

การพัฒนา รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์ นครราชสีมา

Developing Model of Identity Institutionalization for Nakhonratchasima College of Dramatic Arts

วาสนา ร่มโพธิ์¹, โกวตน์ เทศบุตร², สุพรรณิ เหลือบุญชู³

Wasana Rompho¹, Kowat Tesaputa², Supanee Luerbunchu³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์ นครราชสีมา 2) เพื่อพัฒนา รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์และการประเมินผลการใช้รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาโดยใช้กระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร 5 คน ครู 30 คน นักศึกษา 96 คน คณะกรรมการสถานศึกษา 8 คน รวม 139 คน ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการประชุม แบบสอบถาม แบบสังเกตและแบบประเมินผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ มี 6 องค์ประกอบ คือ ชื่อและตราสัญลักษณ์ เครื่องหมาย การนำเสนอตนเอง ตัวอักษร สีอัตลักษณ์ ข้อความประกอบ และตัวบ่งชี้ อัตลักษณ์ 24 ตัวบ่งชี้ และ 2) รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา พบว่า มีการขับเคลื่อน อัตลักษณ์ด้วย “WE ARE NSC” ประกอบด้วย ด้านจิตวิญญาณแห่งภูมิปัญญา (W: Wisdom) ด้านการบริหารจัดการทางศิลปะ (E: Efficiency in Education of Arts) ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ (A: Academic Excellence) ด้านความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม (R: Responsibility) ด้านการสร้างสภาพแวดล้อมทางการศึกษา (E: Environment) ด้านการสร้างบรรทัดฐานของ อัตลักษณ์ (N: Norms) ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ของอัตลักษณ์ (S: Strategic Management) ด้านการสร้างวัฒนธรรมองค์กร (C: Culture) และระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์ นครราชสีมาพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: อัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์ การเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

¹ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

³ วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Ed. D. Candidate in Educational Administration, Mahasarakham University

² Graduate School, Roi-ET Ratabhat University

³ College of Music, Mahasarakham University



Abstract

The purposes of this study were to 1) study the element of Identity in Nakhonratchasima College of Dramatic Arts. 2) Development of identity enhancement model and development of identity enhancement model in Nakhonratchasima College of Dramatic Art. This research was conducted using the participatory action research process.

The focus group in this development consisted of 5 administrator 30 teacher 96 student 8 parent, 139 persons, at Nakhonratchasima College of Dramatic Arts under the office of Bunditpatanasilpa Institute Ministry of Culture in the academic year of 2015, obtained using the purposive sampling technique. The instrument used in the research were an interview form, a note taking form on the meeting, a questionnaire, an observation form, and an evaluation form. The qualitative data were analyzed using in-depth interview, focus group discussion, participant observation, and note-taking on the meeting of the team for condition diagnosis to build the team for solving operational problems.

The quantitative data were analyzed using frequency and percentage.

The findings were as the follows: 1). The elements of the Learning Developing Model of Identity Nakhonratchasima College of Dramatic Arts. The Identity Symbols consists of six elements is Name and Logo, Mark, Presentation, Alphabet, Colors Identity, Combination Marks and 24 indicators by professional staff with complete integration of cycling system. And 2) For the model of Identity, it was found that the model had 8 factors comprising (W) Wisdom, (E) Efficiency in Education of Arts, (A) Academic Excellence, (R) Responsibility, (E) Environment, (N) Norms, (S) Strategic Management, (C) Culture, the abbreviation of this model couple be “WE ARE NSC”

Keywords: Identity Dramatic Arts, identity research, participatory research

บทนำ

วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา สังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม เป็นสถานศึกษาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นเรื่องของศิลปวัฒนธรรมของชาติ ด้านนาฏศิลป์ ดนตรี และช่างศิลป์เพื่อให้ศาสตร์สาขานี้ดำรงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พ.ศ.

2550 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 124 ตอนที่ 32 ก กล่าวถึงสาเหตุในการตราพระราชบัญญัติว่า สมควรมีกฎหมายรองรับให้สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีฐานะเป็นนิติบุคคลในกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ คีตศิลป์และช่างศิลป์ สืบสาน สร้างสรรค์ศิลปะและมรดกทางศิลปวัฒนธรรมทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติอัน



เป็นเอกลักษณ์ของชาติและส่งเสริมการผลิตบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ช่างศิลปกรรม ศิลปินอาชีพ และครูศิลปะ นักวิชาการ และนักวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนส่งเสริมสุนทรียศาสตร์และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม (สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, 2555: 7-9) สาระสำคัญของพระราชบัญญัติดังกล่าว มีผลต่อสถานศึกษาในสังกัด 12 แห่ง นอกจากนี้ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ยังได้กำหนดควิลยทัศน์ ปรัชญา และยุทธศาสตร์การจัดการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2550-2552 ไว้อีกว่า สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์เป็นสถาบัน การศึกษาระดับอุดมศึกษาด้านวัฒนธรรม มีความเป็นเลิศในการผลิตบัณฑิตเป็นศิลปินอาชีพ นักวิชาการ ครูศิลปะ นักวิจัยทั้งระดับชาติและท้องถิ่น อันเป็นเอกลักษณ์ของชาติให้เป็นที่ประจักษ์แก่สังคม โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 5 ประการ คือ เพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในงานศิลปะด้านช่างศิลป์ นาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์ นำไปสู่อาชีพครู (ทางศิลปะ) ศิลปินและนักบริหารวิชาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพของบัณฑิต ทั้งทางวิชาการ คุณธรรม บุคลิกภาพและพละนาถมาย ควบคู่กับด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การค้นคว้าวิจัย และสร้างสรรค์นำไปสู่การเป็นเลิศทางศิลปะ เพื่อพัฒนาระบบการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและมีความเป็นสากล เพื่อมุ่งให้ความร่วมมือและบริการสังคม อันจะเป็นประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมและประเทศชาติ โดยนโยบายหลักของสถาบัน เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญคือจัดการศึกษาและส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรม ให้เชิดชูความเป็นเลิศทางศิลปวัฒนธรรมในด้านศิลปะโดยใช้ระบบหลักเกณฑ์ที่สามารถเผยแพร่ศาสตร์ทางศิลป์ได้อย่างมีศักยภาพถูกต้องเหมาะสมกับความเป็นชาติไทยและเป็นศูนย์กลางทางศิลปะโดยใช้หลักธรรมาภิบาล บริหารจัดการองค์กรให้เป็นที่ประจักษ์แก่สังคม (สถาบันบัณฑิต

พัฒนศิลป์, 2551: 3)

วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาจัดการศึกษาในระดับขั้นพื้นฐานถึงระดับอุดม จัดการศึกษาทางด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน โดยมีเป้าหมายที่จะผลิตบัณฑิตให้มีความรู้คู่คุณธรรมแก่นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา จากผลการประเมินคุณภาพการศึกษาที่ผ่านมาพบว่ายังขาดความชัดเจนในการใช้การสื่อสารอัตลักษณ์เข้ามาสร้างภาพลักษณ์ที่สร้างความแตกต่างจากวิทยาลัยอื่นที่ชัดเจนโดยต้องสื่อสารความเป็นตัวตนออกมาให้สาธารณะได้เห็นความเป็นวิทยาลัย (อัญชญา วิริยะประสิทธิ์, 2551: 2-4) อัตลักษณ์ในฐานะที่เป็นวาทกรรมในยุคโลกาภิวัตน์สามารถสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นได้ (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร, 2542: 313) ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากวิทยาลัยอื่น ๆ ซึ่งจำเป็นต้องเสริมสร้างอัตลักษณ์สู่สังคมและกลุ่มเป้าหมายของวิทยาลัยเพื่อแสดงอัตลักษณ์ (Identity) ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น ว่าฉันคือใคร โดยการมองผ่านตนเองและการที่คนอื่นมองเรา เพื่อระบุว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนหรือแตกต่างจากกลุ่มอื่นและฉันเป็นใครในสายตาคอนอื่นอย่างไร (นันทนัย ประสานนาม, 2549: 65) อัตลักษณ์มีปะปนอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา โดยเราไม่ตระหนักรู้ ว่าตกอยู่ภายใต้อัตลักษณ์ ซึ่งถูกใช้เกือบจะตลอดเวลา และหากมองไปรอบ ๆ ตัว จะพบความรุนแรงเชิงสัญลักษณ์ของการกีดกัน และแบ่งแยกอัตลักษณ์องค์กรอยู่เสมอ (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546: 134-135) เป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหว ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ซึ่งเชื่อมโยงกับอำนาจที่สร้างขึ้นและมีอยู่ก่อนแล้ว (ยศ ลันติสมบัติ, 2544: 122) ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกับอำนาจ ไม่ใช่อำนาจแบบใช้กำลัง



บังคับแต่เป็นกระบวนการครอบงำตัวตนที่แยกออกจากตัวตนดั้งเดิม การหยาบยึกวิวัฒนาการของกลุ่มต่างๆ มาเป็นวัฒนธรรมหลักและใช้เป็นเครื่องมือหล่อหลอมอัตลักษณ์ ความเป็นไทยโดยมีพื้นฐานจากวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นการทำความเข้าใจอัตลักษณ์จึงช่วยให้มองเห็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์องค์กร ที่อยู่เบื้องหลังสิ่งที่มองไม่เห็นให้ปรากฏทางสังคม (มานะ แก้วมาลา, 2552: 21) อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล มีการเปลี่ยนแปลงไปทางแรงขับ ความสามารถ ความเชื่อ และการปรับตัวของบุคคล (สายฝน ควรรผดุง, 2536: 16) เป็นผลรวมของโครงสร้างแห่งตน (Self-Structure) เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลที่เกิดขึ้นภายในตน มีพัฒนาการตามช่วงวัยการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์จึงเกิดขึ้นอยู่กับการปรับตัวตามบทบาท ความเชื่อ และค่านิยม ส่วนบุคคล ถ้าพัฒนาการของโครงสร้างแห่งตนจะมีความเป็นตัวของตัวเอง รู้ถึงความเหมือนและความแตกต่างกับผู้อื่นถ้าพัฒนาการทางโครงสร้างแห่งตนไม่ดี จะทำให้เกิดความสับสนในตัวเองแต่อาศัยสิ่งภายนอกมาช่วยประเมินตน (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2546: 1) อัตลักษณ์ คือ ผลรวมของการรับรู้ตัวตนเป็นอย่างไร มีบทบาททางสังคมอย่างไร และอัตลักษณ์เกิดจากการพัฒนาทางด้านร่างกาย เพศ สังคม อาชีพ จริยธรรม อุดมคติ และบุคลิกภาพ ฉะนั้นบุคคลที่จะมีความสำเร็จในการพัฒนาอัตลักษณ์จะมีการยอมรับตนเองสูง (จันทร์เพ็ญ ทศนีสกุลชัย, 2548: 10)

