

๐๕๔.๒๔๓๓๓๓

๑๑๒๒

๐.๐

การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

สารนิพนธ์

ของ

เสาวนีย์ เจริญรัตน์

25 ก.ค. 2549

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

พฤษภาคม 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒๕๔๕๕๕

การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

ของ

เสาวนีย์ เจริญรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
พฤษภาคม 2549

เลาเวนีญ์ เจริญรัตน์. (2549). การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย.

สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ดร. พวงรัตน์ เกษรแพทย์.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล โดยเปรียบเทียบตามคุณลักษณะของครู ได้แก่ ลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 169 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน

2. การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

3. การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีการปฏิบัติงานโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาทรัพยากร และด้านการประสานงาน มีการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

A STUDY ON PUBLIC RELATIONS OF WATTANA WITTAYA ACADEMY

AN ABSTRACT

BY

SAOWANEE CHAROENRAT

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Education degree in Educational Administration
at Srinakharinwirot University

May 2006

Saowanee Charoenrat. (2006). *A Study of Public Relations of Wattana Wittaya Academy*. Master's Project. M.Ed. (Educational Administration).
Bangkok: Graduate School, Srinakhrinwirot University. Project Advisor:
Asst. Prof. Dr. Pongrat Kesonpat.

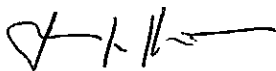
The purposes of this research were to study and to compare the public relations of Wattana Wittaya Academy in 3 aspects, namely resource acquisition, coordination, and evaluation. The comparisons were conducted by teacher characteristics, i.e. work type, teaching class level, and work experience. The Samples used in this research consisted of 169 teachers of Wattana Wittaya Academy. The instrument used in this research was a 5-point rating scale questionnaire. The statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA and the Scheffe' post hoc tests.

The research findings were summarized as follows:

1. The public relations of Wattana Wittaya Academy as perceived by teachers as a whole was at the high level; when considered by aspects, namely resource acquisition, coordination, and evaluation, it was found that all aspects were at the high level.
2. The public relations of Wattana Wittaya Academy as perceived by the teachers with different work type as a whole and in all 3 aspects were not different.
3. The public relations of Wattana Wittaya Academy as perceived by the teachers with different teaching class levels as a whole and in all 3 aspects were not different.
4. The public relations of Wattana Wittaya Academy as perceived by the teachers with different work experience as a whole was significantly different at .05 level; when considered by aspects, it was found that the resource acquisition and coordination were significantly different at .05 level whereas the evaluation aspect was not different.

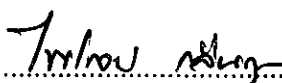
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ของ เสาวนีย์
เจริญรัตน์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



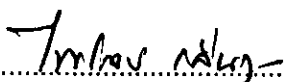
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พวงรัตน์ เกษรแพทย์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



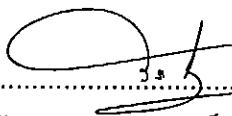
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ)

คณะกรรมการสอบ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ)

ประธาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระ สุภากิจ)

กรรมการสอบสารนิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พวงรัตน์ เกษรแพทย์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ชูชาติ)

คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2549

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พวงรัตน์ เกษรแพทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระ สุภากิจ กรรมการสอบสารนิพนธ์ ซึ่งทุกท่านได้อนุเคราะห์ ให้คำแนะนำ ปรีกษา ในการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องให้แก่ผู้วิจัย มาโดยตลอด จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระ สุภากิจ ภาควิชาการบริหารการศึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริมา ภิญโญอนันตพงศ์ สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระวีวรรณ พันธุ์พานิช ภาควิชาสถิติและการวิจัยทางการศึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทา สุรักษา ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา และอาจารย์ ดร.จรรุวรรณ พลอยดวงรัตน์ ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้กรุณาเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม รวมทั้งขอขอบคุณ คณะครูโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัย ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเพื่อการศึกษา ในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ขอบแต่อาจารย์เสริมศรี ไชยเศรษฐ์ ผู้อำนวยการ อาจารย์พรณมมา วุฒิโรภาส อาจารย์ใหญ่ อาจารย์วิลาวัลย์ มิตรกุล ผู้ช่วย ผู้บริหารระดับปฐมวัย อาจารย์ปราณี ณ นคร ผู้ช่วยผู้บริหารฝ่ายกิจการพิเศษ อาจารย์ณัฐกานต์ นนกระโทก และอาจารย์ประภา ประพัตรกุล ครูฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่ได้ ส่งเสริม ให้กำลังใจ และช่วยเหลือด้านการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด

เสาวนีย์ เจริญรัตน์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานของการวิจัย	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	12
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	12
หลักการประชาสัมพันธ์	14
ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์	18
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	21
กระบวนการของการประชาสัมพันธ์	26
องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์	51
ประเภทของการประชาสัมพันธ์	54
งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย	57
บทบาทของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย	66
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	73
งานวิจัยภายในประเทศ	73
งานวิจัยในต่างประเทศ	76

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	82
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม	82
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	83
การเก็บรวบรวมข้อมูล	84
การจัดกระทำและการรวบรวมข้อมูล	85
สถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	86
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	87
การวิเคราะห์ข้อมูล	87
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	88
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
ความมุ่งหมายของการวิจัย	108
สมมติฐานของการวิจัย	108
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	109
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	109
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	110
การเก็บรวบรวมข้อมูล	110
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	110
สรุปผลการวิจัย	111
อภิปรายผล	113
ข้อเสนอแนะ	119

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม	120
ภาคผนวก	127
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์และรายนามผู้เชี่ยวชาญ	128
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	133
ประวัติย่อผู้วิจัย	141

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย	83
2	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	88
3	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โดยรวมและรายด้าน	89
4	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการจัดหาทรัพยากร เป็นรายชื่อ	90
5	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน เป็นรายชื่อ	92
6	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประเมินผล เป็นรายชื่อ	94
7	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนก ตามลักษณะงานของครู โดยรวมและรายด้าน	96
8	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนา วิทยาลัย จำแนกตามระดับชั้นที่ทำการสอนของครู โดยรวมและรายด้าน	97
9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยตามความ คิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามระดับชั้นที่ทำการสอน ของครู โดยรวมและรายด้าน	98
10	ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนา วิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตาม ประสบการณ์ในการทำงานของครู โดยรวมและรายด้าน	99
11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยตามความ คิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ของครู โดยรวมและรายด้าน	100

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัย โดยรวม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานของครู.....	101
13 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัย ด้านการจัดหาทรัพยากร จำแนกตามประสบการณ์ในการ ทำงานของครู.....	102
14 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน จำแนกตามประสบการณ์ในการ ทำงานของครู	103
15 ข้อเสนอแนะของครูเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน	104

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
---	----------------------------	---

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

✕ การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการและกิจกรรมในการเสริมสร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจอันดีร่วมกัน ซึ่งนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสังคมยุคปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าและขยายตัวอย่างรวดเร็วตามความเจริญเติบโตของสังคม หน่วยงานต่าง ๆ มีความเข้าใจและยอมรับการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น (บุษบา สุธีธร. 2545: 4) การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์การ สถาบัน และมีบทบาทอย่างมากในชีวิตมนุษย์ มีความสำคัญต่อหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล กรม กระทรวง ห้างร้าน ธุรกิจ บริษัท ธนาคาร โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ สาเหตุเนื่องมาจาก 1) มนุษย์อยู่ร่วมกันมากย่อมมีทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการและภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการศึกษาแตกต่างกันมาก เป็นเหตุให้เกิดความไม่เข้าใจกัน การสื่อสารกันโดยตรงเป็นไปได้ยาก ทำให้ความเข้าใจกันมีความลำบากยิ่งขึ้น 2) การขยายใหญ่ขององค์การ หน่วยงาน หรือบริษัท มีหน่วยงานย่อยมาก มีความสลับซับซ้อนในการจัดการเกิดปัญหาความเข้าใจในความสัมพันธ์ของงาน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาวิธีทางปฏิบัติให้เกิดความเข้าใจกันรวดเร็วยิ่งขึ้น 3) การแก่งแย่งในการสร้างความเชื่อถือ ความนิยมในผลผลิต การบริหารเพื่อหวังผลกำไรและความไว้วางใจในการบริการมีมากขึ้น (วัจนา ชื่นทองคำ. 2547: 12)

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างไมตรีสัมพันธ์ ขจัดข้อขัดแย้ง และเพื่อแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้ทราบกันอย่างทั่วถึง นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหาร ซึ่งยอมรับกันว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะการบริหารงานมิได้อาศัยเฉพาะคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการเท่านั้น หากแต่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ ความสนับสนุนจากบุคคลทั่วไปด้วย (ดวงทิพย์ วรพันธุ์. 2547: 52) ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในทุกวงการ ซึ่งเป็นการตอบสนองการสอดคล้องกับการที่สังคมก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมข่าวสาร (Information Society) ที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมเด่นชัดยิ่งขึ้น เครือข่ายแห่งการสื่อสารครอบคลุมและโยงใยด้วยพัฒนาการแห่งเทคโนโลยีที่ทันยุคทันเหตุการณ์เป็นตัวเร่งให้ประชาชนตื่นตัวในสิทธิแห่งการรับรู้ (The People's Right to Know) และเปิดรับต่อข่าวสารในหลากหลายรูปแบบด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยตามกระแสสังคมยุคใหม่ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2542: 9)

ในส่วนของโรงเรียน ซึ่งมีสถานะเป็นสถาบันหนึ่งในสังคม จึงได้นำการบริหารงานประชาสัมพันธ์มาใช้ เพื่อพัฒนาและสร้างความก้าวหน้าให้เกิดขึ้นกับโรงเรียน โดยกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ได้กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ให้นหน่วยงานของกรมสามัญศึกษา รวมทั้งโรงเรียนที่สังกัดมีระบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการช่วยสรรค์สร้างการพัฒนางานบริหารและความสัมพันธ์กับประชาชน เพื่อให้โรงเรียนเป็นสังคมที่ไม่แปลกแยกจากชุมชน บริษัทห้างร้านต้องมีความสัมพันธ์กับลูกค้าชั้นใด โรงเรียนก็มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับนักเรียน ครู ผู้ปกครอง ฉะนั้น การติดต่อสัมพันธ์กัน ต้องมีต่อกันอยู่เป็นประจำ ควรจะต้องระมัดระวังและรักษาความสัมพันธ์ อันดีระหว่างครูในโรงเรียน ครูกับนักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับการดำเนินการของโรงเรียนในการให้การศึกษาแก่กุลบุตรกุลธิดา อย่าให้เกิดการเคลือบแคลง ระแวง สงสัยหรือขัดแย้งกันขึ้นได้ (วิจิตร อาวะกุล. 2541: 13)

ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานของโรงเรียนบรรลุวัตถุประสงค์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างความเข้าใจอันดีให้กับบุคลากรในโรงเรียนและชุมชนเห็นความสำคัญของการจัดการศึกษาร่วมกัน การให้การสนับสนุนทรัพยากรบริหารร่วมกัน งานความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน จึงเป็นงานที่สนับสนุนงานวิชาการของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นภารกิจหลัก โดยเฉพาะงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนให้เกิดภาพพจน์ที่ดี เกิดความเชื่อถือศรัทธา ให้การสนับสนุน ให้ความร่วมมือในการจัดการศึกษาให้เกิดความคล่องตัว อันจะช่วยให้โรงเรียนปฏิบัติงานได้สะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลถึงประสิทธิผลการบริหาร (วรภัทร์ ภูเจริญ. 2543: 31) หน้าที่ให้การศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น สร้างพื้นฐานการดำรงชีวิตและเป็นแบบอย่างของสถาบันที่ดี เนื่องจากโรงเรียนเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับชุมชนหน่วยงานหนึ่งที่ต้องดำเนินการติดต่อสัมพันธ์กับชุมชน เพราะเป็นแหล่งปลูกฝังความรู้ ความคิดและคุณลักษณะที่ดีแก่เด็ก การดำเนินการประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการต่อเนื่องจะเริ่มจากการสำรวจข้อคิดเห็นของประชาชน แล้วรวบรวมนำสู่การกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีร่วมกัน (วิรัช ลิขิตนกุล. 2544: 23) ×

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้รับความร่วมมือจากบุคลากรในสถาบัน นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชนมากที่สุด คือ โรงเรียนที่มีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลเหล่านั้นทั้งภายในและภายนอกชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จึงพยายามจัดหามูลค่าที่ มีความรู้ความสามารถ มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความรับผิดชอบสูง จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในงานประชาสัมพันธ์ และวางแผนหาวิธีการจัดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีการ

ประสานงานเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อให้โรงเรียนและชุมชน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มีปัจจัยหลายประการ ที่เอื้อต่อการดำเนินงาน กล่าวคือ โรงเรียนมีความพร้อมในการบริการชุมชน เปิดโอกาสให้สมาคมผู้ปกครองและครูฯ สมาคมศิษย์วังหลัง – วัฒนา ได้จัดกิจกรรมพิเศษและแสดงความคิดเห็น โรงเรียนให้การต้อนรับผู้มาเยี่ยมอย่างอบอุ่น มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครองและชุมชน ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนทั้งองค์การภาครัฐและเอกชนโดยไม่เลือกปฏิบัติ

แต่อย่างไรก็ดี การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ยังคงมีสภาพการณ์หลายอย่างที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น การให้บริการข้อมูลสารสนเทศยังไม่ทั่วถึง การกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินและรายงานผลยังไม่เป็นระบบและต่อเนื่อง ขาดการประสานงานจากฝ่ายต่าง ๆ บุคลากรผู้รับผิดชอบยังขาดประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ยังไม่หลากหลาย การประชาสัมพันธ์ผลงานและกิจกรรมของโรงเรียนสู่ชุมชนยังมีค่อนข้างน้อย ตลอดจนระบบการสื่อสารภายในโรงเรียนยังขาดความทันสมัย ตัวแปรการจัดหาทรัพยากร การประสานงาน และการประเมินผลดังกล่าว ทำให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกไม่เป็นไปตามเป้าหมายกำหนด (โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย. 2544: 30)

จากสภาพดังกล่าวข้างต้น การที่จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยอย่างครอบคลุม ที่สามารถบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยในฐานะที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จึงศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์และแนวทางให้ผู้บริหารและครูฝ่ายกิจการพิเศษ ซึ่งรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพิจารณา เพื่อปรับปรุง พัฒนางานประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจ เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหารและครู ส่งผลให้งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล

2. เพื่อเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล จำแนกตามคุณลักษณะของครู ได้แก่ ลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารและครูฝ่ายกิจการพิเศษโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนาคุณภาพงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหา ประชากร กลุ่มตัวอย่างและตัวแปร ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 300

คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 169 คน

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีดังนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของครูผู้สอน จำแนกเป็น

3.1.1 ลักษณะงาน ได้แก่

3.1.1.1 ครูผู้สอน

3.1.1.2 ครูสนับสนุนการสอน

3.1.2 ระดับชั้นที่ทำการสอน

3.1.2.1 ระดับปฐมวัย

3.1.2.2 ระดับประถมศึกษา

3.1.2.3 ระดับมัธยมศึกษา

3.1.3 ประสบการณ์ในการทำงาน ได้แก่

3.1.3.1 น้อยกว่า 5 ปี

3.1.3.2 5 – 15 ปี

3.1.3.3 15 ปี ขึ้นไป

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้ความหมายของคำหรือข้อความที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นที่เข้าใจตรงกัน และชัดเจน จึงได้นิยามคำหรือข้อความ ดังต่อไปนี้

1. งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของฝ่ายกิจการพิเศษของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น จัดหาทรัพยากร การประสานงานและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ฝ่ายกิจการพิเศษปฏิบัติ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยไปยังนักเรียน ครู ผู้ปกครองและชุมชน สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นกับนักเรียน ครู ผู้ปกครองและชุมชน ใน 3 ด้าน ได้แก่

1.1 ด้านการจัดหาทรัพยากร หมายถึง การจัดครูที่มีความรู้ความสามารถเพื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรับผิดชอบหน้าที่ หาข้อมูลข่าวสาร และให้ความร่วมมือกับฝ่ายต่าง ๆ ในการเผยแพร่กิจกรรมของโรงเรียน ห้องประชาสัมพันธ์ จัดหาวัสดุอุปกรณ์ทุกชนิดที่จำเป็นต่องานประชาสัมพันธ์ เช่น จัดเสียงตามสาย ป้ายอักษรตัววิ่งอัตโนมัติ ป้ายนิเทศ จุลสารฯ และวิธีการจัดการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ให้นักลกรทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

1.2 ด้านการประสานงาน หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์โดยอาศัยการร่วมกิจกรรมการติดต่อ เผยแพร่สื่อสาร ให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างครูทุกระดับในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ให้ความรู้ ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ชี้แจงนโยบายและวัตถุประสงค์ ให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ปฏิบัติงานสอดคล้องกลมกลืนกัน ทั้งชุมชนภายในและภายนอกมีความรู้สึกที่ดี ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียน เกิดประสิทธิภาพสูงสุดไปในแนวทางเดียวกันจนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดได้ตามแผนงาน

1.3 ด้านการประเมินผล หมายถึง การวัดและตรวจสอบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ตามแผนหรือไม่ โดยสอบถามความคิดเห็นของครูทุกระยะของการดำเนินงานและนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผลการดำเนินงานมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนการดำเนินงานในครั้งต่อไปให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

2. โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทสามัญ ที่จัดตั้งขึ้นตามมาตรา 15 (1) พระราชบัญญัติการศึกษาโรงเรียนเอกชน โดยโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นโรงเรียนในสังกัดสำนักงานพันธกิจการศึกษา มูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย ตั้งอยู่เลขที่ 67 ถนนสุขุมวิท 19 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

3. คุณลักษณะของครูผู้สอน หมายถึง สถานะของครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2548 โดยรวมถึงลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน ดังนี้

3.1 ลักษณะงาน หมายถึง การทำหน้าที่ในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนและครูสนับสนุนการสอนของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

3.1.1 ครูผู้สอน หมายถึง ครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่ทำหน้าที่ปฏิบัติการสอน เช่น ครูประจำชั้น ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิชาต่าง ๆ เป็นต้น

3.1.2 ครูสนับสนุนการสอน หมายถึง ครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่ทำหน้าที่สนับสนุนการสอน เช่น อธิการ พัสดุงพิมพ์ ทะเบียน การเงิน เป็นต้น

3.2 ระดับชั้นที่ทำการสอน หมายถึง การจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับปฐมวัย ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา

3.3 ประสบการณ์ในการทำงาน หมายถึง ระยะเวลาที่ครูปฏิบัติงานในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกเป็น น้อยกว่า 5 ปี 5 – 15 ปี และตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้นำแผนยุทธศาสตร์เสริมสร้างประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ จากแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงเรียนของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ซึ่งมี 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มาเป็นกรอบแนวคิดซึ่งในแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาโรงเรียน ปีการศึกษา 2544-2548 ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้มุ่งเน้นพัฒนางานประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน คือ (โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย. 2544: 19-20)

1. ด้านการจัดหาทรัพยากร คัดเลือกและพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความเชื่อมั่น เข้าใจงานประชาสัมพันธ์และเข้าใจคนอื่น มีความตรงต่อเวลา มีความสามารถในการใช้ภาษาทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีกิริยาท่าทางที่ดี รักงานบริการ ซื่อสัตย์ และมีความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ เพื่อจ้างบุคลากร จัดสถานที่ และซื้อสิ่งของ เครื่องมือ จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เช่น สื่อ คำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อแสงเสียง และสื่อประเภทย่อยรวม รวมทั้งวิธีการจัดการงาน ประชาสัมพันธ์ มีหลักการและพื้นฐาน วิธีการจัดการวางแผนดำเนินงานเช่นเดียวกับการวางแผน วิธีการจัดหน่วยงานหรือวิธีการจัดการองค์การทั่วไป ให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น และได้ซักถามข้อสงสัย จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีขวัญและกำลังใจ สามารถปฏิบัติงานด้วยความ รับผิดชอบ จนเป็นผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. ด้านการประสานงาน คือ การประสานงานซึ่งเป็นความร่วมมือร่วมใจของบุคคล ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยทั้งในองค์การและนอกองค์การ ในการที่จะร่วมปฏิบัติงานให้ สอดคล้องกลมกลืนกัน ด้วยความเข้าใจและปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน โดยอาศัย กิจกรรม เทคนิค และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วย เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดตามที่องค์การกำหนดไว้ตามแผนงาน ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน จัดระเบียบงานให้เรียบร้อย เพื่อให้งานสมดุลและสำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนดไว้ การมี ระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี มีการพบปะสังสรรค์กันในองค์การและมีเครื่อง ระบบการติดต่อสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพสูงเข้ามาช่วยในการประสานงานภายนอกองค์การ เพื่อขอจัดข้อขัดแย้งและเกิด การประสานงานร่วมกัน เป็นการสร้างความ ร่วมกันหรือเหมือนกัน นอกจากจะทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในหมู่ประชาชนแล้ว ยังมีความมุ่งหมายที่จะให้เกิดความนิยมเลื่อมใส เรียกร้องการ สนับสนุน ร่วมมือร่วมใจเป็นอย่างดีจากประชาชนด้วย การประสานงานเพื่อบอกกล่าวชี้แจงให้ เกิดความรู้ความเข้าใจ ชักชวน ให้เห็นด้วยและคล้อยตาม พยายามสร้างความพอใจให้เกิดการ ยอมรับและให้การสนับสนุนจากการสื่อสารนั้น โดยต้องเลือกวิธีการสื่อสารด้วยความระมัดระวัง ที่จะทำให้เกิดความนั้น ๆ ถึงผู้รับได้อย่างเกิดผลดีที่สุด การประสานงานด้วยวาจา พูดโทรศัพท์ จัดประชุม จัดกลุ่มเข้าร่วมอภิปราย แผ่นปลิว จดหมาย หนังสือเวียน ปัดประกาศ ทำให้เกิด ความเข้าใจ สมัคปรสมานสามัคคีที่จะรวมพลังให้การดำเนินงานของโรงเรียนเกิดความราบรื่น ประสบความสำเร็จต่อไป

3. ด้านการประเมินผล เป็นการศึกษาผลที่ได้รับ เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินโครงการ ติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เพื่อเป็นการค้นหาว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้สื่อสารไปแล้วนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดตามแผนไว้หรือไม่ ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่จะต้องนำมาพิจารณาแก้ไขและหาทางปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นส่วนที่จะได้ข้อมูลกลับมาเพิ่มพูนเป็นความรู้และเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงหรือดำเนินงานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินผลอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การประเมินผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการประเมินการดำเนินงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการของการกำหนดหรือตัดสินคุณค่าว่าผลการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ประสิทธิภาพสำเร็จตามแผนที่วางไว้มากน้อยเพียงใด โดยยึดเกณฑ์หรือมาตรการในการวัดผลนั้นเป็นเครื่องช่วยในการประเมินผล ซึ่งผลที่ได้จะสามารถบอกว่า การดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด การประเมินผลเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ทำให้ฝ่ายบริหารทราบผลการทำงาน พร้อมทั้งหาวิธีปรับปรุง แก้ไขหาแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น การประเมินผลเป็นการหาคำตอบให้คำถาม ซึ่งทำได้โดยการวิจัย การศึกษาผลการดำเนินงาน การประเมินผลนี้จะนำไปสู่การหาข้อเท็จจริง และผลสะท้อนที่เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการนำผลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจต่อไป ทำให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์คิดค้นหาวิธีปรับปรุงแก้ไขแนวทางการปฏิบัติให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับว่า การประเมินผลเป็นเสมือนเครื่องมือของผู้รับผิดชอบการดำเนินงานที่จะต้องใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจดำเนินงานต่อไป ในปัจจุบันโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ทำให้การประเมินผลเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น และยังสะดวกในการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อีกด้วย

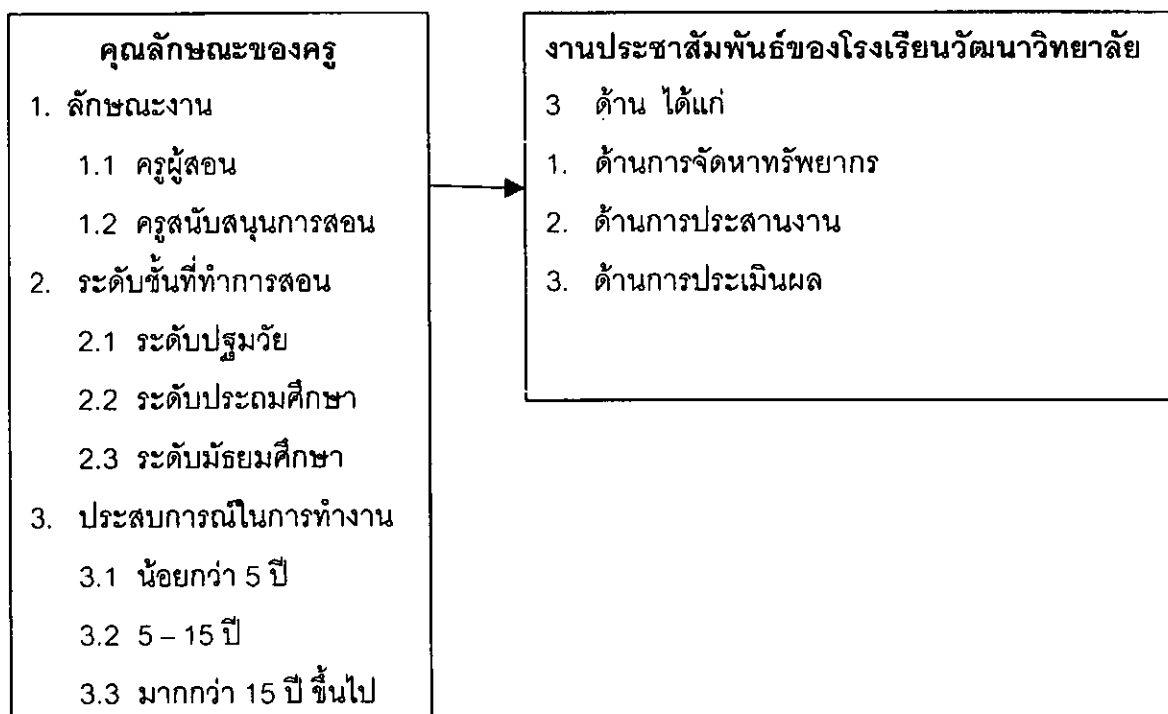
แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของครูที่มีลักษณะงานต่างกัน คือ ครูผู้สอนซึ่งจะต้องติดต่อสัมพันธ์กับนักเรียนและผู้ปกครองมากกว่าครูสนับสนุนการสอน ย่อมจะต้องมีบทบาทกับงานประชาสัมพันธ์มาก แต่ครูทั้ง 2 ลักษณะงาน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ในเรื่องการมีส่วนร่วมกิจกรรมในการเสนอตัวบุคลากรที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การเสนอจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีการรับรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ระบุ แก้วเนตร (2546: 9) กล่าวว่า ครูที่ทำงานในโรงเรียนเดียวกัน แม้คนละหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นครูผู้สอนหรือครูสนับสนุนการสอน ควรได้รับทราบแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายของโรงเรียนพร้อมเพรียงกัน เพื่อให้

งานดำเนินไปอย่างราบรื่น มีฉะนั้นงานอาจจะดูดี บกพร่อง สอดคล้องกับ เตือนตา อวยสวัสดิ์ (2541: 115) ที่กล่าวว่า ครูที่ปฏิบัติงานหน้าที่ต่างกัน ควรรับรู้แผนการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ปฏิบัติเหมือนกัน จะทำให้งานของโรงเรียนลุล่วงประสบความสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า ครูที่มีลักษณะงานต่างกัน จะมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ระดับชั้นที่ทำการสอน ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีความสนใจรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน เพราะครูทุกคนต่างปฏิบัติงานตามหน้าที่ภายใต้แผนการดำเนินงานของโรงเรียน ปิยนุช ฐาเทียนรัตน์ (2542: 17) กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน จะมีระดับความสนใจและการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานไม่เท่ากัน เช่นเดียวกับ สมศักดิ์ ขาวลาภ (2544: 120) ที่กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน จะมีการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานต่างกัน เพราะครูจะสนใจเฉพาะงานในระดับของตนเป็นส่วนใหญ่ ทำให้การรับรู้และความสนใจงานระดับอื่นๆ น้อยลง ซึ่งขัดแย้งกับ พรทิพย์ เฟื่องฟูง (2541: 132) ที่กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีความสนใจรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน เพราะครูทุกคนต่างปฏิบัติงานตามหน้าที่ภายใต้แผนการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประสพการณ์ในการทำงาน มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานนานกว่า จะมีความสามารถเข้าใจวิธีการดำเนินงาน แก้ปัญหา และจะคิดหาวิธีที่จะทำให้งานมีประสิทธิภาพได้มากกว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า มาลี จุฑา (2542: 57) ได้กล่าวว่า ประสบการณ์ทำให้เกิดการพัฒนาชีวิต ดังนั้นการที่ครูมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมากหรือได้ผ่านงานมามาก ย่อมรู้เทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานได้ดี สามารถแก้ปัญหาได้ดีกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย และจากผลการวิจัยของ ขวลิต ศรีพวงผกาพันธุ์ (2543: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานตามนโยบายประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน เฉพาะด้านการประกันประสิทธิภาพการศึกษาต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ยุพา วิริภิมย์กุล (2545: 100) ที่ศึกษาวิจัยพบว่า นักวิชาการศึกษาที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีศักยภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จึงกล่าวได้ว่า ประสบการณ์ในการทำงานของครูมีผลต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

กรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ดังแสดงในภาพประกอบ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จำแนกตามความคิดเห็นของครูที่มีลักษณะงานต่างกัน

2. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จำแนกตามความคิดเห็นของครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน

3. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จำแนกตามความคิดเห็นของครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - 1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
 - 1.2 หลักการประชาสัมพันธ์
 - 1.3 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
 - 1.4 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
 - 1.5 กระบวนการของการประชาสัมพันธ์
 - 1.6 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์
 - 1.7 ประเภทของการประชาสัมพันธ์
2. งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
 - 2.1 ด้านการจัดหาทรัพยากร
 - 2.2 ด้านการประสานงาน
 - 2.3 ด้านการประเมินผล
3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยภายในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

มีผู้นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์และคำจำกัดความที่แตกต่างและสอดคล้องกัน ดังนี้

ยอด ชนไฟโรจน์ (2540: 25) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างสถาบันหรือหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนเพื่อทราบข้อเท็จจริง นโยบายต่างๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2541: 12) กล่าวว่า ความหมายของการประชาสัมพันธ์หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร เพื่อดำเนินการเรื่องราวข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น จากสถาบันหรือหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุนและการได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว (2545: 18) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นงานที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น

พรสวรรค์ ตั้งเมตตาจิตตกุล (2542: 22) ซึ่งได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นกระบวนการสื่อสาร 2 ทาง ที่ผู้ส่งสารดำเนินการในทางสร้างสรรค์ตามแผนการสื่อสารที่กำหนดไว้ โดยปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องด้วยความสุจริตรอบคอบและหวังผลในระยะยาว เพื่อดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับสารหรือกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีของผู้ส่งสาร สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทศนคติอันดี ความเชื่อถือไว้วางใจ การยอมรับสนับสนุนและความร่วมมือกัน อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารในที่สุด

สุจิต พันธ์พรม (2542: 35) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย

มงคล ยิ้มประยูร (2541: 4) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations ซึ่งถ้าพิจารณาตามศัพท์ภาษาแล้ว ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีความหมายใกล้เคียงกัน คือ

Public = ประชาชน กลุ่มคน

Relation = สัมพันธ์ เกี่ยวข้อง

ดังนั้น คำว่า "การประชาสัมพันธ์" จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มชน เป็นการสื่อสารสาขาหนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารองค์การ เพื่อดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดี สร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อถือให้เกิดกับประชาชน

คัทลิป; และ เซ็นเตอร์ (จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2544: 209; อ้างอิงจาก Cutlip; & Center. 1987: 140. *Effective Public Relation*.) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานระดับบริหารที่ทำหน้าที่ในการประเมินทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงนโยบายและท่าทีของบุคคลหรือองค์การ ตลอดจนการดำเนินงานวางแผนและลงมือปฏิบัติตามแผนนั้น ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้าง ความเข้าใจอันดีและการยอมรับของกลุ่มประชาชน

นอกจากนี้ สมชาย ภูสุโข (2542: 13) ยังได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนคือ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจ ที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างโรงเรียนกับบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียนให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่โรงเรียนกำหนดไว้

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2547: 17) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า คือ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียน กับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่หรือกับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา รวมทั้งองค์การหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการ ดำเนินงานอย่างมีแบบแผน ต่อเนื่องและเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์ 2 ทาง

ปิยนุช รูปเทียนรัตน์ (2542: 11) กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์คือ กระบวนการที่องค์การหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้กระทำขึ้นอย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อให้เสริมสร้างความเข้าใจอันดี ดำรงไว้เพื่อทัศนคติที่ดีของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ตลอดจนให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเหล่านั้นมีการยอมรับในกระบวนการและนโยบายขององค์การด้วย โดยใช้การติดต่อสัมพันธ์ 2 ทาง อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์การหรือหน่วยงานนั้น ๆ ให้สามารถดำเนินงานต่าง ๆ ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน

\\ ไชมอน (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2544: 17; อ้างอิงจาก Simon. 1984. *Public Relation*.)

ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียว ราบรื่นและความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงานหรือสถาบัน และบุคคลอื่น ๆ ทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษหรือ ประชาชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่สามารถตีความหมายได้ และมีการแลกเปลี่ยนพัฒนาความคิดเห็นอย่างฉันทไมตรี รวมทั้งการประเมินปฏิกิริยาท่าทีของประชาชน

\\ สรุป การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างโรงเรียนกับบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างสถาบันหรือหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน และเป็นรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังเป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้สื่อสารดำเนินการในทางสร้างสรรค์ตามแผนการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง และเป็นการดำเนินงานระดับบริหารที่ทำหน้าที่ในการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

1.2 หลักการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีหลักการที่แน่นอน ชัดเจน มีผู้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์หลายท่าน ดังนี้

สมศักดิ์ ขาวลาภ (2544: 92) ได้ให้หลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 3 ข้อ คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจง เป็นการเผยแพร่เกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมการดำเนินงาน ตลอดจนข่าวความเคลื่อนไหวขององค์การและสถาบัน การบอกกล่าว ชี้แจงเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ จึงมุ่งไปทางด้านการแจ้งให้ทราบ การให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องการสนับสนุนจากประชาชน

2. การป้องกันและการแก้ไขความเข้าใจผิด มีความสำคัญมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดการเข้าใจผิดในหมู่ประชาชนย่อมเกิดขึ้นได้หลายกรณี ไม่ว่าจะเป็นความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานของหน่วยงาน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่จะต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เพื่อจะได้ป้องกันก่อนที่ปัญหาจะเกิดขึ้น และถ้าเมื่อมีการเข้าใจผิดเกี่ยวกับสถาบันเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชน จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้น อาจเกิดความเสียหายต่อสถาบันได้

3. การสำรวจประชามติ ถือเป็นหลักการประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องรู้สึกถึงความนึกคิดของประชาชน หรือเรียกว่า "ประชามติ" ต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบสิ่งไหนหรือไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบัน เพื่อสถาบันจะได้จัดการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

วිරะ อรัญมงคล (2544: 77) ได้กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ว่า หลักการประชาสัมพันธ์จะต้องประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ ได้แก่

1. การบอกกล่าวหรือเผยแพร่ให้ทราบ โดยบอกกล่าวให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การ
2. การป้องกัน แก้ไขการเข้าใจผิด องค์การจำเป็นต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์เมื่อมีสิ่งบอกเหตุว่า อาจทำให้ประชาชนมีความเข้าใจผิดขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานหรือพฤติกรรมปฏิบัติของบุคลากรในองค์การ
3. การสำรวจประชามติ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การ เพื่อจะได้ทราบว่าประชาชนต้องการหรือไม่ต้องการอะไร ประชาชนมีท่าทีต่อองค์การอย่างไร

สุนันทา เลานันท์ (2544: 192) ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักทั่วไปในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดีว่า ทุกคนสามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้ แต่ถ้าจะให้ผลดีต้องยึดถือหลักการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของความถูกต้องทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบกันและจริงใจด้วยกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน อย่าโกหก หลอกลวง หลอกล่อ ปลอมปน จ้อฉล ฯลฯ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อความสมัครสมานสามัคคี รักใคร่ ร่วมมือร่วมใจ ประสานสัมพันธ์กันของบุคลากรและมีประชาชนส่วนใหญ่เป็นเป้าหมาย
3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ รสนิยมดี ไม่หยาบคาย ไม่ยกตนข่มท่านหรือทับถมผู้อื่น หรือให้ร้ายป้ายสีหรือด้วยกลโกง
4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติหรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้แผนภาพหรือแผนภูมิประกอบการอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย น่าสนใจ
5. อย่าประชาสัมพันธ์ครั้งละหลายเรื่อง หลายแนวความคิด จะเกิดความสับสน ควรเสนอเรื่องเดียว ความคิดเดียวในแต่ละช่วง แต่ละตอน แต่ละครั้ง

6. เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ส่งให้ตรงกลุ่มชนเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เฉพาะระดับที่ต้องการ

เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา (2548: 40) กล่าวถึงหลักการโดยทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ว่าต้องประกอบไปด้วยสิ่งเหล่านี้

1. การกระทำทุกอย่างนั้นก็เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การกับบุคคลทุก ๆ คนที่องค์การจะต้องติดต่อด้วยทั้งภายในหรือภายนอกองค์การ
2. สร้างภาพพจน์ขององค์การเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือ ยอมรับและไว้วางใจ
3. ค้นหาและทำลาย ตลอดจนการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดทั้งหลายของประชาชนที่มีต่อองค์การ

4. ทำให้องค์การเกิดความมั่นคงและขยายตัวกว้างออกไปด้วยวิธีการติดต่อ เผยแพร่ข่าวสารทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ และรวมถึงการพัฒนาตนเองด้วย

จะเห็นได้ว่า หลักการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการจะมีความสอดคล้องกันเป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ถ้ากล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการนำเอาหลักการและความรู้ที่ได้ศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ รวมทั้งความเชี่ยวชาญและบุคลิกภาพส่วนตัวของผู้ที่ทำงานในหน้าที่นี้ด้วย

หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน นอกจากจะใช้หลักการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปแล้วยังมีหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่ผู้รู้หลายท่านกล่าวถึงดังนี้คือ

ระพี แก้วเนตร (2546: 20) ได้กล่าวถึงหลักในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 3 ประการคือ

1. การบอกกล่าว ชี้แจง เผยแพร่ข่าวสาร เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงและถูกต้อง ให้ประชาชนได้รู้ถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงานและกิจกรรมต่างๆ เพื่อจะได้เกิดความเข้าใจ เลื่อมใส ศรัทธา มีความรู้สึกที่ดีต่อสถานศึกษา
2. การติดต่อสื่อสาร 2 ทาง เมื่อได้เผยแพร่ข่าวสารแล้ว ควรมีการติดตามผล เพื่อจะได้รู้ว่า เมื่อกลุ่มเป้าหมายรับสารแล้วมีท่าทีความเข้าใจว่าอย่างไร เกิดผลตามที่ตั้งใจไว้หรือไม่
3. การส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดี การสร้างความเข้าใจอันดีเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน การสร้างความเข้าใจอันดีกระทำได้หลายรูปแบบ ทั้งการพบปะพูดคุยระหว่างบุคคลและการใช้สื่อต่าง ๆ

วิจิตร อวระกุล (2541: 268) ได้ให้หลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังนี้

1. ต้องดำเนินงานด้วยความบริสุทธิ์ใจและตรงไปตรงมา
2. ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
3. ตั้งตัวอยู่เสมอ พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นและรับข้อเสนอแนะของประชาชนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546: 148) ได้เสนอหลักสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 10 ประการดังนี้

1. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่
 2. ต้องรู้จักใจของกลุ่มคนต่าง ๆ ทั้งทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา
 3. ต้องรู้นโยบายขององค์การที่ตนเองเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง
 4. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ
 5. ต้องยึดหลักความจริงความซื่อสัตย์
 6. ต้องปฏิบัติติดต่อกันและสม่ำเสมอ
 7. ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนไข
 8. อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง
 9. การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลและผ่านผู้มีอิทธิพลไปสู่ประชาชน
 10. การประชาสัมพันธ์ต้องควบคู่ไปกับการพูด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับต่างประเทศ
- สำหรับชาวต่างประเทศก็มีผู้ให้หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ดังนี้

แช็คส์ (สมชาย ภูสุโข. 2542: 19; อ้างอิงจาก Sachs. 1996. *Educational Administration.*) ได้กล่าวถึงหลักในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 6 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องกระทำด้วยความซื่อสัตย์บริสุทธิ์ใจ และจะต้องเชิญให้ประชาชนได้เข้าร่วมรับรู้อย่างใกล้ชิด
2. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องมีโครงการที่เกิดจากความร่วมมือวางโครงการจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โครงการเหล่านั้นไม่ควรจะกระทำจากโรงเรียนเพียงฝ่ายเดียว
3. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการขาดตอน และมีการตรวจสอบความเห็นและความต้องการของประชาชนอย่างกว้างขวาง ในลักษณะที่เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

4. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องทำในเชิงบวก โดยต้องคำนึงถึงว่าประชาชนไม่ชอบการโต้แย้งจากผู้อื่นมากนัก ต้องเปิดใจกว้างสำหรับการแสดงความคิดเห็นและต้องแสวงหาข้อเท็จจริงโดยปราศจากความลำเอียง และจะต้องทำทุกวิถีทางให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน
5. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องตื่นตัวกับความต้องการของประชาชนอยู่เสมอ
6. พึงระลึกเสมอว่าการส่งข้อมูลข่าวสารจะต้องทำให้ผู้รับเข้าใจง่ายและเป็นเรื่องราวที่เป็นข้อเท็จจริง

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ต้องดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย รัฐบาลของหน่วยงานที่ตนทำงานอยู่ มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ รู้จักใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างถูกต้องและต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอโดยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยอมรับฟังความคิดเห็นของประชาชนตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และมีการประเมินผลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

สรุปหลักการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินวิธีค้นหาข้อเท็จจริงเพื่อนำข้อมูลไปกำหนดวางแผนที่จะให้องค์การหรือสถาบันเกิดภาพพจน์ที่ดีในทุกด้าน อันเป็นผลให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องมีการยอมรับในองค์การอย่างมั่นคง และการดำเนินงานทุกครั้งต้องมีการประเมินผลเพื่อหาข้อบกพร่อง นำไปสู่การวางแผนเพื่อดำเนินงานในครั้งต่อไป

1.3 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีฐานะเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการบริหาร โดยเฉพาะปัจจุบันสังคมมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ตามหลักการที่เหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ได้มีผู้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2541: 83) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์จะให้ข้อมูลได้ชัดเจน ช่วยสร้างข้อได้เปรียบหรือความแตกต่างทางการแข่งขัน

รวินค์ ศรีทองรุ่ง (2543: 27) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนเอื้ออำนวยให้เกิดการเข้าใจกันและความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพราะมนุษย์ยากที่จะประสบความสำเร็จได้จากการทำงานตามลำพังเพียงคนเดียว โดยปราศจากการยอมรับ ความเข้าใจและความสนับสนุนร่วมมือจากผู้อื่น

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545: 37) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า

1. ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่สำคัญซึ่งเกี่ยวกับสื่อที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อที่สถาบันสามารถจัดการผลิตเองได้และสื่อมวลชน
2. ทำให้นักประชาสัมพันธ์ได้รู้จักประชาชนกลุ่มเป้าหมายของสถาบันได้อย่างถูกต้องรัดกุม ทั้งพื้นความรู้ ความรู้ลึกนึกคิดและพฤติกรรมที่มีต่อสถาบัน ตลอดจนพฤติกรรมการสื่อสาร
3. ทำให้นักประชาสัมพันธ์มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องปฏิทินเวลาต่าง ๆ สอดคล้องกับโอกาสและวาระต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง
4. สามารถเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งเหตุผลและจัดลำดับความสำคัญ เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน และมีประโยชน์ต่อการเสริมสร้าง รักษาและแก้ไขภาพลักษณ์
5. สามารถส่งเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสาร 2 ทาง ไป – กลับ ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะแฝงไว้ด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ชนบทพันธุ์ เอี่ยมโสภาส (2548: 5) กล่าวว่า จากการที่ประชาสัมพันธ์ได้ถูกนำไปใช้ในองค์การแทบทุกแห่งอย่างกว้างขวางและต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานนั้น ย่อมเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อองค์การในหลายประการดังต่อไปนี้

1. ทำให้ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ได้รู้จักองค์การ ตระหนักถึงชื่อเสียงเกียรติคุณและมีความรู้ความเข้าใจในงานที่องค์การปฏิบัติ
2. สามารถชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้เห็นถึงคุณค่าขององค์การ ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ (สถาบันการศึกษา, บริการขนส่งมวลชน, สถาบันการเงินหรือสายการบิน)
3. เรียกร้องให้ประชาชนให้การสนับสนุนกับสิ่งที่องค์การกำลังดำเนินงานอยู่ อาทิ การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานกับโครงการพลังงานหาร 2 ของสำนักงานคณะกรรมการพลังงานแห่งชาติ การอนุรักษ์ช้าง ช่วยเหลือช้างที่บาดเจ็บ พิกการของมูลนิธิเพื่อนช้าง โครงการโรงเรียนสีเขียว โครงการห้องเรียนสีเขียว เป็นต้น
4. แก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์การ เพื่อเรียกศรัทธาในองค์การให้กลับคืนมา เช่น แก้ไขความเข้าใจผิดเมื่อเกิดข่าวลือ ว่าโรงงานซึ่งเป็นโรงงานอุตสาหกรรมปล่อยน้ำเสียลงในลำคลองสาธารณะ กรณีที่มีผู้ไม่ประสงค์ดีปลอมปนยาพิษลงในยาของบริษัทจอห์นสัน แอนด์

จอห์นสัน จำกัด (เหตุการณ์เกิดขึ้นในต่างประเทศ) สถานศึกษาที่นักเรียนมีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นกระบวนการที่จะสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในการดำเนินงานแบบกัลยาณมิตรระหว่างโรงเรียนและชุมชน เป็นการกระทำที่จะช่วยให้ชุมชนได้รับทราบถึงเรื่องราว โครงการและการดำเนินงานต่างๆของโรงเรียน ดังนั้น จึงมีผู้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังนี้

บุษบา สุธีธร (2545: 19) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า โรงเรียนเป็นเสมือนครอบครัวที่ 2 ของเด็กและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องติดต่อกับประชาชนหลายกลุ่ม ได้แก่ ผู้ปกครอง นักเรียน ครู หน่วยงานอื่นๆ ตลอดจนประชาชนในชุมชน จึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างกันและกัน

ศิริพร เสนาะโสดร (2540: 12) ได้ให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า ในฐานะที่โรงเรียนเป็นหน่วยหนึ่งของสังคม ซึ่งตั้งอยู่ได้ด้วยความเชื่อถือและความร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงเรียนในการที่จะกระตุ้นให้ประชาชนหันมาสนใจ และให้ความร่วมมือในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน

ปิยนุช ฐาปเทียนรัตน์ (2542: 15) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า ในสังคมประชาธิปไตย ที่อำนาจอธิปไตยเป็นของประชาชนนั้น การดำเนินงานของรัฐบาลเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องแจ้งให้ประชาชนทราบ โรงเรียนซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเช่นกัน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ประชาชนในชุมชนได้รับทราบเกี่ยวกับกิจการที่ได้ดำเนินไป และหากสามารถทำความเข้าใจกับชุมชนได้อย่างดีแล้ว โรงเรียนก็เป็นศูนย์รวมการสร้างสามัคคี ความร่วมมือร่วมใจระหว่างครู นักเรียน ผู้ปกครองและประชาชน อันจะทำให้ผลการจัดการศึกษาประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง

กูดแลด (สมชาย ภูสุโข 2542: 3; อ้างอิงจาก Goodlad. 1984. *Place Called School Prospects for the Future*.) ได้ศึกษาสภาพการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในสหรัฐอเมริกาและชี้ให้เห็นว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโรงเรียน โรงเรียนไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตามลำพัง แต่จะต้องอาศัยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดจากทางวัดและบ้าน หากปราศจากความร่วมมือ ความเข้าใจอันดีจากสถาบันศาสนาและสถาบันครอบครัวดังกล่าว การปรับปรุงที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในโรงเรียนก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ ฉะนั้น โรงเรียนจึงต้องมีการจัดการประชาสัมพันธ์ที่ดีด้วย

แฮนสัน (สมชาย ภูสุโข. 2542: 3; อ้างอิงจาก Hanson. 1991: 237. *Educational Administration*.) เป็นผู้หนึ่งที่มีความสำคัญแก่ชุมชนที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียน โดยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารโรงเรียนได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ชุมชน โดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ

สรุป ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันให้เกิดกับบุคคลทุกฝ่าย ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน ด้วยผลงานหรือโดยการรายงานผลการปฏิบัติงานด้วยข้อมูลที่ชัดเจน นำมาให้เห็นผลสัมฤทธิ์และประสิทธิภาพของการดำเนินงานของสถาบัน อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งของการประชาสัมพันธ์

1.4 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากงานด้านประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างองค์การกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปจึงมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

ณัฐพันธุ์ เชนันนท์ (2544: 50) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์การ
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ
3. เพื่อป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน
4. เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและ

ตลอดเวลา

5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน
หุ้นส่วนที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มตลอดเวลา

6. เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคม
7. เพื่อสร้างความไว้วางใจ เชื่อถือได้จากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่พนักงาน

และประชาชน

ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 44) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่า

1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมและให้สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งสาธารณชนนั้นจะต้องประกอบไปด้วยประชาชนที่เป็นสมาชิกขององค์การและประชาชนภายนอกองค์การ

2. เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์การ และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์การเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมย์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม เป็นการกระทำที่ดีและสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าให้แก่สังคม

3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน เช่น การเสนอร่างกฎหมายการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่าง ๆ ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ย่อมได้รับความร่วมมือและการสนับสนุน ฉะนั้น การตรวจสอบและการประเมินผลความคิดเห็นหรือประชามติของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์การ ซึ่งจะนำมาสู่ภาพพจน์ขององค์การในที่สุด

เสรี วงษ์มณฑา (2546: 21) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับองค์การ
2. เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความศรัทธา ความชื่นชมในองค์การ รวมถึงความเข้าใจที่ดีต่อกันเพื่อเป็นการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจองค์การ ป้องกันการเข้าใจผิด ๆ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ความร่วมมือ สนับสนุน

ตุลา มหาพสุธานนท์ (2545: 152) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

ความนิยมจากประชาชนเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานและความอยู่รอดของสถาบัน วัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์สถาบันจึงเป็นสิ่งที่นำไปเพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนหรือกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงของสถาบันมิให้เสื่อมเสีย

ชื่อเสียงขององค์การ สถาบันนับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก หน่วยงาน สถาบันบางแห่งถึงกับยอมเสียผลประโยชน์สำคัญต่าง ๆ บางประการไป เพื่อแลกกับการรักษาชื่อเสียงของสถาบัน ทั้งนี้เพราะชื่อเสียงของสถาบันย่อมมีส่วนเกี่ยวพันเชื่อมโยงไปถึงภาพลักษณ์ขององค์การสถาบันด้วย หากสถาบันมีชื่อเสียงทางลบหรือเสื่อมเสีย ภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อสถาบันแห่งนั้นย่อมเป็นไปในทางลบหรือในทางไม่ดีเช่นกัน ประชาชนอาจมีความรังเกียจ ซึ่งจะไม่อยากคบค้าสมาคมด้วย หรืออาจไม่ให้ความร่วมมือแก่องค์การสถาบันนั้น ๆ ได้ เพราะเกิดความไม่ไว้วางใจหรือเคลือบแคลงสงสัยในชื่อเสียง พฤติกรรมขององค์การสถาบันแห่งนั้น

3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

ความสัมพันธ์ภายใน ในที่นี้หมายถึง ความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงานหรือบุคลากรของสถาบันเอง ซึ่งการประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร สถาบันจะดีไปไม่ได้เลย หากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร สถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริหารและการดำเนินงานขององค์กร สถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่บุคลากรภายในสถาบันมีความเข้าใจนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

ฟรีเชียร์; และ แคนฟิลด์ (วิรัช ลิขิตนกุล. 2546: 151; อ้างอิงจาก Frezier; & Canfield. 1977. *Public Relations*.) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน สถาบันต่าง ๆ มีดังนี้

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้ประชาชนกลุ่มที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าหรือค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับในคุณภาพ อันจะมีส่วนทำให้เป็นการเพิ่มปริมาณทางอ้อมด้วย
5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง เพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

เนื่องจากโรงเรียนเป็นสถานที่ให้บริการแก่สังคม โดยทำหน้าที่ในด้านการจัดการให้การศึกษา ดังนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้

วิจิตร อวระกุล (2541: 267) กล่าวว่า ความมุ่งหมายของการดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่

1. เพื่อให้นักเรียน ครู ผู้ปกครอง เข้าใจระเบียบ เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้อง มีกฎระเบียบ ให้รู้ให้เข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชน ได้ทราบเกี่ยวกับการ ดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ เลื่อมใส ความนิยม มั่นใจใน โรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไป
4. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ เป็นหน้าที่ในฐานะเป็นประชาชนคนหนึ่งในท้องถิ่นที่จะต้องให้ความร่วมมือ ให้ความสนใจ เข้ามามีส่วนดูแลและช่วยจัดการศึกษาของโรงเรียน
5. เชิญชวนและส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือ เกื้อกูล โรงเรียนในเรื่องของการศึกษา อาจเป็นการช่วยเหลือด้วยกำลังกาย จิตใจ วัสดุ แรงงาน ตลอดจนเงินตรา
6. ส่งเสริมให้ครูกับนักเรียนและผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน เพื่อช่วยกัน แก้ปัญหาการศึกษาของเด็ก ครู โรงเรียนและบ้าน
7. เพื่อให้โรงเรียนมีนโยบายเปิดประตู (open door policy) โดยเป็นศูนย์กลาง การบริการประชาคมทางด้านการศึกษา วัฒนธรรมและบริการ
8. เพื่อให้โรงเรียนมีโอกาสสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการ ศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้นได้อย่างแท้จริง
9. ช่วยแก้ไขข้อขัดแย้งบรรดาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่าง ๆ ที่นักเรียน ผู้ปกครอง ครู ประชาชนมีต่อโรงเรียนให้สิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียนด้วยความชื่นชม มีความ เชื่อถือและนิยมยกย่อง เพื่อเรียกร้องการสนับสนุน
10. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นทั่วไปอย่างไม่จำกัด โดยถือว่า โรงเรียนเป็นของชุมชน เพื่อชุมชน บริหารโดยผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น
11. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่างๆได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการศึกษาให้เป็นไปตามแนวความคิดความต้องการของสังคม ท้องถิ่น ชุมชน มิใช่เพียงเพื่อแต่เป็นไปตามความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

ศิริพร เสนาะไสด์ (2540: 13) ได้กล่าวถึงความจำเป็นในการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์และสร้างภาพพจน์ที่ดีของสถาบัน
2. เพื่อความมีระบบ ระเบียบ ความซื่อสัตย์ และมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องที่จะให้การศึกษากับประชาชนในชุมชน ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมาย โครงการศึกษา ปัญหาและสัมฤทธิ์ผลของโรงเรียน
3. เพื่อค้นหาแนวทางความคิดของประชาชนในชุมชนที่มีต่อโรงเรียน และความต้องการของชุมชนที่จะให้โรงเรียนจัดการศึกษา
4. เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมระหว่างโรงเรียนกับชุมชนและบุคคลในอาชีพต่าง ๆ ในอันที่จะปรับปรุงและขยายกิจการงานของโรงเรียนให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

สะอาด แสงรัตน์ (2540: 17) วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนก็เพื่อที่จะให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นครูอาจารย์ นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนที่ใกล้ชิดกับโรงเรียนได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ ระเบียบต่าง ๆ ของการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานและสร้างเสริมความสัมพันธ์ ความใกล้ชิด ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้เกิดความสามัคคีในการปฏิบัติงานและการอยู่ร่วมกัน ช่วยป้องกันแก้ไขปัญหาการขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากความไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดระหว่างโรงเรียนกับบุคคลต่าง ๆ และชุมชน ทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อถือ ความนิยม ความศรัทธา อันเป็นแนวทางให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการสร้างผลงาน ตลอดจนปกป้องชื่อเสียงและส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ประสานสัมพันธ์ของบุคคลทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาการจัดการศึกษาให้ดียิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ มุ่งการบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน ตลอดจนความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องทราบเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดี เรียกร้องความร่วมมือร่วมใจ การสนับสนุน ทั้งยังเป็นการป้องกันปัญหาและแก้ไขความเข้าใจผิดที่อาจจะเกิดขึ้นได้อีกด้วย

1.5 กระบวนการของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีกระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กว้างขวาง ลึกซึ้งและละเอียดอ่อน ดังนี้

ประวัติ เอรารวรรณ์ (2545: 125) กล่าวว่า กระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถแยกได้เป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. การหาข้อมูล เป็นการตรวจสอบความรู้สึกนึกคิดของประชาชนก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ เป็นการหยั่งถึงความรู้สึกนึกคิด ทศนคติและปฏิกิริยาของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานและนโยบายขององค์การ ตลอดจนศึกษาถึงสิ่งที่จะต้องกระทำเพื่อเป็นการค้นหาว่าอะไรคือปัญหาขององค์การที่จะต้องได้รับการจัดทำหรือแก้ไข
2. การวางแผนหรือการจัดแผนงาน เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้มากำหนดนโยบายและจัดแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ จึงเป็นการพิจารณาว่า องค์การจะสามารถทำอะไรได้แค่ไหนและทำอย่างไร ซึ่งการวางแผนนั้นจะต้องคำนึงถึงความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การที่จะเป็นตัวชี้นำถึงการดำเนินงานทุกประเภทขององค์การนั้นๆ ควบคู่ไปด้วย
3. การสื่อสาร เป็นการนำเอาแผนงานที่ได้กำหนดไว้มาดำเนินการสื่อสารและเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบ เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีและชักจูงให้ประชาชนให้การสนับสนุนหรือมีความนิยมชมชอบในองค์การ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความเข้าใจลักษณะของการสื่อสารเป็นอย่างดีเพื่อผลในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เวลา สถานที่และประชาชนเป้าหมาย จึงเป็นการพิจารณาว่าจะต้องทำอะไร
4. การประเมินผล เป็นการประเมินผลเพื่อพิจารณาว่างานประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการสื่อสารไปแล้วนั้นได้ผลอย่างไร ผลจากการประเมินจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานในครั้งต่อไป ซึ่งการประเมินผลนี้จะนำกลับไปสู่ขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์คือการหาปฏิกิริยาตอบกลับ เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546: 216 – 217) ได้จัดกระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอนเช่นกัน ดังนี้

1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น เป็นขั้นตอนของการดำเนินงานขั้นแรก เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง ข้อมูลต่างๆที่ได้มาจากการวิจัยและรับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประขาติ ความคิดเห็น ทศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่อการดำเนินงานหรือต่อนโยบายขององค์การ สรุปแล้ว งานในขั้นนี้ก็คือการถามตนเองว่า "องค์การของเรามีปัญหาอะไรบ้าง"

2. การวางแผนและการตัดสินใจ การดำเนินงานในขั้นนี้เป็นการดำเนินงานต่อจากขั้นตอนขั้นแรก เป็นการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ค้นคว้ารวบรวมมาได้นั้นมาพิจารณาประกอบการวางแผนกำหนดนโยบายและโครงการขององค์การ ซึ่งจะช่วยให้องค์การสามารถกำหนดนโยบายและโครงการที่มีประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สรุปแล้วงานในขั้นนี้ก็คือ การถามตัวเราเองว่า "เราจะทำอะไรลงไปได้บ้าง"

3. การติดต่อสื่อสาร การดำเนินงานในขั้นนี้คือ การปฏิบัติการสื่อสารกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการตามแผนหรือโครงการที่กำหนดไว้ งานในขั้นนี้จึงเป็นการถามตัวเองว่า "เราได้ทำอะไรลงไปและกระทำไปทำไม"

4. การประเมินผล งานในขั้นตอนนี้เป็นงานในขั้นตอนสุดท้าย เป็นการวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเราที่ได้ทำไปแล้วทั้งหมดนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว เป็นการถามตัวเองว่า "เราทำลงไปแล้วได้รับผลอย่างไรบ้าง"

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักประชาสัมพันธ์ในเรื่องการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ คัทลิป; และ เซ็นเตอร์ (เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา. 2548: 41; อ้างมาจาก Cutlip; & Center. 1987: 139. *Effective Public Relations*.) ซึ่งได้แบ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิจัย – การรับฟัง (Research – Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning – Decision Making) เป็นขั้นตอนของการวางแผนและตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่
3. การสื่อสาร – ลงมือปฏิบัติ (Communication – Action) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่ 2 โดยใช้เครื่องมือ เทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร
4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่างานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปแล้วนั้น ได้ผลดีมาน้อยเพียงใด

ส่วน มาส์ตัน (จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2544: 78; อ้างอิงจาก Marston. 1979. *Modern Public Relations*.) ได้สร้างสูตรสำหรับกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่จะนำความสำเร็จมาสู่อาชีพนี้ โดยเรียกว่าสูตร R – A – C – E

R หมายถึง การวิจัย (research)

A หมายถึง การกระทำ (action)

C หมายถึง การสื่อสาร (communication)

E หมายถึง การประเมินผล (evaluation)

จากแนวทางกระบวนการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ ต่อมา มีนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ได้นำวิธีการมาพัฒนาโดยอาศัยกระบวนการเดิมเป็นสำคัญ เพียงแต่มีข้อปลีกย่อยแตกต่างกันออกไป แนวคิดของนักวิชาการทั้งหลาย ที่ถึงแม้จะมีข้อปลีกย่อยแตกต่างกันบ้าง แต่แนวคิดส่วนใหญ่ก็มักใกล้เคียงกัน

ส่วนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนนั้น ปัจจุบันโรงเรียนทุกแห่งได้จัดให้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนขึ้น ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนแต่ละแห่งต่างก็จัดกระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสม มีผู้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดกระบวนการจัดงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนต่าง ๆ ดังนี้

