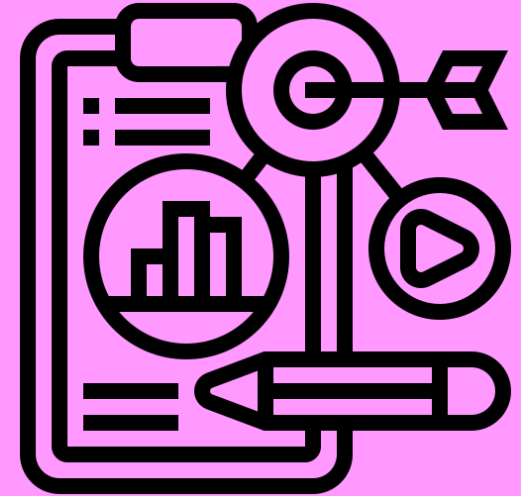


AIM1202

Icons made by allimateam



หลักการสื่อสารการตลาด Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา

การประชาสัมพันธ์

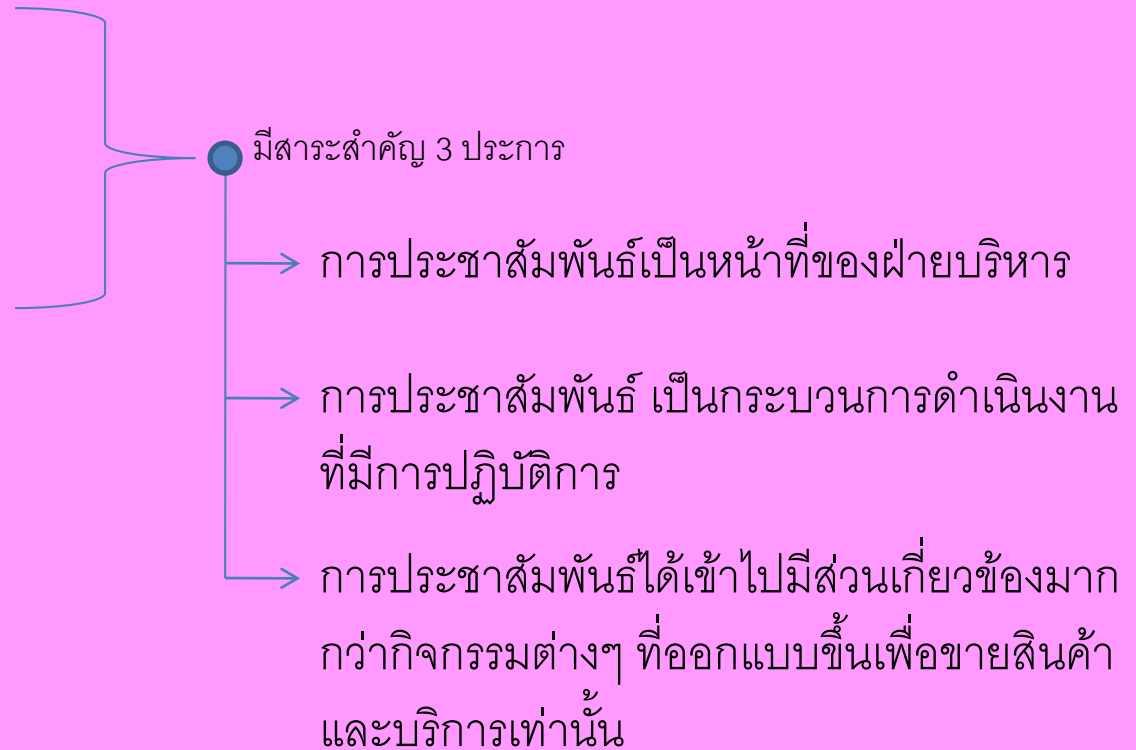
Public Relations

ลักษณะของ

การประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

- ฟิลล์ (Fill)
- ซิมมอน (Simmon)



บทบาทใหม่ของการประชาสัมพันธ์

รูปแบบที่ 1
เป็นรูปแบบความ
สัมพันธ์ของการใช้
หน้าที่ฝ่ายการตลาด
และหน้าที่ฝ่าย
ประชาสัมพันธ์ทั้ง
สองฝ่ายน้อยที่สุด

รูปแบบที่ 2
เป็นรูปแบบของ
องค์การที่มีการใช้
การประชาสัมพันธ์
มากแต่ใช้กิจกรรม
ทางการตลาด
น้อย

รูปแบบที่ 3
เป็นรูปแบบของ
องค์การที่มีการใช้
การตลาดมาก
ในขณะที่การใช้การ
ประชาสัมพันธ์น้อย

รูปแบบที่ 4
เป็นรูปแบบของ
องค์การธุรกิจ
ขนาดใหญ่ที่มีการ
ใช้การตลาดและการ
ประชาสัมพันธ์มาก

1. การกำหนดและประเมินทัศนคติของชุมชน
(Determination and Evaluation of public attitudes)



2. การกำหนดแผนงาน
ประชาสัมพันธ์
(Establishing a
public relations plan)

3. การพัฒนาโปรแกรมการ
ประชาสัมพันธ์และการนำไปปฏิบัติ
(developing and executing the
public relations program)

ลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์เป็นภาระหน้าที่สำคัญในการบริหารจัดการองค์การและเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารการสนับสนุนกิจกรรมเหล่านั้น
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการธำรงรักษาชื่อเสียง การยอมรับ การสนับสนุน และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การและกลุ่มประชาชน เป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์การ
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารแบบบุคคลวิถี ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ความถูกต้อง ความจริงใจ ความปรารถนาดี ความซื่อสัตย์ และการคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันขององค์การ กลุ่มประชาชนเป้าหมาย และสังคมโดยรวม
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ต้องคำนึงถึงและอาศัยประชาคมติเป็นพื้นฐาน จึงจำเป็นต้องมีการตรวจสอบและประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น ทักษะคติ และพฤติกรรมของกลุ่มประชาชนเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อรายงานแก่ฝ่ายบริหารและใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจขององค์การ
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่เกิดจากการวางแผนที่เหมาะสม มีการประเมินแผน กอนนำแผนไปปฏิบัติจริง หากแผนไม่เหมาะสมกับสถานการณ์หรือปฏิบัติได้จริง ก็สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเป้าหมายและสถานการณ์ของสังคมได้

- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่เกิดจากการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องตามแผนที่กำหนด โดยคำนึงถึงคุณภาพและคุณธรรม ภายใต้การบริหารแผนที่มีประสิทธิภาพ
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่มีการติดตามผลและประเมินผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจนเป็นระบบ
- การประชาสัมพันธ์ต้องก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการการรับรู้ ความคิดเห็น ทักษะ และพฤติกรรมของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและนอกองค์กร
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อบุคคลและสังคม จึงมีการวิเคราะห์ผลกระทบซึ่งอาจเกิดจากนโยบาย ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และกิจกรรมที่มีต่อกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และสังคมโดยรวม เพื่อป้องกันผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์
- การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องและองค์กร ดังนั้นอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบาย ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และกิจกรรม หากพบว่าการดำเนินงานอาจให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องและความอยู่รอดขององค์กร
- การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการซึ่งดำเนินงานโดยอาศัยจริยธรรมส่วนบุคคลและจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นตัวกำกับกับการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

- ความไม่เข้าใจการประชาสัมพันธ์
- ขาดการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กร
- ขาดเครื่องมือที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์
- ขาดลักษณะการบริหารงานที่ดี
- ขาดการวางแผนและวิจัยประเมินผล

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์



ความหมาย เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงาน ไปสู่ประชาชน



ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

- 1. แบ่งตามวิวัฒนาการ
- 2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม
- 3. แบ่งตามประเภทที่ใช้ในการรับสาร
- 4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions)
- 5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

➔ 1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media)

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)
- สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
- สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)

➔ 2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)

- สื่อมวลชน (Mass Media)

ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการ ประชาสัมพันธ์

➔ เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

➔ เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร



ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

- ➔ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
- ➔ สื่อบุคคล (Personal Media)
- ➔ สื่อโสตทัศน์ (Audio Visual Media)
- ➔ สื่อกิจกรรมต่างๆ
- ➔ สื่อมวลชน

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน

1. แจ้งข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวของกิจการหรือหน่วยงานต่าง ๆ
2. เผยแพร่ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อ่างกว้างขวาง
3. สิ่ง queเผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนส่งหน้า
4. สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก
5. พยายามรักษามาตรฐานหรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อ

ภาพพจน์ที่ดีงามและความเชื่อถือของประชาชน

นโยบายและวัตถุประสงค์ของการจัดเหตุการณ์พิเศษ



การจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์



ประเภทของเหตุการณ์พิเศษ

- การจัดวันหรือสัปดาห์พิเศษ
- การจัดการแสดงและนิทรรศการ
- การพบปะและการประชุม
- การจัดงานวันครบรอบปี
- การให้รางวัลพิเศษ
- การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน
-
-

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อ การประชาสัมพันธ์

- 1. การย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ (Repeating)
- 2. ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation)

หลักการพิจารณาเลือกใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์

- 1. ด้านเนื้อที่ – เวลา (Space – Time)
- 2. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation)
- 3. ด้านความเร็ว (Speed)
- 4. ด้านความคงทน (Permanence)

การสร้างภาพลักษณ์เพื่อ
การประชาสัมพันธ์



ค้นหาจุดดีและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์
ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน



วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์



กำหนดหัวข้อต่างๆ ที่จะใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่
ประชาชน



ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

ต้องเป็นผู้ที่มีนิสัยรักหรือชอบในอาชีพนี้ คือต้องมีความ
ถนัดหรือความชอบในงานด้านนี้เสียก่อน และต้องเป็น
คนทำงานอย่างจริงจัง แน่วแน่ มีความสุขุมรอบคอบ เที่ยง
ธรรม ต้องวางตัวเป็นกลางเสมอ มีความกระตือรือร้น มี
ความรู้ ทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนั้นแล้วควรมี
ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
ซึ่งคุณสมบัติที่กล่าวนี้ ผู้ที่จะเป็นนักประชาสัมพันธ์
จะต้องมีความรู้ทางสังคมศาสตร์และกลไกของการ
ดำเนินงานประชาสัมพันธ์

งานของนักประชาสัมพันธ์

งานด้านการเขียน

งานบรรณาธิการ

งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่

งานด้านการส่งเสริม

งานด้านการพูด

งานด้านการผลิต

งานด้านการวางโครงการ

งานด้านการโฆษณาองค์กร

ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์

- ความน่าเชื่อถือ (credibility)
- ต้นทุน (cost)
- หลีกเลี่ยงความแออัดของสิ่งโฆษณา (avoidance of clutter)
- เป็นช่องทางนำไปสู่การได้ลูกค้ารายใหม่ (lead generation)
- เป็นช่องทางนำไปสู่การได้ลูกค้ารายใหม่ (lead generation)
- การสร้างภาพลักษณ์ (image building)

ข้อดี

ข้อเสีย สำคัญอยู่ 2 ประการ ประการแรกก็คือว่า การประชาสัมพันธ์บางครั้งมีความเป็นไปได้ที่ว่าไม่ทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ตามกระบวนการสื่อสาร

ประการที่สอง การทำการประชาสัมพันธ์บางครั้งไม่สอดคล้องสัมพันธ์กับแผนงานการตลาด อันเป็นเหตุเกิดจากการบริหารที่ผิดพลาด

