานมีบรรยากาศที่ดีในเมื่อทุกอย่างเกิดจากความสุขในการทำงานร่วมกัน ผลงานดีมีรางวัลเกิดแรงจูงใจและสร้างมาตรฐานร่วมกันได้ที่สามารถนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนและสากลเมื่อมองผ่านตนเองสร้างความเข้มแข็งต่อ องค์กรร่วมกัน (Communicational Integrated) การสื่อสารอย่างบูรณาการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ ที่สุด อัตลักษณ์ต้องใช้การสื่อสารเข้ามาจับกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ประชาคมรับรู้ การใช้ กระบวนการสื่อสารทุกช่องทาง เพื่อให้รับรู้ถึงกิจกรรมโครงการอันเกิดจากภายในสถาบันการศึกษา ของตนที่จัดขึ้นไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านกระบวนการทำงานร่วมกันพัฒนางานให้ได้มาตรฐาน อย่างเป็นระบบและต่อเนื่องด้วยการสื่อสารสร้างสัมพันธ์กันอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ไปสู่เป้าหมายของ องค์กรที่กำหนดไว้ ไม่ว่าจะเป็น วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย ยุทธศาสตร์ตามบริบทที่สถาบันการศึกษา แต่ละที่กำหนดไว้ ให้การทำงานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันโดยใช้การสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงทุก กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในองค์กรอย่างเข้มแข็งและพัฒนาที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรได้ ดังนั้น การสื่อสารอย่างบูรณาการอันมีฝ่ายการสื่อสารองค์กรหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องให้รับทราบถึงกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ หรือสิ่งใหม่ๆ ที่ สถาบันการศึกษาต้องการเผยแพร่ให้ประชาคมรับรู้ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ทุก ชนิดและการใช้สื่อการโฆษณาผสมผสานให้สอดคล้องกับโอกาส เวลาและสถานที่ที่เหมาะสมรวมถึง การให้ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนที่จะมีบทบาทร่วมกันในการสร้างข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชน อย่างไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่ง (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ 2558) อธิบายว่าการขยายบทบาทออกไปในระดับ นานาชาติทำให้ระบบการวางแผนการสื่อสารแบบรวมศูนย์มีความจำเป็นมากขึ้นเพื่อให้องค์กรหรือ ธุรกิจสาขาจะเปิดดำเนินการหรือกำลังดำเนินการอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกเข้าใจและสามารถ ปฏิบัติการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีระบบมีมาตรฐานและมีความเป็นหนึ่งเดียวตามแนว ทางการสื่อสารอัตลักษณ์องค์กร ขณะนี้ (Van Riel และ Fombrun, 2007) อธิบายว่า การสื่อสาร องค์กรเน้นหลักการสื่อสารแบบผสมผสานที่เรียกว่า การสื่อสารแบบบูรณาการ แนวทางการ ดำเนินงานที่สำคัญจึงอาศัยเครื่องมือการสื่อสารองค์กรประกอบด้วย การใช้ระบบอัตลักษณ์เชิง ประจักษ์ การสื่อสารด้วยวิถิบูรณาการ การอาศัยทีมงานส่วนต่างๆ ที่ประสานกันได้ดี และการใช้ ระบบการวางแผนแบบรวมศูนย์

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขต กรุงเทพมหานคร นั้นต้องมีความพร้อมด้วยการมองตัวตนของตนเองก่อนว่ามีจุดแข็งจุดเด่นอะไรที่สื่อ ออกไปให้ประชาคมรับรู้ถึงอัตลักษณ์ที่สำคัญของตนผ่านการสื่อสารอย่างบูรณาการเชื่อมโยงกับการ ทำงานและกิจกรรมโครงการภายในที่จัดขึ้นให้สอดคล้องถึงกันหมด เพื่อให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เช่น บุคลากร นักศึกษา ผู้ปกครอง และผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับรู้ถึงบทบาทของตนเอง เกิดทิศทางในการทำงานได้อย่างเข้าใจและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งสามารถขับเคลื่อนองค์กรสู่ภายนอก สู่ระดับประเทศ ระดับนานาชาติ ซึ่งรูปแบบยุทธศาสตร์นี้เป็นเครื่องมือที่จะทำให้คุณภาพการสื่อสารภายในองค์กรสอดคล้องกับการทำงานที่ตีร่วมกันในแต่ละบริบทของสถาบันการศึกษานั้นๆ อย่างเป็นเลิศและเข้มแข็งด้วยการมองตนเองให้ชัดเจนก่อนสู่อาเซียนเพื่อสร้างความยั่งยืนและแข่งขันได้

