ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับ
การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

- 3 S.A. 2558

สารนิพนธ์

ของ

ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
สิงหาคม 2558
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

บทคัดย่อ

ของ

ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
สิงหาคม 2558

ร้อยโท หญิง ดาววดี เทพจารี. (2558). *ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก.* สารนิพนธ์ กศ.ม.(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง.

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูใน 5 ด้าน ได้แก่ ความรัก การเสริมแรง วิสัยทัศน์ ความนบน้อม และความเชื่อมั่นกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบกใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ครูโรงเรียนกองทัพบก จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยตอนที่ 2 แบบสอบถามการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 และตอนที่ 3 แบบสอบถามภาวะผู้นำใฝ่บริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Correlation Analysis) และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA)

ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ และด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร

2. ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านความเชื่อมั่น และด้านความนบน้อม ด้านความรักและด้านการเสริมแรง

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

THE RELATION BETWEEN SERVANT LEADERSHIP OF TEACHER WITH PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT OF THAI ARMY SCHOOL

AN ABSTRACT

BY

LTD., DAOWADEE THEPJAREE

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Master of Education Degree in Educational Administration

Ltd.,Daowadee Thepjaree. (2015). *The Relation Between Servant Leadership of Teacher with Public Relations Management of Thai Army School.* Master's Project, M.Ed. (Educational Administration). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Somchai Thepsaeng.

This research is aimed to study relationship between 5 aspects of Teachers' Servant Leadership: Passion, Motivation, Vision, Respect, and Confidence, and 4 aspects of Public Relations Management of School of Army: Public Relations Regulations and Policy Establishment, Public Relations Organization Structuring, Human Resource and Budget Management for Public Relations, and Public Relations Operations. Sampling groups are 214 Army School teachers, using multi-stage random method in target selection. Data collecting tools are 5-rating scale questionnaires. Part 2: questions about Public Relations Management at School of Army earned .95 reliability, and Part 3: questions about Servant Leadership earned .97 reliability. Statistical analysis were average, standard deviation, Simple Correlation Analysis, and One Way ANOVA analysis.

The findings revealed the following outcome.

1. Overall rating of Public Relations Management at School of Army revealed moderate results, with descending order: Public Relations Operation, Public Relation Organization Structuring, Public Relations Regulations and Policy Establishment, and Human Resources and Budget Management for Public Relations respectively.

2. Overall rating of Teachers' Servant Leadership showed moderate results, with descending order: Vision, Confidence, Respect, Passion, and Motivation respectively.

3. The analysis of the relationship between Servant leadership and public relations managements of teachers at the School of Army showed that all aspects of Servant leadership relate to public relations management with .01 statistically significance.

สารนิพนธ์

เรื่อง

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับ
การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ของ

ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี

ได้รับการอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
วันที่ 14 เดือน สิงหาคม พ.ศ.2558

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.สรภัคสรณ์ ฉัตรกมลทัศน์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนา แสวงศักดิ์)

สารนิพนธ์

เรื่อง

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับ
การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ของ

ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี

ได้รับการอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
วันที่ 14 เดือน สิงหาคม พ.ศ.2558

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.สรภัคสรณ์ ฉัตรกมลทัศน์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนา แสวงศักดิ์)

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในการให้คำปรึกษา แนะนำตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงความเอาใจใส่และกำลังใจในการทำงานวิจัยฉบับนี้เป็นอย่างดียิ่ง ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนา แสวงศักดิ์ ดร.สรภัคสรณ์ ฉัตรกมลทัศน์ และ อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง คณะกรรมการพิจารณาเค้าโครงสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ให้ถูกต้องและมีคุณภาพ ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต

ขอขอบพระคุณ พลโท กฤษฎา ตรีรัชชกุล เจ้ากรมยุทธศึกษาทหารบก พันเอก นพพร สุทเธน รองผู้บัญชาการโรงเรียนทหารขนส่ง กรมการขนส่งทหารบก พันโทหญิง ดร. วรรณรัตน์ ศรีกนก อาจารย์พยาบาล วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก พันตรีหญิง ดร.บงกช เทพจารี อาจารย์สถิติ กรมกิจการพลเรือนทหารบก และ ร้อยเอกหญิง ดร. ชลิตาสรณ์ ชญาภาภูริดา นายทหารสถิติและทะเบียนประวัติ ที่กรุณารับเป็นผู้เชี่ยวชาญ และสละเวลาอันมีค่าในการตรวจสอบ แก้ไข และให้คำแนะนำเพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสมบูรณ์และมีคุณภาพ นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ คณะครูโรงเรียนกองทัพบก ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ มารดา บิดา ตลอดจนทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่มีส่วนให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์กับผู้วิจัยตลอดมา คุณค่าและประโยชน์อันใดที่เกิดจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่พระคุณของบิดา มารดา อีกทั้งคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย	5
ของเขตของการวิจัย	5
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	5
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	5
ตัวแปรที่ศึกษา	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
สมมติฐานการวิจัย	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
การจัดการด้านการศึกษาของกรมยุทธศึกษาทหารบก	12
ด้านการศึกษากรมยุทธทหารบก	12
ด้านการศึกษาโรงเรียนกองทัพบก	15
แนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์	16
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	16
หลักการประชาสัมพันธ์	18
วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	23
ประเภทการประชาสัมพันธ์	26
การบริหารงานประชาสัมพันธ์	28
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	47
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำใฝ่บริการ	47
คุณลักษณะของภาวะผู้นำใฝ่บริการ	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการกับ	
การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน	61
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63
งานวิจัยในประเทศ	63
งานวิจัยต่างประเทศ	64
3 วิธีดำเนินการวิจัย	68
การกำหนดประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	68
ประชากร	68
กลุ่มตัวอย่าง	68
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	69
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	71
การจัดกระทำข้อมูล	72
การวิเคราะห์ข้อมูล	72
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	73
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	74
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	89
ความมุ่งหมาย และวิธีดำเนินการวิจัย	89
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	90
อภิปรายผล	90
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	101
ภาคผนวก ก	102
ภาคผนวก ข	111
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	113

บัญชีตาราง

ตาราง **หน้า**

1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 69

2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตัวแปรตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์..... 75

3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานรายด้านและภาพรวมของการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบก..... 76

4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบก ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ..... 77

5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบก ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ..... 78

6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบก ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร โดยรวมและรายข้อ..... 79

7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบก ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ..... 80

8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพรวมของภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้าน..... 81

9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านความรัก โดยรวมและรายข้อ..... 82

10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านการเสริมแรง โดยรวมและรายข้อ..... 83

11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านวิสัยทัศน์ โดยรวมและรายข้อ..... 84

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านความนบน้อม โดยรวมและรายข้อ..... 85

13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านความเชื่อมั่น โดยรวมและรายข้อ..... 86

14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก..... 87

15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก..... 87

16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก..... 88

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	10
2 กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	45
3 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	46

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

โลกในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งการสื่อสาร การให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลโดยอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ เป็นสื่อในการสร้างความเข้าใจระหว่างสมาชิกทั้งในสังคมเดียวกันและในระหว่างสังคม เรื่องของงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่หลายคน และหลายหน่วยงานให้ความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ประกอบกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดไว้ในมาตรา 29 ให้สถานศึกษาร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์การเอกชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการและสถาบันอื่น ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยจัดกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาอบรม มีการแสวงหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร และรู้จักเลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งหาวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การพัฒนาระหว่างชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2545: 16 - 17)

จากพระราชบัญญัติดังกล่าวข้างต้นกระทรวงศึกษาธิการในฐานะหน่วยงานในการบริหารจัดการการศึกษาทั่วทุกระบบในประเทศ นอกจากจะต้องดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติแล้ว การรับรู้ความเปลี่ยนแปลงของสังคม และการตระหนักในความสำคัญของการสื่อสารระหว่างหน่วยงานทางการศึกษากับชุมชน ก็เป็นอีกงานหนึ่งที่กระทรวงศึกษาเห็นความสำคัญและมุ่งเน้นกำกับติดตาม โดยเฉพาะในส่วนการกำหนดแนวทางการดำเนินงานของโรงเรียนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้กำหนดไว้ 6 ประการดังนี้ 1) ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงานของสถานศึกษารวมทั้งความต้องการในการได้รับข่าวสารข้อมูลทางการศึกษาของชุมชน 2) วางแผนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของบุคคล ชุมชน องค์การ สถาบันและสื่อมวลชนในท้องถิ่น 3) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ 4) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 5) สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ 6) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทราบถึงผลที่ได้รับและนำไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาให้เหมาะสมต่อไป (กระทรวงศึกษาธิการ. 2546: 71-72)

กองทัพบก เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่นอกจากจะมีภารกิจหลักในการดูแลปกป้องอธิปไตยและความสงบของประเทศยังมีการดำเนินงานในส่วนการจัดการศึกษาในหลากหลายแขนง ซึ่งล้วนแล้วแต่ดำเนินงานไปตามนโยบายด้านการศึกษาของกองทัพบกซึ่งมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการจัดการกระทรวงกลาโหม และแนวทางการพัฒนาปรับปรุงระบบการศึกษา

ของกองทัพบก บนพื้นฐานของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ปี 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 ปี 2545 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และแผนพัฒนากองทัพบก ปี 2550-2554 รวมทั้งยุทธศาสตร์การป้องกันประเทศกระทรวงกลาโหม ซึ่งการศึกษาของกองทัพบกนั้นถือว่าเป็นการศึกษาเฉพาะทาง ซึ่งหมายความว่าเน้นการศึกษาที่จัดโดยหน่วยงานเพื่อผลิตบุคลากรตามความชำนาญและความต้องการของหน่วยงาน ที่ไม่สามารถดำเนินการในสถาบันการศึกษาได้ทั่วไป

การดำเนินการด้านการศึกษาของกองทัพบกจะเป็นการสร้างความพร้อมให้กับกำลังพลในการปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถสนองตอบแนวทางการใช้กำลังของกองทัพบก ซึ่งทางกองทัพบกได้กำหนดนโยบายในด้านการศึกษา คือ ด้านการบริหารการศึกษา ด้านการพัฒนาเพื่อความทันสมัย ด้านหลักสูตรการศึกษา ด้านครู อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา ด้านผู้เข้ารับการศึกษา ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ทั้งนี้ กรมยุทธศึกษาทหารบก เป็นหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบนโยบายต่างๆ โดยใช้การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารนโยบาย ระหว่างหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีและร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียนกองทัพบกตามนโยบายที่กำหนดไว้ (คำสั่ง ทบ.ลับ ที่ 1/2549 เรื่องนโยบายการศึกษาของกองทัพบก พ.ศ.2550-2554 ลว 6 ก.ย.54)

โรงเรียนกองทัพบกในสังกัดกระทรวงกลาโหมและโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการต่างมีแนวทางการบริหารจัดการที่สอดคล้องไปกับกรอบกฎหมายแม่บททางการศึกษา โดยมีกระบวนการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับชุมชน และหน่วยงานภายนอกเพื่อขับเคลื่อนโรงเรียนให้ไปสู่เป้าหมาย การประชาสัมพันธ์จึงไม่ใช่เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ หากแต่เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพระบบงานของหน่วยงานหรือองค์การนั้นๆ ดังนั้นกลยุทธ์หนึ่งซึ่งจะช่วยเกื้อหนุนให้ระบบการดำเนินงานของโรงเรียนบรรลุผลแห่งความสำเร็จก็คือ “การประชาสัมพันธ์” ซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการสื่อความหมาย (Communication) จากหน่วยงานหรือองค์การเพื่อให้บุคคลหรือชุมชน ได้รับทราบในผลของการปฏิบัติภารกิจที่หลากหลาย เกิดเป็นพลวัต (Dynamic) ของการทำงานที่มีพลังเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแน่นอนเหลือเกินว่าประสิทธิภาพของการสื่อความหมายที่ดีย่อมก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ในเชิงสร้างสรรค์ เกิดความร่วมมือ และเกิดการยอมรับร่วมกันในสังคมโดยรวม (สุรศักดิ์ ปาเฮ. 2555: 1)

การประชาสัมพันธ์จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารการศึกษา ทั้งในส่วนการเป็นกรอบแนวทางในการกำกับ ติดตาม เผยแพร่ผลการดำเนินงานต่อสาธารณชนเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกทั้งรับฟังความคิดเห็น เพื่อนำมาวิเคราะห์และนำเสนอ เพื่อประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษาอันจะเสริมสร้างกลไกเพื่อให้บรรลุผลในการปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาต่อไป (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. 2554: 1)

หากแต่เมื่อพิจารณาการดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ผ่านมา พบว่า ครูไม่ค่อยให้ความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร และนโยบายการศึกษาด้านต่าง ๆ ของกองทัพบก ส่งผลให้การดำเนินงานด้านการศึกษาไม่ค่อยเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ (คำสั่ง ทบ.ลับ ที่ 1/2549 เรื่องนโยบายการศึกษาของกองทัพบก พ.ศ.2550-2554 ลง 6 ก.ย.54) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของขวัญชัย เอี่ยมรักษา (2547: 5) ที่ได้ศึกษาปัญหาการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเพื่อประมาณสถานการณ์ สภาพปัญหาของการประชาสัมพันธ์ ในเบื้องต้น พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพยังขาดการบริหารแบบพหุภาคี ได้แก่ การบริหารที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ตัดสินใจหรือร่วมปฏิบัติการ เพื่อให้การบริหารและการบริการสาธารณะเป็นที่พึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการ และจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า บทบาทของการประชาสัมพันธ์ยังไม่เอื้อต่อการพัฒนา ปัจจัยเหตุสำคัญอยู่ที่บุคลากรประชาสัมพันธ์ยังไม่ทราบเป้าหมาย และบทบาท ที่ชัดเจนของตน ขาดขวัญและกำลังใจ เนื่องจากไม่มั่นใจในความก้าวหน้าของสายงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งยังต้องการการพัฒนาทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของจิราภรณ์ ศรีศิล (2549: 2) ที่ได้อธิบายว่าในเรื่องของการประชาสัมพันธ์หน่วยงานทางทหารนั้น เราคงต้องยอมรับว่าเรายังก้าวเดินช้ากว่าภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กิจการและผลงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกิจการให้อยู่ในความสนใจของสาธารณชน ในส่วนของหน่วยงานทางทหารนั้นหลาย ๆหน่วยยังคิดว่าหน่วยของตนเองอยู่ในความสนใจของสังคมอยู่แล้ว และคิดว่าสังคมคงจะติดตามการปฏิบัติเอง จึงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์น้อยกว่าที่ควรเป็น แนวคิดเช่นนี้นอกจากจะไม่ช่วยให้ผลงานของหน่วยได้รับการถ่ายทอดไปสู่สาธารณชนแล้ว ยังเป็นการเหนี่ยวรั้งให้การนำเสนอผลงานของหน่วยงานเกิดความล่าช้ากว่าที่ควรจะเป็น อีกด้วย

จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว วิธีการที่จะแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือ ภาวะผู้นำของครูในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะผู้นำใฝ่บริการ เนื่องจากภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องโดยตรงกับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการจะให้คุณค่าและความสำคัญในความเป็นบุคคลของมนุษย์ทุกคน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว ไม่แสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง และเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมสูง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากกว่าคุณค่าของความเป็นมนุษย์ การเป็นผู้นำแบบผู้ใฝ่บริการเป็นความรู้สึกที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่เกิดความปรารถนาที่จะรับใช้บุคคลทั่วไปเป็นการแสวงหาเพื่อการพัฒนาแต่ละบุคคลที่มุ่งไปสู่ความต้องการของผู้อื่นและมีความพร้อมที่จะสนับสนุนชีวิตกลุ่มเพื่อให้บรรลุถึงการตัดสินใจ ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดพลังในสถาบันและยังเป็นการส่งเสริมปรับปรุงสังคมอีกด้วย (Greenleaf. 2002: 13)

ภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นภาวะผู้นำในเชิงบวก และมีแนวคิดที่ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของการรับใช้ผู้อื่นแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นเรื่องของหลักการทำงานเป็นทีม หลักพฤติกรรมที่เอาใจใส่ผู้อื่นหลักการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม หลักการสนใจต่อความก้าวหน้าและเติบโตของผู้ตามและในขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจต่อการเติบโตขององค์การด้วย เช่นเดียวกันกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ที่ทางครูผู้รับผิดชอบ และผู้บริหารสถานศึกษา พยายามในการสื่อสารกับชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน โดยดำเนินการในการจัดให้มีการวางแผนและมีการปฏิบัติตามแผน เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและกิจการของหน่วยงาน โดยถือว่าทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้น จะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกจากนั้นยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่จะต้องสำรวจประชามติด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงกิจการและนโยบายของหน่วยงาน จุดหมายปลายทางของการประชาสัมพันธ์นั้นก็คือการสร้างประชามติที่จะเป็นผลดีต่อหน่วยงาน (ชม ภูมิภาค. 2546: 2-3)

จากลักษณะเด่นของภาวะผู้นำใฝ่บริการกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไปเพื่อนำสู่การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ดังนั้นโรงเรียนกองทัพบกซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในการจัดการศึกษาทางด้านกิจการทหารและในเรื่องการศึกษาของนักเรียนทหาร โดยมีโรงเรียนในการบริหารจัดการทั้งสิ้น 15 โรงเรียน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในการเป็นกำลังขับเคลื่อนกิจการทางด้านทหารให้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ ซึ่งในฐานะหน่วยงานหนึ่งที่จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ในการติดต่อประสานงานระหว่างโรงเรียนกับประชาชน เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งในส่วนการดำเนินงานจัดการหน่วยงานโดยรวม และการรับสมัครคัดเลือกเข้าเป็นนักเรียน เพื่อให้กองทัพบกมีบุคลากรในการสนับสนุนกิจการของกองทัพต่อไป

ความสำคัญ ปัญหา และแนวทางในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และ 4) ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งศึกษาภาวะผู้นำใฝ่บริการใน 5 ด้าน ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดของเดนนิส (Dennis. 2004: 38-41) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้นำแบบรับใช้ทำให้องค์การมีชีวิตก่อให้เกิดผลสำเร็จในองค์การ ต้องมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ 5 ประการได้แก่ ความรัก การเสริมแรง วิสัยทัศน์ ความนบน้อม และความเชื่อมั่น โดยศึกษาว่าภาวะผู้นำใฝ่บริการทั้งในแต่ละด้านและในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ในระดับใด เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ และเป็นแนวทางให้โรงเรียนกองทัพบก นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารงานด้านประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และ 4) ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความรัก 2) การเสริมแรง 3) วิสัยทัศน์ 4) ความนบน้อม และ 5) ความเชื่อมั่น

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ความสำคัญของงานวิจัย

ผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับสภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์

2. ใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดนโยบาย และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดระบบองค์การ การพัฒนากิจกรรมทางด้านการประชาสัมพันธ์

3. กระตุ้นให้ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ให้การส่งเสริมในด้านการพัฒนาบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนกองทัพบก จำนวน 478 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนกองทัพบก จำนวน 214 คน ได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของเครซี และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608) จากนั้นสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) แล้วจึงสุ่มอย่างง่าย

2. ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสอบถามครูที่มีต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ และภาวะผู้นำใฝ่บริการของครู โดยพิจารณาจากการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านการจัดสรร

งบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และ 4) ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และศึกษาภาวะผู้นำใฝ่บริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) ความรัก 2) การเสริมแรง 3) วิสัยทัศน์ 4) ความนบน้อม และ 5) ความเชื่อมั่น

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรศึกษา 1

ภาวะผู้นำใฝ่บริการ พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความรัก
2. การเสริมแรง
3. วิสัยทัศน์
4. ความนบน้อม
5. ความเชื่อมั่น

ตัวแปรศึกษา 2

การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบกใน 4 ด้าน คือ

1. การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์
2. การจัดองค์การประชาสัมพันธ์
3. การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์
4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การบริหารงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในโรงเรียนและกลุ่มประชาชน หรือองค์การภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน หรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ ให้มีความเข้าใจที่ดีและร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียนตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย

1.1 การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดหลักและวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน โดยมุ่งเน้นในการสร้างความสัมพันธ์และส่งเสริมความเข้าใจอันดี ระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกโรงเรียน ตลอดจนสร้างความคุ้นเคยและลดช่องว่างระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวของโรงเรียนสู่สังคมภายนอก

1.2 การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบแก่ผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และมีอำนาจในการควบคุม บังคับบัญชาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีเอกภาพ รวมถึงการจัดบรรยากาศ การดูแล และปรับปรุงสถานที่ให้เอื้ออำนวยต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1.3 การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การบริหารจัดการเงิน และวัสดุอุปกรณ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถแบ่งส่วน จัดหาและใช้จ่ายเงิน และวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเพียงพอ เหมาะสม คุ้มค่า และก้าวทันต่อความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดการงานประชาสัมพันธ์โดยใช้ปัจจัยทางการบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยการวิจัยค้นหาข้อมูลข้อเท็จจริง สถานการณ์และภูมิหลังเป็นฐานในการค้นหาปัญหาต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบข่ายงาน โดยมุ่งเน้นกระบวนการมีบุคลากรทุกฝ่ายเพื่อให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้ชัดเจน และง่ายต่อการปฏิบัติ ทั้งยังอาศัยเทคนิคและเครื่องมือที่หลากหลาย เหมาะสมในการติดต่อสื่อสารทั้งในและนอกโรงเรียน ตลอดจนมีการตรวจสอบการดำเนินงานเป็นระยะๆ ทั้งระหว่าง และหลังการดำเนินงาน ซึ่งได้มาจากการเก็บรวบรวมด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการตรวจสอบความสำเร็จและนำไปสู่การรายงานต่อไป

2. ภาวะผู้นำใฝ่บริการ หมายถึง คุณลักษณะของครูที่แสดงออกให้เห็นถึงการตระหนักในคุณค่าและความสำคัญในความเป็นบุคคลของมนุษย์ทุกคน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว ไม่แสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง และเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมสูง โดยมีคุณลักษณะประกอบ 5 ประการ ดังนี้

2.1 ความรัก หมายถึง การแสดงออกของครูถึงความห่วงใยต่อผู้อื่น ทั้งทางวาจาและพฤติกรรม มีความยุติธรรมอย่างเสมอภาค ให้การเอาใจใส่ดูแลอย่างทั่วถึง มุ่งเน้นความต้องการและความพึงพอใจเป็นสำคัญ

2.2 การเสริมแรง หมายถึง การแสดงออกของครูถึงการให้ความสำคัญต่อทีมงาน โดยใช้การกล่าวชมเชย การมอบรางวัลเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง พร้อมทั้งใช้ทักษะในการฟังเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงาน โดยต้องรับฟังด้วยความเต็มใจ และฟังด้วยความเข้าใจ

2.3 วิสัยทัศน์ หมายถึง การแสดงออกของครูถึงการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงวิสัยทัศน์ และนำความคิดเห็นต่างๆ มาปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมการดำเนินงานในอนาคต โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งต้องวางแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสม สอดคล้องกับบริบทและความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างรอบด้าน

2.4 ความนบน้อม หมายถึง การแสดงออกของครูถึงความเคารพสิทธิของผู้ร่วมงาน มีความสุภาพ จริงใจและให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคทั้งในด้านความคิดและการกระทำ และเห็นคุณค่าของการสร้างทีมงาน โดยให้เกียรติและปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

2.5 ความเชื่อมั่น หมายถึง การแสดงออกของครูถึงการไว้วางใจทีมงาน โดยกล้าที่จะเปิดเผยความคิดและความรู้สึก มุ่งมั่นในการทำงาน กล้าคิด กล้าตัดสินใจ เข้าใจในความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล รวมถึงสามารถเป็นหลักยึดให้กับบุคคลรอบข้างเมื่อประสบกับปัญหา และอุปสรรคต่างๆ

3. โรงเรียนกองทัพบก คือ โรงเรียนในหน่วยงานกองทัพบก โดยอยู่ภายใต้การดูแลของกรมยุทธศึกษาทหารบก โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 15 โรงเรียน คือ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า วิทยาลัยแพทย์ศาสตร์พระมงกุฎ โรงเรียนเสนาธิการทหารบก โรงเรียนทหารการเงิน โรงเรียนทหารช่าง โรงเรียนทหารปืนใหญ่ โรงเรียนทหารพลาธิการ โรงเรียนทหารม้ายานเกราะ โรงเรียนทหารราบ โรงเรียนสรรพาวุธ โรงเรียนทหารสื่อสาร โรงเรียนนายสิบทหารบก โรงเรียนสงครามพิเศษ โรงเรียนกิจการพลเรือน และวิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก

4. ครู หมายถึง ผู้สอนหนังสือ ควบคู่ไปกับการปฏิบัติหน้าที่ในส่วนงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในการจัดการศึกษาทางด้านกิจการทหารและในเรื่องการศึกษาของนักเรียนทหาร โดยมีโรงเรียนในการบริหารจัดการทั้งสิ้น 15 โรงเรียน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในการเป็นกำลังขับเคลื่อนกิจการทางด้านทหารให้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ ซึ่งในฐานะหน่วยงานหนึ่งที่จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ในการติดต่อประสานงานระหว่างโรงเรียนกับประชาชน เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งในส่วนการดำเนินงานจัดการหน่วยงานโดยรวม และการรับสมัครคัดเลือกเข้าเป็นนักเรียน เพื่อให้กองทัพบกมีบุคลากรในการสนับสนุนกิจการของกองทัพต่อไป และในการศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดของ ศศิธร แก้วรักษา (2552: 9) ที่ได้สังเคราะห์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ไว้ 4 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ 2) การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ 3) การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ 4) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากกระบวนการทั้ง 4 ครอบคลุมและมีความคล้ายคลึงกับแนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบก ทั้งในเรื่องของแนวทางในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ไม่ซับซ้อน และให้อำนาจแก่ครูผู้รับผิดชอบในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยมีผู้บังคับบัญชาเป็นผู้สนับสนุนและให้คำแนะนำให้งานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการและนโยบายหลักของกองทัพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร แก้วรักษา (2552: 127) ที่ได้ศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานครเขต 1 โดยผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษาในเรื่องการบริหารงานประชาสัมพันธ์ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรร

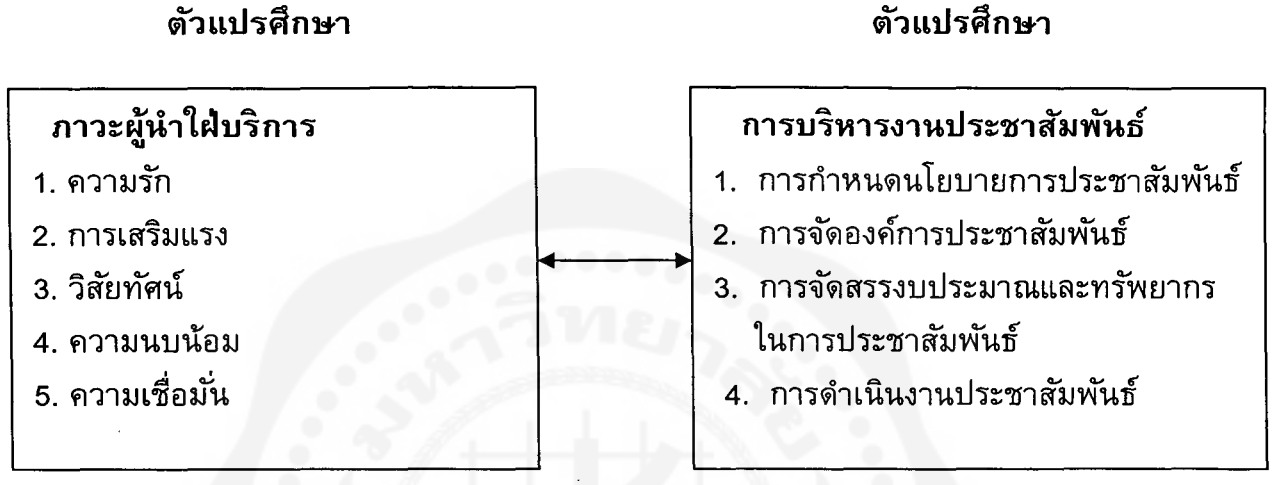
งบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นกลไกสำคัญในการบริหารโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก นอกจากจะศึกษาในส่วนการบริหารงานประชาสัมพันธ์แล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลและผลการวิจัยที่สอดคล้อง ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาในส่วนภาวะผู้นำใฝ่บริหาร โดยในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดของเดนนิส (Dennis. 2004: 38-41) ที่ระบุไว้ว่า ผู้นำใฝ่บริการมีผลทำให้องค์การมีชีวิตก่อให้เกิดผลสำเร็จในองค์การ โดยต้องมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ 5 ประการ ได้แก่ 1) ความรัก 2) การเสริมแรง 3) วิสัยทัศน์ 4) ความนบน้อม และ5) ความเชื่อมั่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเมียร์ส (Miears. 2004: บทคัดย่อ) ที่สรุปเกี่ยวกับภาวะผู้นำใฝ่บริการไว้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการเป็นผู้นำแบบรับใช้ กับระดับของความพึงพอใจในการทำงานที่อยู่ในบริบทขององค์การโรงเรียนรัฐบาล โดยศึกษาจากครูผู้สอนในโรงเรียนรัฐบาล ผลการวิจัยพบว่าครูผู้สอนมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับลักษณะของความเป็นผู้นำแบบรับใช้ และผู้นำมีลักษณะของผู้นำแบบรับใช้ในองค์การของตนอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังมีความพึงพอใจในการทำงานสูงด้วย

การบริหารงานประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จมากหรือน้อยนั้น ครูและบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ย่อมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้ปฏิบัติและมีประสบการณ์โดยตรงแล้ว ยังมีส่วนอย่างยิ่งต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร และสอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และยิ่งไปกว่านั้นครูที่รับผิดชอบในส่วนงานประชาสัมพันธ์นี้เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน แก่หน่วยงานและบุคลากรภายนอก ดังนั้นนอกจากความสามารถทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ภาวะผู้นำใฝ่บริหารจึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ควรพัฒนาให้เกิดแก่ผู้รับผิดชอบซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 13) ที่เสนอแนวคิดว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องโดยตรงกับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เนื่องจากภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการจะให้คุณค่าและความสำคัญในความเป็นบุคคลของมนุษย์ทุกคน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว ไม่แสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง และเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมสูง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากกว่าคุณค่าของความเป็นมนุษย์ และสอดคล้องกับแนวคิดของชม ภูมิภาค (2546: 2-3) ที่ได้เสนอแนวคิดไว้ว่าภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นภาวะผู้นำในเชิงบวก และมีแนวคิดที่ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของการรับใช้ผู้อื่นแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นเรื่องของหลักการทำงานเป็นทีม หลักพฤติกรรมที่เอาใจใส่ผู้อื่นหลักการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม หลักการสนใจต่อความก้าวหน้าและเติบโตของผู้ตามและในขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจ ต่อการเติบโตขององค์การด้วย เช่นเดียวกันกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ที่ทางครูผู้รับผิดชอบ และผู้บริหารสถานศึกษา พยายามในการสื่อสารกับชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน โดยดำเนินการในการจัดให้มีการวางแผนและมีการปฏิบัติตามแผน เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและกิจการของหน่วยงาน โดยถือว่าทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้นจะ

ทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกจากนั้นยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่จะต้องสำรวจประชามติด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงกิจการและนโยบายของหน่วยงาน จุดหมายปลายทางของการประชาสัมพันธ์นั้นก็คือการสร้างประชามติที่จะเป็นผลดีต่อหน่วยงาน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ประมวลแนวความคิดจากนักวิชาการดังกล่าว กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ภาวะผู้นำใฝ่บริการมีความสัมพันธ์กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าวิจัยดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษารายละเอียดดังนี้

1. การจัดการด้านการศึกษาของกรมยุทธศึกษาทหารบก

1.1 ด้านการศึกษากรมยุทธทหารบก

1.1.1 ด้านการศึกษาภายในประเทศ

1.1.2 ด้านการศึกษาในต่างประเทศ

1.1.3 การประกันคุณภาพการศึกษา

1.1.4 ด้านการวิจัย

1.1.5 ด้านภาษาต่างประเทศและภาษาใกล้เคียง

1.1.6 ด้านการส่งเสริมบำรุงความรู้

1.2 ด้านการศึกษาโรงเรียนกองทัพบก

2. แนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์

2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

2.2 หลักการประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

2.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

2.4 ประเภทของการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

2.5 การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.5.1 การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์

2.5.2 การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์

2.5.3 การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์

2.5.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

3. ภาวะผู้นำใฝ่บริการ

3.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำใฝ่บริการ

3.2 คุณลักษณะของภาวะผู้นำใฝ่บริการ

3.2.1 ความรัก

3.2.2 การเสริมแรง

3.2.3 วิสัยทัศน์

3.2.4 ความนบน้อม

3.2.5 ความเชื่อมั่น

4. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยต่างประเทศ

5.2 งานวิจัยในประเทศ

1. การจัดการด้านการศึกษาของกรมยุทธศึกษาทหารบก

กรมยุทธศึกษา หน้าที่ความรับผิดชอบของกรมนี้ คือ มุ่งเน้นไปทางด้านกิจการทหารและในเรื่องการศึกษาของนักเรียนทหาร โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านการศึกษากรมยุทธศึกษาทหารบก