ระพี แก้วเนตร (2546: 6) ได้กำหนดกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านผักแพว (คุรุราษฎร์รังสฤษฏ์) อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การแสวงหาข้อมูล เป็นการกำหนดรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิดเห็น ระเบียบโรงเรียน ข่าวภาพกิจกรรมผลงานโรงเรียนและการตรวจวิเคราะห์ ติดตามข่าวสาร สภาพแวดล้อม การจัดระบบข้อมูลข่าวสารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2. การวางแผนงาน เป็นการกำหนดแนวปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อให้การดำเนินงานและการปฏิบัติเป็นไปตามแผน บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

3. การสื่อสาร เป็นการติดต่อ การเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมผลงาน ระเบียบนโยบาย ความรู้ ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ให้ดำเนินเป็นไปตามแผนปฏิบัติงาน โดยใช้สื่อกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงาน

4. การประเมินผล เป็นการสำรวจ การตรวจสอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อศึกษาดูว่ามีความพร้อม ความก้าวหน้า มีปัญหาอุปสรรคและผลงานมากน้อยเพียงใด

เนตร์พัฒนา ยาวีราข (2547: 13-17) ได้เสนอกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ การรวบรวมข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่มีอยู่ เพื่อเป็นการเรียนรู้สภาพของหน่วยงานนั้น ว่าสมควรทำการประชาสัมพันธ์อย่างไร การรวบรวมดังกล่าวจะต้องทำด้วยวิธีที่จะให้ข้อมูลเป็นจริง ที่มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้จริง ๆ

การแสวงหาข้อมูลนี้ครอบคลุมแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1.1 หลักฐานที่ปรากฏอยู่ ได้แก่ ข่าวต่าง ๆ ที่ปรากฏตามหนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์หรือในนิตยสาร วารสารต่าง ๆ รายงานของฝ่ายต่าง ๆ รายงานประจำปีและรายงานของหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง

1.2 ข้อมูลที่ต้องมีการสืบหาอย่างมีแผน ตามปกติแล้วข้อมูลประเภทนี้หมายถึง ข้อมูลที่ต้องการใช้เพื่อการตัดสินใจวางแผนโดยตรง ได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มประชาชนเหล่านี้จะมีจำนวนมาก ดังนั้น จึงต้องมีการสุ่มตัวอย่างโดยต้องอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้าช่วย ข้อมูลที่ดีจะต้องมีการผสมผสานศึกษาเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลทั้ง 2 แหล่ง ถ้าข้อมูลทั้ง 2 มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือใกล้เคียงกัน การสรุปข้อมูลจะมีน้ำหนักมากขึ้น แต่ถ้าข้อมูลขัดแย้งหรือแตกต่างกัน ก็มีผลสรุปและการให้ความมั่นใจในความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยการตรวจสอบให้รอบคอบอีกชั้นหนึ่ง

ซึ่งข้อมูลที่ดีจะทำให้ทราบว่

1.2.1 สถาบันกำลังเผชิญปัญหาอะไรบ้าง มีสาเหตุมาจากอะไร

1.2.2 ประชาชนกลุ่มต่างมีทัศนคติอย่างไรต่อสถาบันหรือปัญหานั้น ๆ และมีความรุนแรงมากน้อยเพียงไร

1.2.3 ผู้ประชาสัมพันธ์มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันครบถ้วนสมบูรณ์แล้วหรือยัง ทั้งด้านประวัติ พัฒนาการ การบริหาร นโยบาย ศักยภาพ จุดเด่นและจุดด้อยของสถาบัน

1.2.4 วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานของสถาบันคืออะไร เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ / เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์อย่างไร สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงหรือไม่ สามารถแก้ไขปัญหที่กำลังเผชิญอยู่ และสามารถพัฒนาให้สถาบันมีชื่อเสียงที่ดี ได้รับความนิยม ศรัทธาและการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างไร

เมื่อได้รับคำตอบจากคำถามเหล่านี้แล้ว ก็จะนำไปสู่กระบวนการดำเนินงานขั้นต่อไป

2. การวางแผน เป็นขั้นตอนที่ 2 ของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต่อจากการแสวงหาข้อมูล คำว่าการวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นหมายถึง การกำหนดวิธีปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้นมีความสอดคล้องต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชาสัมพันธ์นี้อย่างน้อยจะต้องระบุกิจกรรมต่างๆ พร้อมกำหนดเวลาและรายละเอียดต่างๆ ที่เหมาะสม

จากความหมายของการวางแผนประชาสัมพันธ์นี้ จะพบองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ

2.1 มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นการควบคุมให้มีการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ อย่างรอบคอบ โดยระบุว่าจะต้องทำอะไรบ้าง จะใช้คน เวลา งบประมาณและเครื่องมืออุปกรณ์อะไรบ้าง มีกลยุทธ์หรือกลวิธีอะไรบ้าง อนึ่ง การกำหนดวิธีการปฏิบัตินี้ควรมีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะปรับหรือพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันด้วย

4.3 มีการระบุกิจกรรมพร้อมกำหนดเวลาและรายละเอียดที่เหมาะสม ซึ่งในส่วนนี้ก็จะเป็นการขยายความวิธีการปฏิบัติให้ดีขึ้น โดยระบุว่ากิจกรรมหนึ่ง ๆ นั้นควรมีลักษณะเช่นไร จะจัดให้มีเมื่อไร นอกจากนี้แล้วผู้วางแผนอาจจะระบุรายละเอียดอื่นที่เหมาะสมในแผนอีกก็ได้ เช่น กลุ่มประชาชนเป้าหมาย กลยุทธ์หรือกลวิธี ผู้รับผิดชอบกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

2.3 มีความสอดคล้องต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละครั้ง (อาจมีความหมายเป็นการดำเนินงาน 1 ปี หรือเป็นการดำเนินงาน 1 ครั้ง ก็ได้ เช่น การจัดนิทรรศการ) จะประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งแต่ละกิจกรรมนี้ต่างก็มีจุดมุ่งหมายหรือผลประโยชน์เฉพาะส่วนตัวของงานอยู่แล้ว แต่ประเด็นที่กล่าวในที่นี้คือ กิจกรรมทั้งหลายนั้นจะต้องมีความสอดคล้องต่อเนื่องซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น การจัดนิทรรศการ อาจประกอบด้วยภาพโปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ การสาธิต เป็นต้น

สำหรับการต่อเนื่องหมายถึง การที่มีการจัดกิจกรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการหยุดหรือไม่มีกิจกรรมเป็นระยะเวลานาน ๆ ทั้งนี้ เพื่อการประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพราะหากขาดการประชาสัมพันธ์นาน ๆ อาจเปิดโอกาสให้เกิดช่องว่างทางข่าวสาร เช่น กรณีข่าวลือ อันทำให้ประชาชนเกิดการเข้าใจผิดต่าง ๆ ขึ้นได้

3. การดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่ 3 หลังจากที่ได้กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ที่แน่นอน ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับในหมู่บุคคลที่เกี่ยวข้อง

เมื่อกล่าวถึงการดำเนินงาน ในที่นี้หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายด้วยการให้ข่าวสาร สารความรู้ ความเข้าใจ ความบันเทิงและเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถาบัน โดยสถาบันจะต้องส่งข่าวสารทั้งหลายผ่านสื่อไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ทั้งนี้ยังมีความหมายรวมไปถึงการรับฟังความคิดเห็น หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายตามที่มีข่าวสารนั้น ๆ กลับมายังสถาบัน

การดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่

3.1 สภาพและประเภทของสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น

3.1.1 สื่อต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยพิจารณาว่าหน่วยงานนี้มีสื่ออะไรอยู่บ้าง และมีความพร้อมมากน้อยเพียงใด เช่น มีวารสารหรือจดหมายข่าว ซึ่งสามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารแก่พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นและบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือการได้รับสิทธิพิเศษในการมีรายการวิทยุ เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร สารความรู้ของหน่วยงานนั้น หรือมีระบบเสียงตามสายภายในหน่วยงาน เป็นต้น

3.1.2 สื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ วารสาร นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น ในสื่อมวลชนแต่ละประเภทยังอาจจำแนกให้ลึกซึ้งขึ้นไปอีก เช่น หนังสือพิมพ์ ยังมีการแบ่งหนังสือพิมพ์ที่เน้นคุณภาพและเน้นปริมาณ หรือแบ่งตามพื้นที่การเผยแพร่หรือแบ่งตามอาชีพและลักษณะของกลุ่มผู้อ่าน เป็นต้น

3.2 ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อเหล่านั้น การดำเนินงานโดยอาศัยสื่อแต่ละประเภทจะยังผลทั้งทางด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลแตกต่างกัน ดังนั้น การเลือกสื่อจะต้องพิจารณาตัวแปรเหล่านี้ คือ เนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมการรับข่าวสาร บุคลากรที่พร้อมและมีอยู่ (ทั้งปริมาณและคุณภาพ) เวลา งบประมาณ สภาพเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม (สังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม)

4. การประเมินผล เมื่อมีการกระทำ เป็นข่าวเผยแพร่ออกไปแล้ว ปัญหาที่ตามมาสำหรับการประชาสัมพันธ์ก็คือ ข่าวหรือกิจกรรมนั้น ๆ มีผลต่อความคิดของประชาชนอย่างไร มีใครให้ความสนใจบ้าง ให้ความสนใจมากน้อยเพียงใด มีปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างไรหรือไม่ ภาพพจน์ของหน่วยงานจะดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร คำตอบต่อคำถามเหล่านี้เป็นการประเมินผลของงานที่ทำไปแล้ว

การประเมินผลหมายถึง การตัดสินคุณค่าของการกระทำใด ๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินคุณค่านั้น

จากความหมายนี้ กล่าวได้ว่า การประเมินผลนั้นต้องประกอบด้วย

1. ข้อมูล
2. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล
3. การตีความหมายและตัดสินคุณค่า

วิธีที่ใช้ในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ มีด้วยกัน 2 วิธีคือ

1. วิธีการประเมินที่อาศัยการสังเกต เป็นวิธีที่อาศัยการสังเกตและความชำนาญเป็นหลักมากกว่าการใช้เหตุผล ปกติวิธีนี้จะอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่พอจะเห็นหรือหาได้รอบตัวของผู้ประชาสัมพันธ์เอง เช่น ข่าวตามหนังสือพิมพ์ จดหมาย วิจารณ์หรือแสดงความคิดเห็น รายงานหรือความคิดเห็นของบุคคลที่พบปะ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ก็สามารถสะท้อนอะไรบางอย่างได้บ้าง

การประเมินผลประเภทนี้เป็นการประเมินผลแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่ค่อยจะได้รับความนิยมหรือยอมรับสำหรับผู้บริหาร หรือบริษัทที่ทำอาชีพอย่างนี้ ทั้งนี้เป็นการประเมินผลแบบการนำความคิดเห็นส่วนตัวหรืออารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง แต่วิธีนี้ก็นิยมปฏิบัติกัน เพราะง่าย สะดวก ไม่เสียเวลาและงบประมาณในการประเมินผล ถ้าหากเข้าใจถึงการจัดทำการประเมินผลแบบนี้ และใช้รายงานวิจัยหรือหลักฐานที่น่าเชื่อถืออื่น ๆ มาผสมผสานกับหลักฐานที่มีอยู่ได้ดีแล้ว การประเมินเช่นนี้ก็มีคุณค่ามาก

2. วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ วิธีนี้เป็นวิธีที่ยอมรับว่าสามารถนำข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรงมาตัดสินคุณค่าได้ดี วิธีนี้มีระเบียบวิธีที่ปราศจากความลำเอียง มีการควบคุม มีหลักฐานและเป็นระบบ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการแสวงหาข้อมูล

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 4 ช่วงเวลาด้วยกัน คือ

1. ก่อนเริ่มโครงการ ในที่นี้มิได้มีความหมายถึงการแสวงหาข้อมูล ซึ่งเป็นขั้นตอนแรก แต่เป็นการประเมินก่อนเริ่มโครงการพิเศษเช่น โครงการรณรงค์การใช้เครื่องมือป้องกัน (แว่นตา ถุงมือ เครื่องกรองอากาศหายใจ) ในโรงงาน ซึ่งเป็นโครงการย่อยของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นต้น การประเมินนี้ยังสามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 การประเมินสภาวะแวดล้อม เป็นการประเมินสภาพความต้องการและความจำเป็นในปัจจุบัน ว่ามีความจำเป็น / ลำคัญในการจัดทำโครงการนี้นาน้อยเพียงไร โดยการประเมินนั้นจะให้ความสำคัญต่อสภาพของสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเป็นสำคัญ

1.2 การประเมินสิ่งป้อนเข้า เป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งสามารถนำมาใช้กับโครงการได้ ทั้งนี้จะช่วยให้การวางแผนเป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม การประเมินนี้จะเกี่ยวข้องกับบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และการจัดการเป็นสำคัญ

2. ระหว่างการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเพื่อเรียนรู้ถึงความสำเร็จ ข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรคของงานที่ทำไปแล้วบางส่วนเพื่อหาทางแก้ไข ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเพื่อจะได้ก้าวต่อไปในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. เมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดเวลาที่กำหนดของโครงการใดโครงการหนึ่ง เป็นการสรุปว่าได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงใด บรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

4. การตรวจสอบประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ประจำปี เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องไม่มีสิ้นสุด ดังนั้น การประเมินในแต่ละปีจะสามารถเปรียบเทียบถึงความก้าวหน้า ความสำเร็จ ตลอดจนแสดงถึงปัญหา อุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการดำเนินงานในปีต่อไป การประเมินผลประเภทนี้มีลักษณะการผสมผสานของการประเมินผลของ 2 วิธีแรก

ลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ ลักษณะของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นี้ สามารถจำแนกเป็นขั้นตอนได้ 4 ขั้นตอนตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงอาจเป็นสาเหตุให้เข้าใจได้ว่า เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนสุดท้ายคือการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์แล้ว งานประชาสัมพันธ์จะสิ้นสุดลง การเข้าใจดังกล่าวนี้เป็นการเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ทั้งนี้ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นการดำเนินงานที่ต่อเนื่องเช่นนี้ต่อไปเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด

สรุป กระบวนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การหาข้อมูล วางแผนเลือกวิธีที่จะปฏิบัติ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่สามารถไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพื่อประสานความเข้าใจกันระหว่างองค์การหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน และประเมินผลในขั้นตอนสุดท้ายเพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่ สำหรับเป็นข้อมูลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน แม้จะมีหลายขั้นตอน แต่กระบวนการที่สำคัญก็คือการวางแผนเตรียมงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนและสุดท้ายต้องประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อจะได้นำข้อมูลไปจัดการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนครั้งต่อไป

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ มีขั้นตอนคล้ายกับกระบวนการบริหารงานทั่วไป ได้แก่ การจัดหาทรัพยากร การประสานงาน และการประเมินผล

1. การจัดหาทรัพยากร

การจัดสรรทรัพยากรจะเป็นไปตามความต้องการ ความจำเป็น เพื่อให้การปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย

วิช ลภีรัตนกุล (2546: 68) กล่าวว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรเพื่อการประชาสัมพันธ์มีอย่างน้อย 7 ประการ ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ อำนาจหน้าที่ เวลา กำลังใจในการทำงานและความสะดวกต่าง ๆ ส่วนในเชิงการบริหารธุรกิจนั้น ปัจจัยการบริหารมีเพียง 6 ประการได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ วิธีการจัดการ ตลาดและเครื่องจักร

1.1 บุคคล

คนเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง บุคคลที่รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์เฉพาะตัวเป็นพิเศษที่แตกต่างจากบุคคลอื่นๆ อยู่บ้าง เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวกับคนทุกระดับชั้น

รวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง (2543: 75) กล่าวว่า การจัดคนเข้าทำงานในหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรจัดทำเป็นกระบวนการ คือ การวางแผนกำลังคน การแสวงหาบุคคลเข้าทำงาน การคัดเลือกบุคคล การโยกย้ายและการเลื่อนขั้น และการพัฒนาบุคลากร และเนื่องจากการทำงานย่อมมีการโยกย้าย ลาออก ถูกปลด เกษียณหรือตาย เพราะฉะนั้น ในการจัดคนเข้าทำงาน ประชาสัมพันธ์ควรเป็นงานที่ต่อเนื่องด้านกระบวนการ

วิจิตร อาวะกุล (2541: 240) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ใน 3 ด้าน คือ ความรู้ ความสามารถและบุคลิกภาพ

ด้านความรู้ จะต้องเป็นผู้ที่ได้ศึกษาศาขการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ มีความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งการเข้าสมาคม มีความคิดที่ไม่หยุดนิ่ง มีความคิดใหม่ ๆ มีสามัญสำนึกด้วยเหตุด้วยผล มีทัศนคติที่ดี เชื้อมั่นและเข้าใจงานประชาสัมพันธ์

ด้านความสามารถ จะต้องเป็นผู้มีความสามารถในการวางแผนงาน มองปัญหาการดำเนินงานได้อย่างทะลุปรุโปร่งและทั่วถึง มีความสามารถในการใช้ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษา

เขียน มีความสามารถในการพูดในที่ประชุมและในที่สาธารณะ สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ มีความสามารถที่จะเข้าใจผู้อื่นและมีความสามารถให้ผู้อื่นเข้าใจหน่วยงานและตนเอง มีความสามารถในการทำงานอย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย และอดทนต่อสภาวะที่ไม่สะดวกสบายต่าง ๆ มีความรับผิดชอบหน้าที่ ตรงต่อเวลาและมีความสามารถเขียนรายงานให้ผู้บริหารได้รับรู้และเข้าใจ

ด้านบุคลิกภาพ ผู้ที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์จะต้องมีลักษณะที่พร้อมจะติดต่อกับประชาชน รักษานับบริการและขอรับบริการผู้อื่น เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุขภาพและมีมารยาท แต่งกายสะอาดเรียบร้อย กิริยาท่าทางมีรสนิยมดี สุขภาพแข็งแรง จิตใจเข้มแข็ง มีความซื่อสัตย์ จงรักภักดีต่อหน่วยงานที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่

ตุลา มหาพสุธานนท์ (2545: 99) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ด้านเช่นเดียวกับ วิจิตร อวระกุล คือ

ด้านความรู้

1. เป็นผู้ที่ได้ศึกษาทางด้านสื่อมวลชนและการประชาสัมพันธ์ หรือได้ศึกษาหรืออบรมเรียนรู้กลไกในเรื่องการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ มีนิสัยใฝ่รอบรู้ ทดลองจนแน่วแน่ในวิชาชีพนี้

2. มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน หรือเคยผ่านงานด้านหนังสือพิมพ์หรือทำงานด้านสื่อมวลชนมาก่อน ก็จะมีส่วนช่วยได้มาก

3. มีทักษะในการติดต่อ คือ มีความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร เช่น การเขียน การพูด การสนทนาติดต่อกับผู้อื่น การจูงใจเผยแพร่ด้วยเครื่องมือสื่อสาร รวมทั้งการเข้าสมาคมด้วย

4. มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องประเพณี เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การบริหาร การจัดระเบียบหรือจัดหน่วยงาน มนุษย์สัมพันธ์ เป็นต้น

5. มีความคิดที่ไม่หยุดนิ่ง มีความคิดใหม่ ๆ มีจินตนาการ มีสามัญสำนึกด้วยเหตุด้วยผล

6. มีทัศนคติที่ดี เชื้อมั่นและเข้าใจงานประชาสัมพันธ์

ด้านความสามารถ

การฝึกฝนทางการเรียนอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถประกันความสำเร็จในอาชีพการประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยการฝึกในสถานะหรือชีวิตการทำงานจริง ๆ หรือมีการปฏิบัติภาคสนามด้วย นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความชำนาญความสามารถ ดังนี้

1. ความสามารถในการวางแผนงาน การดำเนินงาน มองปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทะลุปรุโปร่งและทั่วถึง มีความคิดสร้างสรรค์ ริเริ่มสิ่งใหม่ๆและด้วยความฉับพลัน
2. มีความสามารถในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ ได้ดี มีความรวดเร็ว เชื้อมั่นในการทำงาน แม่นยำและรวดเร็วในการตัดสินใจ
3. มีความสามารถในการใช้ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน การตรวจแก้บทความ มีความแพรวพราวและละเอียดอ่อน รสนิยมดีในการติดต่อ โดยใช้คำพูด หนังสือ และการแสดงออกความสามารถในการพูดในที่ประชุมและในที่สาธารณะ
4. สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆของวงงานและสังคม เข้ากับคนอื่นได้ดี สามารถขอความร่วมมือจากบุคคลต่างๆได้เสมอ มีเชาว์ปัญญา ไหวพริบ มีความรู้เกี่ยวกับ ศิลปการสร้าง ความเชื่อมั่นและการจูงใจ
5. มีความสามารถที่จะเข้าใจผู้อื่น และทำให้ผู้อื่นเข้าใจหน่วยงานของตนเอง มีความรู้ความเข้าใจ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ปรับตนให้เข้ากับสถานการณ์และบุคคลอื่น อันจะทำให้เกิดความอดทนอดกลั้นต่อภาวะต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น
6. ศึกษาค้นคว้าความก้าวหน้าในวิชาชีพอยู่เสมอ นำหลักวิชามาใช้แก้ปัญหางานอยู่เป็นนิจ ศึกษาเรียนรู้ สนใจความเป็นไปของหน่วยงานที่ปรากฏอยู่ในสังคม สื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์
7. เป็นผู้ที่ทำงานอย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย พร้อมทั้งจะทำงานอันจำเริญาเปื้อน่ายตลอดเวลา และอดทนต่อสภาวะที่ไม่สะดวกสบายต่างๆได้ เพราะงานประชาสัมพันธ์มักจะมีปัญหาให้ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรืออาจกล่าวได้ว่า ตลอดเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการทันทีที่เหตุการณ์เกิดขึ้น อาจเป็นการแถลงข่าว ออกข่าวก่อนที่จะเกิดข่าวลือ หรือเสนอข่าวผิดพลาด ทำให้เกิดความเสียหายแก่หน่วยงาน
8. เป็นผู้มีความรับผิดชอบ ไม่ทิ้งงานหรือหนีงาน ไว้วางใจในเรื่องการตรงต่อเวลาและการนัดหมาย เพราะงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับกลุ่มชน การพลาดนัดหมายย่อมเป็นอันตรายอย่างยิ่ง
9. สามารถประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า ให้คำแนะนำ เขียนรายงานให้ฝ่ายบริหารรับรู้และแก้ไข

ด้านบุคลิกภาพ

1. มีลักษณะที่พร้อมจะติดต่อกับประชาชน มีทักษะในการติดต่อ ขอบคบหากับบุคคลทั่วไป และลักษณะของการติดต่อสมาคมนั้นต้องเป็นที่ชอบพอและถูกอภัยด้วยของคนทั่วไปด้วย คือเข้ากับคนได้เสมอ มีบุคลิกที่เป็นมิตร

2. รักงานบริการและชอบบริการผู้อื่น โอบอ้อมอารี ไม่ถือตัวหรือวางตัวสูงจนเกินไป

3. เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี แต่มิใช่ในลักษณะรับปากรับคำทั่วไปแต่ไม่รักษาคำพูด ไม่มีความจริงใจ มีลักษณะเสแสร้งหรือแสร้งทำจนคล้ายกับไม่จริงใจ ไม่น่าเชื่อถือ

4. เป็นผู้มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ ทำงานรวดเร็ว กระฉับกระเฉง

5. หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง เบิกบานและมีอารมณ์ขัน

6. มีความสุขภาพเรียบร้อยและมีมารยาท ซึ่งรวมไปถึงการแต่งกายเรียบร้อย สะอาด มีรสนิยมดี กิริยาท่าทางและการใช้คำพูดด้วย

7. เป็นผู้มีเกียรติ ตรงต่อเวลา รักษาคำพูด รักษาสัจจะ มีความจริงใจ ยุติธรรม ปราศจากอคติ สุขุมรอบคอบ

8. เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี แข็งแรง จิตใจเข้มแข็ง อดทนต่อภาวะต่าง ๆ มีท่าทางสง่าผ่าเผย ด้วยก็จะเป็นส่วนประกอบที่ดียิ่ง

9. มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อหน่วยงานที่ตนได้ปฏิบัติงานอยู่

พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว (2545: 97) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. มีความจริงใจต่อประชาชนมากที่สุด

2. มีความสามารถสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลหรือประชาชน ต้องรู้จักการติดต่อด้วยการเขียน การพูด เพื่อถ่ายทอดให้คนอื่นเข้าใจและสนใจผู้อื่นได้

3. มีความรู้ในเรื่องของการสื่อสารมวลชน ต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน มีความรัก ความสนใจความเป็นอยู่ของมนุษย์เป็นอย่างดี

4. มีนิสัยสุขภาพอ่อนโยน มีอารมณ์และจิตใจที่หนักแน่นมั่นคง มีความจำดี มีนิสัยชอบคบค้าสมาคมกับผู้อื่น ผูกมิตรกับผู้อื่นและชอบบริการ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2544: 455) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีสามัญสำนึกและเป็นผู้ที่มีเหตุผล รู้ว่าสิ่งใดควรทำและสิ่งใดไม่ควรทำ หรืออีกนัยหนึ่งคือ การรู้จักกาลเทศะและความเหมาะสมนั่นเอง

2. เป็นผู้ที่มีการตัดสินใจดี คิดและแก้ไขสถานการณ์ในยามฉุกเฉินได้ดี มีความกล้าตัดสินใจและตัดสินใจได้รวดเร็วฉับพลันในยามวิกฤต
 3. เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิดแปลกใหม่ที่มีเหตุผล เหมาะสมถูกต้อง และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
 4. เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในอาชีพการประชาสัมพันธ์ จะต้องรู้ถึงหลักการและปรัชญาแห่งการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องการทำงานภายในองค์การของตนเอง นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเฝ้าหาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้ทันโลกทันเหตุการณ์
 5. เป็นผู้มีความเข้าใจในความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้อื่น รวมทั้งจะต้องมีความเห็นอกเห็นใจต่อผู้อื่นด้วย
 6. เป็นผู้ที่มีความอดทนหนักแน่น เพราะการทำงานประชาสัมพันธ์นั้นมีบ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องอดทนอดกลั้นต่อสิ่งต่างๆ หลายสิ่ง ทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งจากประชาชนและผู้บริหาร ฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องอดทนและหนักแน่นต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้โดยไม่ท้อถอย จึงจะช่วยให้งานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ
 7. เป็นผู้ที่มีความสามารถจัดระเบียบหน่วยงาน มีความรู้ในด้านโครงสร้างของหน่วยงาน และมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารพอสมควร เพื่อช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
 8. เป็นผู้ที่มีนิสัยและมีใจรักงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 9. เป็นผู้ที่มีอารมณ์ขัน เป็นอารมณ์ขันที่รู้จักกาลเทศะและความเหมาะสม ย่อมจะช่วยให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งช่วยคลี่คลายบรรยากาศแห่งความตึงเครียดได้เสมอ
 10. เป็นผู้ที่มีจริยธรรม คุณสมบัติข้อนี้สำคัญอย่างยิ่งที่ต้องเน้นเป็นพิเศษ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องถูกต้องตามทำนองคลองธรรม มีความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพของตน และยึดถือในจริยธรรมอย่างเคร่งครัด
- สรุป ผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ต้องเป็นคนดีมีศีลธรรม เข้าใจงานประชาสัมพันธ์และมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ แคล่วคล่องว่องไว กระตือรือร้นและใจคองหนักแน่น สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ แต่งตัวดี สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ รู้จักการใช้คำพูดชักจูงและชี้แจงงานกับผู้อื่นให้เกิดความรู้สึที่ดีต่อกันตลอดเวลา

1.2 งบประมาณ

งบประมาณเป็นปัจจัยที่สำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 122) ได้กล่าวถึงการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ การจ้างบุคลากร ความจำเป็นที่จะต้องมีการปฏิบัติงาน การติดต่อและการประสานงานกับสื่อมวลชน การจัดประชุม ถ้าไม่มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์แล้ว แผนการประชาสัมพันธ์จะไม่ดำเนินไปได้บรรลุเป้าหมาย

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544: 97) กล่าวว่า งบประมาณเป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ จะช่วยให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวขึ้น เพราะงานด้านประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ต้องใช้ความพยายามในการทำงานอย่างต่อเนื่องจึงจะเห็นผล เป็นงานที่ต้องการสร้างภาพพจน์ ชื่อเสียงให้แก่องค์กรและหน่วยงาน เพราะฉะนั้น หากนโยบายและงบประมาณเดินสวนทางกัน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการตั้งวัตถุประสงค์ไว้ก็คงจะเป็นไปได้อย่างยาก

เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา (2548: 146) กล่าวว่า งานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรจะมีงบประมาณสำหรับการดำเนินงานที่เพียงพอ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร การจัดประชุม นักหนังสือพิมพ์ การถ่ายภาพ การพิมพ์ การถ่ายทำ รายงานประจำปี การจัดเยี่ยมชมองค์การ นอกจากนี้ งบประมาณควรกำหนดให้เพียงพอที่จะดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ และควรให้มีความยืดหยุ่นเพียงพอ เพราะเป็นการยากที่จะคะเนความต้องการในอนาคตของโครงการประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้องทั้งหมด ทั้งนี้เพราะอาจมีเหตุการณ์เร่งด่วนเกิดขึ้นจนทำให้ฝ่ายบริหารต้องเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็ได้

กัญญา ศิริสกุล (2548: 169) กล่าวว่า งบประมาณ หมายถึง แผนงานที่แสดงในรูปของจำนวนเงินหรือค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในการเสนอโครงการเพื่อขออนุมัติดำเนินการจากฝ่ายบริหารนั้น หากไม่เสนองบประมาณที่จะต้องใช้ในการดำเนินงานตามโครงการควบคู่ไปด้วยแล้ว ฝ่ายบริหารมักจะไม่ให้ความเห็นชอบต่อโครงการนั้น ดังนั้น จึงเป็นความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์ที่จะจัดทำแผนงานพร้อมทั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆที่จะจัดทำ เสนอต่อฝ่ายบริหารเพื่อพิจารณา และงบประมาณที่ได้รับความเห็นชอบแล้วนี้ จะต้องใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง ทั้งนี้เพราะในทางปฏิบัติแล้ว โครงการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ดำเนินการภายใต้งบประมาณ

อันจำกัด งบประมาณจึงจัดเป็นส่วนหนึ่งในการควบคุมการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งใน ด้านกำลังเงิน เวลาและทรัพยากรอื่นๆ

สรุป งบประมาณเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องจัดสรรอย่าง เพียงพอ ช่วยเสริมให้งานคล่องตัว สามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่องรวดเร็ว ช่วยให้งานมี คุณภาพและประสิทธิผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1.3 วัสดุอุปกรณ์

วัสดุอุปกรณ์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างยิ่ง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีเครื่องมือและสื่อต่างๆในการประชาสัมพันธ์ 4 ประเภท ได้แก่ ประเภทสื่อคำพูด ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทสื่อแสงเสียง และประเภทสื่อกิจกรรม

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2542: 563) กล่าวถึงวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการ ประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อคำพูดและสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนี้

1. ประเภทสื่อคำพูด ได้แก่ การพูดจากับประชาชนและผู้มาติดต่อในโอกาสต่าง ๆ เช่น การพูดโทรศัพท์ การติดต่อ การอบรม การบรรยาย การปาฐกถา การให้โอวาท การ ประชุมอภิปรายต่าง ๆ การประชุมชี้แจง การพบปะเยี่ยมเยียน ลมปาก เป็นเครื่องมือที่เก่าแก่ ทุนเวลา ประหยัด ได้ผลและเหมาะสมกับหมู่คนที่อ่านหนังสือไม่ออกหรือไม่ชอบอ่านหนังสือ

2. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ แบ่งตามลักษณะงานประชาสัมพันธ์ได้ 3 แบบด้วยกัน