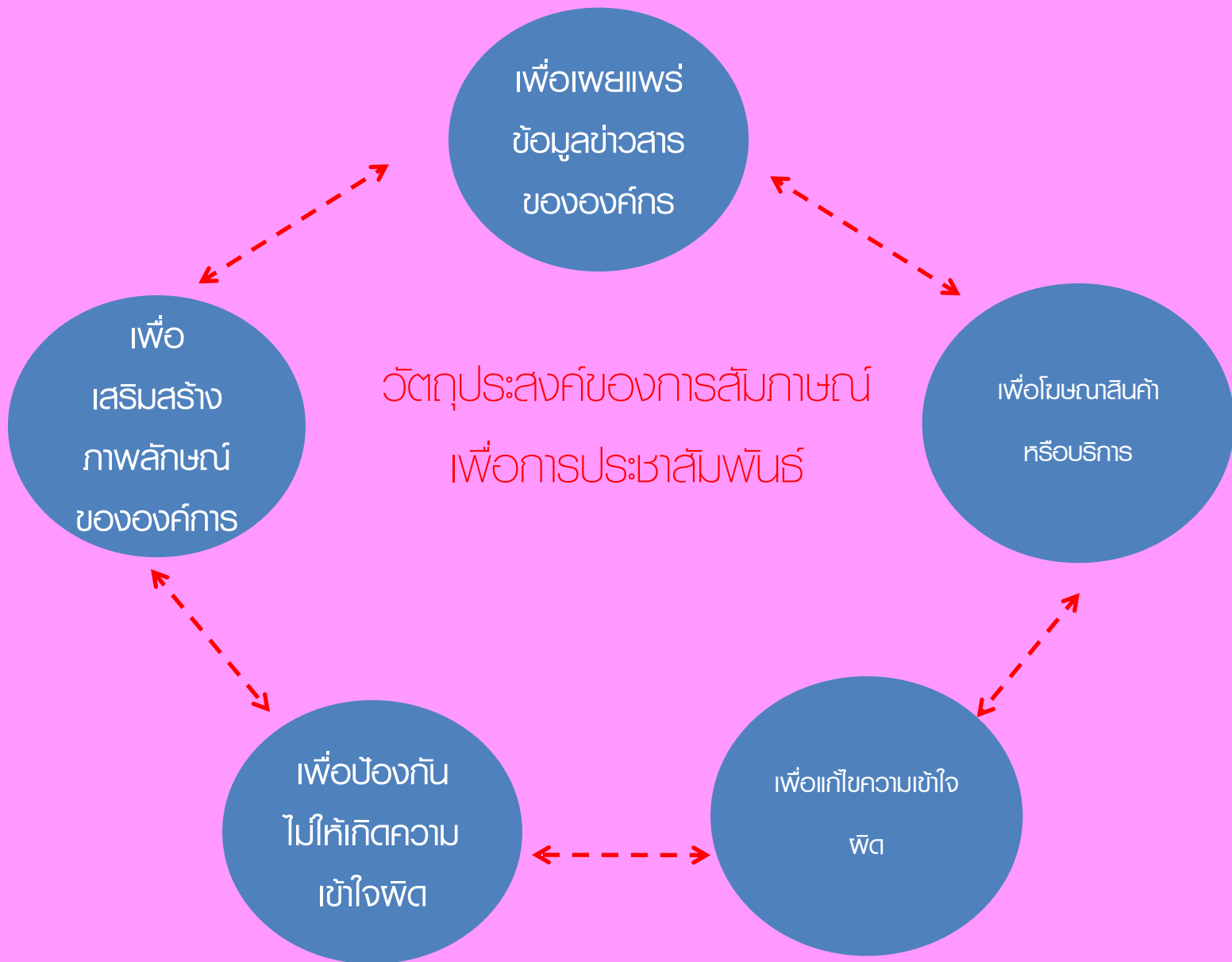
การวัดประสิทธิผลของ การประชาสัมพันธ์

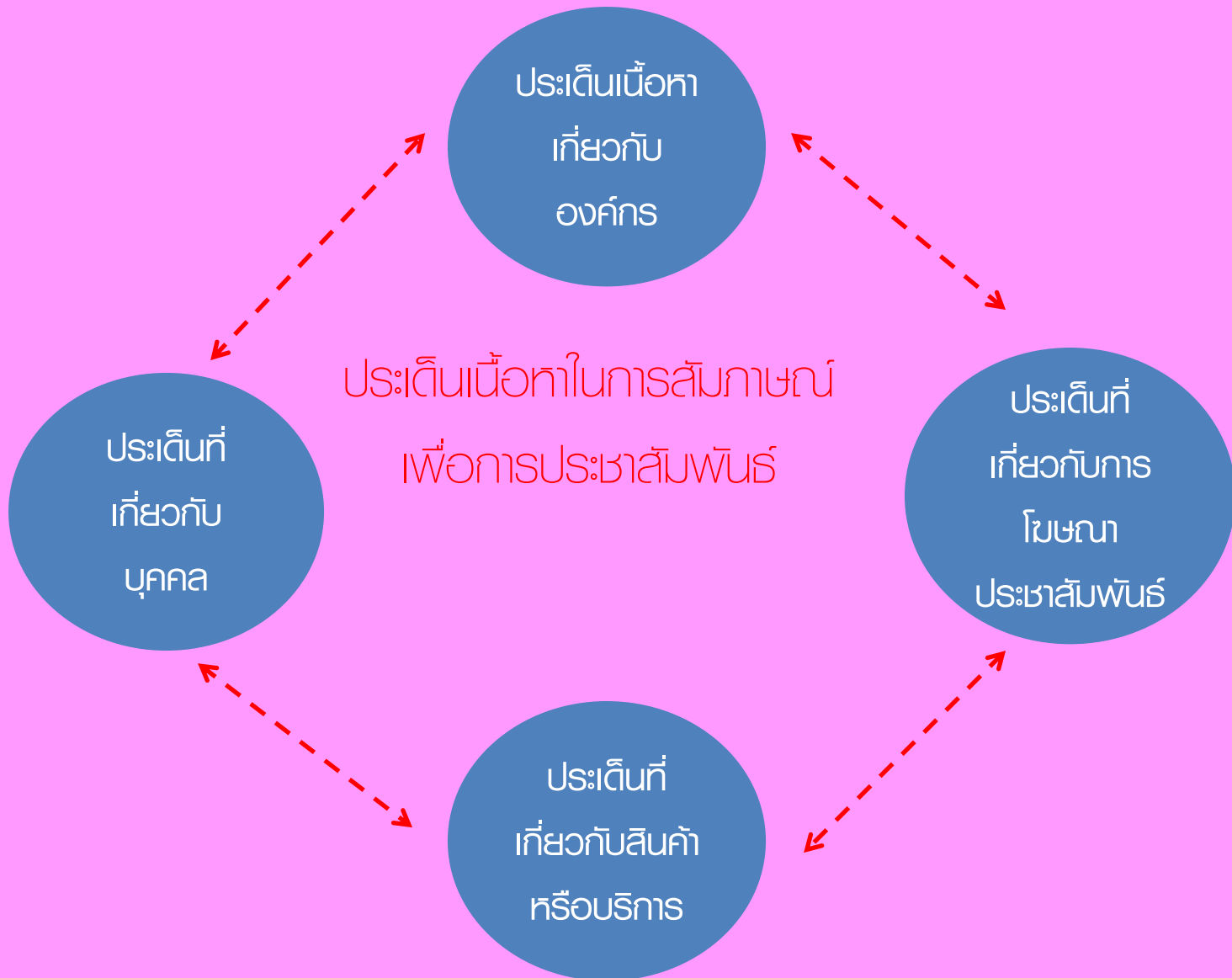
- เพื่อรายงานให้ฝ่ายบริหารได้ทราบถึงผล
ความสำเร็จจากกิจกรรมและการดำเนินงานการ
ประชาสัมพันธ์ที่ได้กระทำลงไป
- เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม
แก่ฝ่ายบริหารในด้านปริมาณ เพื่อนำไปใช้
วัดสัมฤทธิ์ผลของงานประชาสัมพันธ์
- เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนิน
กิจกรรมแก่ฝ่ายบริหารในด้านคุณภาพ
เพื่อนำไปใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาตัดสินใจ
วัดประสิทธิผลของงานประชาสัมพันธ์
และกิจกรรมต่างๆต่อไป

เทคนิคและวิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธที่สำคัญ

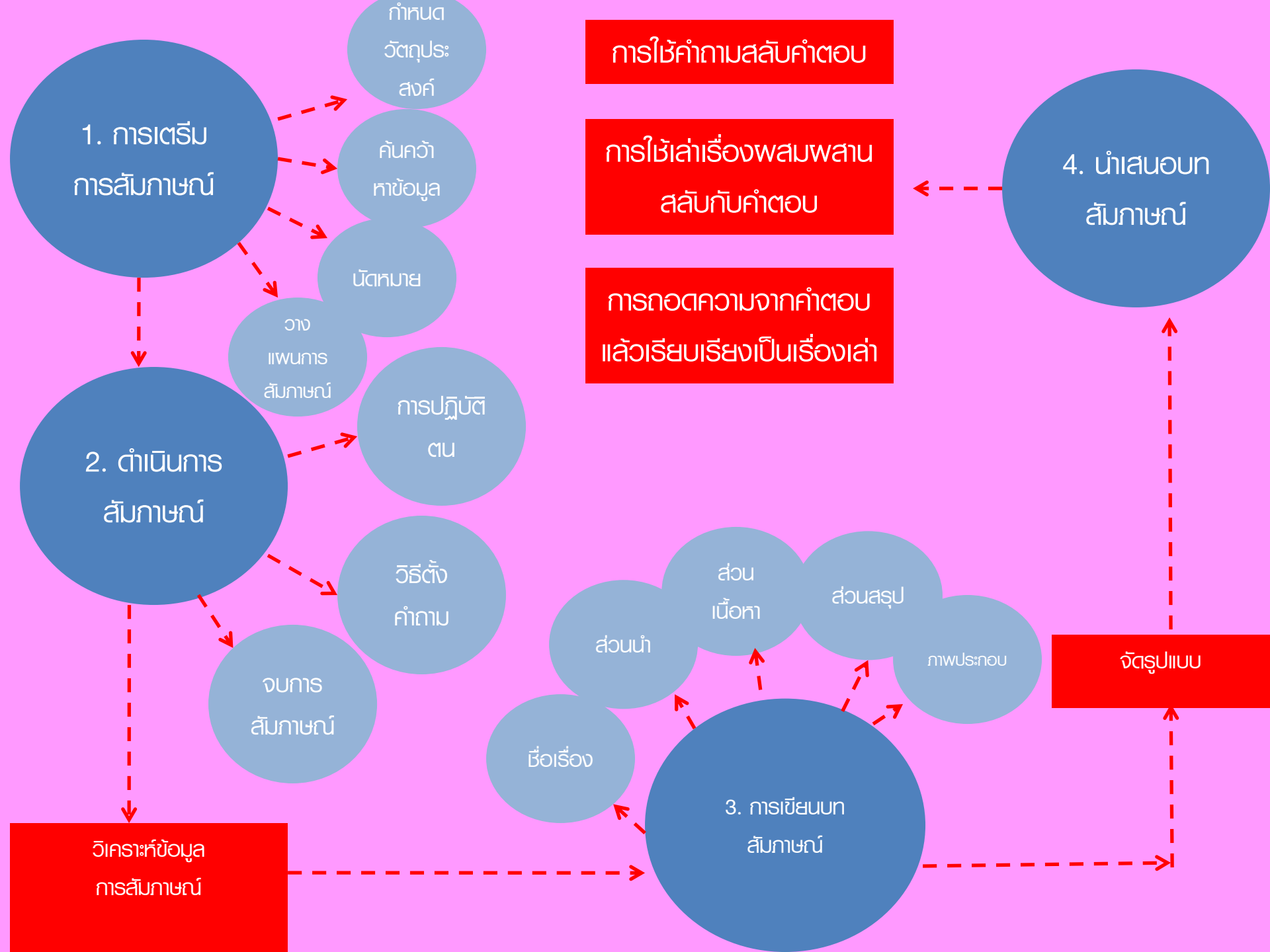
- ใช้วิธีการสังเกตและดูปฏิกิริยา (personal observation and reaction)
- ใช้วิธีนำวัตถุประสงค์กับผลของการปฏิบัติงานมาเปรียบเทียบกัน (matching objectives and results)
- ใช้วิธีบริหารตามวัตถุประสงค์ (management by objectives : MBO)
- ใช้ประจามติและการสำรวจ (public opinions and surveys)
- ใช้การตรวจสอบ(audits)



