



การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา
สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม

วพ
659.2937
ก732ก

6580134885

Title : การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา
ทอสมุคและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

นางสาวกุสุมา แยมศิริ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตร มหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทศาสตรธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ.2542

ISBN 974-281-374-4

**A COMPARATIVE STUDY OF PUBLIC RELATIONS WORKS IN
PRIMARY SCHOOLS UNDER THE JURISDICTION OF BANGKOK
METROPOLITAN ADMINISTRATION IN SAIMAI DISTRICT**

MISS KUSUMA YAEMSIRI

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts**

**Department of Business Communication Arts
Graduate School Dhurakijpundit University**

1999

ISBN 974-281-374-4



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัด กรุงเทพมหานคร เขตสายไหม

โดย น.ส.กุสุมา แยมศิริ

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.สมควร กวียะ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.ดร.สมควร กวียะ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รศ.อรทัย ศรีสันติสุข)

..... กรรมการ

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รศ.ดร.ธนวัติ บุญลือ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พิรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 17 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2542

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์สุกัญญา สุดบรรทัด ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข และ รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญลือ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้เมตตาแก้ไขข้อบกพร่อง ให้คำแนะนำ ทั้งด้านเนื้อหาและรายละเอียด ในการปรับปรุงแก้ไข ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อคิดที่เกิดประโยชน์นำไปใช้ในการแก้ไขวิทยานิพนธ์และนำไปใช้ในการทำงานได้เป็นอย่างดี

กราบขอบพระคุณ ผู้อำนวยการ สมสวาท วิชชุโรจน์ ที่ให้การสนับสนุน กราบขอบคุณ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ปรีชา แดงขำ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ไพรัช จันทรดวง และผู้ช่วยผู้อำนวยการ ประยูรศักดิ์ มงคล ประสิทธิ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องในเรื่องภาษาของแบบสอบถาม ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีกำลังใจจากพี่น้อง และเพื่อน ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ผู้วิจัยไม่สามารถจะกล่าวนามได้ทั้งหมดในเนื้อหาของกิตติกรรมประกาศนี้ แต่จะขอจารึกไว้ในความทรงจำตลอดชีวิตของผู้วิจัย

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ บิดา-มารดา ครูอาจารย์ที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัย ทุกทุกท่าน

กุสุมา แยมศิริ

เมษายน 2542

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ผ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	2
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	3
× สมมติฐานของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์.....	6
2.2 บทบาทหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์.....	10
2.3 ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์.....	12
2.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน.....	16
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	18
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในโรงเรียน.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	26
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	26
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	28
ตัวแปรในการวิจัย.....	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4 ผลการวิจัย.....	34
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่.....	38
กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่.....	61
ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่.....	62
การทดสอบสมมติฐาน.....	82
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	87
อภิปรายผล.....	89
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	92
ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ.....	93
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	93
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก.....	98
เอกสารขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล.....	99
แบบสอบถาม.....	101
ประวัติผู้เขียน.....	112

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ประชากรในการวิจัย	26
2	ประชากรในการวิจัยแบ่งตามขนาดของโรงเรียน	27
3	แสดงขนาดตัวอย่าง	28
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	35
5	แสดงจำนวนบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องการให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน	38
6	เปรียบเทียบความแตกต่าง เรื่องความสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน	39
7	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้ความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ	39
8	การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน	40
9	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องการจัดองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน	40
10	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน	41
11	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องการแบ่งหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
12	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เรื่องเวลาในการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนก ตามขนาดของโรงเรียน.....	43
13	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เรื่องการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตาม ขนาดของโรงเรียน	44
14	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เรื่องการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนก ตามขนาดของโรงเรียน.....	45
15	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการประเมินผลของ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน	46
16	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เรื่องวิธีการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	46
17	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการประเมิน ผล ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ	47
18	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องความถี่ในการ ประเมินผล ของฝ่ายประชาสัมพันธ์จำแนกตามขนาดของโรงเรียน	48
19	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องหน้าที่ของการ กำหนดนโยบาย ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	49
20	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องนโยบายของฝ่าย ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	50
21	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องนโยบายหลักด้าน การประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	52
23	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการทำประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	52
24	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	53
25	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	54
26	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	55
27	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	56
28	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการนำแผนประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	57
29	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการนำแผนประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน.....	57
30	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้นของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	58
31	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะยาวของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	59
32	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	60
33	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนปฏิบัติ แยกตามขนาดของโรงเรียน.....	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
34	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากร จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....62
35	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขนาดของโรงเรียน กับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....63
36	ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กับขนาดโรงเรียน.....63
37	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....64
38	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างหน้าที่ที่ปฏิบัติ กับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....64
39	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....65
40	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....66
41	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรในการทำงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....66
42	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....68
43	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....69
44	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการแก้ไขปัญหากับเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....70
45	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
46	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ไขปัญหา เกี่ยวกับงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	72
47	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการ จัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	73
48	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการ จัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	74
49	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ปัญหา เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	75
50	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ปัญหา เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	76
51	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการ ให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของ โรงเรียน.....	76
52	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการ ให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	77
53	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ไขปัญหา เกี่ยวกับการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตาม ขนาดของโรงเรียน.....	78
54	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ไขปัญหา เกี่ยวกับการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตาม หน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	79
55	ให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามขนาด ของโรงเรียน.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
56	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ สนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	80
57	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการแก้ปัญหา ปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ สนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน.....	81
58	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการแก้ปัญหา ปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ สนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ.....	82

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม
ชื่อนักศึกษา	นางสาวกุสุมา แยมศิริ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ.ดร.สมควร กวียะ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2542

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดองค์กร และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจนศึกษาถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหา ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจรูปแบบวัดครั้งเดียว กลุ่มตัวอย่างของประชากรเป็นผู้บริหารโรงเรียน และครูปฏิบัติการสอนในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ประชากรทั้งหมดจำนวน 386 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 197 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากสมมติฐานในการวิจัยสรุปผลได้ดังนี้

1. การจัดองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีการจัดองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. กิจการด้านการประชาสัมพันธ์ เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ปัญหาและอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ พบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโรงเรียนขนาดเล็กจะมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และใหญ่
4. แนวทางการแก้ไขปัญหา พบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันมีวิธีการแก้ปัญหาไม่แตกต่างกัน และยังพบอีกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่เลือกที่จะแก้ปัญหาด้านบุคลากรให้มีคุณสมบัติในการร่วมมือประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ได้มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และกลาง
5. เกี่ยวกับความคิดเห็นจำแนกกลุ่มตามหน้าที่ที่ปฏิบัติของผู้บริหารโรงเรียน และครูปฏิบัติการสอน เรื่องความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ พบว่าผู้บริหาร และครูปฏิบัติการสอนให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

Thesis Title	A comparative Study of Public Relations works in Primary Schools under the jurisdiction of Bangkok Metropolitan Administration in Saimai District.
Name	Miss Kusuma Yaemsiri
Thesis Advisor	Associate Prof. Dr. Somkuan Kaviya
Department	Business Communication Arts
Academic Year	1999

Abstract

The purpose of this study is to compare the public relations works between small-sized, medium-sized and large-sized primary schools under the jurisdiction of Bangkok Metropolitan Administration in Saimai District. The areas of interest are the function, organization, and operation of public relations works.

The samples composed of 197 administrators and teachers selected from all 386 population of those schools.

The interview was done by using structured questionnaire and the data collected was processed through the SPSS package. The statistical techniques used were Chi-square and F-test.

Findings :

1. The schools with different sized have different organization structures for public relations at the level of .05.
2. The activities of public relations works of these groups of schools are differentiated at the level of .05.
3. Concerning the public relations works problems we found that the schools with different sizes have different problems at the level of .05. The small-sized schools have more problems than the medium-sized or large-sized ones.

4. The methods used to solve the problems of the different groups are not different. The large-sized schools have better chance to choose cooperative personal more than the small-sized and medium-sized ones.

5. Towards the importance of public relations words, the administrators and teachers have the same attitude.

บทที่ 1

บทนำ

กรุงเทพมหานครมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการศึกษาภาคบังคับระดับประถมศึกษาตั้งแต่เริ่มสถาปนาในปี พ.ศ.2515 ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 335 โดยได้รับโอนการจัดการศึกษาจาก 2 องค์กร คือ เทศบาลนครหลวงธนบุรีและองค์การบริหารนครหลวงธนบุรี เมื่อ พ.ศ.2514 ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นเวลา 27 ปี กรุงเทพมหานครได้พยายามปรับปรุงคุณภาพด้านการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องทั้งนี้โดยมีแผนพัฒนาการศึกษาของกรุงเทพมหานครเป็นหลักในการกำหนดนโยบายทางการศึกษา

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบ จำนวน 429 โรงเรียน กระจายอยู่ตามเขตต่างๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร 50 เขตการปกครอง (สนศ.กทม.2539 : 1) โรงเรียนทั้ง 429 แห่ง มีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน กล่าวคือขนาดของโรงเรียน จำนวนอาคารเรียน จำนวนบุคลากรที่แบ่งออกเป็นผู้บริหารโรงเรียน ครูปฏิบัติการสอน จำนวนนักเรียน นักการภารโรงในแต่ละโรงเรียนและชุมชนที่ตั้งของโรงเรียน

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีขนาดใหญ่ มีการแบ่งส่วนงานที่สลับซับซ้อน ในส่วนของระบบบริหารงานการศึกษาแบ่งออกเป็นเขตการปกครองจำนวน 50 เขต (วิโรจน์ เอี่ยมเจริญ, 2540 : 1-2) ในแต่ละเขตประกอบด้วยโรงเรียนต่าง ๆ ที่มีจำนวนไม่เท่ากัน แต่ละโรงเรียนอยู่ในชุมชนที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้การปฏิบัติงานของโรงเรียนและกิจกรรมต่าง ๆ ยังขึ้นตรงต่อเขตการปกครองนั้น ๆ จากที่กล่าวมาแล้วหน่วยงานโรงเรียนมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อประสานงานกับหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้งานด้านการศึกษาของกรุงเทพมหานครเกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ ต่อการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสถาบันการศึกษาเพราะจะให้ความรู้ความเข้าใจรายงานการดำเนินงานหรือกิจกรรม ต่าง ๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนให้แก่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ ในขณะที่เดียวกันงานด้านประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเหมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของชุมชนที่มีต่อโรงเรียน(พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2536 : 3-4)

ในการดำเนินงานทุกอย่าง แม้แต่การบริหารงานของโรงเรียน องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลก็คือ งานด้านประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารจะประสบผลสำเร็จในการบริหารได้รับความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด มีความราบรื่น หรืออาจประสบความล้มเหลวในการดำเนินงานใด ๆ ย่อมขึ้นอยู่กับระบบการเผยแพร่ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ว่าได้มีการสื่อสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีไปยังสายงานฝ่ายต่าง ๆ ได้ทั่วถึงเพียงใด หรือได้มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้องหลัก และวิธีการหรือไม่ (ธงชัย สันติวงษ์, 2531 : 423)

เขตสายไหมเป็นเขตใหม่ ที่แยกออกมาจากเขตบางเขน มีโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 โรงเรียน ผู้วิจัยเป็นบุคลากรผู้หนึ่งที่ปฏิบัติการสอนอยู่ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัด กรุงเทพมหานคร เขตสายไหม มีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ว่ามีความตระหนักในบทบาทความสำคัญของการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด มีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์กันอย่างไร รวมทั้งมีอุปสรรคหรือไม่

ในจำนวนโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหมทั้ง 9 โรงเรียน ประกอบด้วยผู้บริหารการศึกษาจำนวน 26 คน ครูปฏิบัติการสอนจำนวน 360 คน นอกจากนี้ยังมีนักเรียนประถมศึกษา ในเขตสายไหมรวมทั้งสิ้น 7,692 คน (สถิติ สนศ. กทม., 2539 : 2-3) มีผู้ปกครองนักเรียนและชุมชนที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในเขตอีกจำนวนมากซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ภายนอกของโรงเรียน จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ทั้ง 9 โรงเรียนนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์กับการจัดองค์กรโดยเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม

ปัญหานำการวิจัย

1. โรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ได้ตระหนักในบทบาทหน้าที่ และความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ มีการจัดองค์กรกำหนดให้ งานประชาสัมพันธ์อยู่ในตำแหน่งใด มีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2. โรงเรียนขนาดเล็กกลางและใหญ่ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม มีลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์อย่างไรมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตดังต่อไปนี้

1. เป็นการศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัด กรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ตามขนาดของโรงเรียนคือขนาดเล็ก กลางและใหญ่

2. เป็นการศึกษาเปรียบเทียบตามขนาดของโรงเรียนที่มีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้แบ่งโรงเรียนออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้คือ

2.1 โรงเรียนขนาดเล็กจำนวนนักเรียนไม่เกิน 400 คน ประกอบด้วย

- โรงเรียนออเงิน
- โรงเรียนพรพระร่วงประสิทธิ์
- โรงเรียนซอยแอนเนกซ์

2.2 โรงเรียนขนาดกลางจำนวนนักเรียน 401 คน ถึง 800 คน ประกอบด้วย

- โรงเรียนวัดหนองใหญ่
- โรงเรียนประชานุกุล
- โรงเรียนสายไหม

2.3 โรงเรียนขนาดใหญ่จำนวนนักเรียน 801 คน ขึ้นไป ประกอบด้วย

- โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย
- โรงเรียนวัดเกาะสุวรรณาราม
- โรงเรียนวัดราชฎาภิเษมธรรม

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัด กรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ระหว่างปีการศึกษา 2539 ถึงปีการศึกษา 2540

สมมติฐานของการวิจัย

1. การจัดการองค์การในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน
2. กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน
3. ปัญหาและอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน
4. แนวทางแก้ปัญหาในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน
5. ผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อโรงเรียนไม่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับบุคลากรภายในโรงเรียนและชุมชนที่ตั้งของโรงเรียน เพื่อมุ่งหวังประโยชน์ในการได้รับความช่วยเหลือ และการสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย
2. โรงเรียน หมายถึง สถานบันการศึกษาที่จัดการศึกษาระดับประถมศึกษาภาคบังคับระดับประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงประถมศึกษาปีที่ 6 ในสังกัดกรุงเทพมหานคร
3. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง แนวการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
4. การจัดการองค์การ หมายถึง การจัดสายงานความรับผิดชอบให้เป็นระบบเป็นหมวดหมู่ อย่างมีระเบียบแบบแผนที่เอื้อต่อการปฏิบัติ และติดต่อประสานงาน รวมไปถึงการติดตามประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนด้วย
5. การประเมินผล หมายถึง การวัดผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ทำมาแล้วตั้งแต่ต้นนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลว ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่องค์กรจะต้องปรับปรุงแก้ไข เป็นการหาทางจัดซื้ออุปกรณ์ สำหรับการดำเนินงานครั้งต่อไป และปรับปรุงการทำงานให้รัดกุมยิ่งขึ้นด้วย
6. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ข้อกำหนดที่ต้องการให้เกิดเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในทางที่ถูกต้อง สร้างความนิยมและปกป้องรักษาชื่อเสียงหรือสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงเรียน รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

7. โครงสร้างของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดองค์กรสายงานและระบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เช่นการแยกฝ่ายประชาสัมพันธ์ออกเป็นงานประชาสัมพันธ์ภายในกับงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโดยให้มีลักษณะและขอบเขตงานที่แตกต่างกันเป็นต้น

8. บทบาทและหน้าที่ หมายถึง งานประจำที่บุคลากรแต่ละตำแหน่งจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมาย เช่นนักประชาสัมพันธ์ หรือนักวิชาการด้านประชาสัมพันธ์จะต้องปฏิบัติตามหน้าที่ ให้บรรลุวัตถุประสงค์สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

9. ปัญหาและอุปสรรค หมายถึง สิ่งกีดขวางข้อขัดข้อง ความลำบากในการปฏิบัติงานที่ทำให้งานประชาสัมพันธ์ไม่สำเร็จตามวัตถุประสงค์ และนโยบายที่ตั้งไว้ อันเนื่องมาจากทรัพยากรบุคคล ฝ่ายบริหาร หรือการจัดการด้านต่าง ๆ เช่นบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และการติดต่อประสานงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
2. ผลการวิจัยอาจเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการบริหารงานโรงเรียน ทั้งในด้านภาพพจน์ ความเชื่อถือ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย
3. ผลการวิจัยอาจนำไปใช้ในการพัฒนาระบบหน่วยงาน และกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อความคล่องตัวในงานประชาสัมพันธ์หากโรงเรียนใดผู้บริหารให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์น้อยเกินไปก็จะได้ตระหนักถึงบทบาท ความสำคัญและประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงการให้การสนับสนุนทั้งด้านบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ งบประมาณ การผลิตสื่ออย่างเพียงพอ และทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้งานด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหมครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้คือ

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
- 2.2 บทบาทหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์
- 2.3 ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์
- 2.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน
- 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในโรงเรียน

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

2.1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่าประชาสัมพันธ์ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations ซึ่งทั้งศัพท์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความหมายตรงกันคือ

Public = ประชา, หมู่คน, กลุ่มคน

Relation = สัมพันธ์, ผูกพัน, เกี่ยวข้อง

ได้มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

สมควร กวียะ (2533 : 33) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับประชาชน บนพื้นฐานของการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง และเป็นไปในทางสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันต่อการดำรงอยู่ และการพัฒนาของสังคม

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2536 : 4-5) ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations หรือ P.R. ตามคำศัพท์หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน

ส่วนความหมายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 หมายถึงการติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และเมื่อขยายความให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น หมายถึงความพยายาม ที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการกระทำสิ่งที่ดีและมีคุณค่าให้กับสังคมเพื่อให้ประชาชนเหล่านั้นบังเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม สินค้า หรือบริการของหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุน และความร่วมมือที่ดี จากประชาชนเหล่านั้นในระยะยาว

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (Public Relations Society of America) หรือ PRSA วิรัช ลภีรัตนกุล (2529 : 19) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกจ้างและผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations Association) วิรัช ลภีรัตนกุล (2529 : 20) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร (Management Function) ซึ่งต้องการอาศัยการวางแผนที่ดี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีมีความเห็นอกเห็นใจ และได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนที่สถาบันเกี่ยวข้อง โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการประเมินถึงประสิทธิผลที่ประชาชนมีต่อองค์การ และนำมาใช้ประกอบ เป็นแนวทางในการพิจารณา กำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับประสิทธิผลหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

จากแนวคิดนี้สามารถนำมาสนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาได้ กล่าวคืองานของฝ่ายประชาสัมพันธ์นั้นมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษาและการวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนและโครงการของงานด้านประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร นำไปปฏิบัติ ตลอดทั้งการปรับปรุงแก้ไข และติดตามประเมินผลของแผนงานและโครงการต่าง ๆ ด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2527 : 71) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผน ในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไป

จะเห็นได้ว่านักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญตลอดจนสมาคมวิชาชีพทางด้าน การประชาสัมพันธ์ต่างก็ให้ความหมายและคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้มากมายหลายทัศนะครอบคลุมไปถึงหลายสิ่งหลายอย่าง แต่โดยนัยแห่งคำนิยามที่ยกมากล่าวทั้งหมดก็พอจะสรุปได้ว่างานประชาสัมพันธ์ หรือนักประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่อยู่ 3 ประการคือ

1. ตรวจสอบและประเมินผลประชาติที่มีต่อสถาบันของตน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อสถาบัน
2. ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหารเกี่ยวกับวิธีการที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์
3. ใช้การสื่อสารในอันที่จะมีอิทธิพลโน้มน้าวประชาติ หรือกล่าวอีกประการหนึ่ง คือ นักประชาสัมพันธ์ก็คือคนกลางในระบบการสื่อสารระหว่างองค์การกับประชาชนที่ดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง

2.1.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์และนักวิชาการได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ต่าง ๆ กันดังนี้

Ivy Lee ผู้ได้รับยกย่องว่าเป็นบิดาของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า ในการดำเนินกิจการงานใด ๆ หากได้เปิดเผย หรือเผยแพร่ให้ประชาชนและผู้ร่วมงานได้รับรู้ได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ รวมทั้งเรื่องอื่น ๆ ตามสมควร และจงใจให้เขาเห็นด้วย หรือให้เขาได้มีส่วนร่วมแล้ว กิจการนั้นจะได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนทั่วไปเป็นอย่างดี ดังนั้นความจำเป็นที่จะต้องมี การประชาสัมพันธ์ก็คือ เพื่อการเผยแพร่ (Publicity) เพื่อสร้างความนิยม (Good Will) เพื่อความสัมพันธ์อันดี (Good Relations) เพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจ (Cooperative morals and maners) และเพื่อชื่อเสียง (Reputation) ของหน่วยงาน ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือของการบริหารงานของหน่วยงาน

จากแนวคิดของ Ivy Lee สามารถนำมาใช้สนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาคือ เป็นที่ทราบกันแล้วว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจงใจให้เห็นด้วยและคล้อยตาม

เสรี วงษ์มณฑา (2527 : 72-75) อธิบายถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ช่วยให้สาธารณชนที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานหรือองค์การในทางที่ดีมีศรัทธา เกิดความรู้สึก ยินดีจะให้การสนับสนุนและความร่วมมือกับกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นผลมาจากนโยบายโครงการของหน่วยงานหรือองค์การนั้น ๆ ทำให้การดำเนินงานมีความเจริญก้าวหน้าไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นกลไกสังคมให้งานประสานสอดคล้องกันเพื่อความเจริญของสังคมส่วนรวม อีกทั้งยังเป็นการจัดปิดป่าความขัดแย้ง หรือความ