การวิจัยนี้ต้องการศึกษาองค์ประกอบอัตลักษณ์ที่สร้างความโดดเด่นของสถานศึกษา โดยการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาสู่กลุ่มเป้าหมายให้สามารถรับรู้เข้าใจในตนเองและมองเห็นความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างของวิทยาลัยอื่นๆ โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อให้ได้ข้อค้นพบ ที่สร้างรับรู้ตัวตนเป็นอย่างไร มีบทบาททางสังคมที่เด่นชัดและจะถ่ายทอดตัวตนอย่างไรสู่สังคมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและวางแผนการจัดการด้านนโยบายและการปฏิบัติงานในสถานศึกษา ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นที่จะต้องพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวได้รับการยอมรับ จดจำและสร้างความแตกต่างจากองค์กรอื่นได้ชัดเจน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์และประเมินผลการใช้รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบ่งเป็น 3 ระดับคือระดับวิทยาลัย กลุ่มที่ 1 ผู้อำนวยการวิทยาลัย รองผู้อำนวยการวิทยาลัย คณะกรรมการสถานศึกษา จำนวน 13 คน ระดับสาขาวิชา กลุ่มที่ 2 หัวหน้าภาควิชาการศึกษา หัวหน้าภาควิชาการศึกษาทั่วไป หัวหน้าภาควิชาสาขานาฏศิลป์ไทย หัวหน้าภาควิชาสาขาดนตรีคีตศิลป์ไทยและครูผู้สอน จำนวน 30 คน ระดับบุคคล กลุ่มที่ 3 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-5 จำนวน 96 คน ทั้งหมด 139 คน

ขั้นตอนการวิจัย

ดำเนินการพัฒนาวิทยาลัยตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้นแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนและแต่ละขั้นตอนแบ่งเป็นขั้นตอนย่อยๆ ตามกิจกรรมที่ดำเนินการซึ่งมีรายละเอียดและวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบอัตลักษณ์

1) สร้างความตระหนักร่วมกันของผู้วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้เห็นความจำเป็นในการพัฒนาอัตลักษณ์ โดยการศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของวิทยาลัยโดยการใช้แบบสอบถามและประชุมกลุ่มย่อย 2) การศึกษาและสังเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์ โดยผู้วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ที่จำเป็นในการสร้างอัตลักษณ์ของวิทยาลัย จากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยมีองค์ประกอบอัตลักษณ์ประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ 24 ตัวบ่งชี้คือ ชื่อและตราสัญลักษณ์ เครื่องหมาย การนำเสนอตนเอง ตัวอักษร สีอัตลักษณ์ ข้อความประกอบ เป็นองค์ประกอบตั้งต้น 3) ศึกษาและสำรวจความเหมาะสมขององค์ประกอบอัตลักษณ์ โดยนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์

1) ศึกษาสภาพการณ์ ความต้องการจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงและระบุปัญหาของวิทยาลัย เพื่อวิเคราะห์สภาพและระบุปัญหาโดยจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาร่วมกัน ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้จัดประชุมกันทุกปายวันศุกร์ เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อติดตามวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นไปเสริมสร้างอัตลักษณ์ในวิทยาลัย 2 วงรอบ โดยผู้วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลร่วมกันวางแผนปฏิบัติการ ดำเนินการ ประเมินผลลัพธ์และสะท้อนผลการประเมินเพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับ จัดทำเป็นรายงานสภาพการณ์เบื้องต้นของวิทยาลัย ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ เพื่อกำหนดเป็นชุดกิจกรรมที่เป็นวิธีการแทรกเสริมและจัดทำเป็นรูปแบบการเสริมสร้าง

อัตลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นแผนปฏิบัติการในการเสริมสร้างอัตลักษณ์เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงเชิงผลลัพธ์ จากการใช้รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้แล้วสะท้อนผล ในวงรอบที่ 1 และวงรอบที่ 2