1.1.1 ด้านการศึกษาภายในประเทศ มีรายละเอียด ดังนี้

- โรงเรียนทหารบกทุกแห่ง จัดให้มีการประกันคุณภาพการศึกษา และถือว่าการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษา เพื่อพัฒนาหลักสูตรครูอาจารย์ บุคลากรทางการศึกษา ตลอดจนสิ่งอุปกรณ์ทางการศึกษา ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

- สนับสนุนให้กำลังพลของกองทัพบก ได้พัฒนาความรู้ทางการศึกษาให้สูงขึ้นโดยยึดถือตามหลักเกณฑ์ที่กองทัพบกกำหนด

- สนับสนุนให้หน่วย/เหล่าสายวิทยาการ เปิดการศึกษาให้กำลังพลภายในหน่วยเพื่อพัฒนาความรู้ของกำลังพลตลอดเวลาภายใต้ข้อจำกัดของงบประมาณ

- การเปิดหลักสูตรที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน โดยให้โรงเรียนเหล่าสายวิทยาการที่มีครูอาจารย์อุปกรณ์การเรียนการสอนครบถ้วนสมบูรณ์ เป็นโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการหลักในการเปิดหลักสูตรนั้น โดยจัดกำลังพลจากเหล่า/หน่วยต่างๆ เข้ามารับการศึกษา

- ปรับปรุง แถลงหลักสูตรของแต่ละหลักสูตร ในทุกโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการให้ทันสมัย สอดคล้องกับสภาวการณ์ในปัจจุบัน รวมทั้งวิชาที่จัดการเรียนการสอนในแต่ละหลักสูตรจะต้องระบุวิธีการจัดตามมาตรฐานผู้เข้ารับการศึกษา

- หลักสูตรการศึกษาของโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการ จะต้องเป็นหลักสูตรที่ศึกษาแล้วนำไปปฏิบัติงานได้จริง เมื่อจบการศึกษา เช่น หลักสูตรจู่โจม กำลังพลที่จบหลักสูตรจะต้องเป็นผู้นำหน่วยทหารขนาดเล็กได้

- จัดทำระบบข้อมูลกำลังพลของกองทัพบกที่ลาศึกษาเพิ่มเติม ทั้งในและนอกเวลาราชการ และสำเร็จการศึกษาเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้เป็นแหล่งข้อมูลด้านกำลังพลของกองทัพบกในส่วนของการศึกษาระดับต่างๆ ให้ผู้บังคับบัญชาทราบและใช้ประโยชน์ต่อไป

- การดำเนินการสอบคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นนักเรียนนายสิบทหารบก ขอให้นำระบบเทคโนโลยี มาใช้ประกอบการรับสมัครเพื่อป้องกันการทุจริต และการดำเนินการในทุกขั้นตอนต้องละเอียด รอบคอบ ประหยัด และมีความบริสุทธิ์ยุติธรรม สามารถตรวจสอบได้

- โรงเรียนเสนาธิการทหารบก และวิทยาลัยทหารบก ให้มีการฝึกและให้การศึกษาแก่นายทหารสัญญาบัตรของกองทัพบก นอกกองทัพบก และบุคคลพลเรือน ของแต่ละหลักสูตร โดยมุ่งเน้นให้กำลังพลและผู้เข้าร่วมการศึกษาดังกล่าวให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ผู้บังคับบัญชาและฝ่ายอำนวยการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการมีคุณธรรมและจริยธรรม

1.1.2 ด้านการศึกษาในต่างประเทศ มีรายละเอียด ดังนี้

- จัดลำดับความเร่งด่วนของหลักสูตรที่จะให้กำลังพลไปศึกษา ต้องเป็นหลักสูตรที่ให้ประโยชน์กับกองทัพบกสูงสุด เมื่อจบการศึกษาแล้ว จะทำประโยชน์ให้กับกองทัพบกเป็นส่วนร่วม เช่น การเป็นครู อาจารย์ ให้สถาบันทหารและโรงเรียนของเหล่าต่างๆ

- ส่งเสริมและสนับสนุนให้ครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมสัมมนากับสถาบันการศึกษา หรือองค์การของรัฐและเอกชน ณ ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถนำมาปรับปรุงหน่วยงาน และสถาบันการศึกษาของกองทัพบกให้ทันสมัย

- กำลังพลที่สำเร็จการศึกษาจากต่างประเทศ ต้องนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในกองทัพบก และให้จัดทำข้อมูลผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากต่างประเทศ และผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบันให้ครบถ้วนสมบูรณ์ ตลอดจนข้อมูลผู้ที่สำเร็จการศึกษาในอดีต และพัฒนาปรับปรุงให้สะดวกต่อการค้นหาตรวจสอบ รวมทั้งสรุปให้ผู้บังคับบัญชาทราบ

- ปรับปรุงและพัฒนาระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ รวมทั้งวิธีการในการคัดเลือกกำลังพลเพื่อจัดส่งหรืออนุญาตให้ลาไปศึกษา ณ ต่างประเทศ ให้มีความรัดกุม และกวดขันผู้ที่ไปศึกษาในต่างประเทศ ให้เข้าใจในระเบียบปฏิบัติ ข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้ผู้ที่ไปศึกษาได้สำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อนำความรู้กลับมาพัฒนากองทัพบกต่อไป

- ผู้ไปศึกษาต่างประเทศโดยทุนกองทัพบก ต้องกลับมาปฏิบัติหน้าที่ ครู-อาจารย์

1.1.3 การประกันคุณภาพการศึกษา มีรายละเอียด ดังนี้

- ให้สถาบันการศึกษา และโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการ มีการประกันคุณภาพการศึกษา และให้ถือว่าการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นส่วนสำคัญของการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาสถาบันการศึกษาในทุกๆ ด้าน และทำให้สถาบันการศึกษาของกองทัพบกได้รับการยอมรับจากกำลังพลและบุคคลทั่วไป

- ดำเนินการประกันคุณภาพภายใน เพื่อประเมินระดับคุณภาพการจัดการการศึกษาของสถาบันการศึกษาและโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการ โดยมุ่งเน้นให้สถาบันการศึกษาของกองทัพบกทุกแห่งมีการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

- จัดอบรมครูทหารชั้นสูง ในเรื่องเกี่ยวกับการประเมินและพัฒนาหลักสูตรเป็นการเพิ่มพูน และเสริมสร้างความรู้ในด้านหลักการ วิธีการประเมินและพัฒนาหลักสูตรให้กับครูอาจารย์ จากสถาบันการศึกษาของกองทัพบก เพื่อการพัฒนาหลักสูตรทางทหารให้มีความทันสมัยสอดคล้อง และตอบสนองต่อภารกิจของกองทัพบกในปัจจุบัน

- จัดวิทยากร เผยแพร่ อบรม ความรู้ เรื่องการดำเนินงานประกันคุณภาพ การศึกษา ให้กับข้าราชการ และบุคลากร ในสถานศึกษาของกองทัพบก เพื่อให้การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษา มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสัมฤทธิ์ผล

- จัดทำข้อมูลข่าวสารสนเทศ สถานภาพ สถาบันการศึกษา โรงเรียนเหล่าสายวิทยาการของกองทัพบก

1.1.4 ด้านการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

- การค้นคว้า วิจัยและพัฒนาทางทหารของกองทัพบก มุ่งเน้นเพื่อให้ได้มาซึ่งหลักนิยม ตำรา คู่มือ หลักสูตรการฝึกและศึกษา ระเบียบการตรวจสอบ และเอกสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับการฝึกและศึกษาของกองทัพบก

- เร่งรัด การกำหนด พัฒนา และจัดทำหลักนิยมของกองทัพบก รวมทั้งการศึกษา วิจัย และตรวจสอบหลักนิยมทางทหารของกองทัพบก โดยพิจารณาถึง สถานการณ์และสภาพแวดล้อม รวมถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

- มุ่งเน้น ในการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัย พัฒนายุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับกองทัพบก รวมทั้งศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์ทหารของกองทัพบก

- การวิจัยและพัฒนาทางทหาร ให้พิจารณานำผลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบูรณาการ เพื่อพิจารณา นำไปสู่แนวทาง การพัฒนาการฝึกศึกษาของกองทัพบก

1.1.5 ด้านภาษาต่างประเทศ และภาษาประเทศใกล้เคียง มีรายละเอียด ดังนี้

- พัฒนากำลังพลของกองทัพบก ให้สามารถ ฟัง พูด อ่าน เขียน และเข้าใจในการนำภาษาต่างประเทศและภาษาประเทศใกล้เคียง รวมถึงภาษาท้องถิ่นไปใช้งานให้ก่อเกิดประโยชน์สูงสุด

- ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรภาษาต่างประเทศ และภาษาประเทศใกล้เคียง รวมถึงภาษาท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และความต้องการของกองทัพบก

-ปรับปรุงพัฒนาห้องปฏิบัติการภาษา อุปกรณ์เทคโนโลยีทางการศึกษาให้มีความทันสมัยคล่องตัว สามารถใช้งานก้าวทันกับการเรียนการสอนของสถาบันสอนภาษาระดับสากล

- จัดให้มีการประเมินผลและวัดผลการศึกษาของกำลังพล ในระหว่างเข้ารับการศึกษา และติดตามผลหลังเข้ารับการศึกษา เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งานของกองทัพบก

- ดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาหลักสูตรภาษาต่างประเทศและภาษาประเทศใกล้เคียง รวมถึงภาษาท้องถิ่น ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด

1.1.6 ด้านการส่งเสริมบำรุงความรู้ มีรายละเอียด ดังนี้

- ส่งเสริมสนับสนุนกำลังพลของกองทัพบก ให้มีโอกาสได้รับความรู้อย่างเหมาะสม ทั้งทางทหารและพลเรือน เพื่อพัฒนาให้มีความรู้ให้ก้าวทันต่อเทคโนโลยี รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

- สนับสนุนการดำเนินงานให้ได้มาซึ่งความรู้ใหม่ๆ อย่างกว้างขวางเพื่อให้กำลังพลสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างสะดวก ด้วยการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จัดการอบรมประชุม สัมมนา รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้อย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาระบบงานด้านการส่งเสริมบำรุงความรู้ ให้เกิดประโยชน์แก่กำลังพลของกองทัพบกอย่างทั่วถึงทุกระดับ

- พัฒนาการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่ความรู้ให้ทันสมัยเป็นที่นิยมอ่านของกำลังพลกองทัพบกให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมความรู้ทั้งทางทหาร และวิชาการทั่วไปอย่างทั่วถึงทุกระดับ

- พัฒนากิจการห้องสมุดของกองทัพบก ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเหมาะสมกับกำลังพลทุกระดับ

- พัฒนาศูนย์การศึกษาของกองทัพบก เรียนรู้สูงขึ้น 1 ระดับ โดยการประสานงานกับสถาบันการศึกษาภายนอก เพื่อดูแลช่วยเหลือให้กับกำลังพลที่เข้ารับการศึกษา และดำเนินการตามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการที่กองทัพบกทำไว้กับสถาบันศึกษาต่างๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งไว้

- พัฒนาบุคลากรทางด้านการศึกษาให้มีขีดความสามารถในการส่งเสริมความรู้ให้กับกำลังพลให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเรียนรู้นอกระบบเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต

- พัฒนาระบบการเรียนรู้ของกำลังพล เพื่อให้กองทัพบกก้าวไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้สามารถพัฒนากระบวนการคิดของกำลังพลรายบุคคลให้มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาองค์ความรู้อยู่เสมอสามารถนำคำสั่ง นโยบาย และหลักวิชาการมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 โรงเรียนกองทัพบก

โรงเรียนกองทัพบก มีจำนวน 15 โรงเรียน ดังต่อไปนี้

1.2.1 โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

1.2.2 วิทยาลัยแพทย์ศาสตร์พระมงกุฎ

1.2.3 โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

1.2.4 โรงเรียนทหารการเงิน

1.2.5 โรงเรียนทหารช่าง

1.2.6 โรงเรียนทหารปืนใหญ่

1.2.7 โรงเรียนทหารพลาธิการ

1.2. 8 โรงเรียนทหารม้ายานเกราะ

1.2. 9 โรงเรียนทหารราบ

1.2.10 โรงเรียนสรรพาวุธ

1.2.11 โรงเรียนทหารสื่อสาร

1.2.12 โรงเรียนนายสิบทหารบก

1.2.13 โรงเรียนสงครามพิเศษ

1.2.14 โรงเรียนกิจการพลเรือน

1.2.15 วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก

โรงเรียนกองทัพบก เป็นหน่วยงานหนึ่งในการจัดการศึกษาทางด้านกิจการทหารและในเรื่องการศึกษาของนักเรียนทหาร โดยมีโรงเรียนในการบริหารจัดการทั้งสิ้น 15 โรงเรียน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในการเป็นกำลังขับเคลื่อนกิจการทางด้านทหารให้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ

2. แนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์

2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ช่วยสร้างเสริมความเข้าใจอันดีทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ตรงกัน ตลอดจนสร้างสัมพันธไมตรีและทัศนะคติที่ดีต่อกัน เพื่อนำไปสู่การสนับสนุนและร่วมมือ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์การ ทั้งนี้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายตามรูปศัพท์และความหมายตามทัศนะอย่างหลากหลาย ดังนี้

แบลค (Black. 1975: 18-20) ให้คำอธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่รับผิดชอบทั้งหมดของฝ่ายบริหารในทุกองค์การ วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงเป็นไปเพื่อบรรลุและธำรงไว้ซึ่งความราบรื่นกลมกลืนสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

มาร์ตัน (Marston. 1979: 6) ให้ทัศนะว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง สถานการณ์ใดๆ การกระทำหรือคำพูดที่สามารถจูงใจให้ประชาชนเห็นด้วยหรือความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่งและสำรวจดูว่าประชาชนชอบอะไรก็ทำในสิ่งนั้นให้มากยิ่งขึ้น ส่วนประชาชนไม่ชอบอะไรก็ทำสิ่งนั้นให้น้อยลง

ชม ภูมิภาค (2546: 2-3) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามของหน่วยงานที่ได้กระทำโดยมีการวางแผนอย่างดีและมีการปฏิบัติตามแผนนั้น เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและกิจการของหน่วยงาน โดยถือว่าทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้น จะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและนอกจากนั้นยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่จะต้องสำรวจประชามติด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงกิจการและนโยบายของหน่วยงาน จุดหมายปลายทางของการประชาสัมพันธ์นั้นก็คือการสร้างประชามติที่จะเป็นผลดีต่อหน่วยงาน

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 5) ได้ให้ความหมายว่า คำว่า การประชาสัมพันธ์ หากวิเคราะห์ดูตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่แปลมาจากในภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” โดยคำว่า“Public” แปลว่า “ประชา” หมายถึง หมู่คน และคำว่า “Relations” แปลว่า “สัมพันธ์” หมายความว่า การผูกพัน ดังนั้น คำว่าประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะได้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน”

สิริลักษณ์ ตรัยตรึงตรีคูณ (2550: 16) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีให้กับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น เผยแพร่ชี้แจง การชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ (Good will) ต่อบุคคลหรือหน่วยงานสถาบันนั้น

ศศิธร แก้วรักษา (2552: 24) การดำเนินการของหน่วยงาน องค์การ สถาบัน โดยการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และความสัมพันธ์อันดีทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน อันจะส่งผลให้การดำเนินงานของหน่วยงาน สถาบัน องค์การเป็นไปด้วยความราบรื่นและประสบความสำเร็จ

นันทิชา มารแพ้ (2552: 17) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การ สถาบัน หรือบุคคลขององค์การด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดความเข้าใจรวมทั้งสร้างทัศนคติภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ สถาบัน ให้เกิดการยอมรับได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือซึ่งจะเป็นผลให้องค์การ หน่วยงาน หรือสถาบันมีการดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานขององค์การที่ใช้กระบวนการติดต่อสื่อสาร ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ด้วยวิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

โรงเรียนในฐานะหน่วยงานที่ให้บริการด้านการศึกษาแก่ประชาชน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนถือเป็นเรื่องสำคัญที่ช่วยในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนสู่สังคมภายนอกเพื่อเป็นการรับรองคุณภาพการดำเนินงานอย่างหนึ่งของการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความเข้าใจให้เกิดแก่ผู้ปกครองว่าโรงเรียนได้ดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายตามรูปศัพท์และความหมายตามทัศนะอย่างหลากหลายดังนี้

คินเดรด (Kindred. 1987: 16) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างโรงเรียนกับชุมชนมีความประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีความเข้าใจ และเห็นความจำเป็นในการปฏิบัติงานทางการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนที่มีความรู้ความสามารถเหล่านั้นมีความสนใจและร่วมมือในการปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียน

ภิญโญ สาธร (2546: 240) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลใดบุคคลหนึ่งกับประชาชน ซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจึงเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง (Two-Way Process) คือ โรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดเห็นต่างๆ ที่สัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2547: 17) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าคือ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียนกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่หรือกับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา รวมทั้งองค์การหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนต้องใช้หรือให้บริการ ดำเนินงานอย่างมีแบบแผนต่อเนื่องและเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์ 2 ทาง

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2548: 215) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อความเข้าใจ หรือความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเพื่อให้เกิดการประสานงาน และความร่วมมือที่ดีในการบริหารโรงเรียน

มนทิรา เดชชนะขจรสุข (2548: 11) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกับกลุ่มบุคคลทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทางโดยโรงเรียนต้องเป็นผู้ให้และผู้รับแลกเปลี่ยนความคิดเป็นซึ่งกันและกันเป็นผลให้เกิดความเข้าใจเลื่อมใสศรัทธาและสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ

สมศักดิ์ รุ่งเรือง (2550: 17) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าคือ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคลากรภายในสถานศึกษา และกลุ่มบุคลากรภายนอก โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นกัน ระหว่างโรงเรียนกับบิดา มารดา หรือผู้ปกครองและบุคคลอื่นๆในชุมชน

สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง ชุมชน และสังคม โดยใช้การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อนำมาสนับสนุนและปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของโรงเรียน

2.2 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างสัมพันธไมตรีที่ดีระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และสนับสนุนระหว่างองค์การ สถาบัน กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยต้องยึดมั่นอยู่บนความจริงใจและตรงไปตรงมา ซึ่งมีนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ได้เสนอแนวคิดหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ดังต่อไปนี้

นิวซัม และสก็อต (Newsom; & Scott. 1989: 4-5) ได้เสนอหลักการพื้นฐานสำคัญ 10 ประการของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง ไม่ใช่เป็นการสร้างภาพลวงตา การวางแผนงานประชาสัมพันธ์จึงต้องดำเนินการอย่างรอบคอบระมัดระวัง โดยการกำหนดนโยบายที่แจ้งชัดเพื่อเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติ

2. การประชาสัมพันธ์เป็นงานอาชีพที่มุ่งบริการ เพื่อผลประโยชน์ของสาธารณะ ไม่ใช่เป็นการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล เงื่อนไขนี้เป็นเงื่อนไขที่ต้องพิจารณาในการปฏิบัติงานเป็นอันดับแรก

3. แผนงาน นโยบายและโปรแกรมต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

4. การประชาสัมพันธ์จะเกิดผลดีได้ต้องเลือกใช้สื่อมวลชนให้เหมาะสมกับลักษณะของสาธารณชนนั้นๆ

5. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องยึดมั่นในการวิเคราะห์วิจัย ทัศนคติ ความคิดเห็นของสาธารณชน โดยมุ่งใช้วิธีการแบบยุคลวิธี (Two-Ways Communication)

6. บุคคลที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์นั้นถือได้ว่าเป็นบุคคลสำคัญที่จะเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ได้โดยตรง

7. ในการที่จะทำความเข้าใจข้อเรียกร้องของสาธารณชนนั้น จะต้องใช้วิธีการศึกษาโดยคำนึงถึงหลักวิชาทางด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยาสังคมและความรู้ว่าด้วยการติดต่อสื่อสาร

8. งานวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการโดยยึดมั่นในทฤษฎีจากสาขาวิชาต่างๆ

9. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความตื่นตัวในการที่จะมุ่งอธิบายปัญหาให้กับประชาชนได้เข้าใจก่อนที่ปัญหานั้นจะกลายเป็นปัญหาที่วิกฤติ

10. งานประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นงานที่จะต้องปฏิบัติโดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ของจริยธรรม

ลักษณา สตะเวทิน (2540: 155) ได้เสนอแนวคิดหลังการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. สถาบันจะต้องคำนึงถึงความรู้สึกของประชาชน การกระทำใดๆ ก็ตาม องค์การจะต้องคำนึงถึงความพอใจหรือไม่พอใจของประชาชนเสมอ

2. ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นต้องยึดหลักการสื่อสารสองทาง

3. ไม่มุ่งแต่ผลประโยชน์ขององค์การแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น องค์การจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

4. การให้ข่าวสารกับประชาชน ข่าวสารต่างๆจะต้องมีเหตุมีผล เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้และความคิดในการช่วยตัดสินใจว่าจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

5. การรายงานข่าวสารต่างๆ จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง และมีความจริงใจในการประพฤติปฏิบัติต่อประชาชน ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจมีความรู้และเข้าใจองค์การได้อย่างถูกต้อง

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 145) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆสำคัญๆ อยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิด จึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานของสถาบัน นักประชาสัมพันธ์และผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ทุกคนควรยึกหลัก “ป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อน ดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขทีหลัง”

3. การสำรวจประชามติ องค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ้งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) การสำรวจประชามตินี้นับเป็นสิ่งจำเป็นควบคู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2547: 5-7) กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชน

2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุม รอบคอบและมีการติดตามประเมินผล

3. เป็นการทำงานของรูปแบบการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง และเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

4. เป็นการทำงานที่ต้องการอิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

โสรัฏดา วงศ์รัก (2547: 38 - 40) เสนอแนะให้ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงานหรือองค์การ โดยได้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์และนโยบายของการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานหรือองค์การนั้นเป็นสำคัญ มีการดำเนินการให้มีความประสานสัมพันธ์และต้องยึดถือหลักการของการประชาสัมพันธ์ทั่วไปดังนี้

1. มีการวางแผนการด้านการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงานด้านอื่นๆ เพื่อให้ได้รูปแบบหรือวิธีการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลของกิจกรรมหรืองานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ทราบโดยทั่วถึงแก่ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งผลของการติดต่อสื่อสารหรือสร้างสายสัมพันธ์กันในการทำธุรกิจและการติดต่อในงานต่อไป

2. จัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานรับผิดชอบเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การ เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนที่วางไว้เรียบร้อย และเป็นลำดับขั้นตอนจนบรรลุผล

3. ต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายในองค์การ

4. ศึกษาและสำรวจประชามติอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอในทุกโครงงาน

5. มีความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

6. มีความตื่นตัวและความพร้อมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

7. ดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงทั้งภายในรวมทั้งภายนอกองค์การและหน่วยงาน

8. ความทันสมัยทันเหตุการณ์ของงานประชาสัมพันธ์

9. ใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ทั้งในแง่ที่เป็นศาสตร์และศิลป์

10. ผลของการประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าส่วนบุคคล

นันทิชา มารแพ้ (2552: 23) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญ คือ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารของหน่วยงานให้ประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกหน่วยงานทราบ เข้าใจ รวมถึงเป็นการชักชวนโน้มน้าวจิตใจของประชาชนในชุมชนและบุคคลที่เกี่ยวข้องให้เข้ามามีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของสถาบันและประสานความคิดของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจจุดหมายหรือวัตถุประสงค์หรือวิธีดำเนินการของหน่วยงานเพื่อสนับสนุนงานอื่น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับการตั้งเป้าหมายและการวางแผนที่สอดคล้องเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ทั้งยังต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีเจตคติที่ดีในด้านการประชาสัมพันธ์ และทำงานด้วยความทุ่มเท จริงใจ โดยใช้กระบวนการสื่อสารที่หลากหลาย และสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์การให้ไปสู่เป้าหมาย

หลักการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นการสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างโรงเรียนกับบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งมีนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้

ซาซส์ (Sachs.1996: 281) กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องกระทำด้วยความซื่อสัตย์ บริสุทธิ์ใจ และจะต้องเชิญให้ประชาชนได้ร่วมรับรู้อย่างใกล้ชิด

2. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องมีโครงการที่เกิดจากความร่วมมือวางโครงการจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โครงการเหล่านั้นไม่ควรจัดทำจากโรงเรียนเพียงฝ่ายเดียว

3. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการขาดตอน และมีการตรวจสอบความเห็นและความต้องการของประชาชนอย่างกว้างขวางในลักษณะที่เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

4. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องทำในลักษณะเชิงบวก โดยต้องคำนึงถึงว่าประชาชนไม่ชอบการโต้แย้งจากผู้อื่นมากนัก ต้องเปิดใจกว้างสำหรับการแสดงความคิดเห็นและต้องแสวงหาข้อเท็จจริง โดยปราศจากความลำเอียง และจะต้องทำทุกวิถีทางให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน

5. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องตื่นตัวกับความต้องการของประชาชนอยู่เสมอ

6. พึงระลึกเสมอว่าการส่งข้อมูลข่าวสารจะต้องทำให้ผู้รับเข้าใจง่ายและเป็นเรื่องที่เป็นข้อเท็จจริง

กิติมา ปรีดิลก (2539: 2533) อธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนจะดำเนินไปด้วยดีไม่ได้ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงเรียนและหลักการประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีดังนี้

1. ผู้ร่วมงานจะต้องเข้าใจเป้าหมายและหน้าที่ของโรงเรียนอย่างแจ่มแจ้ง

2. ผู้ทำงานประชาสัมพันธ์จะต้องทราบกฎระเบียบต่างๆ และอำนาจหน้าที่ทางการศึกษาที่ตนมีอยู่

3. โครงการประชาสัมพันธ์จะต้องครอบคลุมชุมชนทั้งหมด

4. จะต้องมีแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว และรับฟังข้อเสนอจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงแผนงาน

5. ผลสำเร็จในการดำเนินงานโรงเรียน ขึ้นอยู่กับความเชื่อถือของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน

6. ความสนใจและทัศนคติของประชาชนที่เกี่ยวกับการศึกษา จะทราบได้โดยอาศัยข่าวสารที่ถูกต้องเท่านั้น

7. โครงการประชาสัมพันธ์จะมีผลเพียงใดขึ้นอยู่กับขวัญของคณะครูเป็นสำคัญ

8. โครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรครอบคลุมกิจกรรมทุกอย่างของโรงเรียนตามอัตราส่วนที่เหมาะสม

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2543: 84) ได้สรุปหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าหลักการประชาสัมพันธ์ต้องมีนโยบายในลักษณะป้องกัน แก้ไข และสร้างสรรค์ เพื่อขจัดปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของบุคลากรภายในโรงเรียน และมีความเข้าใจที่ถูกต้องของบุคลากรภายนอกโรงเรียน โดยมีหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นผู้ดำเนินการ

ภิญโญ สาธร (2546: 221-222) กล่าวไว้ว่าในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียนควรคำนึงถึงหลักการต่อไปนี้

1. ดำเนินงานด้วยความบริสุทธิ์ใจ และความตรงไปตรงมา

2. การติดต่อทุกชนิดให้เป็นไปในทางบวก คือไม่มุ่งการปฏิเสธข่าวเป็นหลัก แต่มุ่งสร้างข่าวดีเป็นประจำ

3. ดำเนินงานต่อเนื่องกันไปตลอดเวลา และตลอดปี

4. พยายามสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นโดยทั่วไปไม่จำกัดวงเฉพาะกลุ่มนั้นกลุ่มนี้เพราะถือว่าโรงเรียนเป็นของประชาชนและเพื่อประโยชน์ของประชาชน

5. ตื่นตัวอยู่เสมอและพร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็น และรับข้อเสนอแนะของประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือสนใจกิจการของโรงเรียนมาพิจารณาปฏิบัติตามสมควร

6. วิธีการง่ายๆ เป็นกันเองกับประชาชนเป็นหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือไม่มีการถือเขาถือเรา หรือถือยศ ถือศักดิ์กับผู้ใด บรรดาเรื่องราวที่เสนอต่อประชาชนก็เป็นเรื่องอย่างง่ายๆ ไม่มีพิธีรีตอง

สรุปได้ว่า หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรยึดลำดับขั้นตามหลักการประชาสัมพันธ์ ทั้งการตั้งเป้าหมายและวางแผนร่วมกัน ตลอดจนชี้แจง ทำความเข้าใจ กับบุคลากรภายในและภายนอกองค์การ โดยใช้กระบวนการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ผ่านการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน และนำมาเป็นส่วนสนับสนุนและพัฒนาการดำเนินงานของโรงเรียน

2.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นงานที่อาศัยความพยายามอย่างจริงจังจากครูผู้บริหารโรงเรียน การประชาสัมพันธ์จะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง ได้มีนักวิชาการกล่าวถึงทรรศนะเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ดังต่อไปนี้

พนัส หันนาคินทร์ (2539: 300-301) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 5 ประการ ได้แก่

1. แถลงข่าวสารข้อเท็จจริง (Information) ต่างๆ ที่ผู้ปกครองต้องการทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนที่ได้ส่งลูกหลานเข้ามาเรียน

2. หาความร่วมมือจากชุมชน ทำให้ชุมชนเข้าใจโรงเรียนดีขึ้น ดังนั้นย่อมจะสามารถขจัดความขัดแย้ง ระหว่างนโยบายของโรงเรียนกับความเชื่อ หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ปกครองในชุมชนนั้นได้

3. ป้องกันความเข้าใจผิดและป้องกันการถูกโจมตี หรือวิพากษ์วิจารณ์อย่างไม่เป็นธรรมจากบุคคลที่ไม่เป็นมิตรต่อโรงเรียน หรือบุคคลในโรงเรียนโดยเฉพาะผู้บริหารเอง

4. เป็นการสนับสนุนให้นักเรียนเห็นคุณค่าในการศึกษา และพยายามที่จะเรียนต่อไปในเมื่อทราบจุดหมายวิชาที่สอนในโรงเรียน ตลอดจนแนวทางที่จะประกอบอาชีพหรือจะเรียนต่อในเมื่อจบออกจากโรงเรียนนั้นๆไปแล้ว

5. ให้ผู้ปกครองเกิดความเชื่อมั่นในโรงเรียนมากยิ่งขึ้นเพราะได้รับทราบข่าวคราวความเป็นไป และความเคลื่อนไหวของโรงเรียนอยู่เสมอ

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2543: 66-69) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนได้อธิบายว่า นโยบายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประการหนึ่ง คือ การสร้างความราบรื่นภายในโรงเรียน ความราบรื่นภายในโรงเรียนจะเกิดขึ้นได้ จะต้องมาจากความสำนึกร่วม (Sense of belonging) ของคนภายในโรงเรียน ปัจจุบันนี้เป็นการยากที่จะหาความจงรักภักดี สิ่งที่สามารถทำได้คือ การสร้างความสำนึกให้เกิดขึ้นในหมู่บุคลากรในโรงเรียน ให้เขารู้สึกมีส่วนร่วมในความเจริญก้าวหน้า มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของโรงเรียนที่เขาทำงานอยู่ ต้องให้เขารู้ถึงวิถีทางหรือแนวนโยบายของโรงเรียนหากบุคลากรภายในโรงเรียนรอบรู้ความเป็นไปทุกระดับเป็นอย่างดี บุคลากรก็สามารถที่จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของโรงเรียนในสังคมภายนอกได้เป็นอย่างดี ซึ่งตรงกับหลักการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดีนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ภายนอกที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนที่ดีจะต้องประกอบด้วย

1) เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรภายในโรงเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียน จะได้เรียกร้องความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือศรัทธา จากผู้ปกครองและประชาชนทั้งหลาย

2) เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรภายในได้มีบทบาทแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการมีส่วนร่วมในสาธารณะกุศลกิจ รักษาทั้งปริมาณและคุณภาพของจรรยาบรรณที่ดีอันพึงมีต่อประชาชน

3) เพื่อให้ทุกคนได้เป็นตัวแทนที่ดีของโรงเรียนและเข้าใจว่างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นงานของทุกคน ด้วยการให้บุคลากรได้แสดงความสามารถเฉพาะตัวและมีระบบ ซึ่งเป็นการให้ยอมรับบทบาทของตัวเขาเองและยึดมั่นว่า โรงเรียนนั้นเป็นศูนย์รวมของทุกคน

4) เพื่อพัฒนาและรักษาคุณภาพระดับการติดต่อสื่อสารภายในโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพที่ดี และคล่องตัวทั้งจากระดับบริหารสู่ระดับปฏิบัติการ และระหว่างบุคลากรด้วยกัน

5) เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ ข้อมูลที่จำเป็นในทุกเรื่องจะช่วยให้บุคลากรเกิดความรอบรู้ในการทำงาน เกิดความเข้าใจและมีภาพพจน์ที่ดีต่อฝ่ายบริหารและต่อโรงเรียนเป็นส่วนรวม ทำให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน

6) เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธภาพอันดี การยกย่องนับถือกันตามลำดับชั้นตำแหน่ง และอาวุโส

7) เพื่อลดความขัดแย้ง ความตึงเครียด อาจให้มีการบันเทิงสังสรรค์งานรื่นเริงผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อความราบรื่นของการปฏิบัติงานนั้นๆ ด้วยก็ได้

2. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ผู้ปกครอง ศึกษาธิการจังหวัด ศึกษาธิการอำเภอ ศึกษานิเทศก์ ฯลฯ ตลอดจนประชาชนทั่วไป การประชาสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกโรงเรียนทำได้หลายวิธี เช่น การใช้สื่อมวลชนเป็นพาหะกระจายข่าวสาร การจัด

กิจกรรมพิเศษ ฯลฯ แต่ไม่ว่ากิจกรรมในการประชาสัมพันธ์จะดำเนินงานในลักษณะใดก็ตาม จะต้องสรุปเป็นวัตถุประสงค์ได้ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1) เพื่อแจ้งข่าวสาร (To Inform) เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนแก่ชุมชนเป็นการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดี และแสวงหาความร่วมมือร่วมใจที่ดีจากชุมชน

2) เพื่อให้ความรู้ (To Educate) แก่ประชาชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3) เพื่อสร้างความเข้าใจ (To Make Understand) แก่ประชาชนในเรื่องต่างๆที่จะเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เป็นการรักษาความสัมพันธ์อันดี (Maintain Food Relations) ให้บังเกิดความราบรื่นในการปฏิบัติงานของโรงเรียน

4) เพื่อเสริมสร้างชื่อเสียง (Good Will) ให้เป็นเกราะป้องกันและเกิดภาพพจน์ (image) ที่ดีแก่โรงเรียนด้วยการกระทำกิจกรรมหรือเผยแพร่เกียรติคุณความดีงามที่โรงเรียนได้กระทำอันจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมให้ประชาชนทั่วไปเห็นประโยชน์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นเป็นการบำรุงขวัญและกำลังใจของบุคลากรภายในโรงเรียนด้วย

5) เพื่อแก้ไข (To Correct) ความเข้าใจผิดหรือแก้ไขสถานการณ์อันเป็นผลลบเกี่ยวกับเกียรติคุณ ชื่อเสียงของโรงเรียนไม่ให้กระทบกระเทือนเสียหายได้ ป้องกันมิให้เหตุการณ์ที่อาจจะลุกลามต่อไปเกิดขึ้นได้

6) เพื่อส่งเสริมเกลี้ยกล่อมชักจูงใจกลุ่มชน (Influence the Public Thinking) ให้เกิดศรัทธา มีทัศนคติที่ดีต่อผลผลิตของโรงเรียน คือ นักเรียนที่จบไปแล้วหรือศิษย์เก่า

วิจิตร อาวะกุล (2540: 265-266) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมิได้มีความหมายเพียงการโฆษณาชื่อเสียง กิจกรรม หรือเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโรงเรียนให้ประชาชนทราบเท่านั้น วัตถุประสงค์ของการดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความหมายกว้างขวางออกไปอีกมาก กล่าวคือ

1. เพื่อให้นักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครอง เข้าใจระเบียบและความจำเป็นที่จะต้องมีกฎระเบียบให้รู้ให้เข้าใจ อันจะนำไปสู่ความร่วมมือในการปฏิบัติ

2. เป็นการรายงานให้ ครู อาจารย์ ผู้ปกครอง และประชาชนได้ทราบถึงการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน

3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ ความเลื่อมใส ความนิยม มั่นใจในโรงเรียนให้เกิดในหมู่ประชาชนทั่วไป

4. ส่งเสริมให้ประชาชน ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ เป็นหน้าที่ในฐานะประชาชนหนึ่งในท้องที่ซึ่งจะต้องให้ความร่วมมือความสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของโรงเรียน

5. เชิญชวนและส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ช่วยเหลือเกื้อกูลโรงเรียนในเรื่องของการศึกษา อาจเป็นการช่วยเหลือด้านกำลังกาย จิตใจ วัสดุ แรงงาน ตลอดจนเงินตรา

6. ส่งเสริมให้ครูกับนักเรียนและผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาการศึกษาของเด็ก ครู โรงเรียน และสถาบัน

7. เพื่อให้โรงเรียนดำเนินนโยบายเปิดประตู (Open-Door Policy) โดยเป็นศูนย์กลางการบริการประชาชนทางด้านการศึกษา วัฒนธรรม และบริการ

8. เพื่อให้โรงเรียนได้มีโอกาสตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้นอย่างแท้จริง

9. เพื่อช่วยขจัดปัดเป่าความขัดแย้ง และข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่างๆ ที่นักเรียน ครู ประชาชนมีต่อโรงเรียนให้สิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียนด้วยความชื่นชมมีความเชื่อถือและนิยมยกย่อง

10. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นโดยทั่วไป อย่างไม่จำกัด โดยถือว่าโรงเรียนเป็นของชุมชน เพื่อชุมชน บริหารโดยผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนนั้นๆ

11. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่างๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะเพื่อปรับปรุงการศึกษาให้เป็นไปตามแนวความคิด ความต้องการของสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มิใช่เพียงแต่ให้เป็นไปตามความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ การจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในโรงเรียนและกลุ่มประชาชน หรือองค์การภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ ให้มีความเข้าใจที่ดีและร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียนตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

2.4 ประเภทของการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

ประเภทของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีการแบ่งตามวัตถุประสงค์แตกต่างกันไปตามกรอบการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำรา และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (วิจิตร อาวะกุล 2541: 158-159)

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นเกี่ยวกับเรื่องราวและสภาพการณ์โดยทั่วไปของโรงเรียน เช่น นโยบาย บทบาทหน้าที่ ผลการดำเนินงานโครงการต่างๆที่จะดำเนินการ ตลอดจนสภาพการเงินโดยทั่วไปของโรงเรียน เพื่อพัฒนาการสื่อสารที่ดีระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มย่อยในโรงเรียนโดยสร้างความสำนึกให้แก่บุคคลภายในโรงเรียนว่าทุกคนมีส่วนร่วมในความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน ทำให้เกิดความร่วมมือประสานงานกันภายในโรงเรียนและสามารถเป็นตัวแทนที่ดีของโรงเรียนในสังคมภายนอกได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ว่าการประชาสัมพันธ์ภายในที่ดีย่อมนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ภายนอกที่มีประสิทธิภาพ

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก ในที่นี้หมายถึงการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลภายนอกสถาบันที่ไม่ได้เกี่ยวข้องผูกพันกับโรงเรียนในฐานะผู้ปฏิบัติงาน แต่มีผลประโยชน์หรือมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับโรงเรียน และมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติ ตลอดจนประชามติที่เป็นทั้งผลบวกและผลลบต่อโรงเรียน ซึ่งได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น สื่อมวลชน กลุ่มบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของโรงเรียนโดยตรง กลุ่มชนในละแวกใกล้เคียง เช่น หน่วยงานอื่นๆ ประชาชนในท้องถิ่นและกลุ่มประชาชนทั่วไป

3. การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะเหตุการณ์ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีต่อกัน เพื่อป้องกันหรือแก้ไขความเข้าใจผิดที่กลุ่มบุคคลทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน กระบวนการประชาสัมพันธ์จะเน้นหนักแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์เฉพาะนั้น

เสริมวิทย์ ศุภเมธี (2540: 157-159) ได้เสนอวิธีประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องดำเนินการดังนี้

การประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน

1. จัดเจ้าหน้าที่เป็นพนักงานเดินหนังสือ เพื่อให้ทุกคนภายในโรงเรียนลงชื่อรับทราบเรื่องต่างๆ จากฝ่ายบริหาร

2. จัดเจ้าหน้าที่ติดต่อสอบถามรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

3. ในระดับสายวิชา มอบหมายให้หัวหน้าสายวิชาเป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสายวิชาที่รับผิดชอบ แล้วประชาสัมพันธ์ให้ ครู-อาจารย์ ในสายวิชาได้ทราบ

4. จัดเครื่องขยายเสียงและต่อลำโพงไปยังห้องต่างๆ เพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้ได้รับทราบโดยทั่วกัน โดยมอบหมายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์รับผิดชอบ

5. ติดตั้งโทรศัพท์ภายในไปตามสำนักงานของสายวิชาต่างๆ หรือห้องพักครู

6. จัดทำแผ่นประกาศไว้ใกล้ๆ กับโต๊ะลงชื่อของครู-อาจารย์ เพื่อให้ครู-อาจารย์ได้รับทราบเวลามาลงชื่อทำงาน

7. จัดทำเป็นคำสั่งแจกสำหรับทุกคนที่มีรายชื่อในคำสั่งหรือจะส่งไปตามหัวหน้าสายวิชาให้ไปแจ้งครู-อาจารย์ ในหมวดวิชาทราบก็ได้

8. จัดทำเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่

9. จัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์เป็นประจำ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือจัดเชิญวิทยากรมาบรรยายเรื่องที่น่าสนใจ

10. จัดให้มีการประชุมประจำทั้งในระดับสายวิชาและในระดับโรงเรียน

11. มีการประชุมนักเรียนอยู่เสมอ เพื่อชี้แจ้ง เสนอแนะ ฝึกอบรมให้ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ดีงาม และแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้นักเรียนทราบ

12. จัดทำป้ายประกาศไว้ตามอาคารเรียน หรือตามสถานที่ที่นักเรียนส่วนมากต้องผ่านเป็นประจำ

13. จัดกิจกรรมต่างๆ ของนักเรียนโดยให้ครูได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับนักเรียนในฐานะที่ปรึกษา และควบคุมดูแลกิจกรรมนั้น

14. จัดให้มีกล่องสำหรับแจ้งเรื่องราวต่างๆ และรับความคิดเห็นจากนักเรียน

15. จัดชั่วโมงโฮมรูม (Homeroom) ขึ้นทุกวันศุกร์ เพื่อเปิดโอกาสให้ ครู-อาจารย์และนักเรียน ได้พบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ครู-อาจารย์ จะได้ทำการอบรมและแจ้งข่าวสารที่เห็นว่าเป็นเรื่องที่นักเรียนควรจะได้ทราบ

การประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน

1. ส่งเสริมให้ครู-อาจารย์ ได้ติดต่อสัมพันธ์กัน เพื่อทราบพฤติกรรมของเด็กนักเรียนเพื่อร่วมมือกันในการอบรม

2. จัดตั้งคณะกรรมการประชาชน เพื่อให้เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียน

3. จัดตั้งสมาคมผู้ปกครองและครู

4. สำรวจประชามติและความคิดเห็นของบุคคลภายนอกโรงเรียน

5. แก้ไขความเข้าใจผิดต่างๆ ที่เกิดแก่โรงเรียน เพื่อให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ดี

6. นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นตัวแทนของโรงเรียนในกิจกรรมต่างๆ ของประชาชนท้องถิ่นและกิจกรรมนอกโรงเรียนทุกอย่าง

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมี 3 ประเภท คือ การประชาสัมพันธ์ภายในการประชาสัมพันธ์ภายนอก และการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่อันดีระหว่างกัน รวมถึงสื่อสารในเรื่องนโยบายและการดำเนินงานต่างๆ ของโรงเรียนให้แก่หน่วยงานองค์การที่เกี่ยวข้อง กลุ่มประชาชน และผู้ปกครองนักเรียน ให้เข้าใจและรับทราบได้ตรงกันตลอดจนเป็นการป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้น และอาจนำมาซึ่งความร่วมมือในการสนับสนุนการจัดการศึกษาของโรงเรียน

2.5 การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความนิยม ความเข้าใจที่ดีของหน่วยงาน และการสนับสนุนจากประชาชนต่อหน่วยงาน การที่ประชาชนไม่เข้าใจนโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของหน่วยงานอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่ายทำให้เกิดช่องว่างและความหมางเมินระหว่างประชาชนกับหน่วยงานซึ่งต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

ประไพวรรณ เวชรักษ์ (2542: 13) ให้ความเห็นว่า ผู้บริหารควรแบ่งเวลาและให้ความสำคัญกับประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ควบคู่ไปกับการดำเนินภารกิจการบริหาร อาจสามารถลดปัญหาลงทำให้ผู้บริหารมีเวลาคิดสร้างสรรค์งานใหม่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกรกมล กองแก้ว (2544: 18) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารนโยบาย วัตถุประสงค์และการดำเนินงานของหน่วยงานไปสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่องโดยสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ผู้บริหารควรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์หน่วยงานทั้งกับบุคลากรภายในหน่วยงานและประชาชนภายนอกหน่วยงาน

การบริหารที่ดี ควรใช้การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการหนึ่งในการทำงาน เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ภายในจะทำให้องค์การมีบรรยากาศในการทำงานดี มีความสามัคคี และตื่นตัวที่จะทำงานให้กับองค์การ มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน จุดประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ภายใน คือการให้ทุกคนในองค์การ มีส่วนร่วมในการดำเนินงานแสดงข้อคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะ ทำให้ทุกคนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมรับรู้ความก้าวหน้า และปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งการบริหาร

งานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการ จึงจะทำให้การบริหารงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งทวีศักดิ์ สายมิตร (2542: 11) ได้ให้แนวคิดทฤษฎีการบริหารว่า การบริหารเป็นการใช้ศาสตร์และศิลป์บริหารกลุ่มบุคคล โดยใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการ กิจกรรม โดยมีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน การบริหารที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารต้องทำตามกระบวนการอย่างต่อเนื่องและรู้จักการผสมผสาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดประโยชน์สูงสุด กมล ชูทรัพย์ (2546: 291-292) ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า การบริหารหมายถึง การร่วมมือดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งภายในองค์การ เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และพนัส หันนาคินทร์ (2541: 3) ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การที่ผู้บริหารใช้อำนาจที่มีอยู่จัดดำเนินการให้งานของสถาบันนั้นดำเนินไปสู่จุดหมายที่ต้องการ และตามทัศนะของ สมพงษ์ เกษมสิน (2540: 208)ก็ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร คือ การใช้ศาสตร์และศิลป์นำทรัพยากรการบริหารมาประกอบกับกระบวนการบริหาร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ภายใต้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กัน จะทำให้การบริหารงานเกิดความสำเร็จ การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การสร้างภาพ แต่เป็นการสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นและต้องใช้เวลาทำงานอย่างต่อเนื่องยาวนาน

สรุปได้ว่าการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การส่งเสริมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในโรงเรียนและกลุ่มประชาชน หรือองค์การภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน หรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ ให้มีความเข้าใจที่ดีและร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียนตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.5.1 การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์

2.5.1.1 การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์

การกำหนดกรอบการดำเนินงาน หรือแนวทางการปฏิบัติงานของการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นสำคัญ คือ นโยบายในการบริหารจัดการ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างสอดคล้องกับการบริหารจัดการทั้งระบบ ทั้งนี้มีนักวิชาการได้ให้ความหมาย ของคำว่า นโยบาย ไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ประชุม รอดประเสริฐ (2539: 63) ได้ให้ความหมายของคำว่านโยบาย หมายถึง แนวทางการตัดสินใจของผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานให้ได้รับผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ นอกจากนั้นนโยบายยังมีความสำคัญต่อการบริหารหลายประการ คือ ช่วยให้เป้าหมายในการปฏิบัติงานมีความชัดเจน ช่วยให้ผู้บริหารใช้อำนาจในการบริหารอย่างถูกต้องและช่วยให้เกิดการพัฒนาการทางบริหาร

อนันต์ เกตุวงศ์ (2539: 27) ได้ให้ความของคำว่านโยบาย หมายถึง แนวปฏิบัติที่ระบุถึงคุณค่าหรือประโยชน์อันพึงจะได้รับจากการปฏิบัติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2543: 159) ได้ให้ความหมายของคำว่านโยบาย หมายถึง ข้อความทั่วไปซึ่งใช้เป็นเครื่องมือนำทางสำหรับการบริหารงานต่างๆ

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2547: 1) ได้ให้ความหมายของคำว่านโยบาย หมายถึง นโยบายการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปแล้วจะต้องครอบคลุมหน้าที่อย่างกว้างขวางและเป็นการสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร ความสำเร็จของการดำเนินงานสถาบันจะขึ้นอยู่กับนโยบายบริหาร การกำหนดนโยบายหรือการตัดสินใจ เกี่ยวกับนโยบายการประชาสัมพันธ์ที่ดี จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการตัดสินใจเลือกนโยบาย เพราะอาศัยกระแสประชามติเป็นพื้นฐานในการกำหนดแนวปฏิบัติ

การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ หมายถึง หลักและวิธีการปฏิบัติที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อถือเป็นแนวทางการตัดสินใจของผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มุ่งเน้นในการสร้างความสัมพันธ์ และส่งเสริมความเข้าใจอันดี ระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกโรงเรียน

2.5.1 นโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ระหว่างบุคลากรในโรงเรียนเองและระหว่างโรงเรียนกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพราะหากโรงเรียนเกิดความขัดแย้งหรือความไม่ราบรื่นในสังคม อันเกิดมาจากความไม่รู้ ความไม่เข้าใจเนื้อหาสาระของข่าวสารทั้งระหว่างบุคลากรในโรงเรียน หรือระหว่างโรงเรียนกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง ย่อมเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนและการปฏิบัติงานในโรงเรียน ดังนั้นผู้บริหารจึงควรกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อขจัดปัดเป่าปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นโดยต้องมีนโยบายในการดำเนินงานในลักษณะต่างๆ ดังนี้

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2542: 116) ยังได้อธิบายว่า นโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนควรดำเนินการดังนี้

1. โรงเรียนควรแจ้งข่าวสารการดำเนินงานของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อบุคคลฝ่ายต่างๆ จะได้ประสานการทำงานอย่างถูกต้องในโอกาสที่เหมาะสม

2. โรงเรียนควรสร้างความเชื่อถือให้กับบุคคลโดยทั่วๆ ไป เช่น ให้ผู้ปกครองไว้ใจว่าบุตรหลานได้รับการเอาใจใส่อย่างดี ผู้อุปถัมภ์โรงเรียนแน่ใจว่าเงินทุนที่ให้ความช่วยเหลือมาได้นำไปใช้ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้ให้

3. กำหนดโครงการการปรับปรุงโรงเรียนอย่างเหมาะสม นับตั้งแต่การสร้างตึกเรียนเพิ่มขึ้น การปรับปรุงวิธีการสอน งานสวัสดิการต่างๆ เหล่านี้ควรนำออกมาประชาสัมพันธ์ให้บุคคลต่างๆ ได้รับทราบ

4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างครูและผู้ปกครองในการแก้ปัญหาเด็ก โดยให้ผู้ปกครองได้มีโอกาสพบปะกับครูเป็นครั้งคราว

5. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน บ้าน และชุมชน ในส่วนที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เช่น การใช้โรงเรียนเป็นสถานที่จัดงานการกุศลหรืองานพัฒนาชุมชน

6. หากเกิดปัญหาในเรื่องใดๆ หรือเกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องควรจะรีบแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านั้นโดยเร็ว

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2543: 65-66) สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ลักษณะที่เป็นการป้องกัน (Preventive) คือ เสาะแสวงหาเหตุหาผล หาข่าวสารข้อมูล เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์แล้ว ปรับต้นเหตุที่จะนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เสียตั้งแต่เริ่มต้น

2. ลักษณะที่เป็นการสร้างสรรค์ (Constructive) เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรในโรงเรียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจอันดี

3. ลักษณะที่เป็นการแก้ไข (Corrective) คือ การบรรเทาเบาบาง ความรุนแรงของปัญหาโรงเรียนลง หรือขจัดปัดเป่าให้หมดสิ้นไป

กล่าวโดยสรุป การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ คือ การกำหนดหลักและวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน โดยมุ่งเน้นในการสร้างความสัมพันธ์ และส่งเสริมความเข้าใจอันดี ระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกโรงเรียน ตลอดจนสร้างความคุ้นเคย และลดช่องว่างระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวของโรงเรียนสู่สังคมภายนอก

2.5.2 การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์

การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ การจัดองค์การที่ดีจะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในหน่วยงานในอันที่จะร่วมแรงร่วมใจผนึกกำลังเพื่อความสำเร็จของงานและเกิดผลดีต่อองค์การ ประจวบ อินอ๊อด (2537: 76) อธิบายว่า หลักเกณฑ์ในการจัดโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมีอยู่ 3 ประการ คือ 1) หน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่เน้นกลุ่มประชากรเป้าหมาย 2) หน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่เน้นภาระหน้าที่ และ 3) หน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่เน้นเรื่องอาณาเขตความรับผิดชอบ แต่โดยทั่วไปแล้วในการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ที่สมบูรณ์จะใช้การผสมผสานกันทั้ง 3 วิธี เช่น บางหน่วยงานย่อยอาจจะเน้นด้านกลุ่มเป้าหมาย เพราะเป็นเงื่อนไขสำคัญหรือเน้นกิจกรรม หรือพื้นที่ความรับผิดชอบตามลักษณะของภารกิจการประชาสัมพันธ์

นอกจากนี้ อุทัย หิรัญโต (2540: 24-27) ได้กล่าวถึงการบริหารหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนว่า ไม่เจาะจงว่าจะเป็นโรงเรียนขนาดใหญ่ หรือขนาดเล็ก จะต้องบริหารหน่วยงานประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การจัดกำลังเจ้าหน้าที่ โรงเรียนจะบริหารงานไปในลักษณะใดอยู่ที่การจัดกำลังคนหรือเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ ถึงแม้โรงเรียนจะมีกำลังเงิน วัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้มากมายเพียงใดก็ตามจะไม่เกิดประโยชน์เลย ถ้าปราศจากคณะบุคคลผู้มีความเต็มใจ รู้จักใช้ความคิด ผนึกกำลังปฏิบัติ

ภารกิจไปสู่จุดหมายปลายทาง การประชาสัมพันธ์โรงเรียนก็เช่นกัน การประชาสัมพันธ์จะมีประสิทธิภาพเพียงใด ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลตั้งแต่ระดับล่างถึงระดับสูงสุด โดยเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง การจัดกำลังเจ้าหน้าที่โดยหลัก จะต้องเลือกสรรบุคคลที่มีความสนใจมีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และเต็มใจทำงาน มีบุคลิกภาพที่จูงใจคน มีความเข้าใจในธรรมชาติของมนุษย์ รู้จักการใช้มนุษยสัมพันธ์ ผู้บริหารโรงเรียนระดับสูงจะต้องใฝ่หาให้ได้บุคคลที่มีคุณลักษณะดังกล่าวนี้อย่างน้อยที่สุด 3 คน แต่งตั้งเป็นหัวหน้าคณะทำงาน 1 คน และผู้ร่วมเป็นคณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอีกอย่างน้อย 2 คน

2. การจัดสำนักงาน การจัดสำนักงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใด และจะอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนผู้มาติดต่อมากน้อยเพียงใด ในการนี้มีหลักทั่วไปพึงยึดถือ คือ

1) การตั้งโต๊ะทำงานต้องเป็นไปตามสายงาน หรือทางเดินของงาน ผ่านโต๊ะหนึ่งไปยังโต๊ะอื่นๆ ตามลำดับไม่ย้อนไปย้อนมา

2) โต๊ะทำงานของเจ้าหน้าที่ ควรหันหน้าไปทางเดียวกันและหันทางเข้าของผู้มาติดต่อและให้เจ้าหน้าที่ผู้น้อยนั่งอยู่แถวหน้า หัวหน้างานนั่งอยู่แถวหลัง ช่องว่างระหว่างแถวต้องว่างพอให้ ผู้มาติดต่อแนวหลังนั่งได้ และมีช่องว่างทางเดินผ่านไปมาในขณะนั้นด้วย

3) งานที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวเนื่องกันอยู่และงานที่ต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือหรือหลักฐานเหล่านั้น อยู่ศูนย์กลางระหว่างหน่วยงานที่ใช้ร่วมกัน

4) งานที่ส่งเสียงดังรบกวนควรอยู่ห่างจากงานที่ต้องการความสงบใช้ความคิด

5) ห้องทำงานต้องมีแสงสว่างเพียงพอ และมีการถ่ายเทอากาศได้ดี สีของผนังห้องควรใช้สีอ่อนที่ช่วยเพิ่มแสงสว่าง ไม่ควรตั้งตู้หรือชั้นเก็บเอกสารบังประตู

6) เพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ห้องทำงาน หากจัดทำเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ติดต่อกับประชาชน ก็จะเพิ่มความสวยงามได้มาก อย่างเช่น การจัดสำนักงานของธนาคาร

7) งานที่ประชาชนมาติดต่อมากเป็นประจำควรอยู่ใกล้ทางเข้าแต่ต้องไม่เป็นทางที่จะทำให้ประชาชนไปจุกแน่นจนเดินไปติดต่อข้างในไม่สะดวก

8) การตั้งตู้เก็บเอกสารจะต้องไม่เกะกะ และมีช่องว่างพอที่จะดึงลิ้นชัก หรือ ปิดฝาตู้ได้สะดวก

9) โต๊ะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หรือ “ติดต่อสอบถาม” ควรตั้งไว้ในที่ซึ่งเป็นด่านแรกที่ประชาชนจะเข้าถึงสำนักงาน ไม่ควรตั้งแอบไว้ในที่หนึ่งที่ใด

สรุปได้ว่าการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบแก่ผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และมีอำนาจในการควบคุม บังคับบัญชาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีเอกภาพ รวมถึงการจัดบรรยากาศ การดูแล และปรับปรุงสถานที่ให้เอื้ออำนวยต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.5.3 การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์

งบประมาณเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานเพราะเงินเป็นส่วนเสริมให้งานมีคุณภาพแต่การทำงานที่มีประสิทธิภาพนั้น คือ ต้องทำให้กิจกรรมต่างๆ บรรลุเป้าหมายโดยเสียเงินน้อยที่สุดแต่ได้คุณภาพงานดีที่สุดและทำงานได้รวดเร็วที่สุด มีโรงเรียนจำนวนไม่น้อยที่พบว่า อุปสรรคสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานไม่สามารถเป็นไปตามแผนและไม่บรรลุเป้าหมายได้นั้น เกิดจากปัจจัยด้านงบประมาณไม่เพียงพอ ทั้งนี้เพราะผู้บริหารโรงเรียนมักไม่เห็นความสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณด้านอื่น (อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2543: 594-595) ถ้าหากผู้บริหารขององค์การหรือหน่วยงานใดมีนโยบายให้การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ งานด้านการประชาสัมพันธ์ก็ควรได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณตามไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากหน่วยงานบางแห่งที่ผู้บริหารให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ องค์การนั้นๆ มักจะให้งบประมาณสำหรับการดำเนินงานโดยเฉพาะ (จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2544: 97-98) นอกจากนี้ อุทัย หิรัญโต (2540: 27) อธิบายว่า การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับขนาด และโครงการของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือแล้วแต่การมองเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับ อรพรรณ สินประสงค์ (2542: 27) ที่อธิบายว่า การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับขนาดและโครงการของแต่ละองค์การหรือแล้วแต่การมองเห็นความสำคัญโดยปกติทั่วไปองค์การธุรกิจหรือบริษัทห้างร้านต่างๆ จะจัดสรรเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ประมาณ 25% ของรายจ่ายทั้งหมด ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดสรรงบประมาณนี้นอกจากจะจัดสรรเฉพาะกิจกรรมของหน่วยงานแล้วจะต้องรวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานอื่นด้วย แหล่งงบประมาณเพื่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียนอาจได้มาจาก (อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2543: 593-601)

1. การจัดสรรงบประมาณประจำปี ในโรงเรียนย่อมมีกิจกรรมเกี่ยวกับงานประจำอยู่หลายโครงการ จึงไม่เป็นการง่ายต่อการที่จะจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ และเงินที่จะใช้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับปริมาณงาน และความตั้งใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วย ปกติโรงเรียนจะจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า 1 ปี มีการกำหนดจำนวนงบประมาณที่จะใช้สำหรับกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการประชาสัมพันธ์

วิธีการจัดทำงบประมาณประจำปี

1) คิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากงบประมาณทั้งหมดของโรงเรียน

2) ตั้งโครงการงานประชาสัมพันธ์แต่ละปีว่าจะใช้อะไรบ้างแล้วคิดราคาโดยประมาณ อาจถูกตัดทอนไปบ้างเมื่อประชุมจัดสรรงบประมาณประจำปีของโรงเรียน

3) โรงเรียนบางแห่งมีหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียน และมีงบประมาณประจำปีไว้ให้อยู่แล้ว จึงเป็นหน้าที่ของหัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่จะจัดสรรการใช้เงินตามความจำเป็นและเห็นชอบของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

4) วิเคราะห์โครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างละเอียดทั้งปี และประมาณเงินออกมาให้รู้ว่า โรงเรียนจะต้องหาเงินให้เป็นจำนวนเท่าใด จึงจะพอใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. งบประมาณที่ได้มาจากการบริจาคหรือช่วยเหลือสนับสนุนโครงการ เช่น บางกรณีที่เป็นการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าบางเรื่องและเป็นเรื่องที่ประชาชนศรัทธา สนับสนุนโครงการนั้น ต้องการผลักดันให้กิจกรรมต่างๆ ของโครงการนั้นสำเร็จลุล่วงไปโดยเร็ว ในกรณีเช่นนี้อาจขอบริจาคเงินช่วยเหลือเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเห็นผลปรากฏตามแผนที่วางไว้

3. งบประมาณที่ได้จากการจัดงานพิเศษ งบประมาณดังกล่าวอาจได้มาจากการจัดงานพิเศษ อาทิ การแสดงดนตรี จัดโต้วาที จัดหลักสูตรฝึกอบรมทางวิชาการแก่บุคคลภายนอก เป็นต้น การจัดงานพิเศษดังกล่าวจำเป็นต้องพิจารณาให้รอบคอบ ควรเลือกจัดงานที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีบุคลากรในการจัดงานมาก และจะต้องเป็นงานหรือกิจกรรมที่ไม่เสี่ยงต่อการลงทุนเพื่อไม่ให้งบประมาณเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จึงควรพิจารณางบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ ใน 2 ประการ ดังนี้

2.5.3.1 การจัดทำงบประมาณ

1. รูปแบบของการตั้งงบประมาณของฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียน แบ่งได้เป็น 1) จำแนกเป็นรายจ่ายของกิจกรรมต่างๆ 2) จำแนกตามประเภทของรายจ่าย กล่าวคือ แทนที่จะบอกว่ากิจกรรมใดหรือโครงการใดจะใช้ค่าใช้จ่ายเท่าไร กลับเป็นการรวมทุกกิจกรรมหรือทุกโครงการมารวมกัน แล้วจำแนกงบประมาณตามประเภทของรายจ่าย

2. หลักในการคิดงบประมาณ ควรทำดังนี้

1) การจัดทำงบประมาณเป็นฉบับร่างก่อน ซึ่งควรทำดังนี้

(1) จัดทำงบประมาณทีละกิจกรรมหรือรายการในส่วนที่สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายได้เอง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะเคยมีประสบการณ์มาก่อน และ/หรือพอจะคำนวณเองได้

(2) รายจ่ายใดที่ไม่ทราบ หรือไม่สามารถกำหนดเองได้ก็ต้องไปปรึกษาผู้รู้ ซึ่งอาจให้ร้านค้าที่จะซื้อของหรือว่าจ้างประเมินราคาให้ หรืออาจจะออกไปสำรวจตลาดสอบถามเองก็ได้

(3) ค่าใช้จ่ายนั้นไม่ควรมองเฉพาะที่ต้องปฏิบัติเท่านั้น แต่เนื่องจากงบประมาณประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการทำงานที่รอบคอบและหวังผลระยะยาวจึงควรที่จะมองค่าใช้จ่ายทั้งการเตรียมงาน การปฏิบัติงานและการติดตามประเมินผล ประกอบด้วย

(4) จะต้องไม่ลืมจัดทำยอด “เบ็ดเตล็ด” ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สามารถระบุได้ เพราะมีความปลีกย่อยมาก ควรเตรียมไว้ประมาณ 5-10% ของยอดงบประมาณทั้งหมด

(5) “เหมาจ่ายทั้งโครงการ” เป็นการระบุไว้เป็นหมายเหตุเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติสามารถโยกย้ายงบประมาณจากกิจกรรมหนึ่งไปอีกกิจกรรมหนึ่ง หรือจากรายการหนึ่งไปอีกรายการหนึ่งตามความเหมาะสม และอยู่ในดุลพินิจของผู้ปฏิบัติและยังช่วยให้บางโครงการที่ตั้ง

งบประมาณต่ำกว่าความเป็นจริงสามารถดำเนินการได้ แต่ข้อเสีย คือ ควบคุมลำบากและบางครั้งเมื่อผู้วางแผนประมาณค่าใช่จ่ายต่ำเกินไปหรือต้องการให้โครงการแรกๆ มีคุณภาพและปริมาณเกินกว่าแผนที่กำหนดไว้ จะมีผลให้โครงการหลังอาจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

2) การจัดทำงบประมาณฉบับจริง เมื่อฉบับร่างเป็นรูปร่างขึ้นมาแล้ว ผู้วางแผนที่ดีจะต้องหยุดทบทวนให้ดีก่อนโดยจะต้อง

(1) ศึกษาเปรียบเทียบกับงบประมาณของปีที่แล้วว่าน้อยลงหรือมากขึ้น ข้อแตกต่างนี้มาจากอะไร มีโครงการใหม่เกิดขึ้น หรือ โครงการเดิมตัดออกไป หรือ มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งใดจะต้องศึกษาให้ดี เตรียมเหตุผลที่ดีของการเปลี่ยนแปลงนี้