รู้สึกไม่เป็นมิตรที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการทำงานของแต่ละหน่วยงาน ที่จะทำให้การเจริญรุดหน้าของสังคม ต้องหยุดชะงัก ดังนั้นการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างความก้าวหน้าให้หน่วยงาน องค์กร หรือบริษัทใดบริษัทหนึ่งโดยเฉพาะ หากแต่ยังเป็นการช่วยเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าของสังคมในทางอ้อมอีกด้วย

วีรช ฤทธิรัตนกุล (2535 : 25-27) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า สังคมระบอบประชาธิปไตยเป็นสังคมที่ส่งเสริมให้ความสำคัญแก่ประชาชนโดยส่วนรวม ประชาชนทุกคนมีสิทธิที่จะรับทราบข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาล เพราะคณะรัฐบาลคือผู้แทนของประชาชนทั้งประเทศดังนั้นทั้งรัฐบาลและประชาชนจะต้องมีการสื่อสารกันเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจอันดี และความสัมพันธ์อันดีก็จะนำมาซึ่งภาพพจน์ที่ดีงาม มีผลทำให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากประชาชนการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญยิ่งในการส่งเสริมบรรยากาศแห่งความเป็นประชาธิปไตย

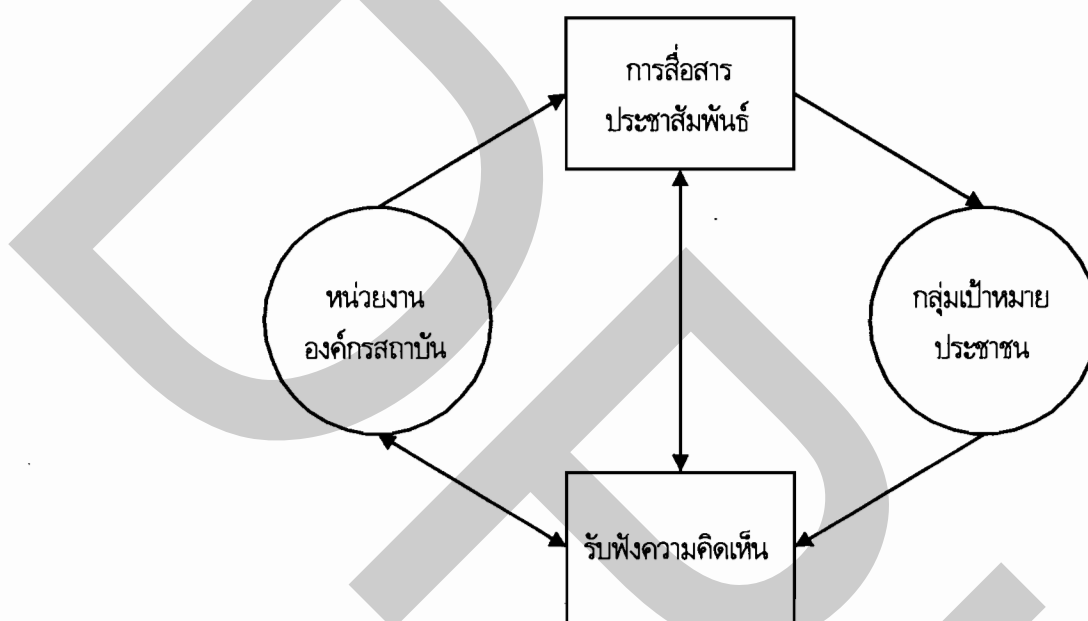
นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนช่วยปลุกเร้าหรือกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในตัวสถาบันและกลไกของรัฐเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ และให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาประเทศตามครรลองของประชาธิปไตยซึ่งยอมรับนับถือในคุณค่าและศักดิ์ศรีของมนุษยชาติรวมทั้งมีความเข้าใจอันดี และการร่วมมือกันสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคมส่วนรวมและประเทศชาติ โดยคำนึงถึงความสำคัญแห่งผลประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย

อรุณ งามดี (2521 : 13) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ จุดหมายปลายทางที่มุ่งให้ประชาชนเข้าใจให้การสนับสนุนร่วมมือหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานของตน การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการชี้แจงข้อเท็จจริงให้ประชาชนเข้าใจถูกต้อง ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์อาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1. มีความสำคัญในฐานะสื่อเชื่อมสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับประชาชน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมรับรู้ แลกเปลี่ยน และมีการแสดงความคิดเห็นของประชาชน
2. เป็นกลไกหนึ่งในการขบวนการทำงานและพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า ทั้งยังเป็น การช่วยเสริมสร้างสังคมทางอ้อม
3. เป็นเครื่องมือขจัดความเข้าใจผิดความขัดแย้งและอุปสรรคในการทำงานขององค์กร มีการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรหรือสถาบันด้วยวิธีการต่าง ๆ

2.2 บทบาทและหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นั้นนับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญในการที่จะช่วยเสริมพลังอำนาจ ช่วยปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงความผิดปกติของหน่วยงาน ทั้งในด้านคุณภาพทางวิชาการและกิจการมให้บริการสังคมในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institutional Image) เพื่อดึงดูดและโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ให้ความร่วมมือสนับสนุนในกิจการขององค์กร



ภาพประกอบแสดงบทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ ของ วิรัช ลภีรัตนกุล

จากภาพอธิบายได้ว่า

1. การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการและหน้าที่ เริ่มต้นด้วยการมีความพยายามอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการเตรียมการล่วงหน้าไว้ก่อนอย่างรอบคอบ การปฏิบัติงานกระทำอย่างต่อเนื่องตามแผนที่กำหนดหรือวางไว้ ด้วยการยึดถือระบบแห่งการติดต่อสื่อสารสองทาง คือ องค์กรสถาบันสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชน ขณะเดียวกันก็รับฟังปฏิกิริยาความคิดเห็นและความต้องการ หรือประชาติจากประชาชนซึ่งจะยังผลให้เกิดการยอมรับจากประชาชน และได้รับความร่วมมือสนับสนุนกับองค์กรสถาบันในที่สุด (วิรัช ลภีรัตนกุล 2529 : 9)

2. การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) มีการชักจูงและโน้มน้าวใจการประชาสัมพันธ์ คือการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ สร้างความนิยมเชื่อถือ โดยการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างผู้ที่ต้องการทำการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีการเผยแพร่หรือให้ข่าวสารจากผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ ในลักษณะที่ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ

ให้คนอื่น ๆ เชื่อ หรือกระทำในสิ่งที่ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องการ และในขณะเดียวกันผู้ดำเนินการก็คอยรับฟังหรือมีการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อที่จะได้รับข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับดำเนินงานขององค์กรต่อไป

3. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานต่อกลุ่มประชาชน (Public) ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจและความนิยมเชื่อถือในทางที่ดีที่ถูกต้องแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ในลักษณะเป็นกลุ่มเป็นก้อนไม่ใช่รายบุคคล เนื่องจากว่าองค์กรหรือบุคคลจะดำรงอยู่ได้อย่างเจริญก้าวหน้า จะต้องพึ่งพาอาศัยเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนหลาย ๆ กลุ่ม

จากแนวคิดของ วิรัชญ์ ลภีรัตนกุล สามารถนำมาใช้สนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาคือหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันมีบทบาทหน้าที่สื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และรับฟังความคิดเห็นของประชารกลุ่มเป้าหมาย

สมควร กวียะ (2533 : 31-32) ได้อธิบายถึงภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ระดับต่าง ๆ ซึ่งมีความรับผิดชอบ แบ่งได้เห็นชัดเจนว่าระดับใดควรมีหน้าที่รับผิดชอบอย่างไร โดยทั่วไปอาจจำแนกภาระหน้าที่งานด้านการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. งานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย และควบคุมดูแล ให้นโยบายเปลี่ยนแปลงเป็นแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. งานที่เกี่ยวกับการวิจัยวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งการบริหาร จัดการให้งานเป็นไปตามแผนงานนโยบาย
3. งานที่เกี่ยวกับการใช้กลวิธี เทคนิค ศิลปะ และทักษะในการทำโครงการย่อยต่าง ๆ ผลិតสื่อประชาสัมพันธ์ติดต่อ และดำเนินงานอื่น ๆ ตามแผนงานและนโยบาย
4. งานสารบัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล บริการให้ข้อมูล งานติดต่อการต้อนรับ สื่อมวลชน และการจัดสถานที่แถลงข่าว

อาจสรุปได้ว่าบทบาท และหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปแล้วมีหน้าที่ 3 ประการคือ

1. สำรวจ ประเมินผลทัศนคติและความเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีต่อนโยบายและการปฏิบัติงานของสถาบัน
2. ให้คำปรึกษาและแนะนำฝ่ายบริหาร หรือจัดการ ของสถาบันในการกำหนดแนวนโยบาย การปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความต้องการ และทัศนคติของกลุ่มประชาชน
3. วางแผนและดำเนินการใช้การสื่อสารประเภทต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจ การยอมรับในกลุ่มประชาชน

2.3 ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์

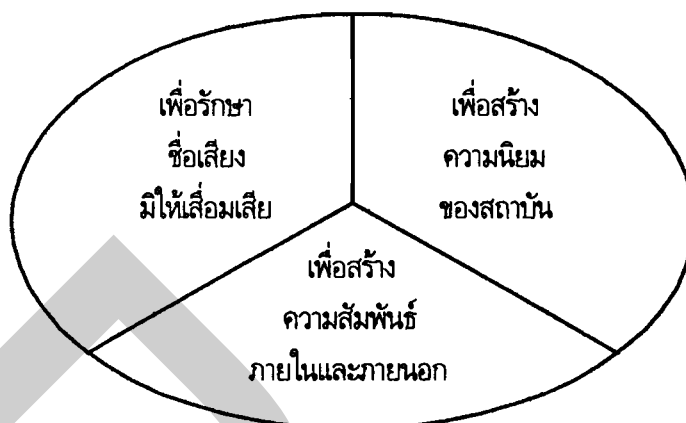
ปรัชญาหมายถึงความเชื่อ แนวคิด หรือทัศนคติเบื้องต้นซึ่งการดำเนินงานใด ๆ ก็ตามต้องยึดถือ ปรัชญาจึงถือเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นการสะท้อนถึงจุดมุ่งหมายของกิจกรรมที่มีลักษณะชัดเจน และในขณะ เดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงผลงานที่คาดว่าจะพึงเกิดขึ้นด้วย แต่แนวคิดในการดำเนินงานของผู้บริหารอาจ แตกต่างกันไป บางคนอาจจะยึดเรื่องงานเป็นสำคัญ บางคนคำนึงถึงหลักจิตวิทยา หรือนำหลักสังคมวิทยา มา เชื่อมโยงนอกจากนี้วิถีทางและแนวปฏิบัติในการดำเนินงานของแต่ละคนก็ถือว่าเป็นผลสำเร้จนั่นเอง (กิตติมา ปริดาติลล 2529 : 16)

ปรัชญาในการประชาสัมพันธ์นั้น มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ เพื่อสร้างความนิยมของสถาบัน และ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งสามารถนำมาอธิบายถึงงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันการ ศึกษาได้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมสถาบัน หมายถึงการเร่งเร้าเพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยมเสื่อมใน ศรัทธาจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายทั้งในดำเนินนโยบาย ทำที่ วิธีการดำเนินงานและผลงานทั้งหลายของสถาบัน เพื่อให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่นและสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่สังคมหรือชุมชน นั้น ๆ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถาบันเอง

2. เพื่อรักษาชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย ซึ่งนับว่าเป็นปรัชญาในการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ เพราะถ้าหากได้รับการยอมรับก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธาและได้รับความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย แต่ใน ทางตรงกันข้ามหากกลุ่มเป้าหมายไม่ยอมรับก็ย่อมนำมาซึ่งปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนกระจกเงาของสถาบันในการพิจารณาถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ แล้วคิดหา หนทางนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อรักษาชื่อเสียงของสถาบันมิให้เสื่อมเสีย ทั้งนี้ วิธีการประชาสัมพันธ์อาจจะเป็น การแก้ความเข้าใจผิด การอธิบายให้ข้อมูลหรือการโน้มน้าวใจ ให้เกิดทัศนคติในทางดีเพื่อรักษาภาพลักษณ์ หรือชื่อเสียงของสถาบันเอาไว้

3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอก การดำเนินของสถาบันใด ๆ จะดำเนินไปด้วย ความเรียบร้อยราบรื่นหรือไม่เพียงใดนั้นความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายภายในสถาบันนับเป็นปัจจัยและ อุปสรรคที่สำคัญอันดับแรกของสถาบัน กล่าวคือ หากความสัมพันธ์ภายในดีการดำเนินงานของสถาบันก็จะ เป็นไปด้วยความราบรื่น แต่ถ้าความสัมพันธ์ภายในสถาบันไม่ดีนอกจากจะเป็นอุปสรรคของการดำเนินงาน แล้วยังจะมีผลต่อความสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกสถาบันเสมอ แต่อย่างไรก็ตามสำหรับโรงเรียนนั้นเป็นองค์กรที่จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายภายนอก ได้แก่ ชุม ชน และผู้ปกครองหรือสังคมอยู่แล้วตามธรรมชาติขององค์กรเปิด หากแต่สัดส่วนในการเน้นให้ความสำคัญ ย่อมขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือลักษณะเฉพาะของแต่ละโรงเรียน



ภาพแสดงองค์ประกอบ 3 ส่วนของปรัชญาในการประชาสัมพันธ์ (กิตติมา ปริดาติล)

ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ สามารถนำมาสนับสนุน สมมติฐานของงานวิจัยเรื่องการศึกษา เปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนประถมศึกษาได้ กล่าวคือแนวคิดหรือทัศนคติซึ่งแปลว่าความ โน้มเอียง หรือความเหมาะสม โดยทัศนคติเป็นผลรวมของความคิด และความรู้สึกซึ่งมีต่อเรื่องต่าง ๆ เช่น ความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบที่มีต่อโรงเรียน หากมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเกิดทัศนคติไม่ดีต่อโรงเรียน ก็สามารถ นำเอาแนวคิดขององค์ประกอบ 3 ส่วนในการประชาสัมพันธ์ ไม่ใช่เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้เป็นไปในทิศทางที่มุ่งหวังได้นั้น จะต้องใช้การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้ข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องนั้น ๆ

จากปรัชญาในการประชาสัมพันธ์ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ได้นำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาในการประชาสัมพันธ์

สุพิชญา ธีระกุล (2521 : 80 - 84) ได้กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป จะแบ่ง วัตถุประสงค์ออกเป็น 3 ด้าน ด้วยกันคือ

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective)
2. วัตถุประสงค์เฉพาะงาน (Specific Objective)
3. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative Objective)

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective)

- 1.1 เพื่ออธิบายชี้แจงให้ประชาชนทราบเรื่องราวและความจริง
- 1.2 เพื่อเป็นการบอกกล่าว แลกเปลี่ยน เสนอเรื่องราวความเป็นไปให้ประชาชนทราบ
- 1.3 เพื่อเผยแพร่ แจ้งความประกาศ
- 1.4 เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง

1.5 เพื่อให้เกิดความเข้าใจเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลงสงสัย ขาดความรู้ ความเข้าใจ และเพื่อเป็นสื่อสัมพันธ์

1.6 เพื่อเป็นการให้การศึกษา เพื่อให้ประชาชนเกิดความเฉลียวฉลาด ยกกระดับความรู้ความเข้าใจให้สูงขึ้น

1.7 เพื่อชักจูง และเกลี้ยกล่อม ให้สนับสนุนการดำเนินงาน

1.8 เพื่อให้หน่วยงานให้บริการแก่สังคมได้ถูกต้องเหมาะสมตามความต้องการ ของสังคมและประชาชน

1.9 เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ เพื่อความราบรื่นของการดำเนินงานของหน่วยงาน

1.10 เพื่อให้ประชาชนเลื่อมใสศรัทธาในสถาบัน

สำหรับวัตถุประสงค์ทั่วไปนั้น อาจเผยแพร่ในเรื่องของ

ก. นโยบาย

ข. วัตถุประสงค์

ค. วิธีดำเนินงาน

ง. ความประพฤติปฏิบัติของหน่วยงาน

จ. ผลงานและบริการต่าง ๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์เฉพาะงาน (Specific Objective)

สรุปได้ดังนี้คือ

2.1 เพื่อเปิดเผยถึงคุณความดี ประโยชน์ ฐานะ และกิจกรรมของหน่วยงานเพื่อให้ประชาชนได้คุ้นเคย ซาบซึ้ง ศรัทธา เลื่อมใส สนับสนุน และให้ความร่วมมือ ในการดำเนินงานของหน่วยงาน

2.2 เพื่อส่งเสริมและเพิ่มอิทธิพลในการชักจูง เกลี้ยกล่อมให้มวลชนเลื่อมใสศรัทธา เพื่อสนับสนุนหน่วยงานยิ่ง ๆ ขึ้น

2.3 เพื่อเป็นการก่อ หรือสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ และความร่วมมือร่วมใจระหว่างหน่วยงานกับประชาชน

2.4 เพื่อค้นหาสาเหตุทำความเข้าใจ และขจัดสิ่งที่เป็นต้นเหตุ ของความเข้าใจผิดของประชาชนต่อหน่วยงาน

2.5 เพื่อเป็นการส่งเสริม ป้องกัน และรักษาชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงาน เพื่อเป็นการธำรง และรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน

3. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative Objective)

วัตถุประสงค์เพื่อการบริหารของการประชาสัมพันธ์ มีดังต่อไปนี้ (วิจิตร อาวะกุล 2539:44 - 49)

- 3.1 เพื่อเรียกร้องความร่วมมือร่วมใจ ความนิยม เลื่อมใส เชื่อถือ ศรัทธาจากผู้ร่วมงาน เจ้าหน้าที่ที่พนักงาน ประชาชน
- 3.2 เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธ์อันดี การยกย่องนับถือตามลำดับชั้น ระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน เจ้าหน้าที่และประชาชน และส่งเสริมพัฒนาทัศนคติในการทำงานที่ดี และถูกต้องของเจ้าหน้าที่และพนักงาน
- 3.3 เพื่อลดความตึงเครียด ชัดแย้ง ความไม่เข้าใจในบรรยากาศของการทำงานตลอดจนทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดี ระหว่างการทำงานกับการพักผ่อนหย่อนใจ การบันเทิง เพื่อให้การบริหาร การบริการ และการดำเนินงานเป็นไปโดยราบรื่น
- 3.4 เพื่อเป็นการให้ข่าวสาร ให้ความรู้ความเข้าใจแก่สมาชิกในองค์กร ทั้งที่เป็นส่วนของตนเอง และผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 3.5 เพื่อพัฒนาและรักษาคุณภาพของการสื่อสาร ภายในหน่วยงานให้ทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ
- 3.6 เพื่อเป็นการผดุงและรักษาไว้ซึ่งมาตรฐาน คุณภาพ ผลผลิต ปริมาณ ความประพฤติ และจรรยาบรรณที่ดีต่อประชาชน
- 3.7 เพื่อพัฒนาให้เกิดความสำนึกรับผิดชอบต่อหน่วยงาน ว่าเป็นศูนย์รวมของทุกคน ซึ่งทุกคนจะต้องช่วยกันดำเนินการให้เป็นไปตามความมุ่งหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.8 เพื่อเป็นการสร้างเสริมความช่วยเหลือ แนะนำ แก้ไข ปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน ในกรณีที่มีข้อบกพร่องบางอย่างเกิดขึ้น
- 3.9 เพื่อแสวงหาช่องทาง และเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ ประชาชนได้เสนอแนะ แสดงความคิดเห็น หรือแจ้งให้ฝ่ายบริหารทราบ เพื่อแก้ไขปรับปรุงกิจการในการบริหาร
- 3.10 เพื่อติดตาม และประเมินผล การบริหารงาน ในแง่ของทัศนคติความรู้สึกนึกคิดและประชา มติของกลุ่มเป้าหมาย และชุมชนที่เกี่ยวข้อง
- 3.11 เพื่อพัฒนาการระมัดระวังภัยอันตรายต่าง ๆ อันเกิดจากประชามติที่คุกคามเสถียรภาพของ หน่วยงาน
- 3.12 เพื่อให้สามารถมองเห็นทางเลือกในการดำเนินงาน ให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

สรุป โดยส่วนรวมแล้ว ไม่ว่าจะเป็นสถาบันประเภทใด ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล 2535 : 25 - 27)

1. เพื่อส่งเสริมและสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน (Promotion)
2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อเท็จจริงตลอดจนชื่อเสียงของหน่วยงาน (Information)
3. เพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด (Correction)
4. เพื่อการตีความ ประมวลข่าวสาร และข้อเท็จจริง (Interpretation)

วัตถุประสงค์ทั้ง 3 ด้าน สามารถนำมาสนับสนุนสมมติฐานในงานวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เพื่อเป็นข้อกำหนดที่ต้องการให้เกิดความเข้าใจระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับโรงเรียน

2.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

ลักษณะ สตะเวทิน (2540 : 27 - 30) ได้กล่าวว่า หลักสำคัญในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ หลายประการกล่าวคือ ต้องให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างสถาบันกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกสถาบันนั้น ๆ ต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสถาบัน แก้ไขข้อข้องใจที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด ทำทุกอย่างเพื่อปรับปรุงการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือระหว่างสถาบันกับหน่วยงาน มีการดำเนินงานดังนี้

การดำเนินงานเกี่ยวกับการค้นคว้า (fact-finding or Research)

เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริง และหาข้อมูล ของปัญหา การดำเนินงานเกี่ยวกับการค้นคว้าทำได้โดย

1. สสำรวจทางตรงหรือแบบเป็นทางการ เป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์ มีหลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ว่าวิธีอื่น ๆ แต่ต้องให้ผู้มีความรู้และงบประมาณพอสมควร วิธีนี้อาจจะทำได้โดยการออกแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ความคิดเห็น

