

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมจากตำรา เอกสาร บทความจากวารสาร อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประมวลนำเสนอเนื้อหาสาระสำคัญ เรียงลำดับ ดังนี้

1. แนวคิด และหลักการงานประชาสัมพันธ์
 - 1.1 ความหมายงานประชาสัมพันธ์
 - 1.2 จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์
 - 1.3 หลักการงานประชาสัมพันธ์
 - 1.4 เครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์
 - 1.5 ประโยชน์ของงานประชาสัมพันธ์
2. แนวคิด หลักการงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
 - 2.1 ความหมายงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
 - 2.2 จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
 - 2.3 หลักการงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
 - 2.4 เครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
3. แนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานและนักวิชาการ
4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายกกับงานประชาสัมพันธ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ
6. สรุป แนวคิดและหลักการที่นำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิด และหลักการงานประชาสัมพันธ์

การศึกษา แนวคิด และหลักการงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยนำเสนอเกี่ยวกับความหมายงานประชาสัมพันธ์ จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ หลักการงานประชาสัมพันธ์ เครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1.1 ความหมายของงานประชาสัมพันธ์

คำว่า “ประชาสัมพันธ์” ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Public relations ซึ่งรวมกันระหว่างคำว่า ประชา แปลว่า กลุ่มคนหรือหมู่คน กับคำว่า สัมพันธ์ แปลว่า ความเกี่ยวข้องผูกพัน ซึ่งเมื่อ

นำทั้ง 2 คำ มารวมกันและแปลตรงตามศัพท์จะให้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่คน” จากการประมวลความหมายที่นักวิชาการ นักการศึกษาและนักประชาสัมพันธ์ของไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายมีดังนี้

นงลักษณ์ สุทธิวิฒนพันธ์ (2539 : 15-16) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำ คำพูด หรือสถานการณ์ใด ๆ ที่ดำเนินการอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีการทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนกับหน่วยงานขององค์การด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับ และมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย

เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 1) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำทั้งหลายทั้งปวงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

วิจิตร อวระกุล (2541 : 17) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง

ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนการชี้แจงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนให้มีต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงาน

เรืองกิตต์ เหลืองสกุลทอง (2542 : 8) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์การ สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้ความนิยมนิยมใส่ ศรัทธาและให้ความร่วมมือ ตลอดจนสนับสนุนหน่วยงาน

ลักขณา สตะเวทิน (2542 : 5) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมตามความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมดีเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญด้วย

วิมลพรรณม์ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี (2543 : 4) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กร และกลุ่มประชาชน เป้าหมายเพื่อสร้าง ความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ บรรลุเป้าหมาย

กรณีการ อัครเดชา (2544 : 2) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง งานด้านการจัดการที่มีลักษณะเป็นการวางแผนล่วงหน้าและต่อเนื่องที่สถาบันของรัฐ หรือเอกชนที่สร้างขึ้นเพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องหรืออาจเกี่ยวข้องมีความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจและ สนับสนุนสถาบันเหล่านั้นโดยการประเมินค่าประชาติเกี่ยวกับสถาบันนั้น เพื่อที่จะปรับปรุง นโยบายและวิธีการของสถาบันนั้น ๆ ให้เกิดความร่วมมือที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันโดยการ ให้ข่าวสารที่กว้างขวางและมีการวางแผนล่วงหน้า

ปีนิตา พุ่มเยี่ยม (2544 : 11) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การ ติดต่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การสถาบันนั้น ๆ ด้วยสื่อ หรือวิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดทัศนคติ ภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ สถาบัน เกิดการยอมรับและให้ การสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นผลให้การดำเนินงานขององค์การ สถาบัน บรรลุ วัตถุประสงค์

วิรัช อภิรัตนกุล (2546 : 5) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่ เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

พจนานุกรมเวปสเตอร์ นิว คอลเลจिएท (Webster's New Collegiat Dictionary. 1974 : 124) ได้อธิบายความหมายของงานประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การ ประชาสัมพันธ์ หมายถึง ธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ ต่อบุคคลหรือสถาบันนั้น

มาร์สตัน (Marston. 1979 : 3) ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง สถานการณ์ การกระทำหรือคำพูด ซึ่งสามารถจูงใจหรือชักชวนให้ประชาชน เห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยมีการวางแผนให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่ม ประชาชนนั้น ๆ

สก๊อตต์ และเซ็นเตอร์ (Scott and Center. 1982 : 16) ให้ความหมายของ งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายาม ซึ่งได้วางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นโดย อาศัยวิธีการที่ได้ การยอมรับในสังคมว่า เป็นวิธีการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึด หลักการสื่อสารสองทาง ที่ก่อให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย

จากความหมายของนักประชาสัมพันธ์ที่ได้ประมวลมาข้างต้นสรุปได้ว่า งาน ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การ

สถาบัน หรือบุคคลขององค์กร ด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดความเข้าใจ รวมทั้งสร้างทัศนคติ ภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรหรือสถาบัน ให้เกิดการยอมรับ ได้รับการสนับสนุน และ ความร่วมมือ ซึ่งจะเป็นผลให้องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันมีการดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์

จากการศึกษา ทฤษฎี และแนวคิดของงานประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ ประมวลได้ดังนี้

วิรัช อภิรัตนกุล (2540 : 151) ได้เสนอแนะจุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ ดังนี้

ประการที่ 1 เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ

ประการที่ 2 เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

ประการที่ 3 เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อเป็นการป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

ประการที่ 4 เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชนก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และการบริการ

ประการที่ 5 เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากภายในหน่วยงาน

ประการที่ 6 เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง เพื่อความเจริญก้าวหน้า และชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

วิจิตร อวาระกุล (2541 : 47) ได้สรุปถึงจุดมุ่งหมายทั่วไปของงานประชาสัมพันธ์ไว้ 7 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร

ประการที่ 2 เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ

ประการที่ 3 เพื่อป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน

ประการที่ 4 เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและตลอดเวลา

ประการที่ 5 เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน หุ่นส่วน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

ประการที่ 6 เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคม
 ประการที่ 7 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ เชื่อถือได้จากประชาชน

ยืนยันความมั่นคงแก่พนักงานและประชาชน

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 8) ได้กล่าวถึงจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์
 มี 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่ และชี้แจง สร้างความนิยมและ
 ให้ สาธารณชนได้รับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่ง
 สาธารณชนนั้นประกอบด้วยสมาชิกขององค์การและประชาชนนอกองค์การ

ประการที่ 2 เพื่อสร้างชื่อเสียง และป้องกันชื่อเสียงขององค์การ และสร้าง
 ความสัมพันธ์อันดีให้องค์การเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดง
 เจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม

ประการที่ 3 เพื่อแสวงหาความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน ถ้ามีการประชาสัมพันธ์
 ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจก็ย่อมได้รับความร่วมมือและสนับสนุน ฉะนั้นการตรวจสอบ
 และประเมินผลความคิดเห็นของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์การ

จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 18-20) ได้สรุปจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์
 ไว้ ดังนี้

ประการที่ 1 เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของหน่วยงานไปสู่ประชาชน

ประการที่ 2 เพื่อเผยแพร่คุณงามความดีของหน่วยงาน

ประการที่ 3 เพื่อชี้แจงข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง

ประการที่ 4 เพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดกับหน่วยงาน

ประการที่ 5 เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด หรือเกิดการขัดแย้งตามมา

ประการที่ 6 เพื่อแก้ไข ลบล้างการเข้าใจผิด

ประการที่ 7 เพื่อให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน

ประการที่ 8 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ประการที่ 9 เพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียง เกียรติคุณ ให้คงอยู่ต่อไป

ประการที่ 10 เพื่อป้องกันภาพลักษณ์ที่ดี และป้องกันชื่อเสียงของหน่วยงาน

ประการที่ 11 เพื่อสร้างความรักใคร่ สามัคคีกัน

ประการที่ 12 เพื่อกระตุ้น และเรียกร้องความสนใจของกลุ่มบุคคล

ประการที่ 13 เพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับการดำเนินงานของหน่วยงาน

ประการที่ 14 เพื่อตรวจสอบประชาคมติ ค้นหาข้อบกพร่องและความต้องการของประชาชน

ประการที่ 15 เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดี ความเป็นมิตรระหว่างหน่วยงานกับบุคลากร และประชาชนทั้งภายใน ภายนอก

ประการที่ 16 เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น เรียบร้อย และบรรลุเป้าหมาย

แซม (Sam. 1975 : 18-20) มีความเห็นว่า งานประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมาย หรือ วัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดในหมู่ประชาชน

ประการที่ 2 เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน

ประการที่ 3 เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีของบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงาน

สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์ มีจุดมุ่งหมาย คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงาน ระหว่างสถาบันที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ จนเกิดเป็นความนิยม เชื่อถือ ศรัทธา และเกิดความร่วมมือ ร่วมใจ ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้น ๆ

1.3 หลักการงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและสถาบัน โดยมีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อสร้างความร่วมมือ ร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน องค์กร จากการศึกษาหลักการของการประชาสัมพันธ์ ประมวลได้ดังนี้

นางลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2539 : 43-454) เสนอแนะหลักการที่สำคัญของงานประชาสัมพันธ์ มี 3 ประการคือ

ประการที่ 1 การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆขององค์การ

ประการที่ 2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดของประชาชน

ประการที่ 3 การสำรวจประชาคมติจากประชาชน

วิรัช อภีรัตน์กุล (2540 : 145) ได้เสนอแนวคิดหลักการงานประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

ประการที่ 1 การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ เป็นการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์การ

ประการที่ 2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกัน ไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง

ประการที่ 3 การสำรวจประชามติเพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

วิจิตร อวาทกุล (2541 : 192-193) เสนอแนะถึงหลักการทั่วไปในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ ควรมีหลักการ ดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของความถูกต้องทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบ และจริงใจด้วยกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน อย่าโกหก หลอกลวง หลอกล่อ ปลอมปน น้อฉล ฯลฯ

2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อความสมัครสมานสามัคคี ราบรื่น รักใคร่ ร่วมมือร่วมใจ ประสานสัมพันธ์กันของบุคลากรและมีประชาชนส่วนใหญ่เป็นเป้าหมาย

3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ รสนิยมดี ไม่หยาบคาย ไม่ยกตนข่มท่านหรือทับถมผู้อื่น หรือให้ร้ายป้ายสี หรือด้วยกลโกง

4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติ หรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้ภาพและแผนภูมิช่วยประกอบการอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย น่าสนใจ

5. การประชาสัมพันธ์ครั้งละหลายเรื่อง หลายแนวความคิด จะเกิดความสับสน ควรเสนอเรื่องเดียว ความคิดเดียว ในแต่ละช่วง แต่ละตอน แต่ละครั้ง

6. เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ส่งให้ตรงกลุ่มคนเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เฉพาะระดับที่ต้องการ

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 89-93) ได้เสนอแนวคิดหลักงานประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 สถาบันจะต้องคำนึงถึงความรู้สึกของประชาชน การกระทำใด ๆ ก็ตาม องค์การจะต้องคำนึงถึงความพอใจหรือไม่พอใจของประชาชนเสมอ

ประการที่ 2 ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นต้องยึดหลักการสื่อสารสองทาง

ประการที่ 3 ไม่มุ่งแต่ผลประโยชน์ขององค์การแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น องค์การจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ประการที่ 4 การให้ข่าวสารกับประชาชนนั้น ข่าวสารจะต้องมีเหตุมีผล เพื่อให้ประชาชนได้ใช้ความรู้และความคิดในการช่วยตัดสินใจว่าจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