(2) ศึกษาวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายของโรงเรียน อีกครั้งหนึ่ง ดูว่าส่วนใดกระทบต่อการกำหนดงบประมาณบ้าง หรือส่วนใดพอที่จะจัดทำกิจกรรมทั้งปริมาณและคุณภาพให้ดีขึ้นหรือด้อยลงบ้าง ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลต่อการกำหนดนโยบาย

(3) ลักษณะการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ การจัดทำงบประมาณนั้นไม่เพียงแต่ต้องทราบเกี่ยวกับรูปแบบและหลักการคิดงบประมาณเท่านั้น แต่ต้องทำความรู้ความเข้าใจถึงการพิจารณาอนุมัติงบประมาณ เพราะการจะตัดสินว่าการจัดทำงบประมาณดีหรือไม่บ่อยครั้งที่ตัดสินกันได้ที่ “อนุมัติหรือไม่” ดังนั้น เป้าหมายของการทำงบประมาณ คือ การได้รับอนุมัติ ลักษณะของการอนุมัติงบประมาณ ปกติมีอยู่ 3 วิธี คือ 1) จากบนลงล่าง คือ ผู้บริหารโรงเรียนเป็นผู้กำหนดยอดงบประมาณที่ควรใช้จ่ายในปีนี้ว่าควรได้เท่าไร กำหนดนโยบายหรือแนวทางการใช้จ่ายมาด้วยแล้วให้ผู้ปฏิบัติไปกำหนดรายละเอียดค่าใช้จ่ายกันเอง วิธีนี้มีข้อดี คือ ทั้งงบประมาณและการปฏิบัติงานของโรงเรียนได้สัดส่วนเป็นไปอย่างสอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริหาร ยิ่งไปกว่านั้นหากผู้บริหารเป็นผู้ที่มีความสามารถ มองเป้าหมายของโรงเรียนได้อย่างกว้างไกลและลึกซึ้ง ตลอดจนมีความรู้ความสามารถในการจัดการบริหารแล้ว ผลที่ได้รับจากวิธีนี้จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด ในทางกลับกันหากผู้บริหารมีจุดอ่อนหลายๆ ประการเกี่ยวกับการวางแผนหรือการมีเป้าหมาย นโยบายหรือไม่ตระหนักในบทบาทหน้าที่และความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์แล้วงานประชาสัมพันธ์ก็จะถูกบีบด้วยงบประมาณและอาจมีผลกระทบถึงความล้มเหลวของงานนี้ได้ 2) จากล่างขึ้นบน คือ ผู้ปฏิบัติได้จัดทำรายละเอียดของงบประมาณที่ต้องการเสนอขึ้นไปเพื่ออนุมัติ และก็ได้อนุมัติตามที่เสนอและ/หรือถูกตัด/เพิ่มบ้างเล็กน้อย แต่ก็ไม่กระทบแผนการดำเนินงานวิธีนี้จะมีข้อดีคือ ถ้าผู้ปฏิบัติมีความรู้ความสามารถและมีการวางแผนที่ดีแล้วการปฏิบัติงานสามารถหวังผลตามที่กำหนดไว้ได้งานประชาสัมพันธ์ก็จะมีโครงการดีๆ ใหม่ๆ เกิดขึ้นมาก แต่ในทางตรงกันข้ามหากผู้ปฏิบัติมีข้อบกพร่องต่างๆ หรือแผนงานไม่เหมาะสมแล้วโครงการต่างๆ อาจทำให้เสียงบประมาณโดยเปล่าประโยชน์ ยิ่งไปกว่านั้นอาจมีผลกระทบถึงสัดส่วนที่เหมาะสมของหมวดวิชาหรือศูนย์ต่างๆด้วย และ 3) พบกันตรงกลาง คือ การที่ผู้บริหารโรงเรียนและผู้ปฏิบัติที่จัดทำงบประมาณเสนอ มาประชุมร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ตอบข้อซักถามข้อข้องใจซึ่งกันและกัน และช่วยกันจัดทำงบประมาณ ซึ่งวิธีนี้เป็นที่นิยมทำกันและเป็นทางออกที่เหมาะสม

ดังนั้น ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องทราบว่า ในโรงเรียนของตนนั้นมีลักษณะการพิจารณาอนุมัติงบประมาณวิธีใด วิธีแรกผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความสามารถและมีความมั่นใจสูง ฉะนั้นการเตรียมจัดทำงบประมาณก่อนอาจไม่ค่อยจำเป็นนัก แต่วิธีที่สองนั้นความสำคัญอยู่ที่ผู้วางแผนเป็นผู้กำหนดงบประมาณซึ่งความสำเร็จประสิทธิภาพและประสิทธิผลของแผนขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้วางแผน อนึ่งวิธีที่สองนี้เหมาะสมในการริเริ่มจัดทำโครงการใหม่ๆ ส่วนวิธีที่สามมักจะเป็นวิธีที่ใช้กันมากขึ้น การจัดทำงบประมาณแต่ละรายการจะต้องถูกต้อง เหมาะสม และมีเหตุผลชี้แจง ผู้วางแผนที่ดีจะต้องเตรียมตัวในเรื่องนี้อย่างมากและต้องเป็นคนที่มีเหตุผล คือ ยอมรับฟังเหตุผลและนโยบายของผู้บริหารด้วย

2.5.3.2 การควบคุมการใช้งบประมาณประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การควบคุมการใช้งบประมาณ เป็นเครื่องมือของการบริหารอย่างหนึ่งโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สามารถมีงบประมาณใช้อย่างสมบูรณ์ ครบถ้วนตามแผนที่กำหนดไว้เพื่อป้องกันการรั่วไหลหรือการใช้งบประมาณไม่คุ้มค่าและฟุ่มเฟือย ซึ่งมีวิธีการดังนี้ คือ

1. การควบคุมงบประมาณตามกิจกรรมหรือรายการ หมายถึง กิจกรรมใดใช้งบประมาณเท่าไรหรือรายการใดมียอดงบประมาณเท่าไร ก็ควรที่จะใช้จ่ายภายในยอดงบประมาณที่ได้รับ กล่าวคือ ใช้ไปแล้วเท่าไรก็ไปหักออกจากยอดงบประมาณในกิจกรรมหรือรายการนั้นๆ วิธีนี้เป็นวิธีที่ง่ายและสะดวก แต่จะมีปัญหาสำหรับแผนงานที่ “เหมาจ่ายทั้งโครงการ” ได้ กล่าวคือสามารถโยกย้ายงบประมาณจากกิจกรรมหนึ่งหรือจากรายการหนึ่งไปยังกิจกรรมอื่นหรือรายการอื่นได้ แต่ถ้าหากทำเช่นนี้บ่อยๆ อาจสร้างความสับสนและกระทบต่อโครงการที่มีการกำหนดเวลาในตอนหลังๆมามาก ดังนั้น ผู้ควบคุมงบประมาณควรเข้มงวดพิจารณาให้รอบคอบและดูแลอย่างสม่ำเสมอก่อนอนุมัติให้มีการโยกย้ายดังกล่าว

2. การควบคุมงบประมาณตามช่วงเวลาต่างๆ กล่าวคือ ผู้ควบคุมอาจแบ่งช่วงเวลาของแผนงานประชาสัมพันธ์ออกเป็นช่วงๆ เช่น รายเดือน หรือสอง สาม สี่ หรือหกเดือนก็ได้ ทั้งนี้ไม่ควรเกินหกเดือนและจัดทำรายจ่ายที่คาดว่าจะใช้ในช่วงเวลาที่แบ่งไว้ชัดเจน จากนั้นก็ใช้วิธีการหักออกตามรายจ่ายจริง และตรวจสอบดูในแต่ละช่วงเวลาว่าใช้ไปจริง มากหรือน้อยกว่ายอดนั้นๆ ด้วยเหตุผลอะไร วิธีการนี้บางครั้งไม่ใช้เป็นการควบคุมเดี่ยวๆ และบางครั้งใช้ร่วมกับวิธีการในข้อ 1 ก็เป็นการเพิ่มการควบคุมได้มากอีกระดับหนึ่ง แต่ค่อนข้างจะซับซ้อนในทางปฏิบัติเพิ่มขึ้นเช่นกัน

3. การประชุมร่วมกันในระหว่างผู้รับผิดชอบภายในฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตรวจสอบความก้าวหน้าของโครงการต่างๆและตรวจดูการใช้จ่ายตามงบประมาณ การประชุมเช่นนี้อาจกำหนดเป็นการประชุมทุกเดือนหรือทุกสองหรือสามเดือนก็ได้ วิธีนี้ต้องอาศัยข้อมูลจากข้อ 1 และ/หรือข้อ 2 มาประกอบการประชุมด้วยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีเพราะนอกจากจะเป็นการควบคุมตรวจสอบในเชิงตัวเลขแล้วยังเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุและผลข้อดีข้อเสีย และเปิดโอกาสให้เกิดการแก้ไขและพัฒนาโครงการในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาควรจัดสรรงบประมาณเป็นการเฉพาะสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กรณีฉุกเฉินไว้ด้วย

2.5.3.3 ทรัพยากรที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

นอกจากงบประมาณแล้ว การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยทรัพยากรที่จำเป็น ไม่ว่าจะเป็นวัสดุ อุปกรณ์ และสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้การเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องราว เกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานต่างๆขององค์การ สถาบันไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขจัดความเข้าใจผิดและนำมาซึ่งความร่วมมือและสัมพันธภาพอันดีต่อกัน

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2543: 196-200) อธิยายถึงเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ว่าคือ สิ่งที่สร้างขึ้นมาเพื่อได้เลือกมาใช้งานประชาสัมพันธ์โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารจากโรงเรียนไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สามารถจำแนกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. สื่อบุคคล ได้แก่ สื่อบุคลากรในโรงเรียน ได้แก่ ครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักการภารโรง นักเรียนปัจจุบัน แม่ค้าขายอาหาร ฯลฯ สื่อบุคลากรภายนอกโรงเรียนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน ผู้ปกครองนักเรียน ยังมีเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานอื่นที่มีภารกิจเข้าไปเกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น เจ้าหน้าที่ของไปรษณีย์ โทรศัพท์ ฯลฯ และสื่อภายนอกโรงเรียนที่ไม่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป สื่อบุคคลที่กล่าวมาทั้งหมดล้วนเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทั้งสิ้น

2. สื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมหรือนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ จึงต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1) เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ สิ่งที่เรียนรู้เริ่มตั้งแต่คุณสมบัติทั่วไปของสื่อมวลชน บุคคลที่อยู่เบื้องหลังเป็นใครบ้าง ชื่ออะไร มีนิสัยใจคอเป็นอย่างไร สามารถติดต่อได้ที่ไหน เวลาไหน หมายเลขโทรศัพท์อะไร หน่วยงานที่บุคคลนี้มีสังกัด มีนโยบายหรือหลักในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์อย่างไร

2) ให้ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทั้งหลายเหมือนๆ กัน เช่น การให้ข่าวแก่สื่อมวลชนเท่าเทียมกัน หากจัดงานเลี้ยงขอบคุณ หรือการเชิญเข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียนก็ไม่ควรเลือกที่รักมักที่ชังหรือการแสดงความยินดีเนื่องในวันเกิดก็ควรทำให้กับทุกคนเหมือนกัน เป็นต้น

3) มีความซื่อตรงและจริงใจกับสื่อมวลชน มีอะไรควรบอกกล่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่ควรใช้เล่ห์เหลี่ยมชั้นเชิงหรือหลอกใช้เขา ซึ่งจะมีผลเสียในระยะยาว

4) ติดตามข่าวสารที่เสนอโดยสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อติดตามว่าข่าวใดของโรงเรียนได้รับการเผยแพร่โดยสื่อมวลชนใดบ้าง หากมีสื่อมวลชนที่ไม่ได้เผยแพร่ข่าวสารให้

หลายๆ ครั้ง ในขณะที่สื่อมวลชนเผยแพร่ควรหาข้อเท็จจริง หากมีปัญหาก็รีบดำเนินการแก้ไข อนึ่งกระแสข่าวของสื่อมวลชนยังเป็นการสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนได้อีกทางหนึ่ง

5) วิธีการเสนอข่าวแก่สื่อมวลชน ซึ่งไม่ใช่เพียงแต่การส่งข่าวภาพหรือเชิญชวนสื่อมวลชนมาทำข่าวเท่านั้น แต่ยังสามารถทำในรูปแบบอื่นได้ เช่น การส่งบทความ บทวิเคราะห์บทสัมภาษณ์หรือเป็นสื่อมวลชนมาสัมภาษณ์เอง การให้แฟ้มคู่มือ การจัดประชุมแถลงข่าว การจัดรอบปฐมทัศน์ เช่น การจัดรายการแสดงต่างๆ หรือภาพยนตร์เพื่อการกุศล การจัดหาสื่อมวลชนมาชมกิจการ การพาสื่อมวลชนไปดูสถานที่หรือเหตุการณ์จริง เป็นต้น

3. กิจกรรม เป็นสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ดีอีกอย่างหนึ่งกิจกรรมที่โรงเรียนจัดขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) กิจกรรมนักเรียน นอกจากจะเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ให้นักเรียนยังเป็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้อีกทางหนึ่งด้วย เช่น กิจกรรมการแข่งขันและการประกวดกิจกรรมการแสดงละครและดนตรี งานด้านสังคม การออกวารสารของนักเรียน กิจกรรมสโมสรหรือชุมนุมต่างๆ กิจกรรมสภานักเรียน กิจกรรมการทัศนาจร พิธีรับประกาศนียบัตร กิจกรรมด้านกีฬาและกิจกรรมการเปิดให้เข้าชมโรงเรียน (Open House)

2) กิจกรรมพิเศษของโรงเรียน เช่น การแนะนำพิเศษหรืองานเลี้ยงเพื่อเผยแพร่ (จัดขึ้นในกรณีที่ต้องการแสดงความยินดีกับนักเรียนที่ชนะเลิศในการประกวดต่างๆ) การจัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน การแสดงและประกวดตามเป้าหมายที่ต้องการ การจัดอภิปรายปัญหาพิเศษ การจัดประชุมสัมมนาพิเศษ (การบรรยายพิเศษหรือปาฐกถา การประชุมปรึกษาหารือ การประชุมทางวิชาการ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ) การจัดรายการพิเศษทางสื่ออื่นๆ (การแสดงผ่านสื่อทางไกล การจัดหน่วยเคลื่อนที่ การจัดแข่งขันกีฬานัดพิเศษ การจัดทำตู้หรือกล่องรับความคิดเห็น) การจัดแสดงนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ

4. เอกสารและสิ่งพิมพ์ เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย โครงสร้าง และการบริหาร การให้บริการ สวัสดิการ ธุรกิจการงาน กิจกรรมต่างๆ และผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนความรู้สาระที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิตของคนทั่วไป เอกสารและสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน แบ่งได้ เป็น 2 กลุ่ม คือ

1) แบ่งตามกลุ่มเป้าหมายของโรงเรียน ได้แก่

(1) เอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ได้แก่ เอกสารที่โรงเรียนจัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อความเข้าใจกัน ระหว่างผู้บริหารโรงเรียนกันคณาจารย์ นักการภารโรงและนักเรียน เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ได้แก่ วารสารของโรงเรียน หนังสือคู่มือ จดหมายหนังสือข่าวภายใน หนังสือเวียน ป้ายประกาศ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา หนังสือคู่มือแฟ้มหรือหนังสือคู่มือสำหรับแจกผู้สื่อข่าว บทความสารคดี สมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ ชั้นวางข่าวสาร ใบปลิวและรูปลอก แผ่นโฆษณา

(2) เอกสารประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน เป็นการประชาสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงกับโรงเรียน ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียน ชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ หน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน และประชาชนทั่วไป เอกสารประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียนแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) เอกสารประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่ เอกสารที่โรงเรียนจัดทำขึ้นเพื่อฉายเอกลักษณ์ของโรงเรียนให้ประชาชนทราบ และบังเกิดความเลื่อมใสศรัทธาโดยตรง เช่น จุลสาร รายงานประจำปีของโรงเรียน หนังสือรุ่น เป็นต้น 2) เอกสารเสริมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่ เอกสารให้ความรู้อันเป็นคุณประโยชน์ต่างๆ แก่ประชาชนทั่วไป โดยไม่เผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมใดๆ ของโรงเรียนเลย และ 3) หนังสือพิมพ์ภาคผนวก เป็นวิธีการที่โรงเรียนจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1-2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก หรือหนังสือพิมพ์แทรก เป็นฉบับพิเศษเพื่อเผยแพร่กิจการของโรงเรียน

2) แบ่งตามระยะเวลาการเผยแพร่ ได้แก่

(1) เอกสารประชาสัมพันธ์โรงเรียนทั่วๆ ไป ให้ความรู้เกี่ยวกับบทความหรือเสริมความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงเรียน เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นแจกหรือเผยแพร่เป็นครั้งคราว เช่น แผ่นโฆษณา แผ่นปลิว แผ่นพับ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็กๆ เอกสารแนะนำประกอบ หนังสือรายงานประจำปี

(2) วารสารประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ที่มีรูปร่างเป็นหนังสือ นิตยสาร จดหมายข่าว เอกสารแจ้งข่าว อาจเป็นระยะติดต่อกันไปเรื่อยๆ อาจเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน รายสามเดือน วารสารประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ หนังสือภาพ นิตยสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือต่างๆ หนังสือเล่มเล็กหรือจุลสาร

5. สื่อโสตทัศนศึกษา แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1) อุปกรณ์ หรือเครื่องมือ เป็นสื่อที่เป็นเครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะต้องอาศัยวัสดุเป็นตัวนำข่าวสารมาใช้ประกอบด้วย จึงจะสามารถถ่ายทอดไปยังประชาชนได้ สื่อประเภทนี้ ได้แก่ เครื่องฉายภาพทึบแสง เครื่องฉายภาพเหนือศีรษะ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายวีดิโอเทป เครื่องรับโทรทัศน์เครื่องเล่น บันทึกเทปโทรทัศน์ เครื่องเล่นเลเซอร์ดิสก์ คอมพิวเตอร์ เครื่องเล่น-บันทึกเทปเสียงเครื่องเล่นแผ่นเสียง

2) วัสดุ เป็นสื่อที่อาจใช้ได้ด้วยตัวของมันเองและต้องใช้ร่วมกับอุปกรณ์หรือเครื่องมือจึงจะใช้ได้ สื่อประเภทนี้ ได้แก่ รูปภาพ แผ่นภาพโปร่งแสง ฟิล์มสไลด์ ฟิล์มภาพยนตร์เทปวีดิโอ รายการโทรทัศน์ แผ่นเลเซอร์ดิสก์ แผ่นดิสเก็ต แถบบันทึกเสียง แผ่นเสียง กระดานผ้าสำลี กระดานป้ายนิเทศของจริง บทเรียนสำเร็จรูป แผนภูมิ แผนภาพ

3) วิธีการ หมายถึง วิธีการนำสื่อโสตทัศนูปกรณ์ทั้งสองประเภทดังกล่าวข้างต้นมานำเสนอ การนำเสนออาจเลือกเพียงสื่อหรือนำเสนอผสมผสานหลายๆ สื่อก็ได้ วิธีนำเสนอเหล่านี้ ได้แก่ การแสดงละคร การแสดงสาธิต ภาพยนตร์ การจัดนิทรรศการ

6. การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ นอกจากเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นๆ อีกมากที่

ไม่ได้จัดอยู่ในประเภทดังกล่าว แต่ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ด้วย คือ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ใช่การโฆษณาสินค้าหรือบริการดังเช่นโฆษณาสินค้าทั่วไป แต่เรียกได้ว่าเป็นการ “โฆษณาโรงเรียน” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและเกิดความนิยม เลื่อมใสศรัทธา หรือมีภาพพจน์ที่ดีแก่โรงเรียน เกิดความรู้สึกว่าโรงเรียนมิได้ให้บริการการศึกษาเท่านั้น แต่ยังให้ข่าวสารและความรู้อีกด้วย การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์จำแนกได้ ดังนี้

1) การสนับสนุนสื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น โรงเรียนควรให้การสนับสนุนสื่อมวลชน ในลักษณะ “น้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า” การสนับสนุนนี้สามารถทำได้โดยการเป็นผู้อุปถัมภ์หรือการโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร หรือการโฆษณาสนับสนุนรายการ ข่าวสารสารคดี และรายการบันเทิงต่างๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ และโรงภาพยนตร์ เป็นการสร้างสรรค์สังคมให้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติ

2) การบริการสังคมและสาธารณประโยชน์ เป็นการส่งเสริม สนับสนุนสังคมและสาธารณประโยชน์ในแง่มุมต่างๆ เช่น ป้ายที่มีคำขวัญ หรือคำเชิญชวนให้ช่วยกันรักษาความสะอาด การชักชวนให้ไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งหรือชักชวนให้ปฏิบัติตามกฎจราจร โดยท้ายป้ายหรือส่วนหนึ่งของป้ายจะมีชื่อของผู้สร้างป้าย หรือ ระบุว่า “สนับสนุนโดยโรงเรียน” หรืออาจจะพบในรูปของสติกเกอร์ติดรถยนต์ หรือติดตามฝาผนังในและนอกอาคารต่างชักชวนในทำนองนี้โดยมีชื่อโรงเรียนสนับสนุนเป็นต้น

3) วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือของโรงเรียน การประชาสัมพันธ์ประเภทนี้เป็นการแนะนำให้ผู้พบเห็นหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้รู้จักโดยมีชื่อสถานที่ทำงาน หมายเลขโทรศัพท์ หรือ ตราสัญลักษณ์ของโรงเรียนอยู่ในรูปของกระดาษ จดหมาย แผ่นปลิว จุลสาร วารสาร ป้ายท้ายรถของรถโรงเรียน หรืออาจเป็นรูปของเครื่องแบบ เช่น เครื่องแบบนักเรียนของโรงเรียน เป็นต้น

4) การอุปถัมภ์กิจกรรมต่างๆ ขององค์การ สมาคม และหน่วยงานอื่นๆปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่ได้จัดกิจกรรมต่างๆ แล้ว แต่ไม่มีงบประมาณเพียงพอในการจัดทำหรือไม่เพียงพอที่จะทำของที่ระลึกหรือของชำร่วยต่างๆ ในกรณีนี้อาจขอความร่วมมืออุปถัมภ์จากหน่วยงานที่พอจะช่วยได้ ซึ่งการสนับสนุนนี้อาจออกมาในรูปของการให้งบประมาณหรือจัดของชำร่วยหรือของที่ระลึกก็ได้ เช่น การสนับสนุนการจัดสัมมนาทางวิชาการแก่สถาบันการศึกษาก็อาจพบเห็นที่เขียนว่า “สัมมนาเรื่อง.....ได้รับการสนับสนุนจากบริษัท ก. หรือร่วมกับบริษัท ก.”หรืออาจออกมาในรูปการสนับสนุนการแข่งขันกีฬาโดยตรง การให้งบประมาณช่วยเหลือ หรือให้เสื้อยืดที่มีตราหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงาน หรือการจัดพิมพ์หนังสือตำรา หรือรายงานการวิจัยของนักวิชาการต่างๆ โดยมีการระบุว่า “สนับสนุนการจัดพิมพ์โดยบริษัท ก.” หรือป้าย โฆษณากิจกรรมต่างๆ เหล่านี้เป็นต้น

5) การจัดทำของที่ระลึกเนื่องในโอกาสต่างๆ ได้แก่ การจัดทำปฏิทินแจกในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ การจัดทำที่เขี่ยบุหรี่ พวงกุญแจ ปากกา กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าเดินทาง แฟ้มใส่เอกสาร เนื่องในวันสำคัญต่างๆ หรือโอกาสต่างๆ เป็นต้น โดยการจัดสิ่งเหล่านี้เข้าไปในชั่วโมงเรียนศิลปหัตกรรม จะต้องไม่ลืมใส่ตราประจำโรงเรียนลงไปด้วย

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล (2547: 84-84) กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ว่า การส่งข่าวสาร การให้การศึกษา ย่อมต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องช่วยให้การประชาสัมพันธ์บรรลุผลและยังเป็นผลให้ผู้ประชาสัมพันธ์ ผู้สื่อข้อความและเนื้อหาไปยังผู้รับเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนถูกต้องรวดเร็ว เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน สื่อที่มีความรวดเร็ว คือ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ หากต้องการเสนอข่าวความเคลื่อนไหว ต้องการความรวดเร็วจึงใช้วิทยุดีที่สุด ส่วนสื่อที่มีความคงทนถาวรมากที่สุด คือ สื่อประเภทหนังสือ นิตยสาร สิ่งตีพิมพ์ จึงเหมาะสำหรับการนำเสนอข่าวที่โน้มน้าวชักจูง แจงรายละเอียดและใช้เหตุผล ลักษณะของสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับได้มีส่วนร่วมสะท้อนความคิดเห็นจะเป็นสื่อที่มีคุณภาพ

เจฟคินส์ (Jefkins. 1977: 230) ได้แบ่งสื่อออกเป็น 12 ประเภท คือ 1) หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสืออ้างอิง 2) สื่อโสตทัศน์ เช่น ภาพยนตร์ สไลด์ และวีดีโอ 3) วิทยุกระจายเสียง 4) โทรทัศน์ 5) นิทรรศการ 6) Literature หมายถึง แผ่นพับ เอกสารเย็บเล่มเป็นคู่มือในการให้ความรู้ 7) ความเข้าใจต่างๆ 8) หนังสือเล่มต่างๆ 9) การส่งจดหมายโดยตรง 10) สื่อคำพูดหรือสื่อบุคคล 11) การให้ความอุปถัมภ์ 12) วารสารหน่วยงาน จุลสาร และ13) หนังสือประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นๆ

ลักษณา สตะเวทิน (2540: 173) และวิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 268) ได้ยกตัวอย่างสื่อประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

1. สื่อบุคคล (Personal) ได้แก่ คำพูด (Spoken Words) ในลักษณะต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่มนุษย์เราทุกคนมีติดตัวอยู่แล้ว การพูดเป็นสื่อที่ยังจำเป็นและทรงอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์

2. สื่อมวลชน (Mass Media) คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมากๆ หรือเรียกว่ามวลชน (Mass Audience) ประชาชนเหล่านี้อยู่กันอย่างกระจัดกระจายในที่ต่างๆ กัน แต่ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร จึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนเหล่านี้ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์

3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed Media) ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง จดหมายข่าว โปสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณา สถาบันหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดงและนิทรรศการ การพบปะและการประชุม การจัดวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ ฯลฯ

ทองคูณ หงส์พันธ์ (2542: 37) และภัทรียา สุมโน (2542: 106) กล่าวถึงวิธีการที่ใช้สื่อในประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรภายในหน่วยงาน อาจทำหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มบุคคล เช่น

1) การประชุม ได้แก่ การประชุมย่อย การประชุมประจำ การประชุมพิเศษ

2) จดหมายข่าว ได้แก่ ข่าวความเคลื่อนไหว ออกรายเดือน รายวัน และรายสัปดาห์

3) ป้ายนิเทศ ได้แก่ การจัดกิจกรรม ติดประกาศตามศูนย์กลางที่คนผ่านไปมา

4) เสียงตามสาย ได้แก่ การจัดรายการบันเทิงและกระจายข่าวภายในหน่วยงาน

5) การสนทนาพูดคุย ได้แก่ การพบปะสนทนาทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกหน่วยงานเพื่อให้เกิดการยอมรับศรัทธา และนำไปสู่ความร่วมมือและการสนับสนุนอย่างเต็มที่อาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น

1) วารสาร ได้แก่ การออกวารสารของหน่วยงาน ชมรม สโมสร

2) หนังสือพิมพ์ ได้แก่ การส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์เผยแพร่

3) วิทยุกระจายเสียง ได้แก่ การจัดรายการวิทยุของหน่วยงาน

4) โทรทัศน์ ได้แก่ การจัดทำวีดิทัศน์บรรยายสรุปการดำเนินงานของหน่วยงานเผยแพร่

5) แผ่นพับ ได้แก่ การจัดทำเอกสารแผ่นพับแนะนำหน่วยงาน

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเงิน และวัสดุอุปกรณ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถแบ่งส่วน จัดหา และใช้จ่ายเงิน และวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเพียงพอ เหมาะสม คุ้มค่า และก้าวทันต่อความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.5.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีกระบวนการที่เป็นลำดับขั้นตอนดำเนินงานที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์บรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งผู้ที่ถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชากร และนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป ได้แก่ คัทลิบ และเซนเตอร์ (Cutlip; &Allen. 1994: 91-94) ได้แบ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัย-การรับฟัง (Research – Listening)เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นขั้นตอนของการสำรวจ ค้นคว้า วิจัย หาข้อมูล และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ “ปัญหาที่โรงเรียนกำลังเผชิญอยู่” เพื่อเป็นการเรียนรู้สถานภาพของหน่วยงานนั้นว่าสมควร

ทำการประชาสัมพันธ์อย่างไร การรวบรวมดังกล่าวจะต้องกระทำด้วยวิธีที่จะได้ข้อมูลข้อเท็จจริงที่มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้จริงๆ การวิจัยเป็นการใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นวิธีที่ยอมรับว่าจะสามารถนำมาซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้ดีที่สุด

2. การวางแผน-การตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนที่พิจารณากำหนดวิธีการปฏิบัติ ที่จะใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานนั้นๆมีความสอดคล้องต่อเนื่องกันทุกฝ่ายเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

3. การติดต่อสื่อสาร-การปฏิบัติการ (Communication-Action) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ โดยใช้เครื่องมือ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการรับฟังความคิดเห็น หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อข่าวสารนั้นๆ กลับมายังสถาบัน การสื่อสารในรูปของการประชาสัมพันธ์สมบูรณ์แบบ การดำเนินงานดังกล่าวจะกระทำได้ 2 วิธี คือ

1) การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารตามระเบียบแบบแผน เช่น การติดต่อสื่อสารโดยใช้หนังสือของทางราชการ บริษัท ห้างร้าน เป็นต้นที่มีลายลักษณ์อักษรเป็นหลักฐาน หรืออาจจะเป็นการพูดชี้แจงในที่ประชุม การแถลงข่าวของทางรัฐบาล เป็นต้น

2) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารแบบไม่มีแบบแผนชัดเจน อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลักในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีผลในแง่ของการโน้มน้าวให้ข้อเท็จจริงในรายละเอียดหรือปรับความเข้าใจกัน และมักจะได้ผลดีกว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการ

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่า “งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปแล้วนั้น ให้ผลดีมากน้อยเพียงไร” การประเมินผลจึงหมายถึง การตัดสินคุณค่าของการกระทำใดๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องประกาศตัดสินคุณค่านั้น ซึ่ง พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2547: 14) อธิบายว่าการประเมินผลจะต้องประกอบด้วย 1) ข้อมูล 2) การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และ 3) การตีความหมายและการตัดสินคุณค่า และวิธีการที่ใช้ในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ มี 2 วิธี คือ

1) วิธีการประเมินที่อาศัยการสังเกต (Empirical Evaluation Method) เป็นวิธีที่อาศัยการสังเกตและความชำนาญเป็นหลักมากกว่าการใช้เหตุผล ปกติวิธีนี้จะอาศัยข้อมูลต่างๆ ที่พอจะเห็นหรือหาได้รอบตัวของนักประชาสัมพันธ์เอง เช่น ข่าวตามหนังสือพิมพ์ จดหมายวิจารณ์หรือแสดงความคิดเห็น หรือความคิดเห็นของบุคคลที่พบปะ เป็นต้น การประเมินประเภทนี้เป็นการประเมินแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่ค่อยจะได้รับความนิยมหรือยอมรับเนื่องจากเป็นการประเมินผลที่นำความคิดเห็นส่วนตัวหรืออารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง (Subjective Evaluation) แต่วิธีนี้ก็มักนิยมปฏิบัติกันเนื่องจากทำได้ง่าย สะดวก ไม่เสียเวลาและงบประมาณในการประเมินผล ถ้าหากเข้าใจถึงการจัดทำการประเมินผลแบบนี้และใช้รายงานหรือหลักฐานที่น่าเชื่อถืออื่นๆ มาผสมผสานกับหลักฐานที่มีอยู่ได้ดีแล้ว การประเมินผลเช่นนี้ก็มีคุณค่ามาก

2) วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ (Scientific Evaluation Method) วิธีนี้เป็นวิธีที่ยอมรับว่าสามารถนำข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรงมาตัดสินคุณค่าได้ดี วิธีนี้มีระเบียบวิธีที่ปราศจากความลำเอียง มีการควบคุม มีหลักฐาน และเป็นระบบ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการวิจัย การประเมินผลการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 4 ช่วงเวลาด้วยกัน คือ

1. ก่อนเริ่มโครงการ ในที่นี้ไม่ได้มีความหมายถึง "การวิจัย" ซึ่งเป็นขั้นตอนแรก แต่เป็นการประเมินก่อนการเริ่มโครงการพิเศษ เช่น โครงการรณรงค์ใช้เครื่องมือป้องกัน (แว่นตา ถุงมือ เครื่องกรองอากาศหายใจ) ในโรงงาน ซึ่งเป็นเพียงโครงการย่อยของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นต้น การประเมินนี้ยังสามารถแยกออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การประเมินสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation) เป็นการประเมินสภาพความต้องการและความจำเป็นในปัจจุบันว่ามีความจำเป็น/สำคัญในการจัดทำโครงการนี้มากน้อยเพียงไร โดยการประเมินนั้นจะให้ความสำคัญต่อสภาพของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเป็นสำคัญ

