

แนวคิดอนาคตการสื่อสารใหม่ วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
วิทยาเขตจังหวัดสตูล แห่งดินแดนเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้

New Concept of Communication: A lesson from College of Innovation and
Management, Songkhla Rajabhat University in the Special Administration
Zone in the South Office

อาชารินทร์ แป้นสุข
Archarin Pansuk

ปร.ด.(นิเทศศาสตร์นวัตกรรม) วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บทคัดย่อ

บทความวิชาการ แนวคิดอนาคตการสื่อสารใหม่ วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูล แห่งดินแดนเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้ วัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนกระบวนการทศน์ใหม่ด้านการสื่อสารใหม่ เพื่อรับใช้สังคมอนาคตในการพัฒนา การบริหารและการป้องกันแก้ไขวิกฤต ประกอบด้วย 1) วิเคราะห์จุดแข็งและโอกาส 2) กลยุทธ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร 4) การพัฒนาโครงสร้างงานสื่อสารองค์กร และ 5) การวิจัยและการประเมินผล ภายได้ปรากฏการณ์ใหม่ทางนิเทศศาสตร์ ยุคศตวรรษที่ 21 และกระบวนการทศน์ใหม่ความเป็นหนึ่งเดียว เพื่อรองรับโครงการได้สันติสุขในการแก้ไขปัญหาความไม่สงบลดความขัดแย้งและความรุนแรงที่เกิดขึ้นในเขตพัฒนาเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้กับความต้องการวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของพื้นที่อย่างแท้จริงอันเกิดจากกระบวนการทศน์ใหม่และปรากฏการณ์ใหม่ทางนิเทศศาสตร์เป็นสำคัญ

คำสำคัญ : แนวคิดอนาคตการสื่อสารใหม่,เขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้,วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูล

ABSTRACT

This conceptual paper is on the new concept of the communication and its implication to College of Innovation and Management, Songkhla Rajabhat University in the Special Administration Zone in the South Office. The purpose of this paper is to create a new communications strategy in the educational institution in the area of southern special zone. The new concept of this paper draws the background information which will be useful for the research or any projects which will be held in this area. This new paradigm of communication concept based on the current needs, lifestyle and culture will help future research under the peace to resolve the unrest, conflict and violence that have occurred in the southern border special zone.

Keywords : New concept of communication, Special Administration Zone in the South Office , College of innovation and management, Songkhla Rajabhat University