ประการที่ 5 การรายงานข่าวสารต่าง ๆ จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง และมีความจริงใจในการประพฤติปฏิบัติต่อประชาชน ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจ มีความรู้และเข้าใจองค์การอย่างถูกต้อง

วิรัช อภิรตนกุล (2542 : 14) กล่าวถึงหลักการเชิงทฤษฎีของงานประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ประการ ได้แก่

ประการที่ 1 การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบและเข้าใจ

ประการที่ 2 การชักชวนโน้มน้าวใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของสถาบัน

ประการที่ 3 การประสานความคิดของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจ จุดหมายหรือวัตถุประสงค์หรือวิธีดำเนินการ

สก๊อตต์ และเซ็นเตอร์ (Scott and Center. 1982 : 318-319) กล่าวถึงจุดหมายข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่จะสำรวจตรวจสอบถึงสภาพปัจจุบันว่ามีปัญหาอะไร เพื่อนำข้อมูลมาประกอบ การวางแผนการประชาสัมพันธ์และปรับปรุงแก้ไข

จากการศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญ คือ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารของหน่วยงานให้ประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกหน่วยงานทราบ เข้าใจ รวมถึงเป็นการชักชวนโน้มน้าวจิตใจของประชาชนในชุมชนและบุคคลที่เกี่ยวข้องให้มีเข้ามามีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของสถาบัน และประสานความคิดของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจจุดหมายหรือวัตถุประสงค์หรือวิธีดำเนินการของหน่วยงานเพื่อสนับสนุนงานอื่น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.4 เครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์

งานการประชาสัมพันธ์จะมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวางหรือสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่บุคคลที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือและสื่อเป็นวิธีการหนึ่งที่เข้ามาช่วยการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาประมวลได้ดังนี้

อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกุล คุปรัตน์ (2536 : 345-347) กล่าวถึง งานประชาสัมพันธ์ ว่าจำเป็นต้องมีสื่อหรือเครื่องมือที่จะนำมาช่วยให้การประชาสัมพันธ์ได้บรรลุเป้าหมาย ได้แก่ การลงโฆษณา การเขียนบทความและสารคดี การจัดประชุมและสัมมนา การช่วยเหลือสังคม การจัดนิทรรศการ การจัดทำหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์สำหรับลูกค้า การจัดทำวารสารภายในจัดทำวารสารภายนอก ภาพยนตร์ การแจกข่าวในหนังสือพิมพ์ การติดต่อส่วนตัว การจัดทำสิ่งพิมพ์ในโอกาสต่าง ๆ การแสดงสุนทรพจน์และการบรรยายในที่ต่าง ๆ และการจัดโครงการพิเศษ

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 173) เสนอแนะถึงสื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ทำขึ้นเองทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการ และรวมถึงรูปแบบ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพและเสียง การจัดเหตุการณ์พิเศษ การโฆษณา ฯลฯ

ประเภทที่ 2 สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์

วิรัช อภิรัตน์กุล (2540 : 268) ได้เสนอแนะเครื่องมือที่ใช้เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งได้เป็น

ประเภทที่ 1 สื่อบุคคล ได้แก่ คำพูด โดยการประกาศ โฆษณา ฯลฯ

ประเภทที่ 2 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ฯลฯ

ประเภทที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว จดหมายข่าว โปสเตอร์ ป้ายประกาศ ฯลฯ

ประเภทที่ 4 การจัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ ได้แก่ การจัดการแสดง นิทรรศการ จัดงานในวันและสัปดาห์พิเศษ การพบปะประชุม การจัดวันครบรอบปี การมอบรางวัล ฯลฯ

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความคิด (2543 : 89-99) ได้แบ่งสื่อที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

ประเภทที่ 1 สื่อบุคคลและคำพูด เป็นสื่อที่ใช้ได้สะดวก รวดเร็ว และประหยัด โดยมีรูปแบบการใช้ต่างกัน ได้แก่ การพูดในที่ชุมชน การพูดสนทนาอย่างเป็นทางการ การประชุม

รูปแบบต่าง ๆ การอภิปรายกลุ่ม การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวปราศรัย การให้โอวาท
และ
การอบรมสัมมนา

ประเภทที่ 2 สื่อมวลชน เป็นสื่อที่สามารถเข้ากับมวลชนได้อย่างกว้างขวาง ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

ประเภทที่ 3 สื่อที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เอง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
กลุ่มที่ 1 สื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่ใช่หนังสือ นิตยสาร ได้แก่ วารสาร จุลสาร จดหมาย
ข่าว จดหมาย แผ่นพับ โบปปลิวและใบแทรก และป้ายกลางแจ้ง
กลุ่มที่ 2 สื่อกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ ได้แก่ การจัดกิจกรรม งานวันสำคัญต่าง ๆ
สรุปได้ว่า สื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลาย ๆ เรื่อง
พร้อม ๆ กัน แบ่งได้เป็น สื่อประเภทบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร และการ
จัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ

1.5 ประโยชน์ของงานประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ของงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยประมวลได้ดังนี้

จุฑามาศ กิจเจริญ (2539 : 23-24) มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์มี
ประโยชน์ ในการสร้างภาพพจน์ที่ดี แก่ไขความเข้าใจผิด รักษาความสัมพันธ์อันดี
กระตุ้นให้คนสนใจ สร้างความนิยม แก่หน่วยงานหรือองค์กรของผู้ประชาสัมพันธ์

วิจิตร อวระกุล (2541 : 10-11) สรุปถึงประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ที่มี
ประโยชน์ต่อหน่วยงานบริหาร ไว้ 12 ประการ ได้แก่

ประการที่ 1 ช่วยเพิ่มความเชื่อถือ เลื่อมใส ศรัทธาให้แก่บุคคลคือ ผู้บริหาร
สมาชิก ผู้ปฏิบัติงาน ชุมชนหรือสถาบันนั้น ๆ