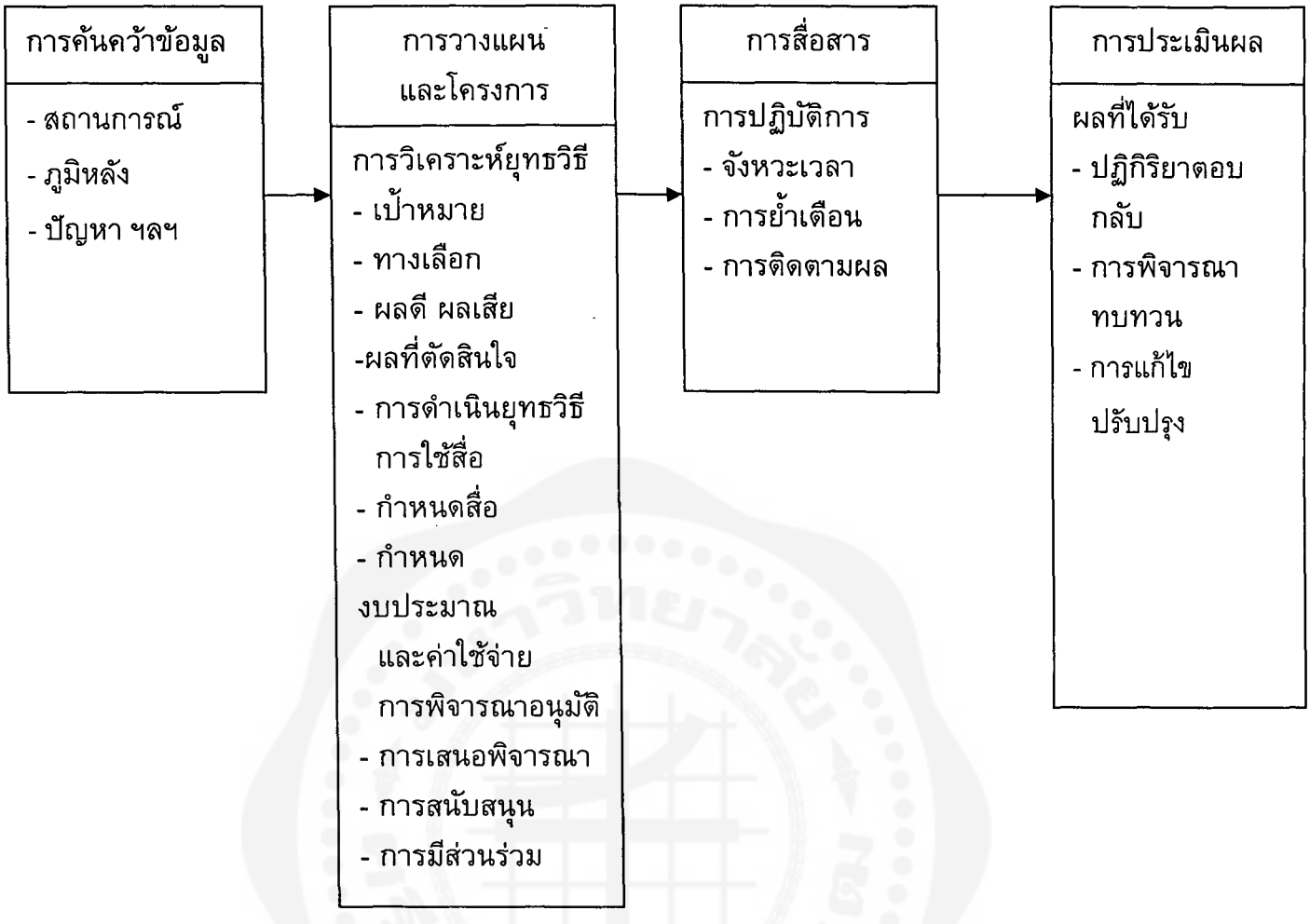
2) การประเมินสิ่งป้อนเข้า (Input Evaluation) เป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งสามารถนำมาใช้กับโครงการได้ ทั้งนี้จะช่วยให้การวางแผนเป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม การประเมินนี้จะเกี่ยวข้องกับบุคลากร งบประมาณวัสดุอุปกรณ์และการจัดการเป็นสำคัญ

2. ระหว่างดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเพื่อเรียนรู้ถึงความสำเร็จ ข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรคของงานที่ทำไปแล้วบางส่วนเพื่อหาทางแก้ไขปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเพื่อจะได้ก้าวต่อไปในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

3. เมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดเวลาที่กำหนดของโครงการใดโครงการหนึ่ง เป็นการสรุปผลว่าได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงไร บรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

4. การตรวจสอบประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ประจำปี เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องไม่มีสิ้นสุด ดังนั้น การประเมินผลในแต่ละปีจะสามารถเปรียบเทียบถึงความก้าวหน้า ความสำเร็จ ตลอดจนแสดงถึงปัญหา อุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการดำเนินงานในปีต่อไป

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 217) เน้นว่า กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอน มีความสำคัญเท่าเทียมกัน ผู้บริหารองค์การจะละเลยขั้นใดขั้นหนึ่งมิได้ เนื่องจากการดำเนินงานทั้ง 4 ขั้นตอนนี้มีความสัมพันธ์ต่อกันเป็นลูกโซ่ ซึ่งได้แยกพิจารณาอย่างชัดเจนได้จากภาพประกอบ 2



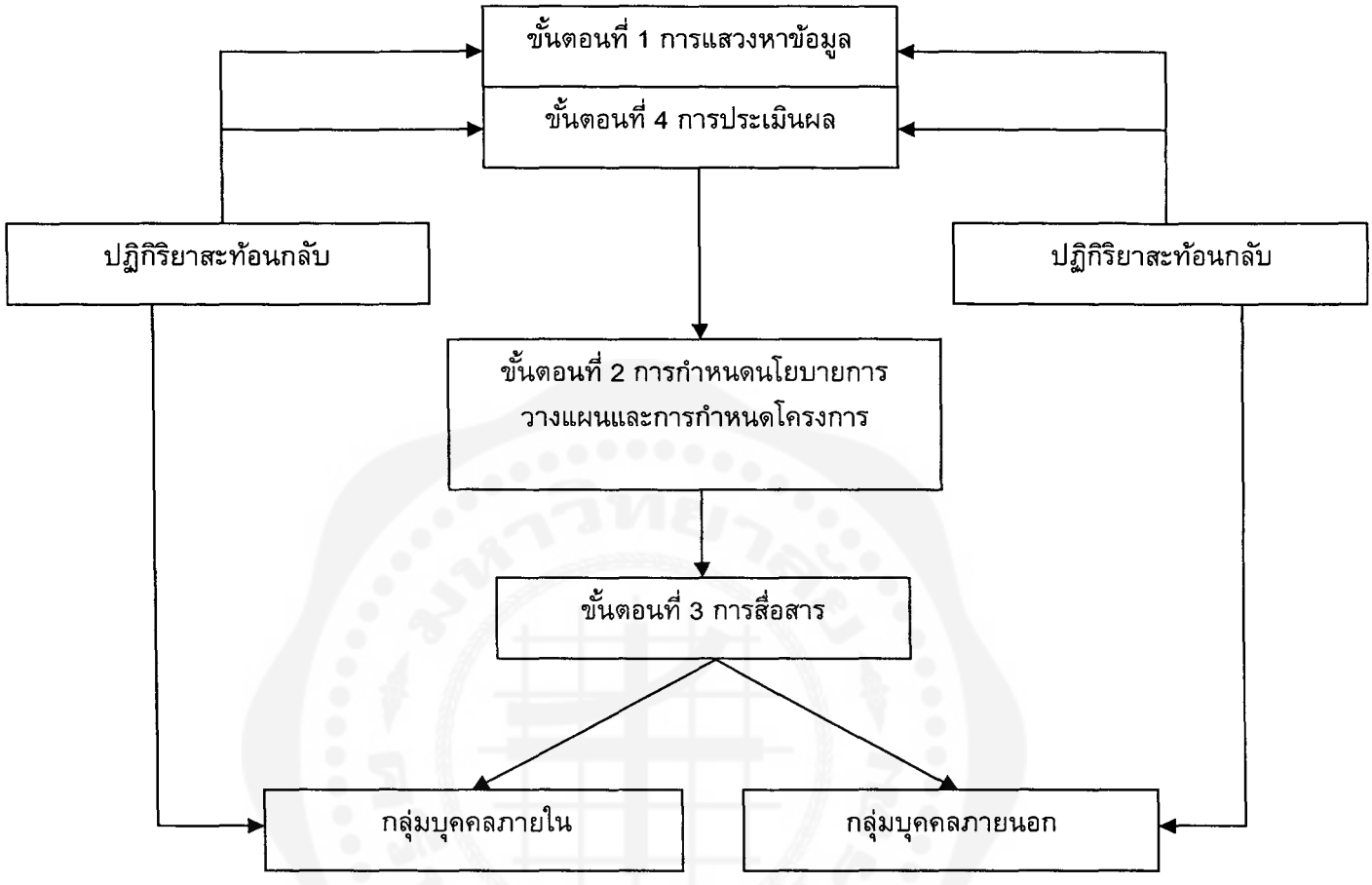
ภาพประกอบ 2 กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ที่มา: วิรัช ลภิรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 217.

เฟรดเดอริค (พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. 2547: 17; อ้างอิงจาก Friederick. 1975: 9) ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะคล้ายกับ คัทลิบและเซนเตอร์ ออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย (Fact-finding and Research) 2) การกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ (Policy Establishment and Program Planning) 3) การสื่อสาร (Communication) และ 4) การประเมินผล (Evaluation)

ลักษณะสำคัญของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของเฟรดเดอริค (Friederick) คือ เน้นการจัดลำดับความสำคัญของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และการให้มีการสื่อสารสองทาง ไป-กลับ ซึ่งได้แทรกไว้ในขั้นตอนที่ 1 และ 2 โดยเฉพาะขั้นตอนที่ 2 เน้นถึงการกำหนดนโยบายก่อนเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังเห็นว่ากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว เมื่อสำเร็จในขั้นตอนสุดท้ายแล้วไม่ใช่ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะสิ้นสุดลง หากแต่ยังคงดำเนินต่อเนื่องไป ดังแสดงในภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ที่มา: เฟรดเดอริค. (พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. 2547: 17; อ้างอิงการ Friederick.1975: 9). *The Public Relations Process in The Publicity Process.* 2nd ed. Iowa: state University.

วิจิตร อาวะกุล (2540: 3) มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับ เฟรดเดอริค (Friederick. 1975: 9) คือ การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่ต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา และตลอดไปเพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์กับประชาชน และเสถียรภาพความมั่นคงยั่งยืนของสถาบันองค์การ หน่วยงาน ดังนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จึงเป็นลำดับขั้นตอนการกระทำที่ต่อเนื่องก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติกิจการต่างๆ ของโรงเรียนประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ และมีการดำเนินงานเหมือนกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์การหน่วยงานต่อไป

กล่าวโดยอธิบายว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การมีส่วนร่วมในการจัดการงานประชาสัมพันธ์โดยใช้ปัจจัยทางการบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยการวิจัยค้นหาข้อมูล ข้อเท็จจริง สถานการณ์และภูมิหลังเป็นฐานในการค้นหาปัญหาต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบข่ายงาน โดยมุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกฝ่าย เพื่อให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้ชัดเจน และง่ายต่อการปฏิบัติ ทั้งยังอาศัยเทคนิคและเครื่องมือที่หลากหลาย เหมาะสมในการติดต่อสื่อสารทั้งในและนอกโรงเรียน ตลอดจนมีการตรวจสอบการดำเนินงานเป็นระยะๆ ทั้งระหว่าง และหลังการดำเนินงาน ซึ่งได้มาจากการเก็บรวบรวมด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการตรวจสอบความสำเร็จและนำไปสู่การรายงานต่อไป

3. ภาวะผู้นำใฝ่บริการ

3.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำใฝ่บริการ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายของภาวะผู้นำใฝ่บริการจากนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้มาเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าดังนี้

กรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 27) อธิบายว่าผู้นำต้องเริ่มต้นจากการรับใช้ผู้อื่น โดยผู้บริหารที่เป็นผู้นำแบบใฝ่บริการนั้น จะต้องมีความรู้สึกที่อยู่ภายในของธรรมชาติในตัวบุคคล เกิดความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นก่อน เห็นคุณค่า และความสำคัญความเป็นบุคคลของมนุษย์ทุกคน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว แสวงหาแนวทางการพัฒนาของแต่ละบุคคลที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จขององค์การ เป็นแนวทางการทำงานร่วมกัน และแบ่งปันและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่งเสริมความรู้สึกของการเป็นชุมชนเดียวกัน ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมตามหลักคุณธรรม และการเอาใจใส่ผู้อื่น และประเด็นสำคัญคือผู้นำในลักษณะนี้ คือจะส่งเสริมคุณค่าพัฒนาการของบุคคลอื่นในองค์การ โดยในขณะเดียวกันก็เอาใจใส่ต่อคุณภาพชีวิต

สเพียร์ (Spears. 1998: 3-4) อธิบายว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการ เกิดขึ้นขณะที่สังคมต้องการรูปแบบของภาวะผู้นำที่จะให้บริการและเกิดประโยชน์มากที่สุดในองค์การ ในเรื่องวิสัยทัศน์ หรือจุดมุ่งหมายขององค์การ ภาวะผู้นำแบบรับใช้เป็นรูปแบบที่เน้นในเรื่องการให้บริการผู้อื่นเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

โคเวน์ (Covey. 1998: 12-17) อธิบายว่า ถ้าคุณต้องการผู้นำแบบใฝ่บริการ ในองค์การสิ่งที่ต้องทำคือให้ความเชื่อมั่นและสนับสนุน ในความแตกต่างของระหว่างบุคคล สร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันและหลังจากนั้นก็นำโดยการสอน การเสริมแรง การจูงใจ เป็นแบบอย่างและตัวอย่างของผู้นำแบบรับใช้ในองค์การ เพื่อที่จะพัฒนาทักษะ และพัฒนาจิตใจของบุคลากร

ลอบ (Laub. 1999: 81) อธิบายว่า การเป็นผู้นำแบบใฝ่บริการ เป็นวิถีชีวิตผู้ที่มีจิตใจแห่งการรับใช้ มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจน สร้างความเข้าใจ และแนวทางปฏิบัติงาน สามารถนำมาซึ่งความดีงามให้เกิดขึ้นกับผู้ได้บังคับบัญชา มากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง จะส่งเสริมคุณค่า และ

พัฒนาคน การสร้างเสริมชีวิตกลุ่ม และปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม การให้บริการเพื่อส่งผลดีบุคคลแต่ละคนในองค์การโดยรวม

ยูกค์ (บังอร ไชยเผือก. 2550: 19; อ้างอิงจาก Yulk. 2000: 404) ได้อธิบายว่าความรับผิดชอบพื้นฐานของผู้นำแบบใฝ่บริการอันแสดงถึงความมีจริยธรรม คือ การให้บริการแก่ผู้ตาม หมายถึง การบำรุงทะนุถนอม ปกป้อง และให้อำนาจแก่ผู้ตาม ผู้นำแบบนี้จะสนองความต้องการของผู้ตามและช่วยเหลือผู้ตามให้มีความสามารถเพิ่มขึ้น และปรารถนาที่จะรับผิดชอบในงานที่ตนทำมากขึ้น

รัสแซล และ สโตน (Russell; & Stone. 2002: 4) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ เป็นความคิดที่สามารถปรับเปลี่ยนองค์การและสังคม เพราะเป็นแรงขับเคลื่อนที่ดีทั้งในส่วนตัวบุคคลและองค์การด้วยหัวใจของการบริการ

แพนเทอสัน (Patterson. 2003: 136-137) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ มุ่งเน้นการบริการของผู้อื่นเป็นพื้นฐานขององค์การ เขาได้พัฒนารูปแบบภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ ซึ่งมีคุณลักษณะ 7 อย่างที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม คือ ความรักแท้จริง ความนบน้อม เห็นประโยชน์ส่วนรวม วิสัยทัศน์ ความเชื่อถือ การเสริมแรง และการบริการ ซึ่งเน้นถึงผู้นำที่มีใจบริการ เพื่อมุ่งไปสู่อนาคตที่ดี

เดนนิส (Dennis. 2004: 38-41) ผู้นำแบบใฝ่บริการ ทำให้องค์การมีชีวิต ก่อให้เกิดผลสำเร็จในองค์การ ต้องมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ 5 ประการได้แก่ (ความรัก (Love), การเสริมแรง (Empowerment) วิสัยทัศน์ (Vision) ความนบน้อม (Humility) และความเชื่อมั่น (Trust))

ฮันเตอร์ (Hunter. 2004: 31) อธิบายว่า ทักษะผู้นำแบบใฝ่บริการ คือการให้การบริการเห็นความสำคัญของความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชา ชี้แนะแนวทาง สร้างแรงจูงใจ กระตือรือร้นในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์การ

มาซาโน และ แม๊กนูทีร์ (Marzano; & McNulty. 2005: 31) อธิบายว่าผู้นำแบบใฝ่บริการ คือการเข้าใจความต้องการของแต่ละคนในองค์การดูแลรักษาความขัดแย้งในองค์การ เป็นผู้ให้บริการและสามารถพัฒนาทักษะต่างๆ ของบุคลากรแต่ละคนในองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดรูรี่ และ ชารอน (Drury; & Sharon. 2005: 6) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ นำมาซึ่งความสำเร็จ ถ้าทุกคนไม่มีความรู้สึกแข็งกระด้างหรือเชื่อมั่นในความสามารถตัวเองเกินไป ในความเป็นจริงเราต้องใช้สิ่งที่มีอยู่ภายในคือการบริการผู้อื่น และมากกว่านั้น ผู้นำแบบรับใช้สามารถเปลี่ยนให้ผู้ตามมีหัวใจของการบริการผู้อื่นต่อไป

เพ็ก และ ว่อง (Page; & Wong. 2006: 106) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ เป็นผู้นำแห่งแรงจูงใจ และมีอิทธิพลอย่างสูง เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับบุคคลอื่นๆ ในสังคม และเป็นพลังแห่งการรับใช้องค์การเพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จขององค์การ การกระทำสำคัญกว่าคำพูด และเป็นแนวทางของแบบอย่างแห่งความถ่อมตนเป็นรูปแบบที่สามารถ ผลักดันให้ทุกคนในองค์การได้รับการพัฒนาในแต่คน และความสำเร็จขององค์การเช่นกัน

แซนเดอร์ (Sanders. 2008: 57-59) อธิบายว่า การเป็นผู้นำแบบใฝ่บริการ คือความเต็มใจในการให้คำปรึกษา พัฒนาความสามารถของแต่คนในองค์การให้บรรลุศักยภาพที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ และเป็นแบบอย่างที่ดีในการสร้างชุมชนที่ผูกพันกันไว้ด้วยพันธะทางใจ

สมชาย เทพแสง และ อรจิรา เทพแสง (2549: 33-35) อธิบายว่า คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้นำแบบใฝ่บริการ ควรมีดังนี้ เป็นผู้ฟังที่ดี เป็นผู้มีความอดทนต่อสภาพการณ์กดดันมีลักษณะไว้วางใจ สามารถแก้ไขปัญหาได้ สามารถจูงใจบุคลากร เป็นนักฝัน มีความมุ่งมั่น กระจายอำนาจและการตัดสินใจ เป็นนักประสานงาน เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับ และมีจิตวิทยา

สรุปได้ว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ หมายถึง พฤติกรรมของบุคคล ที่เกิดความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นก่อน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว เห็นคุณค่าของผู้อื่น พัฒนาผู้อื่น สนับสนุนให้คนในองค์การได้มีการพัฒนาอย่างเต็มที่ มีภาวะพร้อมที่จะประสานใจ และร่วมงานกับผู้อื่น เพื่อการสร้างสังคมชุมชนที่เป็นหนึ่งเดียวกัน ด้วยความเสียสละ ความแน่วแน่ในอุดมการณ์ มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ สามารถทำงานต่างๆ ได้สำเร็จเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์การ

3.2 คุณลักษณะของภาวะผู้นำใฝ่บริการ

หลักการในการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมของผู้นำ ในการศึกษานี้ประกอบด้วยแนวคิดคุณลักษณะของภาวะผู้นำใฝ่บริการของกรีนลีฟ (Greenleaf. 2002) สเพียร์ (Spears. 1998) ลอบ (Laub. 2000) แพทเทอสัน (Patterson. 2003) และ เดนนิส (Dennis. 2004) มีรายละเอียดดังนี้

กรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 27-28) เขาอธิบายว่าผู้นำต้องเริ่มต้นจากการรับใช้ผู้อื่น โดยผู้บริหารที่เป็นผู้นำนั้นจะต้องมีความรู้สึกที่อยู่ภายในของธรรมชาติในตัวบุคคล เกิดความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่นก่อน เห็นคุณค่า และความสำคัญความเป็นบุคคลของมนุษย์ทุกคนรับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว แสวงหาแนวทางการพัฒนาของแต่ละบุคคลที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จขององค์การ เป็นแนวทางการทำงานร่วมกัน แบ่งปัน และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่งเสริมความรู้สึกของการเป็นชุมชนเดียวกัน ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมตามหลักคุณธรรม และการเอาใจใส่ผู้อื่น และประเด็นสำคัญคือผู้นำในลักษณะนี้จะส่งเสริมคุณค่าพัฒนาการของบุคคลอื่นในองค์การ โดยในขณะเดียวกันก็เอาใจใส่ต่อคุณภาพชีวิต ของแต่ละคนในองค์การซึ่งจะแตกต่างจากผู้นำทั่วๆ ไปนั้น จะคิดถึงการได้ขึ้นมาสั่งการ ชี้นำ มีอำนาจ ก่อนที่จะคิดช่วยเหลือหรือรับใช้ผู้อื่น การทดสอบผู้นำแบบรับใช้จะรู้ว่าผู้นำที่เป็น Servant Leader ประสบผลหรือไม่ สามารถทดสอบโดย คนที่ได้รับการช่วยเหลือจากผู้นำแบบรับใช้นั้น (หรือผู้ใต้บังคับบัญชา) มีการพัฒนาการที่ดี มีสติปัญญาหรือไม่ และสุดท้ายบุคคลผู้นั้นก็จะก้าวขึ้นไปเป็นผู้ช่วยเหลือหรือผู้รับใช้คนอื่นต่อไป งานเขียนของกรีนลีฟได้ถูกสะท้อนให้เห็นความคิดที่ลึกซึ้งที่สุดของเขาในหนังสือเรื่อง การค้นพบการเดินทางเพื่อเดินทางในยังตะวันออก

กรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 21-22) ได้พัฒนาทฤษฎีเพื่อความสำเร็จในการบริหารองค์การของมืออาชีพด้วยการใช้ลักษณะการเป็นผู้นำแบบใฝ่บริการ จากประสบการณ์หลายปีในการสะท้อนประสบการณ์ของบุคคลที่มีต่อบทบาทความเป็นผู้นำ กรีนลีฟได้เริ่มเขียนแนวคิดของการเป็นผู้นำแบบรับใช้ กรีนลีฟเชื่อว่าผู้นำแบบรับใช้คือผู้นำการรับใช้เป็นประการแรก เริ่มต้นจากความรู้สึกตามธรรมชาติของบุคคลที่ต้องการจะรับใช้ รับใช้ผู้อื่นก่อน จากนั้นจึงเกิดทางเลือกจากความตระหนักเป็นแรงบันดาลใจให้บุคคลนั้นต้องนำผู้อื่น

ความแตกต่างระหว่างการบริการและการนำนั้นถูกแสดงออกมาผ่านมุมมองที่มีคุณธรรมเพื่อให้มั่นใจว่าความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุดของบุคคลอื่นที่ได้รับการบริการ การทดสอบที่ดีที่สุดต่อผู้นำแบบรับใช้แต่เป็นวิธีการที่ยากที่สุดสำหรับผู้บริหารคือ "การทำให้การรับใช้นั้นเติบโตขึ้นในตัวบุคคลอย่างไร เมื่อพวกเขาได้รับการรับใช้แล้วพวกเขาสุขภาพดีขึ้นหรือไม่ ฉลาดขึ้นหรือไม่ มีความเป็นอัตโนมัติขึ้นหรือไม่ และเขามีลักษณะของการเป็นผู้รับใช้มากขึ้นหรือไม่" ขณะที่การศึกษาในเรื่องนี้ยังมีมาอย่างต่อเนื่องในองค์การมากว่า 50 ปี กรีนลีฟ อธิบายว่า เหมือนกับการเป็นนักศึกษาในองค์การและการทำอย่างไรให้เขาทำสำเร็จตามเป้าหมาย เขาเชื่อว่าการจะรับมือกับปัญหาใดๆ ภายในองค์การก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับคนต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในองค์การด้วย เขาตระหนักดีว่าบุคคลคือแก่นของสถาบันและทั้งผู้นำและผู้ตามจะต้องมีความโน้มเอียงไปในทางเดียวกัน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจร่วมกัน

สเพียร์ (Spears. 1998: 3-4) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ เกิดขึ้นขณะที่สังคมต้องการรูปแบบของภาวะผู้นำที่จะให้บริการและเกิดประโยชน์มากที่สุดในองค์การ ในเรื่องวิสัยทัศน์หรือจุดมุ่งหมายขององค์การ ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ เป็นรูปแบบที่เน้นในเรื่องการให้บริการผู้อื่นเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด ในงานเขียนของกรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 27-28) ผู้นำแบบใฝ่บริการ เขาได้อธิบายไว้ว่ามีความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาการเป็นผู้นำแบบใหม่ที่ดีกว่า นั่นคือการที่มีคนที่ให้การรับใช้ผู้อื่นทั้ง คนงาน ลูกจ้าง ลูกค้าและสังคม ซึ่งการเป็นผู้นำแบบใหม่เน้นความสำคัญของการบริการเป็นอันดับแรก ผู้นำแบบใฝ่บริการ เน้นที่การเพิ่มการบริการผู้อื่น เป็นวิธีการทำงานร่วมกันส่งเสริมความรู้สึกของการเป็นชุมชนเดียวกัน แบ่งปัน และใช้การตัดสินใจร่วมกันลักษณะของภาวะผู้นำแบบรับใช้ สเพียร์ได้สังเคราะห์คุณลักษณะ 10 ประการที่จะช่วยพัฒนาบุคคลสู่การเป็นผู้นำแบบรับใช้ ดังนี้คือ การรับฟัง ความเห็นอกเห็นใจ การเยียวยารักษา การตระหนักรู้ การจูงใจ การสร้างกรอบความคิด การหยั่งรู้ล่วงหน้า การให้บริการดูแลความผูกพันต่อการเติบโตของบุคคล การอุทิศตนเพื่อพัฒนาคน และการสร้างสังคมชุมชน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การรับฟัง หมายถึง ผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อการสื่อสาร และให้ความสำคัญและอุทิศตนอย่างยิ่งที่จะรับฟังคนอื่นๆ เป็นการรับฟังเสียงจากภายในของเขา ทั้งที่ออกมาจากจิตใจและการแสดงออกทางร่างกาย ฟังด้วยความเต็มใจ ฟังผู้อื่นด้วยความตั้งใจ การฟังยังเป็นการหลอมรวมที่จะเข้าถึงจิตใจของผู้พูด การรับเป็นการส่งเสริมที่จำเป็นต่อการเป็นผู้นำแบบรับใช้ และสามารถตัดสินใจ เพื่อผู้นำสามารถนำแนวทางสิ่งที่เป็นความหวังขององค์การ และจะช่วยให้ความมุ่งหวังนั้นสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการที่มีความมุ่งมั่นที่จะเข้าใจและเห็นอกเห็นใจคนอื่นๆ ยอมรับ และเข้าใจในความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล มีทัศนคติที่ดี แสดงออกถึงความห่วงใยในบุคคล สามารถแก้ปัญหาขององค์การโดยการมองสถานการณ์จากมุมมองของแต่ละบุคคล บนพื้นฐานของการเห็นอกเห็นใจ ทำให้สามารถบริหารบุคคลในองค์การประสบความสำเร็จมากที่สุด

3. การเยียวยารักษา หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการที่มีความสามารถในการรักษาเยียวยาตนเอง และรักษาผู้อื่น เข้าใจในความต้องการของผู้อื่นการเยียวยารักษาพลังผลักดันสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี ทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ตามเกิดการหล่อหลอมให้เป็นหนึ่งเดียว ก่อให้เกิดความเข้มแข็งด้านจิตใจ และร่างกายของบุคคลในองค์การ

4. การตระหนักรู้ หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการเป็นผู้มีความตื่นรู้ตลอดเวลา มีความเข้าใจตัวเอง มีความเข้มแข็งภายในตัวเอง สงบนิ่ง มองการณ์ไกล มีความรู้ และสามารถไตร่ตรองปัญหาและตัดสินได้อย่างยุติธรรม

5. การจูงใจ หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการเป็นผู้ที่มีความสามารถในการจูงใจมากกว่าการใช้อำนาจบังคับ ในการตัดสินใจภายในองค์การ สามารถทำให้ผู้ตามเชื่อมั่นในผู้นำ ซึ่งเป็นผลดีกว่าการบังคับ ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงกว่าการใช้อำนาจบังคับ

6. การสร้างมโนทัศน์ หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการที่มองหาวิธีการที่จะเพิ่มพูนความสามารถความฝัน ความหวังของบุคลากร ด้วยการสร้างมโนทัศน์ และสามารถมองปัญหาขององค์การในปัจจุบัน และที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคตโดยการมองการณ์ไกล ต้องอาศัยความมีวินัยและการปฏิบัติอย่างมาก เพื่อนำองค์การไปสู่ความสำเร็จ

7. การหยั่งรู้ล่วงหน้า หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการสามารถที่จะคาดการณ์ล่วงหน้ามีวิสัยทัศน์ชัดเจน และเรียนรู้จากบทเรียน ที่เกิดขึ้นในอดีต ความเป็นจริงในปัจจุบัน และแนวโน้มจากเหตุการณ์ที่น่าจะเป็นผลที่เกิดจากการตัดสินใจในอนาคต ช่วยให้บุคลากรเข้าใจทิศทางในการทำงาน

8. การให้บริการและดูแล หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการมีจิตใจแห่งการบริการและดูแลผู้อื่นด้วยความรัก และความเอาใจใส่ต่อผู้อื่นอย่างจริงจัง เปิดใจ และจูงใจผู้อื่น ก่อให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อใจของคนทุกคนในองค์การต่างมีบทบาทสำคัญร่วมกันในการนำองค์การไปสู่ความสำเร็จ

9. อุทิศตนเพื่อพัฒนาคน หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการเชื่อว่าทุกคนมีคุณค่าที่แสดงออกจากภายในสู่ภายนอก ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาของคนแต่ละคนตามศักยภาพของพวกเขาเอง โดยการพัฒนาด้านบุคลิกภาพ ความเป็นมืออาชีพ และจิตใจในทางปฏิบัติงาน เพื่อนำองค์การสู่ความสำเร็จ

10. การสร้างสังคมชุมชน หมายถึง ผู้นำแบบใฝ่บริการสามารถสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์การ ด้วยความรัก ไว้วางใจ มีความรับผิดชอบ อุทิศตนเอง เสริมสร้างแรงจูงใจเพื่อผลประโยชน์ของทุกคนในองค์การ

กล่าวโดยสรุป ผู้นำแบบใฝ่บริการ ตามแนวคิดของสเพียร์ (Spears. 1998: 3-4) คำว่าผู้รับใช้บริการและผู้นำนั้นมักจะถูกคิดว่าเป็นคำที่ตรงกันข้ามโดยสิ้นเชิง เมื่อคำที่ตรงกันข้ามนี้ถูกนำมารวมกันกลับกลายเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพอย่างมากนำมาซึ่งความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพ ผู้นำแบบรับใช้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยความรู้สึกภายในที่ต้องการบริการผู้อื่นมากกว่าความต้องการของตนเอง อาศัยการทำงานเป็นทีมและความร่วมมือของทุกคน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ บนพื้นฐานของหลักคุณธรรมและมีพฤติกรรมที่ใส่ใจต่อผู้อื่น และส่งเสริมคนอื่นให้เกิดพัฒนาด้านต่างๆ โดยมีคุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบรับใช้ 10 ประการที่จะช่วยพัฒนาบุคคลสู่การเป็นผู้นำแบบรับใช้ไว้ ดังนี้คือ การรับฟัง ความเห็นอกเห็นใจ การเยียวยารักษา การตระหนักรู้ การจูงใจการสร้างกรอบความคิด การหยั่งรู้ล่วงหน้า การให้บริการและดูแล ความผูกพันต่อการเติบโตของบุคคล การสร้างสังคมชุมชน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์การทั่วโลก สร้างแรงบันดาลใจต่อคนและองค์การ ซึ่งแตกต่างจากผู้นำทั่วไปคือผู้นำในองค์การทั้งที่แสวงผลกำไรและไม่แสวงผลกำไร