บทนำ

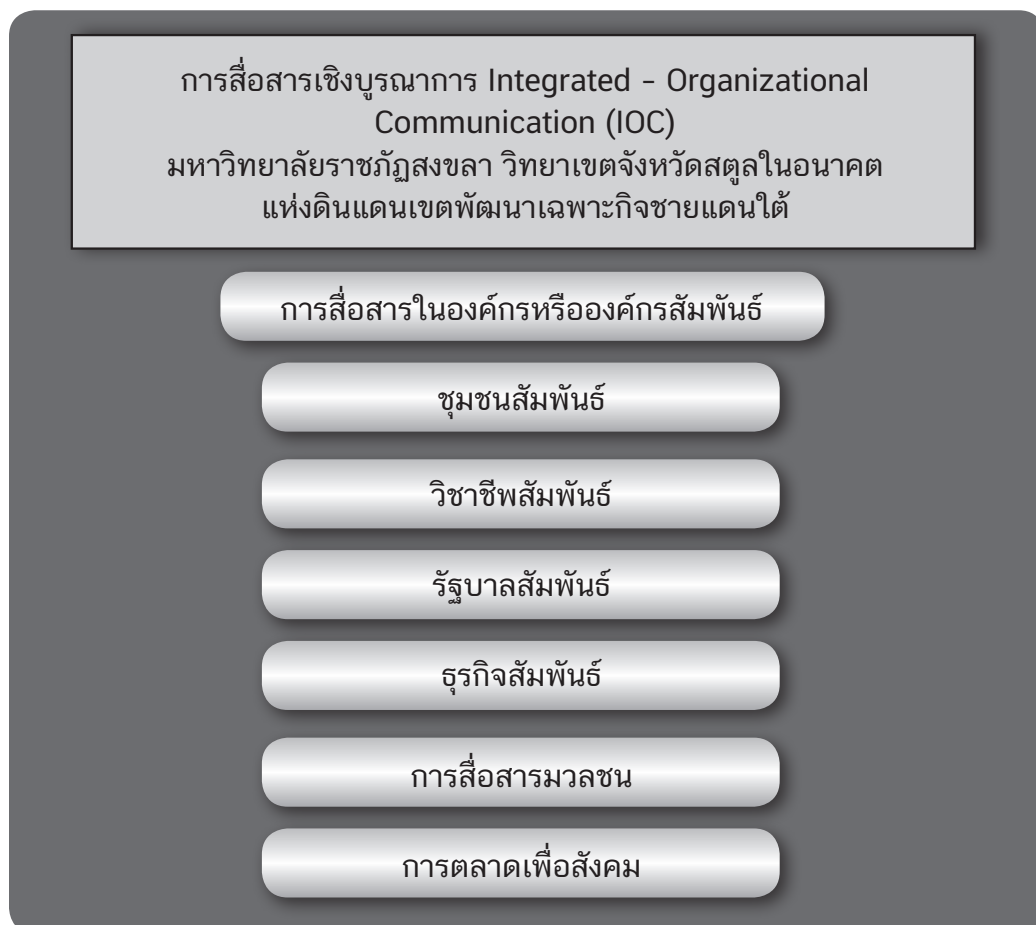
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาดำเนินโครงการจัดตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตสตูล ภายใต้วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาเป็นหน่วยงานขับเคลื่อน เพื่อรองรับ การพัฒนาจังหวัดให้สอดคล้องตามประเด็นยุทธศาสตร์จังหวัดชายแดนภาคใต้ นวัตกรรมสื่อสาร เป็นช่องทางในการสื่อสารเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้แห่งอนาคตบนความแตกต่างสังคมพหุลักษณะ อย่างสร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดในมิติของการมองการสื่อสารใหม่ในเชิงองค์รวมอันประกอบด้วย หลักพิธีกรรม ชีวิตวิทยาและนิเทศศาสตร์ ซึ่งกล่าวว่า ที่มนุษย์ในโลกมีสายพันธุ์เดียว (one species) สังคมเดียว (one society) วัฒนธรรมเดียว (one culture) ภาษาเดียว (one language) และ ศาสนาเดียว (one religion) (สมควร กวียะ, 2553:6) เอื้อประโยชน์ในการส่งเสริมนวัตกรรมสื่อสารเขตพัฒนา เฉพาะกิจชายแดนใต้แห่งอนาคต โดยให้ประสานงบประมาณการดำเนินงานจากทุกภาคส่วนทั้งใน ระดับชาติและระดับจังหวัด ณ พื้นที่สาธารณประโยชน์ ทุ่งใหญ่สารภี ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มีเจตนารมณ์ที่แน่วแน่และพันธสัญญา ที่ให้ไว้กับประชาชนในท้องถิ่น เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาจะ ขยายโอกาสทางการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยการพัฒนาหลักสูตรเปิดสาขาวิชาที่ตอบสนองและ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในเขตพัฒนาเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ ที่เป็นประโยชน์กับ ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืนสืบต่อไป (อาชารินทร์ แป้นสุข, 2559:16-25) ในส่วน การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้แห่งอนาคต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูล มุ่งสื่อสาร เขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้แห่งอนาคต ความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดในมิติของการมอง การสื่อสารใหม่ ที่เอื้อประโยชน์ในการส่งเสริมนวัตกรรมสื่อสารเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้แห่ง อนาคตเพื่อให้ทันกับโลกการศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีการสื่อสารช่วย ให้การศึกษาในเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้ได้สื่อสารกันง่าย ด้วยรูปแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) และแอปพลิเคชัน (Application) บนสมาร์ทโฟน ทำให้ผู้ใช้มีช่องทางการสื่อสารมากกว่าการสนทนาผ่าน โทรศัพท์ เช่น LINE, Chat on, iMessage, Facebook Messenger, WhatsApp และ BlackBerry Messenge ของวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตสตูล โดยมิ การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้เป็นตัวขับเคลื่อนมีหน้าที่ประสาน งานหลัก คือ การประสานงาน โดยจะเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ ทั้งนี้ ผู้ใช้งานสามารถติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านทางหน้าเว็บของผู้ให้บริการ การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณา การเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้แห่งอนาคต : วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูล จำเป็นต้องมีแผนกลยุทธ์อนาคต ตามกระบวนทัศน์ใหม่ความเป็นหนึ่งเดียว และปรากฏการณ์ใหม่ทางการนิเทศศาสตร์ยุคศตวรรษที่ 21 ทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านการสื่อสาร ส่งเสริมและพัฒนาประเทศชาติให้ทันโลก (ภัทริยา สังข์น้อยและคณะ, 2559:4) (อาชารินทร์ แป้นสุข, 2559:3) ดังนี้