ประการที่ 2 สร้างความเชื่อถือ หรือเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ

ประการที่ 3 สร้างความมั่นคงให้องค์กรมากขึ้น

ประการที่ 4 เกิดการสื่อสารเพิ่มขึ้น ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น กว้างขวางขึ้น และรวดเร็ว
ว่องไว

ประการที่ 5 ประชาชนได้จดจำ และเกิดความต้องการในการใช้บริการของสถาบัน

ประการที่ 6 ทำให้มองเห็นโอกาสในการสร้างความนิยม เกียรติคุณ ชื่อเสียง
เพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา แก่องค์กร สถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน เพื่อบริการ
สังคมได้ดีขึ้น

ประการที่ 7 มองเห็นภัยที่จะคุกคามงาน และเสถียรภาพของหน่วยงานอันเกิดจาก
กระแสประชามติ

ประการที่ 8 สามารถเห็นทางเลือกและแนวคิดใหม่ ๆ แปรลก ๆ ในการนำหน่วยงาน
ให้รู้คหน้า บริการสังคมได้ดีกว่า โดยที่ผู้อื่นยังมองไม่เห็นหรือมองไม่ถึง

ประการที่ 9 สามารถแก้ไข ใช้ประโยชน์ และประสานแนวคิดทัศนคติ และ
พฤติกรรมของบุคคลที่มาในทิศทางต่าง ๆ ให้ไปสู่เป้าหมายการประชาสัมพันธ์อันเป็นประโยชน์ต่อ
หน่วยงานที่ได้ตั้งไว้

ประการที่ 10 เพื่อปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการให้สูงขึ้น

ประการที่ 11 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ประการที่ 12 เพื่อลดค่าใช้จ่าย ลดต้นทุนในระยะยาว

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 8-9) สรุปถึงความสำคัญและประโยชน์ของงานประชาสัมพันธ์
ต่อหน่วยงานไว้ว่า “มีบทบาทในการเชื่อมโยงความคิดเห็นและเป็นการสร้างเสริมความเข้าใจ และ
สัมพันธ์ภาพอันดี ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ประชาชน และสังคม”
โดยมุ่งให้เกิดผล 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 ทำให้บุคคล กลุ่มคน และองค์กรที่เกี่ยวข้องเกิดความรู้ ความเข้าใจ โดย
การเผยแพร่และชี้แจง เพื่อสร้างความนิยมนิให้สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและ
วัตถุประสงค์ขององค์กร

ประการที่ 2 บุคคล กลุ่มคน และองค์กรที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์อันดีกับองค์กรที่ให้
ความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา

ประการที่ 3 บุคคล กลุ่มคน และองค์กรที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุน
งานด้านต่าง ๆ แก่องค์กร

จากรูธรรม อรุณฤกษ์ (2542 : 20-21) สรุปถึงประโยชน์ของงานประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศทางสังคม การอยู่ร่วมกันของมนุษย์
2. ช่วยให้สมาชิกในสังคมนั้น ๆ ได้เข้าใจและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคม
3. ช่วยลดช่องว่างทางสังคม
4. ช่วยแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม
5. ช่วยส่งเสริมประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน และวัฒนธรรมของมนุษย์

สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์มีประโยชน์คือ เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคคล กลุ่มบุคคลทั้งในและนอกองค์กรหรือหน่วยงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกิดเจตคติที่ดีต่อองค์กร จนกระทั่งเกิดความร่วมมือ ร่วมใจพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น

2. แนวคิด หลักการงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

การศึกษาแนวคิดและหลักการงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอเกี่ยวกับ ความหมายงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หลักการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา เครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

2.1 ความหมายงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

จากการศึกษาความหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ประมวลได้ ดังนี้

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 17) ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียน กับชุมชนที่ โรงเรียนตั้งอยู่ หรือกับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา รวมทั้งองค์กรหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับ โรงเรียนซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการอย่างมีแบบแผนอย่างต่อเนื่องและเป็นกระบวนการสองทาง

อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกุล คุปรัตน์ (2536 : 466) ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลที่อยู่ในภายในโรงเรียน ให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลให้เป็นที่ไว้วางใจของผู้ที่ให้บริการของโรงเรียนคือ ผู้ปกครองผู้ที่อยู่ในชุมชน และบุคคลซึ่งได้แก่ประชาชนโดยทั่วไป

ชิดเชื้อ ชมปริดา (2538 : 13) สรุปความหมายของงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษาว่าหมายถึง กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างสถานศึกษากับกลุ่มบุคลากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของสถานศึกษา ให้บรรลุผลสำเร็จตามความต้องการในภารกิจที่รับผิดชอบ

สุมุกดา ม่วงศิริ (2541 : 13) สรุปงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคลากรภายในโรงเรียนและกลุ่มบุคลากรภายนอก รวมทั้งชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทางที่โรงเรียนต้องเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน

ปีนิตา พุ่มเข็ม (2544 : 12-13) สรุปการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือกับกลุ่มบุคคล ทั้งภายในและภายนอก โรงเรียน โดยโรงเรียนต้องเป็นผู้ให้ และมีการติดตามตรวจสอบความคิดเห็นซึ่งกันและกันเป็นผลให้เกิดความเข้าใจ เลื่อมใสและศรัทธา

สรุปการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายในสถานศึกษา และกลุ่มบุคคลภายนอก โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นกัน ระหว่างโรงเรียนกับบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง และบุคคลอื่น ๆ ในชุมชน

2.2 จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

ในหัวข้อจุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ผู้วิจัยได้ประมวลจากเอกสาร ดังนี้

อัปสรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 17) สรุปจุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาไว้ว่า เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียน กับชุมชนที่ โรงเรียนตั้งอยู่หรือกับผู้ปกครองนักเรียนที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาในโรงเรียน รวมทั้งองค์การหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการ ดำเนินงานอย่างมีระบบแบบแผน ต่อเนื่อง และเป็นกระบวนการสร้างไมตรีสัมพันธ์สองทาง