ลอบ (Laub. 1999: 81) อธิบายว่า การเป็นผู้นำแบบรับใช้เป็นวิถีชีวิต ผู้ที่มีจิตใจแห่งการรับใช้ มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจน สร้างความเข้าใจ และแนวทางปฏิบัติงาน สามารถนำมาซึ่งความดีงามให้เกิดขึ้นกับผู้ใต้บังคับบัญชามากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง จะส่งเสริมคุณค่า และพัฒนาคน การสร้างเสริมชีวิตกลุ่ม และปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม การให้บริการส่งผลดีบุคคลแต่ละคนในองค์การโดยรวม ตามคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ 6 ด้าน ประกอบไปด้วย การเห็นคุณค่าของผู้อื่น การพัฒนาผู้อื่น การสร้างสังคมชุมชน การแสดงออกทางคุณธรรมการส่งเสริมการเป็นผู้นำ และการใช้ภาวะผู้นำร่วมกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เห็นคุณค่าของผู้อื่น หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้ที่อุทิศตนเอง มีความเชื่อมั่นในผู้อื่น ให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้อื่น ยอมรับในความสามารถของผู้อื่น และเป็นผู้ฟังที่ดีซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้ ความเชื่อมั่นในคน การรับใช้ความต้องการของคนอื่นก่อนความต้องการของตนเอง และการยอมรับในความสามารถผู้อื่น เป็นผู้รับฟัง

2. การพัฒนาผู้อื่น หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้ ที่ให้โอกาสพัฒนาศักยภาพและการเรียนรู้ของผู้อื่น เป็นแบบอย่างที่ดี ให้กำลังใจและสนับสนุนผู้อื่น ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้ การพัฒนาศักยภาพและการเรียนรู้ของผู้อื่น การเป็นแบบอย่างที่ดี การให้กำลังใจ และการให้การสนับสนุน

3. สร้างสังคมชุมชน หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้ ที่มีความสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับผู้อื่น และเห็นคุณค่าของความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการเห็นคุณค่าของความแตกต่างระหว่างบุคคล

4. การแสดงออกทางคุณธรรม หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้ที่เปิดใจกว้าง และเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น มีความมุ่งมั่นที่จะเรียนจากผู้อื่น และส่งเสริมคุณธรรมซึ่งมีคุณลักษณะ การเปิดใจกว้าง ความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้จากผู้อื่น และการส่งเสริมคุณธรรม

5. การส่งเสริมการเป็นผู้นำ หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้ ที่มีวิสัยทัศน์ต่ออนาคตมีแนวทางที่ชัดเจนต่อการให้บริการองค์การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีเป้าหมายชัดเจน ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้ การมีวิสัยทัศน์ต่ออนาคต ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการมีเป้าหมายชัดเจน

6. การใช้ภาวะผู้นำร่วมกัน หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาแบ่งปันความเป็นผู้นำ โดยการใช้อำนาจร่วมกัน ลดการควบคุม และมีสถานะผู้นำร่วมกัน และการส่งเสริมผู้อื่น ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้ การใช้อำนาจร่วมกัน และการส่งเสริมผู้อื่น

กล่าวโดยอธิบายว่าภาวะผู้นำใฝ่บริการ เป็นแนวทางในการบริหารที่เน้นการพัฒนา และส่งเสริมคุณค่าของผู้ใต้บังคับบัญชา มากกว่าผลประโยชน์ขององค์การซึ่งผู้บริหารต้องมีคุณลักษณะประกอบด้วยกัน 6 ด้าน คือ การเห็นคุณค่าของผู้อื่น การพัฒนาผู้อื่น การสร้างสังคมชุมชน การแสดงออกทางคุณธรรม การส่งเสริมการเป็นผู้นำ และการใช้ภาวะผู้นำร่วมกัน

เพจ และว่อง (Page & Wong. 2000: 39) ได้ศึกษาภาวะผู้นำใฝ่บริการ โดยวัดภาวะผู้นำจากการประเมินตนเองทั้งทางบวกและทางลบ โดยอาศัยการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำใฝ่บริการ ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของภาวะผู้นำใฝ่บริการประกอบไปด้วย

1. ความซื่อสัตย์
2. ความอ่อนน้อมถ่อมตน
3. ผู้ให้บริการ
4. การดูแล
5. การเสริมพลัง
6. การพัฒนาผู้อื่น
7. การมีวิสัยทัศน์
8. การตั้งเป้าหมาย
9. การนำ
10. การเป็นแบบอย่าง
11. การสร้างทีม
12. การตัดสินใจร่วมกัน

รัสเซล และสโตน (Russell; & Stone. 2002: 146) ได้ศึกษาตามแนวคิดของสเพียร์ และพบว่ามีหลายคุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการที่ส่งผลโดดเด่นต่อการบริหารงาน โดยแบ่งเป็นคุณลักษณะหลัก และคุณลักษณะย่อย ดังนี้

คุณลักษณะหลัก ได้แก่

1. การมีวิสัยทัศน์
2. ความซื่อสัตย์
3. การบูรณาการ
4. ความน่าเชื่อถือ
5. การบริการ
6. การเป็นแบบอย่าง
7. การเป็นผู้ริเริ่ม
8. การชื่นชมบุคคลอื่น
9. การเสริมพลัง

คุณลักษณะย่อย ได้แก่

1. การสื่อสาร
2. ความน่าเชื่อถือ
3. การรับผิดชอบร่วมกัน
4. ความชัดเจน
5. การมีอิทธิพล
6. การชักชวน

แพทเทอสัน (Patterson. 2003: 136-137) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ มุ่งเน้นการบริการของผู้อื่นเป็นพื้นฐานขององค์การเขาได้พัฒนารูปแบบภาวะผู้นำแบบรับใช้ซึ่งมีคุณลักษณะ 7 อย่าง ที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม คือ ความรักแท้จริง ความนบน้อม เห็นประโยชน์ส่วนรวม วิสัยทัศน์ ความเชื่อถือ การเสริมแรง และการบริการ ซึ่งเน้นถึงผู้นำที่มีใจบริการ เพื่อมุ่งไปสู่อนาคตที่ดี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความรักแท้จริง หมายถึง ความรักแท้จริงคือความรักที่อยู่ในสังคม หรืออยู่ในความรู้สึกภายใน ด้วยความยุติธรรม และสุขุมรอบคอบ เปรียบเสมือนความมุ่งหวังของการทำงาน ความรักแท้จริง หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้เลือกทำสิ่งที่ถูกต้อง และมีเหตุผลที่ดี จะต้องพิจารณาแต่ละบุคคลในความต้องการและความปรารถนาของเขา และเป็นห่วงดูแลพวกเขาอย่างจริงใจ

2. ความนบน้อม เป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งของผู้นำ เปรียบเสมือนการเปิดประตูของวิสัยทัศน์ แต่ไม่ใช่เฉพาะวิสัยทัศน์เท่านั้น มันเป็นเหมือนการสร้างความเชื่อมั่นที่ดี ความนบน้อมเป็นคุณธรรมแห่งความสงบสุข ที่จะยอมสละความเป็นตัวของตนเอง และเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของสังคม และกลับเป็นคุณลักษณะของการรับใช้ผู้อื่น

3. การเห็นประโยชน์ส่วนรวม ให้คำอธิบายของคุณลักษณะข้อนี้คือ เปรียบเสมือนผู้นำที่เป็นห่วงดูแลผู้อื่น และคอยช่วยเหลือด้านต่างๆ ของผู้อื่น เสมือนกับความพึงพอใจของผู้นำเอง

4. วิสัยทัศน์ เป็นสิ่งที่แตกต่างจากวรรณกรรมทั่วไป แพนเทอสันต์ อธิบายว่า วิสัยทัศน์ของผู้นำแบบใฝ่บริการ อ้างถึงความคิดของผู้นำที่มองการณ์ไกลเชื่อในอนาคตที่มั่นคง ไปพร้อมกับการแสวงหาการบริการ และตอบสนองความต้องการของผู้อื่นในองค์การเพื่อการพัฒนาองค์การ

5. ความเชื่อมั่น หมายถึง ผู้นำแบบรับใช้ต้องอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อมั่นและความเชื่อมั่นนี้จะนำองค์การพัฒนาไปพร้อมๆกัน ไม่ว่าผู้นำทำอะไร พวกเขาก็พร้อมที่จะทำตามคุณลักษณะนี้ แสดงให้เห็นความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้นำ และการเสริมแรงของผู้นำต่อองค์การ

6. การเสริมแรง หมายถึง การเสริมแรงด้านพลัง อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและผลสำเร็จขององค์การ อะไรเชื่อมโยงถึงความสำเร็จในองค์การคือการเสริมแรง อาจอธิบายว่าการเสริมแรงเป็นกลไกที่สำคัญของผู้นำแบบรับใช้ และเป็นจุดสำคัญของผู้นำ

7. การบริการ คือ แก่นหลักของผู้นำแบบรับใช้ และควรเป็นหลักสำคัญพื้นฐานของผู้นำมีหลายความคิด แต่การบริการคือหัวใจของผู้นำแบบรับใช้ และเป็นโอกาสที่ผู้นำจะให้บริการกับผู้อื่นและส่งเสริมให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในกิจกรรมต่างๆ

เดนนิส (Dennis. 2004: 38-41) อธิบายว่า ผู้นำแบบรับใช้ทำให้องค์การมีชีวิตก่อให้เกิดผลสำเร็จในองค์การ ต้องมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ 5 ประการได้แก่ ความรัก การเสริมแรง วิสัยทัศน์ ความนบน้อม และความเชื่อมั่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความรัก หมายถึง ความรักของผู้นำแบบรับใช้ที่มีความเป็นความห่วงใยผู้อื่น ทำให้ผู้อื่นรู้สึกถึงความสำคัญของตัวเอง และให้ความสนใจในชีวิตอย่างแท้จริง

2. การเสริมแรง หมายถึงเป็นการเสริมแรงให้ความสำคัญกับทีมงาน การเสริมแรงเป็นพลังภายในที่มอบให้กับผู้อื่น และผู้นำแบบรับใช้ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะการฟังอย่างมีประสิทธิภาพสามารถทำให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ และเป็นการเสริมคุณค่าของความรัก และความเสมอภาคในองค์การ

3. วิสัยทัศน์ ความสัมพันธ์โครงสร้างของภาวะผู้นำแบบรับใช้กับประสิทธิผลของทีมงาน คือการเปิดใจให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงวิสัยทัศน์ของแต่ละบุคคลและสามารถส่งเสริมการทำงานของแต่ละคน ทีมงาน และองค์การ

4. ความนบน้อม เป็นคุณลักษณะของผู้นำแบบรับใช้ที่สำคัญ ผู้นำซึ่งมีความนบน้อมโดยการแสดงความเคารพสิทธิของผู้ร่วมงาน และเห็นคุณค่าของการสร้างทีมงานเป็นมิติของการส่งเสริมและพัฒนาให้องค์การประสบความสำเร็จ

5. ความเชื่อมั่น ให้แนวคิดของความเชื่อมั่น คือการไว้วางใจทีมงาน การเปิดใจ เป็นกลไกของการสร้างความเชื่อมั่น มันกลายเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมในองค์การอย่างแท้จริง ซึ่งมีประสิทธิผลของเป้าหมายและจุดประสงค์ขององค์การให้ประสบความสำเร็จ

กล่าวโดยสรุป คุณลักษณะของผู้นำใฝ่บริการของเพจและว่อง ประกอบไปด้วย ความซื่อสัตย์ ความอ่อนน้อมถ่อมตน ผู้ให้บริการ การดูแล การเสริมพลัง การพัฒนาผู้อื่น การมีวิสัยทัศน์ การตั้งเป้าหมาย การนำ การเป็นแบบอย่าง การสร้างทีม และการตัดสินใจร่วมกัน

จากแนวคิดของรัสเซลและสโตน สรุปได้ว่า คุณลักษณะที่สำคัญภาวะผู้นำใฝ่บริการ มีคุณลักษณะเด่น 9 องค์ประกอบ คือ วิสัยทัศน์ ความซื่อสัตย์ การบูรณาการ ความน่าเชื่อถือ การบริการ การเป็นแบบอย่าง การเป็นผู้ริเริ่ม การชื่นชมบุคคลอื่น และการเสริมพลัง

ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ ของ แพทเทอสัน หมายถึง การมุ่งเน้นการให้บริการอันเป็นพื้นฐานขององค์การ เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและผู้ตาม ซึ่งมีคุณลักษณะ 7 ด้าน ประกอบ ไปด้วย ความรักแท้จริง ความนบน้อม เห็นประโยชน์ส่วนรวม วิสัยทัศน์ ความเชื่อถือ การเสริมแรง และการบริการ ซึ่งเน้นถึงผู้นำที่มีใจบริการ เพื่อมุ่งไปสู่อนาคตที่ดี

ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ ของ เดนนิส ให้ความสำคัญของเรื่องบรรยากาศในองค์การที่มีชีวิตก่อให้เกิดผลสำเร็จขององค์การ มีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ 5 ประการ ได้แก่ ความรัก การเสริมแรง วิสัยทัศน์ ความนบน้อม และความเชื่อมั่น

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก ผู้วิจัยจึงได้เลือกนำแนวคิดของเดนนิส (Dennis. 2004: 38-41) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้นำแบบรับใช้ทำให้องค์การมีชีวิตก่อให้เกิดผลสำเร็จในองค์การ ต้องมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ 5 ประการได้แก่ ความรัก การเสริมแรง วิสัยทัศน์ ความนบน้อม และความเชื่อมั่น เนื่องด้วยเป็นการผสมผสานแนวคิดด้านภาวะผู้นำใฝ่บริการตั้งแต่แรกเริ่มมาจนถึงปี 2004 ซึ่งผ่านการสังเคราะห์และหลอมรวมเป็นคุณลักษณะ 5 ประการดังกล่าวข้างต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนกองทัพบกในปัจจุบัน ซึ่งแต่ละประการมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อ ดังนี้

3.2.1 ความรัก

การให้ความห่วงใย เอื้ออาทร และหวังให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งประสบแต่ความสุข ความสำเร็จ ถือได้ว่าเป็นความรู้สึกที่เต็มไปด้วยเจตนาที่มุ่งหวังไปแต่ในสิ่งที่ดี โดยเฉพาะกับบุคคลผู้ทำหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน หรือหน่วยงานกับบุคคล ความรู้สึกที่เต็มไปด้วยความรัก ความห่วงใย จะแสดงให้หน่วยงานหรือบุคคลที่ติดต่อด้วยรู้สึกได้ถึงความจริงใจ ซึ่งมีส่วนอย่างยิ่งที่จะทำให้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน มีผู้ที่ได้กล่าวถึง ความรักไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2542: 543) ได้ให้ความหมายของคำว่า รัก ไว้ว่า เป็นคำกริยา หมายถึง มีใจผูกพันด้วยความห่วงใย มีใจผูกพันด้วยความเสน่หาหรือชอบ

แพทเทอสัน (Patterson. 2003: 136) ความรักแท้จริง หมายถึง ความรักที่อยู่ในสังคมหรืออยู่ในความรู้สึกภายใน ด้วยความยุติธรรม และสุขุมรอบคอบ เปรียบเสมือนความมุ่งหวังของการทำงานความรักแท้จริงหมายถึงผู้นำแบบรับใช้เลือกทำสิ่งที่ถูกต้อง และมีเหตุผลที่ดี จะต้องพิจารณาแต่ละบุคคลในความต้องการและความปรารถนาของเขา และเป็นห่วงดูแลพวกเขาอย่างจริงใจ

เดนนิส (Dennis. 2004: 38) ความรัก หมายถึง ความรักผู้นำแบบรับใช้เป็นความห่วงใยผู้อื่น ทำให้ผู้อื่นรู้สึกถึงความสำคัญของตัวเอง และให้ความสนใจในชีวิตอย่างแท้จริง

สรุปได้ว่าความรัก หมายถึง การแสดงออกถึงความห่วงใยต่อผู้อื่น ทั้งทางวาจาและพฤติกรรม มีความยุติธรรมอย่างเสมอภาค ให้การเอาใจใส่ดูแลอย่างทั่วถึง มุ่งเน้นความต้องการและความพึงพอใจเป็นสำคัญ

3.2.2 การเสริมแรง

การจะให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง กระทำการใดๆ ให้เราอย่างเต็มตามศักยภาพนั้น ค่าตอบแทนหรือของตอบแทนอาจไม่ใช่เพียงสิ่งเดียวที่จะช่วยดึงความรู้ความสามารถของบุคคลนั้นออกมาได้ทั้งหมด หากแต่ยังมีการกล่าวชมเชย และการให้อำนาจ ที่ช่วยส่งเสริมให้บุคคลนั้นมีกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งวิธีการเสริมแรงดังกล่าว ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ไมเนอร์ (Miner. 1992: 152) ได้อธิบายว่า การเสริมแรงคือการกระทำใดๆก็ตามที่ดูมีท่าทางว่าจะเพิ่มพฤติกรรมเป็นพิเศษ

แพทเทอสัน (Patterson. 2003: 136-137) การเสริมแรง หมายถึง การเสริมแรงด้านพลัง อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผลสำเร็จขององค์การ อะไรเชื่อมโยงถึงความสำเร็จในองค์การคือการเสริมแรง อาจอธิบายว่าการเสริมเป็นกลไกที่สำคัญของผู้นำแบบรับใช้ และเป็นจุดสำคัญของผู้นำ

เดนนิส (Dennis. 2004: 38) อธิบายว่า การเสริมแรง หมายถึง การให้ความสำคัญกับทีมงาน การเสริมแรงเป็นพลังภายในที่มอบให้กับผู้อื่น และผู้นำแบบรับใช้ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะการฟังอย่างมีประสิทธิภาพสามารถทำให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ และเป็นการเสริมคุณค่าของความรัก และความเสมอภาคในองค์การ

มานพ และภราดี บุตรศักดิ์ศรี (2548: 43) อธิบายว่า ทฤษฎีเสริมแรงของ Skinner ถือเป็นทฤษฎีที่อยู่บนพื้นฐานทางพฤติกรรมแห่งการจูงใจ ใช้หลักการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ และเห็นว่าพฤติกรรมจะชักจูงโดยผลกรรม ซึ่งผลกรรมเป็นสิ่งที่ได้รับหลังจากที่แสดงพฤติกรรมออกมา และจะมีส่วนช่วยเพิ่มแรงจูงใจให้กระทำหรือแสดงพฤติกรรมนั้นอีกเรียกง่ายๆ ว่าตัวเสริมแรง (Reinforcer)

วินัย วิไลลักษณ์ (2549: 96) อธิบายว่า การเสริมแรง (Positive Reinforcement) เป็นการเสริมความต่อเนื่องของพฤติกรรมโดยการให้ผลกรรมเป็นตัวเสริมแรงทางบวกกับสิ่งตอบแทนที่ดึงดูดใจหรือพอใจเป็นรางวัล เมื่อบุคคลนั้นมีพฤติกรรมหรือปฏิบัติการเป็นที่ต้องการ เช่น พนักงานคนหนึ่งมาทำงานหรือเข้าประชุมตรงเวลา หัวหน้างานเสริมแรงโดยกล่าวคำชมเชยและขอบคุณ ถือได้ว่าเป็นการเสริมแรงบวกซึ่งเป็นรางวัลต่อการมาตรงเวลาตัวเสริมแรงบวกที่ใช้กันในการจูงใจการทำงาน เช่น การจ่ายเงิน การเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มสถานภาพ การเสริมแรงบวกเป็นตัวจูงใจที่ใช้ได้ผลที่สุดในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550: 27) อธิบายว่า การเสริมแรงเป็นสิ่งล่อใจที่สามารถก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้น เช่น การให้รางวัลเป็นเครื่องกระตุ้นให้บุคคลอยากกระทำ เช่น การชมเชย สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการได้

สรุปได้ว่า การเสริมแรง หมายถึง การแสดงออกถึงการให้ความสำคัญต่อทีมงาน โดยใช้การกล่าวชมเชย การมอบรางวัลเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง พร้อมทั้งใช้ทักษะในการฟังเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงาน โดยต้องรับฟังด้วยความเต็มใจ และฟังด้วยความเข้าใจ เพื่อให้ผู้อื่นรู้สึกพอใจ และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มศักยภาพ

3.2.3 การมีวิสัยทัศน์

การมีวิสัยทัศน์เป็นการแลเห็นล่วงหน้าเป็นคุณสมบัติที่ทำให้ผู้นำแบบใฝ่บริการเข้าใจบทเรียนจากอดีตความจริงแห่งปัจจุบัน และเหตุการณ์ที่จะตามมาในอนาคต เมื่อจะตัดสินใจสิ่งเหล่านี้เกิดจากญาณภายในนี้เอง นอกจากนี้การมองการณ์ไกลมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการมองอย่างลึกซึ้ง คุณลักษณะนี้เองที่ช่วยให้ผู้นำแบบผู้รับใช้สามารถเข้าใจบทเรียนจากอดีตความเป็นจริงในปัจจุบัน และความน่าจะเป็นของการตัดสินใจสำหรับอนาคต การมองการณ์ไกลประสบการณ์ ความยากลำบากต่าง ๆ กลายเป็นบทเรียนที่ล้ำค่า ถ้าความยากลำบากนั้น ไม่ได้ถูกใช้เป็นแม่แบบในการสร้างองค์การหรือตัวบุคคลนั้น ๆ แล้วไซรั การหลีกเลี่ยง การไขว้เขวก็จะเข้าครอบครององค์การนั้นแทน

เดอเพรส (Depress. 1995: 115) ได้อธิบายถึงความหมายของ “การมองการณ์ไกล” จากคำอ้างอิงของ Gorge Nelson ว่า “เด็กน้อยที่กำลังสร้างปราสาททราย มีมโนภาพที่บอกให้เขารู้ว่าเขาต้องทำอะไรต่อไป”

กรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 26) เชื่อมั่นว่าผู้นำควรได้รับการพิจารณาว่าเป็นบุคคลที่ผิดจรรยาบรรณ ถ้าพวกเขาพลาดที่จะนำความสามารถในการมองการณ์ไกลมาใช้ให้เกิดประโยชน์และพลาดที่จะกระทำอย่างสร้างสรรค์ทั้ง ๆ ที่มีเสรีภาพที่จะกระทำได้ ไม่มีใครสามารถพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำแบบผู้รับใช้ได้ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความสามารถในการมองการณ์ไกล วิธีทดลองทำเมื่อผิดพลาดก็ทำซ้ำใหม่เรียกร้องความสามารถในการเรียนรู้เกี่ยวกับการมองการณ์ไกลนี้ การจัดเตรียมข้อมูลที่กว้างขวางแก่ผู้นำเกี่ยวกับการมองอนาคตอย่างชัดเจนโดยการใช้ยุทธวิธีที่แน่ชัดและการพิจารณาไตร่ตรองที่ฉับไว

ลิโววิค (Livovich. 1999: 5) เชื่อว่าลักษณะเฉพาะที่สำคัญของผู้นำแบบใฝ่บริการมีความหมายที่สอดคล้องกับการสร้างความคิด คือความสามารถที่จะมองเห็นการณ์ไกลว่าอะไรจะเกิดขึ้นกับเหตุการณ์นั้นๆ ไม่ใช่สิ่งง่ายๆ ที่จะอธิบาย (คาดการณ์) ได้อย่างชัดเจน แต่ก็ง่ายที่จะพิสูจน์ เราจะรู้ก็ต่อเมื่อเราเห็นการมองการณ์ไกลเป็นลักษณะเฉพาะที่ช่วยผู้นำแบบผู้รับใช้ให้เข้าใจถึงบทเรียนในอดีต ความจริงในปัจจุบันและผลที่จะตามมาในอนาคต และยังเป็นอะไรที่เกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งกับการหยั่งรู้โดยสัญชาตญาณอีกด้วย ดังนั้นเราสามารถสรุปได้ว่า การมองการณ์ไกล

เป็นลักษณะเฉพาะประการหนึ่งที่ผู้นำแบบผู้รับใช้มีมาแต่กำเนิด ส่วนลักษณะเฉพาะอื่นๆ นั้น สามารถพัฒนาได้

เอเบล (Abel. 2002: 15) การมองการณ์ไกลพร้อมทั้งการเตรียมการสำหรับอนาคตและการสร้างความคิด (มโนคติ) มีความคล้ายคลึงกัน การมองการณ์ไกลช่วยให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ยากลำบาก ผู้นำแบบผู้รับใช้ได้รับความมั่นใจและความรู้จากกระบวนการตัดสินใจ เพราะผู้ร่วมงานได้เกิดการพัฒนาทางด้านสติปัญญาและความเฉลียวฉลาด

ทอมป์สัน (Thompson. 2005: 96) ให้ความหมายของการมองการณ์ไกล เป็นคุณสมบัติที่ทำให้ผู้นำเข้าใจถึงความเป็นจริง จากบทเรียนในอดีต และความเป็นจริงในปัจจุบัน และสามารถรับรู้ถึงผลของการตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การมองการณ์ไกลเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณ ผู้นำจำเป็นต้องตระหนักรู้ตลอดเวลาว่า ปัจจุบัน เป็นเหตุการณ์ต่อเนื่องของอดีตและอนาคต

เสนาะ ติเยาว์ (2546: 183) อธิบายว่า ผู้นำกับวิสัยทัศน์ การดูว่าความเป็นผู้นำของคนนั้นดูจากหลายๆ อย่าง แต่วิสัยทัศน์ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นเป็นผู้นำ เพราะวิสัยทัศน์นั้นเป็นคำที่ใช้อธิบายว่าบุคคลนั้นสามารถมองเห็นและเข้าใจอนาคตอย่างชัดเจนว่าจะเกิดอะไรขึ้น จึงดำเนินการเพื่อรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต วิสัยทัศน์เป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จของงาน ความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีลักษณะดังนี้

1. ชอบให้มีการท้าทายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิธีการและกระบวนการขึ้นใหม่ เป็นผู้ริเริ่มและส่งเสริมให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ๆ และให้เกิดการคิดค้นสิ่งใหม่

2. มีความกระตือรือร้น ส่งเสริมคนให้เกิดความคิดให้มุ่งมั่นขยันทำงานอยู่ตลอดเวลาทำให้คนสนใจในสิ่งใหม่ๆ และแนวคิดที่ก้าวหน้า

3. ช่วยเหลือบุคคลอื่นให้สามารถทำงานได้จริง โดยการทำงานเป็นทีมและส่งเสริมให้คนอื่นใช้ความรู้ความสามารถและทุ่มเทความพยายามทุกอย่างให้กับงานอย่างเต็มที่

4. ทำตัวเป็นตัวอย่างให้คนอื่นเห็นเป็นต้นแบบหรือเป็นแบบอย่างที่คนอื่นอยากทำตาม โดยแสดงให้เห็นถึงวิธีการทำงานอย่างถูกต้องเหมาะสม

5. ประสบความสำเร็จ ผู้นำจะส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกมีกำลังใจกับเพื่อนร่วมงาน เพราะความสำเร็จของผู้นำทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความมุ่งมั่นทุ่มเทให้กับงานทั้งจิตใจและหัวใจ

พระพรหมคุณาภรณ์ (2550: 25) อธิบายว่า ผู้นำควรจะมีความใฝ่ฝันมีความชัดเจนในจุดมุ่งหมาย และทำให้ทุกคนมองเห็นและใฝ่ฝันในจุดมุ่งหมายอันยิ่งใหญ่นั้นร่วมกันให้เป็นจุดหมายรวมของสังคม ที่จะทำให้พลังแห่งความต้องการของทุกคนประสานเป็นหนึ่งเดียวมุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายร่วมของสังคม อันเป็นความสำเร็จของการทำหน้าที่ของผู้นำอย่างแท้จริง

สุเทพ สุริยาอมฤทธิ์ (2550: 28) อธิบายว่า การส่งเสริมการเป็นผู้นำในทัศนคติของศาสนาซิกส์นั้นต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลต่ออนาคต เปี่ยมไปด้วยความเมตตากรุณา มีความสันโดษ รู้จักพอเพียงในฐานะของตน มีความเชื่อมั่นในศาสนาอย่างมั่นคง มีความกล้าหาญ รับใช้

ประชาชนโดยไม่หวังผลตอบแทน และต้องเป็นผู้เสริมสร้างความสามัคคี จะนำความสันติสุขสู่ประเทศชาติ ไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองได้

อธิบายว่าการมีวิสัยทัศน์ หมายถึง การแสดงออกถึงการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงวิสัยทัศน์ และนำความคิดเห็นต่างๆ มาปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมการดำเนินงานในอนาคต โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ทุกคนสามารถมองเห็นและใฝ่ฝันในจุดมุ่งหมายเดียวกัน ทั้งต้องวางแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทและความเปลี่ยนที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างรอบด้าน

3.2.4 ความนบน้อม

การเคารพสิทธิของผู้อื่น ถือเป็นหลักการสำคัญที่ทุกคนต้องพึงระลึกในการปฏิบัติงานใดๆ ทุกครั้ง เนื่องจากการให้เกียรติ และให้ความเคารพสิทธิต่อบุคคลในหน่วยงาน จะช่วยให้บรรยากาศภายหน่วยงานเกิดความรัก ความผูกพัน และส่งผลไปถึงการพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยมีนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของความนบน้อม ไว้ดังนี้

แพทเทอสัน (Patterson. 2003: 136-137) อธิบายว่า ความนบน้อม เป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งของผู้นำ เปรียบเสมือนการเปิดประตูของวิสัยทัศน์ แต่ไม่ใช่เฉพาะวิสัยทัศน์เท่านั้น มันเป็นเหมือนการสร้างความเชื่อมั่นที่ดี ความนบน้อมเป็นคุณธรรมแห่งความสงบสุข ที่จะยอมสละความเป็นตัวของตนเอง และเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของสังคม และกลับเป็นคุณลักษณะของการรับใช้ผู้อื่น

เดนนิส (Dennis. 2004: 39) อธิบายว่า ความนบน้อม เป็นคุณลักษณะของผู้นำแบบรับใช้ที่สำคัญ ผู้นำซึ่งมีความนบน้อม โดยการแสดงความเคารพสิทธิของผู้ร่วมงาน และเห็นคุณค่าของการสร้างทีมงานเป็นมิติของการส่งเสริมและพัฒนาให้องค์การประสบความสำเร็จ

ฟารีดา กองเป็ง (2550: 12) ความนอบน้อม คือการรู้คุณค่าของตัวเองและการออกห่างจากความยโส ทะนงตน หรือการเพิกเฉยต่อความจริงรวมไปถึงการประเมินคุณค่าของผู้อื่นต่ำ

ไมตรี อิทุสัต (2551: 4) อธิบายว่า ความนบน้อม หมายถึง การเคารพในคุณค่าผู้อื่น ไม่เจ้ายศเจ้าอย่าง ไม่ดูถูกเหยียดหยามผู้ที่ด้อยกว่า ไม่ยกตนข่มท่าน โดยไม่ยึดปมเด่นของตนมาข่มคนอื่น

สรุปได้ว่า ความนบน้อม หมายถึง การแสดงออกถึงความเคารพสิทธิของผู้ร่วมงานให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคทั้งในด้านความคิดและการกระทำ และเห็นคุณค่าของการสร้างทีมงานโดยให้เกียรติและปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

3.2.5 ความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่นในตัวผู้อื่นถือเป็นคุณลักษณะประการสำคัญของบุคคลผู้มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ เนื่องจากเป็นการเปิดใจยอมรับความคิดเห็น ความรู้ ความสามารถของบุคคลอื่นด้วยความเต็มใจ รวมถึงสามารถร่วมงานกันภายใต้องค์การได้อย่างปราศจากอคติและอุปสรรค ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้นิยามไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ลอบ (Laub. 2003: 160) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ คือบุคคลที่ให้ความเชื่อมั่นในผู้อื่น โดยการให้ความไว้วางใจผู้อื่น ให้ความเคารพต่อผู้อื่น อุทิศตนเอง ต่อความต้องการของผู้อื่น ชอบพบปะสังสรรค์กับผู้อื่น และแสดงความชมเชยต่อผู้อื่น

สเพียร์ (Spears. 1998: 3-4) อธิบายว่า ผู้นำแบบใฝ่บริการ มีจิตใจแห่งการบริการและดูแลผู้อื่นด้วยความรัก และความเอาใจใส่ต่อผู้อื่นอย่างจริงจัง เปิดใจ และจูงใจผู้อื่นก่อให้เกิดความไว้วางใจ และความเชื่อใจของคน มีความมุ่งมั่นที่จะเข้าใจและเห็นอกเห็นใจคนอื่นๆ ยอมรับและเข้าใจในความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคลมีทัศนคติที่ดี แสดงออกถึงความห่วงใยในบุคคล สามารถแก้ปัญหาขององค์การโดยการมองสถานการณ์จากมุมมองของแต่ละบุคคล บนพื้นฐานของการเห็นอกเห็นใจ ทำให้สามารถบริหารบุคคลในองค์การประสบความสำเร็จมากที่สุด

ทอมป์สัน (Thompson. 2005: 96) ให้ข้อสังเกตว่าผู้นำแบบผู้รับใช้ต้องตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ผู้อื่นควรจะได้รับหรืออีกแง่มุมหนึ่งคือ การที่เราให้ความสำคัญต่อบุคคลอื่นก่อน จะส่งผลให้บุคลากรมีความไว้วางใจในผู้นำ เป็นการแลกเปลี่ยนความไว้วางใจระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ซึ่งหมายถึง ผู้นำจะต้องทำบางสิ่งบางอย่างสำหรับผู้ตามเพื่อจะได้รับการไว้วางใจเป็นการ ตอบแทน