2. สสำรวจทางอ้อมหรือแบบไม่เป็นทางการ ได้จากปรากฏการณ์ หรือปฏิกิริยาจากสิ่งแวดล้อม เช่น จากข่าว บทความ บทบรรณาธิการ อภิปราย จดหมายถึงหน่วยงาน จดหมายถึงสื่อมวลชน ฯลฯ

ปัญหาทางการประชาสัมพันธ์อาจเกิดขึ้นกับสถาบันได้ในกรณีต่าง ๆ ดังนี้

1. เมื่อกลุ่มประชาชนไม่สนับสนุน ไม่เห็นชอบ หรือไม่ให้ความใส่ใจนโยบายของการดำเนินงาน
2. เมื่อกลุ่มประชาชนมีท่าทีหรือแสดงปฏิกิริยาคัดค้าน ต่อต้าน ชัดแย้งการดำเนินงาน
3. เมื่อกลุ่มประชาชนเกิดความเข้าใจผิด อันเป็นอันตรายต่อชื่อเสียงของกิจการของสถาบัน
4. เมื่อปรากฏว่า ประชาชนขาดแคลนข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบายของการดำเนินงาน

จากแนวคิดนี้ สามารถนำมาสนับสนุนปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ ของการศึกษา เปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนประถมศึกษาได้ คือ เมื่อกลุ่มประชาชนไม่สนับสนุนหรือไม่ให้ความสนใจในนโยบายของการดำเนินงาน มีท่าทีต่อต้านขัดแย้งการดำเนินงาน มีความเข้าใจผิดต่อชื่อเสียงกิจการของโรงเรียนหรือประชาชนขาดข่าวสาร ย่อมเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทั้งสิ้น

การวางแผน (Planning)

โดยการนำข้อเท็จจริงที่ได้รับจากการค้นคว้ามาวางแผน ในการดำเนินงานตามขั้นตอน เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์คล่องตัวยิ่งขึ้น (กิตติมา บริดาดี 2529 : 48) ได้อธิบายดังนี้

- กำหนดวัตถุประสงค์ของการรณรงค์
- กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (จะประชาสัมพันธ์กับใคร)
- กำหนดสื่อที่จะใช้ว่ามีอะไรบ้าง จัดทำอย่างไร ใช้อย่างไร
- กำหนดหัวข้อที่จะเผยแพร่ คำขวัญ และสัญลักษณ์
- กำหนดช่วงเวลาและวันดำเนินการ
- กำหนดงบประมาณ
- กำหนดบุคลากร
- ดำเนินการตามแผน
- การสื่อสาร

การประเมินผล (Evaluation)

คือ การติดตามผลเพื่อต้องการจะทราบว่าได้ผลอย่างไร ใช้วิธีการเช่นเดียวกับการค้นคว้า การประเมินผลเพื่อต้องการจะทราบว่าผลงานที่ทำไปแล้วเป็นอย่างไร มีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง จะได้หาทางแก้ไขและปรับปรุงในโอกาสต่อไป

สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1. คำพูด (Spoken Words)

การใช้คำพูด มีการสนทนา บรรยาย ปาฐกถา อภิปราย สัมมนา อบรม และติดต่อสอบถาม

2. สิ่งพิมพ์ (Printed materials)

สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เอกสารข่าว วารสาร นิตยสาร โบปลิว แผ่นพับ เอกสารคู่มือ จดหมาย

3. ภาพ (Image)

ภาพถ่ายสำหรับลงพิมพ์จัดนิทรรศการ ภาพสไลด์ และฟิล์มสตริปภาพยนตร์

4. วิทยุและโทรทัศน์ (Ratio & T.V)

5. นิทรรศการและงานพิเศษ (Exhibition and Special Events)

นิทรรศการได้แก่การจัดแสดงภาพชุดหุ่นจำลอง งานพิเศษได้แก่การจัดงานพิธีต่าง ๆ ที่จัดขึ้น เช่น งานวันเกิดของหน่วยงาน การแข่งขันการจัดแสดง ฯลฯ

กิจกรรมของงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์หลายชนิดดังที่กล่าวมาข้างต้น และสามารถนำมาสนับสนุนสมมติฐาน ของการศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนประถมศึกษาได้ ในเรื่องของการจัดกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

Scott M. Cutlip และ Allen H.Center ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้การยอมรับการดำเนินงานของสถาบัน และเป็นการสื่อสารสองทาง" (พรทิพย์ วรวิจิตร 2536 : 16)

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้ชุมชนได้ทราบถึงเรื่องราวต่าง ๆ ของโรงเรียน เพื่อโรงเรียนและชุมชนจะได้เข้าใจกัน ความร่วมมือร่วมใจก็จะตามมาภายหลัง โรงเรียนกับการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เหตุที่โรงเรียนจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ

1. โรงเรียนเป็นหน่วยงานของรัฐ จำเป็นต้องแจ้งกิจการต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบเช่นเดียวกับหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐ
2. โรงเรียนต้องการความร่วมมือจากประชาชน ประชาชนจะให้ความร่วมมือก็ต่อเมื่อเข้าใจ สนใจ และพอใจในกิจการของโรงเรียน โรงเรียนจึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ
3. นอกเหนือไปจากประชาชนแล้ว สถาบันต่าง ๆ ในชุมชนก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน โรงเรียนจึงต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการนี้ด้วย
4. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน จะช่วยค้นหา และจัดแหล่งความเข้าใจผิดในชุมชน
5. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน จะช่วยปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกิจการต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดีขึ้น

ขึ้น

กิตติมา ดาราบถ (2528 : 71) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์ที่ดีของโรงเรียนกับกลุ่มชุมชน คือ

1. ครูใหญ่
2. คณะครู
3. นักเรียน
4. คณงาน ภารโรง
5. ความสัมพันธ์ที่โรงเรียนมีต่อผู้ปกครอง
6. ความสัมพันธ์ที่โรงเรียนมีต่อชุมชน
7. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกันเอง

นโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

Kindred ได้ให้ข้อเสนอแนะในการกำหนดนโยบาย การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไว้ดังนี้

1. นโยบายการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จะต้องมีความสัมพันธ์กับนโยบายของท้องถิ่น และของประเทศ

2. นโยบายการประชาสัมพันธ์ต้องวางแนวปฏิบัติ ซึ่งระบุคุณค่าหรือประโยชน์อันพึงจะได้รับจากการปฏิบัติไว้ด้วย

การปฏิบัติตามนโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ถ้าจะให้ได้ผลดีต้องคำนึงถึง

1. บุคลากรในโรงเรียน ควรมีความสัมพันธ์เป็นอันดีกับนักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนในชุมชน

2. โรงเรียนควรจะดำเนินนโยบายก้าวออกสู่สังคม โดยการทำงานร่วมกับสถาบันอื่น

3. โรงเรียนควรกระตุ้นให้ผู้ปกครอง และประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและรับรู้เกี่ยวกับปัญหาและการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของโรงเรียน

4. ใช้สื่อมวลชน เพื่อประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

สุพิชญา ชีระกุล (2521 : 92) ได้สรุปการประชาสัมพันธ์ในระดับโรงเรียนไว้ว่า โดยทั่วไป การประชาสัมพันธ์ในระดับโรงเรียนนั้นมักจะทำกันในวงแคบ และไม่ค่อยทำกันอย่างจริงจังนัก ผู้บริหารที่เห็นความสำคัญในด้านนี้อาจจะทำได้ดังนี้คือ

1. พบปะกับผู้ปกครองนักเรียนในวันเปิดภาคเรียน เพื่อฟังนโยบายและคำชี้แจงต่าง ๆ ของโรงเรียน วิธีนี้จะช่วยให้ข่าวสารของโรงเรียนเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้

2. ประชาสัมพันธ์โดยผ่านสมาคมที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น สมาคมศิษย์เก่า สมาคมครูผู้ปกครอง หรือสมาคมอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการของโรงเรียน

3. จัดงานโรงเรียน โดยทั่วไปจะจัดออกมาในรูปของงานประจำปีของโรงเรียน หรืองานชุมนุมศิษย์เก่า การจัดงานโรงเรียนนี้จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจการของโรงเรียนได้อย่างดียิ่ง

4. ประชาสัมพันธ์ทางเอกสาร หรือหนังสือพิมพ์ จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างทั่วถึงและกว้างขวางขึ้น

5. ประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง โดยผู้บริหาร คณะครู คณงาน ภารโรง และนักเรียน ช่วยกันทำการประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียนวิธีนี้จะทำให้การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไปอย่างกว้างขวางเช่นเดียวกัน แต่ก็ควรระมัดระวังเกี่ยวกับข่าวที่เผยแพร่ออกไป จะต้องเป็นแหล่งข่าวเดียวกัน

6. การประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะทำในระดับใด ผู้ดำเนินการจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังอยู่เสมอ เพราะความเข้าใจผิด เกิดขึ้นได้เสมอ ถ้าหากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ไม่ถูกต้องและรัดกุมพอ เพราะงานประชาสัมพันธ์เป็นงานป้องกัน ไม่ใช่งานแก้ไข

จากแนวคิดของสุพิชญา ชีรกุล สรุปได้ว่าการเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียนเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้โดยวิธีการต่าง ๆ นี้ จะสามารถเป็นแนวทางหนึ่งที่ใช้แก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้

John E. Marston นักวิชาการชาวอเมริกันกล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่ไม่น่าไว้วางใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ" (พรทิพย์ วรกิจโภคธาต 2536 : 16)

การสื่อสาร (Communication) เป็นการนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยพยายามใช้สื่อหลาย ๆ ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารจะได้ผลดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. ข่าวสารต้องเป็นที่น่าสนใจให้ประโยชน์กับผู้รับ
2. ข่าวสารต้องเป็นที่เข้าใจทั้งของผู้ส่งและผู้รับ เป็นรูปสัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย ที่มีประสบการณ์ร่วมกัน
3. ข่าวสารต้องแนะแนวทางที่เหมาะสมกับสถานการณ์ของผู้รับ ซึ่งต้องคำนึงถึงระเบียบทางสังคม กฎหมายบังคับ ศาสนาขนบธรรมเนียมประเพณี สภาพแวดล้อม

Karl H. Friederich ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย
2. การกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ
3. การสื่อสาร
4. การประเมินผล

ประเด็นที่ Friederich ได้เน้นในกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเขาคือ การจัดลำดับความสำคัญของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และการให้มีการสื่อสารสองทางไป-กลับ ซึ่งได้แทรกไว้ในขั้นตอนที่หนึ่งและสอง โดยเฉพาะขั้นตอนที่สองเขายังเน้นถึงการกำหนดนโยบายก่อนด้วย

ส่วน John E. Marston ได้สร้างสูตรสำหรับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่จะนำความสำเร็จมาสู่วิชาชีพนี้ โดยเรียกว่าสูตร R-A-C-E ตัว R นั้นหมายถึงการวิจัย (Research) ตัว A หมายถึง การกระทำ (Action) ตัว C หมายถึง การสื่อสาร (Communication) และตัว E หมายถึง การประเมินผล (Evaluation)

แนวคิดของ John E. Marston กับ Scott M. Cutlip และ Allen H. Center เปรียบเทียบได้ดังนี้

John E. Marston	Scott M. Cutlip และ Allen H. Center
1. การวิจัย	1. การวิจัย-การรับฟัง ซึ่งได้ให้ความหมายไว้ชัดเจนกว่าและยังมีความหมายที่มีได้เน้นถึงการวิจัยที่อาศัยวิธีทางวิทยาศาสตร์เพียงอย่างเดียว
2. การกระทำ มาร์สตันได้เน้นว่าก่อนที่จะทำการสื่อสารได้จำเป็นต้องมีการกระทำหรือแผนของการกระทำซึ่งอาจเป็นกิจกรรมใด ๆ ก็ได้เพื่อสร้างและรักษาภาพพจน์ศรัทธา ความนิยมที่ดี ทั้งนี้การกระทำจะเป็นสื่อในตัวของมันเองหรือเป็นเนื้อหาของข่าวสารที่จะใช้เขียนข่าวหรือจัดทำเป็นข่าวเผยแพร่ผ่านสื่ออื่นต่อไป	2. การวางแผน เป็นการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่องสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ การวางแผนนี้เป็นหัวใจของการทำงานประชาสัมพันธ์ ซึ่ง Marston ไม่ได้กล่าวไว้ แต่กลับเน้นที่การกระทำแทน
3. การสื่อสาร เป็นการนำข่าวสาร สาระ ความรู้ ผ่านกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และสื่ออื่นไปสู่กลุ่มเป้าหมาย	3. การสื่อสาร มีความหมายตรงกับที่ Marston ได้กล่าวไว้ แต่ในความหมายของ Cutlip และ Center นั้นได้ให้ความหมายมากกว่า โดยรวมเอาสื่อมวลชน (massmedia) และสื่อการกระทำ (actionmedia) ไว้ในขั้นตอนนี้ นั่นคือเอา "การกระทำ" ของ Marston มาไว้ในข้อนี้เพราะการสื่อสารนั้นนอกจากจะใช้สื่อต่าง ๆ แล้ว การกระทำก็เป็นสื่อสารโดยตัวของมันเอง
4. การประเมินผล เป็นการตรวจสอบและตัดสินคุณค่าว่าการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้วในช่วงระยะเวลาหนึ่งได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงไร ได้ประสิทธิผลตรงตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร	4. การประเมินผล ตรงกับที่ Marston ได้กล่าวไว้

จากแนวคิดของนักวิชาการทั้งหลายข้างต้น ถึงแม้จะมีข้อปลีกย่อยแตกต่างกันบ้างก็ตาม แต่แนวคิดส่วนใหญ่ก็นั้นได้รับอิทธิพลจาก Cutlip และ Allen H. Center มากกว่า (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร 2536 : 20-21) ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำมาสนับสนุนสมมติฐาน ของการศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้ เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มีขั้นตอนดังที่กล่าวมานี้ เช่นกัน

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในโรงเรียน

โรงเรียนเป็นหน่วยงานของรัฐบาล ที่มีระบบราชการเช่นเดียวกับองค์การทางราชการทั่วไปกล่าวคือ มีสายการบังคับบัญชาตลอดหลั่นลงไป มีการแบ่งงาน แบ่งความรับผิดชอบภายในโรงเรียนประกอบด้วยบุคคลหลายระดับที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป, เช่น ผู้บริหารโรงเรียน ครูปฏิบัติการสอน คณานการโรงเรียน และนักเรียน ซึ่งทุกฝ่ายต้องอาศัยการสื่อสาร เพื่อทำความเข้าใจกันเกี่ยวกับนโยบาย วิธีปฏิบัติงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ทั้งนี้โดยอาศัยปัจจัยพื้นฐานด้านความสัมพันธ์ของบุคคลในหน่วยงาน ความต้องการเกี่ยวกับบุคลิกภาพรวมทั้งพื้นฐานด้านมนุษยสัมพันธ์เป็นสำคัญ โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสาร

เนื่องจากกระบวนการทางการศึกษาแตกต่างไปจากวงการอื่น โดยเฉพาะผู้เกี่ยวข้องเป็นบุคคลหลายฝ่าย จึงมีขั้นตอนกระบวนการแตกต่างกันเช่นการสื่อสารภายในห้องเรียน ครูจะเป็นแหล่งข่าว นักเรียนจะเป็นผู้รับข่าวสาร โดยเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งจะขอกกล่าวในภาพรวมทั้งหมดเกี่ยวกับกิจกรรมของการสื่อสารดังนี้ (กรีซ สืบสนธิ์ 2526 : 24)

1. กิจกรรมการสื่อสาร

กิจกรรมประจำวันของผู้บริหารโรงเรียน ได้แก่ การประชุมนิเทศน์สมาชิกใหม่ การบังคับบัญชาสั่งการให้บุคลากรในโรงเรียนปฏิบัติหน้าที่ให้ตรงกับหน่วยงานต้องการ ปฏิบัติการให้การประสานงานที่ดี และเพื่ออำนวยความสะดวกให้บุคลากรมีความสัมพันธ์กัน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. วิธีการสื่อสารภายในโรงเรียน

วงการศึกษไทยในปัจจุบัน ใช้วิธีการประชุม หนังสือเวียน การทำข่าวสารภายใน เช่น จดหมายข่าว หนังสือประจำเทอม แผ่นป้ายประกาศ การประชุมสัมมนา การพบปะสนทนา และการใช้นโยบายการเปิดประตูให้ผู้เกี่ยวข้องได้พบกันทุกโอกาส ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่นการสื่อสารด้วยวาจา วิธีที่ใช้มาก ได้แก่ประชุมหรือปรึกษาหารือเป็นกลุ่ม วิทยุบุคคลการสัมมนา การประกาศทางเครื่องขยายเสียง เพื่อแจ้งข่าวรีบด่วน หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันให้ทราบ หรือการใช้โทรศัพท์เป็นต้น (เสนาะ ดิยาวี 2530 : 77)

การสื่อสารเป็นลายลักษณ์อักษร ได้แก่การโต้ตอบจดหมาย บันทึกรายงาน หนังสือเวียน ออกบันทึกเตือนความจำ และการออกหนังสือประจำวัน บางครั้งใช้ทั้งทางวาจาและทางลายลักษณ์อักษรควบคู่กันไป บางครั้งอาจต้องมีอุปกรณ์ต่าง ๆ ประกอบ เช่น เครื่องขยายเสียง สไลด์ แผนภูมิ รูปภาพ การสาธิต

ในกระบวนการทางการศึกษา มีลักษณะขั้นตอนกระบวนการสื่อสาร เช่น ครูกับนักเรียน การสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับครู ครูกับครู เป็นต้น องค์ประกอบของการสื่อสารภายในโรงเรียนก็เช่นเดียวกับหน่วย

งานอื่น ๆ คือมีแหล่งสาร คนสื่อสาร สื่อนำสารหรือช่องทางที่ส่งสารไปยังผู้บริหาร และจุดมุ่งหมายปลายทาง โดยปกติโรงเรียนมีการสื่อสาร 3 ระดับ คือ

1. จากผู้บริหารไปยังครู เช่น เป็นรูปคำสั่ง นโยบาย และวิธีการ
2. จากผู้ปฏิบัติการได้แก่ ครู อาจารย์ ภารโรง นักเรียนถึงผู้บริหาร มักเป็นรูปการรายงาน ข่าวลือ การร้องทุกข์ และบัตรสนเท่ห์
3. การสื่อสารในระดับเดียวกัน เช่น ในรูปของการปรึกษา หรือ การร่วมประชุม ส่งข่าวถึงกันและกัน จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ (พีระ จิโรโสภณ 2540)

- 1) แบบเป็นทางการ ได้แก่ คำสั่ง หนังสือเวียน ที่เน้นเป้าหมายของหน่วยงานเป็นหลักมักอ้างระเบียบ กฎเกณฑ์สถาบัน ฯลฯ

- 2) แบบไม่เป็นทางการ มักอาศัยความคุ้นเคยสนิทสนมเป็นส่วนตัว และมักเน้นเป็นเป้าหมายส่วนตัว เช่นการพูดคุย การนินทา ส่งบันทึกถึงกันระหว่างเพื่อนฝูง นัดชุมนุมกัน และลักษณะการกุข่าวหรือข่าวลือ

อาจสรุปได้ว่า การส่งข่าวสารหลายทอดจากผู้บริหารไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในโรงเรียน เช่น ผู้บริหารส่งถึงครู , ภารโรง , หัวหน้าสายงาน ครูประจำชั้น ครูหัวหน้าฝ่าย เนื่องจากบทบาทหน้าที่ สถานภาพทางสังคม พื้นฐานและประสบการณ์แตกต่างกัน ทำให้การตีความหมายและความเข้าใจแตกต่างกันไป ผู้บริหารจึงควรแยกแยะคำสั่ง หรือข่าวสารที่มีไปยังบุคคลต่าง ๆ กัน โดยใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ที่เหมาะสมกับพื้นฐานและประสบการณ์ของกลุ่มหรือบุคคลนั้นๆ หากผู้บริหารให้ความสนใจเกี่ยวกับการจัดระบบการสื่อสาร โดยการให้ข่าวสารอย่างทั่วถึงและเพียงพอ ตรวจสอบข่าวสารทั้งที่ส่งไปและผลของการสื่อสาร รวมทั้งการให้โอกาสครูได้แสดงความคิดเห็นและพิจารณาข้อเสนอหรือรายงานจากคณะครู จะก่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยการใช้หลักการสื่อสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการค้นคว้ายังไม่พบงานวิจัยในด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยตรง แต่มีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการวิจัยดังต่อไปนี้

๕. ชลฤดี บำเพ็ญนรกิจ (2535 : ก) ได้ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์สำหรับกรมการศึกษานอกโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ด้านโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์นโยบาย และกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน โดยให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและของกระทรวงศึกษาธิการ ด้านแนวคิดและการดำเนินงานการบริหารงานให้เป็นอำนาจหน้าที่ ของผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน โดยให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและของกระทรวงศึกษาธิการ ด้านแนวคิด และการดำเนินงานการบริหารงานให้เป็นอำนาจหน้าที่ ของผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์

และให้มีคณะกรรมการ การประชาสัมพันธ์ของกรม เพื่อทำหน้าที่เครือข่ายในการประสานงานการประชาสัมพันธ์ของกรมสำหรับลักษณะของการประชาสัมพันธ์จะแบ่งออกเป็น 4 งาน คือกลุ่มงานประชาสัมพันธ์ภายนอก งานประชาสัมพันธ์ภายใน กลุ่มงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ และกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์

4 ทนงศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์ (2535) ได้ศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐกับเอกชน ผลการวิจัยพบว่าหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์อยู่แล้วผู้บริหารภาคเอกชนจะเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์มากกว่าผู้บริหารภาครัฐ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบบุคลากรส่วนใหญ่ไม่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ส่วนใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชน คือ สิ่งพิมพ์ อาทิ จดหมายข่าว จุลสาร แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ นิตยสาร รองลงมาคือ วิทยุและโทรทัศน์ ปัญหาที่พบคือขาดแคลนบุคลากร และงบประมาณ