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2537 : 116) สรุปจุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา มีดังนี้

1. เพื่อให้ นักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครองเข้าใจระเบียบ เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องมีกฎ ระเบียบ ให้รู้ ให้เข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ ความเลื่อมใส ความนิยม มั่นใจในโรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไป
4. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ เป็นหน้าที่ในฐานะประชาชนคนหนึ่งในท้องถิ่นที่จะต้องให้ความร่วมมือ ความสนใจ เข้ามามีส่วนดูแลช่วยจัดการศึกษาของโรงเรียน
5. เชิญชวนและสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือกิจการโรงเรียนในเรื่องของการศึกษา อาจเป็นการช่วยเหลือด้านกำลังกาย จิตใจ วัสดุ แรงงาน ตลอดจนเงินตรา

6. ส่งเสริมให้ครู นักเรียน และผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน เพื่อช่วยกัน แก้ไขปัญหาการศึกษาของเด็ก โรงเรียน และบ้าน

7. เพื่อให้โรงเรียนดำเนินนโยบาย โดยเปิดเป็นศูนย์กลางแบบบริการประชาคม และ ประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง

8. เพื่อให้โรงเรียนมีโอกาสสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการ ศึกษาและประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง

9. ช่วยแก้ไข ขจัดปัดเป่าความขัดแย้ง และบรรเทาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่าง ๆ ที่ นักเรียน ผู้ปกครอง ครู ประชาชนมีต่อโรงเรียนให้สิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียนด้วยความชื่น ชม มีความเชื่อถือและนิยมชมชื่น

10. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นทั่วไปอย่างไม่จำกัด โดยถือเอา โรงเรียนเป็นของชุมชน เพื่อชุมชนบริหารโดยผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น

11. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะเพื่อ ปรับปรุงการศึกษาให้เป็นไปตามแนวความคิดความต้องการของสังคม ท้องถิ่น ชุมชนมิใช่เป็นไปตาม ความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540 : 4) สรุปจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์ใน สถานศึกษาไว้ว่า

1. เพื่อเสนอรายงานให้ประชาชนทราบความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกี่ยวกับ กิจกรรมของโรงเรียนและการจัดการศึกษา

2. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาให้รู้สึกเป็นเจ้าของ และเป็นหน้าที่ของประชาชนที่ต้องให้ความร่วมมือในการจัดการศึกษา

3. ส่งเสริมให้ครู นักเรียนและผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน ร่วมมือกันในการ แก้ปัญหาของเด็กทั้งทางโรงเรียนและทางบ้าน

4. สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความเชื่อมั่น ความนิยมของประชาชนที่มีต่อ โรงเรียน

5. ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการศึกษา เพื่อ โรงเรียนจะได้หาทางสนองตอบต่อความต้องการอย่างแท้จริง

6. ช่วยแก้ไขขจัดปัดเป่าความขัดแย้ง บรรเทาข้อข้องใจทั้งหลาย ในแง่ต่าง ๆ ที่ นักเรียน ผู้ปกครอง ครูและประชาชนที่มีต่อโรงเรียนให้หมดสิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียนด้วย ความชื่นชม

7. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้แนวคิด มีใช้เพียงแต่เป็นความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

8. เพื่อให้นักเรียน ครู ผู้ปกครองเข้าใจในระเบียบ กฎเกณฑ์และเหตุผล ความจำเป็นที่จะต้องมีกฎ ระเบียบให้เข้าใจตรงกัน เพื่อร่วมกันในการปฏิบัติ

9. เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนสนับสนุนช่วยเหลือกิจการโรงเรียน ด้านกำลังกาย จิตใจ ปัญญา ความคิด วัสดุ แรงงาน ตลอดจนด้านการเงินที่ขาดแคลน

10. สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันระหว่างบ้าน โรงเรียนและชุมชนที่อยู่ใกล้ชิด โดยมีโรงเรียนเป็นทั้งศูนย์ประชาคม ศูนย์การศึกษา และศูนย์วัฒนธรรมของชุมชน

วิจิตร อวาทกุล (2541 : 151-152) สรุปจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาไว้ว่า

1. เพื่อแนะนำสถาบัน หน่วยงาน ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ รวมทั้งชื่อเสียง เกียรติคุณ ประโยชน์ ให้ประชาชนรู้จัก สนใจ และการเข้าถึงประชาชน

2. เพื่อสร้างภาพพจน์ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ธนาคาร บริษัทห้างร้าน ฯลฯ

3. เพื่อสร้างความเชื่อถือ ไว้วางใจ สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ

4. เพื่อให้เกิดการยอมรับ สนับสนุน ขจัดความเข้าใจผิดต่อต้าน ขัดแย้ง เกิดช่องว่างของข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในเกียรติยศ ชื่อเสียง

5. เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า ชื่อเสียง คุณงามความดี คุณภาพ ประสิทธิภาพ บริการสาธารณะ การสร้างมิตรไมตรีกับองค์กร ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่าย

6. เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ และแสวงหาความร่วมมือกับประชาชน สังคม และหน่วยงาน เพื่อเรียกร้องการสนับสนุน ร่วมมือกับชุมชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงและแรงงานสัมพันธ์

7. เพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดในเรื่องต่าง ๆ ของหน่วยงาน ผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ฯลฯ

8. เพื่อเสริมสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณ คุณงามความดี ภาพพจน์ สร้างเกราะป้องกันความเสียหายด้านต่าง ๆ ที่จะมากระทบต่อหน่วยงาน เพื่อสร้างความนิยมในองค์กรสินค้า และตัวแทนจำหน่าย

9. เพื่อดำเนินการธำรงรักษาความสัมพันธ์อันดี ที่ได้สร้างหรือมีอยู่เดิมไม่ให้เสื่อมคลาย โดยการติดต่อสื่อสารด้วยสื่อต่าง ๆ