อนุวัฒน์ วิภาคธำรงกุล (2553: 44) อธิบายว่า ความเชื่อมั่นในผู้อื่น ตามแนวคิดภาวะผู้นำแบบรับใช้ หมายถึง บุคคลที่ให้ความเชื่อมั่นในผู้อื่น ไว้วางใจผู้อื่น ให้ความเคารพต่อผู้อื่น อุทิศตนเองต่อความต้องการของผู้อื่น มีจิตใจแห่งการบริการด้วยความรัก และความเอาใจใส่ต่อผู้อื่นอย่างจริงจัง เปิดใจและจูงใจผู้อื่น ก่อให้เกิดความไว้วางใจ และความเชื่อใจของคน ยอมรับ และเข้าใจในความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล

สรุปคุณลักษณะความเชื่อมั่นในผู้อื่น ตามแนวคิดภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงการไว้วางใจทีมงาน โดยกล้าที่จะเปิดเผยความคิดและความรู้สึก มุ่งมั่นในการทำงาน กล้าคิด กล้าตัดสินใจ และเข้าใจในความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล

4. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การบริหารงานประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จมากหรือน้อยนั้น ครูและบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ย่อมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้ปฏิบัติและมีประสบการณ์โดยตรงแล้ว ยังมีส่วนอย่างยิ่งต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร และสอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และยิ่งไปกว่านั้นอีกครูที่รับผิดชอบในส่วนงานประชาสัมพันธ์นี้เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน แก่หน่วยงานและบุคลากรภายนอก ดังนั้นนอกจากความสามารถทางการบริหารงาน

ประชาสัมพันธ์ ภาวะผู้นำใฝ่บริหารจึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ควรพัฒนาให้เกิดแก่ผู้รับผิดชอบ เพราะเมื่อครูได้มีส่วนในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูจะมีความสัมพันธ์ในฐานะเป็นตัวขับเคลื่อนแนวทางการดำเนินงานให้ไปสู่เป้าหมายได้อย่างประสบความสำเร็จ ซึ่งมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไว้ดังนี้

กรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 13) เสนอแนวคิดว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องโดยตรงกับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการจะให้คุณค่าและความสำคัญในความเป็นบุคคลของมนุษย์ทุกคน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว ไม่แสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง และเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมสูง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากกว่าคุณค่าของความเป็นมนุษย์ การเป็นผู้นำแบบผู้ใฝ่บริการเป็นความรู้สึกที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่เกิดความปรารถนาที่จะรับใช้บุคคลทั่วไปเป็นการแสวงหาเพื่อการพัฒนาแต่ละบุคคลที่มุ่งไปสู่ความต้องการของผู้อื่นและมีความพร้อมที่จะสนับสนุนชีวิตกลุ่มเพื่อให้บรรลุถึงการตัดสินใจ ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดพลังในสถาบันและยังเป็นการส่งเสริมปรับปรุงสังคมอีกด้วย

ชม ภูมิภาค (2546: 2-3) ภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นภาวะผู้นำในเชิงบวก และมีแนวคิดที่ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของการรับใช้ผู้อื่นแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นเรื่องของหลักการทำงานเป็นทีม หลักพฤติกรรมที่เอาใจใส่ผู้อื่นหลักการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม หลักการสนใจต่อความก้าวหน้าและเติบโตของผู้ตามและในขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจต่อการเติบโตขององค์การด้วย เช่นเดียวกันกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ที่ทางครูผู้รับผิดชอบ และผู้บริหารสถานศึกษา พยายามในการสื่อสารกับชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน โดยดำเนินการในการจัดให้มีการวางแผนและมีการปฏิบัติตามแผน เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและกิจการของหน่วยงาน โดยถือว่าทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้น จะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกจากนั้นยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่จะต้องสำรวจประชามติด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงกิจการและนโยบายของหน่วยงาน จุดหมายปลายทางของการประชาสัมพันธ์นั้นก็คือการสร้างประชามติที่จะเป็นผลดีต่อหน่วยงาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับความความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมให้ครูและบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์มีภาวะผู้นำใฝ่บริการควบคู่กันไปจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยในประเทศ

วันชัย นงค์สูงเนิน (2546: 112) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารโรงเรียนและครู จำนวน 436 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู รวม 4 ด้าน คือ ด้านการวิจัยและรับฟัง ด้านการวางแผน ด้านการสื่อสารและการปฏิบัติ และด้านการติดตามและประเมินผล และเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและครู ที่มีต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้าน ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมารายด้านทั้ง 4 ด้าน ปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือด้านการวิจัยและรับฟังด้านการสื่อสารและการปฏิบัติ และด้านการติดตามและประเมินผล ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการวางแผน

พัศมนต์ รุทธกุล (2547: 96) ได้ศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนนอกระบบประเภทอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนนอกระบบประเภทอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 210 คน ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนนอกระบบประเภทอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการดำเนินการบริหารงานประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการหรือเทคนิคการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ด้านการบริหารบุคลากรงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ด้านการบริหารเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน และด้านการบริหารงบประมาณงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ส่วนระดับปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่า อยู่ในระดับน้อยถึงปานกลางทุกด้าน ด้านการจัดการหรือเทคนิคการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ขาดการวางแผน ด้านการบริหารบุคลากรงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและความกระตือรือร้น ด้านการบริหารเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การบริหารสื่อให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน และด้านการบริหารงบประมาณงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนปัญหาที่พบมากที่สุด คือ งบประมาณไม่เพียงพอและมีจำนวนจำกัด

เสาวนีย์ เจริญรัตน์ (2549: 105) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล โดยเปรียบเทียบตามคุณลักษณะของครู ได้แก่ ลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 169 คน ผลการวิจัยพบว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการ

ประสานงานและด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้านการเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีลักษณะงานต่างกันมีการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีการปฏิบัติงานโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการทรัพยากร และด้านการประสานงาน มีการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการประเมินผลมีการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

บังอร ไชยเผือก (2552: 92) ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้นำแบบผู้รับใช้ และบรรยากาศของผู้บริหารโรงเรียนคาทอลิก สังกัดคณะภคินีพระกุมารเยซู พบว่า คุณลักษณะของผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารโรงเรียนคาทอลิก สังกัดคณะภคินีพระกุมารเยซู ใน 10 ด้าน ได้แก่ ด้านการฟัง ด้านการเห็นอกเห็นใจ ด้านการเยียวยารักษา ด้านการตระหนักรู้ ด้านการโน้มน้าวใจ ด้านการสร้างมโนทัศน์ ด้านการมองการณ์ไกล ด้านความรับผิดชอบร่วมกัน ด้านการอุทิศตนเพื่อพัฒนาบุคคล และด้านการสร้างกลุ่มชน มีระดับการปฏิบัติโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยการสร้างมโนทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงกว่าทุกด้าน รองลงมาคือ ความรับผิดชอบร่วมกัน และการโน้มน้าวใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ศศิธร แก้วรักษา (2552: 113) ได้ศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 พบว่า ด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นว่าการบริหารงานประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญต่อการบริหารโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพทั้งการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านครูประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นว่าการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ทั้งโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

อนุวัฒน์ วิภาคธำรงคุณ (2553: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า คุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทยใน 6 ด้าน ได้แก่ การเห็นคุณค่าของผู้อื่น การพัฒนาผู้อื่น การสร้างสังคมชุมชน การแสดงออกทางคุณธรรม การส่งเสริมการเป็นผู้นำ และการใช้ภาวะผู้นำร่วมกัน ทั้งโดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย ตามความคิดเห็นของครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทยโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย ตามความคิดเห็นของครูที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน โดยความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย กับทัศนะต่อการทำงานมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

โอเวน (วัลยรัตน์ ศรีไสย. 2546: 77; อ้างอิงจาก Owen. 1972: 311) ได้ทำการศึกษาเรื่องผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในอินเดียน่า ได้กำหนดงานไว้ 3 ประเภท คือ 1. หน้าที่ในการประเมินผลเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน 2. หน้าที่ในการประเมินผลการปฏิบัติงานและพัฒนาบุคลากร 3 หน้าที่ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ผลการวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ครูใหญ่ยังใช้ครูและนักเรียนเป็นส่วนน้อย ในการให้มีส่วนร่วมในโครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ครูและนักเรียนยอมรับว่าครูใหญ่ได้ปฏิบัติงานด้วยตนเองในการสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดผลแก่การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ครูใหญ่ได้รับการยอมรับว่าได้จัดการสื่อสารภายในโรงเรียนได้ดี การเยี่ยมเยียน ติดต่อ ผู้ปกครอง โรงเรียนยังถูกจำกัดและกระทำไม่บ่อยนัก และครูใหญ่มีความกระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมขององค์การต่างๆ ในชุมชนเสมอ

เชอร์มัค (Schmir. 1999: Abstract) นักทฤษฎีการประชาสัมพันธ์เจนท์ กรูนิค ได้บัญญัติว่ารูปแบบการสื่อสารเป็นหลักเบื้องต้นในการตรวจสอบการติดต่อสื่อสารเรื่องการสรรหาของวิทยาลัยกับนักเรียนที่มีความสามารถสูง กรณีศึกษาที่หลากหลายนี้จะทำการตรวจสอบกระบวนการสรรหาของวิทยาลัยจากข้อได้เปรียบของนักเรียนมัธยมปลาย ที่มีความสามารถสูง 4 คน คำถามหลักของการวิจัยครั้งนี้ คือ: ทัศนคติของนักเรียนมัธยมปลายที่มีความสามารถสูงและผู้ปกครองของพวกเขากำลังมองหาผู้สรรหาของวิทยาลัยหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนและผู้ปกครองกำลังมองหาวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยที่เปิดประตูสู่อาชีพที่ดี และโอกาสในการเข้าไปเรียนต่อในระดับปริญญาโทรวมทั้งเปิดโอกาสให้สามารถติดต่อกับนักศึกษาในคณะ และนักเรียนที่มีความสามารถคนอื่นๆ ซึ่งลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันนี้จะสะท้อนให้เห็นเป็นรูปแบบการสื่อสารในบรรดาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยโดยเฉพาะนักเรียนที่มีความสามารถสูง การศึกษาวิเคราะห์กรณีเปรียบเทียบนี้แสดงให้เห็นรูปแบบทั่วไปที่ใช้ในการสื่อสารซึ่งเป็นไปในลักษณะสองทาง และมีความสมดุลโดยธรรมชาติตามทฤษฎีของกรูนิค

เลอแมน (Lauerman. 2000: Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการการสรรหาและเครื่องมือที่ใช้ : กรณีศึกษาโดยใช้เครื่องมือหลากหลายในการผลักดันทฤษฎีซึ่งใช้กับนักเรียนโรงเรียนมัธยมปลายในรัฐเนสบราสกาที่มีความสามารถระดับสูง วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการสรรหาของวิทยาลัยจากมุมมองของนักเรียนมัธยมปลายที่มีความสามารถสูงและผู้ปกครองของนักเรียน Hossler และGallagher (1987) ได้

กำหนดขั้นตอนของกระบวนการสรรหาของวิทยาลัย เป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการจัดการล่วงหน้า ขั้นตอนการค้นหา และขั้นตอนการเลือก ขณะที่ส่วนใหญ่รู้เรื่องการสรรหาของวิทยาลัยจากมุมของผู้บริหารของมหาวิทยาลัย มีเพียงส่วนน้อยที่รู้เกี่ยวกับขั้นตอนการค้นหาของกระบวนการสรรหาจากมุมของทางนักเรียนและผู้ปกครอง อุปกรณ์และเครื่องมือรวมทั้งกิจกรรมในการสรรหาของวิทยาลัยมีองค์ประกอบหลักในขั้นตอนการค้นหาซึ่งนักเรียนให้ทำการค้นหา และประเมินค่าวิทยาลัยที่ได้

โรเบริ์ตสัน (Robertson. 2003: Abstract) ได้ทำการศึกษา เรื่องความต้องการในการรับการฝึกอบรมของคณะกรรมการการศึกษาของเขตการศึกษาโดยผ่านความคิดเห็นของประธานเขตการศึกษา ผู้บริหารสำนักงานกลางของเขตการศึกษา และผู้บริหารโรงเรียนในรัฐจอร์เจียร์ประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้ ความสามารถด้านการทำงานในปัจจุบันและที่ควรจะเป็น เพื่อหาความต้องการรับการอบรมเพิ่มเติมของคณะกรรมการการศึกษาของเขตการศึกษา เกี่ยวกับการบริหารงานด้านการศึกษาใน 6 ประเด็นหลัก คือ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ด้านงบประมาณ ด้านการปฏิรูปโรงเรียน ด้านหลักสูตร ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการการศึกษาของเขตการศึกษาและผู้บริหารโรงเรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 20 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 180 คนผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า 2 ประเด็นหลักที่ต้องการได้รับการอบรมเพิ่มเติมเป็นพิเศษ คือ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนและด้านหลักสูตร แต่มีข้อเพิ่มเติมว่า มีความต้องการให้มีการอบรมอย่างจริงจังในอีก 2 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านงบประมาณ

ลอร่า (Laura. 2004: Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องโรงเรียนมัธยมปลายพัฒนาตนเองอย่างไร : กรณีศึกษาโรงเรียนคาทอลิกในรัฐออนตาริโอ การวิจัยอยู่ที่การค้นหาว่า โรงเรียนมัธยมปลายดำเนินการอย่างไรในการส่งเสริมพัฒนาตนเอง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความแตกต่างระหว่างการส่งเสริมพัฒนาโรงเรียน การประชาสัมพันธ์และการตลาดหรือไม่ และใช้กลยุทธ์อะไรในการพยายามส่งเสริมการพัฒนาโรงเรียน นอกจากนั้นยังศึกษาด้วยว่า มีบรรยากาศของความพยายาม “สร้างชื่อเสียง” ด้วยวิธีการ/หนทางที่เป็นไปได้หรือไม่เพื่อให้สาธารณะชน ได้รับรู้บริบทของการปฏิรูปการศึกษา รูปแบบของการวิจัยเป็นลักษณะของการวิเคราะห์กรณีของการศึกษาโรงเรียนคาทอลิกระดับมัธยมปลาย จำนวน 2 โรงเรียน ผลงานวิจัย พบว่า ในแต่ละโรงเรียนมีความเข้าใจที่แตกต่างกันในเรื่องการส่งเสริมสนับสนุนโรงเรียน การประชาสัมพันธ์หรือการตลาด ผู้เข้าร่วมบางคนรู้สึกว่าจะต้องทำการส่งเสริมสนับสนุนดึงดูดให้นักเรียนดีๆ มาเข้าเรียนที่โรงเรียนเพื่อให้นักเรียนผู้ปกครองและสมาชิกชุมชนรู้สึกดีที่ได้เรียนที่โรงเรียนนี้ และควรทำวิจัยต่อไปเรื่องกลไก และระบบที่ชุมชนด้านการศึกษา จะต้องแจ้งให้หน่วยงานทางการปกครอง ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายในปัจจุบันรวมทั้งต้องศึกษาสิทธิของคณะกรรมการต่างๆ ต่อผู้ประกอบการโรงเรียน

เรนี่ (Renee. 2004: Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โรงเรียนรัฐบาลในการเป็นองค์การปฏิสัมพันธ์ : พัฒนารูปแบบสื่อและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกกรณีศึกษาของระบบโรงเรียน เชลบี้ เค้าท์ตี้ เทนเนสซี เพื่อศึกษาแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารในปัจจุบันของครูใหญ่โรงเรียนมัธยมปลายของรัฐบาลผิวขาว เพศชาย จำนวน 9 คน จากโรงเรียนในเมืองเมมฟิส ซิตี้ และเชลบี้ เค้าท์ตี้ เพื่อจะกำหนดหาหน่วยงานที่ครูเหล่านี้ได้ทำการติดต่อสื่อสารด้วย รวมทั้งวิธีการแข่งขันข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานเหล่านี้ ผลการศึกษาพบว่า ในเบื้องต้นครูใหญ่เหล่านี้มีการติดต่อสื่อสารกับโรงเรียนในเขตผ่านทางหนังสือพิมพ์/ข่าว โดยไม่มีการใช้คำพูดหรือการพูดคุยหารือกันระหว่างครูใหญ่ และหน่วยงานอื่นๆ ของโรงเรียน ครูใหญ่ส่วนใหญ่ไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับภายนอก และไม่สามารถใช้สื่อในการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดผลได้ ครูใหญ่ไม่มีวิธีการที่เป็นระบบในการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงเรียน ดังนั้นความยุ่งยากที่ผ่านมาในเรื่องของการกำหนดขอบเขต การสร้างข้อความ และการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงเรียน รูปแบบของสื่อ และแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับครูใหญ่ของโรงเรียนรัฐบาล ในขั้นต้นพัฒนาจากประสบการณ์และความเข้าใจของผู้เข้าร่วมการวิจัย เกี่ยวกับสื่อและแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกโรงเรียนที่แตกต่างกันไป

สรุปได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำใฝ่บริการ และการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีในหลากหลายบริบท ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการและการบริหารงานประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องที่โรงเรียนส่วนใหญ่ต่างให้ความสำคัญและดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยเน้นความสำคัญในแต่ละองค์ประกอบของแต่ละกระบวนการแตกต่างกันไป

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยผ่านการแสดงความคิดเห็นของครูโรงเรียนกองทัพบก ซึ่งมีแนวทางในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนกองทัพบก จำนวน 478 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนกองทัพบก จำนวน 214 คน ได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ เครซี และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608) จากนั้นสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) แล้วจึงสุ่มอย่างง่ายตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 แบ่งโรงเรียนกองทัพบก ออกตามพื้นที่ตั้งได้โรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 9 โรงเรียน และโรงเรียนต่างจังหวัด 6 โรงเรียน

ขั้นที่ 2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูโรงเรียนกองทัพบกตามสัดส่วน ได้ครูในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 133 คน ครูในโรงเรียนต่างจังหวัด จำนวน 81 คน แล้วทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)โดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน ผลปรากฏดังตาราง

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่	โรงเรียน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	วิทยาลัยแพทย์ศาสตร์พระมงกุฎ	62	26
และปริมณฑล	โรงเรียนเสนาธิการทหารบก	45	19
	โรงเรียนทหารการเงิน	15	6
	โรงเรียนทหารพลาธิการ	22	10
	โรงเรียนสรรพาวุธ	18	8
	โรงเรียนทหารสื่อสาร	20	9
	โรงเรียนนายสิบทหารบก	34	18
	โรงเรียนกิจการพลเรือน	30	16
	วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก	50	21
	รวม	296	133
ต่างจังหวัด	โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	37	17
	โรงเรียนทหารช่าง	21	9
	โรงเรียนทหารปืนใหญ่	29	12
	โรงเรียนทหารม้ายานเกราะ	34	19
	โรงเรียนทหารราบ	36	13
	โรงเรียนสงครามพิเศษ	25	11
	รวม	182	81

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) วิเคราะห์ผลจากคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดจากแนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน และสร้างเป็นแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มีการดำเนินการน้อยที่สุด มีการดำเนินการในระดับน้อย มีการดำเนินการในระดับปานกลาง มีการดำเนินการในระดับมาก และมีการดำเนินในระดับมากที่สุด

โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ทั้ง 4 ขั้นตอน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามภาวะผู้นำใฝ่บริการ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการ ของครูโรงเรียนกองทัพบก ตามองค์ประกอบภาวะผู้นำใฝ่บริการ 5 ด้าน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถามการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก และภาวะผู้นำใฝ่บริการของครู

2. ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ตามที่กำหนดในกรอบและแนวความคิดในการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน และภาวะผู้นำใฝ่บริการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเขียนนิยามตามลักษณะที่ต้องการวัด

4. ร่างแบบสอบถาม โดยทำการเขียนข้อความให้มีความครอบคลุมตามโครงสร้างของนิยามศัพท์เฉพาะและเป็นไปตามสัดส่วนของผังออกข้อคำถาม ดังนี้

4.1 ร่างข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ร่างแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

4.3 ร่างแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำใฝ่บริการ

5. นำร่างแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณา และปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

6. นำแบบสอบถามที่อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องแล้ว นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (ดังรายนามในภาคผนวก ข) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เกณฑ์ความคิดเห็นสอดคล้องต้องกัน (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ค่า IOC ที่ได้อยู่ระหว่าง .60 – 1.00

7. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

8. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไข จนมีความสมบูรณ์ และมีความเหมาะสมไปทดลอง (Try Out) กับครูในโรงเรียนวิทยาลัยแพทย์ศาสตร์พระมงกุฎ และโรงเรียนพยาบาลกองทัพบกซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจให้คะแนนหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยนำมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ .98 และได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้าน ดังนี้ ด้านการบริหารงาน

ประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 และด้านภาวะผู้นำใฝ่บริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปยังผู้อำนวยการโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของครูที่ปฏิบัติงานในสถานศึกษานั้น

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม จำนวน 214 ชุด พร้อมหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 214 ชุด คิดเป็นร้อยเปอร์เซ็นต์ จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ต่อไป

การจัดกระทำข้อมูล

การจัดวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน และสถิติอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน ตามรายละเอียดดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ทั้งในตอนที่ 1 ตอนที่ 2 และตอนที่ 3

2. วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้การคำนวณการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก

4. วิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) วิเคราะห์ผลจากคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์แบบสอบถามการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ทั้ง 4 ขั้นตอน

กำหนดเกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

การดำเนินงาน อยู่ในระดับมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
การดำเนินงานอยู่ในระดับมาก	ให้	4 คะแนน
การดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง	ให้	3 คะแนน
การดำเนินงานอยู่ในระดับน้อย	ให้	2 คะแนน
การดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์การแปลผลตามเกณฑ์การแปลความหมายของค่าระดับจึงกำหนดช่วงคะแนนและความหมายของแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ยไว้ตามเกณฑ์วิเคราะห์ของวิเชียร เกตุสิงห์ (2538: 9) ดังต่อไปนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49 หมายถึง มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49 หมายถึง มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49 หมายถึง มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49 หมายถึง มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

3. วิเคราะห์แบบสอบถามภาวะผู้นำใฝ่บริการของครู ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	อยู่ในระดับมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	อยู่ในระดับมาก	ให้	4 คะแนน
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	อยู่ในระดับปานกลาง	ให้	3 คะแนน
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	อยู่ในระดับน้อย	ให้	2 คะแนน
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	อยู่ในระดับน้อย	ให้	1 คะแนน

การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์การแปลผลตามเกณฑ์การแปลความหมายของค่าระดับจึงกำหนดช่วงคะแนนและความหมายของแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ยไว้ตามเกณฑ์วิเคราะห์ของวิเชียร เกตุสิงห์ (2538: 9) ดังต่อไปนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ อยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ อยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ อยู่ในระดับ ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ อยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับภาวะผู้แบบใฝ่บริการ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 316)

ค่า r มีค่าระหว่าง 0.71 – 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่า r มีค่าระหว่าง 0.31 – 0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่า r มีค่าระหว่าง 0.01 – 0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่า r มีค่าระหว่าง 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective congruence: IOC) เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

1.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติพื้นฐาน

2.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

2.1.2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

2.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

วิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก 4 ด้าน คือ ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างคือครูโรงเรียนกองทัพบก ซึ่งผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
r	แทน	ค่าความสัมพันธ์
P- Value	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability) ของค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตัวแปรตามปัจจัยด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 214 คน ที่เก็บรวบรวมได้ ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตัวแปรตามตัวแปร เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	119	55.60
หญิง	95	44.40
รวม	214	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	21	9.80
25-35 ปี	70	32.70
36-45 ปี	76	35.50
46-55 ปี	31	14.50
56-60 ปี	16	7.50
รวม	214	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	30	14.00
ปริญญาตรี	142	66.35
ปริญญาโท	38	17.75
ปริญญาเอก	4	1.90
รวม	214	100.00
ประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์		
1-4 ปี	92	43.00
5-8 ปี	68	31.80
9-12 ปี	43	20.10
13 ปี ขึ้นไป	11	5.10
รวม	214	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นครูโรงเรียนกองทัพบก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 มีช่วงอายุตั้งแต่ 36-45 ปี จำนวน 76 คน ร้อยละ 35.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 142 คน ร้อยละ 66.35 และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 1-4 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็น 43.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบกใน 4 ด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) รายละเอียดปรากฏดังตาราง 3 - 4

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานรายด้านและภาพโดยรวมของการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้าน

การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก	ระดับการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์	3.18	.77	ปานกลาง
ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์	3.19	.78	ปานกลาง
ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร	2.72	.71	ปานกลาง
ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.45	.71	ปานกลาง
รวม	3.13	.74	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่า โรงเรียนกองทัพบกมีการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.13, S.D = 0. 74) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ครูดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.45, S.D = 0.71) ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.19, S.D = 0.78) ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.18, S.D= 0.77) และด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร ($\bar{X}$ = 2.72, S.D= 0.71)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก	ระดับการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์			
1. มีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.28	.79	ปานกลาง
2. มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.31	.78	ปานกลาง
3. ถ่ายทอดนโยบายด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย	3.44	.74	ปานกลาง
4. ใช้กระบวนการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	3.42	.74	ปานกลาง
5. ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียนกับชุมชน	2.88	.84	ปานกลาง
6. ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรภายในโรงเรียนกับชุมชนมีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน	2.91	.77	ปานกลาง
7. สามารถสร้างความคุ้นเคย และลดช่องว่างระหว่างโรงเรียนกับชุมชน	2.96	.78	ปานกลาง
รวม	3.18	.77	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า โรงเรียนกองทัพบกมีการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ด้านการกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.18, S.D = 0.77) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 3 ถ่ายทอดนโยบายด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 3.44, S.D = 0.74) รองลงมา คือ ข้อ 4 ใช้กระบวนการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมในการถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติ ($\bar{X}$ = 3.42, S.D = 0.74) และ ข้อ 2 มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.31, S.D = 0.78)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก	ระดับการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์			
1. จัดตั้งคณะกรรมการงานประชาสัมพันธ์ที่มาจากครู ศิษย์เก่า ผู้ปกครอง และชุมชน	2.88	.73	ปานกลาง
2. เปิดโอกาสให้มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ	3.30	.78	ปานกลาง
3. แบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบ ได้อย่างเหมาะสม	3.40	.79	ปานกลาง
4. ให้อำนาจ และสิทธิขาดในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์	3.20	.79	ปานกลาง
5. มีห้องเฉพาะสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.35	.74	ปานกลาง
6. ดูแล และปรับปรุงห้องประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม	3.03	.79	ปานกลาง
รวม	3.19	.78	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า โรงเรียนกองทัพบกมีการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.19, S.D = 0.78) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 3 แบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}$ = 3.40, S.D = 0.79) รองลงมา คือ ข้อ 5 มีห้องเฉพาะสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.35, S.D = 0.74) และข้อ 2 เปิดโอกาสให้มีการกำหนดบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบ ($\bar{X}$ = 3.30, S.D = 0.78)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก	ระดับการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์			
1. มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการเฉพาะ	2.61	.78	ปานกลาง
2. มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกรณีฉุกเฉิน	2.66	.75	ปานกลาง
3. มีขั้นตอนการเบิกจ่ายงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ที่สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส	2.81	.74	ปานกลาง
4. จัดสรรงบประมาณเพียงพอต่อการนำไปใช้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.70	.64	ปานกลาง
5. จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ที่ทันสมัยเอื้อต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.78	.75	ปานกลาง
6. จัดหาทรัพยากรได้เพียงพอต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	2.79	.72	ปานกลาง
7. จัดหาทรัพยากรได้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	2.65	.62	ปานกลาง
รวม	2.72	.71	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า โรงเรียนกองทัพบกมีการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.72, S.D = 0.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 3 มีขั้นตอนการเบิกจ่ายงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ที่สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส ($\bar{X}$ = 2.81, S.D = 0.74) รองลงมา คือ ข้อ 6 จัดหาทรัพยากรได้เพียงพอต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 2.79, S.D = 0.72) และ ข้อ 5 จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ที่ทันสมัยเอื้อต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 2.78, S.D = 0.75)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายข้อ

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก	ระดับการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์			
1. ศึกษาปัญหา และความต้องการก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.48	.70	ปานกลาง
2. วางแผนการดำเนินงานโดยอาศัยการทำงานของทุกภาคส่วน	3.46	.70	ปานกลาง
3. กำหนดเป้าหมาย และตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานที่ชัดเจน	3.42	.75	ปานกลาง
4. กำหนดกำลังคน งบประมาณ เวลา และวัสดุอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน	3.41	.68	ปานกลาง
5. มีการกำหนดปฏิทินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งปี	3.37	.71	ปานกลาง
6. ประเมินผลการดำเนินงานทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินงาน	3.45	.71	ปานกลาง
7. นำผลการประเมินไปร่วมกันวิเคราะห์เพื่อวางแผนการดำเนินงานต่อไป	3.45	.75	ปานกลาง
8. สรุปผลการประเมินและจัดทำรายงานเป็นรูปเล่ม	3.49	.75	ปานกลาง
รวม	3.45	.71	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า โรงเรียนกองทัพบกมีการดำเนินงานบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.45, S.D = 0.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 8 สรุปผลการประเมินและจัดทำรายงานรูปเล่ม ($\bar{X}$ = 3.49, S.D = 0.75) รองลงมา คือ ข้อ 1 ศึกษาปัญหา และความต้องการก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.48, S.D = 0.70) และ ข้อ 2 วางแผนการดำเนินงานโดยอาศัยการทำงานของทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 3.46, S.D = 0.70)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบกใน 5 ด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) รายละเอียดปรากฏดังตาราง 5 - 6

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพรวมของภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้าน

ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก	ระดับภาวะผู้นำ		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านความรัก	3.10	.64	ปานกลาง
ด้านการเสริมแรง	3.10	.59	ปานกลาง
ด้านวิสัยทัศน์	3.30	.57	ปานกลาง
ด้านความนบน้อม	3.26	.59	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่น	3.29	.61	ปานกลาง
รวม	3.20	.60	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.20,S.D= 0.60) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านวิสัยทัศน์ ($\bar{X}$ = 3.30,S.D= 0.57) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่น ($\bar{X}$ = 3.29,S.D= 0.61) ด้านความนบน้อม ($\bar{X}$ = 3.26,S.D= 0.59) ด้านการเสริมแรง ($\bar{X}$ = 3.10,S.D= 0.59) และด้านความรัก ($\bar{X}$ = 3.10,S.D= 0.64) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านความรัก โดยรวมและรายข้อ

ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก	ระดับภาวะผู้นำ		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ความรัก			
1. สนใจความเปลี่ยนแปลงทั้งในทางที่ดีและไม่ดีของบุคคลรอบข้าง	3.18	.62	ปานกลาง
2. ให้คำชี้แนะ ปลอบโยน แก่ผู้อื่นด้วยความเต็มใจ	3.04	.73	ปานกลาง
3. ยึดหลักความยุติธรรมในการดำเนินงานทุกขั้นตอน	3.03	.61	ปานกลาง
4. ให้ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย โดยไม่เลือกปฏิบัติ	3.12	.58	ปานกลาง
5. ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ	3.11	.65	ปานกลาง
รวม	3.10	.64	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ ด้านความรัก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.10,S.D= 0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 1 สนใจความเปลี่ยนแปลงทั้งในทางที่ดีและไม่ดีของบุคคลรอบข้าง ($\bar{X}$ = 3.18, S.D = 0.62) รองลงมา คือ ข้อ 4 ให้ความยุติธรรมต่อทุกฝ่ายโดยไม่เลือกปฏิบัติ ($\bar{X}$ = 3.12, S.D = 0.58) และ ข้อ 5 ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ ($\bar{X}$ = 3.11, S.D = 0.65)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านการเสริมแรง โดยรวมและรายข้อ

ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก	ระดับภาวะผู้นำ		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
การเสริมแรง			
1. กล่าวชื่นชม ยกย่อง เมื่อเพื่อนร่วมงานประสบความสำเร็จ	2.93	.64	ปานกลาง
2. มอบของขวัญแสดงความยินดีแก่เพื่อนร่วมงานตามโอกาส	3.05	.55	ปานกลาง
3. เปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น	3.15	.58	ปานกลาง
4. รับฟังคำติ ชม ด้วยความเต็มใจ	3.14	.58	ปานกลาง
5. นำคำติชม ที่ได้รับไปคิดพิจารณาและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน	3.21	.60	ปานกลาง
รวม	3.10	.59	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ ด้านการเสริมแรง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.10, S.D = 0.59) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 5 นำคำติชมที่ได้รับไปคิดพิจารณาและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน ($\bar{X}$ = 3.21, S.D = 0.60) และรองลงมา คือ ข้อ 3 เปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น ($\bar{X}$ = 3.15, S.D = 0.58) และ ข้อ 4 รับฟังคำติชม ด้วยความเต็มใจ ($\bar{X}$ = 3.14, S.D = 0.58)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านวิสัยทัศน์ โดยรวมและรายข้อ

ภาวะผู้นำใฝ่บริการ ครูโรงเรียนกองทัพบก	ระดับภาวะผู้นำ $\bar{X}$	S.D	ระดับ
วิสัยทัศน์			
1. ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	3.34	.58	ปานกลาง
2. กำหนดแนวทางการดำเนินงานมากกว่า 1 แนวทาง	3.38	.55	ปานกลาง
3. คาดการณ์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	3.23	.54	ปานกลาง
4. สามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วเมื่อพบอุปสรรค	3.45	.72	ปานกลาง
5. ร่วมกันกำหนดภาพในอนาคตที่ต้องการไปให้ถึงเป็นระยะๆ	3.28	.59	ปานกลาง
รวม	3.30	.57	ปานกลาง