สุเทพ เดชะชีพ (2531) ได้ศึกษาคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร ผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ไม่เคยผ่านงานด้านการประชาสัมพันธ์ แต่มีความเห็นว่างานด้านการประชาสัมพันธ์นั้นมีความสำคัญมาก ควรที่จะมีฐานะงานเป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหาร แต่ในความเป็นจริงแล้วฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนมากยังอยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น ในด้านภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์นั้น ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในการกำหนดความแตกต่างของฝ่ายประชาสัมพันธ์คือ ประสบการณ์การทำงานของผู้บริหาร และแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในอนาคตได้กล่าวไว้ว่า งานด้านการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนบุคลากร ขยายความรับผิดชอบ เพิ่มโสตทัศนูปกรณ์ และที่สำคัญคืองบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะขยายตัวมากขึ้นแนวโน้มผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการผู้สำเร็จการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรงเข้ามาทำงานด้านการประชาสัมพันธ์

อุกัณพร กงประเวชนนท์ (2539) ได้ศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ผลการวิจัยพบว่าการจัดองค์กรของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสำนักงานอธิการบดีหรือกองกลาง ที่ต่างกันเล็กน้อย ได้แก่ขั้นตอนในการบริหารจัดการระหว่างระบบราชการที่ซับซ้อนมากกว่าเอกชน ลักษณะการดำเนินงานพบว่าทุกมหาวิทยาลัยเห็นความสำคัญที่การประชาสัมพันธ์ภายในเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงเป็นการประชาสัมพันธ์ภายนอกและการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ โดยส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อที่สามารถผลิตขึ้นเองได้ เช่นวารสารภายใน แผ่นพับ ไปสเตอร์ ฯลฯ การใช้สื่อมวลชนขึ้นอยู่กับงบประมาณและวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกิจกรรมปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่สุด เกิดจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมักจะก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ

ตามมาได้แก่การไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ปัญหาเรื่องมาคืองบประมาณ และบุคลากรโดยลำดับ

๕ อรุบล ภูบัวผื่อน (2533) ได้ศึกษาเรื่องการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจทุกประเภทมีการจัดฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานอิสระที่ขึ้นตรงกับผู้บริหารกิจการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่แล้วฝ่ายประชาสัมพันธ์มักไม่มีการแบ่งงานเป็นสัดส่วนอย่างเด่นชัด ทั้งนี้เพราะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่สวมบทบาทงานได้ทุกหน้าที่ ซึ่งอาจเป็นเพราะมีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนบุคลากร ประกอบกับมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือในการติดต่อประสานงานกันเพื่อผลสำเร็จของงาน

๖ เอื้อมพร ลือกิจจิตต์ (2536) ได้ศึกษาการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ของธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ : ศึกษากรณีเครือเจริญโภคภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เน้นถึงความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจพร้อม ๆ กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์น้อยจึงส่งผลทำให้เกิดแง่ลบในด้านการประชาสัมพันธ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ดังนั้นสิ่งสำคัญในการสร้างความรู้สึที่ดี และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง จำเป็นต้องอาศัยความต่อเนื่องในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยเวลา และต้องเข้าไปมีบทบาทรวมทั้งการวางแผนที่มีจุดประสงค์ทางด้านประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมให้มากยิ่งขึ้น ใช้การสื่อสารระหว่างเครือเจริญโภคภัณฑ์กับสังคมอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

โรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ประกอบด้วยโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่จำนวน 9 โรงเรียนมีรายละเอียดแต่ละโรงเรียนดังนี้ (รายละเอียด สนศ. กทม., : 2 - 3)

ตารางที่ 1

ประชากรในการวิจัย *

ลำดับที่	ชื่อโรงเรียน	ขนาดโรงเรียน	จำนวนประชากร		รวมทั้งสิ้น
			ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	
1.	โรงเรียนออเงิน	เล็ก	1	13	14
2.	โรงเรียนพรพระร่วงประสิทธิ์	เล็ก	1	11	12
3	โรงเรียนซอยแอนเนกซ์	เล็ก	2	21	23
4.	โรงเรียนวัดหนองใหญ่	กลาง	3	34	37
5.	โรงเรียนประชานุกูล	กลาง	3	29	32
6.	โรงเรียนสายไหม	กลาง	3	33	36
7.	โรงเรียนฤทธิวรณาลัย	ใหญ่	5	140	145
8.	โรงเรียนวัดเกาะสุวรรณาราม	ใหญ่	4	37	41
9.	โรงเรียนวัดราษฎร์นิยมธรรม	ใหญ่	4	42	46
รวม			26	360	386 คน

จากตารางประชากรแบ่งเป็นกลุ่มผู้บริหาร 26 คน ครูปฏิบัติการสอน 360 คน ประชากรกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 386 คน แบ่งเป็นกลุ่มตามขนาดของโรงเรียนสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ประชากรในการวิจัยแบ่งตามขนาดของโรงเรียน

ขนาดของโรงเรียน	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม
เล็ก	4	45	49
กลาง	9	96	105
ใหญ่	13	219	232
รวม	26	360	386

ผู้วิจัยได้ใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางยามานะ (Yamane 1973 : 725 อ้างในบุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ, 2540 : 71 - 72)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้ร้อยละ 5 (0.05)

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{386}{1 + 386 (0.05)^2}$$

$$n = 196.437 (\sim 197)$$

นำกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 197 คน มาจัดกลุ่ม โดยแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) ในขนาดของโรงเรียน 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ และหน้าที่ที่ปฏิบัติ คือ ผู้บริหาร และครูปฏิบัติการสอน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3
แสดงขนาดตัวอย่าง

ขนาดของโรงเรียน	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม
เล็ก	2	23	25
กลาง	5	49	54
ใหญ่	6	112	118
รวม	13	184	197

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกกลุ่ม ตัวอย่างจากโรงเรียนตามขนาดของโรงเรียนคือขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ในโรงเรียนแต่ละขนาดทำการสุ่มตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในตารางที่ 3 ซึ่งการสุ่มโดยวิธีนี้ทุกหน่วยของประชากรจะมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่า ๆ กัน

ตัวแปรในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสมมติฐานของการวิจัยที่กล่าวไว้ตอนต้น สามารถกำหนดตัวแปรต่าง ๆ สำหรับใช้ในการศึกษาวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ขนาดของโรงเรียน
 - 1.1 โรงเรียนขนาดเล็ก
 - 1.2 โรงเรียนขนาดกลาง
 - 1.3 โรงเรียนขนาดใหญ่
2. หน้าที่ที่ปฏิบัติงาน
 - 2.1 ผู้บริหารโรงเรียน
 - 2.2 ครูปฏิบัติการสอน

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. โครงสร้างในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
 - 1.1 การจัดองค์กร
 - 1.2 นโยบาย

- 1.3 วัตถุประสงค์
- 1.4 การประเมินผล
2. กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์
3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าและปรับปรุงจากหนังสือเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งศึกษาจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งคำถามที่เป็นปลายเปิด (Open - Ended Questionnaire) และแบบปลายปิด (Close - Ended Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบดังนี้คือ

- ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์
- ตอนที่ 2 สอบถามข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มี 19 ข้อคำถาม
- ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มี 17 ข้อคำถาม
- ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มี 14 ข้อคำถาม

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรต่าง ๆ ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อจะได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัย และผู้ตอบแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจริง แล้วนำผลมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (α -Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาในแต่ละส่วนดังนี้ คือ

1. ในส่วนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.6309
2. ในส่วนกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.7354
3. ในส่วนปัญหาอุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหา ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.7953

หลังจากนั้นจึงนำมาแก้ไข ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งในด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ให้เข้าใจง่ายขึ้น เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ดีในการสื่อความหมาย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้วิธีออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ จากสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร มายังเขตสายไหมและโรงเรียนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามทั้ง 197 ชุด ไปตามโรงเรียนต่าง ๆ ตามจำนวนที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3 คือ

โรงเรียนขนาดเล็ก	ผู้บริหาร 2 ชุด	ครูปฏิบัติการสอน	23 ชุด
โรงเรียนขนาดกลาง	ผู้บริหาร 5 ชุด	ครูปฏิบัติการสอน	49 ชุด
โรงเรียนขนาดใหญ่	ผู้บริหาร 6 ชุด	ครูปฏิบัติการสอน	112 ชุด

นำวันรับแบบสอบถามกลับ เพื่อจัดระบบข้อมูลนำมาวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลแบบสอบถามได้นำมาวิเคราะห์โดยมีขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2, 3 และ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน, กิจกรรม และปัญหาอุปสรรคด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลางและใหญ่ วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน และสถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งประกอบด้วย สถิติไคสแควร์ (Chi-Square), t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และ ใช้วิธี Scheffe's test for Multiple Comparisons เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่

กรรมวิธีทางข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมด 197 ชุด มาทำการลงรหัส (Coding) เปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณได้ โดยได้นำข้อมูลไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical for the Social Science)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ค่าร้อยละ
 - 1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Ferguson. 1996 : 45) จากสูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนน
	ΣX	แทน	ผลรวมของคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Ferguson. 1996 : 62) จากสูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	ΣX^2	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\Sigma X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

2.1 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

(α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach. 1970 : 161) สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละส่วน

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.1 สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คำนวณจากสูตร (Johnson. 1996 : 546)

$$\chi^2 = \sum_{cells} \frac{(O - E)^2}{E}$$

d.f. = (No. of rows - 1) x (No. of column - 1)

เมื่อ	χ^2	แทน	ค่าสถิติไคสแควร์
	O	แทน	ความถี่ที่ได้จากการทดลอง
	E	แทน	ความถี่ที่คาดว่าจะพบ
	d.f.	แทน	degree of freedom

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คำนวณจากสูตร (Johnson. 1996 : 65)

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	n_1	แทน	จำนวนตัวอย่างของประชากรที่หนึ่ง
	n_2	แทน	จำนวนตัวอย่างของประชากรที่สอง
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของข้อมูลจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่หนึ่ง
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของข้อมูลจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่สอง
	μ_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของประชากรที่หนึ่ง
	μ_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของประชากรที่สอง
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยลักษณะที่สนใจศึกษาจากตัวอย่างที่เลือกมาเป็นตัวแทนจากประชากรที่หนึ่ง
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยลักษณะที่สนใจศึกษาจากตัวอย่างที่เลือกมาเป็นตัวแทนจากประชากรที่สอง

3.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คำนวณจากสูตร (Ferguson. 1966 : 290)

$$F = \frac{MS_B}{MS_w}$$

เมื่อ	MS_B	แทน	Mean Square ระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	Mean Square ภายในกลุ่ม

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงใช้ Scheffe's Test for Multiple Comparisons ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างคู่ (Ferguson. 1966 : 296) จากสูตร

$$CVD = \sqrt{(K-1)(F^*)(MSw)(1/n_i + 1/n_j)}$$

เมื่อ	K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	F*	แทน	ค่า F ที่เปิดจากตาราง
	MSw	แทน	ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม
	n _i , n _j	แทน	จำนวนหน่วยตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัย พร้อมกับแปลความหมายประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามได้นำเสนอผลการวิจัยในรูปตารางความถี่ และร้อยละ ข้อมูลที่เป็นแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำเสนอผลการวิจัยในรูปตารางความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ค่าสถิติ F ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และค่าสถิติ t โดยจัดเรียงลำดับการเสนอผลการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่
3. กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่
4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่
5. การทดสอบสมมติฐาน
 - 5.1 การจัดองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน
 - 5.2 กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน
 - 5.3 ปัญหาและอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน
 - 5.4 แนวทางแก้ปัญหาในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน
 - 5.5 ผู้บริหารและครูเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อโรงเรียนไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนด สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	หมายถึง	จำนวนข้อมูลตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไคสแควร์
M.S.	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง (Mean Square)
S.S.	หมายถึง	ผลบวกกำลังสอง (Sum of Square)
t	หมายถึง	ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ t)
F	หมายถึง	ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ F)
d.f.	หมายถึง	degree of freedom
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	31	15.74
หญิง	166	84.26
รวม	197	100.00
2. หน้าที่ปฏิบัติ		
ผู้บริหาร	13	6.60
ครูปฏิบัติการสอน	184	93.40
รวม	197	100.00

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
3. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5 - 10 ปี	36	18.27
11 - 15 ปี	23	11.68
16 - 20 ปี	66	33.50
มากกว่า 20 ปี	72	36.55
รวม	197	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	4.06
ปริญญาตรี	182	92.38
สูงกว่าปริญญาตรี	7	3.56
รวม	197	100.00
5. ระดับการศึกษาหรือการอบรมด้าน การประชาสัมพันธ์		
ปริญญาตรี	13	6.60
ปริญญาโท	0	0.00
อบรมระยะสั้น	23	11.68
ยังไม่ผ่านการอบรมใดๆ	155	78.68
อื่นๆ	6	3.04
รวม	197	100.00

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 197 คน ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแปลผลได้ดังนี้

1. เพศ

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 84.26 เป็นชายจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74

2. หน้าที่ที่ปฏิบัติ

จากตารางพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีหน้าที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และหน้าที่ครูปฏิบัติการสอนจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 93.40

3. ประสบการณ์ในการทำงาน

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20 ปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.55 และรองลงมา 16 - 20 ปี 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50, 5 - 10 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.27 และ 11 - 15 ปี 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.68 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 92.38 รองลงมามีความรู้ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.06 และความรู้ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.56

5. ระดับการศึกษาหรือการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่ผ่านการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์มีจำนวนถึง 155 คน คิดเป็นร้อยละ 78.68 รองลงมาคือผ่านการอบรมระยะสั้น จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.68 วุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ในวุฒิปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และผ่านการอบรมในระดับอื่นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.04

ตอนที่ 2 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่

ตารางที่ 5

แสดงจำนวนบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	สำคัญมาก (2)	สำคัญ (1)	ไม่สำคัญ (0)	รวม	Mean	S.D.
ร.ร. ขนาดเล็ก	17	8	0	25	1.68	0.48
ร.ร. ขนาดกลาง	39	15	0	54	1.72	0.45
ร.ร. ขนาดใหญ่	74	44	0	118	1.63	0.49
รวม	130	67	0	197	1.66	0.47

จากตารางที่ 5 จำแนกกลุ่มตามขนาดโรงเรียนเป็นกลุ่มโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ โดยแบ่งระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่องการให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 130 คน เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก และมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน เห็นว่ามีความสำคัญ แต่ไม่มีผู้ใดเห็นว่างานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไม่มีความสำคัญ

เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของโรงเรียนพบว่า ทั้งโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก รองลงมาคือเห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ และไม่มีผู้ใดตอบว่างานประชาสัมพันธ์ไม่สำคัญเลย เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 6

เปรียบเทียบความแตกต่าง เรื่องความสำคัญ
ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	2	0.347	0.173	0.767
ภายในกลุ่ม	194	43.867	0.226	(p=0.466)
รวม	196	44.214		

จากตารางที่ 6 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ได้ค่าสถิติ F เท่ากับ 0.767 $p=0.466$ แสดงว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกันมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องการให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องการให้ความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ

	สำคัญมาก (2)	สำคัญ (1)	ไม่สำคัญ (0)	รวม
ผู้บริหาร	9	4	0	13
ครูปฏิบัติการสอน	121	63	0	184
รวม	130	67	0	197

จากตารางที่ 7 จำแนกกลุ่มตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ ประกอบด้วยผู้บริหาร 13 คน และครูปฏิบัติการสอน 184 คน พบว่าทั้งผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ส่วนใหญ่เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก รองลงมาคือเห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ และไม่มีผู้ใดตอบว่างานประชาสัมพันธ์ไม่สำคัญเลย

ตารางที่ 8

การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ระหว่างผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน

	N	Mean	S.D.	t
ผู้บริหาร	13	1.69	0.48	0.254
ครูปฏิบัติการสอน	184	1.66	0.48	(p=0.800)

จากตารางที่ 8 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test พบว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอนให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ($t=0.254$) ซึ่งเป็นการยืนยันสมมติฐานข้อ 5 ที่ว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
เรื่องการจัดองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	แยกเป็น อิสระ	รวมกับฝ่าย บริหาร	รวมกับฝ่าย วิชาการ	รวมกับฝ่าย บริการ	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	2 (8.00)	20 (80.00)	0 (0.00)	2 (8.00)	1 (4.00)	25 (12.69)	15.781*
ร.ร. ขนาดกลาง	6 (11.11)	24 (44.44)	7 (12.96)	6 (11.11)	11 (20.37)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	12 (10.17)	53 (44.92)	9 (7.63)	25 (21.19)	19 (16.10)	118 (59.90)	
รวม	20 (10.15)	97 (49.24)	16 (8.12)	33 (16.75)	31 (15.74)	197 (100.00)	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ($\chi^2 = 15.781$) พบว่าการจัด
องค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กจะอยู่รวมกับฝ่ายบริหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือแยกเป็นอิสระ และอยู่รวมกับฝ่ายบริการในปริมาณเท่ากันคือ ร้อยละ 8.00

ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดกลางจะอยู่รวมกับฝ่ายบริหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคืออยู่รวมกับฝ่ายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 20.37 และอยู่รวมกับฝ่ายบริการร้อยละ 44.92 ตามลำดับ

ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดใหญ่จะอยู่รวมกับฝ่ายบริหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.92 รองลงมาคืออยู่รวมกับฝ่ายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.10 และแยกเป็นอิสระร้อยละ 10.17 ตามลำดับ

พิจารณาโดยรวมพบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจะอยู่รวมกับฝ่ายบริหารมากที่สุด คือ 97 คน คิดเป็นร้อยละ 49.24 รองลงมาคืออยู่รวมกับฝ่ายบริการ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ขึ้นอยู่กับฝ่ายอื่นๆ เช่น รวมกับฝ่ายธุรการ, ฝ่ายบริการบางส่วน โดยขึ้นตรงกับฝ่ายบริหาร หรือสถานภาพไม่ชัดเจน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74 และแยกเป็นอิสระ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.15 ส่วนอีก 16 คน หรือร้อยละ 8.12 ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์อยู่รวมกับฝ่ายวิชาการ

ตารางที่ 10

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	2 คน	3 คน	4 คน	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	6 (24.00)	6 (24.00)	1 (4.00)	12 (48.00)	25 (12.69)	9.827
ร.ร. ขนาดกลาง	10 (18.52)	7 (12.96)	3 (5.56)	34 (62.96)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	32 (27.12)	7 (5.93)	10 (8.47)	69 (58.48)	118 (59.90)	
รวม	48 (24.37)	20 (10.15)	14 (7.11)	115 (58.37)	197 (100.00)	

จากตารางที่ 10 พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีลักษณะการดำเนินงานเรื่องจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ไม่มีความแตกต่างกัน ($\chi^2 = 9.827$)

พิจารณาโดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีจำนวนไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 58.37 รองลงมาตอบว่ามีจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ 2 คน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.37 ตอบว่ามีจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่

ที่ประชาสัมพันธุ์ 3 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.15 และตอบว่ามีจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธุ์ 4 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.11

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธุ์ เรื่องการแบ่งหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธุ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	แบ่งหน้าที่ชัดเจน	ทำได้ทุกหน้าที่	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	0 (0.00)	21 (84.00)	4 (16.00)	25 (12.69)	11.477*
ร.ร. ขนาดกลาง	11 (20.37)	33 (61.11)	10 (18.52)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	8 (6.78)	89 (75.42)	21 (17.80)	118 (59.90)	
รวม	19 (9.64)	143 (72.58)	35 (17.77)	197 (100.00)	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ($\chi^2 = 11.477$) พบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธุ์เรื่องการแบ่งหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธุ์ของโรงเรียนของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธุ์ของโรงเรียนขนาดเล็กสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมาคือโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดกลาง คิดเป็น ร้อยละ 75.42 และ 61.11 ตามลำดับ

พิจารณาโดยรวมพบว่ามีผู้ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธุ์ของโรงเรียนสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่มากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 72.58 รองลงมาตอบเป็นอย่างอื่น จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.77 และตอบว่ามีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.64

ตารางที่ 12

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
เรื่องเวลาในการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	เต็มเวลา	ไม่เต็มเวลา	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	4 (16.00)	13 (52.00)	8 (32.00)	25 (12.69)	4.252
ร.ร. ขนาดกลาง	16 (29.63)	21 (38.89)	17 (31.48)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	20 (16.95)	57 (48.30)	41 (34.75)	118 (59.90)	
รวม	40 (20.30)	91 (46.19)	66 (33.50)	197 (100.00)	

จากตารางที่ 12 พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกันมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องเวลาในการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ($\chi^2 = 4.252$)

พิจารณาโดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทำงานไม่เต็มเวลามากที่สุด 91 คน คิดเป็นร้อยละ 46.19 รองลงมาตอบเป็นอย่างอื่น เช่น ไม่แน่นอนชัดเจน, ไม่จำกัดบุคคลและเวลาแล้วแต่สถานการณ์ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำงานเต็มเวลามีจำนวนน้อยที่สุด คือ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30

ตารางที่ 13

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
เรื่องการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	ทำต่อเนื่องตลอดปี	ทำเป็นครั้งคราว/เฉพาะเหตุการณ์	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	1 (4.00)	23 (92.00)	1 (4.00)	25 (12.69)	13.792*
ร.ร. ขนาดกลาง	16 (29.63)	31 (57.41)	7 (12.96)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	31 (26.27)	83 (70.34)	4 (3.39)	118 (59.90)	
รวม	48 (24.37)	137 (69.54)	12 (6.09)	197 (100.00)	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 เป็นการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ($\chi^2 = 13.792$) พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันมีการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กจะทำงานเป็นครั้งคราว/เฉพาะเหตุการณ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมาคือโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 70.34 และ 57.41 ตามลำดับ