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นการใช้รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาที่ทดลองใช้จริงโดยใช้รูปแบบที่ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยร่วมกันพัฒนาขึ้นเป็นขบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาโดยการพัฒนาชุดกิจกรรมการเสริมสร้างอัตลักษณ์ โดยแนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของ Kemmis และ McTaggart (1988: 14) 4 ขั้นตอนประกอบด้วย 1) การวางแผนปฏิบัติการ 2) การปฏิบัติตามรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ 3) การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น 4) การสะท้อนผลประกอบด้วยชุดกิจกรรมที่ใช้ในกระบวนการแทรกเสริม (Interventions) 6 กระบวนการ ตามระดับบุคคล ระดับสาขาวิชาและระดับวิทยาลัย ปฏิบัติการ 2 วงรอบ ดังนี้

วงรอบที่ 1

ระดับบุคคล ใช้กระบวนการแทรกเสริมด้วยการฝึกอบรมทักษะ (Training) ใช้เทคนิค KM (Knowledge Management Process) โดยฝึกอบรมทักษะการปฏิบัติงาน (Training)

ระดับสาขาวิชา ใช้กระบวนการแทรกเสริมด้วยการประชุมที่มีวินิจฉัยสภาพการณ์ (Diagnostic meeting) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT analysis เพื่อประชุมค้นหา จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค

ระดับวิทยาลัย ใช้กระบวนการแทรกเสริมด้วยการประชุมแบบปรึกษาหารือ (Confrontation meeting) ใช้หลักการวงจรการบริหารงานคุณภาพของวงจรถมึง PDCA เพื่อการเสริมสร้าง



อัตลักษณ์ตามขั้นตอนการประชุมแบบปรึกษาหารือ

วงรอบที่ 2

ระดับบุคคล ใช้กระบวนการแทรกเสริมด้วยการให้คำปรึกษากระบวนการทำงาน (Process consultant) ใช้หลักกระบวนการวิจัยปฏิบัติการของ Kurt Lewin (1946) เทคนิคการให้การปรึกษาแบบเผชิญความจริง

ระดับสาขาวิชา ใช้การประชุมเพื่อสร้างทีมแก้ไขปัญหา (Team-building) โดยการเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อกำหนดแนวทางแก้ปัญหา โดยการประเมินผลจากรายงานการประชุมซึ่งเป็นข้อสรุปความต้องการ ปัญหา สาเหตุ ข้อตกลงร่วมกัน รวมถึงข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา

ระดับวิทยาลัย ใช้การประชุมเพื่อวางระบบควบคุมคุณภาพของวิทยาลัย (Quality control system) ใช้หลักการของวงจรเดมมิง PDCA เพื่อการเสริมสร้างอัตลักษณ์ตามขั้นตอนการประชุมแบบวางระบบควบคุมคุณภาพของวิทยาลัย โดยใช้วงจรการบริหารงานคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและยืนยันผลสรุปเพื่อให้ข้อสรุปที่ได้นั้นมีความถูกต้องและแม่นยำที่สุดโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารวิทยาลัย การสนทนากลุ่ม ระดับบุคคล ระดับสาขาวิชา และระดับวิทยาลัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา แบบหาความหมาย วิธีการ

ตีความสร้างข้อสรุปโดยหลักตรรกวิทยาเชิงอุปนัย (Induction) จากข้อมูลที่ได้จากสถานการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยตีความ สร้างข้อสรุปตามรูปแบบ ความหมาย การเกิดขึ้น ความสัมพันธ์ และผลกระทบของปรากฏการณ์ที่รับรู้ รวมถึงการวิเคราะห์โดยใช้ประสบการณ์ ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ร่วมการวิจัยถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการจำแนกหมวดหมู่ของข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยใช้เกณฑ์การจำแนกตามขั้นตอนการวิจัย และแยกประเภทข้อมูลตามชนิดของข้อมูลที่มีลักษณะเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและร้อยละ ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้องค์ประกอบอัตลักษณ์และแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์ นครราชสีมา โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. องค์ประกอบอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ ชื่อและตราสัญลักษณ์ เครื่องหมาย การนำเสนอตนเอง ตัวอักษร สีอัตลักษณ์ ข้อความประกอบ และมี 24 ตัวบ่งชี้ มีผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยร่วมกันพัฒนาขึ้นโดยใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย และสรุปเป็นข้อตกลงร่วมกันของสถานศึกษา



ตารางที่ 1 องค์ประกอบและตัวบ่งชี้อัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา

6 องค์ประกอบ	24 ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา
1. ชื่อและตราสัญลักษณ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชื่อขององค์กรที่มีลักษณะเฉพาะ 2. ตราสัญลักษณ์องค์กร 3. การสื่อสารผ่านสิ่งที่มีผลได้ 4. การรับรู้สื่อสารด้วยการมองเห็น 5. การสร้างการจดจำชื่อและตราสัญลักษณ์โดยลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น 6. รูปลักษณ์ของอาคารสถานที่
2. เครื่องหมาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายที่ใช้ในเครื่องแบบ 2. สิ่งที่แสดงถึงความเป็นสถาบัน เป็นอุปกรณ์ สิ่งของเครื่องใช้ 3. สิ่งที่แสดงถึงความเป็นสถาบัน ผ่านตราสัญลักษณ์
3. การนำเสนอตนเอง	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสื่อสารวิสัยทัศน์ของตนเอง 2. การนำเสนอ ชื่อ ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ เพลงมาร์ช ประกอบการดำเนินกิจกรรม 3. สร้างและส่งเสริมการรู้จักและรับรู้ภาพลักษณ์ตนเองสู่สายตาประชาชน 4. สร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรที่พึงประสงค์ที่ต้องการให้เกิดขึ้น 5. สร้างและส่งเสริมคำบอกเล่าของบุคคลอื่นเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ที่เคยมีกับองค์กร 6. สร้างและส่งเสริมการจัดการชื่อเสียงขององค์กร
4. ตัวอักษร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีข้อความที่มีความหมาย สื่อสารให้เข้าใจ 2. มีแบบอักษรที่มีความหมาย สื่อสารให้เข้าใจ
5. สีอัตลักษณ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. สีประจำองค์กร 2. ต้นไม้ ดอกไม้ อาคารสถานที่ที่สำคัญ 3. การแต่งกายที่มีสีเป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น
6. ข้อความประกอบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสื่อสารข้อความ ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อให้อ่านและพบเห็นเกี่ยวกับองค์กร 2. การส่งเสริมองค์กรโฆษณาชื่อเสียงของวิทยาลัยด้วยรูปภาพ ผลงานการแสดงและการเผยแพร่วัฒนธรรม 3. การจัดการอัตลักษณ์องค์กรผ่านโครงการ กิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ 4. การสื่อสารอัตลักษณ์องค์กรผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์

2 รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์และประเมินผลการใช้รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา ประกอบด้วย

2.1 การกำหนดอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา มีข้อกำหนด 3 ประการ คือ

1) ข้อกำหนดความเชื่อทางศาสนาพราหมณ์ เป็นการนับถือพระพิฆเนศวร์ เทพใน

ศาสนาพราหมณ์ว่าเป็นเทพเจ้าแห่งความรู้ เป็นผู้มีปัญญาเป็นเลิศปราดเปรื่องในศิลปวิทยาทุกแขนง เป็นเทพเจ้าขจัดความขัดข้องสักการะในฐานะองค์บรมครูแห่งศิลปวิทยาการ 18 ประการ

2) ข้อกำหนดรากเหง้าทางวัฒนธรรมประกอบด้วยพระราชบัญญัติโอนสถานศึกษาภายใต้กรมศิลปากรมาสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและ



ต่อมาได้ออนมาสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมซึ่งได้รับการสถาปนาขึ้นใหม่ ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2454

3) ข้อกำหนดของพระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พ.ศ. 2550 เพื่อการจัดตั้งสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรมชื่อสถาบันเป็นภาษาไทย คือ วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา อักษรย่อ วนศ.นม ชื่อวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาเป็นภาษาอังกฤษ Nakhonratchasima College of Dramatic Arts อักษรย่อ NSC

วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา ได้เปลี่ยนสังกัดจากกรมศิลปากรเป็น “สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์” เพื่อยกระดับการศึกษาเป็นระดับอุดมศึกษา มีความภาคภูมิใจในความยิ่งใหญ่ของสถาบัน มีศักดิ์และสิทธิ์ในฐานะความเป็นสถาบันอุดมศึกษาเท่าเทียมกับมหาวิทยาลัยระดับเดียวกัน โดยเฉพาะ มีหน้าที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนทางด้านนาฏศิลป์ ดนตรีไทยและรับใช้ชุมชน การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น ความเป็นตัวตนที่ชัดเจนในเรื่องของการแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานใต้

2.2 กระบวนการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาประกอบด้วย

1. องค์ประกอบอัตลักษณ์ สภาพอัตลักษณ์และการกำหนดอัตลักษณ์ อัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาเกิดจากวัตถุประสงค์การจัดตั้งสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ประกอบด้วย

1.1 อัตลักษณ์เชิงสัญลักษณ์ ประกอบด้วย ชื่อและตราสัญลักษณ์ เครื่องหมายการนำเสนอตนเอง ตัวอักษร สีอัตลักษณ์ ข้อความประกอบ

1.2 การใช้การสื่อสาร (IMC: Integrated

marketing communication) เพื่อเชื่อมโยงให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา

1.3 การเสริมสร้างอัตลักษณ์ WE ARE NSC ประกอบด้วย

W = Wisdom, E = Efficiency in Education of Arts, A = Academic Excellence,

R = Responsibility, E = Environment, N = Norms, S = Strategic Management,

C = Culture

3. การนำรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ไปใช้และการประเมินผลการใช้ผลการใช้รูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated marketing communication) อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง คือ การติดตามผลการใช้อัตลักษณ์เพื่อสร้างความชัดเจนและโดดเด่นพวกเรา คือ วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา หรือ WE ARE NSC เกิดขึ้นจากกระบวนการร่วมสร้าง (Participatory) 3 กระบวนการ คือ

1) กระบวนการร่วมสร้างอัตลักษณ์ของวิทยาลัยให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์ประกอบด้วย 8 ด้าน คือ WE ARE NSC