ข้อเสนอแนะ

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร อันมีฝ่ายการสื่อสารองค์กรหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรมีการทำวิจัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์หรือการลงนามเพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงผู้รับสารหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนได้ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารสะดวกและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ช่องทางใด ความพึงพอใจในช่องทางใดให้เหมาะสมกับแต่ละวัยให้ได้รับสารอย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ได้

2. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอันดับต้นๆ ให้ความสำคัญกับนโยบายการสื่อสาร การพบปะบุคลากรให้เกิดทิศทางการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ รวมถึงบรรยากาศภายในองค์กรให้มีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ข่าวสารของผู้บริหารควรเป็นไปอย่างเปิดเผย มีการแจ้งข่าวสารให้ทั่วถึงทุกระดับชั้นอันส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา และยังส่งผลถึงการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรเสมือนพี่น้องให้เกิดความศรัทธาและความสุขในการทำงานร่วมกัน

3. ผู้บริหารควรสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคลากรผ่านสื่อด้วยการจัดกิจกรรมภายใน เช่น เมื่อบุคลากรของตนได้ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ ควรให้เขียนการ์ดด้วยลายมือผู้บริหารในการขอแสดงความยินดีกับตำแหน่งวิชาถึงความภูมิใจเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ใต้บังคับบัญชาออกเวทีงานเลี้ยงฉลองเพื่อเป็นขวัญและแรงจูงใจให้กับรุ่นต่อๆ ให้เกิดมาตรฐานเดียวกันเกิดความภาคภูมิใจที่ตกกลายเป็นวัฒนธรรมที่ตีร่วมกันและมีความสุขในการทำงาน

4. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับงบประมาณในการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและเพียงพอ เพื่อให้ผลผลิตอันเป็นประโยชน์ที่สถาบันการศึกษาของตนสร้างมาออกสู่เวที ออกสื่อต่างๆ ทุกๆ ช่องทางที่จะเผยแพร่ออกประชาสัมพันธ์ และสร้างสื่อโฆษณาให้ประชาคมรับทราบอย่างทั่วถึงเกี่ยวกับบทบาทของตน

5. มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครควรมั่นสร้างกิจกรรมเพื่อชุมชนสร้างรายได้ อาชีพให้กับสังคม พัฒนาสร้างงานด้วยภูมิปัญญา และสร้างงานวิจัยให้ชุมชนเผยแพร่เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดการต่อยอด เพราะหัวใจสำคัญของราชภัฏคือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ทั้งนี้สามารถสร้างกิจกรรมโครงการภายในออกสู่ภายนอกผ่านกระบวนการสื่อสารทุกช่องทางอย่างบูรณาการอันเป็นประโยชน์และสร้างชื่อเสียงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษามีการแข่งขันกันสูงและทวีคูณขึ้นเป็นลำดับเนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีภาระหน้าที่การพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน องค์กรจึงต้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโดยการดำเนินการพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถให้เป็นสากล นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของสภาวะการณ์ที่มีการสื่อสารไร้พรมแดน เทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและไม่หยุดยั้งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนและรุนแรงในเชิงพลวัต (Dynamic) จึงเป็นยุคของระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) ประชาคมโลกต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้สังคมและระบบเศรษฐกิจที่ซับซ้อนเชื่อมโยงกันมากขึ้นมีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วทั่วโลก ซึ่งนอกเหนือจากยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนแล้ว สิ่งที่ควรทำวิจัยและสานต่อเนื้อหาเพื่อให้องค์กรก้าวสู่ความเป็นสากลนั้นคือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กร ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรเพื่อการประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรและชื่อเสียงอย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์แผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรระหว่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ การทำวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมนั้น ผู้วิจัยสามารถสร้างความต่อเนื่องโดยการจัดทำ Focus Group ในมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏในแต่ละภูมิภาคของประเทศเพิ่มเติมได้