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำงานเป็นครั้งคราว/เฉพาะเหตุการณ์ มากที่สุดจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 69.54 รองลงมาตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำงานต่อเนื่องตลอดปีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.37 และตอบอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.09

ตารางที่ 14

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
เรื่องการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	เคย	ไม่เคย	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	5 (20.00)	20 (80.00)	0 (0.00)	25 (12.69)	18.753*
ร.ร. ขนาดกลาง	24 (44.44)	25 (46.30)	5 (9.26)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	32 (27.12)	85 (72.03)	1 (0.85)	118 (59.90)	
รวม	61 (30.96)	130 (65.99)	6 (3.05)	197 (100.00)	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ($\chi^2 = 18.756$) พบว่าการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่โรงเรียนขนาดเล็กไม่เคยมีการประเมินผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดกลาง คิดเป็น ร้อยละ 72.03 และ 46.30 ตามลำดับ ส่วนโรงเรียนที่เคยมีการประเมินผล พบว่าโรงเรียนขนาดกลางเคยมีการประเมินผลมากกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 44.44, 27.12 และ 20.00 ตามลำดับ

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่เคยมีการประเมินผลมากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.99 รองลงมาตอบว่าเคย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.96 และตอบเป็นอย่างอื่น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.05

จากตารางที่ 15

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน

	เคย	ไม่เคย	อื่นๆ	รวม	χ^2
ผู้บริหาร	6 (46.15)	6 (46.15)	1 (7.70)	13 (6.60)	2.850
ครูปฏิบัติการสอน	55 (29.89)	124 (67.39)	5 (2.72)	184 (93.40)	
รวม	61 (30.96)	130 (65.99)	6 (3.05)	197 (100.00)	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ตอบแบบสอบถามในเรื่องการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ($\chi^2 = 2.850$)

ตารางที่ 16

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องวิธีการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1. ใช้แบบสอบถาม	3	12	14	29	31.87	0.622
2. ความคิดเห็นของบุคลากรในโรงเรียน	3	10	14	27	29.67	1.276
3. ประเมินจากกลุ่มเป้าหมาย	2	7	12	21	23.08	1.260
4. ใช้การสัมภาษณ์	1	2	4	7	7.69	0.977
5. พิจารณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	0	0	4	4	4.40	4.383
6. อื่นๆ	0	3	0	3	3.30	4.115
รวม	9	34	48	91	100.00	

จากตารางที่ 16 มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ซึ่งพบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันมีวิธีการประเมินผลไม่มีความแตกต่างกัน โดยวิธีประเมินผลที่ถูกเลือกใช้มากที่สุดคือการใช้แบบสอบถาม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 31.87 รองลงมาคือความคิดเห็นของบุคลากรในโรงเรียน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 29.67 และการประเมินจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 17

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครู	รวม		
1. ใช้แบบสอบถาม	3	26	29	31.87	0.001
2. ความคิดเห็นของบุคลากรในโรงเรียน	1	26	27	29.67	2.198
3. ประเมินจากกลุ่มเป้าหมาย	4	17	21	23.08	2.418
4. ใช้การสัมภาษณ์	1	6	7	7.69	0.123
5. พิจารณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	0	4	4	4.40	0.496
6. อื่นๆ	1	2	3	3.30	1.758
รวม	10	81	91	100.00	

จากตารางที่ 17 มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน พบว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีของการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องความถี่ในการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	ทำเป็นประจำ	ทำเป็นบางครั้ง	ทำเป็นปีการศึกษา	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (7.46)	5.743
ร.ร. ขนาดกลาง	4 (13.79)	17 (58.63)	4 (13.79)	4 (13.79)	29 (43.28)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	5 (15.15)	22 (66.67)	6 (18.18)	0 (0.00)	33 (49.26)	
รวม	10 (14.93)	43 (64.18)	11 (16.42)	4 (5.97)	67 (100.00)	

จากตารางที่ 18. มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 67 คน ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ พบว่าความถี่ในการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไม่มีความแตกต่างกันตามขนาดของโรงเรียน ($\chi^2 = 5.743$)

พิจารณาโดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทำการประเมินผลเป็นบางครั้งมากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 64.18 รองลงมาคือทำการประเมินผลเป็นปีการศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42 และทำการประเมินผลเป็นประจำ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 19

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องหน้าที่ของการกำหนดนโยบายของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ผู้บริหารโรงเรียน	22	37	91	150	34.64	3.725
2.ฝ่ายธุรการ	4	26	45	75	17.32	7.491*
3.ฝ่ายวิชาการ	3	25	37	65	15.01	9.449*
4.ฝ่ายกิจกรรมนักเรียน	2	20	36	58	13.39	7.097*
5.ฝ่ายปกครอง	1	17	34	52	12.01	7.528*
6.ฝ่ายบริหาร	6	19	33	58	7.62	1.338
รวม	38	144	276	458	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันมีการกำหนดนโยบายจากฝ่ายต่าง ๆ 4 ฝ่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้คือ ฝ่ายวิชาการ ($\chi^2 = 9.449$) , ฝ่ายธุรการ ($\chi^2 = 7.491$) , ฝ่ายปกครอง ($\chi^2 = 7.528$) และฝ่ายกิจกรรมนักเรียน ($\chi^2 = 7.097$) โดยที่โรงเรียนขนาดกลางจะมีการกำหนดนโยบายโดยฝ่ายทั้ง 4 ฝ่ายนี้มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่ส่วนการกำหนดนโยบายโดยผู้บริหารโรงเรียน และฝ่ายบริหารของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าผู้กำหนดนโยบายของฝ่ายประชาสัมพันธ์ คือผู้บริหารโรงเรียน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 34.64 รองลงมาคือ ฝ่ายธุรการ จำนวน 75 คนคิด เป็นร้อยละ 17.32 และฝ่ายวิชาการ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 20

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องที่มาของนโยบายการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	แผนการประชาสัมพันธ์ซึ่งมาจากนโยบายของโรงเรียน	แผนการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร	แผนการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	19 (76.00)	6 (24.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (12.69)	4.823
ร.ร. ขนาดกลาง	38 (70.37)	10 (18.52)	0 (0.00)	6 (11.11)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	77 (65.25)	26 (22.03)	2 (1.69)	13 (11.02)	118 (59.90)	
รวม	134 (68.02)	42 (21.32)	2 (1.02)	19 (9.64)	197 (100.00)	

จากตารางที่ 20 พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีที่มาของนโยบายการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ไม่แตกต่างกัน ($\chi^2 = 4.823$)

พิจารณาโดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าการกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนคำนึงถึงแผนการประชาสัมพันธ์ซึ่งมาจากนโยบายของโรงเรียนมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 68.02 รองลงมาคือคำนึงถึงแผนการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.32 และคำนึงถึงการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการน้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.02

ตารางที่ 21

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	ระบุเป็นลาย ลักษณ์อักษร	มีโดยเป็นที่ เข้าใจกันเอง	ไม่มีนโยบาย หลัก	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	5 (20.00)	12 (48.00)	7 (28.00)	1 (4.00)	25 (12.69)	16.784*
ร.ร. ขนาดกลาง	28 (51.85)	13 (24.07)	9 (16.67)	4 (7.41)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	35 (29.66)	38 (32.20)	42 (35.60)	3 (2.54)	118 (59.90)	
รวม	68 (34.52)	63 (31.98)	58 (29.44)	8 (4.06)	197 (100.00)	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ($\chi^2 = 16.784$) พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันจะมีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่นโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กจะมีโดยเป็นที่เข้าใจกันเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 ส่วนโรงเรียนขนาดกลาง มีนโยบายหลักระบุเป็นลายลักษณ์อักษรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.85 ในขณะที่โรงเรียนขนาดใหญ่ ไม่มีนโยบายหลักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.60 ตามลำดับ

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์มีนโยบายหลักระบุเป็นลายลักษณ์อักษรมากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 รองลงมาตอบว่าโรงเรียนมีนโยบายหลักโดยเป็นที่เข้าใจกันเอง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.98 และไม่มีนโยบายหลัก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.44

ตารางที่ 22

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ

	ระบุเป็นลาย ลักษณ์อักษร	มีโดยเป็นที่เข้าใจ กันเอง	ไม่มีนโยบาย หลัก	อื่นๆ	รวม	χ^2
ผู้บริหาร	6 (46.15)	4 (30.77)	2 (15.38)	1 (7.69)	13 (6.60)	1.938
ครูปฏิบัติการสอน	62 (33.70)	59 (32.07)	56 (30.43)	7 (3.80)	184 (93.40)	
รวม	68 (34.52)	63 (31.98)	58 (29.44)	8 (4.06)	197 (100.00)	

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ตอบแบบสอบถามในเรื่องนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ($\chi^2 = 1.938$)

ตารางที่ 23

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการทำประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ทำเฉพาะกิจ เฉพาะเหตุการณ์	25	46	106	177	64.36	4.112
2.แยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายใน	3	22	31	56	20.36	7.610*
3.แยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายนอก	3	20	15	38	13.82	15.058*
4.อื่นๆ	0	3	1	4	1.45	4.722
รวม	31	91	153	275	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการประชาสัมพันธ์โดยแยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายในมากกว่า โรงเรียนขนาดใหญ่ และเล็ก ($\chi^2 = 7.610$) และยัง

พบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการประชาสัมพันธ์โดยแยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายนอกมากกว่า โรงเรียนขนาดใหญ่ และเล็ก ($\chi^2 = 15.058$) ส่วนการทำประชาสัมพันธ์แบบทำเฉพาะกิจ เฉพาะเหตุการณ์ และแบบอื่นๆ ของโรงเรียน ขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าการทำประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ทำแบบเฉพาะกิจ เฉพาะเหตุการณ์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 64.36 รองลงมาคือทำแยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายใน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.36 และทำแยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายนอก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 24

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.กิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน	16	33	73	122	32.45	0.061
2.การประชาสัมพันธ์ภายใน	12	32	58	102	27.13	1.679
3.การประชาสัมพันธ์ภายนอก	9	32	40	81	21.54	10.151*
4.กิจกรรมพิเศษภายนอกโรงเรียน	9	20	30	59	15.69	2.881
5.อื่นๆ	1	4	7	12	3.19	0.360
รวม	47	121	208	376	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกมากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่ ($\chi^2 = 10.151$) ส่วนวัตถุประสงค์ในเรื่องอื่น ๆ คือ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน, เพื่อกิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน และกิจกรรมพิเศษภายนอกโรงเรียนของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าวัตถุประสงค์ของการทำประชาสัมพันธ์คือเพื่อกิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.45 รองลงมาคือเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 27.13 เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.54 และเพื่อกิจกรรมพิเศษภายนอก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 25

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.กิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน	9	113	122	32.45	0.315
2.การประชาสัมพันธ์ภายใน	7	95	102	27.13	0.024
3.การประชาสัมพันธ์ภายนอก	7	74	81	21.54	0.932
4.กิจกรรมพิเศษภายนอกโรงเรียน	4	55	59	15.69	0.004
5.อื่นๆ	3	9	12	3.19	7.020*
รวม	30	346	376	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้บริหารมีวัตถุประสงค์ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ มากกว่า ครูปฏิบัติการสอน ($\chi^2 = 7.020$) ส่วนวัตถุประสงค์ในเรื่องอื่น ๆ คือ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก, เพื่อกิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน และเพื่อกิจกรรมพิเศษภายนอกโรงเรียนของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่อง การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1. เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน	23	45	71	139	25.65	15.906*
2. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โรงเรียน	14	32	58	104	19.19	1.637
3. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย	15	35	52	102	18.82	7.162*
4. เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของโรงเรียนที่อาจมีขึ้น	11	32	57	100	18.45	2.302
5. เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มเป้าหมาย	13	30	54	97	17.90	1.509
รวม	76	174	292	542	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดเล็กมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนมากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และใหญ่ ($\chi^2 = 15.906$) และยังพบอีกว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายมากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่ ($\chi^2 = 7.162$) ส่วนการกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านอื่นๆ คือ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงเรียน ($\chi^2 = 1.637$) , เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มเป้าหมาย ($\chi^2 = 1.509$) และเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ ของโรงเรียนที่อาจมีขึ้น ($\chi^2 = 2.302$) ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าการกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการประชาสัมพันธ์คือ เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนมากที่สุด มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 25.56 รองลงมาคือเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงเรียน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 19.19 และเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 18.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 27

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1. เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีแก่ชุมชน	10	129	139	25.65	0.271
2. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โรงเรียน	8	96	104	19.19	0.427
3. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย	6	96	102	18.82	0.176
4. เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ ของโรงเรียนที่อาจมีขึ้น	6	94	100	18.45	0.118
5. เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มเป้าหมาย	4	93	97	17.90	1.900
รวม	34	508	542	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้บริหาร และครูผู้ปฏิบัติการสอน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ คือ เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีแก่ชุมชน, เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย, เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงเรียน, เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ ของโรงเรียนที่อาจมีขึ้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องการนำแผนประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	นำมาใช้มาก (2)	นำมาใช้บ้าง (1)	ไม่ได้นำมาใช้ (0)	รวม	Mean	S.D.
ร.ร. ขนาดเล็ก	7	16	2	25	1.20	0.58
ร.ร. ขนาดกลาง	25	25	4	54	1.39	0.63
ร.ร. ขนาดใหญ่	38	71	9	118	1.25	0.58
รวม	70	112	15	197	1.28	0.60

ตารางที่ 29

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการนำแผนประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติ ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	2	0.938	0.469	1.325
ภายในกลุ่ม	194	68.706	0.354	
รวม	196	69.645		

จากตารางที่ 28 และ 29 จำแนกกลุ่มตามขนาดโรงเรียนเป็นกลุ่มโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ โดยแบ่งระดับของคำตอบเกี่ยวกับความมากน้อยในการนำแผนประชาสัมพันธ์ จากมากไปหาน้อย พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 112 คน เห็นว่าแผนประชาสัมพันธ์ถูกนำมาใช้บ้าง รองลงมาคือมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 70 คน ตอบว่าแผนประชาสัมพันธ์นำมาใช้ได้อย่างมาก และอีก 15 คน ตอบว่าแผนประชาสัมพันธ์ไม่ได้นำมาใช้เลย เมื่อพิจารณาผลของค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มโรงเรียนขนาดกลาง ได้คะแนนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ คือ 0.63 รองลงมาคือกลุ่มโรงเรียนขนาดใหญ่ และกลุ่มโรงเรียนขนาดเล็ก ซึ่งได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 0.58

แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทั้ง 3 กลุ่มแล้วพบว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีการนำแผนประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.325$)

ตารางที่ 30

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้นของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.มีการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อให้บุคลากรทุกคนมีความรับผิดชอบ ในการประชาสัมพันธ์	14	37	74	125	33.88	1.224
2.มีการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาภาวะวิกฤติหรือเหตุฉุกเฉิน	13	25	46	84	22.76	1.836
3.มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์	9	21	45	75	20.33	0.061
4.มีการพัฒนาระบบสื่อสารภายในโรงเรียน	14	17	34	65	17.62	6.974*
5.มีการพัฒนาระบบสื่อสารภายนอกโรงเรียน	5	7	8	20	5.42	4.597
รวม	55	107	207	369	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดเล็กมีการพัฒนาระบบสื่อสารภายในโรงเรียนมากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และใหญ่ ($\chi^2 = 6.974$) ส่วนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้นในด้านอื่นๆ คือ มีการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาภาวะวิกฤติหรือเหตุฉุกเฉิน, มีการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อให้บุคลากรทุกคนมีความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์, มีการพัฒนาระบบสื่อสารภายนอกโรงเรียน และการมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้นของโรงเรียนคือ การประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อให้บุคลากรทุกคนมีความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 33.88 รองลงมาคือมีการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาภาวะวิกฤติหรือเหตุฉุกเฉิน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.76 และมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 31

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะยาวของโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน	10	21	53	84	29.17	0.632
2.มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน	9	25	43	77	26.74	1.626
3.มีการพัฒนาระบบสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนให้มีความคล่องตัว	12	16	39	67	23.26	2.690
4.มีการวางแผนระยะยาว	7	22	31	60	20.83	3.744
รวม	38	84	166	288	100.00	

จากตารางที่ 31 พบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะยาวในด้านต่าง ๆ คือ มีการวางแผนระยะยาว , มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน, มีการพัฒนาระบบสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนให้มีความคล่องตัว และมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่เลือกตอบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะยาวของโรงเรียนมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคือมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.74 และมีการพัฒนาระบบสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนให้มีความคล่องตัว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 23.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 32

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม

เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1. สื่อบุคคล	24	41	92	157	39.45	4.799
2. สื่อสิ่งพิมพ์	10	35	64	109	27.39	4.400
3. กิจกรรมพิเศษ	15	25	58	98	24.62	1.325
4. หน่วยเคลื่อนที่	1	4	12	17	4.27	1.137
5. สื่อมวลชน	2	1	8	11	2.76	2.023
6. อื่น ๆ	0	4	2	6	1.51	4.993
รวม	52	110	236	398	100.00	

จากตารางที่ 32 พบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพประเภทต่าง ๆ คือ สื่อบุคคล , สื่อสิ่งพิมพ์ , สื่อมวลชน , กิจกรรมพิเศษ , หน่วยเคลื่อนที่ และสื่ออื่น ๆ ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45 รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 และกิจกรรมพิเศษ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.62 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่

ตารางที่ 33

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนปฏิบัติ แยกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ปกครองนักเรียน	20	37	83	140	11.47	1.171
2. การให้บริการติดต่อสอบถาม	19	37	80	136	11.14	0.659
3. จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่	14	39	80	133	10.89	2.061
4. การจัดนิทรรศการ แสดงผลงานนักเรียน	18	35	71	124	10.16	1.349
5. จัดให้มีการถ่ายทำ V.D.O. เทป หรือภาพถ่าย	16	24	56	96	7.86	2.807
6. จัดทำจดหมายเวียน	12	32	52	96	7.86	3.428
7. จัดทำวิทยุเสียงตามสาย	13	16	43	72	5.90	3.689
8. การปฏิบัติกิจกรรมสาธารณะประโยชน์	13	29	30	72	5.90	15.724*
9. จัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	8	20	39	67	5.49	0.314
10. จัดทำรายงานประจำปี	9	16	37	62	5.08	0.323
11. การทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลภายในโรงเรียน	10	18	34	62	5.08	1.316
12. การทำหน้าที่วางแผนโครงการ	3	12	25	40	3.28	1.245
13. การทำชุมชนสัมพันธ์	3	20	9	32	2.62	23.931*
14. การทำหน้าที่วิเคราะห์และประเมินผล	2	13	14	29	2.38	5.430
15. จัดแถลงข่าวต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	1	12	13	26	2.13	6.175*
16. ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร	11	5	9	25	2.05	25.423*
17. การทำการสำรวจ และวิจัย	2	3	4	9	0.74	1.172
รวม	52	110	236	1221	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square สอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนปฏิบัติ พบว่าโรงเรียนขนาดเล็กมีการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารมากกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ และกลาง ($\chi^2 = 25.423$) , โรงเรียนขนาดกลางมีการปฏิบัติกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่ ($\chi^2 = 15.724$) , โรงเรียนขนาดกลางมีการจัดแถลงข่าวต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายมาก

กว่าโรงเรียนขนาดใหญ่และเล็ก ($\chi^2 = 6.175$) และยังพบอีกว่าโรงเรียนขนาดกลางมีกิจกรรมการทำชุมชนสัมพันธ์มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่ ($\chi^2 = 23.931$)

ส่วนกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนปฏิบัติประเภทอื่น ๆ คือ การให้บริการติดต่อสอบถาม, การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่, การจัดทำรายงานประจำปี, การจัดทำวิทยุเสียงตามสาย, การจัดทำมีการถ่ายทำ V.D.O.เทปหรือภาพถ่าย, การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ปกครองนักเรียน, การจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน, การจัดทำจดหมายเวียน, การทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลภายในโรงเรียน, การทำหน้าที่วางแผนโครงการ, การจัดนิทรรศการแสดงผลงานนักเรียน, การทำการสำรวจ และวิจัยและการทำหน้าที่วิเคราะห์และประเมินผลของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่เลือกตอบว่ากิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ปฏิบัติมากที่สุดคือการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 11.47 รองลงมาคือการให้บริการติดต่อสอบถาม จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 11.14 และการจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 10.89 ตามลำดับ ในทางตรงกันข้าม กิจกรรมที่โรงเรียนปฏิบัติน้อยที่สุดคือกิจกรรมด้านการทำการสำรวจ และวิจัย มีผู้เลือกตอบเพียง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 0.74

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่

ตารางที่ 34

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากร
จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	มี (2)	มีเป็นบางครั้ง (1)	ไม่มี (0)	รวม	Mean	S.D.
ร.ร. ขนาดเล็ก	14	11	0	25	1.56	0.51
ร.ร. ขนาดกลาง	18	24	12	54	1.11	0.74
ร.ร. ขนาดใหญ่	55	45	18	118	1.31	0.72
รวม	87	80	30	197	1.29	0.72

ตารางที่ 35

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขนาดของโรงเรียน กับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	2	3.616	1.808	3.620*
ภายในกลุ่ม	194	96.892	0.499	
รวม	96	100.508		