W = Wisdom ด้านจิตวิญญาณแห่งภูมิปัญญา

E = Environment ด้านการสร้างสภาพแวดล้อมทางการศึกษา

A = Academic Excellence ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ

R = Responsibility ด้านความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม

E = Efficiency in Education of Arts ด้านการบริหารจัดการทางศิลปะ



N = Norms ด้านการสร้างบรรทัดฐานของอัตลักษณ์

S = Strategic Management ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ของอัตลักษณ์

C = Culture ด้านการสร้างวัฒนธรรมองค์กร

การพัฒนาองค์ประกอบอัตลักษณ์เพื่อการเสริมสร้างอัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ปฏิบัติ โดยใช้กลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์ WE ARE NSC โดยการประชุมปรึกษาหารือ เพื่อวางแผนการจัดการศึกษา การปฏิบัติงานร่วมกัน และใช้ทรัพยากรร่วมกันที่เหมาะสมโดยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับวิทยาลัย

2) กระบวนการร่วมสร้างกิจกรรมเสริมสร้างอัตลักษณ์ของวิทยาลัยที่มุ่งสู่อัตลักษณ์เชิงสัญลักษณ์ของวิทยาลัยคือ การจัดกิจกรรมประกวดออกแบบอัตลักษณ์เชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ การออกแบบเครื่องหมายกึ่งทางการ การปรับปรุงสัญลักษณ์พระพิฆเนศวรที่สื่อถึงอัตลักษณ์ การจัดทำสื่อรุ่น การจัดกิจกรรมทำหนังสือที่ระลึก “ก้าวไปกับอัตลักษณ์ NSC” เป็นการจัดทำคู่มืออัตลักษณ์ และการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มีอัตลักษณ์เชิงสัญลักษณ์เครื่องหมายเป็นทางการ กึ่งทางการ เครื่องหมายตราพระพิฆเนศวร สื่ออัตลักษณ์เชี่ยวชาญ กิจกรรมเสริมสร้างอัตลักษณ์ของวิทยาลัยที่มุ่งสู่อัตลักษณ์เชิงสัญลักษณ์ของวิทยาลัย สามารถนำแผนงานไปปฏิบัติโดยใช้เครื่องมือการบริหารคือการมีส่วนร่วม บุคลากรทั้งในและนอกองค์กร ผู้มีส่วนได้เสีย มีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้รับผลการพัฒนาเสมอภาคกัน

3) กระบวนการร่วมสร้างช่องทางการสื่อสารของวิทยาลัย คือ การวางแผน ดำเนินการ และร่วมประเมินผลการใช้ช่องทางการสื่อสารวารสาร แผ่นพับ เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา การร่วมสร้างช่องทางการสื่อสารของวิทยาลัยสามารถ

นำแผนงานไปปฏิบัติโดยใช้เครื่องมือการบริหารคือ การสื่อสารขององค์กร ซึ่งอาศัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์องค์กร เชิงสัญลักษณ์ และกลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่มีการสื่อสารที่กว้างเป็นที่ยอมรับของสังคม

4) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์จากการประชุมแบบปรึกษาหารือพบว่า วัตถุประสงค์การจัดตั้งสถาบันมีการมอบนโยบายด้านอัตลักษณ์ของสถาบันแก่บุคลากรเพื่อนำไปปฏิบัติและใช้งานผ่านช่องทางการสื่อสารของสถาบันสู่วิทยาลัยและใช้งานผ่านการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมส่งเสริมการศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการใช้อัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา คือ การสร้างความเป็นเจ้าของในอัตลักษณ์ขององค์กร ถึงแม้ว่าสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จะมีอัตลักษณ์องค์กรที่ตั้งไว้ตั้งแต่การจัดตั้งสถาบันแต่สิ่งที่สำคัญกว่า คือ ความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ขององค์กร ซึ่งความต่อเนื่องของการสื่อสารอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาจะประสบผลก็ต่อเมื่อ ผู้บริหาร คณะครู นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครองและผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรรู้คุณค่าความเป็นเจ้าของอัตลักษณ์อย่างแท้จริง ต้องสนับสนุนให้อัตลักษณ์ถูกแสดงออกอย่างต่อเนื่องด้วยการกระทำของบุคลากร โดยการสร้างความตระหนักเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ขององค์กรโดยผ่านกระบวนการสื่อสาร โดยผู้วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาในรูปแบบของการสื่อสารอัตลักษณ์นับว่าเป็นส่วนสำคัญต่อการรับรู้อัตลักษณ์ของบุคลากรในองค์กรและผู้รับบริการของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา โดยให้



สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม มาวางแผนกลยุทธ์ การเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์ นครราชสีมา ดังนั้นการจัดระบบการสื่อสาร อัตลักษณ์ทั้งในและนอกองค์กรจะต้องกำหนด สาระของอัตลักษณ์ให้ชัดเจนตรงประเด็นรวมทั้ง การใช้แนวคิดการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการสื่อสาร อัตลักษณ์ต่อกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร อัตลักษณ์ภายในองค์กรจะต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบ มีผู้สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการสื่อสาร อัตลักษณ์และสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นไป ในทิศทางเดียวกันและมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมายังไม่มีอัตลักษณ์องค์กรปรากฏอย่างแท้จริง จากความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสาขาวิชาและระดับบุคคล มองว่าเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจยังไม่นำมา ใช้ให้ชัดเจนทำให้อัตลักษณ์องค์กรของวิทยาลัย ยังไม่โดดเด่น วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาจึง ได้ร่วมสร้างตามกระบวนการทั้ง 3 กระบวนการ ตามแผนกลยุทธ์การพัฒนาสถาบันบัณฑิต พัฒนศิลป์ กิจกรรมเสริมสร้างอัตลักษณ์ใน กิจกรรมแทรกเสริม สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ พร้อมกับการเชื่อมโยงการสื่อสารที่จะนำกิจกรรม การเสริมสร้างอัตลักษณ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้รับ รู้และจดจำ กลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์จึงถือเป็นอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา ที่แท้จริง Real Corporate Identity ซึ่งปรากฏได้ ชัดเจนว่าตัวตนของเราคือใคร โดยการนำเสนอ อัตลักษณ์จากการออกแบบไปสู่ทุกแง่มุมของการ สื่อสาร ความแข็งแกร่งของอัตลักษณ์วิทยาลัย นาฏศิลป์นครราชสีมาและสถาบันบัณฑิตพัฒน ศิลป์ต้องมาคู่กัน โดยบุคลากรต้องยอมรับคุณค่า ร่วมกันของอัตลักษณ์นั้นและผู้บริหารต้องเป็น

หลักสำคัญที่จะสร้างคุณค่าร่วมกันให้เกิดขึ้นทั่วทั้ง องค์กร 3 ประการดังนี้

1. สภาพปัญหาอัตลักษณ์ของวิทยาลัย นาฏศิลป์นครราชสีมา จากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่า ผู้บริหารมีผลต่อ การสื่อสารภายในวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา เป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านนโยบายเกี่ยวกับ ด้านบริหารจัดการภายใน ยังรวมถึงการมีนโยบาย ในด้านการสื่อสารอัตลักษณ์องค์กรที่ไม่ชัดเจน มีทั้งนโยบายเก่าและใหม่ จึงทำให้นักลากรใน วิทยาลัยเกิดความสับสนในนโยบายที่เกิดขึ้น และ การตัดสินใจที่ล่าช้าจึงขาดความเชื่อมั่นในบาง เรื่องของผู้บริหารที่จะนำพาให้ องค์กรไปสู่ความ สำเร็จในด้านการสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กรที่ไม่ เหมือนใคร ทั้งนี้วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาได้ มีการจัดส่งข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายไปยังกลุ่ม บุคลากรวิทยาลัย โดยอาศัยช่องทางการสื่อสาร หลักรๆ 3 ช่องทาง คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคลและ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลักที่ ใช้ช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสารภายใน องค์กรและระหว่างหน่วยงาน เนื่องจากวิทยาลัย มีระบบการทำงานเป็นแบบราชการ มีการสื่อสาร แบบแนวตั้ง คือ การสั่งการจากผู้บริหารระดับสูงสู่ บุคลากรระดับล่างและมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เป็นศูนย์กลางในการจัดส่งข้อมูลข่าวสารไปยัง บุคลากรเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่ควรทราบ

2. ความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสาร ภายในองค์กรของบุคลากรวิทยาลัยนาฏศิลป์ นครราชสีมาเพื่อนำไปเป็นแนวทางการสื่อสาร ภายในองค์กร ตามรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ IMC โดยกระบวนการ สื่อสารที่สำคัญ คือ กระบวนการสื่อสารภายใน วิทยาลัยฯ ของบุคลากรว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ เพราะกระบวนการสื่อสารภายในจะทำให้สามารถ หลอมรวมความเป็นหนึ่งเดียวได้ จากการส่งสาร



สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร การรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้สามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าเพราะการสื่อสารเป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ ทำให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ร่วมกันได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีทิศทาง และนำมาใช้ให้สอดคล้องกับพื้นฐานขององค์กรทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบการบริหาร ทัศนคติ ค่านิยม รวมทั้งวัฒนธรรมของบุคลากรในองค์กร ส่งผลให้การทำงานของบุคลากรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) กล่าวว่าอัตลักษณ์เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ดังนั้น อัตลักษณ์ จึงมีกระบวนการผลิตให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการอยู่ในวัฒนธรรมนั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวตน นัทอนัย ประสานนาม (2550) อัตลักษณ์ในทางกระบวนการสื่อสารถือได้ว่าเป็นภาพของการรับรู้ต่อคนในองค์กรหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยนำสิ่งที่มืออยู่แล้วมาปรับปรุงและประยุกต์ใช้ (Re New Identity of Organizational) ให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคกาลเวลา ก่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในอนาคตวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมาอาจกลายเป็นวิทยาลัยต้นแบบในเรื่องของการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ด้วยวิธีการทางการสื่อสาร ที่มี