2.1 สื่อสัมพันธ์ภายใน เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ที่ใช้เป็นสารสัมพันธ์ภายใน หน่วยงาน ประเภทหน่วยงานสัมพันธ์ พนักงานเจ้าหน้าที่สัมพันธ์ ใช้ถ้อยคำสำนวนแบบกันเอง ในหน่วยงาน คนในหน่วยงานด้วยกันเองจึงจะอ่านในบางคอลัมน์เข้าใจ เป็นสื่อที่เข้าใจในหน่วย งานและมักจะแจกให้เฉพาะเจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงาน เป็นหนังสือวารสาร ในหน่วยงาน

2.2 สื่อสัมพันธ์ภายนอก เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่าง หน่วยงานกับบุคคลภายนอก ลักษณะและวิธีเขียนเป็นทางการและระมัดระวัง ในการใช้ถ้อยคำ ภาษา สำนวน มากกว่าประเภทสื่อสัมพันธ์ภายใน การจัดทำรูปเล่มปราณีต และมีขนาด มาตรฐานของหนังสือทั่วไป

2.3 สื่อสัมพันธ์แบบผสม บางหน่วยงานจะด้วยมีวัตถุประสงค์ในการประหยัดหรือ ด้วยเหตุผลใดก็ตาม จัดทำวารสารให้มีลักษณะของสื่อสัมพันธ์ได้ทั้งภายในและภายนอกผสมกัน ใช้เพื่อสื่อสารภายในและภายนอกในเวลาเดียวกัน

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2548: 119) กล่าวว่าสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ถ้าจะแบ่งตามลักษณะเฉพาะแต่ละชนิดแบ่งได้โดยทั่วไปดังนี้

1. แผ่นปลิวหรือที่เรียกว่าใบปลิว มีลักษณะเป็นเอกสารแผ่นเดียว อาจมีขนาดแตกต่างกัน ตั้งแต่แผ่นยาว ครึ่งแผ่นหรือแผ่นเล็กไม่พับ บางครั้งก็เรียกว่าแผ่นประกาศ การทำแผ่นปลิวต้องใช้เทคนิคพิเศษ เพื่อให้ผู้รับมีความสนใจที่จะอ่าน
2. แผ่นพับหรือแผ่นปลิวพับ มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว เป็นเอกสารแผ่นเดียวแต่พับเป็นรูปร่างต่างๆ อาจพับสอง พับสาม พับสี่ ออกแบบจัดหน้าให้ดึงดูดความสนใจ มักไม่เย็บกลางเล่ม บางทีก็เรียกว่าแผ่นปลิวพับ
3. หนังสือเผยแพร่เล่มเล็กๆ เป็นหนังสือเล่มเล็กๆคล้ายแผ่นพับ มีหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักมีจำนวนหน้าไม่เกิน 10 หน้า เป็นหนังสือเล่มเล็กบางๆและมักจะเย็บกลางเล่ม
4. เอกสารแนะนำประกอบ เป็นหนังสืออีกเล่มหนึ่งคล้ายหนังสือเผยแพร่เล่มเล็กๆ แต่มีลักษณะการอธิบายรายละเอียด เป็นคู่มือและสิ่งของ วิธีการหรือเรื่องราวเกี่ยวกับหน่วยงาน กิจกรรมต่างๆมากกว่าการแนะนำอาชีพ
5. หนังสือเวียน เป็นจดหมายเหตุจากต้นต่อข่าว เพื่อแจ้งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้พิมพ์แผ่นเดียวเป็นการประหยัด เวียนกันอ่านหรือรับทราบ แต่ปัจจุบันจดหมายเวียนนี้พิมพ์แจกจึงมีลักษณะเป็นแผ่นปลิวไป
6. จดหมายติดต่อ เป็นหนังสือหรือจดหมายติดต่อ ได้ตอบสอบถาม หรือเป็นจดหมายถึงพนักงาน คนงาน หุ่นส่วน ผู้ร่วมงาน
7. หนังสือพิมพ์กำแพง มักจัดทำเป็นแผ่นป้ายขนาดใหญ่ เขียนข่าวที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เขียนตัวหนังสือตั้งแต่ 2 นิ้วฟุตขึ้นไป มีข่าวประกาศอะไรก็นำมาเขียนให้คนยืนอ่าน มีพาดหัวข่าวคล้ายหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่
8. เอกสารเผยแพร่ หมายถึงหนังสือของหน่วยงานที่พิมพ์แจก เผยแพร่เกี่ยวกับเรื่องราวกิจการต่างๆของหน่วยงานหรือเรื่องอื่นๆทั่วไป
9. หนังสือต่าง ๆ เป็นเอกสารที่จัดพิมพ์เป็นเล่มหนังสือทั่ว ๆ ไป รายงานความก้าวหน้าของหน่วยงานหรืออื่น ๆ
10. หนังสือเล่มเล็กหรือจุลสาร เป็นแบบลักษณะของหนังสือที่ทำให้มีขนาดเล็ก หน้าประมาณ 2 – 20 หน้า เพื่อสะดวกในการถือหรือค้น หรือเพื่อให้ดึงดูดความสนใจและมีความแปลกใหม่

11. แผ่นโฆษณา เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อ ๆ เป็นการกระตุ้นให้คนสนใจเพื่อความทรงจำให้เข้าประชุม ไปร่วมรายการต่าง ๆ ไม่นิยมเขียนรายละเอียดมาก ควรมีลักษณะเพียงเมื่อมีคนผ่านไปก็สามารถอ่านข้อความได้เข้าใจทั้งหมด อาจทำด้วยกระดาษไม้อัดหรือผ้า ตามลักษณะที่ต้องการ

12. หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ เป็นวิธีที่หน่วยงานจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1 – 2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก หรือหนังสือพิมพ์แทรกเป็นฉบับพิเศษ เพื่อเผยแพร่กิจการของหน่วยงาน

13. หนังสือภาพ เป็นหนังสือที่ส่วนมากเป็นภาพอธิบายเรื่อง อาจมีคำอธิบายบ้างเล็กน้อย ส่วนมากเป็นภาพ ควรเป็นภาพที่มีคุณภาพดีและเป็นภาพอย่างดี

14. นิตยสาร เป็นหนังสือที่ออกประจำของหน่วยงาน อาจเป็นรายเดือน ราย 2-3 เดือนเป็นการเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าในสาขางานวิชาการ ตลอดจนประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

15. หนังสือคู่มือ เป็นหนังสือคู่มือการปฏิบัติงานของพนักงาน เจ้าหน้าที่ ข้าราชการ แล้วแต่ลักษณะงาน อาจมีเรื่องเกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีปฏิบัติงาน หรือรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือหรือสิ่งที่ต้องปฏิบัติ

16. แผ่นหรือหนังสือคู่มือสำหรับผู้สื่อข่าว คือ การจัดการทำแผ่นขนาดกระทัดรัดเพื่อใส่รายละเอียดข่าวต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงาน เพื่อให้สื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ได้นำไปเผยแพร่ ซึ่งผู้รับผิดชอบงานด้านนี้จะต้องติดตามศึกษาข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

17. หนังสือรายงานประจำปี เป็นหนังสือรายงานหรือสรุปผลงานในรอบปีที่ได้ปฏิบัติมา ว่าได้ทำอะไรไปบ้าง มีความก้าวหน้า หรือมีข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

3. สื่อประเภทแสง และเสียง เป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญ ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ได้แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับด้วยวิธีการหลากหลายในการดึงดูดความสนใจ

วิจิตร อวระกุล (2545: 122) ได้กำหนดสื่อประเภทแสง เสียง ไว้ดังนี้

• 1. วิชยุกระจายเสียง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้แพร่หลายเพราะกลุ่มประชามติรับฟังได้ ระยะทางไม่เป็นอุปสรรคในการกระจายเสียง

2. โทรทัศน์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมของคน เพราะสามารถเผยแพร่กิจกรรม ผลงาน ให้ประชาชนได้รับทราบ และสร้างความสนใจได้ดีอีกด้วย

3. ภาพถ่าย รูปถ่ายกิจกรรม สามารถนำมาใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้ดี เช่น ภาพนิ่ง โปสเตอร์ ภาพล้อ เป็นต้น ส่วนใหญ่ในการเผยแพร่ความคิดเห็นหรือนโยบายมักใช้ภาพประกอบคำอธิบาย

4. สไลด์ สามารถใช้เป็นสื่อเผยแพร่ประกอบคำอธิบายปาฐกถาได้ดี แต่ต้องให้สอดคล้องกับเรื่องราวที่จะบรรยาย

5. ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่สำคัญยิ่งชนิดหนึ่งที่ทำให้ความรู้ความบันเทิง และสามารถนำมาใช้กับการประชาสัมพันธ์ได้เกือบทุกอย่าง

6. เครื่องขยายเสียง

7. เครื่องบันทึกเสียง

8. แผ่นเสียง

9. อุปกรณ์โสตฯ อื่น ๆ เช่น เครื่องบันทึกภาพ (วีดีโอเทป)

4. สื่อประเภทกิจกรรม เป็นการจัดหรือร่วมกิจกรรมขององค์การ สถาบัน ชุมชนเป็นการให้ความสนับสนุน ร่วมมือ

บุษบา สุธีธร (2545: 53) ได้กล่าวว่า สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรมได้แบ่งหมวดกิจกรรมออกเป็น 4 หมวด คือ

1. หมวดชุมชนสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดหรือร่วมกิจกรรมของชุมชน กิจกรรมเกี่ยวกับศาสนาและประเพณี วัฒนธรรม เช่น งานบวช ทอดกฐิน งานศพ วันสำคัญทางศาสนา เข้าพรรษา เวียนเทียน การพัฒนาศาสนา วัด พระสงฆ์ การรณรงค์ต่างๆ การทำความสะอาดที่สาธารณะ

2. หมวดการศึกษา ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาทั้งในด้านวิชาการและทุนการศึกษา การสอน อบรมวิชาชีพ การสัมมนาให้ความรู้ ประกวดเรียงความ โคลงกลอน ปาฐกถา การจัดแข่งขันด้านการศึกษา ภาพถ่าย

3. หมวดความสำคัญของท้องถิ่น เช่น การจัดตั้งกลุ่มสโมสร สมาคม ชมรม มูลนิธิ งานวันสำคัญต่าง ๆ ของชุมชน งานประจำปี งานวันขึ้นปีใหม่ วันสถาปนา การมอบรางวัลเกียรติยศผู้ทำความดี ส่งเสริมผู้ทำประโยชน์ให้ความร่วมมือต่อชุมชน การสงเคราะห์ผู้ประสบภัย คนยากจน งานเกี่ยวกับเด็ก แม่บ้าน คนชรา

4. หมวดเกี่ยวกับสถาบันโดยตรง เช่น กิจกรรมส่งเสริมขวัญ กำลังใจของการทำงาน มอบรางวัลผู้ทำความดี การจัดสังสรรค์สื่่อมวลชน การเปิดให้ชมกิจการ การประชาสัมพันธ์ โอกาสพิเศษ การจัดนิทรรศการ งานเฉลิมฉลองความสำเร็จวันสำคัญต่าง ๆ งานประจำปี

จัดงานส่งเสริมสถาบัน งานออกร้าน สัปดาห์ลดราคา ตลาดนัด จัดกิจกรรมทางสังคม การแสดงอื่นๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี เป็นต้น

ประวิติ เอรารวรรณ์ (2545: 259) กล่าวว่า สื่อแต่ละชนิดและกิจกรรมประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ต่างมีคุณลักษณะข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่แตกต่างกันออกไป การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกผลิตสื่อโดยการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกผลิตสื่อที่ให้ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เกณฑ์การคัดเลือกการผลิตสื่อ จึงจำเป็นต้องอาศัยการพิจารณาคุณสมบัติของสื่อดังนี้ คุณสมบัติของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คุณสมบัติของสื่อในการถ่ายทอดสื่อสารประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติทางจิตวิทยาของสื่อ และศักยภาพของหน่วยงานผลิตสื่อ

สรุป วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นสื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีหลากหลาย เช่น การพูด การเขียน โทรศัพท์ จดหมาย หนังสือเวียน สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ การจัดประชุม ร่วมกลุ่มอภิปราย ขึ้นอยู่กับผู้ประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ และต้องพัฒนาสื่อต่างๆ ให้สามารถใช้งานได้ดีมีประสิทธิภาพ และในการใช้สื่อ จะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหมู่ประชาชนแล้วยังมุ่งหมายให้เกิดความศรัทธา นิยมเลื่อมใส เรียกร้องความสนับสนุน ร่วมมือร่วมใจเป็นอันดีจากประชาชน อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

5.1.4. วิธีการจัดการ

วิธีการจัดการบริหารงานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะถ้ามีวิธีการจัดการดีก็จะช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่น เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างสูง

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546: 39) กล่าวว่า วิธีการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์การจะมีการวางแผนการดำเนินงานแตกต่างกันไปตามลักษณะของงานหรือภารกิจ ขนาดขององค์การขนาดเล็ก ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ระดับนโยบายหรือระดับปฏิบัติ ลักษณะรูปคณะกรรมการหรือลักษณะรูปที่ปรึกษา รูปแบบโครงสร้างตามภาระหน้าที่ รูปแบบโครงสร้างเฉพาะกิจหรือรูปแบบโครงสร้างแบบผสม ทั้งนี้ แต่ละองค์การย่อมมีวิธีการจัดการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามความเหมาะสมกับองค์การของตนเป็นสำคัญ

จันทราณี สงวนนาม (2545: 89) กล่าวว่า วิธีการจัดการงานประชาสัมพันธ์มีหลักการและพื้นฐานวิธีการจัดการวางแผนการดำเนินงานเช่นเดียวกับการวางแผนวิธีการจัดหน่วยงานหรือวิธีการจัดการองค์การทั่วไป ขนาดของหน่วยงาน ซึ่งหมายถึงบุคลากร อาคารสถานที่ เครื่องมือ

สำหรับการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และอื่น ๆ ซึ่งแต่ละที่จะมีวิธีการจัดการในองค์การให้มีขนาดและจำนวนเท่าใด ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและระดับของงานว่าจะจัดให้เป็นงานประชาสัมพันธ์แบบใด ของแผนก ของกรมหรือของกระทรวง และในแต่ละระดับยังสามารถแยกแยะขนาดของงานและรายละเอียดต่างๆ นับตั้งแต่การวางแผนของจุดมุ่งหมายไปจนถึงองค์ประกอบในการดำเนินงานของตน

วัจนา ชื่นทองคำ (2547: 193) กล่าวถึงวิธีการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่า มีทั้งวิธีการจัดการวางแผนบริหารงานแบบกระจายอำนาจ โดยผู้บริหารสั่งงานแล้วให้ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการและรายงานผล หรือวิธีการจัดการวางแผนแบบรวบอำนาจที่ผู้บริหารสั่งงานให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ลงมือทำแล้วผู้บริหารคอยกำกับ ติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจนประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เสกสรร สายสีลัด (2541: 66) กล่าวถึงวิธีการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่า ลักษณะการสั่งงานที่ดีของผู้บริหารคือ ผู้บริหารต้องเป็นผู้มีศิลปะในการสื่อสารสั่งงาน จูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มใจ เต็มกำลังความสามารถ ควรมีการวางแผนสั่งงานที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ ไม่ซับซ้อน ไม่สั่งงานเกินกำลังความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน มีการวางแผนสื่อสารในลักษณะการสื่อสาร 2 ทาง โดยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น และได้ซักถามข้อสงสัย ก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีขวัญและกำลังใจ สามารถปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบจนเป็นผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

สรุป วิธีการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดี เป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหารจะคิดวิธีที่จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จ โดยเริ่มจากวางแผนการดำเนินงาน วางแผนหาวิธีสื่อสารจูงใจผู้ปฏิบัติงานให้รู้ถึงวัตถุประสงค์และสามารถดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น วิธีการจัดการดำเนินงานนับเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากเพราะถ้ามีบุคลากร มีงบประมาณ มีสื่อวัสดุอุปกรณ์ที่ดีพร้อมอยู่แล้ว แต่ถ้าวิธีการจัดการดำเนินงานไม่ดี ก็จะทำให้ทุกอย่างล้มเหลวได้ทั้งหมด

2. การประสานงาน

การจะดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย การทำให้บุคคลทุกฝ่ายร่วมมือร่วมใจกันทำงานนั้น จำเป็นต้องมีการประสานงานอย่างดี การจัดการประชาสัมพันธ์ หากองค์การใดขาดการประสานงานในหน่วยงานและนอกหน่วยงานแล้ว ก็ยากที่จะทำงานให้สำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว (2545: 88) ได้ให้ความหมายว่า การประสานงาน คือ ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน จัดระเบียบงานให้เรียบร้อย และสอดคล้องกลมกลืนกัน เพื่อให้งานสมดุล และสำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนดไว้

ณัฐพันธ์ เขจรันท์ (2544: 52) ได้ให้ความเห็นว่า ผู้บริหารที่ดีต้องมีความสามารถในการที่จะกระทำให้เกิดการผสมกลมกลืนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ในการบริหาร อันได้แก่ คน เงิน เวลา วัสดุอุปกรณ์และวิธีการจัดการปฏิบัติงาน อันจะก่อให้เกิดความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพของการบริหารได้

สอดคล้องกับความเห็นของมงคล ยัมประยูร (2541: 72) ที่ว่า การประสานงานเป็นจักรกลอันสำคัญ ที่จะทำให้งานทั้งหลายดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน เพื่อไปสู่เป้าหมายเดียวกัน ผู้บริหารที่ดีจะต้องมีความสามารถในการทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ทำงานอย่างสอดคล้องกัน

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544: 193) ได้กล่าวถึงเทคนิคการประสานงาน 2 ลักษณะ คือ เทคนิคการประสานงานภายในองค์การและการประสานงานภายนอกองค์การ

การประสานงานภายในองค์การ ผู้บริหารจะต้องมีเทคนิคในการบริหารงาน ดังนี้

1. จัดแผนผังและกำหนดหน้าที่การงานไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน เมื่องานเป็นไปตามแผนผังและหน้าที่การงานแล้ว งานย่อมจะสอดคล้องกลมกลืนกัน การประสานงานย่อมเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

2. จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีจะก่อให้เกิดการประสานงานที่มีประสิทธิภาพที่ดี

3. จัดให้มีคณะกรรมการ การประสานงานที่ดีอาจใช้วิธีการให้มีกรรมการ เพื่อช่วยประสานงานที่ปฏิบัติและปัจจัยต่าง ๆ ในการบริหารงานให้ดีขึ้น คณะกรรมการอาจแบ่งได้ 2 อย่าง คือ คณะกรรมการถาวร และคณะกรรมการชั่วคราว

4. ใช้วิธีการงบประมาณ วิธีการงบประมาณการบัญชีที่ควบคุมการใช้จ่าย หรือควบคุมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เป็นเครื่องควบคุมให้การปฏิบัติงานในส่วนต่างๆประสานงานกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

5. จัดให้มีการติดตามผล ทั้งนี้เพื่อให้มีความสอดคล้องและประสานงานกันขึ้น

6. ใช้วิธีการของเพิร์ท (PERT) ซึ่งเป็นเทคนิคการวางแผนที่สามารถกำหนดเวลาในการทำงานได้อย่างสอดคล้องกันระหว่างงานแต่ละช่วง

7. ใช้วิธีการติดต่ออย่างไม่เป็นพิธีการ ซึ่งลดขั้นตอน จะช่วยให้การประสานงานเป็นไปอย่างคล่องตัวได้ทางหนึ่ง

8. ใช้เจ้าหน้าที่ติดต่อเฉพาะ โดยคนที่เหมาะสมสามารถปรับตัวเข้ากับคนทุกวงการได้ดี และมีความรู้กว้างขวางพอสมควร

9. จัดให้มีการพบปะกัน หรือช่วยให้บุคลากรมีโอกาสพบปะกัน จะทำให้เกิดความเข้าใจหน้าที่และวิธีการปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น และจะช่วยลดปัญหาข้อขัดแย้งระหว่างบุคคลได้

10. จัดให้มีการฝึกอบรมในการปฏิบัติงาน การอบรมจะทำให้บุคลากรมีความสามารถได้ระดับมาตรฐานหรือใกล้เคียงกัน ทำให้ง่ายต่อการประสานงาน

11. จัดให้มีการมอบอำนาจหน้าที่แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงาน นอกจากจะเป็นการกระจายอำนาจ ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดี เกิดความสามัคคีอันเป็นประโยชน์ต่อการประสานงาน

12. จัดให้มีการบำรุงขวัญ การมีขวัญดีจะก่อให้เกิดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ย่อมก่อให้เกิดการประสานงานที่ดีอย่างหนึ่ง

ส่วนการประสานงานภายนอกองค์การ จิตรราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544: 205) กล่าวไว้ดังนี้

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การกับประชาชน ออกไปปฏิบัติการตามแผนและขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยเน้นกระบวนการสื่อสาร และปฏิกิริยาสะท้อนกลับเพื่อการสื่อสาร 2 ทางของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยเครื่องมือ เทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสารเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด อันจะทำให้การติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่ประชาชนที่เกี่ยวข้องนั้นมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ฉับไว ประหยัดและสะดวก ซึ่งเป็นการส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันและให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้องค์การดำเนินงานไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ส่วนการประสานงานนอกองค์การ เสรี วงษ์มณฑา (2540: 320) ได้เสนอไว้ ดังนี้

1. การประสานนโยบายและการกำหนดอำนาจหน้าที่ขององค์การแต่ละองค์การ ให้ชัดเจน เป็นการป้องกันการทำงานเหลื่อมล้ำกัน ข้ำซ้อนกันและเกิดความขัดแย้งกันมากที่สุด

2. การประสานงานโดยใช้คณะกรรมการกลาง ซึ่งคณะกรรมการจะช่วยกลั่นกรองและจัดข้อมูลหรือข้อขัดแย้งต่าง ๆ ลง เพื่อให้เกิดการประสานงานร่วมกัน

3. การประสานงานโดยวิธีการงบประมาณ โดยแต่ละองค์การจะต้องร่วมในการจัดทำแผนการงบประมาณร่วมกัน เพื่อมิให้แผนการงบประมาณในแต่ละเรื่องซ้ำซ้อนกัน

4. การวางแผนร่วมกันทั้งระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาวให้ประสานสัมพันธ์กัน

5. ใช้ระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและถูกต้อง

1. จัดบุคลากรประสานงานระหว่างองค์การให้เหมาะสม

2. ใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ในการประสานงานระหว่างองค์การ

3. จัดให้มีการประชุมร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนมีความเข้าใจตรงกัน

4. จัดบุคลากรพบปะสังสรรค์กัน เช่น รับประทานอาหารร่วมกัน แข่งขันกีฬาด้วยกัน

เลวี วงษ์มณฑา (2540: 319) กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ภายในว่า

5. จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี เช่น โทรศัพท์ ป้ายประกาศ หนังสือเวียน

6. จัดให้มีการประชุมร่วมกันเพื่อชี้แจงนโยบาย และแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปใน

แนวทางเดียวกัน มีความเข้าใจตรงกัน

7. จัดบุคลากรทำหน้าที่ประสานงานในองค์การ

8. มีการติดตามผลการดำเนินงานเพื่อให้งานเป็นไปอย่างสอดคล้องกัน

9. จัดงานพบปะสังสรรค์ระหว่างหน่วยงานในองค์การ เพื่อประสานการดำเนินงาน

ร่วมกัน

10. จัดประสานสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์การ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ จากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน

สรุป การประสานงาน คือ ความร่วมมือร่วมใจของบุคคลทั้งในองค์การและนอกองค์การในการที่จะร่วมปฏิบัติงานให้สอดคล้องกลมกลืนกัน ด้วยความเข้าใจและปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน โดยอาศัยกิจกรรม เทคนิคและเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วย เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามที่องค์การกำหนดไว้ตามแผนงาน

3. การประเมินผล

กระบวนการสุดท้ายของผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่จะต้องดำเนินการ คือ ต้องติดตามว่าข่าวหรือกิจกรรมนั้นมีผลต่อความคิดของประชาชนอย่างไร มีใครให้ความสนใจบ้าง ให้ความสนใจกันมากน้อยเพียงใด ประชาชนมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างไรหรือไม่ ภาพพจน์ของหน่วยงานจะ

ดีขึ้นหรือไม่อย่างไร เมื่อได้มีการปฏิบัติงานแล้ว คำตอบต่อคำถามเหล่านี้ จะเป็นการประเมินผล การดำเนินงานที่ได้ทำไปแล้ว

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544: 210) กล่าวว่า ความหมายของการประเมินผล หมายถึง คุณค่าหรือปริมาณความสำเร็จและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งคุณค่าหรือวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้นั้น จะต้องมีการวัดหรือวิธีการวัดที่สามารถวัดหรือนับได้ ดังนั้น การประเมินผลจึงเป็น กระบวนการของการกำหนดหรือตัดสินคุณค่า ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยยึด เกณฑ์หรือมาตรการในการวัดนั้นเป็นเครื่องช่วยในการประเมินผล ซึ่งผลที่ได้จะสามารถบอกได้ว่าการดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด

ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 67) ได้กล่าวถึงการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประเมินผลการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนสุดท้าย เพื่อการค้นหา คว้า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้มีการสื่อสารไปแล้วนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ตามแผนไว้หรือไม่และได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่จะต้องนำมาพิจารณา และหาหนทางปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การดำเนินงานในขั้นตอนนี้ จึงเป็นงานที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง หากนักประชาสัมพันธ์ละเลยเสีย ก็จะทำให้ไม่ทราบว่าการประชาสัมพันธ์ ที่ได้ดำเนินการไปแล้วนั้นเป็นอย่างไร เพราะการประเมินผลจะเป็นสิ่งที่ทำให้นักประชาสัมพันธ์ ได้ข้อมูลที่จะนำกลับไปใช้ประโยชน์ในขั้นตอนที่ 1 อีก ซึ่งจะเป็นวัฏจักรของกระบวนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต เพราะเป็นส่วนที่ได้รับข้อมูลเพิ่มเติม เป็นข้อมูลเพิ่มพูนความรู้ และเป็นประโยชน์ในการใช้ปรับปรุงหรือดำเนินการต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2542: 542) ได้ให้แนวคิดว่าการประเมินผลการประชาสัมพันธ์เป็นการตัดสินคุณค่าการประชาสัมพันธ์หลังจากที่มีการเก็บข้อมูล รวบรวมและวิเคราะห์ ข้อมูลตลอดจนแปลผลข้อมูลแล้ว การประเมินผลนี้สามารถทำให้นักประชาสัมพันธ์ทราบถึง ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ในอดีต สภาพปัจจุบันที่กำลังเผชิญอยู่และคาดการณ์ในอนาคต ได้และนอกจากนี้ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2542: 547 – 548) ยังได้กล่าวว่า การประเมินผล การประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 2 วิธีคือ วิธีที่อาศัยผลการสังเกตและวิธีการประเมินผลที่อาศัย หลักวิทยาศาสตร์ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 4 ช่วงเวลา คือ

1. ก่อนเริ่มโครงการ การประเมินสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การประเมิน สภาพแวดล้อม ซึ่งหมายถึงสภาพความต้องการและความจำเป็นในการทำโครงการนี้ และการ ประเมินสิ่งป้อนเข้า ซึ่งเป็นการประเมินทรัพยากรที่มีอยู่

2. ระหว่างการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเพื่อเป็นการเรียนรู้ถึงความสำเร็จ ข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรคของงานที่ได้ทำไปแล้วบางส่วนเพื่อหาทางแก้ไข ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลง เพื่อจะได้ก้าวต่อไปในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. เมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โครงการใดโครงการหนึ่ง เป็นการสรุปผลได้ว่าได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงใด บรรลุจุดหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

4. เป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประจำปี เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องไม่สิ้นสุด ดังนั้น ในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี จะสามารถเปรียบเทียบความก้าวหน้า ความสำเร็จ ตลอดจนแสดงถึงปัญหาและอุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปีต่อไป การประเมินผลประเภทนี้ มีลักษณะเป็นการผสมผสานของการประเมินผลของ 2 วิธีแรก

วรภัทร ภูเจริญ (2543: 130) ได้กล่าวถึงการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

1. จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการ
2. วิธีดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีหลายวิธี เช่น การสังเกต การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ เป็นต้น
3. นำผลที่ได้ไปใช้ในการตัดสินใจ เพื่อวางแผนและดำเนินการในครั้งต่อไป

สุนันทา เลานันท์ (2544: 147) กล่าวว่า การประเมินผล หมายถึง การศึกษาผลที่ได้รับ เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินโครงการการติดต่อสื่อสาร อุปสรรคที่มีคือ ข้อจำกัดในเรื่องเวลา เงินทุน เครื่องมือ และความรู้เกี่ยวกับการประเมินผล จุดอ่อนของนักประชาสัมพันธ์ก็คือ มักไม่เห็นความสำคัญของการประเมินผลโครงการ ทั้งนี้เพราะจะต้องใช้เงินและเวลาอย่างมากในการทำการประเมิน เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจและให้เป็นที่เชื่อถือของฝ่ายบริหาร

สมศักดิ์ ขาวลาภ (2544: 255) กล่าวถึงการประเมินผลว่า การประเมินผลเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ที่จะทำให้ฝ่ายบริหารทราบผลการทำงาน พร้อมทั้งหาวิธีปรับปรุง แก้ไขหาแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยการศึกษาการประเมินผล เป็นที่ยอมรับว่าการประเมินผลเป็นเสมือนเครื่องมือของฝ่ายบริหารที่จะใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจดำเนินงานต่อไป

อาคม วัดโธสง (2547: 15) กล่าวว่า การประเมินผลมี 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. การประเมินผลก่อนการปฏิบัติจริง เป็นผลการตรวจสอบโดยทำการทดลองกับบุคคลกลุ่มหนึ่ง หรือกลุ่มทดลองก่อนที่จะมีการลงมือปฏิบัติจริง เป็นการศึกษาสิ่งที่ใช้ในโครงการ และตรวจสอบหาข้อบกพร่อง เพื่อจะได้ทำการปรับปรุง แก้ไข ก่อนที่จะมีการลงมือดำเนินการจริง

2. การประเมินผลหลังจากมีการปฏิบัติงานไปแล้ว เป็นการวัดผลหรือประเมินผลการปฏิบัติงานภายหลังจากที่ได้ดำเนินการตามโครงการไปแล้ว เพื่อนำผลจากข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินการครั้งต่อไป

สรุป การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เกณฑ์ มาตรการ หรือวิธีวัดการดำเนินงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ หรือมีปัญหา อุปสรรคต้องแก้ไข เพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานที่ได้ดำเนินการไปแล้ว และนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนการดำเนินงานในครั้งต่อไปให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เป็นกระบวนการดำเนินงานขั้นตอนสุดท้ายที่มีความสำคัญในการดำเนินงานทุกประเภท

1.6 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง มีผู้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

อริศรา เจริญวานิช (2545: 5) กล่าวถึงองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับปรัชญาทางสังคมของฝ่ายบริหาร
2. การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาทางสังคมที่แสดงออกโดยการตัดสินใจกำหนด

นโยบาย

3. การประชาสัมพันธ์เป็นผลการกระทำอันสืบเนื่องมาจากนโยบายซึ่งเป็นที่ยอมรับ
4. การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสาร

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544: 59) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่ การตัดสินใจและการวางแผน มนุษย์ปัจจัย งบประมาณ เวลา ค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณี และวัสดุอุปกรณ์

เสรี วรชมนทนา (2542: 15) ได้จัดองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันออกไปดังนี้