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 36

ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กับขนาดของโรงเรียน

	Mean	ร.ร.ขนาดเล็ก	ร.ร.ขนาดกลาง	ร.ร.ขนาดใหญ่
		1.56	1.11	1.31
ร.ร. ขนาดเล็ก	1.56	-	0.45*	0.25
ร.ร. ขนาดกลาง	1.11	-	-	0.20
ร.ร. ขนาดใหญ่	1.31	-	-	-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 , 35 และ 36 เป็นการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน และทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีของ Scheffe พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 87 คน เลือกตอบว่างานประชาสัมพันธ์มีปัญหาและอุปสรรค รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 80 คน เลือกตอบว่างานประชาสัมพันธ์มีปัญหาและอุปสรรคบ้างเป็นบางครั้ง และมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน เลือกตอบว่างานประชาสัมพันธ์ไม่มีปัญหาและอุปสรรคเลย และเมื่อพิจารณาผลของค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มโรงเรียนขนาดเล็ก ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 1.56 รองลงมาคือกลุ่มโรงเรียนขนาดใหญ่ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.31 และกลุ่มโรงเรียนขนาดกลาง ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 1.11

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ตารางที่ 35) พบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ($F=3.620$) และเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของโรงเรียนทั้ง 3 ขนาดโดยใช้วิธีของ Scheffe แล้วพบว่าโรงเรียน

ขนาดเล็กมีปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง ส่วนในคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 37

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ

	มี (2)	มีเป็นบางครั้ง (1)	ไม่มี (0)	รวม
ผู้บริหาร	5	7	1	13
ครูปฏิบัติการสอน	82	73	29	184
รวม	87	80	30	197

ตารางที่ 38

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างหน้าที่ที่ปฏิบัติ กับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

	n	Mean	S.D.	t
ผู้บริหาร	13	1.31	0.63	0.095
ครูปฏิบัติการสอน	184	1.29	0.72	

จากตารางที่ 37 และ 38 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มครูผู้ปฏิบัติการสอนในเรื่องความตระหนักถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้สถิติ t-test พบว่าผู้บริหารและครูผู้ปฏิบัติการสอน ตระหนักถึงปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ($t = 0.095$)

ตารางที่ 39

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	19	34	92	145	27.46	4.377
2.บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์	17	21	81	119	22.54	14.404*
3.งบประมาณ	18	25	73	116	21.97	5.743
4.จำนวนบุคลากรในการทำงาน	10	25	70	105	19.89	4.560
5.สถานที่	4	6	25	35	6.63	2.635
6.อื่น ๆ	0	3	5	8	1.52	1.377
รวม	68	114	346	528	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 39 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดใหญ่มีปัญหาเรื่องบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการประชาสัมพันธ์ มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็กและกลาง ($\chi^2 = 14.404$) ส่วนปัญหาและอุปสรรคในด้านอื่น ๆ คือ จำนวนบุคลากรในการทำงาน, สถานที่, เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ และงบประมาณ ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยปัญหาใหญ่ที่สุด คือปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีผู้เลือกตอบจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 27.46 รองลงมาคือปัญหาบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 22.54 และปัญหาเรื่องงบประมาณ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 21.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 40

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	10	135	145	27.46	0.079
2.บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์	6	113	119	22.54	1.182
3.งบประมาณ	9	107	116	21.97	0.616
4.จำนวนบุคลากรในการทำงาน	8	97	105	19.89	0.380
5.สถานที่	0	35	35	6.63	3.007
6.อื่น ๆ	0	8	8	1.52	0.589
รวม	33	495	528	100.00	

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอนตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 41

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรในการทำงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ควรจัดฝึกอบรมให้มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์	21	42	97	160	30.08	0.621
2.ควรมีคุณสมบัติประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ได้	8	28	75	111	20.86	8.964*
3.ควรมีความสามารถในการจัดกิจกรรมสูง	10	24	56	90	16.92	0.509
4.ควรมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างสูง	6	21	58	85	15.98	5.870
5.ควรเพิ่มจำนวนบุคลากร	11	14	57	82	15.41	7.702*
6.อื่น ๆ	0	0	4	4	0.75	2.733
รวม	56	129	347	532	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 41 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าในการแก้ปัญหาด้านบุคลากรของโรงเรียนขนาดใหญ่เลือกที่จะแก้ปัญหาโดยการเพิ่มจำนวนบุคลากร มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และกลาง ($\chi^2 = 7.702$) และยังพบอีกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่เลือกที่จะแก้ปัญหาโดยการกำหนดให้บุคลากรมีคุณสมบัติประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ได้ มากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และเล็ก ($\chi^2 = 8.964$) ส่วนการแก้ปัญหาด้านบุคลากรในวิธีอื่น ๆ คือ การจัดฝึกอบรมให้มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์, การกำหนดให้บุคลากรมีคุณสมบัติความรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างสูง และการกำหนดให้บุคลากรมีความสามารถในการจัดกิจกรรมสูง ของโรงเรียนขนาดต่าง ๆ กัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าวิธีการแก้ปัญหาด้านบุคลากร โดยการจัดฝึกอบรมให้มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีที่เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 30.08 รองลงมาคือ การกำหนดให้บุคลากรมีคุณสมบัติประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ได้ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 20.86 และการกำหนดให้บุคลากรมีคุณสมบัติในการจัดกิจกรรมอย่างสูง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 16.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 42

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องการแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

	มีห้องเฉพาะกิจ การประชาสัมพันธ์	แยกเป็นสัดส่วน มีเครื่องมือ เครื่องใช้ ในการประชาสัมพันธ์	อื่นๆ	รวม	χ^2
ร.ร. ขนาดเล็ก	7 (28.00)	18 (72.00)	0 (0.00)	25 (12.69)	3.943
ร.ร. ขนาดกลาง	25 (46.30)	27 (50.00)	2 (3.71)	54 (27.41)	
ร.ร. ขนาดใหญ่	51 (43.22)	63 (53.39)	4 (3.39)	118 (59.90)	
รวม	83 (42.13)	108 (54.82)	6 (3.05)	197 (100.00)	

จากตารางที่ 42 พบว่าการแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนขนาดต่าง
กัน ไม่แตกต่างกัน ($\chi^2 = 3.943$)

พิจารณาโดยรวมพบว่าการแยกเป็นสัดส่วน มีเครื่องมือ และเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการ
แก้ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ที่เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.82
รองลงมาคือ การมีห้องเฉพาะกิจการประชาสัมพันธ์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 42.13

ตารางที่ 43

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม
เรื่องปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.มีเครื่องมือแต่น้อยไม่เพียงพอกับการใช้งาน	16	36	73	125	50.81	0.372
2.มีเครื่องมือแต่ไม่ทันสมัย	8	19	65	92	37.40	8.380*
3.ไม่มีเครื่องมือ	2	4	17	23	9.35	2.135
4.อื่นๆ	1	1	4	6	2.44	0.385
รวม	56	129	347	246	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 43 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดใหญ่มี
ปัญหาเรื่องมีเครื่องมือแต่ไม่ทันสมัยมากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และเล็ก ($\chi^2 = 8.380$) ส่วนปัญหาเรื่องมีเครื่อง
มือแต่น้อยไม่เพียงพอกับการใช้งาน และปัญหาการไม่มีเครื่องมือ ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่าง
กัน

เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ตอบว่ามีเครื่องมือแต่น้อยไม่เพียงพอกับการใช้งาน
จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.81 รองลงมาคือมีเครื่องมือแต่ไม่ทันสมัย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ
37.40 และปัญหาการไม่มีเครื่องมือ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.35

ตารางที่ 44

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับ
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1. จัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในการใช้เครื่องมือ	12	25	61	98	32.78	0.467
2. จัดหาเครื่องมือที่จำเป็นเพื่อความสะดวกในการประชาสัมพันธ์	9	22	54	85	28.43	0.977
3. จัดหาเครื่องมือเพิ่มให้เพียงพอกับการใช้งาน	4	9	47	60	20.07	12.210*
4. มีงบประมาณสำหรับบำรุงซ่อมแซมเครื่องมือ	6	14	35	55	18.39	0.475
5. อื่น ๆ	0	1	0	1	0.33	2.662
รวม	31	71	197	299	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 44 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนขนาดใหญ่มีการแก้ไขปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยเลือกใช้วิธีการจัดหาเครื่องมือเพิ่มให้เพียงพอกับการใช้งานมากกว่าโรงเรียนขนาดกลางและเล็ก ($\chi^2 = 12.210$) ส่วนวิธีการแก้ไขปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารแบบอื่น ๆ ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่เลือกตอบว่าวิธีการแก้ไขปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยวิธีการจัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในการใช้เครื่องมือมากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.78 รองลงมาคือการจัดหาเครื่องมือที่จำเป็นเพื่อความสะดวกในการประชาสัมพันธ์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 28.43 และมีงบประมาณสำหรับบำรุงซ่อมแซมเครื่องมือ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 45

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณ
ด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ไม่มีงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์	8	21	68	97	44.50	8.609*
2.งบมีน้อยไม่เพียงพอต่อการปรับปรุงพัฒนา	14	23	39	76	34.86	5.091
3.ไม่มีงบสนับสนุน	6	10	23	39	17.89	0.341
4.อื่น ๆ	0	3	3	6	2.75	2.039
รวม	28	57	133	218	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 45 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าปัญหาด้านงบประมาณ
ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ เรื่องไม่มีงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดต่างกัน มีความ
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\chi^2 = 8.609$) ส่วนปัญหาเรื่องไม่มีงบสนับสนุน และงบมีน้อยไม่
เพียงพอต่อการปรับปรุงพัฒนา ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าปัญหาเรื่องไม่มีงบประมาณเฉพาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ เป็นปัญหาที่
บุคลากรส่วนใหญ่เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือเรื่องงบมีน้อยไม่เพียงพอ
กับการปรับปรุงพัฒนา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 34.86 และเรื่องไม่มีงบสนับสนุน จำนวน 39 คน คิดเป็น
ร้อยละ 17.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 46

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ไขปัญห
เกี่ยวกับงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.จัดงบประมาณให้ในแต่ละปี	12	28	57	97	44.50	0.204
2.มีงบประมาณและทางพิเศษสนับสนุนได้ ตามแต่กรณี	10	27	52	89	40.83	0.836
3.ฝ่ายประชาสัมพันธ์ทางพิเศษสนับสนุนได้ ตามแต่กรณี	5	4	21	30	13.76	3.602
4.อื่น ๆ	0	2	0	2	0.92	5.351
รวม	27	61	130	218	100.00	

จากตารางที่ 46 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square เรื่องการแก้ไขปัญหเกี่ยวกับ
งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่าในแต่ละวิธีของการแก้ปัญหของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่มีความแตก
ต่างกัน โดยที่วิธีการแก้ปัญหที่เลือกตอบมากที่สุดคือการจัดงบประมาณให้ในแต่ละปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ
44.50 รองลงมาคือ การมีงบประมาณและทางพิเศษสนับสนุนได้ตามแต่กรณี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83
และฝ่ายประชาสัมพันธ์ทางพิเศษสนับสนุนได้ตามแต่กรณี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 47

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการจัดการ
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ขาดการประสานงานที่ดี	9	30	74	113	23.94	6.117*
2.การทำงานไม่เป็นระบบ	19	18	61	98	20.76	12.891*
3.ระบบการสื่อสาร โดยการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารล่าช้า	4	23	61	88	18.64	10.765*
4.การทำงานไม่เกิดความคล่องตัว ทำให้ล่าช้าไม่ทันเหตุการณ์	9	18	51	78	16.53	1.669
5.ไม่มีการวางแผนงาน	11	13	38	62	13.14	3.219
6.ไม่ทำตามแผนที่วางไว้	4	4	20	28	5.93	2.841
7.อื่น ๆ	1	4	0	5	1.06	8.465*
รวม	57	110	305	472	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 47 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ในเรื่องการปัญหาด้านการจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน พบว่าโรงเรียนขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องต่อไปนี้ คือ เรื่องการทำงานไม่เป็นระบบ ($\chi^2 = 12.891$) , เรื่องการขาดการประสานงานที่ดี ($\chi^2 = 6.117$) และเรื่องระบบสื่อสาร โดยการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารล่าช้า ($\chi^2 = 10.465$) ส่วนปัญหาในเรื่องอื่น ๆ คือ เรื่องการทำงานไม่คล่องตัว ทำให้ล่าช้าไม่ทันการณ์ , การไม่มีการวางแผน และการไม่ทำตามแผนที่วางไว้ ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าปัญหาการขาดการประสานงานที่ดีเป็นปัญหาที่เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 23.94 รองลงมาคือปัญหาการทำงานไม่เป็นระบบ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 20.76 และปัญหา ระบบสื่อสาร โดยการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารล่าช้า จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 18.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 48

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการจัดการ
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.ขาดการประสานงานที่ดี	7	106	113	23.94	0.070
2.การทำงานไม่เป็นระบบ	3	95	98	20.76	3.960
3.ระบบการสื่อสาร โดยการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารล่าช้า	6	82	88	18.64	0.012
4.การทำงานไม่เกิดความคล่องตัว ทำให้ล่าช้า ไม่ทันเหตุการณ์	10	68	78	16.53	8.109*
5.ไม่มีการวางแผนงาน	5	57	62	13.14	0.315
6.ไม่ทำตามแผนงานที่วางไว้	2	26	28	5.93	0.016
7.อื่น ๆ	0	5	5	1.06	0.362
รวม	33	439	472	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 48 ปัญหาด้านการจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน ในเรื่องการทำงานไม่
เกิดความคล่องตัว ทำให้ล่าช้าไม่ทันเหตุการณ์ของผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\chi^2 = 8.109$) ส่วนปัญหาในด้านการจัดการเรื่องอื่น ๆ ของผู้บริหารและครูปฏิบัติการ
สอน ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 49

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ปัญหา
เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.จัดระบบในการทำงาน	18	23	74	115	28.68	8.359*
2.จัดระบบสื่อสาร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวด้าน การรับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร	8	24	71	103	25.69	8.394*
3.จัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ	7	26	59	92	22.94	4.074
4.วางแผนงานและทำตามแผนที่วางไว้	10	28	51	89	22.19	1.424
5.อื่น ๆ	0	2	0	2	0.50	5.351
รวม	57	110	305	401	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 49 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันมีวิธีการแก้ปัญหาด้านการจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในวิธีการต่อไปนี้ คือ วิธีการจัดระบบในการทำงาน ($\chi^2= 8.109$) , วิธีการจัดระบบสื่อสาร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวด้านการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร ($\chi^2= 8.394$) ส่วนวิธีการแก้ปัญหาในด้านการจัดการเรื่องอื่นๆ คือ วิธีการจัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ และวิธีการวางแผนงานและทำตามแผนที่วางไว้ ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าการแก้ปัญหาในการจัดระบบในการทำงานเป็นวิธีการที่เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.68 รองลงมาคือการจัดระบบสื่อสาร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวด้านการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.69 และการจัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 50

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องวิธีการแก้ปัญหา
เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.จัดระบบในการทำงาน	7	108	115	28.68	0.118
2.จัดระบบสื่อสาร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวด้าน การรับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร	8	95	103	25.69	0.478
3.จัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ	6	86	92	22.94	0.002
4.วางแผนงานและทำตามแผนที่วางไว้	8	81	89	22.19	1.504
5.อื่น ๆ	0	2	2	0.50	0.143
รวม	29	372	401	100.00	

จากตารางที่ 50 ในเรื่องการแก้ปัญหาด้านการจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน พบว่าวิธีการแก้ปัญหาในด้านการจัดการในเรื่องต่าง ๆ ของผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 51

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้าน
การให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์	13	25	89	127	53.36	15.664*
2.ไม่สนใจที่จะใช้บริการ	9	15	32	56	23.53	0.815
3.ไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร	3	7	26	36	15.13	2.796
4.อื่น ๆ	1	11	7	19	7.98	9.909*
รวม	26	58	154	238	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 51 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันมีปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องต่อไปนี้เป็นเรื่องที่ไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ ($\chi^2=15.664$) และเรื่องอื่น ๆ เช่น บุคลากรสนใจแต่ประชาสัมพันธ์ไม่ตี ทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือ ($\chi^2= 9.909$) ส่วนปัญหาเรื่องการไม่สนใจที่จะใช้บริการ และปัญหาไม่ให้ความร่วมมือในด้านข่าวสารของโรงเรียนขนาดต่างกันั้นั้น ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรในโรงเรียน ในเรื่องการไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 53.36 รองลงมาคือการไม่สนใจที่จะใช้บริการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 และการไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.13

ตารางที่ 52

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.ไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนของงานประชาสัมพันธ์	8	119	127	53.36	0.052
2.ไม่สนใจที่จะใช้บริการ	2	54	56	23.53	1.164
3.ไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร	4	32	36	15.13	1.455
4.อื่น ๆ	1	18	19	7.98	0.061
รวม	15	223	238	100.00	

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอนตอบแบบสอบถามในเรื่องปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 53

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือ
สนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ประชุมชี้แจง เพื่อสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือ	22	41	93	156	40.73	1.537
2.ให้บริการข่าวสารและสาระที่เกิดประโยชน์ต่อบุคลากร โดยตรง	15	37	77	129	33.68	0.555
3.จัดทำวารสารภายในโรงเรียน	9	23	63	95	24.80	3.443
4.อื่น ๆ	0	1	2	3	0.78	0.449
รวม	46	102	235	383	100.00	

จากตารางที่ 53 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square เรื่องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน พบว่าในแต่ละวิธีของการแก้ปัญหาของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน โดยวิธีการแก้ปัญหาที่เลือกตอบมากที่สุดคือการประชุมชี้แจง เพื่อสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.73 รองลงมาคือ การให้บริการข่าวสารและสาระที่เกิดประโยชน์ต่อบุคลากรโดยตรง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.68 และการจัดทำวารสารภายในโรงเรียน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 54

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือ
สนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.ประชุมชี้แจง เพื่อสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือ	12	144	156	40.73	1.454
2.ให้บริการข่าวสารและสาระที่เกิดประโยชน์ต่อบุคลากร โดยตรง	11	118	129	33.68	2.254
3.จัดทำวารสารภายในโรงเรียน	5	90	95	24.80	0.531
4.อื่น ๆ	0	3	3	0.78	0.215
รวม	28	355	383	100.00	

จากตารางที่ 54 ในเรื่องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน พบว่าการแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ของผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 55

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ
สนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.ไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนการประชาสัมพันธ์	10	32	90	132	38.48	14.295*
2.ไม่สนใจที่จะใช้บริการเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ	19	31	62	112	32.65	4.637
3.ไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร	8	12	46	66	13.41	4.701
4.มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อโรงเรียน	2	9	35	46	13.41	7.265*
5.อื่น ๆ	1	2	4	7	2.04	0.027
รวม	40	86	237	363	100.00	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 55 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ในเรื่องปัญหาด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน พบว่าปัญหาเรื่องการไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ($\chi^2 = 14.295$) และปัญหาการมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อโรงเรียน ($\chi^2 = 7.265$) ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัญหาเรื่องการไม่สนใจที่จะใช้บริการเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ และปัญหาการไม่ให้ความร่วมมือในด้านข่าวสารของโรงเรียนขนาดต่างกันั้น ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาโดยรวมพบว่าปัญหาในด้านการไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เป็นปัญหาที่เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 38.48 รองลงมาคือปัญหาการไม่สนใจที่จะใช้บริการเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 32.65

ตารางที่ 56

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1. ไม่ให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์	10	122	132	38.48	0.619
2. ไม่สนใจที่จะใช้บริการเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ	7	105	112	32.65	0.051
3. ไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร	4	62	66	13.41	0.047
4. มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อโรงเรียน	2	44	46	13.41	0.493
5. อื่น ๆ	1	6	7	2.04	0.696
รวม	24	339	363	100.00	

จากตารางที่ 56 ในเรื่องการแก้ไขปัญหาด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน พบว่าการแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ของผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 57

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการแก้ไขปัญหาปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ
สนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน				ร้อยละ	χ^2
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม		
1.สร้างความเชื่อใจในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนเพื่อ ให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดความศรัทธายอมรับ	19	36	82	137	35.49	0.703
2.ให้บริการด้านข้อมูล-ข่าวสารที่เกิดประโยชน์กับ กลุ่มเป้าหมาย	16	34	76	126	32.64	0.034
3.ประชุมชี้แจง เพื่อขอความร่วมมือสนับสนุน	14	33	74	121	31.35	0.395
4.อื่น ๆ	0	1	1	2	0.52	0.666
รวม	49	104	233	386	100.00	

จากตารางที่ 57 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square เรื่องการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน พบว่าในแต่ละวิธีการแก้ไขปัญหาของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน โดยวิธีการแก้ปัญหาที่เลือกตอบมากที่สุดคือสร้างความเชื่อใจในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความศรัทธายอมรับ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.49 รองลงมาในปริมาณที่ใกล้เคียงกันคือการให้บริการด้านข้อมูล-ข่าวสารที่เกิดประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายและการประชุมชี้แจงเพื่อขอความร่วมมือสนับสนุน จำนวน 126 คน และ 121 คน คิดเป็นร้อยละ 32.64 และ 31.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 58

แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร ที่ตอบแบบสอบถาม เรื่องการแก้ไขปัญหาปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ สนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน จำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

	จำนวน			ร้อยละ	χ^2
	ผู้บริหาร	ครูปฏิบัติการสอน	รวม		
1.สร้างความเชื่อถือในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดความศรัทธายอมรับ	9	128	137	35.49	0.001
2.ให้บริการด้านข้อมูล-ข่าวสารที่เกิดประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมาย	7	119	126	32.64	0.618
3.ประชุมชี้แจง เพื่อขอความร่วมมือสนับสนุน	10	111	121	31.35	1.412
4.อื่น ๆ	0	2	2	0.52	0.143
รวม	26	360	386	100.00	