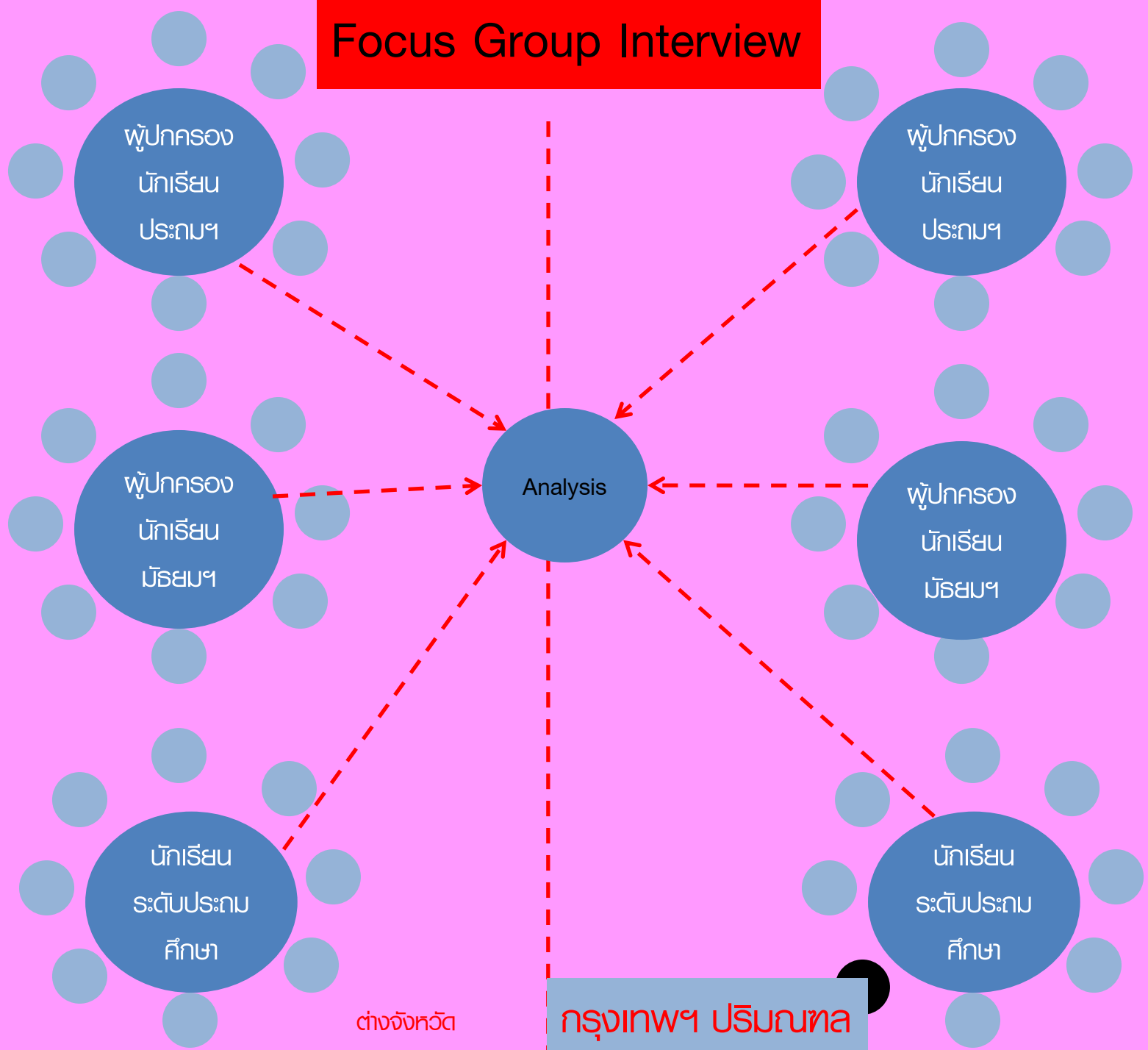




ขั้นตอนการสัมภาษณ์
เพื่อการประชาสัมพันธ์



Focus Group Interview



ต้น ภาสกรนที ผู้ขายต้น ต้น ที่ไม่เคยต้น

ผมเชื่อว่าชาว men.mthai เวลานั่งดูละครไทยเป็นเพื่อนแฟนคุณ หลายๆ เรื่องที่คุณคิดว่าน่าเน่าๆ จะต้องเป็นเรื่องประมาณว่าชนชั้นนักธุรกิจใส่สูท จะต้องเอาเปรียบคนจนอยู่รำไป แล้วนั่นคือบทบาทที่สะท้อนวิถีชีวิตคนไทยทั้งหมดแล้ว ผมว่า นั้น อาจจะไม่ใช่ทั้งหมด อย่างน้อยก็ยังมีนักธุรกิจไทยอยู่อีกหลายๆ ท่านที่น่าชื่นชม ไม่ใช่เพราะว่าเขาร่ำรวยล้นฟ้าผลกำไร แต่เป็นเพราะว่าผลกำไรเหล่านั้นที่เขาคืนสู่สังคม โดยเป็นผู้ ให้ และ แบ่งปัน





ประวัติ **ตัน ภาสกรนที** **นักธุรกิจผู้มีความสามารถทางการตลาดและการจับใจดึงดูดลูกค้า**

ประวัติ **ตัน ภาสกรนที** เกิดวันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2502 ณ จังหวัด ชลบุรี แต่เล็กมานั้น **คุณตัน ภาสกรนที** มักจะชอบค้าขาย และเป็นคนทำงานหนัก เมื่อเริ่มเข้าโรงเรียน **คุณ ตัน ภาสกรนที** เพื่อนไม่ค่อยจะคบนัก เพราะ มีสิวขึ้นที่ใบหน้า มาทีครึ่งโหล ทำให้เพื่อนๆ ออกห่าง เมื่อคุณ ตัน ภาสกรนที เรียนจบมัธยมศึกษาปีที่ 3 ก็ออกมาหางานทำงานแรกนั้น**คุณตัน ภาสกรนที** ทำงานที่บริษัท ซากระ หน้าทีพนักงานโกดัง ขนของทุกอย่างขึ้นเก็บโกดัง เขาเป็นคนที่ขยันและทำงานหนักคน มาก่อนบริษัทเปิด และกลับเป็นคนสุดท้ายของบริษัทเสมอ ด้วยความที่**คุณตัน ภาสกรนที** ชอบทำงาน มักจะเสนอหน้าไปช่วยเหลือผู้อื่นเสมอ ตรงกันข้ามกับคนส่วนใหญ่ทำหน้าที่ตัวเองเสร็จก็คือเสร็จ ด้วยความขยันนี้ ทำให้**คุณ ตัน ภาสกรนที** ได้เลื่อนเป็นผู้จัดการแผนกที่มีอายุน้อยที่สุด