1. การให้คำแนะนำ (Counselling) เป็นการให้คำแนะนำต่อฝ่ายจัดการขององค์การเกี่ยวกับนโยบาย การสร้างความสัมพันธ์อันดี การสื่อสารว่าจะทำอะไรและทำอย่างไร
2. การวิจัย (Research) เป็นการพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมของชุมชนและเหตุผลต่างๆที่ใช้ในการวางแผน การปฏิบัติตามแผนและการวัดผลกิจกรรม เพื่อให้เกิดอิทธิพลหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติและพฤติกรรม
3. สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relation) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนโดยการเผยแพร่ข่าวสารและการตอบสนองต่อความสนใจขององค์การ
4. การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) เป็นการกระจายข่าวสาร ซึ่งจะต้องมีการวางแผนในการใช้วิธีต่างๆอย่างเหมาะสม ทั้งสื่อที่ต้องซื้อทั้งพื้นที่และเวลา สื่อที่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่แบบให้เปล่า
5. การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน / สมาชิก (Employee / Member Relations) เป็นการตอบสนองและการจูงใจของพนักงาน
6. ชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) เป็นการให้องค์การมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนเอาไว้เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันตลอดจนคำนึงถึงผลประโยชน์ทั้งขององค์การและชุมชนด้วย
7. การทำกิจกรรมสาธารณะ (Public Affairs) เป็นการพัฒนานโยบายชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์การปรับตัวได้อย่างเหมาะสมกับความคาดหวังของชุมชน ตลอดจนการให้บริการและการจัดกิจกรรมกับชุมชนต่างๆ
8. การจัดกิจกรรมร่วมกับรัฐบาล (Government Affairs) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับส่วนราชการโดยจัดโปรแกรมในการสนับสนุนและช่วยเหลือส่วนราชการต่างๆ
9. การบริหารข่าวเชิงยุทธ (Issue Management) เป็นการกำหนดประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ว่าองค์การควรจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนใดบ้าง ควรจะมีการบริหารประเด็นใดบ้างและบริหารอย่างไร
10. การสร้างความสัมพันธ์กับสถาบันการเงิน (Financial Relations) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกด้านการเงินกับผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้น

11. การสร้างความสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry Relations) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันกับสมาคมการค้า ตลอดจนผู้ขายปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้อง

12. การพัฒนาการจัดหาเงินทุน (Development / Fund Raising) เป็นการสร้างความต้องการและการกระตุ้นสมาชิกขององค์การ ตลอดจนผู้ให้การสนับสนุนองค์การ

13. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ด้อยโอกาส / การทำกิจกรรมร่วมกับวัฒนธรรมข้ามชาติ (Minority Relations / Multicultural Affairs) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไปและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมข้ามชาติ

14. การจัดกิจกรรมพิเศษ / การมีส่วนร่วมกับชุมชน (Special Events and Public Participation) เป็นการกระตุ้นความสนใจในบุคคลสำคัญ ผลิตภัณฑ์หรือองค์การ โดยมุ่งกิจกรรมที่แปลก ใหม่ ใหญ่ ดัง ซึ่งจะต้องคอยรับฟังและมีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

15. การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communications) เป็นการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้กิจกรรมหลายอย่างเพื่อขายผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ประกอบด้วย การโฆษณา การจัดวัสดุการเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย และการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น

จากความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันของนักวิชาการนี้เอง แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายทางความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องใส่ใจศึกษา เพื่อจะได้เลือกนำวิธีการไปใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่สำหรับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีองค์ประกอบของการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้

กานต์ชนก ดาบสมเด็จ (2543: 32) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีองค์ประกอบที่แตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ทั่วไป เป็นการมุ่งถึงความสำคัญแห่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีบทบาทร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความเข้าใจ เชื่อถือศรัทธาและผูกพันกับโรงเรียนมากที่สุดโดยไม่หวังผลกำไร แต่จะเน้นในด้านความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน การปฏิบัติตนต่อกันในกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน

เดียนตา อวยสวัสตี (2541: 39) กล่าวถึงองค์ประกอบที่จำเป็นของการจัดการ
 ประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังนี้คือ ความสัมพันธ์ของบุคคล ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล และ
 เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และงบประมาณ

พรทิพย์ เพ็ญพุ่ม (2541: 25) ได้จัดองค์ประกอบของการจัดการประชาสัมพันธ์
 โรงเรียนดังนี้คือ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับบุคคลภายนอก ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน
 กับนักเรียนและศิษย์เก่า ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และความสัมพันธ์ระหว่าง
 โรงเรียนกับชุมชน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากการประชาสัมพันธ์
 หรือการโฆษณาทางธุรกิจ เพราะธุรกิจนั้นมุ่งกำไร ความคล่องตัวในการทำธุรกิจ ส่วนการ
 ประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะมุ่งด้านความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน การปฏิบัติ
 ต่อกัน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อความเข้าใจอันดี เชื้อถือ ศรัทธา มีความรักและผูกพันต่อ
 โรงเรียน โดยอาศัยเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์เป็นแนวทางสำหรับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

สรุป องค์ประกอบของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ ปัจจัยอันได้แก่ คน เงิน
 เวลา แผนการดำเนินงาน วัสดุอุปกรณ์ วิธีการเผยแพร่ข่าว กิจกรรมสัมพันธ์ ที่ทำให้การดำเนิน
 งานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ

1.7 ประเภทของการประชาสัมพันธ์

มีนักวิชาการหลายท่านได้แบ่งประเภทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้คือ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546: 148) ได้แบ่งประเภทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตาม
 ลักษณะกว้าง ๆ ไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม
 บุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึง
 นักการภารโรง คนขับรถ ภายในองค์การ / สถาบัน ให้เกิดมีความรักใคร่สามัคคีกันในหมู่เพื่อน
 ร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญและความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดีต่อหน่วยงาน

สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสาร
 ด้วยวาจาแบบซึ่งหน้า หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมาย ข่าว
 ภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไปและประชาชนที่องค์การ สถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี และโดยที่การประชาสัมพันธ์ภายนอกจำต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่ กระจายข่าวสารสารสนเทศด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งองค์การและสถาบันต่าง ๆ นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ภายนอกอย่างแพร่หลาย

ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 34) ได้กล่าวถึงประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มเป้าหมาย คือ การประชาสัมพันธ์ภายใน และการประชาสัมพันธ์ภายนอกเช่นเดียวกันและยังได้แบ่งลักษณะของการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การวางแผนการประชาสัมพันธ์ระยะยาว เป็นการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดการกระทำซึ่งใช้เวลานานและต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. การวางแผนการประชาสัมพันธ์ระยะสั้น เป็นแผนงานหรือโครงการใดโครงการหนึ่งที่กำหนดโดยเฉพาะ เป็นแผนที่กำหนดระยะเวลาการทำงานในช่วงสั้นๆ โดยกิจกรรมหรือโครงการนั้นควรต้องให้ประสานและสอดคล้องกับแผนระยะยาวเพื่อเป็นการสนับสนุนกันและกัน

นอกจากนี้ ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 34) ยังได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวก็ตาม สามารถวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ 2 ประเภทคือ

1. การวางแผนเพื่อเป็นการป้องกัน เป็นการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อหาแนวทางป้องกันก่อนที่จะมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ทั้งนี้ เพื่อมิให้ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่สาธารณชนมีต่อองค์การต้องเสื่อมเสียไป
2. การวางแผนเพื่อแก้ปัญหา เป็นการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อหาทางแก้ไขความผิดพลาดที่เกิดขึ้นแล้ว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ตลอดจนการยอมรับและความรู้สึกศรัทธาที่มีต่อองค์การให้กลับคืนมา

ส่วนการแบ่งประเภทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีการแบ่งประเภทเช่นเดียวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั่วไป ได้แก่

มงคล เดชวรรณ (2544: 11) กล่าวถึงประเภทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การสร้างความรัก ความเข้าใจ ความสามัคคีและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง ซึ่งหมายถึง ผู้บริหารโรงเรียน ครูอาจารย์ นักเรียน เจ้าหน้าที่ต่าง ๆ นักการภารโรง ให้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของสถาบัน มีความจงรักภักดีร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติดีและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เป็นที่น่าเชื่อถือและชื่นชมต่อบุคคลภายนอก

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เช่น ผู้ปกครอง ชุมชนใกล้เคียงและที่ห่างไกล เป็นต้น

วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย (2546: 15) ได้แบ่งลักษณะของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การวางแผนประชาสัมพันธ์ระยะยาว เป็นการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดการกระทำซึ่งใช้เวลานานและทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น การประชาสัมพันธ์โครงการริเริ่มเคลกรดาศ โครงการธนาคารขยะ เป็นต้น

2. การวางแผนประชาสัมพันธ์ระยะสั้น เป็นการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานเฉพาะกิจ เช่น การประกวดแข่งขันวาดภาพ การไปร่วมกิจกรรมกับชุมชนภายนอก เป็นต้น

ประเภทของการประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายที่นักประชาสัมพันธ์จะเลือกใช้ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในหรือการประชาสัมพันธ์ภายนอก การประชาสัมพันธ์ระยะสั้นหรือการประชาสัมพันธ์ระยะยาว การวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการป้องกันหรือการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วก็ตาม นักประชาสัมพันธ์ที่ดีก็ควรต้องมีวิจารณญาณในการเลือกใช้ประเภทของการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม

สรุป ประเภทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีทั้งประเภทการประชาสัมพันธ์ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอก ประเภทการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะยาวและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้น ทั้งนี้ ยังมีประเภทของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่เป็นการป้องกันข้อผิดพลาดไม่ให้เกิดปัญหาที่เสื่อมเสียชื่อเสียงและภาพพจน์ของโรงเรียนและการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดการผิดพลาดด้วย

2. งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย สังกัดสำนักงานพันธกิจการศึกษามูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย เริ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2417 นับเป็นสถานศึกษาที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย มีเจตนาอันแน่วแน่ในการผลิตและอบรมกุลสตรีของชาติไทย โดยให้ความสำคัญต่อการปลูกฝังนักเรียนให้เป็นคนดี คนเก่งและมีความสุข เพื่อให้ นักเรียนทุกคนเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพต่อครอบครัว สังคมและประเทศชาติ

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เป็นโรงเรียนประจำกุลสตรีและโรงเรียนอนุบาลแห่งแรกในประเทศไทย สืบเนื่องมาจากโรงเรียนกุลสตรีวังหลัง ก่อตั้งโดยคณะเพรสไบทีเรียนมิชชันจากประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พุทธศักราช 2417 ณ พระราชวังบวรสถานพิมุขหรือพระราชวังหลัง ซึ่งขณะนี้เป็นส่วนหนึ่งของโรงพยาบาลศิริราช โรงเรียนกุลสตรีวังหลังเจริญขึ้นเรื่อยๆ สถานทีของโรงเรียนไม่เพียงพอต่อจำนวนนักเรียนที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยสายตาที่เฉียบคมและมองการณ์ไกล มิสเอ็ดน่า เซระ โคล ซึ่งเป็นครูใหญ่ในขณะนั้น ได้ย้ายโรงเรียนมาอยู่ที่ทุ่งบางกะปิ สถานที่ในปัจจุบัน และเปลี่ยนชื่อโรงเรียนใหม่ว่า "โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย"

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยตั้งอยู่เลขที่ 67 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร บริหารงานโดย นางเสริมศรี ไชยเศรษฐ์ ผู้อำนวยการ นางพรรณมหา วุฒิวโรภาส อาจารย์ใหญ่ โรงเรียนได้ตระหนักถึงความสำคัญทางการศึกษา ได้จัดกระบวนการเรียนให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 การดำเนินงานกิจการของโรงเรียน ได้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับหลักสูตรปัจจุบัน อบรมสั่งสอนตามครรลองคริสตศาสนา ส่งเสริมให้นักเรียนคิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็นและมีประสบการณ์ชีวิต สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข นับได้ว่า ตลอดเวลาที่ผ่านมา โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ผลิตนักเรียนที่มีคุณภาพออกสู่สังคมและรับใช้ประเทศชาติอย่างมากาย เป็นที่ยอมรับ ศรัทธา จากสังคมและชุมชน ว่าเป็นโรงเรียนที่มีระบบการเรียนการสอนที่มีมาตรฐานสูงแห่งหนึ่ง

นโยบายของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

1. มุ่งเน้นให้นักเรียนสามารถนำคตินิยมตามครรลองคริสตศาสนาไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข
2. ปลูกฝังและส่งเสริมให้นักเรียนเคารพยึดมั่นในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

3. ปลุกฝังและส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้นักเรียนและบุคลากรของโรงเรียนเป็นคนดี มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความรักสามัคคีในหมู่คณะและดำรงตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม

4. ปลุกฝังให้นักเรียนเป็นกุลสตรี เป็นผู้นำ มีความรักในศิลปวัฒนธรรมและตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม

5. ส่งเสริมให้นักเรียนมีความรู้และเป็นเลิศทางวิชาการ

6. พัฒนาองค์กรและระบบบริหารงาน การปฏิบัติงานของของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

7. ส่งเสริมให้นักเรียนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้และการให้บริการแก่ชุมชน

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการจัดกิจกรรมต่างๆให้เหมาะสมและสอดคล้องกับหลักสูตรปัจจุบัน อบรมสั่งสอนตามครรลองคริสตศาสนา ส่งเสริมให้นักเรียนคิดเป็น ทำเป็นและแก้ปัญหาเป็น มีประสบการณ์ชีวิต สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

ด้านกระบวนการ

ในการบริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้กำหนดโครงสร้างการบริหารงานเป็น 6 ฝ่าย 3 ระดับ ได้แก่ ฝ่ายศาสนกิจและดนตรี ฝ่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษา ฝ่ายธุรการ – บุคลากร ฝ่ายบริการ ฝ่ายกิจการพิเศษ ฝ่ายวิชาการ ระดับปฐมวัย ระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา โดยมีผู้ช่วยผู้บริหารร่วมรับผิดชอบบริหารงานจำนวน 9 คน ผู้บริหารยึดหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม ดำเนินการเรื่องต่างๆในรูปคณะกรรมการ เพื่อให้ทุกคนร่วมกันคิด ร่วมกันทำ มีการวางแผนปฏิบัติงานตามแผน มีการวางระบบกำกับติดตาม ตรวจสอบ ประเมินและรายงานผลอย่างต่อเนื่อง ตามวงจรการทำงานแบบ P D C A ในทุก ๆ กิจกรรม และกำหนดแผนในการกำกับติดตาม ตรวจสอบและรายงานผล รวมทั้งผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน บุคลากรทุกฝ่ายทุกระดับ เข้าใจและสามารถปฏิบัติได้

ในการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาด้านวิชาการนั้น โรงเรียนได้กำหนดเป้าประสงค์หลักไว้ในวิสัยทัศน์ (Vision) ซึ่งปรากฏอยู่ในแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาโรงเรียน ผู้เรียนจะต้องมีความเป็นเลิศทางวิชาการ ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้ โดยมีวัตถุประสงค์มุ่งที่จะพัฒนากระบวนการบริหารงานวิชาการให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล และเพื่อให้พันธกิจบรรลุผล โรงเรียนได้กำหนดแผนงาน โครงการที่จะช่วยพัฒนางานวิชาการ รองรับพันธกิจดังกล่าว ดังนี้

1. แผนงานพัฒนาทีมบริหารงานวิชาการ
 - 1.1 โครงการส่งเสริมและพัฒนาทีมบริหารงานวิชาการ
2. แผนงานพัฒนาศักยภาพครูผู้สอน
 - 2.1 โครงการพัฒนาครูแกนนำ เป็นครูต้นแบบการเรียนรู้
 - 2.2 โครงการจัดทำ / พัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน
3. แผนงานปฏิรูปกระบวนการเรียนการสอน
 - 3.1 โครงการพัฒนาเทคนิคการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
 - 3.2 โครงการพัฒนาระบบการนิเทศ
 - 3.3 โครงการพัฒนาระบบการวัดและประเมินผล
4. แผนงานพัฒนาศักยภาพและสุนทรียภาพของผู้เรียน
 - 4.1 แผนงานพัฒนาศักยภาพและสุนทรียภาพด้านศิลปะของผู้เรียน
5. แผนงานพัฒนาทักษะผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศ
 - 5.1 โครงการพัฒนาผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศทางวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ สังคมศึกษาและคอมพิวเตอร์
 - 5.2 โครงการจัดการศึกษาสำหรับผู้ที่มีความสามารถพิเศษด้านภาษาอังกฤษและภาษาไทย

หลักสูตรและสาระการเรียนรู้

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เป็นเครือข่ายในการใช้หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ได้จัดทำหลักสูตรการศึกษาของโรงเรียนขึ้นใช้ตามระยะเวลาที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด และได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงมาแล้ว 1 ครั้ง ปีพุทธศักราช 2547 ได้แก้ไขปรับปรุงเป็นครั้งที่ 2 เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติ ความมุ่งหมาย หลักการ โครงสร้าง หลักสูตรตามช่วงชั้นปีที่ 1 – 4 กลุ่มสาระการเรียนรู้ 8 กลุ่มสาระ คุณลักษณะอันพึงประสงค์ และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน โดยได้รับความอนุเคราะห์จากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้แทนองค์กร ชุมชน กรรมการผู้แทนสมาคมผู้ปกครองและครู ฯ

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้นำปรัชญา นำเป้าหมายและวิสัยทัศน์ ตลอดจนแผนพัฒนาโรงเรียนมาดำเนินการ และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกระบวนการเรียนการสอนและฝึกปฏิบัติจริงตามความถนัดและความสนใจของผู้เรียน โดยจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนในรูปแบบต่าง ๆ ครูใช้กระบวนการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการสร้างเครื่องมือและการ

ประเมินผลตามหน่วยการเรียนรู้ด้วยวิธีที่หลากหลาย มีการจัดนิเทศการสอนของครูเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ โรงเรียนได้พัฒนาระบบการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ซึ่งมีโครงการต่าง ๆ รองรับระบบการบริหารจัดการอย่างชัดเจน อาทิ เช่น

1. โครงการประกันคุณภาพภายในโรงเรียน
2. โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบบริหารโรงเรียน
3. โครงการพัฒนาศูนย์สารสนเทศ
4. โครงการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์
5. โครงการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์
6. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพบุคลากร

ตลอดจนจัดทำมาตรฐานการศึกษาโรงเรียน โดยมีผู้ช่วยผู้บริหารทั้ง 6 ฝ่าย 3 ระดับ ร่วมกันรับผิดชอบ ผู้บริหารยึดหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม ดำเนินเรื่องต่าง ๆ ในรูปคณะกรรมการ เพื่อให้ทุกคนร่วมกันทำ มีการวางแผนและปฏิบัติงานตามแผน มีการวางระบบกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินและรายงานผลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้

1. โรงเรียนได้รับการประเมินภายนอก จาก สมศ. เมื่อวันที่ 28 – 30 กรกฎาคม 2547 ผลการประเมินสถานศึกษาพิจารณาตามเกณฑ์มาตรฐาน 3 ด้าน คือ ด้านผู้บริหาร ด้านครูและด้านผู้เรียน ผลอยู่ในเกณฑ์ดี ระดับ 3 ทุกมาตรฐาน

2. โรงเรียนได้รับรางวัลสถานศึกษาทำคุณประโยชน์ให้แก่กระทรวงศึกษาธิการ
3. โรงเรียนได้รับการคัดเลือกให้รับรางวัลพระราชทาน ประจำปีการศึกษา 2547

ประเภทสถานศึกษา ระดับก่อนประถมศึกษา ขนาดใหญ่ เขตกรุงเทพมหานคร

4. โรงเรียนมีมาตรฐานการศึกษาเป็นกรอบในการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา
5. โรงเรียนมีแผนพัฒนาโรงเรียนและนำแผนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นระบบและชัดเจน
6. โรงเรียนมีหลักสูตรสถานศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและชุมชน
7. บุคลากรทุกคนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพ

ด้านอาคารสถานที่

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้คำนึงถึงความปลอดภัย มั่นคง แข็งแรง สะอาด สะดวก เหมาะกับการจัดทำกิจกรรมของนักเรียน อาคารทุกหลังอากาศถ่ายเทได้สะดวกและมีบรรยากาศเอื้อต่อการจัดกิจกรรมด้านต่าง ๆ อาคารทุกหลังมีระบบสาธารณูปโภคครบถ้วนบริบูรณ์ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีการติดตั้งโทรทัศน์ทั้งภายในและภายนอกเพื่อสะดวกในการติดต่อประสานงาน มีบริการน้ำดื่มทุกอาคาร ตลอดจนมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ โรงเรียนได้ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย จึงมีนโยบายนำระบบการรับนักเรียน ให้ผู้ปกครองทุกคนต้องใช้บัตรบาร์โค้ดในการรับ – ส่งนักเรียนเป็นต้น

ด้านชุมชนสัมพันธ์

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ตระหนักดีว่า ชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาโรงเรียนด้านต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ อาทิ การพัฒนาบุคลากร พัฒนางาน พัฒนาองค์กร โรงเรียนได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการสถานศึกษา คณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษา คณะกรรมการศิษย์วังหลัง – วัฒนา คณะกรรมการสมาคมผู้ปกครองและครูฯ และคณะกรรมการผู้ปกครองอาสา เป็นต้น นอกจากนี้ โรงเรียนมุ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนและพร้อมให้การสนับสนุนกิจกรรมชุมชน ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ ทุนการศึกษา สื่อวัสดุอุปกรณ์และยานพาหนะ พร้อมอนุญาตให้บุคลากรของโรงเรียนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชนในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย นำโดย นางเสริมศรี ไชยเศรษฐ์ ผู้อำนวยการ และนางพรรณมहा วุฒิวโรภาส อาจารย์ใหญ่ เป็นผู้บริหารโรงเรียนที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ใส่ใจในการพัฒนาการจัดการศึกษาของโรงเรียนโดยไม่หยุดยั้ง ก้าวทันความเจริญก้าวหน้าในวิทยาการใหม่ ๆ ปีการศึกษา 2542 นำโรงเรียนเข้าสู่การประกันคุณภาพการศึกษาของสำนักงานการศึกษาเอกชนและได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ปีการศึกษา 2542 – 2546 และปีการศึกษา 2547 โรงเรียนได้รับการประเมินภายนอกจาก สมศ. ผลการประเมินสถานศึกษาพิจารณาตามมาตรฐาน 3 ด้าน คือ ด้านผู้บริหาร ด้านบุคลากรและด้านผู้เรียน ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ดีระดับ 3 ทุกมาตรฐาน โรงเรียนได้รับรางวัลสถานศึกษาที่ทำคุณประโยชน์ให้แก่กระทรวงศึกษาธิการ และโรงเรียนได้รับการคัดเลือกให้รับรางวัลพระราชทานประจำปีการศึกษา 2547 ประเภทสถานศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาขนาดใหญ่ เขตกรุงเทพมหานคร และส่งเสริมให้ครูทำวิจัยในชั้นเรียน ตลอดจน

ให้ครูนำคุณธรรมประจำเดือนสอดแทรกเข้าสู่เนื้อหาสาระทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาให้นักเรียนเป็นคนดี คนเก่ง สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ มีอารมณ์มั่นคง มีสติปัญญาดี อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย คือ “คุณธรรม นำวิชาการ”

จากความรู้ความสามารถและมองการณ์ไกลของผู้บริหาร ส่งผลให้บุคลากรของโรงเรียน / นักเรียน ได้รับรางวัลและประกาศเกียรติคุณเป็นที่ประจักษ์ต่อชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ตระหนักดีว่า ชุมชนภายในและภายนอกมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนางานของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ โรงเรียนได้มุ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับครู ครูกับนักเรียนและผู้ปกครอง โรงเรียนกับชุมชน และพร้อมให้การสนับสนุนกิจกรรมชุมชนทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ ทุนการศึกษาและวัสดุอุปกรณ์ พร้อมให้บุคลากรของโรงเรียนมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมชุมชนในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยโรงเรียนให้ความสำคัญกับบุคลากรครู นักเรียนและผู้ปกครองว่าเป็นตัวแทนที่ทำหน้าที่ผู้ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้อย่างดีต่อชุมชนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เดิมมีการดำเนินงานแบบเป็นจุดติดต่อสอบถามที่ผู้ปกครองนักเรียนจะมาติดต่อสอบถามเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโรงเรียนภายในโรงเรียนเท่านั้น ส่วนการจัดทำวารสารของโรงเรียนเป็นหน้าที่ของสมาคมผู้ปกครองและครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียนมีสมาคมศิษย์วังหลัง – วัฒนา เป็นผู้ดำเนินการ ต่อมาโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้จัดตั้งฝ่ายกิจการพิเศษขึ้น จึงได้จัดทำแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนและแผนการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ให้ขึ้นอยู่กัฝ่ายกิจการพิเศษนี้ มีการจัดทำแผนปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของโรงเรียน

นโยบายฝ่ายกิจการพิเศษ

1. มุ่งพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพและทันต่อเหตุการณ์
2. มุ่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน
3. มุ่งสานสัมพันธ์ที่ดีกับทุกฝ่าย ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

4. มุ่งให้บริการและร่วมกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง

5. มุ่งพัฒนาระบบการบริหารจัดการฝ่ายกิจการพิเศษให้มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ได้มีการจัดทำวิสัยทัศน์ของฝ่ายกิจการพิเศษ ดังนี้

ภายในปีการศึกษา 2552 การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีระบบที่ทันสมัย หลากหลายรูปแบบ พร้อมเผยแพร่ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ผู้บริหารและครู ให้การสนับสนุนและร่วมกิจกรรมชุมชนอย่างต่อเนื่อง พร้อมนำชื่อเสียงมาสู่โรงเรียน

ฝ่ายกิจการพิเศษ มีนโยบายพัฒนาระบบการบริหารโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ โดยได้จัดโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์

1.1 งานพัฒนาระบบและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้ประสานงานกับสมาคมผู้ปกครองและครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จัดตั้งระบบป้ายอักษรตัววิ่งอัตโนมัติ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน ทุกวันอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดทำจุลสาร 2 เดือน ต่อ 1 ฉบับ วารสารรายงานประจำปี แผ่นพับและอินเทอร์เน็ต

1.2 งานพัฒนาทีมงานประชาสัมพันธ์

ฝ่ายกิจการพิเศษ ได้ดำเนินการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ปีการศึกษา 2548 เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่นักเรียน / ผู้ปกครอง จึงได้ประสานงานกับโรงเรียนเตรียมทหาร โรงเรียนสามเสนวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อเข้าศึกษาดูงานด้านการประชาสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำผลดีมาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. โครงการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์

2.1 งานพัฒนาข้อมูลและบริการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์

ฝ่ายกิจการพิเศษได้ประสานงานกับศูนย์ ICT เพื่อนำภาพกิจกรรมข่าวสารของโรงเรียนมาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

3. โครงการให้ / ร่วม / รับบริการชุมชน

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีนโยบายในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆของชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน จึงจัดดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 งานให้บริการชุมชน

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีการให้บริการชุมชนด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ อาทิเช่น

3.1.1 ทุนการศึกษา

3.1.2 สื่อวัสดุอุปกรณ์เทคโนโลยี

3.1.3 ยานพาหนะ

3.1.4 ทุนจัดสร้างอาคารเรียน

3.1.5 ทุนอาหารกลางวัน

3.1.6 สถานที่ในการจัดกิจกรรมต่างๆ

3.1.7 บุคลากร (อนุญาตให้ไปเป็นวิทยากรด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือชุมชน)

3.2 งานร่วมกิจกรรมชุมชน

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีนโยบายในการสนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและชุมชน แลกเปลี่ยนทัศนคติที่ดีด้านต่างๆ อันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานกิจกรรมนั้น ๆ อาทิเช่น กิจกรรมเปิดประตูสู่นวัตกรรมทางการศึกษา ของสำนักงานพื้นที่การศึกษาเขต 1 กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมประชาธิปไตยของสำนักงานเขตวัฒนา การร่วมประชุมสัมมนาสร้างสรรค์ชุมชนด้านต่าง ๆ เป็นต้น

3.3 งานรับบริการชุมชน

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีความจำเป็นในบางกิจกรรมที่โรงเรียนไม่สามารถจัดสรรให้แก่ผู้เรียนได้ ทางโรงเรียนจึงขอการสนับสนุนอุปกรณ์สื่อต่าง ๆ ตลอดจนวิทยากรทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจะได้ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีประสบการณ์ตรงจากแหล่งเรียนรู้ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในชุมชนตลอดปีการศึกษาด้วยดี

ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ซึ่งรับผิดชอบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้ดำเนินการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยตามกระบวนการบริหารการศึกษาของสมาคมผู้บริหารการศึกษาแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Association of School Administrators) เพื่อตอบสนองนโยบายและโครงการต่าง ๆ ของฝ่ายกิจการพิเศษ ดังนี้

ด้านการวางแผน

ผู้บริหารและผู้ช่วยผู้บริหารทุกฝ่าย ทุกระดับของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ประชุมร่วมกันวางแผนการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนตลอดปีการศึกษา และฝ่ายกิจการพิเศษจัดทำเป็นปฏิทินประจำปีการศึกษาขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลของแต่ละฝ่ายแต่ละระดับมารวมกันทั้งหมดว่าในแต่ละเดือนของปีการศึกษา ระดับใดมีกิจกรรมอะไรบ้าง การวางแผนจัดทำปฏิทินประจำปีการศึกษาเช่นนี้ เป็นการควบคุมให้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างรอบคอบ โดยมีการเตรียมการณ่างานใดจะต้องทำอะไรบ้าง แต่ละระดับที่จะจัดกิจกรรม จะใช้คน ใช้เวลา ใช้งบประมาณและจะใช้อุปกรณ์อะไร อย่างไรบ้าง

การระบุกิจกรรมและกำหนดเวลาอย่างชัดเจนและเหมาะสมเป็นการช่วยขยายวิธีปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น การวางแผนที่มีขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจนและเหมาะสมกับเวลา สถานที่และบุคคลช่วยให้เกิดการประสานงานที่ดี ทำให้การดำเนินงานราบรื่น ประสพผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

นอกจากนี้ ในฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานของฝ่ายกิจการพิเศษในแต่ละเดือนและแยกย่อยออกเป็นรายสัปดาห์ เพื่อติดตามการปฏิบัติงานให้ต่อเนื่องกัน เช่น ติดตามหาข้อมูลข่าวสารจากหัวหน้างานทุกสัปดาห์ ติดตามจากหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ทุกวัน เพื่อรวบรวมนำข้อมูลมาดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมนั้น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนตามความเหมาะสม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างรวดเร็วเป็นปัจจุบัน ทันเหตุการณ์ ถือเป็นการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เกิดผลดีต่อชื่อเสียงและภาพพจน์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก

2.1 ด้านการจัดหาทรัพยากร

พื้นฐานทรัพยากรที่สำคัญและจำเป็นที่สุดของการบริหารงานประชาสัมพันธ์ มี 4 ประการ คือ บุคคล งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการจัดการ

บุคคล

ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ตระหนักดีว่า ตัวแทนที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นอย่างดีคือครู นักเรียนและบริกร ซึ่งถือเป็นสมาชิกของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จึงได้ปลูกฝังบุคลากรเหล่านี้ให้มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อสถาบัน เป็นผู้มีความรู้สึกลำบากใจดี มีเหตุผล มีความรับผิดชอบสูง มีคุณธรรมจริยธรรมที่สามารถแสดงออกถึงคุณลักษณะที่ดี เป็นที่เชื่อถือ และก่อให้เกิดศรัทธาต่อบุคคลภายนอกที่ได้พบเห็น