ประสิทธิภาพ ซึ่งนับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งย่างก้าวของความพร้อมที่วิทยาลัยจะต้องใส่ใจและเริ่มทำ และความสำเร็จที่วิทยาลัยจะได้รับนั้น คือการมีครูที่เชี่ยวชาญ ชำนาญการเฉพาะด้านนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์ และการมีบุคลากรทางการศึกษาที่ให้บริการด้วยใจ แต่สิ่งที่สำคัญที่วิทยาลัยจะต้องทำนั้นคือ “การรู้ตัวตน รู้ว่าเราเป็นอะไร กำลังทำอะไร และจะทำอย่างไร การรู้จักตน เพื่อให้เกิดคุณค่าแก่สังคมต่อไป” ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะต้องถูกปลูกฝังจากคนในองค์กรให้รักองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรประกอบอัตลักษณ์ของวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา มีส่วนสำคัญในการพัฒนาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ให้มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับสถานศึกษาอื่นที่มีการแข่งขันมุ่งเน้นคุณภาพการศึกษาลักษณะเดียวกัน การสื่อสารในการสร้างอัตลักษณ์มีส่วนสำคัญทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรโดยเฉพาะจากผลการวิจัยขั้นตอนที่ 1 ซึ่งได้องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ใหม่เป็น 6 องค์ประกอบ 24 ตัวบ่งชี้ ที่มีผลต่อรูปแบบการเสริมสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา

1.2 กลยุทธ์การเสริมสร้างอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม และด้านจิตวิญญาณแห่งภูมิปัญญา นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอันดับต้นๆ ของการสร้างอัตลักษณ์วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา ดังนั้นสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ควรคำนึงถึงกลยุทธ์ด้านดังกล่าวเพื่อพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวสู่ระดับสากลและเป็นสถานศึกษาชั้นนำทางด้านวิชาชีพเฉพาะทางนาฏศิลป์และดุริยางคศิลป์



2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยและพัฒนากระบวนการแทรกเสริมในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ นอกเหนือจาก 6 วิธีการแทรกเสริม ในรูปแบบที่ลุ่มลึกและชัดเจนซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ในวิทยาลัยนาฏศิลป์ในสังกัดสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ต่อไป

2.2 ควรมีการวิจัยสภาพอัตลักษณ์ บริบท อัตลักษณ์และการเปรียบเทียบ อัตลักษณ์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของอัตลักษณ์ในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายในองค์กรและนอกองค์กรที่แตกต่างเพิ่มขึ้น เพื่อการพัฒนาการรับรู้อัตลักษณ์ให้

เข้มแข็งในการพัฒนาวิทยาลัยแต่ละแห่งให้มีความโดดเด่น และแตกต่างกัน

2.3 ควรมีการวิจัยและพัฒนาการใช้ PAR เป็นกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาผสมผสานกับกระบวนการอื่นแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างและส่งเสริมนโยบายให้มีการพัฒนาตนเองในเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ภายในและภายนอกองค์กร วิเคราะห์ถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายว่าในแต่ละส่วนงานมีความสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้จากช่องทางสื่อสารใดได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นการพัฒนาและนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงองค์การให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์เพ็ญ ทศนีย์สกุลชัย. (2548). *การศึกษาและพัฒนาอัตลักษณ์เยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนหญิงบ้านปราณี*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2549). *การเมืองเรื่องอัตลักษณ์ (Identity Politics)*. <<http://www.soc.cmu.ac.th>> 29 มีนาคม 2556.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). *วาทกรรมการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: วิชา
- ยศ สันตีสัมบัติ. (2544). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มานะ แก้วมาลา. (2552). *การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อการเสริมสร้างอัตลักษณ์อุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- นัทธนี ประสานนาม. (2549). *การศึกษาพฤติกรรมและการเปิดรับฟังความคาดหวังและความพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานีวิทยจุฬา*. (วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- สายฝน ควรผดุง. (2536). *การศึกษาสถานะทางเอกลักษณ์ของวัยรุ่นตอนปลายในสถาบันอุดมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. (2551). *คู่มือนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. กรุงเทพฯ. กระทรวงวัฒนธรรม.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. (2555). *แผนกลยุทธ์การพัฒนาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ. กระทรวงวัฒนธรรม.



- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2543). “แนวความคิดหลักทางสังคมวิทยา เรื่องอัตลักษณ์” ในเอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาสังคมวิทยา ครั้งที่ 1 หน้า 65. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ (Identity) การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อรรถจักร สัตยานุรักษ์. (2546). “ความเป็นไทยเป็นใจ” *วารสารศิลปวัฒนธรรม*, 7(11): 159-160.
- อัญชนา วิริยะประสิทธิ์. (2551). *โครงสร้างการบริหารงานภายในวิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา*. นครราชสีมา. วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา.
- Kemmis, S., McTaggart, R. (1988, June). *The action research planner*. 3rd ed. Geelong, Australia. Deakin University Press.
- Lewin, K. (1946). “Action research and minority problems” *Journal of Social Issues*, 2(4): 34-46.