ประการที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มีจุดแข็ง (Strength) คือ เป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของรัฐที่มีประวัติการก่อตั้งที่ยาวนาน 100 ปี ในปี 2562 ทำให้องค์กรหยั่งรากลึกทางด้านวิชาการในด้านการศึกษาและจิตวิทยา การพัฒนาเด็ก ครอบครัว ชุมชน ศิลปวัฒนธรรม (การศึกษาพบว่ากลุ่มประชาชนทั่วไปรู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษารู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา), เป็นสถาบันการศึกษาที่มีพื้นฐานทางกายภาพที่ได้เปรียบสถาบันส่วนใหญ่ คือมีท่าเลทองที่มีเนื้อที่กว้างขวางและมีฐานภูมิภาควิทยาอยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจของภาคใต้ที่สำคัญและตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา อันเป็นพื้นที่เน้นการศึกษา เป็นเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแสความสนใจของสังคม โดยเฉพาะที่ตั้งของมหาวิทยาลัยยังอยู่ใกล้กับเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้ ที่กลุ่มนักศึกษามัธยมตอนปลายต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา, มีศักยภาพทางด้านวิชาการหลากหลายแขนง ทั้งทางด้านครุศาสตร์ วิทยาการจัดการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นต้น, มีศิษย์เก่าศิษย์ปัจจุบันที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จสูงในระดับท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มีโอกาส (Opportunity) คือเป็นองค์กรที่ได้รับความสนใจของประชาชนระดับล่างและระดับกลางและเป็นที่สนใจของสื่อมวลชนทางด้านการพัฒนาท้องถิ่น, มีหน่วยงานที่มีศักยภาพ สามารถสนับสนุนงานด้านสื่อสารองค์กร อาทิ คณาจารย์และนักศึกษาจากคณะครุศาสตร์, หลักสูตรนิเทศศาสตร์, สถาบันวิทยุกระจายเสียง, คณะศิลปกรรมศาสตร์ เป็นต้น มีคณะและสถาบันที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสังคม อาทิ คณะครุศาสตร์, มีศิษย์เก่าที่ปัจจุบันเป็นที่นับถือบุคคลสำคัญ และมีบทบาทในสังคมสูง, ผู้บริหารมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับงานสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ, มีศักยภาพทางวิชาการ ที่ออกไปช่วยบริการสังคม, กิจกรรมและโครงการสื่อสารสู่จรรยาบรรณ เอื้อหนุนให้เกิดโอกาส, มีโอกาสในการใช้พื้นที่มหาวิทยาลัยในการบริการชุมชนหรือบริการท้องถิ่น 3 ด้าน คือ หนึ่ง) ด้านหน้ามหาวิทยาลัย (ทิศตะวันออก) สอง) ด้านหลังมหาวิทยาลัย (ทิศตะวันตก) และสาม) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการอันเป็นที่ตั้งเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้ในจังหวัดสตูล ที่เอื้อต่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยการร่วมมือของมหาวิทยาลัยการวิจัยแห่งชาติกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นจุดเริ่มต้นและอนาคตขยายภาคีเครือข่ายมหาวิทยาลัยต่างประเทศเป็นการยกระดับมหาวิทยาลัยไปสู่มาตรฐานสากลเชิงพหุลักษณะและรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ (มาตรา 40) มีพ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่เอื้อโอกาสให้มหาวิทยาลัยสามารถขอจัดสรรคลื่นความถี่ของมหาวิทยาลัยต่อไป โดยเฉพาะโทรทัศน์เพื่อท้องถิ่น, สถาบันการวิจัยและพัฒนา เป็นสถาบันที่ส่งเสริมด้านวิจัยและบริการท้องถิ่นมีผลงานวิจัยที่ได้รับการยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ อาจมีการเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์แก่สังคมได้เป็นอย่างดี, อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ เป็นอาคารที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นการยกฐานะการจัดกิจกรรมในการพัฒนาท้องถิ่นระดับชาติและระดับนานาชาติ