นอกจากนี้ ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้คัดเลือกบุคลากรที่จะทำหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยจากบุคลากรครูที่มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารและการเข้าสมาคม มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความพอใจในหน้าที่ของตนเอง พร้อมที่จะติดต่อกับผู้อื่น รักษาบริการและพร้อมที่จะบริการผู้อื่น มีความคิดและเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ มีความสามารถหลายด้าน สุขภาพดีทั้งกายและใจ สุขภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถปรับตัวได้ทุกสถานการณ์ มีความเข้าใจผู้อื่นและสามารถจูงใจผู้อื่นให้คล้อยตามด้วยได้ มีรสนิยมเป็นเลิศในการใช้คำพูดติดต่อกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มีความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่สูง ใฝ่ใจที่จะเรียนรู้วิธีแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากชุมชนภายนอกมาแจ้งให้บุคลากรทุกฝ่ายในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้รับรู้อย่างรวดเร็ว และนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยไปสู่ชุมชนภายนอกได้ทันเหตุการณ์

งบประมาณ

ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จึงได้จัดสรรงบประมาณให้ตามความจำเป็นและความเหมาะสมตามที่ฝ่ายกิจการพิเศษได้วางแผนการดำเนินงานแต่ละโครงการและเสนอของบประมาณพร้อมรายละเอียด เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดทำวารสารและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน การจัดซื้อเครื่องมือต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น เครื่องเสียง วิทยุสื่อสาร พานหุงและอื่น ๆ การได้รับการสนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอจากผู้บริหาร ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังทำให้สามารถจัดหาทรัพยากรอื่น ๆ ได้อีก

งบประมาณจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกอย่างประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้ เพราะถ้ามีการวางแผน มีการเตรียมบุคลากรที่จะการดำเนินงานอย่างดีแล้วแต่ไม่มีงบประมาณที่จะต้องใช้จ่ายเพื่อการดำเนินงาน ก็ทำให้งานนั้นไม่สามารถที่จะดำเนินการต่อไปได้ งบประมาณจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงานอย่างยิ่ง

วัสดุอุปกรณ์

ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ให้ความสำคัญต่อวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเป็นอย่างมาก จึงได้จัดให้มีสื่อหลายชนิดในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของโรงเรียนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนด้วยวิธีที่หลากหลายตามคุณสมบัติของสื่อ เช่น เครื่องเสียงสำหรับจัดเสียงตามสายที่มีลำโพงอยู่ตามอาคารเรียนและตามทางเดิน ที่เชื่อมโยงถึงกันทุกอาคาร มีป้ายอักษรตัววิ่งอัตโนมัติแจ้งข่าวสารและกิจกรรมเป็นปัจจุบันทุกวัน จัดพิมพ์จุลสารเผยแพร่งานกิจกรรมของโรงเรียน 2 เดือนต่อ 1 ฉบับ จัดทำวารสารรายงานประจำปี จัดทำแผ่นพับประวัติความเป็นมาของโรงเรียน จัดทำเว็บไซต์เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน อุปกรณ์เครื่องเสียง แสง ในห้องประชุมทันสมัย มีการติดต่อกันทุกระดับเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารด้วยโทรศัพท์ภายในห้องพักครูในโรงเรียนอย่างทั่วถึง ทำให้บุคลากรทุกคนในโรงเรียนสามารถให้ข้อมูลข่าวสารต่อบุคคลภายนอกด้วยความชัดเจนและตรงกันทุกระดับ วัสดุอุปกรณ์จึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นไปอย่างราบรื่น ประสบความสำเร็จตามที่ได้ตั้งไว้

นอกจากนี้ ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้มีการส่งข่าวสารและรายงานการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังสำนักพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์รายวันและวารสารรายปักษ์ ทั้งนี้ เป็นไปตามโครงการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ ปีการศึกษา 2548 ในงานพัฒนาระบบและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

วิธีการจัดการ

ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้จัดโครงสร้างการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยไว้เป็นระบบ มีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานประจำปีการศึกษามีขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ราบรื่นและประสบความสำเร็จ

ในขณะเดียวกัน วิธีการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยก็มีแผนการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่บ่งบอกว่า ควรจะเลือกใช้วิธีการใดดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น งานกิจกรรมของโรงเรียน จะมีการออกเสียงตามสายทุกวันตอนเช้า ติดประกาศที่ป้ายประชาสัมพันธ์ของนักเรียน ที่ห้องอาหารครูและที่ห้องพักครู ส่งข้อความขึ้นป้ายอักษรตัววิ่ง

อัตโนมัติ ให้ศูนย์ ICT ส่งข้อความเข้าเว็บไซต์ของโรงเรียนและที่เครื่องรูดบัตรเข้าทำงานของครู ส่งข่าวให้สำนักพิมพ์เพื่อลงข้อความข่าวในวารสาร ส่งข่าวให้สถานีวิทยและโทรทัศน์ต่าง ๆ เพื่อให้สาธารณชนได้ทราบว่าโรงเรียนกำลังจะจัดให้มีกิจกรรมอะไร เมื่อไร ที่ไหน และหาวิธีที่จะดำเนินงานให้ผลการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆของโรงเรียนได้ออกไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนมากที่สุด วิธีการจัดการ นับว่ามีความสำคัญในการบริหารการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เช่นกัน

การจูงใจให้ปฏิบัติงาน

ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้ปกครองและดูแลคณะครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยแบบการกระจายอำนาจ แต่ละระดับมีผู้ช่วยผู้บริหารดูแลกันเอง ในขณะที่ครูส่วนกลางก็รับผิดชอบการทำงานตามหน้าที่ ทั้งนี้ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ปลูกฝังให้นักเรียนทุกฝ่ายทุกระดับในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีจิตสำนึกที่ดีของการเป็นสมาชิกวัฒนาวิทยาลัย โดยมีสุภาษิตกล่าวว่า “ให้เรารักกันและกัน ช่วยเหลือกันและกัน แบ่งปันกันและกัน” สมาชิกวัฒนาวิทยาลัย มีความรักและผูกพันกันดุจพี่น้องในครอบครัวเดียวกัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของบ้านที่จะต้องรับผิดชอบต่อทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในบ้านของตนเอง ช่วยกันดูแลและรักษาภาพพจน์ของโรงเรียนที่จะปรากฏออกไปสู่สายตาสาธารณชน การร่วมกิจกรรมด้วยกัน ศึกษาดูงานนอกสถานที่ การทัศนศึกษา การแข่งขันกีฬา ความรู้สึกที่ดีต่อสถาบัน ทำงานอย่างสบายใจ ความรู้สึกอบอุ่น ความรู้สึกผูกพันที่มีต่อสมาชิกวัฒนาวิทยาลัยด้วยกัน เป็นแรงจูงใจสมาชิกของวัฒนาวิทยาลัย ให้มีความรับผิดชอบโดยปฏิบัติตนดีงาม มีความเมตตากรุณาต่อนักเรียน เพื่อพ่อเพื่อแม่และเพื่ออาหารต่อเพื่อนครู ปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม ทำให้ผู้อื่นศรัทธา ประทับใจเป็นที่ยอมรับของสังคมทั้งภายในและภายนอก

ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ซึ่งรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ได้จัดทำโครงการต่าง ๆ เสนอผู้บริหารเพื่อขออนุมัติ สามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ผู้บริหารเป็นที่ปรึกษา ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำในการดำเนินงานกิจกรรม มีห้องทำงานที่สะดวกในการติดต่อทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน สภาพการทำงานในโรงเรียนสะดวกสบาย มีเครื่องมือสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามที่จำเป็นเหล่านี้ เป็นแรงจูงใจทำให้ครูประชาสัมพันธ์ทำงานอย่างราบรื่น มีความสุข ก่อให้เกิดความรับผิดชอบและทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ

2.2 ด้านการประสานงาน

ผู้บริหารโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เป็นผู้นำให้สมาชิกวัฒนาวิทยาลัยร่วมมือร่วมใจทำงานแบบเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน มีการประชุมเพื่อให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ทำให้มีความกระตือรือร้น เต็มใจ และมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน มีการกำหนดกรรมการและหน้าที่ที่จะประสานงานอย่างสอดคล้องกลมกลืน เพื่อจะได้ดำเนินการไปสู่ความสำเร็จในเป้าหมายเดียวกัน

ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ซึ่งรับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์โดยตรง ได้ดำเนินการทุกวิธีที่จะสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกวัฒนาวิทยาลัยและบุคคลภายนอก เพื่อให้ทุกฝ่ายมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างครูด้วยกัน ต้องให้เกียรติและยอมรับนับถือความสำเร็จในการทำงานของเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนการรักษาสิทธิอันถูกต้องในงานที่สอน มีการจัดระบบการสื่อสารที่ดีในโรงเรียน มีการร่วมกิจกรรมและพบปะสังสรรค์กันเป็นครั้งคราว เช่น งานต้อนรับครูใหม่ งานแข่งขันกีฬาครู งานคริสต์มาส เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของบุคคลภายในกลุ่มเพื่อนร่วมสถาบัน ก่อให้เกิดการประสานงานที่ดี ในการทำงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน สร้างความเข้าใจให้ครูเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้การยอมรับต่อบุคลิกภาพของเด็กนักเรียนแต่ละคน เตรียมการสอนดีมีวิธีการสอนเหมาะสม จัดการสอนถูกต้องตามเวลาและเนื้อหา เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อถือให้เด็กนักเรียนศรัทธา นิยมยกย่องครู ความประทับใจที่ได้รับจะทำให้เด็กนักเรียนประสานงานร่วมมือร่วมใจแก่ครูเป็นอย่างดี อันจะนำมาซึ่งความนิยมเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือกับโรงเรียนในการดำเนินงานกิจกรรมทุกอย่างให้สำเร็จตามเป้าหมาย

ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับผู้ปกครอง ครูต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดกับผู้ปกครอง แจ้งให้ผู้ปกครองทราบนโยบายและระเบียบปฏิบัติของโรงเรียนอย่างชัดเจน มีการเชิญผู้ปกครองมาประชุม หรือร่วมกิจกรรมกับทางโรงเรียนและพบปะกับครูในบางโอกาส รายงานความก้าวหน้าทางการเรียนของเด็กนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบเป็นระยะเพื่อจะได้ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน ในขณะเดียวกัน ครูรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเด็กนักเรียน ซึ่งครูสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการอบรมสั่งสอนเด็กนักเรียนได้ ทำให้ผู้ปกครองและครูมีการประสานความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการติดตามการดำเนินงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของนักเรียน ครูและผู้ปกครอง ที่เป็นแบบอย่างที่ดี สมควรได้รับการยกย่อง นำมาเผยแพร่ผลงานทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ เช่น เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสาร ฝ่ายกิจการพิเศษจะประสานงานส่งข้อมูลข่าวนั้นไปยังครูประชาสัมพันธ์ระดับปฐมวัย ประชาสัมพันธ์ระดับประถมศึกษาและประชาสัมพันธ์ระดับมัธยมศึกษา เพื่อติดประกาศข่าวเป็นปัจจุบัน ประสานงานส่งข้อความให้ศูนย์ ICT เพื่อนำข้อมูลข่าวนั้นขึ้นหน้าจอเครื่องรูดบัตรของครูและลงเว็บไซต์ของโรงเรียน ประสานงานสมาคมผู้ปกครองและครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยนำข้อมูลข่าวนั้นพิมพ์ขึ้นป้ายอักษรตัววิ่งอัตโนมัติด้านหน้าโรงเรียน ประสานงานสื่อมวลชนสถานวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ ประกาศข่าวกิจกรรมของโรงเรียนตามความเหมาะสม และเมื่อกิจกรรมดำเนินไปเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้นำรูปภาพประกอบคำบรรยายจัดส่งไปตามสำนักพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ผลงานของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยตามหนังสือพิมพ์และวารสารของชุมชนภายนอก ส่วนในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเอง ฝ่ายกิจการพิเศษได้จัดพิมพ์จุลสารเผยแพร่ผลงานของนักเรียนและบุคลากรทุกฝ่ายอย่างต่อเนื่อง นับได้ว่าเป็นผลจากการประสานงานที่ครอบคลุมทุกฝ่าย

2.3 ด้านการประเมินผล

โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนตลอดเวลา และการจัดกิจกรรมทุกครั้ง คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งให้รับผิดชอบกิจกรรมนั้น ๆ จะมีการประเมินผลการจัดงานทุกครั้ง เพราะการประเมินผลการดำเนินการจัดกิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญ เป็นความต้องการทราบผลลัพท์ที่ได้ หรือต้องการทราบผลการจัดงานว่าบรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ในแผนหรือโครงการหรือไม่ โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินผลมาสรุปผลการดำเนินงานเพื่อประโยชน์คือเป็นผลดีต่อการดำเนินงานของแผนและโครงการในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป

ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ได้เล็งเห็นความจำเป็นต้องมีการทบทวนแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตลอดเวลาว่าเป็นไปตามที่กำหนดวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายเพียงใด จึงได้มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นระยะ เช่น พุดคุย สอบถามบุคลากรทุกฝ่าย (นักเรียน ครู ผู้ปกครอง และบริกร) เกี่ยวกับข้อความที่ออกเสียงตามสาย ข้อความที่ป้ายอักษรตัววิ่งอัตโนมัติ ข้อความที่ติดประกาศ ข้อความในเว็บไซต์ของโรงเรียน ข้อความในจุลสารและในวารสาร เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์ที่เป็นจุดบกพร่อง ข้อมูลไม่

สามารถไปถึงบุคลากรกลุ่มเป้าหมาย ไม่ครอบคลุมทั่วถึง เพื่อที่จะได้พัฒนา แก้ไข นวัตกรรมที่จะประชาสัมพันธ์ไปให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

การพูดคุยสอบถามถึงรูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่บุคลากรทุกฝ่ายสนใจ ติดตามข่าว เพื่อจะเสริมรูปแบบที่บุคลากรทุกฝ่ายให้ความสนใจติดตามให้มาก ๆ ยิ่งขึ้นไปอีก หรือแม้แต่การส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนภายนอก ฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยจะมีการติดตามข่าวเพื่อประเมินผลว่า มีการส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนกี่ครั้ง และได้รับการพิมพ์ลงหนังสือต่าง ๆ กี่ครั้ง มีการตัดเก็บข่าวในหนังสือพิมพ์และวารสารต่าง ๆ ไว้เป็นหลักฐานเพื่อประเมินผลในภายหลังเมื่อสิ้นปีการศึกษา

การประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยจึงเป็นการบริหารงานอย่างหนึ่งที่ฝ่ายกิจการพิเศษให้ความสำคัญ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยซึ่งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในโอกาสต่อไป

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ พบว่า เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระ มีดังนี้

ระพี แก้วเนตร (2546: 9) กล่าวว่า ครูที่ทำงานในโรงเรียนเดียวกัน แม้คนละหน้าที่ไม่ว่าจะเป็นครูผู้สอนหรือครูสนับสนุนการสอน ควรได้รับทราบแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายของโรงเรียนพร้อมเพรียงกัน เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น มิฉะนั้นงานอาจสะดุดบกพร่อง สอดคล้องกับ เตือนตา อวยสวัสดิ์ (2541: 115) ที่กล่าวว่า ครูที่ปฏิบัติงานหน้าที่ต่างกัน ควรรับรู้แผนการดำเนินงานของโรงเรียนเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ปฏิบัติเหมือนกัน จะทำให้งานของโรงเรียนลุล่วงประสบความสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า ครูที่มีลักษณะงานต่างกัน จะมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ปิยนุช ธูปเทียนรัตน์ (2542: 17) กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน จะมีระดับความสนใจและการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานไม่เท่ากัน เช่นเดียวกับ สมศักดิ์ ขาวลาภ (2544: 120) ที่กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน จะมีการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานต่างกัน เพราะครูจะสนใจเฉพาะงานในระดับของตนเป็นส่วนใหญ่ ทำให้การรับรู้และความสนใจงานระดับอื่น ๆ น้อยลง ซึ่งขัดแย้งกับ พรทิพย์ เฟื่องฟุ้ง (2541: 132) ที่กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีความสนใจรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน เพราะครูทุกคนต่างปฏิบัติงานตามหน้าที่ภายใต้แผนการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

มาลี จุฑา (2542: 57) ได้กล่าวว่า ประสบการณ์ทำให้เกิดการพัฒนาชีวิต ดังนั้นการที่ครูมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมากหรือได้ผ่านงานมากมาย ย่อมรู้เทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานได้ดี สามารถแก้ปัญหาได้ดีกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย และจากผลการวิจัยของ ขวลิขิต ศรีพวงผกาพันธุ์ (2543: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานตามนโยบายประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน เฉพาะด้านการประกันประสิทธิภาพการศึกษาต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ยุพา วิริภิมย์กุล (2545: 100) ที่ศึกษาวิจัยพบว่า นักวิชาการศึกษาที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีศักยภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จึงกล่าวได้ว่า ประสบการณ์ในการทำงานของครูมีผลต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยภายในประเทศ

ศิริพร เสนาะไสตร์ (2540: 105) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสำคัญและปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของครูประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเห็นว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษาโดยรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันพบว่า ครูประชาสัมพันธ์โรงเรียนขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เห็นปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนโดยรวมทุกด้านและรายด้านแตกต่างกัน

เดือนตา อวยสวัสดี (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางแก้ไข ปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษาแต่ละด้านและโดยรวม จำแนกตามสถานที่ตั้งของโรงเรียนและขนาดของโรงเรียนมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผนและด้านการประเมินผล ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาดังนี้

ด้านการวางแผนควรให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการจัดหาทรัพยากร ควรคำนึงถึงความรู้ความสามารถ บุคลิกลักษณะของบุคลากรทั้งหมดที่มอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอให้พัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เช่น การนิเทศงาน การส่งเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ หรือ ส่งไปศึกษาดูงาน ด้านการประสานงานควรส่งเสริมการทำงานเป็นทีมหรือปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในรูปของคณะกรรมการโดยกำหนดแนวปฏิบัติอย่างชัดเจน และด้านการประเมินผลนั้น ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอให้มีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

พรทิพย์ เฟื่องฟุ้ง (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางแก้ไข ปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 12 จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการกำหนดปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านการติดต่อสื่อสารและด้านการประเมินผล เมื่อเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียนและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและประสบการณ์การทำงาน พบว่าไม่แตกต่างกัน แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ควรจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานจัดหาข้อมูล ศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปให้ชัดเจนก่อนการดำเนินงาน และจัดประชุมคณะกรรมการเพื่อระดมความคิดเห็น การวางแผนควรกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร จัดตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบในการดำเนินงานอย่างเหมาะสม กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และมีการจัดประชุมคณะกรรมการอย่างต่อเนื่อง การประเมินผลได้แก่ การจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการประเมินผล กำหนดเกณฑ์การประเมินผลให้ชัดเจนและมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการประเมินผล

สมชาย ภูสุโข (2542: 105-107) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริหาร ผู้ช่วยผู้บริหารที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ด้านการประเมินผล เมื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติงานการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามความคิดเห็นของผู้บริหาร ผู้ช่วยผู้บริหารที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปรากฏว่า ไม่แตกต่างกัน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร แตกต่างกัน 4 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงานและด้านการประเมินผลงาน

สมุกดา ม่วงศิริ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครู อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนรวม 7 ด้าน มีการปฏิบัติในระดับมาก 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างครูและนักเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียนและความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครองและชุมชน มีการปฏิบัติในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมนักเรียนและการบริการชุมชนของโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน 4 ด้านเห็นว่า มีปัญหาในระดับน้อย 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านการบริหารจัดการและด้านทรัพยากรมนุษย์ ส่วนที่เห็นว่าเป็นปัญหาในระดับน้อยที่สุดเพียงด้านเดียวคือด้านงบประมาณ

กานต์ชนก ดาบสมเด็จ (2543: 68) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินงานและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติงานทั้งโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการวางแผน ด้านการวิจัยและด้านการประเมินผล ปัญหาการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน โดยเรียงปัญหาจากลำดับสูงสุดไปถึงต่ำสุด ดังนี้ ด้านการประเมินผล ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการวางแผนและด้านการวิจัย

อรอนงค์ ไหวหาว (2543: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอุดรธานี พบว่า โรงเรียนทุกขนาดมีความต้องการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ ด้านแนวปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดระบบการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการประชาสัมพันธ์และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

พรเทพ ชูปวา (2544: 110) ได้ศึกษา ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตการศึกษา 10 พบว่า ผู้บริหารและครูประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับน้อย แนวทางแก้ไขปัญหาคือตามทัศนะของผู้บริหารและครูประชาสัมพันธ์ เสนอแนะจัดเชิญสื่อมวลชนร่วมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น จัดให้มีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน จัดทำสิ่งพิมพ์เพื่อให้ครู อาจารย์ทราบ จัดเก็บระบบข้อมูลที่ได้มาตรฐาน

วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย (2546: 71-73) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาองค์กร : กรณีศึกษางานประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า งานประชาสัมพันธ์คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นหน่วยงานที่มีโครงสร้างตามหน้าที่และเป็นหน่วยงานสนับสนุน ขึ้นตรงกับสำนักงานคณบดี คณะแพทยศาสตร์ มีหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนงานที่ทางคณะแพทยศาสตร์ได้เสนอ และประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประชาชนทั่วไป มีงานประชาสัมพันธ์ 3 หน่วยงานย่อยที่ประกอบกันไปตามหน้าที่คือ หน่วยธุรการ / บริการ หน่วยกิจกรรมพิเศษและหน่วยเผยแพร่สื่อสารมวลชน

การตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการเป็นตัวชี้วัดหนึ่งในการกำหนดคุณภาพการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คืออาจารย์ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่และประชาชนทั่วไป พบว่า ระดับความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการบริการที่จัดให้ สื่อที่แสดง และการบริการจากเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสื่อที่แสดง ด้านการบริการจากเจ้าหน้าที่ และด้านการบริการที่จัดให้ ข้อเสนอในการพัฒนาคือการบริการที่เท่าเทียมกัน ความเต็มใจของผู้ให้บริการ สถานที่ตั้งหน่วยประชาสัมพันธ์ที่เด่นชัด รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศเพียงพอและรวดเร็ว

4.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

เมย์ (ระพี แก้วเนตร. 2546: 54; อ้างอิงจาก Mays. 1987: 65) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้ประสิทธิภาพของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเทศบาลของผู้บริหาร เพื่อสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินผลการจัดการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ผู้บริหารสามารถรับรู้ได้โดยผ่านกระบวนการฝึกอบรมทางด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในระดับสูง

โอลสัน (ระพี แก้วเนตร. 2546: 54; อ้างอิงจาก Olson. 1989: 2336 – A) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษาและผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ใน 4 รัฐด้านตะวันตกกลาง โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาประสิทธิผลของการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดใหญ่ระดับอำเภอ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มโรงเรียนมีเปอร์เซ็นต์สูงกว่าผู้บริหารโรงเรียนระดับประถมศึกษา ผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษามีอัตราเฉลี่ยด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงานในลักษณะกลุ่มสูงกว่าผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา และพบว่า การประเมินผลถึงสิ่งทีก่อให้เกิดผลในการปฏิบัติงานมากที่สุดคือ การประชุมผู้ปกครองนักเรียนและการแจกคู่มือ ในขณะที่โรงเรียนใช้การพิมพ์เอกสารของโรงเรียนน้อยที่สุด และยังพบว่า การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือวิธีการเปิดให้ชม ซึ่งหมายถึงโครงการเยี่ยมโรงเรียน โดยเชิญผู้ปกครองเข้ามาเยี่ยมชมกิจการของโรงเรียนในรอบปี ในขณะที่วิธีที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุดได้แก่ การจัดตั้งศูนย์การประชาสัมพันธ์

เคเซอร์ (ศิริพร เสนาะโลตร์. 2540: 36 ; อ้างอิงจาก Keiser. 1994: Abstract) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์กับชุมชนในเขตเมืองวิสคอนซิน โดยประเมินผลจากการสำรวจบทบาทของผู้บริหารในด้านการพัฒนาและวิธีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการช่วยเหลือให้การสนับสนุนโรงเรียนที่อยู่ในความดูแลในเขตเมือง และศึกษาวิสัยทัศน์ผู้บริหารโรงเรียนด้านการประชาสัมพันธ์กับชุมชน ความต่อเนื่องของการประเมินผลการดำเนินงานและประสิทธิผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า บทบาทของผู้บริหารในการประชาสัมพันธ์มีการพัฒนาขึ้น และสาระของการประชาสัมพันธ์ยังได้พิสูจน์ถึงลักษณะของการวางแผนที่มีประสิทธิภาพเพื่อการเป็นผู้บริหารระดับสูง โดยสิ่งที่พบในการวิจัยชี้ว่า บทบาทผู้บริหารในการเตรียมเข้าสู่ตำแหน่งผู้นำนั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

ลิสเตอร์ (ศิริพร เสนาะโสตร์. 2540: 36; อ้างอิงจาก Lyster. 1994: Abstract) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความแตกต่างในเรื่องหน้าที่ ความรับผิดชอบในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โรงเรียนต่อชุมชน ระหว่างผู้บริหารโรงเรียนเอกชนกับผู้บริหารการศึกษาของชุมชน พบว่า ภูมิหลังทางการศึกษาของผู้บริหารการศึกษาของชุมชนดีกว่าผู้บริหารโรงเรียนเอกชน คือ ร้อยละ 80 จบการศึกษาในชั้นสูง ระดับปริญญาโท ร้อยละ 66.1 ปริญญาเอก ร้อยละ 12.7 ร้อยละ 56.2 ของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนที่จบเพียงปริญญาตรี อายุการทำงานและเงินเดือนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน จากข้อมูลที่พบ การเสนอแนะ ควรให้ผู้บริหารทั้ง 2 กลุ่ม มีการฝึกอบรมการประเมินผลการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความสามารถเท่าเทียมกัน

เดมพ์เซ (ปิยนุช รูปเทียนรัตน์. 2542: 2033; อ้างอิงจาก Dempsey. 1995: Abstract) ได้ทำการวิจัยการเปรียบเทียบความแตกต่างในด้านความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนด้านการประชาสัมพันธ์ กับนักเขียนทางการศึกษาในหนังสือพิมพ์ โดยเปรียบเทียบวิธีการในสภาวะตึงเครียด พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับชุมชนนั้นมีช่องว่างที่ต้องปรับปรุง โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ควรที่จะกำหนดมาตรการที่ดี เพื่อการสนับสนุนความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนในสภาวะตึงเครียด ส่วนนักเขียนบทความทางการศึกษาจะได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบมากกว่าจากผลการศึกษาเสนอว่า ควรมีการประชุมปรึกษาหารือกันอยู่เสมอระหว่างตัวแทนสมาคมกับนักเขียนบทความทางการศึกษาโดยดำเนินการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ตามลำดับขั้นตอน เพื่อช่วยให้ทุกฝ่ายเข้าใจทัศนคติ ปัญหาและความต้องการของแต่ละฝ่าย

เครอร์ฟอร์ด (ปิยนุช รูปเทียนรัตน์. 2542: 31; อ้างอิงจาก Crawford. 1997: Abstract) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีจุดวิกฤต ของศึกษานิเทศก์ โรงเรียนประถมศึกษาศึกษาเท็กซัส ในช่วงระยะเวลา 5 ปี กับช่วงระยะเวลา 10 – 20 ปี ผลการศึกษาพบว่า มีงานประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องทำซึ่งจัดเป็นกลุ่มได้ 12 ประเภท คือ 1. ชุมชน 2. กรรมการโรงเรียน 3. โรงเรียน 4. การปกครอง 5. การเงิน 6. หลักสูตรการสอน 7. เทคโนโลยี 8. สิ่งอำนวยความสะดวก 9. ความหลากหลายวัฒนธรรม 10. วินัย 11. สื่อ 12. การตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า ทักษะในการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับศึกษานิเทศก์ ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนกับชุมชน โดยศึกษานิเทศก์ต้องเป็นตัวแทนของชุมชนและรัฐ เสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับชุมชนต่าง ๆ ตลอดจนต้องทำตัวเองให้เป็นสาธารณะทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานโดยใช้ผลการประเมินงานประชาสัมพันธ์เป็นหัวข้อหลัก

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์นับเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหารที่สำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการบริหารมิได้อาศัยแต่เงิน วัสดุและการจัดการเท่านั้น แต่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ การสนับสนุนจากบุคคลทั่วไปอีกด้วย การประเมินผลการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินงานของหน่วยงาน เพราะเป็นเครื่องมือตรวจสอบการบริหารงานและเป็นเครื่องมือควบคุมไปกับการปฏิบัติงานของหน่วยงานเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น มีการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

เนชั่นแนล เอ็ดดูเคชั่น เอสโซเซียชั่น (วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย. 2546: 76 ; อ้างอิงจาก National Education Association. 1968) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน" (The School Public Relations Administrator) ได้สรุปหน้าที่หลักและความรับผิดชอบของ ผู้บริหารที่ควรจะดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้

1. ทำการติดต่อสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อแถลงข่าวสารของโรงเรียน
2. เขียนข่าวของโรงเรียน เพื่อส่งให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อมวลชน
3. จัดตั้งคณะบุคคลทำงานด้านเอกสาร สิ่งพิมพ์
4. ส่งสิ่งพิมพ์หรือจดหมายข่าวของโรงเรียนไปยังชุมชน
5. รณรงค์ให้มีการเลือกตั้งคณะบุคคลที่จะทำงานให้มีพื้นฐานถูกต้อง
6. จัดทำรายการต่าง ๆ ของโรงเรียนแจ้งให้แก่ผู้ตรวจการศึกษาได้ทราบ
7. ทำงานร่วมกับชุมชนและพนักงานของรัฐในสาขาอื่น ๆ ตลอดจนกลุ่มบุคคลในสาขาวิชาชีพทางด้านบริการอื่น ๆ
8. จัดโครงการพิเศษสำหรับโรงเรียน
9. เผยแพร่โครงการของโรงเรียน
10. จัดให้มีบรรณาธิการสิ่งพิมพ์ในหน่วยงานกลางของโรงเรียน
11. จัดให้มีสถานที่อันเหมาะสม เพื่อเชิญนักพูด หรือเปิดโอกาสให้บุคลากรได้พูดเพื่อให้ความรู้
12. จัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรของโรงเรียน
13. จัดให้มีการประเมินผลทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน
14. พัฒนาให้ครูได้มีส่วนร่วมในการแสวงหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในการศึกษา
15. จัดให้มีบริการเกี่ยวกับการบันทึกภาพในโอกาสต่าง ๆ

โอเวน (วัลย์ธรัตน์ ศรีไทย. 2546 : 77; อ้างอิงจาก Owen. 1972) ได้ทำการศึกษาเรื่องผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในอินเดีย นำ ได้กำหนดงานไว้ 3 ประเภท

1. หน้าที่ในการประเมินผลเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน
2. หน้าที่ในการประเมินผลการปฏิบัติงานและพัฒนาบุคลากร
3. หน้าที่ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ผลการวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า

1. ครูใหญ่ยังใช้ครูและนักเรียนเป็นส่วนน้อย ให้มีส่วนร่วมในโครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
2. ครูและนักเรียนยอมรับว่าครูใหญ่ได้ปฏิบัติงานด้วยตัวเองในการสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดผลดีแก่การประชาสัมพันธ์โรงเรียน
3. ครูใหญ่ได้รับการยอมรับว่าได้จัดให้มีการสื่อสารภายในโรงเรียนได้ดี
4. การเยี่ยมเยียนติดต่อผู้ปกครองและโรงเรียนยังถูกจำกัดและกระทำไม่บ่อยนัก
5. ครูใหญ่มีความกระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมขององค์การต่างๆ ในชุมชนเสมอ