จากตารางที่ 58 ในเรื่องการแก้ไขปัญหาด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน พบว่าการแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ของผู้บริหารและครูปฏิบัติการสอน ไม่มีความแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

การจัดองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่าการจัดองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. สถานภาพของงานประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 9) ซึ่งพบว่าสถานะภาพเกี่ยวกับการจัดองค์กรของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กจะอยู่รวมกับฝ่ายบริหารมากที่สุด ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดกลางและขนาดใหญ่จะอยู่รวมกับฝ่ายบริหารในปริมาณใกล้เคียงกัน

2. การแบ่งหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (ตารางที่ 11) ซึ่งพบว่าลักษณะการดำเนินงานเรื่องการแบ่งหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่มากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดกลาง

3. การทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (ตารางที่ 13) ซึ่งพบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันมีการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กจะทำงานเป็นครั้งคราวมากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดกลาง

4. การประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (ตารางที่ 14) ซึ่งพบว่าผลการประเมินผลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่โรงเรียนขนาดเล็กไม่เคยมีการประเมินผลมากที่สุด รองลงมาคือโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดกลาง ส่วนโรงเรียนที่เคยมีการประเมินผล พบว่าโรงเรียนขนาดกลางเคยมีการประเมินผลมากกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ และโรงเรียนขนาดเล็ก

5. หน้าที่ของการกำหนดนโยบายของฝ่ายประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 19) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันมีการกำหนดนโยบายจากฝ่ายต่าง ๆ 4 ฝ่าย แตกต่างกันดังนี้คือ ฝ่ายวิชาการ , ฝ่ายธุรการ , ฝ่ายปกครอง และฝ่ายกิจกรรมนักเรียน โดยที่โรงเรียนขนาดกลางจะมีการกำหนดนโยบายโดยฝ่ายทั้ง 4 ฝ่ายนี้มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่

6. นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 21) ซึ่งพบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกันจะมีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่นโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กจะมีโดยเป็นที่เข้าใจกันเองมากที่สุด ส่วนโรงเรียนขนาดกลาง มีนโยบายหลักระบุเป็นลายลักษณ์อักษรมากที่สุด ในขณะที่โรงเรียนขนาดใหญ่ ไม่มีนโยบายหลักมากที่สุด

7. การทำประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 23) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดใหญ่มีการทำประชาสัมพันธ์โดยแยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายในมากกว่า โรงเรียนขนาดใหญ่ และเล็ก และยังพบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการทำประชาสัมพันธ์โดยแยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายนอกมากกว่า โรงเรียนขนาดใหญ่ และเล็ก

8. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 24) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีวัตถุประสงค์ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกมากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่

9. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 26) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดเล็กมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนมากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และใหญ่ และยังพบอีกว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายมากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่

10. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้นของโรงเรียน (ตารางที่ 30) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดเล็กมีการพัฒนาระบบสื่อสารภายในโรงเรียนมากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง และใหญ่

สมมติฐานข้อที่ 2

กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายใหม่ ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายใหม่ ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีความแตกต่างกัน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (ตารางที่ 33)

1. การให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดเล็กมีการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารมากกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ และกลาง
2. การปฏิบัติกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการปฏิบัติกิจกรรมสาธารณประโยชน์ มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่
3. การจัดแถลงข่าวต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการจัดแถลงข่าวต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ และเล็ก
4. กิจกรรมการทำชุมชนสัมพันธ์ ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีกิจกรรมการทำชุมชนสัมพันธ์มากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก และใหญ่

สมมติฐานข้อที่ 3

ปัญหาและอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายใหม่ ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่าปัญหาและอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายใหม่ ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 39) ซึ่งพบว่าปัญหาเรื่องจำนวนบุคลากร , สถานที่ , เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเรื่องงบประมาณของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 43) ซึ่งพบว่าปัญหาเรื่องไม่มีเครื่องมือ และปัญหาเรื่องมีเครื่องมือแต่น้อยไม่เพียงพอกับการใช้งาน ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
3. งบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 45) ซึ่งพบว่าปัญหาเรื่องไม่มีงบประมาณสนับสนุน และปัญหาทางมีน้อยไม่เพียงพอกับการปรับปรุงพัฒนา ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน
4. การจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน (ตารางที่ 47) ซึ่งพบว่าปัญหาในเรื่องของการไม่มีการวางแผน, การไม่ทำตามแผนงานที่วางไว้ และปัญหาการทำงานไม่เกิดความคล่องตัวทำให้ล่าช้าไม่ทันเหตุการณ์ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

5. การให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน (ตารางที่ 51) ซึ่งพบว่าปัญหาการไม่สนใจที่จะใช้บริการ และปัญหาไม่ให้ความร่วมมือในด้านข่าวสารของโรงเรียนขนาดต่างกันั้นั้น ของโรงเรียนขนาดต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน

6. การให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน (ตารางที่ 55) ซึ่งพบว่าปัญหาการไม่สนใจที่จะใช้บริการเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ และปัญหาเรื่องการไม่ให้ความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนขนาดต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4

แนวทางแก้ปัญหาในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายใหม่ ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่าแนวทางการแก้ปัญหาในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายใหม่ ขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ไม่แตกต่างกัน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การแก้ปัญหาด้านบุคลากรในการทำงานประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 41) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันั้นใช้วิธีในการจัดฝึกอบรมให้มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์ , การกำหนดให้บุคลากรมีคุณสมบัติความรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างสูง และการกำหนดให้บุคลากรมีความสามารถในการจัดกิจกรรมสูง ไม่แตกต่างกัน

2. การแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 42) ซึ่งพบว่าโรงเรียนขนาดต่างกันั้นใช้วิธีในการแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ในการทำงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน นั่นคือโดยการจัดให้มีห้องเฉพาะกิจการประชาสัมพันธ์ และแยกเป็นสัดส่วน มีเครื่องมือเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์

3. การแก้ไขปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 44) ซึ่งพบว่าวิธีการแก้ปัญหาโดยการจัดหาเครื่องมือที่จำเป็นเพื่อความสะดวกในการประชาสัมพันธ์ , การจัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในการใช้เครื่องมือ รวมทั้งการแก้ปัญหาโดยจัดให้มีงบประมาณสำหรับบำรุงซ่อมแซมเครื่องมือของโรงเรียนขนาดต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน

4. การแก้ไขปัญหาระบบงบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 46) ซึ่งพบว่าในทุก ๆ วิธีของการแก้ปัญหาซึ่งประกอบด้วยวิธีต่างๆ ดังนี้คือการจัดงบประมาณให้ในแต่ละปี , การมีงบประมาณและทางบพิเศษสนับสนุนได้ตามแต่กรณี และการทางบพิเศษสนับสนุนได้ตามแต่กรณี ของโรงเรียนขนาดต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน

5. การแก้ไขปัญหาระบบการจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน (ตารางที่ 49) ซึ่งพบว่าวิธีการแก้ปัญหาโดยการวางแผนและทำตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งการจัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ ของโรงเรียนขนาดต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน

6. การแก้ไขปัญหาระบบการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียน (ตารางที่ 53) ซึ่งพบว่าในทุก ๆ วิธีของการแก้ไขปัญหาระบบการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยการประชุมชี้แจงเพื่อสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือ ,

การให้บริการข่าวสารและสาระที่เกิดประโยชน์ต่อบุคลากรโดยตรง รวมทั้งการจัดทำวารสารภายในโรงเรียน ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

7. การแก้ไขปัญหาเรื่องการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน (ตารางที่ 57) ซึ่งพบว่าในทุก ๆ วิธีของการแก้ไขปัญหา ซึ่งประกอบด้วยการสร้างเสริมความเชื่อถือนในด้านต่างๆ ของโรงเรียนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความศรัทธายอมรับ , การให้บริการด้านข้อมูล-ข่าวสารที่เกิดประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายและการประชุมชี้แจงเพื่อขอความร่วมมือสนับสนุน ของโรงเรียนขนาดต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5

ผู้บริหารโรงเรียน และครูปฏิบัติการสอนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อโรงเรียนไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย (ตารางที่ 7 และ 8) พบว่าผู้บริหารโรงเรียนและครูเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน โดยที่ทั้งผู้บริหารและครู เห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัด กรุงเทพมหานคร เขตสายไหม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพความตระหนักถึง และบทบาทหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์กับการจัดองค์กร และเพื่อศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเปรียบเทียบระหว่าง โรงเรียนขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ลักษณะการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รูปแบบเป็นการวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ผู้บริหารโรงเรียน และครูปฏิบัติการสอนในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม รวมทั้งสิ้น 197 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์เป็นคำร้อยละ ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จำนวน 19 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test ค่าสถิติ F-test และค่าสถิติ Chi-Square ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจำนวน 17 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test ค่าสถิติ F-test และค่าสถิติ Chi-Square

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏผลสรุปได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 197 คน จำแนกตามขนาดของโรงเรียน ผู้ตอบแบบสอบถามในโรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 25 คน โรงเรียนขนาดกลาง จำนวน 54 คน และโรงเรียนขนาดใหญ่ จำนวน 118 คน เป็นเพศชาย 31 คน เพศหญิง 166 คน แบ่งเป็นผู้บริหาร 13 คน และครูปฏิบัติการสอน 184 คน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20 ปี มีความรู้ระดับปริญญาตรี และพบว่าในกลุ่มตัวอย่างนี้ผู้ที่ยังไม่ผ่านการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน

เมื่อศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งผู้บริหาร และครูปฏิบัติการสอน มีความเห็นว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก การจัดองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน คือไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทุกขนาดอยู่ร่วมกับฝ่ายบริหาร

เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่า ไม่มีบุคลากรประจำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทุกขนาดทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ จะเป็นหน้าที่ของครูทุกคนในโรงเรียน ในลักษณะรับผิดชอบร่วมกัน ไม่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงไม่ปรากฏจำนวนของบุคลากรที่แน่นอนในการทำงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ และผลการวิจัยยังพบอีกว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์มีได้ทำงานเต็มเวลา ใช้เวลาว่างจากการสอนมาทำงานประชาสัมพันธ์

ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่า ผู้บริหารโรงเรียนเป็นผู้กำหนด และการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่า โรงเรียนทุกขนาดทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ คำนี้ถึงนโยบายของโรงเรียนเป็นหลัก โดยในทางปฏิบัติเมื่อจำแนกตามขนาดของโรงเรียน จะมีความแตกต่างกัน กล่าวคือโรงเรียนขนาดเล็กจะปฏิบัติตามนโยบายซึ่งเป็นที่เข้าใจกันเอง โรงเรียนขนาดกลางจะปฏิบัติตามนโยบายที่มีระบุเป็นลายลักษณ์อักษร ส่วนโรงเรียนขนาดใหญ่จะไม่มีนโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์ การทำประชาสัมพันธ์เน้นทำเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครองนักเรียนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก การทำประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทำเฉพาะกิจ เฉพาะเหตุการณ์ เป็นส่วนใหญ่ของโรงเรียนทุกขนาดพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพบว่ามีกรวางแผนระยะยาวในโรงเรียนขนาดกลาง และมีแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนในโรงเรียนขนาดใหญ่ ส่วนโรงเรียนขนาดเล็กมีการพัฒนาระบบสื่อสารภายใน และยังพบอีกว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นคือสื่อบุคคลมากที่สุด และรองลงมาคือสิ่งพิมพ์ ส่วนโรงเรียนขนาดเล็กพบว่าใช้กิจกรรมพิเศษเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เป็นอันดับรองลงมา อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทุกขนาดนั้นพบว่าเน้นในด้านกิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียนเป็นสำคัญ เกี่ยวกับการประเมินผลด้านการประชาสัมพันธ์พบว่าผู้ตอบว่าไม่เคยมีการประเมินผลด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

สำหรับกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนแต่ละขนาดเลือกปฏิบัติ ผลการวิจัยพบว่าการประชาสัมพันธ์ที่ถูกเลือกปฏิบัติมากที่สุดคือการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ปกครองนักเรียน รองลงมาคือให้บริการติดต่อสอบถาม และการจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่

ปัญหาอุปสรรคที่พบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดของโรงเรียนทุกขนาดทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ปัญหาที่พบรองลงมาคือเรื่องงบประมาณที่มีจำกัด ไม่เพียงพอต่อการปรับปรุงพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน และ

ปัญหาที่มีพอกันกับเรื่องงบประมาณคือเรื่องบุคลากรภายในโรงเรียนขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของงานประชาสัมพันธ์

แนวทางการแก้ปัญหาที่พบคือควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และการใช้เครื่องมือเพื่อการสื่อสาร จัดให้มีสถานที่แยกเป็นสัดส่วนเฉพาะเพื่อการประชาสัมพันธ์ จัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ และควรจัดหาเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อแก้ปัญหาความล่าช้า ของการรับ-ส่ง ข่าวสาร ส่วนปัญหาเกี่ยวกับการจัดการนั้น พบว่าโรงเรียนขนาดเล็ก การทำงานไม่เป็นระบบ โรงเรียนขนาดกลาง และใหญ่ ขาดการประสานงานที่ดีในการทำงาน และในการวิจัยครั้งนี้ยังพบอีกว่าโรงเรียนทุกขนาดทั้งเล็ก กลาง และใหญ่ ไม่มีการวางแผนระบบการสื่อสารที่ดี จึงทำให้การรับ-ส่ง ข่าวสารล่าช้า การแก้ปัญหา ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มใหญ่ตอบว่า ควรมีการจัดระบบในการทำงานใหม่พร้อมทั้งจัดระบบด้านการสื่อสารด้วย เพื่อให้เกิดความคล่องตัวด้านการรับ-ส่ง ข้อมูล ข่าวสาร บุคลากรภายในจะได้หันมาให้ความสนใจให้บริการและให้ความร่วมมือในด้านการประชาสัมพันธ์ และควรมีการประชุมชี้แจงเพื่อสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายภายนอกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายภายนอกหรือชุมชนเกิดความศรัทธายอมรับ และให้การสนับสนุนต่อไป

อภิปรายผล

จากผลสรุปของการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้คือ

1. จากผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันด้านการจัดองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะอยู่ร่วมกับฝ่ายบริหารและฝ่ายอื่นๆ บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ส่วนใหญ่คือครูปฏิบัติการสอน ซึ่งมีหน้าที่หลักด้านการสอน ครูปฏิบัติการสอนกลุ่มใหญ่มีวุฒิปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับวิชาการในสาขาวิชาต่างๆ มีครูปฏิบัติการสอนจำนวนน้อย ที่มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์แต่ต้องมีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน Karl H.Friederich (1984 : 60) ได้แบ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ การหาข้อเท็จจริงและการวิจัยการกำหนดนโยบาย และการวางแผน การสื่อสาร การประเมินผล แต่เนื่องจากครูปฏิบัติการสอนที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในด้านการประชาสัมพันธ์ตามขั้นตอน ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจึงยังไม่ประสบผลเท่าที่ควร

จากข้อจำกัดของบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจึงมีความจำเป็นที่บุคลากรหรือครูที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานทุกหน้าที่ ไม่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน และจากผลการวิจัยพบว่าโรงเรียนทุกขนาด ทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มิได้ทำงานประชาสัมพันธ์เป็นประจําอย่างสม่ำเสมอ หากแต่จัดทำขึ้นเฉพาะเรื่อง เฉพาะเหตุการณ์เท่านั้น พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537 : 18) กล่าวว่าการทำงานประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว ดังนั้นคุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่

สำคัญก็คือการทำการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และสิ่งที่จะทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง ก็คือการมีแผนประชาสัมพันธ์ แผนประชาสัมพันธ์นั้นต้องมาจากนโยบายการประชาสัมพันธ์

การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน จะกำหนดนโยบายโดยผู้บริหารของโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่ นโยบายของโรงเรียนที่กำหนดขึ้นจะได้มาจากแนวนโยบายของโรงเรียน และนโยบายของกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kindred (อ้างใน สุพิชญา ธีระกุล 2521 : 92-93) กล่าวไว้ว่านโยบายของโรงเรียนนั้น ควรจะมีความสัมพันธ์กับนโยบายขององค์กรและท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกัน พบว่ามีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน โดยโรงเรียนขนาดเล็กจะจัดทำขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนมากกว่าโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่ ซึ่งเน้นวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก วิจิตร อวาทกุล (2539 : 44-49) กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นสถาบันประเภทใดต่างก็เพื่อส่งเสริมความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน (Promotion) เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร (Information) เพื่อป้องกันและแก้ไขข้อเข้าใจผิด (Correction) และเพื่อการตีความ ประมวลข่าวเสนอข้อเท็จจริง (Interpretation)

การประเมินผลของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีการประเมินผลมากที่สุด การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ขั้นตอนที่ขาดไม่ได้คือการประเมินผล เพื่อให้ทราบถึงผลงานที่ได้ทำไปแล้วนั้นเป็นอย่างไร มีปัญหา อุปสรรคอะไรบ้าง จะได้หาทางแก้ไขและปรับปรุง ควรจัดทำเป็นระยะๆ (John E. Marston 1979 : 3)

2. กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จากผลการวิจัยพบว่าโรงเรียนแต่ละขนาดทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่ มีกิจกรรมในด้านการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ในด้านต่างๆ กล่าวคือ โรงเรียนขนาดเล็ก มีกิจกรรมการให้คำแนะนำ ปฐกษาแก่ฝ่ายบริหารมากกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ และกลาง โรงเรียนที่มีขนาดเล็กของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร จะมีจำนวนนักเรียนไม่เกิน 400 คน ตามเกณฑ์มาตรฐาน จะมีครู 1 คน ต่อนักเรียน 40 คน (รายงานสถิติ สนศ.กทม. 2539 : 13) ครูในโรงเรียนขนาดเล็กจะมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่ ผู้บริหารโรงเรียนและครู จึงมีโอกาสที่จะได้ปรึกษาหารือกันมากกว่าโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่

อย่างไรก็ตามการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารของโรงเรียนขนาดเล็กนั้นเป็นภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมควร กวียะ (2533 : 31-32) และพบอีกว่าโรงเรียนขนาดกลาง มีการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ให้กับชุมชน มีกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และมีการจัดแถลงข่าวให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากกว่า โรงเรียนขนาดใหญ่และเล็ก Scott M. Cutlip, Allen H. Center (อ้างใน พรทิพย์ วรวิจิตร 2536 : 16) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นความพยายามที่จะมีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้การยอมรับการดำเนินงานของสถาบัน และเป็นการสื่อ

สารสองทางไป-กลับ และ John E.Marston มีแนวคิดว่าการประชาสัมพันธ์จะต้องวางแผนการสื่อสารก่อน โดยผ่านกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม

3. ปัญหา อุปสรรคด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกัน มีปัญหา อุปสรรคไม่แตกต่างกัน ปัญหาสำคัญที่พบคือปัญหาด้านบุคลากร ที่ทำหน้าที่ประจำด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่สามารถทำงานประชาสัมพันธ์เต็มเวลาได้ เพราะมีงานอื่นที่ต้องรับผิดชอบร่วมด้วย เช่นงานสอน งานธุรการ งานวิชาการ และงานบริการ เป็นต้น

ข้อจำกัดทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพที่พบ คือมีผลมาจากงบประมาณที่ใช้เป็นค่าจ้างเงินเดือนประจำ ของบุคลากรที่จะมาทำหน้าที่โดยตรง ส่วนครูที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีงานสอนเป็นหลัก ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ มีบุคลากรจำนวนน้อยที่มีความรู้ในด้านนี้ จากผลการวิจัยของ สุเทพ เดชะชีพ (2531:90) ได้ศึกษาคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในการกำหนดความแตกต่างของฝ่ายประชาสัมพันธ์ คือ บุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์

ส่วนปัญหารองลงมา คือ ปัญหาด้านงบประมาณ พบว่างบประมาณมีจำนวนจำกัด และไม่มีการสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ (กรีซ สิบสนธิ์ 2526 : 24) จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย เมื่อมีงบประมาณมีจำกัด และไม่มีการสนับสนุน อีกทั้งสื่อต่างๆ ที่จะต้องใช้สื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มีราคาแพง และต้องมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการซ่อมแซม จากการขาดแคลนงบประมาณดังกล่าว จึงส่งผลกระทบต่อปัญหาเรื่องเครื่องมือที่จะใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มีน้อย ไม่พอเพียงต่อการใช้งาน เครื่องมือไม่ทันสมัย จึงทำให้การใช้สื่อแต่ละประเภทไม่สามารถจะกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ อกันพร กงประเวชนนท์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยของรัฐกับเอกชน พบว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุด เกิดจากผู้บริหารซึ่งมักจะก่อให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาได้แต่ ปัญหาด้านงบประมาณและบุคลากรโดยลำดับ

ปัญหาเรื่องสถานที่ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน พบว่าการไม่มีสถานที่เป็นส่วนเฉพาะ ทำให้ไม่สะดวกในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยของสุเทพ เดชะชีพ (2531 : บทคัดย่อ) พบว่า ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรมีฐานะงานเป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหาร แต่ในความเป็นจริง ฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ยังอยู่ร่วมกับฝ่ายอื่นๆ ในองค์กร

4. การศึกษาเกี่ยวกับแนวทางแก้ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน พบว่าไม่แตกต่างกัน กล่าวคือด้านบุคลากรให้มีการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มจำนวนบุคลากร ทางสนับสนุน เพิ่มเติม จัดหาและปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย จากผลงานวิจัยของสุเทพ เดชะชีพ (2531 : บทคัดย่อ) พบว่าแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในอนาคตจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยมีการเพิ่มจำนวนบุคลากร ขยายความรับผิดชอบ เพิ่มสัดส่วนทัศนูปกรณ์ และที่สำคัญคือองงบประมาณจะมีการจัดสรรให้มากขึ้น กิจกรรมจะขยายตัวมากขึ้น แนวโน้มผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการผู้สำเร็จการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรงเข้ามาทำงานประชาสัมพันธ์ กิตติมา