ประการที่ 2 กลยุทธ์ (Mission of the Plan) ฝ่ายสื่อสารองค์กร การพัฒนาโครงสร้างและแนวทางการดำเนินการตามแนวคิดการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (IOC) โดยจัดให้มีฝ่ายการสื่อสารองค์กรที่มีบทบาทหน้าหลัก คือส่งเสริมการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวของมหาวิทยาลัย (Incorporation in Search of Unity), สนับสนุนการทำงานของบุคลากรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Action in Search of Excellence), จัดระบบสารสนเทศให้พร้อมสำหรับการออกแบบสร้างสารที่เป็นตัวแทนความจริงของมหาวิทยาลัย (Information in Search of Truth), ใช้สื่อและสร้างสื่อเพื่อสื่อสารความเป็นจริงออกไปเป็นภาพลักษณ์สาธารณะ (Public Image) นำไปสู่ความมีส่วนร่วมเป็นหนึ่งเดียว ระหว่างมหาวิทยาลัยกับประชาชน (Communication in Search of Commonness) สำนวณวิจัยทัศนคติความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ใช้เป็นข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อการปรับปรุง

พัฒนาองค์กร และวิธีการสื่อสารให้สนองต่อผลประโยชน์ของทุกฝ่ายในทิศทางที่ดีขึ้น (Interaction in Search of Better Feedforward), ทำการรณรงค์การสื่อสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ทันสมัย อาทิ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางและนโยบายการดำเนินงานและผลงานของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุท้องถิ่น เคเบิลท้องถิ่น บ้ายไฟวิ่ง LED การจัดให้มีการให้รางวัลยกย่องบุคคล (บุคลากรภายใน อาจารย์ สายสนับสนุนและศิษย์เก่า) รางวัลองค์กรและหลักสูตรที่มีผลงานเด่นตามเป้าหมาย (นโยบายและแผนการดำเนินงาน สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 2560-2561, 2559:18) และกรุยทางไปสู่ความเป็นหนึ่งเดียวกับประชาชนในท้องถิ่น เพื่อความร่วมมือร่วมใจรูปของเครือข่ายการเรียนรู้ในสังคมยุทธศาสตร์และทำการศึกษาวิจัยเพื่อทำแผนปฏิบัติการเพื่อการสำรวจทัศนคติ เพื่อทราบถึงภาพลักษณ์สาธารณะของมหาวิทยาลัย เพื่อประเมินผลการสื่อสารองค์กรตามแผนกลยุทธ์ การสื่อสารเชิงบูรณาการ Integrated - Organizational Communication (IOC) การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (IOC) เป็นการพัฒนาขึ้นมาจากการโฆษณาชวนเชื่อ การโฆษณาสินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารสถาบัน และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ผสมกับแนวคิดเชิงองค์รวม ก่อนที่จะกระจายสารออกสู่กลุ่มเป้าหมายนอกองค์กร เริ่มต้นจากชุมชนที่อยู่รอบ ไปจนถึงมวลชนเพื่อความสำเร็จสูงสุดของพันธกิจสังคม มหาวิทยาลัยยุคใหม่ ควรจะนำเอาแนวคิดการตลาดหรือพลวัตรของอุปสงค์อุปทาน (Dynamics of Demand and Supply) มาเป็นแรงหนุนอีกแรงหนึ่งของการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ ดังนี้



ภาพที่ 1 บทสัมภาษณ์: กระบวนทัศน์ใหม่ความเป็นหนึ่งเดียวและปรากฏการณ์ใหม่
ทางการนิเทศศาสตร์ยุคศตวรรษที่ 21 ไปสู่นาคต
ที่มา: ดัดแปลงบทสัมภาษณ์ (สมควร กวียะ, 2553)

ประการที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategies) การสื่อสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือสารหรือสารสนเทศ (Message) สื่อ(Mediu/media) ดังนี้ สาร (Message) หรือภาพลักษณ์ (Inage) ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่มีลักษณะพิเศษ คือ การพัฒนาท้องถิ่น,ภาพลักษณ์ที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นแบบอย่างที่ดีในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของครอบครัว ชุมชนและสังคมและภาพลักษณ์ความเป็นหนึ่งเดียว และความมุ่งมั่นในการผลิตและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความรู้คู่พัฒนาท้องถิ่นและภาพลักษณ์ความชัดเจนโปร่งใสในการบริหารบุคลากรและการเงินงบประมาณ สื่อ (Medium/Media) 1) สื่อภายในองค์กร