ดุงกลาสส์ (สมชาย ภู่อุโ. 2541: 50; อ้างอิงจาก Douglas. 1985) ได้วิจัยเรื่องการระบุกลวิธีงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในโรงเรียนสำหรับ North Central Association Commission (NCA) การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะระบุถึงกลวิธีในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจมีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรียนได้มีการปรับปรุงแก้ไขที่ดีขึ้น ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีที่เหมาะสมกับที่ระบุไว้ในปรับปรุงการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการบริหารโรงเรียน ผู้ตรวจการศึกษาและอาจารย์ใหญ่ คือ จุลสารรายเดือน หรือราย 4 เดือน (news letter) และเอกสารข้อมูลต่าง ๆ (information brochures) สำหรับครูและนักเรียนควรใช้เอกสารข้อมูลสไลด์ เทปและวีดีโอเทป สำหรับผู้ปกครอง ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น ควรใช้ข่าวสารต่างๆ (news releases)

เดลรี่เพิล (สมชาย ภู่อุโ. 2541: 50; อ้างอิงจาก Dalrymple. 1986) ได้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกรรมการบริหารโรงเรียนที่มีต่อนโยบายและการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ได้รับการเลือกสรรแล้ว พิจารณาโดยทั่วไปว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ประธานกรรมการบริหารและผู้ตรวจการมีความเห็นพ้องต้องกันกับข้อความในแบบสอบถามโดยทั่วไป
2. ประธานกรรมการบริหารที่มีประสบการณ์ 8 – 10 ปี และผู้ตรวจการที่มีประสบการณ์ 1 ปี หรือน้อยกว่า จะมีความคิดเห็นในทางบวกต่อแบบสอบถาม
3. ประธานกรรมการบริหารและผู้ตรวจการจากเขตโรงเรียนขนาดใหญ่และขนาดกลาง มีความคิดเห็นในทางบวกต่อข้อความที่สอบถาม
4. ประธานกรรมการบริหารผู้หญิง จะมีความคิดเห็นต่อข้อความที่สอบถามในทางบวกมากกว่าประธานกรรมการที่เป็นผู้ชาย
5. ผลการวิจัยชี้ว่า แม้จะไม่มีนัยสำคัญเป็นส่วนมาก แต่ประธานและผู้ตรวจการที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีความคิดเห็นในทางบวกมากกว่า
6. แม้ว่าร้อยละ 85.7 ของทั้ง 2 กลุ่ม เห็นด้วยหรือเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการประชาสัมพันธ์ควรเขียนเป็นนโยบายของคณะกรรมการบริหารโรงเรียน ร้อยละ 64 ของผู้ตรวจการ ระบุว่าพวกเขาไม่มีนโยบายของคณะกรรมการบริหารโรงเรียนเป็นลายลักษณ์อักษร

ตุรค์ (Turk. 2000) ศึกษาเรื่อง นักประชาสัมพันธ์ในสถาบันการศึกษาระดับสูง : ปัจจัยนำ, รูปแบบการประชาสัมพันธ์, บทบาทการประชาสัมพันธ์ เป็นการศึกษาวิจัยหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่สนับสนุนรูปแบบการประชาสัมพันธ์และบทบาทของงานประชาสัมพันธ์ และความรู้ที่จำเป็นต่อรูปแบบดังกล่าวในวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย 490 แห่งของสหรัฐอเมริกา การศึกษาพบว่า ไม่มีปัจจัยนำตัวใดตัวหนึ่งถูกใช้เป็นหลักในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาดังกล่าว แต่ให้การผสมผสานของรูปแบบและบทบาทงานประชาสัมพันธ์ โดยขึ้นอยู่กับสภาพปัญหาและโอกาส อย่างไรก็ดี การเลือกใช้ปัจจัยนำเพื่อแก้ปัญหา จะเป็นตัวชี้ถึงประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์และนักประชาสัมพันธ์ และงานประชาสัมพันธ์ที่มักประสบความสำเร็จคือ การประชาสัมพันธ์แบบ 2 ทาง และ/หรือแบบที่นักประชาสัมพันธ์เล่นบทบาทของผู้นำในงาน

แอนตุนิส (Antunes. 2002) ศึกษาเรื่อง บทบาทและความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนของรัฐ เป็นการศึกษาวิธีหาบทบาทและความรับผิดชอบของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนของรัฐ เพื่อช่วยพัฒนางานบริหารการศึกษา ผลการวิจัยจะให้คำตอบว่า บุคคลประเภทใดควรทำงานประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของพื้นที่ที่ต้องทำประชาสัมพันธ์กับจำนวนเจ้าหน้าที่ทำงานหรือไม่ ความถี่ในการทำประชาสัมพันธ์รวมถึงบทบาท ความรับผิดชอบ และทักษะที่นักประชาสัมพันธ์ควรมี

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนและหน่วยงานต่าง ๆ ตามที่นำเสนอมาแล้วนั้น ทำให้ผู้วิจัยซึ่งทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีความสนใจที่จะศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงาน 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการวางแผน เพื่อจะได้นำผลจากการที่ได้ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนา ปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2548 โดยแบ่งเป็นระดับปฐมวัย จำนวน 46 คน ระดับประถมศึกษา จำนวน 92 คน และระดับมัธยมศึกษา จำนวน 162 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 300 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 300 คน โดยวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการเปิดตารางของเครจีซี; และ มอร์แกน (Krejcie; and Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 169 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยใช้คุณลักษณะของครูจำแนกตามลักษณะงาน ได้แก่ ครูผู้สอน และครูสนับสนุนการสอน เป็นชั้น (Strata) ในการแบ่ง แล้วจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลากตามสัดส่วน ได้กลุ่มตัวอย่างของครู โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 169 คน ดังนี้

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

ระดับ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	
		ครูผู้สอน	ครูสนับสนุนการสอน
ระดับปฐมวัย	46	14	8
ระดับประถมศึกษา	92	35	20
ระดับมัธยมศึกษา	162	40	52
รวม	300	89	80

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมากำหนดเป็นค่านิยามศัพท์
2. นำรายละเอียดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ปรากฏในค่านิยามศัพท์มาจัดทำเป็นข้อคำถาม

3. ร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมนิยามศัพท์ แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของภาษา เนื้อหา ตลอดจนความครอบคลุมตามคำนิยามศัพท์

4. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระ สุภากิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริมา ภิญโญนนตพงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระวีวรรณ พันธุ์พานิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทา สู้รักษา อาจารย์ ดร. จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความเที่ยงตรงของเนื้อหา ข้อคำถาม และภาษาที่ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำ

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับครูที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน ได้แก่ ครูระดับปฐมวัย จำนวน 6 คน ครูระดับประถมศึกษา จำนวน 15 คน และครูระดับมัธยมศึกษา จำนวน 30 คน ส่งแบบสอบถามในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549 แล้วเก็บกลับคืนมาในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2549 แล้วนำมาตรวจสอบตามเกณฑ์กำหนด และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้านดังนี้คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร เท่ากับ 0.90 ด้านการประสานงาน เท่ากับ 0.78 และด้านการประเมินผล เท่ากับ 0.91 โดยได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้อำนวยการและอาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปขออนุญาตผู้อำนวยการและอาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โดยส่งแบบสอบถาม จำนวน 169 ฉบับ และเก็บกลับคืนครบตามจำนวนที่ส่งไป คิดเป็นร้อยละ 100

3. ผู้วิจัยติดตามแบบสอบถามกลับคืนมาด้วยตัวเอง แล้วนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มาจัดกระทำและวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

5. การจัดกระทำและการรวบรวมข้อมูล

5.1 การจัดกระทำข้อมูล

5.1.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ให้ครบถ้วน

5.1.2 นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

เลือกตอบระดับการปฏิบัติมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
เลือกตอบระดับการปฏิบัติมาก	ให้	4	คะแนน
เลือกตอบระดับการปฏิบัติปานกลาง	ให้	3	คะแนน
เลือกตอบระดับการปฏิบัติน้อย	ให้	2	คะแนน
เลือกตอบระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์จากโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งให้ค่าสถิติวิเคราะห์ ที่สอดคล้องวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.2.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจให้คะแนนมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อรายด้านและโดยรวมทั้งฉบับ โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2.3 นำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบความเรียง

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 สถิติขั้นพื้นฐาน

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.2 สถิติหาคุณภาพของเครื่องมือ

วิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถามโดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

6.3 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

6.3.1 การทดสอบค่าที (t - test) ตามตัวแปรคุณลักษณะของครู จำแนกตามตัวแปร ครูผู้สอน และครูสนับสนุนการสอน

6.3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) ตามตัวแปรระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงานของครู กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's test)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนน
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
t	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของสองกลุ่ม (t-distribution)
F	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยที่มากกว่าสองกลุ่ม (F-distribution)
SS	แทน	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง (Mean of Square)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงานระดับขั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์งานประชาสัมพันธ์ของ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามคุณลักษณะของครู ได้แก่ ลักษณะงาน ระดับขั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (n=169)	ร้อยละ
1. ลักษณะงาน		
1.1 ครูผู้สอน	91	53.85
1.2 ครูสนับสนุนการสอน	78	46.15
รวม	169	100.00
2. ระดับชั้นที่ทำการสอน		
2.1 ระดับปฐมวัย	22	13.02
2.2 ระดับประถมศึกษา	55	32.54
2.3 ระดับมัธยมศึกษา	92	54.34
รวม	169	100.00
3. ประสบการณ์ในการทำงาน		
3.1 น้อยกว่า 5 ปี	50	29.59
3.2 5 – 15 ปี	78	46.15
3.3 มากกว่า 15 ปี	41	24.26
รวม	169	100.00

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นครูผู้สอน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 ครูสนับสนุนการสอน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 ระดับชั้นที่ทำการสอน ระดับปฐมวัย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.02 ระดับประถมศึกษา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 32.54 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 54.34 และมีประสบการณ์ในการทำงาน น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 29.59 5 - 15 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 มากกว่า 15 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 24.26

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล ผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง 3-6

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โดยรวมและรายด้าน

งานประชาสัมพันธ์	ระดับปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการจัดหาทรัพยากร	4.01	0.68	มาก
ด้านการประสานงาน	3.92	0.67	มาก
ด้านการประเมินผล	3.73	0.86	มาก
รวม	3.89	0.71	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{X} = 4.01 - 3.73$)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ
โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการจัดหาทรัพยากร เป็นรายชื่อ

ด้านการจัดหาทรัพยากร	ระดับปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ฝ่ายกิจการพิเศษจัดครูที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีเพื่อ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	3.95	0.80	มาก
2. ครูประชาสัมพันธ์ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ	4.12	0.73	มาก
3. ครูประชาสัมพันธ์ติดตามหาข้อมูลข่าวสารจากครู ฝ่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	3.96	0.92	มาก
4. ครูประชาสัมพันธ์ให้ความร่วมมือกับฝ่ายต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม	4.11	0.82	มาก
5. สถานที่ตั้งของห้องประชาสัมพันธ์แต่ละระดับของ โรงเรียนมีความเหมาะสม	3.96	0.78	มาก
6. มีวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ข่าวสารกิจกรรมของโรงเรียนหลากหลาย	3.94	0.92	มาก
7. มีเอกสาร วารสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ของโรงเรียน	4.08	0.87	มาก
8. มีเครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ ป้ายอักษรตัววิ่ง อัตโนมัติ ป้ายประกาศ แจ้งข่าวสารทั่วถึง	4.18	0.84	มาก
9. การจัดเสียงตามสาย ประกาศ ข่าวกิจกรรม มีสาระ น่าสนใจ	4.00	0.93	มาก
10. เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการให้ ข้อมูลประชาสัมพันธ์	3.89	0.90	มาก
11. มีการเผยแพร่ข่าวสารเป็นปัจจุบันทันเหตุการณ์	4.02	0.85	มาก
12. รูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ทั้ง ภายในและภายนอกโรงเรียนมีความเหมาะสม	3.89	0.78	มาก
รวม	4.01	0.68	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการจัดหาทรัพยากร มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ
โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน เป็นรายชื่อ

ด้านการประสานงาน	ระดับปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ฝ่ายกิจการพิเศษกับครูทุกระดับในโรงเรียน มีความสัมพันธ์และมีการสื่อสารที่ดีต่อกัน	3.91	0.96	มาก
2. ครูให้ความร่วมมือส่งผลงานของครูและนักเรียน ทุกระดับให้ฝ่ายกิจการพิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์	3.93	0.90	มาก
3. ฝ่ายกิจการพิเศษให้ความร่วมมือประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ ให้กับครูทุกระดับ	4.11	0.82	มาก
4. การให้บริการประชาสัมพันธ์ มีความรวดเร็ว ทันใจ ทันเหตุการณ์	3.96	0.91	มาก
5. มีการนำกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนออกไปเผยแพร่ ให้ผู้ปกครองและชุมชนภายนอกได้ทราบ	3.99	0.79	มาก
6. ฝ่ายกิจการพิเศษมีการนำข่าวสารจากชุมชน ภายนอกมารายงานให้ครูและนักเรียนในโรงเรียน ทราบเป็นปัจจุบัน	3.88	0.84	มาก
7. มีการเชิญผู้ปกครองนักเรียนและประชาชนมาร่วม กิจกรรมกับโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ	3.94	0.78	มาก
8. ฝ่ายกิจการพิเศษชี้แจงนโยบายให้ความรู้ข้อเท็จจริง ต่าง ๆ และชี้แจงวัตถุประสงค์แก่ครูก่อนการดำเนินงาน ทุกครั้งในการประชุมครู	3.84	0.90	มาก
9. มีการจัดกิจกรรมสนุกลานอย่างหลากหลายใน โอกาสต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนิทสนมระหว่างครู ในโรงเรียน	3.94	0.92	มาก
10. มีการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาระหว่างครูใน โรงเรียนเพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ	3.77	0.68	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านการประสานงาน	ระดับปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
11. มีการประสานงานกับสื่อมวลชน เช่น สงข่าวและภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนไปลงหนังสือพิมพ์และวารสารชุมชนภายนอก	4.02	0.79	มาก
12. มีการประสานงานนำครูและนักเรียนออกไปร่วมกิจกรรมกับสื่อมวลชนภายนอก เช่น วิทยุ โทรทัศน์	3.79	0.84	มาก
	3.92	0.67	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ
โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประเมินผล เป็นรายชื่อ

ด้านการประเมินผล	ระดับปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการสอบถามครูเกี่ยวกับรูปแบบงาน ประชาสัมพันธ์ก่อนดำเนินการ	3.63	1.02	มาก
2. มีการสอบถามความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์	3.62	1.02	มาก
3. มีการสำรวจความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับประโยชน์ ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระที่มาจากสื่อในการ ประชาสัมพันธ์	3.68	1.12	มาก
4. มีกล่องหรือตู้รับฟังความคิดเห็นจากครูเกี่ยวกับ งานประชาสัมพันธ์	3.42	0.87	ปานกลาง
5. มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขณะปฏิบัติงานเพื่อทราบความก้าวหน้า	3.66	0.88	มาก
6. มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หลังการปฏิบัติงานเพื่อทราบข้อบกพร่อง	3.78	1.07	มาก
7. มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใน รูปแบบการพูดคุยตอบแบบสอบถาม	3.68	0.99	มาก
8. มีการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและ ภายนอกโรงเรียน	3.75	0.95	มาก
9. ฝ่ายกิจการพิเศษรับฟังความคิดเห็นของครูฝ่าย อื่น ๆ เกี่ยวกับข้อบกพร่องและปัญหาการดำเนิน งานประชาสัมพันธ์	3.89	0.95	มาก
10. เมื่อมีปัญหาฝ่ายกิจการพิเศษมีการปรับเปลี่ยนวิธี การประชาสัมพันธ์ที่ตามสถานการณ์	3.88	0.98	มาก
11. ฝ่ายกิจการพิเศษมีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์	3.95	0.91	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านการประเมินผล	ระดับปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
12. ฝ่ายกิจการพิเศษมีการรายงานผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ให้ครูทุกฝ่ายรับทราบ	3.86	0.99	มาก
รวม	3.73	0.86	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการปฏิบัติส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นข้อ 4 มีกล่องหรือตู้รับฟังความคิดเห็นจากครูเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน ผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง 7-14

ตาราง 7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงานของครู โดยรวมและรายด้าน

งานประชาสัมพันธ์	ครูผู้สอน		ครูสนับสนุนการสอน		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านการจัดหาทรัพยากร	3.98	0.59	4.04	0.78	-0.50
ด้านการประสานงาน	3.89	0.58	3.96	0.76	-0.60
ด้านการประเมินผล	3.71	0.74	3.76	0.99	-0.32
รวม	3.86	0.60	3.92	0.82	-0.48

จากตาราง 7 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีลักษณะงานต่างกัน โดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามระดับชั้นที่ทำการสอน โดยรวมและรายด้าน

งานประชาสัมพันธ์	ระดับชั้นที่ทำการสอน					
	ระดับปฐมวัย		ระดับประถมศึกษา		ระดับมัธยมศึกษา	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านการจัดหาทรัพยากร	4.08	0.52	4.09	0.68	3.94	0.72
ด้านการประสานงาน	3.91	0.60	4.04	0.61	3.85	0.71
ด้านการประเมินผล	3.75	0.78	3.88	0.77	3.64	0.93
รวม	3.92	0.60	4.00	0.66	3.81	0.76

จากตาราง 8 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน คือ ระดับปฐมวัย ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา มีการปฏิบัติใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล อยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.92, 4.00 และ 3.81) ตามลำดับ

ตาราง 9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามระดับชั้นที่ทำการสอน โดยรวมและรายด้าน

งานประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ด้านการจัดหาทรัพยากร	ระหว่างกลุ่ม	2	.914	.457	.976
	ภายในกลุ่ม	166	77.747	.468	
	รวม	168	78.662		
ด้านการประสานงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.223	.611	1.373
	ภายในกลุ่ม	166	73.889	.445	
	รวม	168	75.111		
ด้านการประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	2	1.934	.967	1.301
	ภายในกลุ่ม	166	123.366	.743	
	รวม	168	125.300		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.282	.641	1.274
	ภายในกลุ่ม	166	83.490	.503	
	รวม	168	84.772		

จากตาราง 9 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยรวมและรายด้าน

งานประชาสัมพันธ์	ประสบการณ์ในการทำงาน					
	น้อยกว่า 5 ปี		5 – 15 ปี		มากกว่า 15 ปี	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านการจัดหาทรัพยากร	3.84	0.67	4.01	0.66	4.21	0.72
ด้านการประสานงาน	3.76	0.71	3.92	0.62	4.13	0.67
ด้านการประเมินผล	3.55	0.97	3.74	0.76	3.95	0.88
รวม	3.71	0.75	3.89	0.65	4.10	0.73

จากตาราง 10 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน คือ น้อยกว่า 5 ปี 5 – 15 ปี และมากกว่า 15 ปี มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.71, 3.89 และ 4.10) ตามลำดับ

ตาราง 11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยรวมและรายด้าน

งานประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ด้านการจัดหาทรัพยากร	ระหว่างกลุ่ม	2	3.046	1.523	3.343*
	ภายในกลุ่ม	166	75.616	0.456	
	รวม	168	78.662		
ด้านการประสานงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.177	1.588	3.666*
	ภายในกลุ่ม	166	71.934	.433	
	รวม	168	75.111		
ด้านการประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	2	3.688	1.844	2.517
	ภายในกลุ่ม	166	121.612	.733	
	รวม	168	125.300		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.295	1.648	3.357*
	ภายในกลุ่ม	166	81.476	.491	
	รวม	168	84.772		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาทรัพยากร และด้านการประสานงาน มีระดับการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการประเมินผล มีระดับการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe') ดังปรากฏในตาราง 12-14

ตาราง 12 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โดยรวม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ในการ ทำงาน		น้อยกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	มากกว่า 15 ปี
	$\bar{X}$	3.71	3.89	4.10
น้อยกว่า 5 ปี	3.71	-	0.18	0.38*
5 – 15 ปี	3.89		-	0.21
มากกว่า 15 ปี	4.10			-

* $p < .05$

จากตาราง 12 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โดยรวม ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี กับครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี มีความเห็นต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สูงกว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี

ตาราง 13 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการจัดหาทรัพยากร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ ในการทำงาน		น้อยกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	มากกว่า 15 ปี
	$\bar{X}$	3.84	4.01	4.21
น้อยกว่า 5 ปี	3.84	-	0.17	0.37*
5 – 15 ปี	4.01		-	0.20
มากกว่า 15 ปี	4.21			-

* $p < .05$

จากตาราง 13 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการจัดหาทรัพยากร ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี กับครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี มีความเห็นต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สูงกว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี

ตาราง 14 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ยงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ ในการทำงาน		น้อยกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	มากกว่า 15 ปี
	$\bar{X}$	3.76	3.92	4.13
น้อยกว่า 5 ปี	3.76	-	0.16	0.37*
5 – 15 ปี	3.92		-	0.21
มากกว่า 15 ปี	4.13			-

* $p < .05$

จากตาราง 14 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี กับครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี มีความเห็นต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สูงกว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้านคือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีข้อเสนอแนะจำนวน 89 คน ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปในตาราง 15 ดังต่อไปนี้

ตาราง 15 ข้อเสนอแนะของครูเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน

ความคิดเห็น	ข้อเสนอแนะ	
	ครูผู้สอน (n = 89)	ครูสนับสนุน การสอน (n = 80)
ด้านการจัดหาทรัพยากร		
ด้านบุคคล		
1. ควรจัดหาบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี	45	35
2. บุคลากรงานประชาสัมพันธ์ควรใส่ใจเรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานให้ก้าวหน้า	40	35
3. เสนอแนะให้ส่งบุคลากรไปอบรม สัมมนา ศึกษาดูงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานอื่น ๆ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาพัฒนาตนเองและทีมงานต่อไป	39	32
4. ครูประชาสัมพันธ์ควรได้รับการพัฒนาตนเองด้านสื่อสารมวลชนและภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารกับชาวต่างประเทศด้วย	38	30
ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์		
1. วัสดุอุปกรณ์ควรมีความหลากหลายและทันสมัย	35	38
2. เสนอแนะให้ครูประชาสัมพันธ์ดูแลวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา	34	35
3. อุปกรณ์ที่ชำรุดควรได้รับการซ่อมแซมทันที เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเมื่อจะใช้งาน	30	33

ตาราง 15 (ต่อ)

ข้อความ	ข้อเสนอแนะ	
	ครูผู้สอน (n = 89)	ครูสนับสนุน การสอน (n = 80)
ด้านวิธีการจัดการ		
1. การวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนมีความหลากหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว แต่การจัดทำจุลสารของโรงเรียน 2 เดือนต่อ 1 ฉบับ นับว่าน้อยไปและนานเกินไป จึงมีการเสนอแนะให้จัดทำเดือนละ 1 ฉบับ เพื่อให้เป็นปัจจุบัน	45	40
ด้านการประสานงาน		
1. ภายในโรงเรียน ถ้ามีงานที่ส่งมากกระทันหัน เสนอแนะให้มีการออกเสียงตามสายในตอนเช้า และใช้โทรศัพท์ภายในแจ้งไปตามห้องพักครูทุกกลุ่มสาระฯ เพื่อให้ทั่วถึงและทันเหตุการณ์	43	40
2. ภายนอกโรงเรียน เสนอแนะให้นำภาพข่าวที่เกี่ยวข้อง บุคลากรและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนที่ปรากฏตามหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่าง ๆ มาติดบอร์ดให้สมาชิกในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ชื่นชมผลงานด้วย	42	39
ด้านการประเมินผล		
1. นอกจากจะมีการรายงานผลการประเมินในที่ประชุมครูเป็นประจำทุกเดือนแล้ว ควรพิมพ์เอกสารติดประกาศที่ป้ายประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเอื้อให้ครูที่ดูแลเวรประจำวัน ซึ่งไม่ได้เข้าประชุมได้รับทราบอย่างทั่วถึงทั้ง 3 ระดับ	45	44

จากตาราง 15 แสดงว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ครูโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัย จำนวน 89 คน ให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการจัดหาทรัพยากร

ด้านบุคคล ควรจัดหาบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 45 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน บุคลากรงานประชาสัมพันธ์ ควรใส่ใจเรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานให้ก้าวหน้า ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 40 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน เสนอแนะให้ส่งบุคลากรไปอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานอื่น ๆ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ มาพัฒนาตนเองและทีมงานต่อไป ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 39 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 32 คน และครูประชาสัมพันธ์ควรได้รับการพัฒนาตนเองด้านสื่อสารมวลชนและภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารกับชาวต่างประเทศด้วย ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 38 คน และครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 30 คน ตามลำดับ

ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ วัสดุอุปกรณ์ควรมีความหลากหลายและทันสมัย ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 38 คน เสนอแนะให้ครูประชาสัมพันธ์ดูแลวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 34 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน และอุปกรณ์ที่ชำรุดควรได้รับการซ่อมแซมทันที เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเมื่อจะใช้งาน ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 30 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 33 คน ตามลำดับ

ด้านวิธีการจัดการ การวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน มีความหลากหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว แต่การจัดทำจุลสารของโรงเรียน 2 เดือนต่อ 1 ฉบับ นับว่าน้อยไปและนานเกินไป จึงมีการเสนอแนะให้จัดทำเดือนละ 1 ฉบับ เพื่อให้เป็นปัจจุบัน ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 45 คน และครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 40 คน ตามลำดับ

ด้านการประสานงาน

ภายในโรงเรียน ถ้ามีงานที่ส่งมากกระทบกัน เสนอแนะให้มีการออกเสียงตามสายในตอนเช้า และใช้โทรศัพท์ภายในแจ้งไปตามห้องพักครูทุกกลุ่มสาระฯ เพื่อให้ทั่วถึงและทันเหตุการณ์ ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 43 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 40 คน และภายนอกโรงเรียน เสนอแนะให้นำภาพข่าวที่เกี่ยวกับบุคลากรและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน ที่ปรากฏตามหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่าง ๆ มาติดบอร์ดให้สมาชิกในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้

ชื่นชมผลงานด้วย ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 42 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 39 คน ตามลำดับ

ด้านการประเมินผล

นอกจากจะมีการรายงานผลการประเมินในที่ประชุมครูเป็นประจำทุกเดือนแล้ว ควรพิมพ์เอกสารติดประกาศที่ป้ายประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเอื้อให้ครูที่ดูแลเวรประจำวันซึ่งไม่ได้เข้าประชุมได้รับทราบอย่างทั่วถึงทั้ง 3 ระดับ ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 45 คน และครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 44 คน ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งได้นำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สมมติฐานของการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สรุปผลการวิจัย
6. อภิปรายผล
7. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล
2. เพื่อเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล จำแนกตามคุณลักษณะของครู ได้แก่ ลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จำแนกตามความคิดเห็นของครูที่มีลักษณะงานต่างกัน
2. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จำแนกตามความคิดเห็นของครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน

3. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จำแนกตามความคิดเห็นของครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2548 จำนวน 300 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 300 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการเปิดตารางของ เครจซี่; และ มอร์แกน (Krejcie; and Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยใช้คุณลักษณะของครู จำแนกตามลักษณะงาน ได้แก่ ครูผู้สอน และครูสนับสนุนการสอน เป็นชั้น (Strata) ในการแบ่ง แล้วจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลากตามสัดส่วน ได้กลุ่มตัวอย่างของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำนวน 169 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน คือ ศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมากำหนดเป็นคำนิยามศัพท์ นำรายละเอียดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ปรากฏในคำนิยามศัพท์มาจัดทำเป็นข้อคำถาม ร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมนิยามศัพท์ แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของภาษา เนื้อหา ตลอดจนความครอบคลุมตามคำนิยามศัพท์ นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสม ความเที่ยงตรงของเนื้อหา ข้อคำถาม และภาษาที่ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำ ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน ได้แก่ ครูระดับปฐมวัย จำนวน 6 คน ครูระดับประถมศึกษา จำนวน 15 คน และครูระดับมัธยมศึกษา จำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจสอบตามเกณฑ์กำหนดและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.9271 แล้วนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้อำนวยการและอาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามและหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปขออนุญาตผู้อำนวยการและอาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย โดยส่งแบบสอบถาม จำนวน 169 ฉบับ และเก็บกลับคืนมาครบตามจำนวนที่ส่งไป คิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้วิจัยติดตามแบบสอบถามกลับคืนมาด้วยตัวเอง แล้วนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มาจัดกระทำและวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ให้ครบถ้วน โดยตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ เลือกตอบมากที่สุด ให้ 5 คะแนน เลือกตอบมาก ให้ 4 คะแนน เลือกตอบปานกลาง ให้ 3 คะแนน เลือกตอบน้อย ให้ 2 คะแนน และเลือกตอบน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์จากโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งให้ค่าสถิติวิเคราะห์ที่สอดคล้องวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่ตรวจให้คะแนนมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายข้อ รายด้าน และโดยรวม ทั้งฉบับ โดยการกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย แล้วนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปของตารางประกอบความเรียง

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยเป็นครูผู้สอน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 ครูสนับสนุนการสอน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 ระดับชั้นที่ทำการสอน ระดับปฐมวัย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.02 ระดับประถมศึกษา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 32.54 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 54.34 และมีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 29.59 5 - 15 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 มากกว่า 15 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 24.26

2. การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ในการทำงาน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีลักษณะงานต่างกัน โดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

งานประชาสัมพันธ์ของฝ่ายโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัยที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาทรัพยากร และด้านการ ประสานงาน มีระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ด้านการประเมินผล มีระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ครูโรงเรียน วัฒนาวิทยาลัย ให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการจัดหาทรัพยากร

ด้านบุคคล ควรจัดหาบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 45 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน บุคลากรงานประชาสัมพันธ์ ควรใส่ใจเรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานให้ก้าวหน้า ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 40 คน ครู สนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน เสนอแนะให้ส่งบุคลากรไปอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานอื่น ๆ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ มาพัฒนาตนเองและทีมงานต่อไป ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 39 คน ครูสนับสนุนการสอน ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 32 คน และครูประชาสัมพันธ์ควรได้รับการพัฒนาตนเองด้านสื่อสาร มวลชนและภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารกับชาวต่างประเทศด้วย ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 38 คน และครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 30 คน ตามลำดับ

ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ วัสดุอุปกรณ์ควรมีความหลากหลายและ ทันสมัย ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 38 คน เสนอแนะให้ครูประชาสัมพันธ์ดูแลวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งานได้ตลอด เวลา ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 34 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 35 คน และอุปกรณ์ที่ชำรุดควรได้รับการซ่อมแซมทันที เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเมื่อจะใช้งาน ครูผู้สอนให้ ข้อเสนอแนะ จำนวน 30 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 33 คน ตามลำดับ

ด้านวิธีการจัดการ การวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน มีความหลากหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว แต่การจัดทำจุลสารของโรงเรียน 2 เดือนต่อ 1 ฉบับ นับว่าน้อยไปและนานเกินไป จึงมีการเสนอแนะให้จัดทำเดือนละ 1 ฉบับ เพื่อให้เป็นปัจจุบัน ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 45 คน และครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 40 คน ตามลำดับ