10. เพื่อเพิ่มอิทธิพลในการชักจูงและความคิดของกลุ่มชนให้เลื่อมใส ศรัทธา เพื่อการสนับสนุนหน่วยงาน งานของสถาบัน บริการ ฯลฯ

สุเมกดา ม่วงศิริ (2541 : 18) สรุปจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในโรงเรียน
2. เพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคลชุมชน สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาการศึกษา
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับบุคคลภายนอก รวมทั้งสถาบันต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน
4. เพื่อสร้างความนิยมและความเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกันแก้ไข ความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เสียชื่อเสียงของโรงเรียน

5. เพื่อขจัดข้อขัดแย้ง และปัญหาความเข้าใจผิดในโรงเรียน

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 8-9) สรุปจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาไว้ 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 ให้ความรู้ ความเข้าใจ โดยการเผยแพร่และชี้แจง เพื่อสร้างความนิยมให้สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

ประการที่ 2 สร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์กรเป็นที่รู้จัก โดยสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา

ประการที่ 3 สร้างความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

วิรัช อภิรัตน์กุล (2546 : 151) สรุปจุดหมายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาไว้ว่า

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ

2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึง ทักษะ ทักษะ ประชามติ หรือความรู้ที่นึกคิด ของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาพเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย

5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่างๆ ภายในหน่วยงาน

6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง เพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล สถาบัน องค์กรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชน สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาการศึกษาและสร้างความนิยมและความเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกัน แก้ไข ขจัดข้อขัดแย้ง และความเข้าใจผิด ซึ่งจะช่วยให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของโรงเรียน

2.3 หลักการงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

จากการศึกษา หลักการที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ประมวลได้ ดังนี้ อภิพรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 65-66) สรุปงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ว่า

ควรมีหลักการ 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 ใช้ในลักษณะการป้องกัน โดยการเสาะหาเหตุผล เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์แล้วปรับปรุงที่ต้นเหตุ

ประการที่ 2 ส่งเสริมการสร้างสรรค์ เป็นการสร้างขวัญ กำลังใจให้แก่บุคลากรในโรงเรียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจอันดี

ประการที่ 3 เพื่อแก้ไข เป็นการบรรเทาความรุนแรงของปัญหา หรือขจัดปัดเป่าปัญหาให้หมดสิ้นไป

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2539 : 43-44) สรุปงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาว่า

ควรมีหลักการ 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 การบอกกล่าวและชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

ประการที่ 2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

ประการที่ 3 การสำรวจประชามติ

สมุกดา ม่วงศิริ (2543 : 21) สรุปหลักการของงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษาว่า สถานศึกษาต้องมีการชี้แจงนโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ ให้บุคลากรในโรงเรียนทราบ โดยมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดีและแก้ไขความเข้าใจผิด ให้เกิดทัศนคติที่ดี และ เกิดการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึก ความต้องการ

ปิ่นดา พุ่มแย้ม (2544 : 22) สรุปหลักการของงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษาว่า สถานศึกษาต้องชี้แจงนโยบาย กฎ ระเบียบต่าง ๆ ให้บุคลากรภายในโรงเรียนทราบ โดยมุ่ง

ประโยชน์โดยรวม โดยใช้สื่อที่เหมาะสม และมีวิธีการที่ง่ายต่อการเข้าใจ อยู่บนพื้นฐานของความจริงใจ ซื่อสัตย์ เปิดเผยและมีมนุษยสัมพันธ์ อีกทั้งต้องรับฟังความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับโรงเรียนเป็นกระบวนการสองทาง รวมทั้งมีผลการดำเนินงานเป็นของสถานศึกษา

สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์สถานศึกษามีหลักการคือ บุคลากรในโรงเรียนและบุคคลที่เกี่ยวข้องควรจะต้องทราบ นโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ โดยมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลกลุ่มคนหน่วยงานต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดี และแก้ไขความเข้าใจผิด ให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกรัก ความต้องการ

2.4 เครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด หลักการที่เกี่ยวกับการเครื่องมือและสื่อในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ประมวลได้ ดังนี้

เครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ประมวลได้ ดังนี้

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2537 : 118-19) กล่าวถึงการใช้เครื่องมือหรือกิจกรรมที่ใช้เป็นสื่อในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา อาจจะทำได้ดังนี้

1. การจัดเครื่องขยายเสียงในโรงเรียน
2. การใช้ระบบการติดต่อภายในติดต่อกับบุคคลที่อยู่ภายในสถานศึกษา
3. การผลิตสไลด์ फिल्मสตริป หรือภาพยนตร์เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์

โรงเรียน

4. การจัดทำบอร์ดสำหรับปิดป้ายประกาศ
5. การจัดบอร์ดสำหรับติดรูปกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน
6. การส่งจดหมายถึงผู้ปกครองนักเรียน
7. การส่งเสริมให้นักเรียนทำหนังสือประจำรุ่น
8. การจัดทำวารสารทางการศึกษาของโรงเรียน
9. การจัดนิทรรศการ
10. การร่วมกิจกรรมภายนอกโรงเรียน
11. การใช้หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

สื่อในงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ประมวลได้ ดังนี้

จุฑามาศ กิจเจริญ (2539 : 95-97) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท คือ

1. สื่อที่บังคับได้ ได้แก่ ประกาศ แผ่นพับ โฆษณา หอกระจายข่าว ฯ

2. สื่อที่บังคับไม่ได้ ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ฯ วิชา อภีรตนกุล (2540 : 268) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการ

ดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท คือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่ คำพูดในลักษณะต่าง ๆ
2. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง फिल्मสตริป จดหมายข่าว การโฆษณา โปสเตอร์และป้ายประกาศ

4. สื่อการจัดเหตุการณ์พิเศษ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดง และนิทรรศการ การพบปะ และการประชุม การจัดวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ ฯลฯ

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 283) ได้กล่าวถึง เครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการ

ดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท คือ 1) สื่อชื่อ 2) สื่อผลิต 3) สื่อที่ได้เปล่า 4) สื่อกิจกรรม และ 5) สื่อบุคคล

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 105) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการ

ดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท คือ

1. สื่อควบคุม คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเอง เช่น สิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพ และเสียง และการจัดเหตุการณ์พิเศษ ฯ

2. สื่อมวลชน คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่แก่ประชาชนจำนวนมาก

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2543 : 89-99) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท คือ

1. สื่อบุคคล และสื่อคำพูด เป็นสื่อที่ใช้สะดวก รวดเร็วและประหยัด มีรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การพูดในที่ชุมชน การพูดสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การประชุมรูปแบบต่าง ๆ การอภิปรายกลุ่ม การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวปราศรัย การให้โอวาท และการอบรมสัมมนา

2. สื่อมวลชน เป็นการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อ ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าว โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

3. สื่อที่หน่วยงานผลิต แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่หน่วยงาน สถาบัน องค์การผลิตขึ้นได้แก่ วารสาร จุลสาร จดหมายข่าว จดหมาย แผ่นพับ โบปลิว ป้ายประกาศ เป็นต้น และประเภทสื่อกิจกรรมที่เป็นส่วนสร้างความสัมพันธ์ที่โรงเรียนจัดทำขึ้น

กรรมการ อัสวครเดชา (2544 : 33-35) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมืออยู่มากมายหลายประเภท คือ

1. ประเภทเอกสาร ได้แก่ การทำเอกสาร แผ่นพับ ฯ
2. ประเภทประกาศ ได้แก่ ป้ายประกาศ และป้ายนิเทศ ฯ
3. ประเภทเสียงตามสาย ได้แก่ ประกาศหอกระจายข่าว วิทยุ โทรทัศน์ ฯ

สรุปได้ว่า ในการแบ่งประเภทของสื่อที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์นั้น สามารถแบ่งได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่นักประชาสัมพันธ์นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง สรุปได้ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะของสื่อ แบ่งได้เป็น 3 ชนิด คือ ประเภทเอกสารหรือภาพ ประเภทเสียง และประเภททั้งเสียงและภาพ
2. แบ่งตามลักษณะของการผลิต แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สร้างขึ้นเอง และ สื่อที่บุคคลอื่นสร้างขึ้น

3. แนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานและนักวิชาการ

จากแนวคิด และแนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ผู้วิจัยจึงประมวลผลเป็นร่างแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ จุฑามาศ กิจเจริญ (2539 : 75-76) ; จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 63-78) ; กรรมการ อัสวครเดชา (2544 : 5-6) ; พรทิพย์ วรกิจโกคาทร และคณะ (2544 : 92) ; กระทรวงศึกษาธิการ (2546 : 71-72) ; เฟรดเดอริค (Friederich. 1975 : 7-14) และไซมอน (Simon. 1984 : 109-110)

จุฑามาศ กิจเจริญ (2539 : 75-76) เสนอแนะแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ขั้นตอน คือ

- ขั้นที่ 1 การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น
- ขั้นที่ 2 การวางแผนและการตัดสินใจ
- ขั้นที่ 3 การติดต่อสื่อสารและการดำเนินงาน

จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 63-78) ได้เสนอแนะแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

- ขั้นที่ 1 การศึกษาหาข้อมูลหรือการวิจัย เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อเท็จจริง หรือข้อมูลต่าง ๆ กับกลุ่มประชากรเป้าหมายที่หน่วยงานจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย

ขั้นที่ 2 การวางแผน เป็นกระบวนการใช้ความรู้ทางวิทยาการอย่างมีวิจารณญาณ
วินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคต แล้วกำหนดวิธีการอย่างมีเหตุผล และให้ถูกต้อง

ขั้นที่ 3 การปฏิบัติหรือการติดต่อสื่อสาร เป็นการนำแผนที่วางไว้มาสู่การปฏิบัติตาม
แผนที่วางไว้

ขั้นที่ 4 การประเมินผล เป็นกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ
เพื่อวินิจฉัย ตัดสินคุณค่าของแผนหรือโครงการงานประชาสัมพันธ

กรณีการ อัสวเดชา (2544 : 5-6) ได้เสนอแนวทางการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูล เป็นการห้ยั้งความคิด ทศนคติ และปฏิภริยาของบุคคลที่
เกี่ยวข้องกับการกระทำ และนโยบายของสถาบันและประเมินค่า เพื่อหาความจริงว่า อะไรคือ
ปัญหาของเราที่แท้จริง

ขั้นที่ 2 การวางแผน เป็นการนำเอาทศนคติ ความคิดเห็นและปฏิภริยาต่าง ๆ มา
พิจารณาวางแผนนโยบายของสถาบันจะได้แผนงานที่ได้ประโยชน์ทุกฝ่าย

ขั้นที่ 3 การปฏิบัติงาน-การสื่อสาร เกี่ยวข้องกับการอธิบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับ
ผลกระทบ หรือผู้ที่เราต้องการสนับสนุนว่า เราทำสิ่งต่าง ๆ ไปทำไม

ขั้นที่ 4 การประเมินผล เพื่อดูว่างานที่ทำได้ผลเพียงใด และเป็นอย่างไรบ้าง
พรทิพย์ วรภิจโกคาทร และคณะ (2544 : 92) ได้เสนอแนวทางการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิจัย-การรับฟัง

ขั้นที่ 2 การวางแผน-การตัดสินใจ

ขั้นที่ 3 การดำเนินการ-การสื่อสาร

ขั้นที่ 4 การติดตามตรวจสอบ-การประเมินผล

กระทรวงศึกษาธิการ (2546 : 71-72) ได้เสนอแนะแนวทางการปฏิบัติงาน
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธไว้ดังกระบวนการต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่และการรับข่าวสารข้อมูลและผลงานทั้งของ
สถานศึกษาและชุมชน