1.1) สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่สื่อสาร ผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา เจ้าหน้าที่ อื่นๆ ทุกฝ่ายทุกระดับ

1.2) สื่อเอกลักษณ์ (University identiy) ได้แก่ สัญลักษณ์ ปรัชญา หรืออื่นๆ ประติมากรรม ภูมิทัศน์ และเสื้อสามารถ (blazer)

1.3) เครือข่ายสารสนเทศออนไลน์ (Information Network online) ที่มีกองสื่อสารองค์กรเป็นศูนย์กลางโยงใยข่าวและสารสนเทศ (ประวัติ ผลงาน กิจกรรม รูปถ่ายและสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ) จากทุกคณะ/สำนัก/สถาบัน

1.4) สื่อกิจกรรมนอกหลักสูตร (Extracurricular Activities) ที่จัดขึ้นเพื่อบริการวิชาการสังคม ได้แก่ การประชุมสัมมนาทางวิชาการ นิทรรศการสาขาต่างๆ และจัดกิจกรรมร่วมกับภายนอกทั้งระดับประเทศและรับต่างประเทศ ได้แก่ การประชุมสัมมนาร่วม การวิจัยร่วม

1.5) หลักสูตรพิเศษ ที่จัดขึ้นเพื่อชุมชน วงการวิชาชีพและประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพที่มหาวิทยาลัยมีศักยภาพ อาทิ หลักสูตรของคณะครุศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ การวิจัยของวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ เป็นต้น

2) สื่อมวลชนทั่วไป ประกอบด้วย

2.1) หนังสือพิมพ์รายวันออนไลน์ ภายใต้“เครือข่ายการเรียนรู้”หรือ“แนวคิดความรักจักรวาล” (J.C.Johari,1985)ร่วมกับผู้อุปถัมภ์โฆษณา

2.2) วิทยุกระจายเสียงออนไลน์

2.3) รายการโทรทัศน์ระดับท้องถิ่น,วารสารออนไลน์

2.4) รายงานประจำปีออนไลน์และสรุปรายงานประจำปีออนไลน์ ปรับปรุงให้สวยงามทันสมัย ส่งสื่อมวลชนและผู้รับสารอย่างทั่วถึง

2.5) สื่อประเพณีวัฒนธรรม จัดกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม หรือระดับนานาชาติปีละครั้งเป็นจุดเริ่มต้นและร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและสถานอัครราชทูตต่างประเทศในอนาคต

2.6) สื่ออินเทอร์เน็ตจัดให้มี Homepage Web, TV, Radio online ที่สวยงามทันสมัยด้วยสีสันภาพและข้อมูล สำหรับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานช่วงแรกของแผน มุ่งเน้นสื่อสาร คือ กลุ่มแรก คือ กลุ่มภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา เพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจ ในการส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียง, กลุ่มสอง คือ ชุมชนใหญ่รอบมหาวิทยาลัย เพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจ ในฐานะที่อยู่ใกล้เคียงกัน โดยถือว่าเมื่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิกฤต มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงชุมชนนั้นด้วย, กลุ่มที่สาม คือ สื่อมวลชนและประชาชน เพื่อสร้างชื่อเสียงและความภาคภูมิใจแก่กลุ่มแรกและกลุ่มสอง, กลุ่มที่สี่ คือ สถาบันการศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนประถมศึกษาและมัธยม เพื่อขยายเครือข่ายการเรียนรู้และเพิ่มความนิยมในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, กลุ่มที่ห้า

คือสถาบันการเมือง อันได้แก่ รัฐบาล รัฐสภา พรรคการเมือง เพื่อร่วมมือสนับสนุนด้านนโยบาย ระยะแรกเริ่มที่สถาบันระดับท้องถิ่น, กลุ่มที่หก คือ วงการธุรกิจเอกชน โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ และธนาคารเอ ความร่วมมือทางการเงิน, กลุ่มที่เจ็ด คือ องค์กรเอกชน (NGO) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความร่วมมือทางการเงินและความร่วมมือด้านอุดมการณ์