ด้านการประสานงาน

ภายในโรงเรียน ถ้ามีงานที่ส่งมากระชั้นชิด เสนอแนะให้มีการออกเสียงตามสายในตอนเช้า และใช้โทรศัพท์ภายในแจ้งไปตามห้องพักครูทุกกลุ่มสาระฯ เพื่อให้ทั่วถึงและทันเหตุการณ์ ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 43 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 40 คน และภายนอกโรงเรียน เสนอแนะให้นำภาพข่าวที่เกี่ยวกับบุคลากรและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนที่ปรากฏตามหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่าง ๆ มาติดบอร์ดให้สมาชิกในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ชื่นชมผลงานด้วย ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 42 คน ครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 39 คน ตามลำดับ

ด้านการประเมินผล

นอกจากจะมีการรายงานผลการประเมินในที่ประชุมครูเป็นประจำทุกเดือนแล้ว ควรพิมพ์เอกสารติดประกาศที่ป้ายประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเอื้อให้ครูที่ดูแลเวรประจำวันซึ่งไม่ได้เข้าประชุมได้รับทราบอย่างทั่วถึงทั้ง 3 ระดับ ครูผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 45 คน และครูสนับสนุนการสอนให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 44 คน ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ผู้วิจัยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และด้านการประเมินผล พบว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย มีการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดหาทรัพยากรของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีการสนับสนุนให้บุคลากรได้ออกไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ ส่งเสริมให้บุคลากรรับการอบรมการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีทันสมัยที่จำเป็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และมีการจัดโครงการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมพัฒนาทีมงานประชาสัมพันธ์ กิจกรรมพัฒนาระบบและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ติดตามหาข้อมูลข่าวสารจาก ครูฝ่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ให้ความร่วมมือกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน มีวัสดุอุปกรณ์มีเอกสาร วารสาร มีเครื่องมือสื่อสาร มีการจัดเสียงตามสาย มีความหลากหลายในการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน นอกจากนี้โรงเรียนได้มีการสรรหาและจัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้

ความชำนาญ ความถนัด และประสบการณ์ด้านประชาสัมพันธ์มาร่วมงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีการปรับปรุงซ่อมแซมสื่อและผลิตสื่อเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน อันจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เกิดแก่นุเคราะห์ที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าโรงเรียนมีการจัดหาทรัพยากร ได้แก่ การแสวงหาปัจจัย ทำให้การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สำเร็จตามเป้าหมาย เช่น คน เงิน วัสดุสิ่งของ และวิธีการจัดการ ซึ่งวิรัช ลภีรัตนกุล (2546: 68) กล่าวว่า การจัดคนเข้าทำงานในหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรจัดทำเป็นกระบวนการ คือ วางแผนกำลังคน การแสวงหานักคนเข้าทำงาน คัดเลือกและพัฒนาบุคลากร และ รวิวงศ์ ศรีทองรุ่ง (2543: 75) กล่าวว่า เป็นการให้มีความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร เชื่อมมัน เข้าใจงานประชาสัมพันธ์และเข้าใจคนอื่น ตรงต่อเวลา มีความสามารถในการใช้ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน มีมนุษยสัมพันธ์ดี กิริยาท่าทางมีรสนิยมดี รักษานับบริการ ซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อหน่วยงาน

อีกทั้งงบประมาณเป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ เพื่อจ้างบุคลากร จัดสถานที่และซื้อสิ่งของเครื่องมือ จะช่วยให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวขึ้น (จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2544: 97) การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อ เผยแพร่ การจ้างบุคลากร ความจำเป็นที่จะต้องมีการปฏิบัติงาน การติดต่อและการประสานงานกับสื่อมวลชน การจัดประชุม ถ้าไม่มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินการแล้ว แผนการประชาสัมพันธ์จะไม่ดำเนินไปได้บรรลุเป้าหมาย (ลักษณะ สตะเวทิน. 2542: 122)

วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อคำพูด เช่น โทรศัพท์ การประชุม ชี้แจง สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร หนังสือเวียนสื่อ แสง เสียง เช่น เครื่องบันทึกภาพ เครื่องขยายเสียง และสื่อประเภทกิจกรรม เช่น งานวันสำคัญ ทางศาสนา การจัดแข่งขันด้านการศึกษา มอบรางวัลผู้ทำความดี การจัดนิทรรศการ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2542: 563) สื่อแต่ละชนิดและกิจกรรมประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทมีคุณลักษณะแตกต่างกัน ต้องเลือกใช้สื่อที่ให้ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ (ประวิติ เอรารวรรณ. 2545: 259)

วิธีการจัดการงานประชาสัมพันธ์มีหลักการและพื้นฐานวิธีการจัดการ วางแผนดำเนินงานเช่นเดียวกับการวางแผนวิธีการจัดหน่วยงานหรือวิธีการจัดการองค์การทั่วไป (จันทร์ธานี สงวนนาม. 2545: 89) แต่ละองค์การจะมีการวางแผนการดำเนินงานแตกต่างกันตามลักษณะของงานหรือภารกิจระดับนโยบายหรือระดับปฏิบัติ (วิมลพรรณ อาภาเวท. 2546: 39) การวางแผนในลักษณะการสื่อสาร 2 ทาง ให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและได้

ชักถามข้อสงสัยก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีขวัญและกำลังใจ สามารถปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ จนเป็นผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (เสกสรร สายสีลต. 2541: 66)

สำหรับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประสานงาน มีการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโรงเรียนได้กำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีการสื่อสารที่ดีและขั้นตอนการประสานงานอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรภายในโรงเรียนหรือกับบุคลากรภายนอกโรงเรียน รวมถึงมีการประสานงานกับสื่อสารมวลชนต่าง ๆ อีกทั้งการยกระดับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้มีความสามารถได้รับมาตรฐานใกล้เคียงกัน ย่อมจะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจแสดงว่าการประสานงานเป็นความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน จัดระเบียบงานให้เรียบร้อย เพื่อให้งานสมดุลและสำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว (2545 : 88) ที่กล่าวว่า มีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี มีการพบปะสังสรรค์กันในองค์กรและมีเครื่องมือระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงเข้ามาช่วยในการประสานงานภายนอกองค์กร เพื่อขอจัดซื้อจัดจ้างและเกิดการประสานงานร่วมกัน และ เสรี วงษ์มณฑา (2540: 320) ที่กล่าวว่า เป็นการสร้างความร่วมมือกันหรือเหมือนกันนอกจากจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหมู่ประชาชนแล้ว ยังมีความมุ่งหมายที่จะให้เกิดความนิยมเลื่อมใส เรียกร้องการสนับสนุน ร่วมมือร่วมใจเป็นอย่างดีจากประชาชนด้วย ดังที่ วิจิตร อวระกุล (2541: 102) ได้กล่าวว่า การประสานงาน เพื่อบอกกล่าวชี้แจงให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ชักชวนให้เห็นด้วยและคล้อยตาม พยายามสร้างความพอใจให้เกิดการยอมรับและให้การสนับสนุนจากการสื่อสารนั้น และลักษณะ สตะเวทิน (2542: 157) กล่าวว่า ต้องเลือกวิธีการสื่อสารด้วยความระมัดระวังที่จะทำให้ข้อความนั้น ๆ ถึง ผู้รับได้อย่างเกิดผลดีที่สุด การประสานงานด้วยวาจา พูดโทรศัพท์ จัดประชุม จัดกลุ่มเข้าร่วมอภิปราย แผ่นปลิว จดหมาย หนังสือเวียน ปิดประกาศ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ สมควรสมานสามัคคีที่จะรวมพลังให้การดำเนินงานราบรื่นประสบผลสำเร็จ ซึ่ง ขนบพันธ์ เอี่ยมโสภาส (2548: 149) กล่าวว่า การประสานงาน เป็นความร่วมมือร่วมใจของบุคคลทั้งในองค์กรและนอกองค์กรในการที่จะร่วมปฏิบัติงานให้สอดคล้องกลมกลืนกัน ด้วยความเข้าใจและปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน โดยอาศัยกิจกรรม เทคนิค และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วย เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามที่องค์กรกำหนดไว้ตามแผนงาน

ด้านการประสานงาน ครูทุกระดับมีความสัมพันธ์และมีการสื่อสารที่ดีต่อกัน ให้ความร่วมมือส่งผลงานของครูและนักเรียนทุกระดับให้งานประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบ มีการจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เพื่อสร้างเสริมความสัมพันธ์ ความสามัคคีระหว่างครูในโรงเรียน จึงทำให้มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

ส่วนงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ด้านการประเมินผล มีการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าครูมีความเห็นว่าโรงเรียนได้มีการประเมินผลอยู่ในระดับที่น่าพอใจในเรื่องรูปแบบงานประชาสัมพันธ์ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในงาน ประชาสัมพันธ์ ได้ประโยชน์จากเนื้อหาสาระที่น่าเสนอ มีการพูดคุย รับฟังความคิดเห็นของฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งประเมินผลการดำเนินงานขณะปฏิบัติงานเพื่อทราบความก้าวหน้า และหลังการปฏิบัติงานเพื่อทราบข้อบกพร่องและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงทำให้มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สุนันทา เลานันท์ (2544: 147) ที่กล่าวว่า ด้านการประเมินผล คือ การศึกษาผลที่ได้รับเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินโครงการ ติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์ เพื่อค้นหาว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้สื่อสารไปแล้วนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดตามแผนไว้หรือไม่ ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้าง ที่จะต้องนำมาพิจารณาแก้ไขและหาทางปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นส่วนที่จะได้ข้อมูลกลับมาเพิ่มพูนเป็นความรู้ และเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงหรือดำเนินงานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินผลอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การประเมินผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการประเมินการดำเนินงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์

สำหรับ ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 170) กล่าวว่า เป็นกระบวนการของการกำหนดหรือตัดสินคุณค่าว่า ผลการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ประสิทธิภาพสำเร็จตามแผนที่วางไว้มากน้อยเพียงใด โดยยึดเกณฑ์หรือมาตรการในการวัดผลนั้น เป็นเครื่องช่วยในการประเมินผล ซึ่งผลที่ได้จะสามารถบอกได้ว่า การดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ซึ่ง จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544: 210) ได้กล่าวว่า การประเมินผลจึงเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ทำให้ฝ่ายบริหารทราบผลการทำงาน พร้อมทั้งหาวิธีปรับปรุงแก้ไขหาแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น และ สมศักดิ์ ขาวลาภ (2544: 255) กล่าวว่า การประเมินผลจึงเป็นการหาคำตอบให้ ซึ่งทำได้โดยการวิจัย การศึกษาผลการดำเนินงาน การประเมินผลนี้จะนำไปสู่การหาข้อเท็จจริงและผลสะท้อนที่เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และนำผลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจต่อไป การประเมินผลจึงเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ทำให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์คิดค้นหาวิธีปรับปรุงแก้ไขแนวทางการปฏิบัติให้

เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ต้องเป็นที่ยอมรับว่า การประเมินผลเป็นเสมือนเครื่องมือของผู้รับผิดชอบ การดำเนินงานที่จะต้องใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจดำเนินงาน ขึ้นต่อไป ซึ่ง เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา (2548: 67) กล่าวว่า ในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เจริญขึ้นเป็นอันมาก ทำให้การประเมินผลเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นและยัง สะดวกในการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อีกด้วย

สำหรับด้านการประเมินผล โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีการประเมินผลเกี่ยวกับรูปแบบ งานประชาสัมพันธ์ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระใน การประชาสัมพันธ์ มีกล่องหรือตู้รับฟังความคิดเห็น มีการประเมินผลการดำเนินงานขณะปฏิบัติงาน เพื่อให้ทราบความก้าวหน้า และประเมินผลหลังการปฏิบัติงาน เพื่อทราบข้อบกพร่องและ ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงทำให้มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยนุช ฐาเทียนรัตน์ (2542: 15) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงเรียนใน การที่จะกระตุ้นให้ประชาชน ผู้ปกครอง และนักเรียน หันมาสนใจและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ งานต่าง ๆ ของโรงเรียน

2. การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็น ของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะงาน ระดับชั้นที่ทำการสอน และประสบการณ์ ในการทำงาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครู โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีลักษณะงานต่างกัน โดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เป็นครู 2 ลักษณะงาน คือ ครูผู้สอนและ ครูสนับสนุนการสอน ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ในเรื่องการร่วมกิจกรรมในการเสนอ ตัวบุคลากรที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การเสนอจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน ซึ่ง เตือนดา อวยสวัสดิ์ (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาและ แนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษาแต่ละ ด้านและโดยรวม จำแนกตามลักษณะงานที่ครูปฏิบัติหน้าที่แตกต่างกัน แต่ได้รับรู้แผนการดำเนินงานของโรงเรียนแล้วเกิดความเข้าใจตรงกัน ปฏิบัติเหมือนกัน ก็จะทำให้งานของโรงเรียนลุล่วง ประสบความสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าครูมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการ ปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

2.2 งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน โดยรวมและรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าครูมีส่วนร่วมและรับรู้เกี่ยวกับการเสนอแนะการปฏิบัติงานของบุคลากร งานประชาสัมพันธ์ เสนอแนะอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการประชาสัมพันธ์หลายวิธีในแต่ละระดับ จึงทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ไม่แตกต่างกัน ซึ่ง พรทิพย์ เฟื่องฟุ้ง (2541: 132) ที่กล่าวว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีความสนใจรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน เพราะครูทุกคนต่างปฏิบัติงานตามหน้าที่ภายใต้แผนการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า ครูที่มีระดับชั้นที่ทำการสอนต่างกัน มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.3 งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดหาทรัพยากร และด้านการประสานงาน มีระดับการปฏิบัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการประเมินผล มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากย่อมมีความเข้าใจในการทำงานมากกว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย จึงเข้าใจวิธีเลือกตอบบุคคล อุปกรณ์ และงบประมาณที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์ได้ดี ทำให้มีความคิดเห็นในเรื่องการจัดหาทรัพยากรและด้านการประสานงานของโรงเรียนแตกต่างกัน แต่ในด้านการประเมินผลของโรงเรียน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิทธิชัย จันทานนท์ (2548: บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาสภาพการจัดการเรียนรู้ ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ของโรงเรียนเซนต์ไมเกิ้ล พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีการปฏิบัติการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลของการศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารและครูฝ่ายกิจการพิเศษ โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนาคุณภาพงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น คือ

ผู้บริหารควรมีนโยบายในการสนับสนุนให้ฝ่ายกิจการพิเศษได้มีการพัฒนา ส่งเสริมครูประชาสัมพันธ์เข้ารับการอบรมการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีทันสมัยที่จำเป็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใช้การติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบเข้ามาช่วยประสานงาน ทั้งด้วยวาจา โทรศัพท์ ปิดประกาศ เพื่อให้เข้าใจในแนวทางเดียวกัน และให้มีการรายงานผลการประเมินทุกครั้งในที่ประชุมใหญ่ พร้อมทั้งปิดป้ายประกาศเพื่อให้ครูทุกคนรับทราบผลการดำเนินงาน เพื่อหาวิธีปรับปรุงแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสม เกิดความสามัคคีที่จะรวมพลังให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จอย่างสูง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์กับนักเรียนและผู้ปกครองของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

2.2 ควรศึกษาการลงทุนด้านงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในเครือมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย

2.3 ควรศึกษารูปแบบงานการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัญญา ศิริสกุล. (2548). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กานต์ชนก ดาบสมเด็จ. (2543). *การดำเนินงานและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. รายงานศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ชนบทันธุ์ เอี่ยมโอภาส. (2548). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จันทร์ธานี สงวณนาม. (2545). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัทบูค พอยท์ จำกัด.
- จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2544). *ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา. (2548). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชวลิต ศรีพวงผกาพันธุ์. (2543). *ระดับปัญหาการดำเนินงานตามนโยบายประกันคุณภาพทางการศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดนครพนม*. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2544). *ยอดกลยุทธ์การบริหารสำหรับองค์การยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัทด้านยุทธศาสตร์การพิมพ์จำกัด.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2548). *หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ส. เอเซียเพลส (1989) จำกัด.
- ดวงทิพย์ วรพันธุ์. (2547). *การวางแผน การจัดการงานสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตุลา มณฑาสถานนท์. (2545). *หลักการจัดการ หลักการบริหาร*. กรุงเทพฯ: บริษัทธนธัชการพิมพ์จำกัด.

- เดือนดา อวยสวัสดิ์. (2541). การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาการบริหารงาน
 ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12.
 วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 บูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2547). ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: บริษัท
 เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส.
- บุษบา สุธีธร. (2545). การผลิตงานประชาสัมพันธ์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประวิติ เอรารวรรณ์. (2545). การวิจัยการปฏิบัติการเรียนรู้ของครูและการสร้างพลังร่วมใน
 โรงเรียน. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้าวิชาการ.
- ปิยนุช รูปเทียนรัตน์. (2542). ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของ
 โรงเรียนเอกชน : กรณีศึกษาโรงเรียนจักรวิทยา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหาร
 การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2545). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 ประกายพริก.
- พรทิพย์ เพื่องฟุ้ง. (2541). ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถม
 ศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 12.
 วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 บูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2542). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- , (2547). การบริหารงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
 สุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรเทพ ชูปวา. (2544). การศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียน
 อาชีวศึกษาเอกชน. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา).
 มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- พรสวรรค์ ตั้งเมตตาจิตตกุล. (2542). เทคนิคการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:
 คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- พิมพ์พรรณ เชื้อบางแก้ว. (2545). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: บริษัทด้านสุทธา
 การพิมพ์จำกัด.

- มงคล เดชวรรณ. (2544). การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 10. ปรินญาณพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา).
- มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- มงคล ยิ้มประยูร. (2541). นี้นแหละเรื่องของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไฮเทคบุ๊ก.
- มาลี จุฑา. (2542). จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.
- ยุพา วิริภมย์กุล. (2545). ศีรษะศึกษภาพในการปฏิบัติงานของนักวิชาการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. ปรินญาณพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา).
- กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ยอด ชนไฟโรจน์. (2540). การศึกษาระบบประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- รวิวงศ์ ศรีทองรุ่ง. (2543). การพัฒนานุคลิกภาพในการประชาสัมพันธ์. เพชรบุรี: เพชรเกษมการพิมพ์.
- ระพี แก้วเนตร. (2546). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านผักแพว (คุรุราษฎร์รังสฤษดิ์) อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2541). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย. (2544). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโรงเรียน ปีการศึกษา 2544-2548. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- ลักษณะ สตะเวทิน. (2542). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าการพิมพ์.
- วรภัทร์ ภูเจริญ. (2543). เครื่องมือนักบริหารสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ สสท.
- วัจนา ขึ้นทองคำ. (2547). การจัดการงานสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย. (2546). การพัฒนาระบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา
องค์การ : กรณีศึกษางานประชาสัมพันธ์คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การบริหารการพัฒนา). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- วิจิตร อาวะกุล. (2541). เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- . (2545). การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.
- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2546). การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์. กรุงเทพฯ:
บริษัทบู๊คพ้อย จำกัด.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ สารวัตนะ. (2546). โรงเรียน องค์การแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ทิพย์วิสุทธิ.
- วีระ อรัญมงคล. (2544). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สุดจิตออฟเซต.
- ศิริพร เสนาะโสตร์. (2540). ความสำคัญและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดนครศรีธรรมราช.
ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาย ภู่อุไซ. (2541). การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญ
ศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมศักดิ์ ขาวลาภ. (2544). ภาวะผู้นำ แรงจูงใจและทีมงาน. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสถาบัน
ราชภัฏสวนสุนันทา.
- สะอาด แสงรัตน์. (2540). เอกสารประกอบการอบรมผู้บริหารสถานศึกษา. นนทบุรี: บัณฑิต
ฝ่ายแผนงานและงบประมาณ.

- สิทธิชัย จันทานนท์. (2548). *ศึกษาสภาพการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ของโรงเรียนเซนต์ไมเกิ้ล*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุคิด พันธุ์พรม. (2542). *การศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สุนันทา เลานันท์. (2544). *การพัฒนาองค์การ*. กรุงเทพฯ: ดีดีบุ๊คสโตร์.
- สมุกดา ม่วงศิริ. (2541). *การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครู – อาจารย์เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เสกสรร สายสีสอด. (2541). *หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: บริษัทธนธัชการพิมพ์ จำกัด.
- . (2541). *ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน*. กรุงเทพฯ: บริษัทธีรฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- . (2542). *108 การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: บริษัท A.N. การพิมพ์.
- . (2546). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: บริษัทธนธัชการพิมพ์จำกัด.
- อรอนงค์ ไหวหาว. (2543). *ความต้องการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอุดรธานี*. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- อลิศรา เจริญวานิช. *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาคม วัดโธสง. (2547). *หน้าที่ผู้นำในการบริหารการศึกษา*. ภารกิจเอกสารและตำรามหาวิทยาลัยทักษิณ.

- Campbell, R.F.; and R.T. Gregg. (1957). *Administrative Behavior in Education*. New York: Harper and Brother.
- Crawford, Cheryle Saunders. (1997). *Criticle Public Relations Tasks of Texas Public School Superintendents*. Doctor's Thesis. Texas : Texas A & M University.
- Cutlip; and Center. (1987). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Dempsey, John Mark. (1995). *Shool Public Relations in Crisis Situations : The Perceptions of Newspaper Education Writers and School PR. Directors (Public Relations)*. Doctor's Thesis. Texas : Texas A & M University.
- Goodlad, J.I.A. (1984). *Place Called School Prospects for the Future*. New York: McGraw – Hill Company.
- John E. (1979). *Marston, Modern Public Relations*. New York: McGraw – Hill Company.
- Hanson, E.M. (1991). *Educational Administration*. 3rd ed. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Keiser, Douglas W. (1994). *School Public Relations Programs in Selected Wisconsin Public School Districts*. Doctor's Thesis. Madison: The University of Wisconsin Madison.
- Lyster, Robert James. (1994). *A Comparison of the Roles and Responsibilities of Educational Public Relations Directors and Community Education Directors*. Doctors's Thesis. Texas: Texas A & M University .
- Mays, Russel O. (1987). " Superintendents Perception of the Effectiveness of Public school Public Relation Processes," *Dissertation Abstracts International*. 50 (8): 2336
- Moore H. Frazier; and Bertrand R. (1977). *Canfield, Public Relations : Principles, Cases, and Problems*. 7th ed. Homewood, Ill: Richard D. Irwin.
- Sachs, B. (1996). *Educational Administration. A Behavioral Approach*, Boston: Houghton Mifflin.

- Sears, J.B. (1950). *The Nature of the Administrative Process*. New York: McGraw Hill.
- Simon R. (1984). *Public Relation : Concepts*. 3d ed. New York: John Wiley and Sons.
- Olson, Wade Robert. (1989, February). "School Public Relation Practices and Perceptions of Elementary Principals and High School Principals in Four Midwestern States," *Dissertation Abstracts International*. 50 (8): 2336.
- Williams, Charles Owen. (1972, March). "An In – Depth Investigation of Explicit Tasks Performed by Selected Indiana Junior High School Principals," *Dissertation Abstracts International*. 5(32) : 4909 – A.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์
และรายนามผู้เชี่ยวชาญ

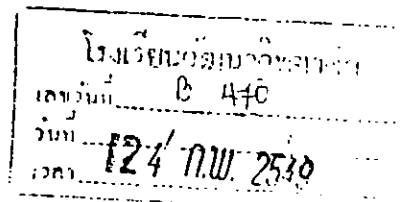
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระ สุภากิจ ภาควิชาการบริหารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริมา ภิญโญนนตพงศ์ สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระวีวรรณ พันธุ์พานิช ภาควิชาสถิติและการวิจัยทางการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทา สู้รักษา ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. อาจารย์ ดร.จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์ ภาควิชาการบริหารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

17 กุมภาพันธ์ 2549



เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พวงรัตน์ เกษรแพทย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้บุคลากรครูในโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2549

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

/s/ [Signature]

๑๗๕๖

17 7

14 ก.พ. 49

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-254-7991 - 6 ต่อ 220



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5731

ที่ ศธ 0519.12/ 1๘๔ ๕

วันที่ 1๗ กุมภาพันธ์ 2549

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พวงรัตน์ เกษรแพทย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีระ สุภากิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริมา ภิญโญอนันตพงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระวีวรรณ พันธุ์พานิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทา ผู้รักษา และ อาจารย์จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถามศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/1314



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๔ กุมภาพันธ์ 2549

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อการศึกษาวิจัย

เรียน อาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

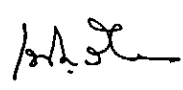
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พวงรัตน์ เกษรแพทย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้คณะบุคลากรฯ ตอบแบบสอบถาม ศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ในระหว่างเดือนมีนาคม 2549

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตฯ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

☒ อนุญาต
☐ เห็นสมควร
☐ ไม่อนุญาต

ขอแสดงความนับถือ


..... (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จิระเชชากุล)
๒๔/๒/๒๕๔๙

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-254-7991 ต่อ 220

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้สำหรับครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2548
2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์
ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
3. แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น
4. โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถามและให้ความคิดเห็น

เสาวนีย์ เจริญรัตน์
นิสิตปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องว่าง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับ
สถานภาพของท่าน

1. ลักษณะงานของท่าน

- ☐ ครูผู้สอน
- ☐ ครูสนับสนุนการสอน

2. ระดับชั้นที่ทำการสอน

- ☐ ระดับปฐมวัย
- ☐ ระดับประถมศึกษา
- ☐ ระดับมัธยมศึกษา

3. ประสบการณ์ในการทำงาน

- ☐ น้อยกว่า 5 ปี
- ☐ 5 – 15 ปี
- ☐ มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
คำชี้แจง โปรดพิจารณางานประชาสัมพันธ์แต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง
ระดับการปฏิบัติ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพียงช่องเดียว
ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	งานประชาสัมพันธ์	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	1. ด้านการจัดหาทรัพยากร					
2.	ฝ่ายกิจการพิเศษจัดครูที่มีความสามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
3.	ครูประชาสัมพันธ์ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ					
4.	ครูประชาสัมพันธ์ติดตามหาข้อมูลข่าวสารจากครูฝ่ายต่างๆอย่างต่อเนื่อง					
5.	ครูประชาสัมพันธ์ให้ความร่วมมือกับฝ่ายต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม					
6.	สถานที่ตั้งของห้องประชาสัมพันธ์แต่ละระดับของโรงเรียนมีความเหมาะสม					
7.	มีวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมของโรงเรียนหลากหลาย					
8.	มีเอกสาร วารสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโรงเรียน					
	มีเครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ ป้ายอักษรตัววิ่งอัตโนมัติ ป้ายประกาศ แจกข่าวสารทั่วถึง					

ข้อ	งานประชาสัมพันธ์	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9.	การจัดเลี้ยงตามสาย ประกาศ					
10.	ข่าวกิจกรรม มีสาระน่าสนใจ					
11.	เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์					
12.	มีการเผยแพร่ข่าวสารเป็นปัจจุบัน					
13.	ทันเหตุการณ์					
14.	รูปแบบการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีความเหมาะสม					
15.	2. ด้านการประสานงาน					
16.	ฝ่ายกิจการพิเศษกับครูทุกระดับในโรงเรียนมีความสัมพันธ์และมีการสื่อสารที่ดีต่อกัน					
17.	ครูให้ความร่วมมือส่งผลงานของครูและนักเรียนทุกระดับให้ฝ่ายกิจการพิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์					
18.	ฝ่ายกิจการพิเศษให้ความร่วมมือประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ให้กับครูทุกระดับ					
19.	การให้บริการประชาสัมพันธ์ มีความรวดเร็วทันใจ ทันเหตุการณ์					
20.	มีการนำกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนออกไป เผยแพร่ให้ผู้ปกครองและชุมชนภายนอกได้ทราบ					

ข้อ	งานประชาสัมพันธ์	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
18.	ฝ่ายกิจการพิเศษมีการนำข่าวสารจากชุมชนภายนอกมารายงานให้ครูและนักเรียนในโรงเรียนทราบเป็นปัจจุบัน					
19.	มีการเชิญผู้ปกครองนักเรียนและประชาชนมาร่วมกิจกรรมกับโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ					
20.	ฝ่ายกิจการพิเศษชี้แจงนโยบายให้ความรู้ข้อเท็จจริงต่าง ๆ และชี้แจงวัตถุประสงค์แก่ครูก่อนการดำเนินงานทุกครั้งในการประชุมครู					
21.	มีการจัดกิจกรรมสนุกลานอย่างหลากหลายในโอกาสต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนิทสนมระหว่างครูในโรงเรียน					
22.	มีการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาระหว่างครูในโรงเรียนเพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ					
23.	มีการประสานงานกับสื่อสารมวลชน เช่น ส่งข่าวและภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนไปลงหนังสือพิมพ์และวารสารชุมชนภายนอก					
24.	มีการประสานงาน นำครูและนักเรียนออกไปร่วมกิจกรรมกับสื่อมวลชนภายนอก เช่น วิทยุโทรทัศน์					

ข้อ	งานประชาสัมพันธ์	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
25.	3. ด้านการประเมินผล มีการสอบถามครูเกี่ยวกับรูปแบบงานประชาสัมพันธ์ก่อนดำเนินการ					
26.	มีการสอบถามความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์					
27.	มีการสำรวจความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระที่มาจากสื่อในการประชาสัมพันธ์					
28.	มีกล่องหรือตู้รับฟังความคิดเห็นจากครูเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์					
29.	มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขณะปฏิบัติงานเพื่อทราบความก้าวหน้า					
30.	มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลังการปฏิบัติงานเพื่อทราบข้อบกพร่อง					
31.	มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการพูดคุยตอบแบบสอบถาม					
32.	มีการติดตามผลงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน					
33.	ฝ่ายกิจการพิเศษรับฟังความคิดเห็นของครูฝ่ายอื่นๆเกี่ยวกับข้อบกพร่องและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					

ข้อ	งานประชาสัมพันธ์	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
34.	เมื่อมีปัญหาฝ่ายกิจการพิเศษมีการปรับเปลี่ยนวิธีการประชาสัมพันธ์					
35.	ที่ตามสถานการณ์					
36.	ฝ่ายกิจการพิเศษมีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์					
	ฝ่ายกิจการพิเศษมีการรายงานผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ครู					
	ทุกฝ่ายรับทราบ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย

ด้านการจัดหาทรัพยากร.....

.....

.....

.....

ด้านการประสานงาน.....

.....

.....

.....

ด้านการประเมินผล.....

.....

.....

.....

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวเสาวนีย์ เจริญรัตน์
วัน เดือน ปีเกิด	18 มีนาคม พ.ศ. 2497
ที่อยู่ปัจจุบัน	1070/79 ซอยวชิรธรรมสาริต 40 ถนนสุขุมวิท 101/1 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพิเศษ
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย 67 ถนนสุขุมวิท 19 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
วุฒิการศึกษา	
ปี พ.ศ. 2510	ระดับประถมศึกษา วิทยาลัยนาฏศิลป์ กรมศิลปากร กรุงเทพฯ
ปี พ.ศ. 2515	ระดับมัธยมศึกษา วิทยาลัยนาฏศิลป์ กรมศิลปากร กรุงเทพฯ
ปี พ.ศ. 2517	ระดับอุดมศึกษา (ปมช.) วิทยาลัยนาฏศิลป์ กรมศิลปากร กรุงเทพฯ
ปี พ.ศ. 2521	การศึกษาระดับปริญญาตรี (ศศ.บ.) ศึกษาศาสตรบัณฑิต คณะนาฏศิลป์และดุริยางค์ วิทยาลัยเทคโนโลยีและ อาชีวศึกษา (ปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล) กรุงเทพฯ
ปี พ.ศ. 2549	การศึกษาระดับปริญญาโท (กศ.ม.) การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