ดาราบด (2528 : 71) กล่าวว่าปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์ที่ดีของโรงเรียนกับชุมชน คือ ผู้บริหาร คณะครู นักเรียน คณะกรรมการโรงเรียน ความสัมพันธ์ที่โรงเรียนมีต่อผู้ปกครอง, ชุมชน และระหว่างครูกันเอง

5. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครูปฏิบัติการสอน เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อโรงเรียนไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิรัช ลภีรัตนกุล (2535 : 25-247)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงที่ครูปฏิบัติการสอนในโรงเรียนทุกโรงเรียนกำลังทำการสอบภาคปฏิบัติวิชาต่าง ๆ ปลายภาคเรียน เพื่อเก็บคะแนน ดังนั้นจึงทำให้ครูมีภารกิจมาก จะใช้เวลาในการอ่านแบบสอบถามน้อยมาก คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามอาจคลาดเคลื่อน

เนื่องการทำประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีอยู่โดยเป็นที่เข้าใจกันเอง มิได้มีการดำเนินงานหรือมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความเข้าใจที่ชัดเจนก็จะตอบตามความคิดเห็นส่วนตัว จึงทำให้มีผลต่อคำตอบที่ได้รับ

อย่างไรก็ตามโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่จัดการศึกษาภาคบังคับแบบให้เปล่าแก่บุตรหลานของประชาชนทั่วไปที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตท้องที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขตการปกครอง พ่อ-แม่ ผู้ปกครองมีหน้าที่ที่จะต้องส่งบุตรหลานเข้าเรียนตามเกณฑ์บังคับของกฎหมายอยู่แล้ว

ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์จึงดูเหมือนมีความจำเป็นน้อย แต่ในความเป็นจริงการประชาสัมพันธ์หมายถึงการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบ เรื่องราวต่าง ๆ โดยมีได้หวังผลตอบแทนใด ๆ ซึ่งแตกต่างจากการโฆษณาที่หวังผลตอบแทนเชิงธุรกิจ การค้า

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้บริหารโรงเรียนควรตระหนักและให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอย่างเป็นทางการ โดยมีการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เพื่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน การจัดองค์การในด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงวิธีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรภายในโรงเรียนนั้นมีความจำเป็นอย่างมาก เงินงบประมาณสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานควรจัดสรรให้เป็นสัดส่วน และควรให้จัดทางพิเศษได้บ้างตามควรแก่กรณี การดำเนินงานใดๆ ก็ตามต้องมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีกิจกรรมที่ต้องใช้งบประมาณเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่นงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ การถ่ายภาพนิ่ง ถ่าย V.D.O, จัดแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ และรวดเร็ว ประหยัดเวลาก็คือวัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบก็คือ

มีผลกระทบมาจากงบประมาณ เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยมักมีราคาแพง นอกจากนี้บุคลากรที่จะควบคุมการใช้วัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องมือสื่อสารก็มีความสำคัญ ผู้บริหารโรงเรียนอาจจะจัดให้บุคลากรประจำ เพื่อความสะดวกในการใช้งาน และเป็นการประหยัดเงินงบประมาณที่จะใช้ในการซ่อมแซมหรือจัดให้มีการอบรม เพื่อให้ความรู้แก่บุคลากรทั้งโรงเรียนในเรื่องของการใช้เครื่องมือเพื่อการสื่อสาร

ส่วนในด้านของสถานที่ ที่ใช้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนควรแยกเป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกเกิดความคล่องตัวในการทำงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรค ที่มีต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ซึ่งมีข้อมูลดังนี้

1. การจัดบุคลากรเพื่อมาทำงานประชาสัมพันธ์ ควรมีการประเมินคุณสมบัติในด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านการติดต่อประสานงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงานโรงเรียน
2. ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาปรับปรุง ส่งเสริมคุณสมบัติด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ ให้กับบุคลากรภายในโรงเรียน เช่นการจัดประชุมสัมมนา การจัดอบรม เป็นต้น
3. บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียนควรปรับปรุงตนเองในเรื่องการทำงาน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงานและทำให้งานเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบของการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน ในด้านการจัดระบบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มากกว่าการวิจัยเชิงสำรวจ
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร กับสังกัดอื่นๆ เช่นสังกัดองค์กรบริหารส่วนจังหวัด หรือโรงเรียนของเอกชน เป็นต้น
3. ควรมีการวิจัยในทำนองเดียวกันนี้ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างให้กว้างขวางขึ้น เพื่อที่จะทำได้แง่มุมต่างๆ ที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงพัฒนางานประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น
4. ควรมีการวิจัยเขตอื่นๆ ของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะนำข้อมูลมาเป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กิตติมา ปรีดาติลก. **ทฤษฎีการบริหารองค์กร**. กรุงเทพฯ : ธนสารการพิมพ์, 2529.
- กิตติมา ดาราบถ. **การสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองเกี่ยวกับการใช้หลักสูตร**. กรุงเทพฯ, 2528.
- ธงชัย สันติวงษ์. **หลักการจัดการ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2531.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ, 2540.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. **การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญผล, 2536.
- พนัส หันนาคินทร์. **หลักการบริหารโรงเรียน**. พระนคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2516.
- พลเทพ จันท์สีประเสริฐ. **การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร**. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2527.
- มงคล ศรีไพรวรรณ และคณะ. **คู่มือบริหารโรงเรียนชุมชน**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประสานมิตร, 2515.
- ลักษณา สตะเวทิน. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : บริษัทเฟื่องฟ้าพรินติ้ง, 2540.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2529.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- วิจิตร อาวะกุล. **การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2539.
- สุพิชญา ชีระกุล. **การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน**. พิษณุโลก : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2521.
- สมควร กวียะ. **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- เสรี วงษ์มณฑา. **การประชาสัมพันธ์ทำกันไปทำไม ?**. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- อรุณ รักรธรรม. **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่การบริหารองค์กร**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2525.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิทยานิพนธ์

- กิตติมา กมลพันธุ์. "การประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ชื่นอารมณ จันทรพิณรัตน์. "การติดต่อสื่อสารภายในโรงเรียนประถมศึกษาขนาดใหญ่." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2531.
- ชลฤดี บำเพ็ญนรกิจ. "การศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์สำหรับกรมการศึกษานอกโรงเรียน." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2531.
- ทรงศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์. "การศึกษาเปรียบเทียบสถานการณ์หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและเอกชน." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- สุเทพ เดชะชีพ. "คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- สุกัญญา นาคสุข. "ปัจจัยที่มีผลต่อสถานภาพและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ." ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตร์บัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.
- อภันพร กงประเวชนนท์. "การศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรัฐ และเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2539.
- อรอุบล ภูบัวเผื่อน. "การศึกษาวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- เอื้อมพร ลือกิจจิตต์. "การศึกษาการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ของธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ : ศึกษากรณีเครือเจริญโภคภัณฑ์." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เอกสาร

- เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย
 ธรรมาธิราช พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ, 2535.
- เอกสารข้อมูลบุคลากรข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศและตำแหน่งรวมทั้งเขตการปก
 ครอง ปีการศึกษา 2539 และ 2540 สำนักการศึกษา, กรุงเทพมหานคร, 2539.
- เอกสารแจกข้าราชการครูสังกัดกรุงเทพมหานคร 50 เขตของกรุงเทพมหานคร, 2540.
- เอกสารรายงาน กรณีศึกษาปัญหาทางการสื่อสารระหว่างบุคคล เสนอ รศ.ดร.พีระ จิรโสภณ คณะนิเทศ
 ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาข้าราชการครูกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตสายไหม, 13 มิถุนายน
 2541.
- เอกสารสถิติการศึกษาที่สำคัญ ปีการศึกษา 2539 กองวิชาการ สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร,
 2539 : 1-4.

ภาษาอังกฤษ

BOOKS

- Bruce Westley and Malcolm Maclean "A Conceptual Model for Communications Research,"
 Journalism Quarterly, (Winter, 1957), p.36.
- Cherry Colin. **On Human Communication : A Review. A Survey and a Criticism.** New York
 : Holt Rinechart and Winston, 1978.
- David K.Berlo, **The Process of Communication.** (New York : Holt, Rinehart and Winston,
 Inc, 1960), p.40-72.
- Everett M. Rogers with F.Floyd Shoemaker, **Communication of Innovation : A Cross
 Cultural Approach.** New York : The Free Press, 1971 : 18.
- Frank Jefkins, **Public Relations Made Simple.** (London : Heinemann, 1982), p.6.
- James E.Gruning and Todd Hunt, **Managing Public Relations.** (New York : Holt, Rinehart
 and Winston, 1984), p.6.
- John E.Marston, **Modern Public Relations.** (New York : McGraw-Hill Book Company, 1979),
 p.3.

บรรณานุกรม (ต่อ)

K. J. Mc Garry-Wilbur Schramm "How Communications Works." in Mass Communication

Edited, 1972 : p.21-22.

Scott M.Cutlip, Allen H.Center and Glen M.Broom, **Effective Public Relation.** (New Jersey :

Prentice-Hall International, Inc, 198), p.3-4.

Patricia M. Anderson and Leonard G.Rubin, **Marketing Communications.** (New Jersey :

Prentice-Hall, 1986). P.53-54.

Wilfred Howard, (ed.) **The Practice of Public Relations.** 2nd ed. (London : William Heinemann

Ltd, 1985), p.ii.

ด

ภาคผนวก

ร

ู

แบบสอบถาม

การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจรูปแบบวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหา ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ โรงเรียนของท่าน ซึ่งต้องการนำผลการวิจัยไปปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตสายไหม

ดังนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านได้ช่วยตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงและขอได้โปรดตอบให้ครบทุกข้อ เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ดังกล่าว ผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลที่ท่านตอบให้ทั้งหมดจะถือเป็นความลับ และจะนำเสนอผลงานวิจัยในลักษณะรวม ๆ เท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้มี 4 ตอน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มี 5 ข้อคำถาม
 - ตอนที่ 2 สอบถามข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มี 19 ข้อคำถาม
 - ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มี 17 ข้อคำถาม
 - ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มี 14 ข้อคำถาม
- แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 55 ข้อ

ท่านไม่ต้องลงชื่อ - สกุลในแบบสอบถาม

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง
 ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
 - () 1. ชาย
 - () 2. หญิง
2. ปัจจุบันท่านปฏิบัติหน้าที่ด้านใด
 - () 1. ผู้บริหาร
 - () 2. ครูปฏิบัติการสอน
3. ประสบการณ์ในการทำงาน
 - () 1. 5 – 10 ปี
 - () 2. 11 – 15 ปี
 - () 3. 16 – 20 ปี
 - () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ระดับการศึกษา
 - () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - () 2. ปริญญาตรี
 - () 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. ท่านจบการศึกษาหรือผ่านการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับใดหรือไม่
 - () 1. ปริญญาตรี
 - () 2. ปริญญาโท
 - () 3. อบรมระยะสั้น
 - () 4. ยังไม่ผ่านการอบรมใดๆ
 - () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 สอบถามข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

1. ท่านคิดว่างานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อโรงเรียนของท่านมากน้อยเพียงใด
 - () 1. สำคัญมาก
 - () 2. สำคัญ
 - () 3. ไม่สำคัญ
2. งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านมีสถานภาพเป็นอย่างไร
 - () 1. แยกเป็นอิสระขึ้นกับฝ่ายบริหาร
 - () 2. อยู่ร่วมกับฝ่ายบริหาร
 - () 3. อยู่ร่วมกับฝ่ายวิชาการ
 - () 4. อยู่ร่วมกับฝ่ายบริการ
 - () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
3. บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านมีกี่คน
 - () 1. มี 2 คน
 - () 2. มี 3 คน
 - () 3. มี 4 คน
 - () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. การแบ่งหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านเป็นอย่างไร
 - () 1. แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน
 - () 2. สามารถทำได้ทุกหน้าที่
 - () 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. แต่ละวันฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านมีการทำงานเป็นอย่างไร
 - () 1. เต็มเวลา
 - () 2. ไม่เต็มเวลา
 - () 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. การทำงานประชาสัมพันธ์ทางโรงเรียนท่านเป็นอย่างไร
 - () 1. ทำต่อเนื่องตลอดปี
 - () 2. จัดทำเป็นครั้งคราวเฉพาะเหตุการณ์
 - () 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ฝ่ายประชาสัมพันธ์เคยมีการประเมินผลหรือไม่

- 1. เคย
- 2. ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 10)
- 3. อื่น ๆ โปรดระบุ

8. ถ้าเคยใช้วิธีใดในการประเมินผล

- 1. ใช้แบบสอบถาม
- 2. ใช้การสัมภาษณ์
- 3. ประเมินผลจากกลุ่มเป้าหมาย
- 4. พิจารณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ
- 5. ความคิดเห็นของบุคลากรในโรงเรียน
- 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. การประเมินผลทำอย่างไร

- 1. ทำเป็นประจำ
- 2. ทำเป็นบางครั้ง
- 3. ทำเป็นปีการศึกษา
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. การกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเป็นหน้าที่ของใคร

- 1. ผู้บริหารโรงเรียน
- 2. ฝ่ายวิชาการ
- 3. ฝ่ายธุรการ
- 4. ฝ่ายการปกครอง
- 5. ฝ่ายบริหาร
- 6. ฝ่ายกิจกรรมนักเรียน

11. การกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนค่านึงถึงอะไร

- 1. แผนการประชาสัมพันธ์ซึ่งมาจากนโยบายของโรงเรียน
- 2. แผนการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร
- 3. แผนการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านเป็นอย่างไร

- 1. ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร
- 2. มีโดยเป็นที่เข้าใจกันเอง
- 3. ไม่มีนโยบายหลัก
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. โรงเรียนของท่านมีการทำประชาสัมพันธ์กันอย่างไร

- 1. แยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายใน
- 2. แยกเป็นประชาสัมพันธ์ภายนอก
- 3. ทำเฉพาะกิจ เฉพาะเหตุการณ์
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

14. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านเน้นด้านใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. การประชาสัมพันธ์ภายใน
- 2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก
- 3. กิจกรรมพิเศษภายในโรงเรียน
- 4. กิจกรรมพิเศษภายนอกโรงเรียน
- 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

15. การกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านคือข้อใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน
- 2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย
- 3. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงเรียนของท่าน
- 4. เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มเป้าหมาย
- 5. เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของโรงเรียนที่อาจมีขึ้น

15. ถ้ามีการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียนของท่านได้นำมาใช้ปฏิบัติมากน้อยเพียงใด

- 1. นำมาใช้ได้อย่างมาก
- 2. นำมาใช้บ้าง
- 3. ไม่ได้นำมาใช้

16. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะสั้นของโรงเรียนท่านเป็นอย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. มีการวางแผน เพื่อแก้ไขปัญหาภาวะวิกฤตหรือเหตุฉุกเฉิน
- 2. มีการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อให้บุคลากรทุกคนมีความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์
- 3. มีการพัฒนาระบบสื่อสารภายในโรงเรียน
- 4. มีการพัฒนาระบบสื่อสารภายนอกโรงเรียน
- 5. มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

18. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระยะยาวของโรงเรียนเป็นอย่างไร

- 1. มีการวางแผนระยะยาว
- 2. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
- 3. มีการพัฒนาระบบสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนให้มีความคล่องตัว
- 4. มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

19. สื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. สื่อบุคคล
- 2. สื่อสิ่งพิมพ์
- 3. สื่อมวลชน
- 4. กิจกรรมพิเศษ
- 5. หน่วยเคลื่อนที่
- 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกิจกรรมใดที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านปฏิบัติ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. การให้บริการติดต่อสอบถาม
- () 2. จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่
- () 3. จัดทำรายงานประจำปี
- () 4. จัดทำวิทยุเสียงตามสาย
- () 5. จัดให้มีการถ่ายทำ V.D.O. เทป หรือ ถ่ายภาพ
- () 6. ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร
- () 7. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ปกครองนักเรียน
- () 8. จัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน
- () 9. จัดทำจดหมายเวียน
- () 10. การทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลภายในโรงเรียน
- () 11. การทำหน้าที่วางแผนโครงการ
- () 12. การปฏิบัติกิจกรรมสาธารณะประโยชน์
- () 13. การจัดนิทรรศการ แสดงผลงานนักเรียน
- () 14. จัดแถลงข่าวต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- () 15. การทำชุมชนสัมพันธ์
- () 16. การทำการสำรวจและวิจัย
- () 17. การทำหน้าที่วิเคราะห์และประเมินผล

ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

1. ท่านคิดว่าโรงเรียนของท่านมีปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือไม่
 - () 1. มี
 - () 2. ไม่มี
 - () 3. มีเป็นบางครั้ง
2. ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนท่านคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1. บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการประชาสัมพันธ์
 - () 2. จำนวนบุคลากรในการทำงาน
 - () 3. สถานที่
 - () 4. เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
 - () 5. งบประมาณ
 - () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
3. ถ้าโรงเรียนท่านมีปัญหาด้านบุคลากรในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ท่านต้องการลดให้แก้ไขอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1. ควรจัดฝึกอบรมให้มีความรู้ในด้านประชาสัมพันธ์
 - () 2. ควรเพิ่มจำนวนบุคลากร
 - () 3. ควรมีคุณสมบัติประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ได้
 - () 4. ควรมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างสูง
 - () 5. ควรมีความสามารถในการจัดกิจกรรมอย่างสูง
 - () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ถ้าโรงเรียนของท่านมีปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ท่านต้องการให้แก้ไขอย่างไร
 - () 1. มีห้องเฉพาะกิจการประชาสัมพันธ์
 - () 2. แยกเป็นสัดส่วน มีเครื่องมือและเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์
 - () 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. โรงเรียนของท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมือ ที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในหัวข้อใด

- 1. ไม่มีเครื่องมือ
- 2. มีเครื่องมือแต่น้อย ไม่เพียงพอกับการใช้งาน
- 3. มีเครื่องมือแต่ไม่ทันสมัย
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ถ้าโรงเรียนของท่านมีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ท่านคิดว่าควรแก้ไขอย่างไร

- 1. จัดหาเครื่องมือที่จำเป็นเพื่อความสะดวกในการประชาสัมพันธ์
- 2. จัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในการใช้เครื่องมือ
- 3. จัดหาเครื่องมือเพิ่มให้เพียงพอกับการใช้งาน
- 4. มีงบประมาณสำหรับบำรุงซ่อมแซมเครื่องมือ
- 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ถ้าโรงเรียนของท่านมีปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ท่านคิดว่าคือข้อใด

- 1. ไม่มีงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์
- 2. ไม่มีงบสนับสนุน
- 3. งบมีน้อยไม่เพียงพอกับการปรับปรุงพัฒนา
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านต้องการให้แก้ไขปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไร

- 1. จัดงบประมาณให้ในแต่ละปี
- 2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์หางบพิเศษสนับสนุนได้ตามแก่กรณี
- 3. มีงบประมาณและหางบพิเศษสนับสนุนได้ตามแก่กรณี
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ

9. ปัญหาในด้านการจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนของท่านคือข้อใด
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. การทำงานไม่เป็นระบบ
- 2. ไม่มีการวางแผนงาน
- 3. ไม่ทำตามแผนงานที่วางไว้
- 4. ขาดการประสานงานที่ดี
- 5. การทำงานไม่เกิดความคล่องตัว ทำให้ล่าช้าไม่ทันเหตุการณ์
- 6. ระบบการสื่อสาร โดยการรับ - ส่งข้อมูลข่าวสารล่าช้า
- 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านคิดว่าควรแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. จัดระบบในการทำงาน
- 2. วางแผนงานและทำตามแผนที่วางไว้
- 3. จัดเจ้าหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ
- 4. จัดระบบการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวด้านการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสาร
- 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรในโรงเรียนคือข้อใด

- 1. ไม่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์
- 2. ไม่สนใจที่จะใช้บริการ
- 3. ไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านคิดว่าควรแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากบุคลากรภายในโรงเรียนอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ประชุมชี้แจง เพื่อสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือ
- 2. ให้บริการข่าวสารและสาระที่เกิดประโยชน์ต่อบุคลากรโดยตรง
- 3. จัดทำวารสารภายในโรงเรียน
- 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. ปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน
คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ไม่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
- () 2. ไม่สนใจที่จะใช้บริการเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ
- () 3. ไม่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลข่าวสาร
- () 4. มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อโรงเรียน
- () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

14. ท่านคิดว่าจะแก้ปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย
นอกโรงเรียนได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ประชุมชี้แจงเพื่อขอความร่วมมือสนับสนุน
- () 2. ให้บริการด้านข้อมูล - ข่าวสารที่เกิดประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมาย
- () 3. สร้างความเชื่อถือในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความศรัทธายอมรับ
- () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

นางสาวกุสุมา แยมศิริ

การศึกษา

ปริญญาตรีครุศาสตร์บัณฑิต
วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยา ลงกรณ์

ปริญญาตรีศึกษาศาสตร์บัณฑิต
คณะศึกษาศาสตร์ (ภาษาศาสตร์)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางเขน

การศึกษาอบรมพิเศษ

Certificate of Participation.
AFS Educators Programme in NEW ZEALAND

วุฒิบัตรการเขียนเอกสารเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วุฒิบัตรอบรมบุคลากรการวิจัยทางการศึกษา
สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

สถานที่ทำงาน

โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย สังกัดกรุงเทพมหานคร
เขตสายไหม
ตำแหน่ง อาจารย์ 2 ระดับ 7