จากตาราง 11 พบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ ด้านวิสัยทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.30, S.D = 0.57) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 4 ความสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วเมื่อพบอุปสรรค ($\bar{X}$ = 3.45,S.D = 0.72) และรองลงมา คือ ข้อ 2 กำหนดแนวทางการดำเนินงานมากกว่า 1 แนวทาง ($\bar{X}$ = 3.38,S.D = 0.55) และ ข้อ 1 ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลที่จะเกิดในอนาคต ($\bar{X}$ = 3.34, S.D = 0.58)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านความนบน้อม โดยรวมและรายข้อ

ภาวะผู้นำใฝ่บริการ ครูโรงเรียนกองทัพบก	ระดับภาวะผู้นำ $\bar{X}$	S.D	ระดับ
ความนบน้อม			
1. ให้ความเคารพต่อสิทธิของผู้อื่น ทั้งทางด้านความคิดและการกระทำ	3.28	.60	ปานกลาง
2. คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง	3.24	.57	ปานกลาง
3. ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง	3.27	.60	ปานกลาง
4. ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างด้วยใจเป็นกลาง	3.24	.58	ปานกลาง
5. ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความสุภาพ จริงใจ	3.27	.59	ปานกลาง
รวม	3.26	.59	ปานกลาง

จากตาราง 12 พบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ ด้านความนบน้อม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.26, S.D = 0.59) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 1 ให้ความเคารพต่อสิทธิของผู้อื่นทั้งทางด้านความคิดและการกระทำ ($\bar{X}$ = 3.28, S.D = 0.60) และรองลงมา คือ ข้อ 5 ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความสุภาพ จริงใจ ($\bar{X}$ = 3.27,S.D = 0.59) และข้อ 3 ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ($\bar{X}$ = 3.27,S.D = 0.60)

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ด้านความเชื่อมั่น โดยรวมและรายข้อ

ภาวะผู้นำใฝ่บริการ ครูโรงเรียนกองทัพบก	ระดับภาวะผู้นำ $\bar{X}$	S.D	ระดับ
ความเชื่อมั่น			
1. ไว้วางใจและพร้อมที่จะเปิดเผยความคิด และอารมณ์ความรู้สึก ต่อเพื่อนร่วมงาน	3.25	.59	ปานกลาง
2. ยอมรับในความสามารถของเพื่อนร่วมงาน	3.25	.56	ปานกลาง
3. เข้าใจความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล	3.40	.66	ปานกลาง
4. สามารถเป็นที่พึ่งให้กับเพื่อนร่วมงานเมื่อประสบกับปัญหา	3.33	.64	ปานกลาง
5. มั่นคง ไม่หวั่นไปตามสถานการณ์แวดล้อม	3.23	.57	ปานกลาง
รวม	3.29	.61	ปานกลาง

จากตาราง 13 พบว่า ครูโรงเรียนกองทัพบก มีภาวะผู้นำใฝ่บริการ ด้านความเชื่อมั่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.29, S.D = 0.61) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยสามลำดับ ดังนี้ คือ ข้อ 3 เข้าใจความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถและพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล ($\bar{X}$ = 3.40, S.D = 0.66) และรองลงมา คือ ข้อ 4 สามารถเป็นที่พึ่งให้กับเพื่อนร่วมงานเมื่อประสบกับปัญหา ($\bar{X}$ = 3.33, S.D = 0.64) และ ข้อ 2 ไว้วางใจและพร้อมที่จะเปิดเผยความคิดและอารมณ์ความรู้สึกต่อเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X}$ = 3.25, S.D = 0.56)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) รายละเอียดปรากฏดังตาราง 14 - 16

ตาราง 14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ตัวแปร	SET	MAN	BUG	PRQ
การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ (SET)		.842**	.473**	.756**
การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ (MAN)			.620**	.817**
การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร (BUG)				825**
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (PRO)				

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตาราง 14 พบว่า ความสัมพันธ์ภายในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพทุกคู่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ คู่ของการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์กับการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ (r = .842) รองลงมาคือ การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก

ตัวแปร	LOV	MOT	VIS	RES	CON
ความรัก (LOV)		.444**	.159**	.333**	.415**
การเสริมแรง (STI)			.509**	.636**	.611**
วิสัยทัศน์ (VIS)				.584**	.539**
ความนบน้อม (RES)					.862**
ความเชื่อมั่น (CON)					

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตาราง 15 พบว่า ความสัมพันธ์ภายในของภาวะผู้นำใฝ่บริการในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ภายในอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือคู่ของการนบน้อมกับความเชื่อมั่น (r = .862) รองลงมาคือ การเสริมแรงกับการนบน้อม และการเสริมแรงกับความเชื่อมั่น ตามลำดับ

ตาราง 16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ตัวแปร	r	P - value	แปลผล
ความรัก (LOV)	.298**	<.01	ต่ำ
การเสริมแรง (STI)	.316**	<.01	ปานกลาง
วิสัยทัศน์ (VIS)	.395**	<.01	ปานกลาง
การนบน้อม (RES)	.342**	<.01	ปานกลาง
ความเชื่อมั่น (CON)	.343**	<.01	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ตาราง 16 พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูมีความสัมพันธ์กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านวิสัยทัศน์ (ค่า r = .395) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการนบน้อม (ค่า r = .342) ด้านการเสริมแรง (ค่า r = .316) และด้านความรัก (ค่า r = .298) ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ผู้วิจัยได้สรุปวิธีการวิจัยและผลการวิจัยโดยมีสาระสำคัญตามลำดับ ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และ 4) ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความรัก 2) การเสริมแรง 3) วิสัยทัศน์ 4) ความนบน้อม และ 5) ความเชื่อมั่น

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเป็น ครูโรงเรียนกองทัพบก จำนวน 214 คน โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามเรื่องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยผ่านขั้นตอนการวิเคราะห์คุณภาพและความตรงของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยการหาค่าดัชนี IOC มีค่าระหว่าง .60 – 1.00 และค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาสถิติสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Alpha Coefficients) ตามแนวคิดของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .97 เมื่อพิจารณาเป็นรายตอน พบว่า ตอนที่ 2 การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .95 ส่วนตอนที่ 3 ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .97 ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและสามารถเก็บข้อมูลได้ 214 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 การวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนข้อมูลสำหรับการทดสอบสมมุติฐานวิเคราะห์ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับภาวะผู้แบบใฝ่บริการ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก สรุปผลได้ดังนี้

1. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ และด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร

2. ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความนบน้อม ด้านการเสริมแรงและด้านความรัก

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลจากการศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยสามารถนำมาอภิปรายตามประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกองทัพบกเป็นหน่วยงานหนึ่งที่เปรียบเสมือนเป็นหน่วยงานเสริมที่มีหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานหลักของกองทัพ โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารและเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกองทัพกับชุมชน ซึ่งแม้จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกองทัพกับชุมชน หากแต่ไม่ได้เป็นหน้าที่หลักของโรงเรียนกองทัพบก ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการสร้างและพัฒนากำลังพลเพื่อปกป้องอธิปไตยของประเทศ จึงทำให้ถูกลดบทบาทลงไปเมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งมีหน้าที่โดยตรงต่อการดำเนินงานของโรงเรียนกองทัพบก อีกทั้งเจ้าหน้าที่งานในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ยังเป็นกำลังพลที่ได้รับการฝึกฝนในฐานะของทหารมากกว่าเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสายการบังคับบัญชาที่ซับซ้อนภายในกองทัพ ทำให้การกำหนดนโยบาย การจัดการองค์การ การบริหารงบประมาณ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นไปในลักษณะที่ค่อนข้างล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ในยุคของข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านกันได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ไม่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ทันในบางสถานการณ์ ซึ่งความรวดเร็ว ความถูกต้อง และความชัดเจนของเนื้อหาเป็นหลักการสำคัญของการบริการงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่ง ด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะเป็นไปตามโครงสร้างหน้าที่ และภารกิจพิเศษตามสถานการณ์ โดยไม่ได้รับการดูแล ควบคุม และบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควร จากปัญหาที่กล่าวมามีลักษณะคล้ายคลึงกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัย ของ พัศมนต์ รุทธกุล (2547: 74) ที่ได้ศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนนอกระบบประเภทอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนนอกระบบประเภทอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 210 คน ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนนอกระบบประเภทอาชีวศึกษากรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการดำเนินการบริหารงานประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการหรือเทคนิคการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ด้านการบริหารบุคลากรงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ด้านการบริหารเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน และด้านการบริหารงบประมาณงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ส่วนระดับปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่าอยู่ในระดับน้อยถึง ปานกลางทุกด้าน ด้านการจัดการหรือเทคนิคการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ขาดการวางแผน ด้านการบริหารบุคลากรงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและความกระตือรือร้น ด้านการบริหารเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การบริหารสื่อให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน และด้านการบริหารงบประมาณงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนปัญหาที่พบมากที่สุด คือ งบประมาณไม่เพียงพอและมีจำนวนจำกัด และสอดคล้องกับผ่องพรรณ พลเพชร (2550: 70 – 73) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่องานประชาสัมพันธ์โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า โรงเรียนยังมีการดำเนินงานในด้านการสนับสนุนงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการจัดสวัสดิการให้แก่บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และวีระวรรณ มณีเนียม (2550: 103) ที่ได้ศึกษาสภาพที่เป็นจริงสภาพที่ควรจะเป็นและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ครูมีความต้องการที่จะดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่เดิม โดยคาดหวังว่าผู้บริหารจะให้การสนับสนุนให้มากยิ่งขึ้น

2. ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากครูโรงเรียนกองทัพบก มีบุคลิกที่เด่นชัดไปในด้านการเป็นทหารมากกว่าการเป็นเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ทำให้การแสดงออกถึงความรัก ความนบน้อม ที่ถือเป็นคุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบรับใช้และถือว่าเป็นคุณลักษณะสำคัญของเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ไม่ได้รับการเติมเต็มเท่าที่ควร อีกทั้งด้วยระบบโครงสร้างการบังคับบัญชาของกองทัพที่เป็นไปตามสายการบังคับบัญชา ทำให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างล่าช้า ขาดการแสดงออกในส่วนการตัดสินใจ และการแสดงวิสัยทัศน์ เนื่องด้วยต้องรับคำสั่งโดยตรงจากผู้บังคับบัญชาสูงสุด จึงทำให้ภาวะผู้นำใฝ่บริการภายในตัวครูโรงเรียนกองทัพไม่บ่งชี้เท่าที่ควร สอดคล้องกับ ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์ (2543: 98) ที่ได้ศึกษา เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของโครงการรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา ณ กรุงเทพมหานคร พบว่า ควรมีการจัดสัมมนาการปฏิบัติแบบเข้มให้แก่บุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความเข้าใจรูปแบบชัดเจนตรงกันและสามารถปฏิบัติภารกิจที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือการว่าจ้างให้บริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินการประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรเพื่อให้โครงการฯ เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น

และสอดคล้องกับสมชาย ภู่สุโข (2542: 112) ได้ศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารโรงเรียน ผู้ช่วยผู้บริหารที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จำนวน 276 คนใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้บริหาร ผู้ช่วยผู้บริหารที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก 3 ด้านได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ด้านการประเมินผลงาน

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูโรงเรียนกองทัพบก มีความสัมพันธ์กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในระดับปานกลาง คือ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการนบน้อม และด้านการเสริมแรง ส่วนด้านความรัก มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องด้วย คุณลักษณะของครูโรงเรียนกองทัพบกที่มีบุคลิกบางประการที่ส่งเสริมการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น ความเชื่อมั่น ความอดทน และความเสียสละ หากแต่ด้วยการเป็นกำลังพลที่ได้รับการฝึกในฐานะทหารทำให้ขาดความใส่ใจในรายละเอียดในส่วนการแสดงความรักหรือการสร้างสัมพันธไมตรีกับชุมชนตามบทบาทของงานประชาสัมพันธ์ อีกทั้งการรับนโยบายและอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของกองทัพ ทำให้งานประชาสัมพันธ์ขาดความยืดหยุ่น และไม่สามารถบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว และชัดเจน ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หน่วยงานต้นสังกัดควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงให้อำนาจในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสมพันธ์เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและรวดเร็ว สอดคล้องกับธาราวรรณ ภูวนา (2542: 97) ที่ได้ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาที่เหมาะสม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในด้านปรัชญา ควรสร้างสรรค์ศรัทธาในสถาบัน สร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ด้านนโยบาย ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทั่วไป ด้านวัตถุประสงค์ ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมและความเคลื่อนไหวด้วยสื่อนานาชนิดเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีตรงกันของกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ด้านการจัดโครงสร้าง ควรกำหนดให้มีหน่วยงานระดับสำนักงานประชาสัมพันธ์และขึ้นตรงกับอธิการบดี มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์และสารนิเทศเป็นผู้กำหนดนโยบาย ด้านกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ควรมีงบประมาณดำเนินการอย่างเพียงพอ มีระบบการบริหารที่ยืดหยุ่นและมีอำนาจในการตัดสินใจ มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี ด้านประเภทและลักษณะกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ควรมีการบริหารข่าวสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ เผยแพร่กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับกรีนลีฟ (Greenleaf. 2002: 13) ที่อธิบายว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องโดยตรงกับ การปฏิบัติงานของเจ้าที่ประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการจะให้คุณค่าและความสำคัญในความเป็น

บุคคลของมนุษย์ทุกคน รับใช้ความต้องการของกลุ่มมากกว่าความต้องการส่วนตัว ไม่แสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง และเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมสูง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากกว่าคุณค่าของความเป็นมนุษย์ การเป็นผู้นำแบบผู้ใฝ่บริการเป็นความรู้สึกที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่เกิดความปรารถนาที่จะรับใช้บุคคลทั่วไปเป็นการแสวงหาเพื่อการพัฒนาแต่ละบุคคลที่มุ่งไปสู่ความต้องการของผู้อื่นและมีความพร้อมที่จะสนับสนุนชีวิตกลุ่มเพื่อให้บรรลุถึงการตัดสินใจ ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดพลังในสถาบันและยังเป็นการส่งเสริมปรับปรุงสังคมอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำใฝ่บริการในหน่วยงานอื่นๆ ของกองทัพบก เช่น กรมสวัสดิการทหารบก กรมกิจการพลเรือนทหารบกซึ่งจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นของกองทัพ

1.2 จากการศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ควรจัดให้มีแผนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในส่วนของโรงเรียนกองทัพบก แยกออกจากแผนการประชาสัมพันธ์กิจการพลเรือนเพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบทของการดำเนินงานด้านการจัดการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในกลุ่มโรงเรียนของหน่วยงานอื่นๆ เช่น โรงเรียนเอกชน โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครฯ เป็นต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในอนาคต

2.2 ควรมีการศึกษาปัญหาของการบริหารงานประชาสัมพันธ์ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้แนวทางในการแก้ปัญหาของแต่ละโรงเรียนในเชิงลึก

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล.* กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

กิติมา ปรีดิลก. (2539). *เทคนิคการบริหารและนิเทศการศึกษาเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: อักษรา พิพัฒน์.

จินดา ธนูศิลป์. (2548). *สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). สิงห์บุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2544). *ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชม ภูมิภาค. (2546). *หลักการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ทวีศักดิ์ สายมิตร. (2542).*การจัดการศึกษาที่เหมาะสมในรูปแบบการเรียนรวม; ศึกษากรณีโรงเรียนประถมอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง.* วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(บริหารการศึกษา). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์. (2543). *รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของโครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา ณ กรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ รศ.ม. (บริหารทั่วไป). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

ทองคูณ หงส์พันธ์. (2542*). การบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงราย และสภาสถาบันราชภัฏ.* เชียงราย: สถาบันราชภัฏเชียงราย.

ธาราวรรณ ภูวนา. (2542*). รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาที่เหมาะสม. วิทยานิพนธ์ รศ.ม. (นโยบายสาธารณะ).* ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

ธงชัย สันติวงษ์. (2543). *องค์การและการบริหาร.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล. (2547). *สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ใน คู่มือการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: กรมการฝึกหัดครู.

นันทิชา มารแพ้. (2552). *การพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นโรงเรียนฝึกอาชีพ กรุงเทพมหานคร :ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังขะวัฒนะ).* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

บังอร ไชยเผือก. (2550). *การศึกษาคุณลักษณะของผู้นำแบบรับใช้และบรรยากาศโรงเรียนคาทอลิกสังกัดคณะพระกุมารเยซู.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2542). การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: อาร์.เอส. พริ้นติ้ง.

บัญชา แสนทวี. (2539). *การศึกษารูปแบบเชิงเหตุผลของตัวแปรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของครูผู้สอนในการจัดประสบการณ์ให้แก่เด็กระดับก่อนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ประชุม รอดประเสริฐ. (2539*). การบริหารโครงการ.* กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.

ประจวบ อินอ๊อด. (2537). *ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประจวบ อินอ๊อด. (2540*). การประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ประจวบ อินอ๊อด. (2542). *"เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร ?".* กรุงเทพฯ: มัณฑนาสถาปัตย์.

ประไพวรรณ เวชรัตน์. (2542, กุมภาพันธ์). *ผู้หญิงกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน. สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา.* 17(2): 31-43.วารสาร.

ผ่องพรรณ พลเพชร. (2550). *ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่องานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.

พนัส หันนาคินทร์. (2541). *หลักการบริหารโรงเรียน.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2549). *การบริหารงานวิชาการ.* กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 2. พิมพ์ดี.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. (2547). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรเพชร โสติถิมานนท์. (2547*). องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.

ภิญโญ สาธร. (2546). *หลักการบริหารการศึกษา.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ภัทรียา สุมะโน. (2542). *สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์. ใน เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รุ่นที่ 1.* 98-108. กรุงเทพฯ: สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์.

มนทิรา เดชชนะขจรสุข. (2548). *ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 3.* ปริญญานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ลลิตา เหล่าพานิช. (2538). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ลักษณะทางชีวสังคมและทัศนคติต่อการจัดการศึกษาสำหรับเด็กปัญญาเลิศในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาพิเศษ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ลักษณา สตะเวทิน. (2542). *หลักการประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.

วิจิตร อาวะกุล. (2540*). การประชาสัมพันธ์* : หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

----------. (2541). *เทคนิคการประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง).* กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช ลภิรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ปรับปรุงเพิ่มเติมพิเศษ. พิมพ์ครั้งที่ 10.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงการณ์มหาวิทยาลัย.

วีรวรรณ มณีเนียม. (2550). *สภาพที่เป็นจริงสภาพที่ควรจะเป็นและปัญหาของการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.

วันชัย นงค์สูงเนิน. (2546). *การศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดนครราชสีมา.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). นครราชสีมา: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏนครราชสีมา. ถ่ายเอกสาร.

ศศิธร แก้วรักษา. (2552). *การศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯซ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *การโฆษณาส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ:* ไดมอนลิน บิสซิเนสเวิร์ล.

สมชาย เทพแสง; และอรจิรา เทพแสง. (2549). ผู้นำยุคใหม่ หัวใจของการปฏิรูป. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: เกรท เอ็ดดูเคชั่น.

สมยศ นาวีการ. (2546). *พฤติกรรมองค์การ.* กรุงเทพฯ: ไพศาลศิลป์การพิมพ์.

สมศักดิ์ รุ่งเรือง. (2550). *การพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา) อยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา. ถ่ายเอกสาร.

สิริลักษณ์ ตรัยตรึงตรีคูณ. (2550). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกของนักประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2555). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน.* เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการครูและบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในสังกัด สพป.แพร่ เขต 2.

เสริมวิทย์ ศุภเมธี. (2540). *การมัธยมศึกษา.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามมิตร.

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2539). *ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา.* เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เสาวนีย์ เจริยรัตน์. (2549). *การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย.* สารนิพนธ์กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

โสรัฏดา วงศ์รัก. (2547). *หลักการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพ ฯ : แม็ค.

อุทัย หิรัญโต. (2540). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

อนงค์ โรจน์ขจรนภาลัย. (2544). *คุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ สังกัดโรงพยาบาลตำรวจ.* ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. (2543). *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2538). *การบริหารทักษะและการปฏิบัติ.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุขภาพใจ.

อรพินทร์ ชูชม และ อัจฉรา สุขารมณ์. (2546). *การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแรงจูงใจภายใน : ปัจจัยที่สัมพันธ์กับแรงจูงใจภายใน.* กรุงเทพฯ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อนุวัฒน์ วิภาคธำรงคุณ. (2553). *การศึกษาคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบรับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย.* สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Abel, Ann Todd. (2002). *The Characteristics, Behaviors, and Effective Work Environments of Servant Leaders: A Delphi Study.* Dissertation, Ph.D. (Educational Leadership and Policy Studies) . Virginia. Graduate School: Blacksburg. Photocopied.

Black, Sam. (1975*). Practical Public Relations. 3rd ed.* London: Pitman Publishing Ltd.

Covey, S. R. (1997). *Sense of Stewardship. Executive Excellence,* 14(7), 3-4.

Cutlip, Scott M.; & Center, Allen H. (1978). *Effective Public Relations.* New Jersey: Prentice-Hall, inc.

Daft, Richard L. (1999*). Leadership Theory and Practice.* Forth Worth, TX: The Dryden Press.

Depree, Max. (1995). *Leadership Jazz.* New York : Doubleday.

Greenleaf, Robert. (2002). *The Servant Leadership: A Journey Onto the Nature of Legitimate Power and Greatness.* 25th ed. New Jersey: Paulist Press.

Herzberg, F. Maussner, B.; & Synderman, B.B. (1959). *The Motivation to work.* New York: John wiley and Sons Inc.

Hunter, J. C. (1998). *The Servant.* Rockling, CA: Prima.

Jefkins, Frank. (1977). *Planned Press and Public Relations.* London: International Textbook Company Limited.

Jennings, Denis. B. (2002). *Those Who Would Lead Must First Serve: The Preaxis of Servant Leadership by Public School Principles.* Dissertation, Ed.D. (Education Administration). North Carolina: Graduate School The University of North Carolina at Greensboro. Photocopied.

Kindred, Leslie W. (1957). *School Public Relations.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Laub, J. A. (1999). *Assessing The Servant Organization: Development of The Servant Organizational Leadership Assessment (SOLA) Instrument.* Dissertation Abstracts International, 60 (02), 308. (UMI No. 9921922).

Livovich, M. P., Jr. (1999). *An Investigation of Servant-Leadership In Public School Superintendents In The State of Indiana.* Dissertation, Ed.D. (Doctor of Education). Indiana: Graduate School Indiana State University. Photocopied.

Marton, J. E. (1979). *Modern Public Relations.* New York: McGraw-Hell Book Company.

Miears, L. D. (2004). *Servant Leadership and Job Satisfaction: A Correlational Study in Texas. Education Agency Region X Public Schools.* Unpublished Doctoral Dissertation, Texas A&M University.

Newsom Doug.; & Scott Alan. (1989). *This is PR: The Realities of Public Relations.* Belmont, Calif: Wadsworth Publishing.

Page and Wang. (2000). *A Conceptual Framework for Measuring Servant Leadership.* Retrieved July 28, 2009, from www.Twu.ca/leadership.

Patterson. (2003). *Servant Leadership's Role in The Succession Planning Process: Case Study, Citing Walter W. Dingman Regent University.* Retrieved July 24, 2009, from http://www.regent.edu/acad/global/publications/ijls/new/vol2iss2/dingmanstone/DingmanStoneV2Is2.pdf.

Russell; & stone. (2002). *A Review of Servant Leadership Attributes: Developing a Practical Model.* Leadership & Organization Development Journal. 22(2): 76-85. Retrieved August 24, 2009, fromhttp:www.regent.edu/acad/sis/publications/conference proceedings/servant_leadership_roundtable/2006/pdf/waddell.pdf.

Sachs, J.B. (1996). *Education Administration.* A Behavioral Approach, Boston: Houghton Mifflin.

Spears, Lerry C. (1998). *The Uuderstanding and Practice of Servant Leadership.* Servant Leadership Research Roundtable. 2005. Retrieved July 23, 2009, from http:22www.regent.edu/acad/sis/publications/conference_reoceedings/dervant_ leadership_roundtable.

Steer, R.M.; & Porten, Lyman. (1979). *Motivation and Work Behavior.* New York: McGraw-Hill Co.

Thompson, Cliff H. (2005). *The Public School Superintendent and Servant Leadership.* Dissertation, Ed.D. (Doctor of Education). Wisconsin: Graduate School Wisconsin University. Photocopied.

Wheatley, M. (1994). *Leadership and The New Science: Learning About Organizations from an Orderly Universe.* San Francisco: Berrett-Koehler.

Williams, Ryan. (2007). *Achieving Leadership Results Through Employee Survey.* photocopied.

Yukl, G. (2000). *Influence behavior questionnaire.* Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม
เรื่อง
ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับ
การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

คำชี้แจง

1. การวิจัยเรื่องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบกในครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูใน 5 ด้าน ได้แก่ ความรัก การเสริมแรง วิสัยทัศน์ ความนบน้อม และความเชื่อมั่น กับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก
2. แบบสอบถามฉบับนี้มีจำนวน 7 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
   ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
   ตอนที่ 2 สอบถามระดับภาวะผู้นำทางวิชาการของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา สหวิทยาเขตเบญจสิริ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2
3. เมื่อท่านให้ข้อมูลครบทุกข้อคำถามแล้ว **ขอความกรุณารวบรวมและนำแบบสอบถามใส่ซอง** ที่ผู้วิจัยได้ติดแสตมป์เรียบร้อยแล้ว **ส่งทางไปรษณีย์** ถึงผู้วิจัยตามที่อยู่

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี เพื่อผลการวิจัยจะก่อประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี
นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

โทร. 08-3035-9820

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของครูกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนกองทัพบก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บหน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

สถานภาพของท่าน

1. เพศ

   ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ (ถ้าเศษของปีมากกว่า 6 เดือนให้นับอีก 1 ปี)

   ( ) ต่ำกว่า 25 ปี ( ) 26-35 ปี ( ) 36-45 ปี

   ( ) 45-55 ปี ( ) 56-60 ปี

3. ระดับการศึกษา

   ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี

   ( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก

4. ประสบการณ์ในการทำงานดำเนินงานประชาสัมพันธ์

   ( ) 1-4 ปี ( ) 5-8 ปี

   ( ) 9-12 ปี ( ) 13 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนกองทัพบก

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนของท่าน ตามข้อที่กำหนด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

5	หมายถึง	มีการดำเนินงาน มากที่สุด
4	หมายถึง	มีการดำเนินงาน มาก
3	หมายถึง	มีการดำเนินงาน ปานกลาง
2	หมายถึง	มีการดำเนินงาน น้อย
1	หมายถึง	มีการดำเนินงาน น้อยที่สุด

ข้อที่	การบริหารงานประชาสัมพันธ์	ระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนของท่าน				
		5	4	3	2	1
การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์						
1.	มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
2.	มีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
3.	ถ่ายทอดนโยบายด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย					
4.	ใช้กระบวนการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ					
5.	ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียนกับชุมชน					
6.	ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรภายในโรงเรียนกับชุมชนมีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน					
7.	สามารถสร้างความคุ้นเคย และลดช่องว่างระหว่างโรงเรียนกับชุมชน					

ข้อที่	การบริหารงานประชาสัมพันธ์	ระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนของท่าน				
		5	4	3	2	1
การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์						
8.	จัดตั้งคณะกรรมการงานประชาสัมพันธ์ที่มาจากครู ศิษย์เก่า ผู้ปกครอง และชุมชน					
9.	เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการกำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ					
10.	กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ ได้อย่างเหมาะสม					
11.	ให้อำนาจ และสิทธิขาดในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์					
12.	มีห้องเฉพาะสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
13.	ดูแล และปรับปรุงห้องประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม					
การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์						
14.	มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการเฉพาะ					
15.	มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกรณีฉุกเฉิน					
16.	มีขั้นตอนการเบิกจ่ายงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ที่สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส					
17.	จัดสรรงบประมาณเพียงพอต่อการนำไปใช้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
18.	จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ที่ทันสมัยเอื้อต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
19.	จัดหาทรัพยากรได้เพียงพอต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					

ข้อที่	การบริหารงานประชาสัมพันธ์	ระดับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนของท่าน				
		5	4	3	2	1
การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)						
20.	จัดหาทรัพยากรได้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์					
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์						
21.	ศึกษาปัญหา และความต้องการก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
22.	วางแผนการดำเนินงานโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน					
23.	กำหนดเป้าหมาย และตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานที่ชัดเจน					
24.	กำหนดกำลังคน งบประมาณ เวลา และวัสดุอุปกรณ์ สำหรับการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน					
25.	มีการกำหนดปฏิทินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งปี					
26.	ประเมินผลการดำเนินงานทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินงาน					
27.	สรุปผลการประเมินและจัดทำรายงานเป็นรูปเล่ม					
28.	นำผลการประเมินไปร่วมกันวิเคราะห์เพื่อวางแผนการดำเนินงานต่อไป					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครู โรงเรียนกองทัพบก

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาการแสดงออกของของท่านตามข้อที่กำหนด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการของครู โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

5 หมายถึง มีภาวะผู้นำ มากที่สุด
4 หมายถึง มีภาวะผู้นำ มาก
3 หมายถึง มีภาวะผู้นำ ปานกลาง
2 หมายถึง มีภาวะผู้นำ น้อย
1 หมายถึง มีภาวะผู้นำ น้อยที่สุด

ข้อที่	ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	ระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการ				
		5	4	3	2	1
ความรัก						
1.	สนใจความเปลี่ยนแปลงทั้งในทางที่ดีและไม่ดีของบุคคลรอบข้าง					
2.	ให้คำชี้แนะ ปลอบโยน แก่ผู้อื่นด้วยความเต็มใจ					
3.	ยึดหลักความยุติธรรมในการดำเนินงานทุกขั้นตอน					
4.	ให้ความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย โดยไม่เลือกปฏิบัติ					
5.	ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ					
การเสริมแรง						
6.	กล่าวชื่นชม ยกย่อง เมื่อเพื่อนร่วมงานประสบความสำเร็จ					
7.	มอบของขวัญแสดงความยินดีแก่เพื่อนร่วมงานตามโอกาส					
8.	เปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น					
9.	รับฟังคำติ ชม ด้วยความเต็มใจ					

ข้อที่	ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	ระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการ				
		5	4	3	2	1
การเสริมแรง (ต่อ)						
10.	นำคำติ ชม ที่ได้รับไปคิดพิจารณาและ และปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน					
วิสัยทัศน์						
11.	ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต					
12.	กำหนดแนวทางการดำเนินงานมากกว่า 1 แนวทาง					
13.	คาดการณ์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต					
14.	สามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วเมื่อพบอุปสรรค					
15.	ร่วมกันกำหนดภาพในอนาคตที่ต้องการไปให้ถึงเป็นระยะๆ					
ความนบน้อม						
16.	ให้ความเคารพต่อสิทธิของผู้อื่น ทั้งทางด้านความคิดและการกระทำ					
17.	คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง					
18.	ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง					
19.	ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างด้วยใจเป็นกลาง					
20.	ปฏิบัติต่อทุกคนด้วยความสุภาพ จริงใจ					
ความเชื่อมั่น						
21.	ไว้วางใจและพร้อมที่จะเปิดเผยความคิดและอารมณ์ความรู้สึกต่อเพื่อนร่วมงาน					
22.	ยอมรับในความสามารถของเพื่อนร่วมงาน					

ข้อที่	ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	ระดับภาวะผู้นำใฝ่บริการ				
		5	4	3	2	1
ความเชื่อมั่น (ต่อ)						
23.	เข้าใจความแตกต่างทางด้านความคิด ความสามารถ และพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล					
24.	สามารถเป็นที่พึ่งให้กับเพื่อนร่วมงานเมื่อประสบกับปัญหา					
25.	มั่นคง ไม่หวั่นไปตามสถานการณ์แวดล้อม					

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

1. พลโท กฤษฎา ตรีรัชชกุล	เจ้ากรมยุทธศึกษาทหารบก กรมยุทธศึกษาทหารบก
2. พันเอก นพพร สุทเธน	รองผู้บัญชาการโรงเรียนทหารขนส่ง กรมการขนส่งทหารบก
3. พันโท หญิง ดร.วรรณรัตน์ ศรีกนก	อาจารย์พยาบาล วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก
4. พันตรี หญิง บงกช เทพจารี	อาจารย์สถิติและประเมินผล กรมกิจการพลเรือนทหารบก
5. ร้อยเอก หญิง ดร.ชลิตาสรณ์ ชญาภาภูริดา	นายทหารสถิติและประเมินผล วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	ร้อยโทหญิง ดาววดี เทพจารี
วันเดือนปีเกิด	2 กรกฎาคม 2520
สถานที่เกิด	ปัตตานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 1131/237 อาคารเทอดดำริ ถนนเทอดดำริ แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์วิชาทั่วไป
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนทหารขนส่ง เลขที่ 121 หมู่ที่ 5 ถนนติวานนท์ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2536	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2543	นิเทศศาสตรบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์) จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัด กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2558	การศึกษามหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัด กรุงเทพมหานคร