ประการที่ 4 การพัฒนาโครงสร้างงานสื่อสารองค์กร แผนงาน (Program) คือการจัดโครงสร้างระบบใหม่ ให้มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ คือการสื่อสารองค์การเชิงบูรณาการ (IOC) ตั้งเป็นกองสื่อสารองค์กร ขึ้นอยู่กับสำนักงานอธิการบดี ภายใต้ของอธิการบดีฝ่ายบริหาร โดยอาจมีผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร มีหัวหน้าแผนกสื่อสารภายใน ดำเนินงานและรับผิดชอบพัฒนาสื่อบุคคล สื่อเอกลักษณ์ เครือข่ายสารสนเทศ สื่อสารสนเทศภายใน (บอร์ด ป้าย เป็นต้น) และสื่อประเพณีวัฒนธรรม มีเจ้าหน้าที่ในแผนก มีหัวหน้าแผนกวิเทศสัมพันธ์ รับผิดชอบดำเนินงานและพัฒนางานวิเทศสัมพันธ์ รวมทั้งการผลิตสื่อมวลชน (Media Relations) ของมหาวิทยาลัย, แต่งตั้งคณะกรรมการสื่อสารองค์กรจากทุกคณะ/สถาบัน/สำนัก มีประธาน รองประธาน และ เลขานุการ และ ผู้ช่วยเลขานุการ ตามลำดับคณะกรรมการสื่อสารองค์กร มีหน้าที่ กำหนดนโยบายการสื่อสารองค์กร, ดูแลงานสื่อสารองค์กรให้เป็นไปตามนโยบายและแผน, ประสานงานทุกรองอธิการบดี และทุกคณะ/สถาบัน/สำนัก ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (ความเป็นเลิศในศิลป์และศาสตร์ บทบาทพัฒนาคุณภาพชีวิต ผลิตภัณฑ์ที่ผู้มีความรู้และคุณธรรม ความมั่นคงและโปร่งใสขององค์กร), แสวงหาช่องทางด้านงบประมาณ และวิธีการเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร อุปกรณ์ เทคโนโลยี, เสนอแนะแนวคิดและแนวทางของการใช้สื่อและจัดกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสารองค์กร สุดท้ายอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัย การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication Program) กำหนดและการกระทำการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 7 ตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ กลุ่มภายใน ชุมชนใหญ่โดยรอบ สื่อมวลชนและประชาชนสถาบันการศึกษา สถาบันการเมือง วงการธุรกิจ องค์กรเอกชน ทั้งนี้ต้องให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งค่าประสิทธิภาพของงบประมาณ ในบทสัมภาษณ์: กระบวนทัศน์ใหม่ความเป็นหนึ่งเดียวและปรากฏการณ์ใหม่ทางการนิเทศศาสตร์ยุคศตวรรษที่ 21 สื่อนาคต สามารถพิจารณาจากผังการใช้สื่อเชิงกลยุทธ์สู่กลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ฟังก์การใช้สื่อเชิงกลยุทธ์สู่กลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 2 บทสัมภาษณ์: กระบวนทัศน์ใหม่ความเป็นหนึ่งเดียวและปรากฏการณ์ใหม่
 ทางการนิเทศศาสตร์ยุคศตวรรษที่ 21 สู่อนาคต
 ที่มา: ดัดแปลงบทสัมภาษณ์ (สมควร กวียะ, 2553)

ประการที่ 5 การวิจัยและการประเมินผล (Research and Evaluation Program) สามารถทำได้เป็น 2 โครงการคือโครงการวิจัยเพื่อประเมินผลการสื่อสารองค์กร (Evaluation Project) ในระหว่างต้นปีของทุกปี ทำการวิจัยเพื่อสำรวจประชาคมติ และประเมินผลการสื่อสารองค์กร ในช่วง 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเอาผลการวิจัยมาทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรต่อไปและโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ (Operational Research) จัดทำขึ้นในเดือนปลายปี เพื่อทำแผนกลยุทธ์ระยะ 2 ปี