ต่อมา **คุณ ตัน ภาสกรนที** ได้ลาออกและมาเปิดร้านหนังสือในย่าน **ชลบุรี** ด้วยวิสัยทัศน์ของเค้าแก่**คุณตัน**มักจะสังเกตพฤติกรรมลูกค้า **ลูกค้าชอบซื้อหนังสือเล่มไหน** **คุณตัน ภาสกรนที** จำได้หมด **ลูกค้า**ไม่ต้องเอ่ยปากซักคำ เดินมาหยิบ **คุณตัน** หยิบหนังสือใส่ถุงยื่นให้ทันที ทำให้ออดขายร้านหนังสือของ**คุณตัน ภาสกรนที** แซงหน้าเจ้าอื่นๆในย่านนั้น ต่อมา**คุณตัน ภาสกรนที**



ต่อมาเขาได้แต่งงานและย้ายมากรุงเทพฯ ภรรยาทำธุรกิจเกี่ยวกับ wedding แต่ต้องขาดทุนไป แต่ต่อมาสามารถสร้างกำไรได้เป็นก่อบเป็นกำไร ด้วยวิสัยทัศน์ของคุณ ดัน ภาสกรนที และเริ่มลงทุนธุรกิจใหม่ ไม่ว่าจะเป็นอสังหาริมทรัพย์ หรืออื่นๆ แต่คุณต้องขาดทุนไป คุณดัน ภาสกรนทีไม่เคยมีความย่อท้อ อุปสรรคและปัญหาไม่มีไว้ให้แก้ เดินหน้าต่อไปอย่างไม่ลดละ ด้วยวิสัยทัศน์อันก้าวไกลและทัศนคติที่ว่า ทำอะไรทำให้ดีที่สุด และต้องเหนือกว่าคนอื่น แปรลกแยกกว่าคนอื่น ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่ทำ กล้าลุยเมื่อคนอื่นกลัวถอย



เมื่อได้ค้นพบธุรกิจของตัวเอง และสร้างกำไรอย่างมหาศาล ด้วยความคิดนักการตลาดอันเฉียบแหลม โออิชิ ที่สร้างขึ้นมาจาก ดัน ภาสกรนที นั้นวันนี้เป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีกำไรวันละหลายล้านบาท จากนั้นเมื่อได้ขายหุ้นใหญ่ให้กับบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด ของ คุณ เจริญ สิริวัฒนภักดี ซึ่งสามารถสร้างผลกำไรให้กับคุณ ภาสกรนที และเป็นมหาเศรษฐีได้ในพริบตา ต้องขอชมเชยในความสามารถในการการตลาดที่เข้าใจความต้องการของ ลูกค้าอย่างลึกซึ้ง และความสามารถดึงดูดลูกค้า สร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ จนมียอดขายในธุรกิจเครื่องดื่มเป็นอันดับต้นๆ



๑๐๐ ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

วันนี้คุณ **ตัน ภาสกรนที** นั้นทำอะไรก็ประสบความสำเร็จไปหมด ไม่ว่าจะ เป็นวิสัยทัศน์ ทักษะดี การอ่านเกมล่วงหน้า การธุรกิจ และการลงมือทำอะไรแล้วต้องทำให้ดีที่สุด สุดท้ายคือต้องทำให้แตกต่างจากคนอื่น วันนี้คุณ **ตัน ภาสกรนที** มีธุรกิจมากมาย ทั้งธุรกิจอาหาร , อสังหาริมทรัพย์ , wedding อื่นๆ อีกมากมายและต้องดูต่อไปว่า คุณ **ตัน ภาสกรนที** คนนี้จะทำอะไรต่อไป



ตัน ภาสกรนที สร้างความแปลกใหม่ให้กับแวดวงการตลาดอีกครั้ง เผย 9 ปีสุดท้ายก่อนเกษียณจะมีแต่ **ภารกิจ ไม่ใช่ ธุรกิจ!**

ทุ่มทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท เปิดตัว **บริษัทไม้ตัน จำกัด** สร้างธุรกิจเพื่อนำผลกำไรส่วนตัวและของภรรยา 50% มอบเป็นการกุศลจนครบอายุ 60 และมอบกำไรส่วนตัวและของภรรยาไม่ต่ำกว่า 90% ให้การกุศลหลังจากอายุ 61 เป็นต้นไป “

การดำเนินธุรกิจของ **บ.ไม้ตัน** ถือเป็นภารกิจ มากกว่าจะเป็นธุรกิจ เนื่องจากจุดมุ่งหมายสูงสุดของ บ.ไม้ตัน อยู่ที่ความสุขมากกว่าผลกำไร และเพื่อเป็นการตอบแทนต่อการใช้ชีวิตที่ได้รับโอกาสมากมายในชีวิต จึงได้ก่อตั้ง **มูลนิธิตันปัน** ขึ้นเพื่อมอบโอกาสต่อไปยังคนอื่นๆ

งานของมูลนิธิฯ จึงมุ่งเน้นเข้าไปทำงานด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นการมอบโอกาสพื้นฐานที่สำคัญให้กับเด็กๆ ที่ขาดแคลน การเข้าไปมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมก็ด้วยการต้องการทดแทนการใช้ธรรมชาติบางส่วนที่เราใช้ไป

และการเข้าไปส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในประเทศก็เนื่องด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนไทยส่วนใหญ่ของประเทศ ผมคิดว่าหากเราทุกคนรู้จักแบ่งปันมอบโอกาสให้กันต่อไป จะเป็นการสร้างค่านิยมการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในด้านธุรกิจ เพื่อขับเคลื่อนไปพร้อมๆ กับความสุขของคนในสังคม

หน้าแรกผู้จัดการ Online | เรื่องริม ม.

เปิดวิสัยทัศน์ "รศ.ดร.ฤาเดช เกิดวิชัย" อธ.คนใหม่ "สวนสุนันทา"

โดย MGR Online



4 มกราคม 2556 16:00 น.

มติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เมื่อ 26 กันยายน 2555 ที่ผ่านมามีเห็นชอบให้ ดร. ฤาเดช เกิดวิชัย รองศาสตราจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ ผู้แทนคณาจารย์ในสภามหาวิทยาลัย และอดีตผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ดำรงตำแหน่งอธิการบดี สืบต่อจากรองศาสตราจารย์ ดร.ช่วงโชติ พันธุ์เวช ซึ่งจะหมดวาระ 31 ธันวาคม 2555



ล่าสุด 3 .ค.55 (วานนี้) รศ.ดร.ฤๅเดช เกิดวิชัย ได้เข้ารับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาอย่างเป็นทางการ พร้อมประกาศแนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (มรสส.)

"ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาประมาณ 200 แห่ง จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง แต่คุณภาพคือสิ่งที่กำลังตามหาค้นอยู่ ผมคิดว่าสิ่งที่สวนสุนันทาต้องเป็น มิใช่ความฝันที่เราพูดอย่างเลื่อนลอย และที่สำคัญนักศึกษาต้องได้รับความไว้วางใจจากมหาวิทยาลัย และต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ คณาจารย์ บุคลากร ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ ต้องได้รับการพัฒนา ต้องได้รับความภาคภูมิใจ เช่นเดียวกับรัฐ สังคม ชุมชน ต้องมีความภาคภูมิใจที่มีมหาวิทยาลัยดี ๆ เกิดขึ้นแห่งหนึ่ง มีชุมชนความรู้ และมีมหาวิทยาลัยที่รับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน"



อธิการบดีคนใหม่ มรสส. กล่าวถึง 4 เป้าหมายในการพัฒนามหาวิทยาลัยต่อไปอนาคต สานต่อวิสัยทัศน์ 'มหาวิทยาลัยคุณภาพชั้นนำเพื่อปวงชน' ของ รศ. ดร. ช่างโชคดี พันธุ์เวช "ผมใช้คำว่า 'หนึ่ง สิบห้า ร้อยห้าสิบ เราต้องเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับหนึ่งของประเทศจากการจัดอันดับของสถาบันภายนอก เราต้องเป็นหนึ่งในสิบห้าของมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย และเราควรเป็นหนึ่งในร้อยห้าสิบของมหาวิทยาลัยในเอเชีย นี่คือนโยบายปลายทาง 4 ปี ที่เราต้องก้าวไปให้ถึง"

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการจะมี 3 หลักใหญ่ ๆ แต่ทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องยืนอยู่บนการพึ่งตนเองได้ อย่างที่ผมเรียนว่าเราต้องไม่สนใจงบประมาณแผ่นดิน แต่ต้องบริหารจัดการและพึ่งพาตนเองได้ ผมเดินรถเร่งค้นหาเสียงตลอดระยะเวลา ถ้ามประชาชนว่า ต้องการอะไร ประชาคมต้องการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงในมิติใหญ่ ๆ 3 มิติ 1.เราต้องการการเป็นองค์กรที่ดี มีสุขภาวะที่ดี 2. ต้องการการเป็นชุมชนวิชาการ ต้องวิชาการนำ และ 3. เป็นองค์กรที่พึ่งตนเองได้ มีความแข็งแกร่งที่จะยืนหยัดอยู่อย่างสง่างาม องค์กรที่ดี"

'สวนสุนันทา' ต้องเป็นมหาวิทยาลัยที่มีระบบบริหารจัดการเป็นเลิศ พึ่งตนเองได้ "ผมเน้นคำว่า 'พึ่งตนเองได้' ผมจะไม่พูดคำว่าออกนอกกรอบหรือไม่ออกนอกกรอบ แต่ใน 4 ปีข้างหน้า 'สวนสุนันทา' ต้องยืนอยู่ได้โดยไม่พึ่งพางบประมาณของรัฐ จะออกนอกกรอบหรือไม่ออกนอกกรอบไม่ใช่ประเด็นสำคัญ แต่เราต้องพึ่งตนเองได้และยืนอยู่อย่างสง่างามในสังคมวิชาการ ด้วยระบบการจัดการที่พึ่งตนเองได้ อันนี้คือเป้าหมายสุดท้าย ที่เราจะต้องก้าวไปให้ถึง" รศ.ดร.ฤาเดช กล่าวทิ้งท้าย

ชนลูกชู้! นุ่น เพยหญิงชุดไทยเข้าฝัน ต้องรับเล่น"พิษ สวาท"

31 ตุลาคม 2558 เวลา 15:29 น. | เปิดอ่าน 11,420 | ความคิดเห็น 0



8.4K



0



0

ทั้งหมด +



นุ่น วรณช เฝยเรื่องหญิงชุดไทยเข้าฝืน-ได้กลิ่นดอกบัว เป็นเหตุให้รับเล่นละคร พิศสวาท