ส่วนท้ายบทความวิชาการ แนวคิดอนาคตการสื่อสารใหม่วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูล แห่งดินแดนเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้ ต้องเป็นการสอดคล้องกับความเป็นหนึ่งเดียวของการสื่อสารโลก (one world communication system) เพราะโครงสร้างทางเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต และระบบโทรคมนาคมมีการป้องกันการรองรับโครงสร้างและสารสนเทศอยู่แล้ว เพียงแต่จะต้องพัฒนาต่อไปในด้านนิเทศศาสตร์และมัลติมีเดียสามารถผลิตบุคคลที่มีโลกทัศน์ใหม่และวิสัยทัศน์เชิงสร้างสรรค์ต่อโลกโดยรวม เพื่อพัฒนาการสื่อสารยุคใหม่หรือมนุษย์ยุคใหม่ที่ไม่ยึดติดอยู่ในกระบวนทัศน์เดิมแต่เปิดทัศนะกว้างไกลไปสู่ชาวโลก (Earthlingness) และพลเมืองโลก (World citizenship) ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางเชื้อชาติและวัฒนธรรมของตน สร้างงานวิจัยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษาอุทยานธรณีโลกของพื้นที่จังหวัดสตูลและก้าวสู่การเตรียมความพร้อมพื้นที่โครงการจัดตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูลสู่ที่ตั้งยุทธศาสตร์ภาคใต้พื้นที่ภาคใต้อันดามัน ซึ่งเป็นปฐมบทเริ่มของแนวคิดอนาคตเพื่อการสื่อสาร วิทยาลัยนวัตกรรม และการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตจังหวัดสตูล ส่วนท้ายสุด สำหรับภาพถ่ายทางอากาศด้านกายภาพพื้นที่ของการดำเนินการก่อสร้างปัจจุบัน (กุมภาพันธ์, 2560) เพื่อสอดคล้องการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการเขตพัฒนาเฉพาะกิจชายแดนใต้แห่งอนาคต : วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาเขตสตูล ณ พื้นที่สาธารณประโยชน์ทุ่งใหญ่สารภี ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล แสดงดังภาพที่ปรากฏทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้



ภาพที่ 3 ภาพสถานที่ก่อสร้างอาคารฝึกปฏิบัติโรงแรม
ที่มา: ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 2561



ภาพที่ 4 ภาพสำนักงานวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
ที่มา: ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 2561



ภาพที่ 5 ทศนียภาพมุมสูงสถานที่ก่อสร้างอาคารฝึกปฏิบัติโรงแรมและ
สถานที่ก่อสร้างอาคารเรียนรวม
ที่มา: ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 2561

บรรณานุกรม

หนังสือและงานวิจัย

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. (2559). นโยบายและแผนการดำเนินงาน

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.(2560-2561). มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ภทริยา สังข์น้อย,อาชารินทร์ แป้นสุขและคณะ. (2559).การสื่อสารข่าวสังคมจังหวัดพัทลุง

มิติใหม่แห่งอนาคต : การบริหารจัดการและการตลาด สมองพระราชเสาวนีย์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช.

พระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช.

ทุนอุดหนุนสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. สงขลา.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.(2560).ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. สงขลา.

สมควร กวียะ.(2547). การประชาสัมพันธ์ใหม่.กรุงเทพฯ:โอเดียนสโตร์.

อาชารินทร์ แป้นสุข. (2559). การสื่อสารนันทนาการแห่งอนาคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช.ทุนอุดหนุนสถาบันวิจัยและพัฒนา

พระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช.ทุนอุดหนุนสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. สงขลา.

อาชารินทร์ แป้นสุขและคณะ. (2559).ความเป็นไปได้ของการสื่อสารอนุรักษ์ภูมิปัญญาพรรณไม้

รักจังหวัดสงขลาเพื่อสนองพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาเจ้าฟ้ามหาจักรี

สิรินธร รัฐสีมาคุณากรปิยชาติ สยามบรมราชกุมารี .ทุนอุดหนุนสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.สงขลา.

อาชารินทร์ แป้นสุข.(2559).วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“อุดมการณ์สู่อนาคต : ปฐมบทวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สงขลา”, วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม,กรุงเทพมหานคร,

ปีที่ 11 ฉบับที่1,ประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน 2559,หน้า16-25.

J.C.Johari.(1985).Contemporary Political Theory, New Delhi: Sterling Publishers.

pp.217-218.

บทสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์

สมควร กวียะ. (2553). ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขานิติศาสตร์นวัตกรรม

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก เป็นหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากสำนักงาน

คณะกรรมการการอุดมศึกษา เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2552 และเป็นหลักสูตรที่อยู่ใน

โครงการพัฒนาอาจารย์ในเขตพัฒนาเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้(2553)

ผู้สัมภาษณ์

นายอาชารินทร์ แป้นสุข. (2554). นักศึกษาทุนโครงการพัฒนาอาจารย์ในเขตพัฒนาเฉพาะกิจ

จังหวัดชายแดนใต้ (2553)