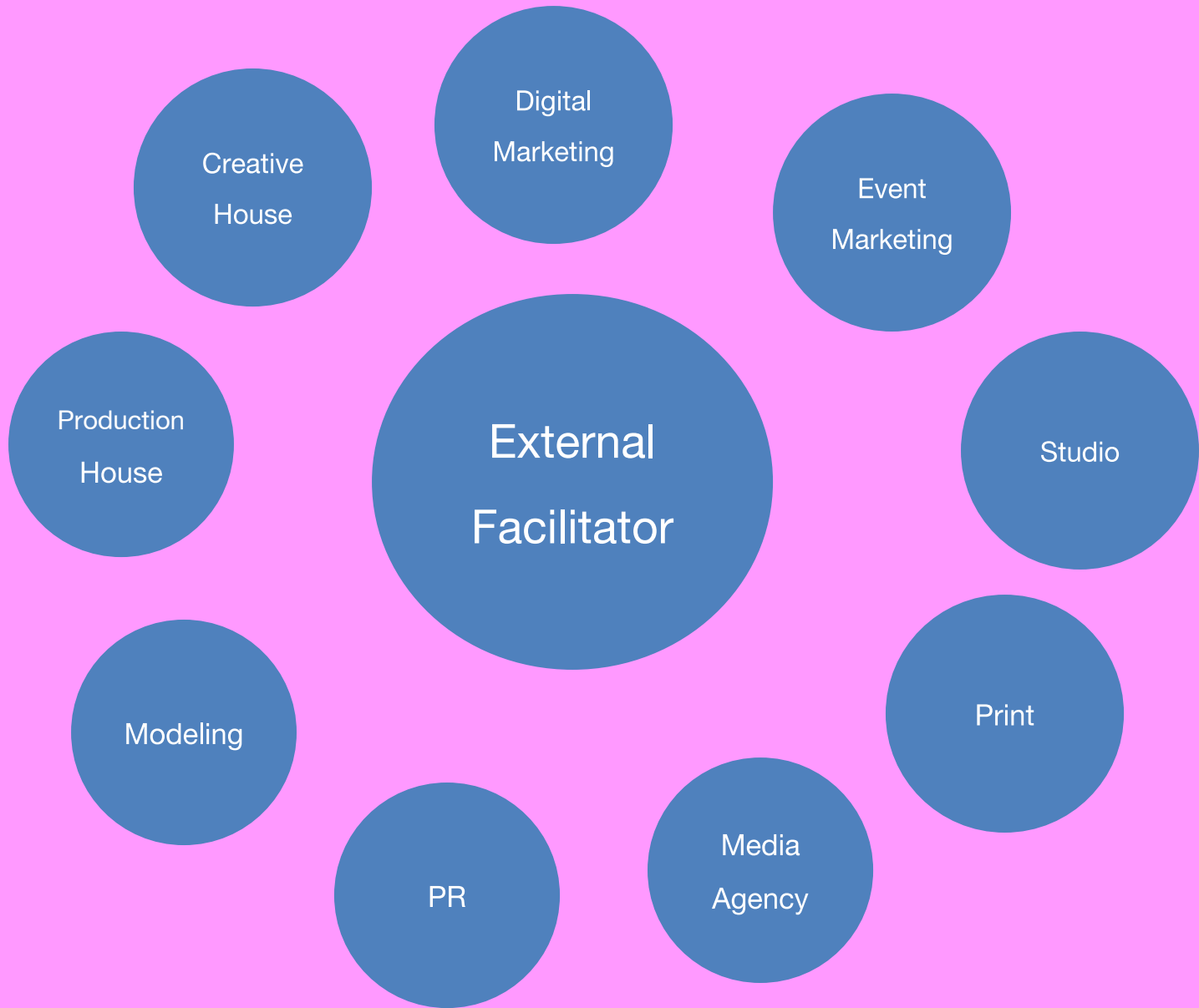
ต้องบอกก่อนเลยว่าเรื่องนี้โปรดใช้วิจารณญาณในการอ่าน...สำหรับเรื่อง พิศสวาท ซึ่งทำมาจากเค้าโครงเรื่องจริง จากบทประพันธ์ของ ทมยันตี นักเขียนชั้นครู หลังจากเมื่อ 5 ปีที่แล้วทางค่ายเอ็กแซ็กท์พับโปรเจกต์ไปด้วยสาเหตุบางประการ ล่าสุดละครเรื่องนี้ถูกนำกลับมาทำอีกครั้งได้พระเอกหนุ่ม ปอง ณวัฒน์ ประกบสาว นุ่น วรณช ซึ่งจัดพิธีบวงสรวงไปเรียบร้อยแล้วที่วัดพุทธโสธรวัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

งานนี้สาวนุ่นได้เล่าเรื่องราวชวนขนลุกเกี่ยวกับการตบปากรับค่าเล่นละครเรื่องนี้ให้ฟังว่า... ดนเจอเหตุการณ์แปลกๆได้กลิ่นดอกบัวและฝืนเห็นผู้หญิงใส่ชุดไทย คุณอุบล นางรำหลวงที่ถูกสามีฆ่าตายเพื่อให้มาเฝ้าสมบัติแผ่นดินมาเข้าฝืน

"จริงๆ เรื่องนี้มีการพูดคุยกันมานานแล้ว แต่ไม่ได้รับ สุดท้ายนุ่นรับเล่นเรื่องนี้เพราะว่าฝืนถึงคุณอุบล ซึ่งนุ่นก็ไม่ทราบรายละเอียดว่าเรื่องราวเป็นยังไง รู้แค่ชื่อเรื่อง เพราะว่าช่วงนั้นเราเล่นเรื่องอื่นอยู่ เราก็ไม่มีเวลาที่จะเล่นอีกเรื่อง แต่วันหนึ่งฝืนเห็นผู้หญิงใส่ชุดไทย ในฝืนมีรายละเอียดเยอะ ตอนแรกเรารู้สึกว่าเราคิดไปเอง ทั้งนี้มีอยู่คืนหนึ่งนุ่นได้กลิ่นดอกบัว แต่ตอนนั้นไม่รู้ว่าเป็นกลิ่นดอกบัว ยังถามอยู่เลยว่ากลิ่นอะไร

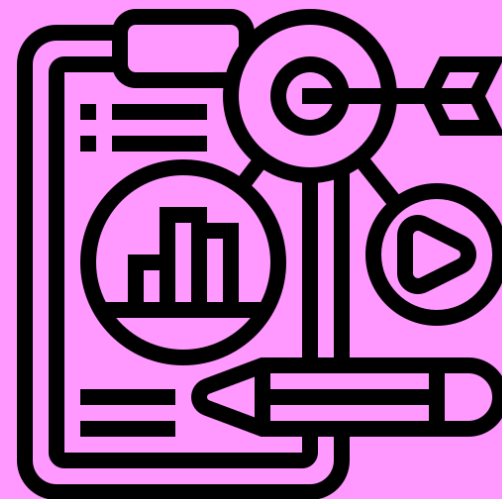
พอดีได้คุยกับคุณทมยันตี ท่านก็บอกว่าจะได้กลิ่นนี้อยู่บ่อยๆ ระหว่างที่ประพันธ์บทเรื่องนี้ แต่นุ่นว่าสุดท้ายแล้วละครเรื่องนี้เป็นเหมือนการตอบแทนคุณแผ่นดินด้วย ทุกครั้งที่มีการถ่ายก็จะนึกถึงด้วยความเคารพคะ ในทุกเรื่องไม่ใช่เรื่องนี้ เราจะไหว้แล้วก็ขอให้การถ่ายทำผ่านไปด้วยดีราบรื่น"





AIM1202

Icons made by allimateam



หลักการสื่อสารการตลาด Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกวีล ศรีจินตา