ขั้นที่ 2 วางแผนการประชาสัมพันธของสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของบุคคล
ชุมชน องค์กร สถาบันและสื่อมวลชนในท้องถิ่น

ขั้นที่ 3 ดำเนินการโดย จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบ สร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธในหลากหลายรูปแบบ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ

ขั้นที่ 4 ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ เพื่อให้ทราบถึงผลที่ได้รับและนำไปดำเนินการปรับปรุง แก้ไขพัฒนาให้เหมาะสมต่อไป

เฟรดเดอริก (Friederich. 1975 : 7-14) ได้แบ่งแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย

ขั้นที่ 2 การกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ

ขั้นที่ 3 การสื่อสาร

ขั้นที่ 4 การประเมินผล

ไซมอน (Simon. 1984 : 109-110) ได้แบ่งแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ ออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 ประชามติ

ขั้นที่ 2 การวิจัย

ขั้นที่ 3 การวางแผนและกำหนดโครงการ

ขั้นที่ 4 การสื่อสาร

ขั้นที่ 5 การวัด การประเมินผล และการรายงานผล

จากทฤษฎี และแนวคิดของนักวิชาการเสนอแนะ เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ สามารถวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ ปรากฏผลดังตาราง 1

2.2 การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ที่ชัดเจน	/	/	/	/	/	5
2.3 การกำหนดจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์	/	/	/	/	/	5
2.4 การกำหนดขอบข่ายการประชาสัมพันธ์	/	/	/	/	/	5
2.5 การจัดระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการ วางแผนการประชาสัมพันธ์	/	/		/		3
2.6 การจัดทำโครงการพัฒนาบุคลากร ผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์	/	/		/		3

ตาราง 1 (ต่อ)

แนวทางการปฏิบัติ	นักวิชาการ / หน่วยงาน						รวม
	จุฬามาศ กิจเจริญ	จางวรรณ อรุณฤกษ์	กรรณิการ์ อัครดรเดชา	พรทิพย์ วรกิจโกศาทร และ	กระทรวงศึกษาธิการ	คาร์ล เอช. เฟรดเดอริก	
2.7 การเตรียมทรัพยากรเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์	/	/			/		3
3. การดำเนินการประชาสัมพันธ์	/	/		/	/	/	5
3.1 การปฏิบัติตามโครงการประชาสัมพันธ์	/	/		/	/	/	5
3.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามแผน ที่วางไว้	/	/		/	/	/	5

3.3การผลิตสื่อ/เอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์	/	/	/	/	/	5
3.4พัฒนาบุคลากรและผู้รับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์			/			1
3.5สร้างเครือข่ายการประสานงาน ประชาสัมพันธ์			/	/		2
4. การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์						
4.1กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผลงาน การประชาสัมพันธ์ในแต่ละโครงการ	/		/	/	/	4
4.2กำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลงาน การประชาสัมพันธ์	/	/	/	/	/	6
4.3กำหนดระยะเวลาในการประเมินผลงาน การประชาสัมพันธ์	/	/	/	/	/	6
4.4การประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ ร่วมกันระหว่างผู้บริหารสถานศึกษา, ผู้รับผิดชอบและชุมชน	/	/	/	/	/	5

ตาราง 1 (ต่อ)

แนวทางการปฏิบัติ	นักวิชาการ / หน่วยงาน							รวม
	จุฬามาศ กิจเจริญ	จารุวรรณ อรุณฤกษ์	กรรณิการ์ อัศวครเดชา	พรทิพย์ วรจิต โทคาพร และ	กระทรวงศึกษาธิการ	คาร์ล เอช. เฟรดเดอริก	เรย์มอน ไซมอน	
4.5รายงานผลการประเมินการปฏิบัติงาน ทั้ง ภายในสถานศึกษาและชุมชน	/				/	/		3

5. การปรับปรุงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพ			
5.1 นำผลการประเมินมาหาสาเหตุและแนวทางการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์	/	/	2
5.2 นำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพในปีต่อไป	/	/	2
5.3 รายงานผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์			

จากตาราง 1 วิเคราะห์และสรุปได้ว่าแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการและหน่วยงานมีแนวทางการปฏิบัติที่เหมือนกัน สามารถสรุปออกเป็น 5 ขั้นตอน 24 รายการ 1) การเตรียมการประชาสัมพันธ์ 2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ 3) การดำเนินการประชาสัมพันธ์ 4) การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 5) การปรับปรุงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพ

ขั้นตอน 1 การเตรียมการประชาสัมพันธ์ หมายถึง จัดประชุมเพื่อให้ครู กรรมการสถานศึกษา เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ แต่งตั้งคณะกรรมการสำรวจข้อมูลการประชาสัมพันธ์ สำรวจข้อมูลความต้องการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสถานศึกษา และชุมชน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จัดลำดับความต้องการการประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการสำรวจ

ขั้นตอน 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน การกำหนดจุดมุ่งหมาย การกำหนดขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ การจัดระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การจัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ การเตรียมทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอน 3 การดำเนินการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การปฏิบัติตามโครงการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามแผนที่วางไว้ การผลิตสื่อ/เอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ พัฒนาคู่มือและผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์

ขั้นตอน 4 การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ หมายถึง กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ในแต่ละโครงการ กำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ กำหนดระยะเวลาในการประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ การประเมินผลงาน

การประชาสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้บริหารสถานศึกษา ผู้รับผิดชอบและชุมชน ตลอดจนรายงานผลการประเมินการปฏิบัติงานทั้งภายในสถานศึกษาและชุมชน

ขั้นตอน 5 การปรับปรุงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพ หมายถึง นำผลการประเมินมาหาสาเหตุและแนวทางการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ นำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพในปีต่อไป รายงานผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์

4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายกกับงานประชาสัมพันธ์

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก มีจำนวนสถานศึกษาทั้งหมด 156 โรงเรียน ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก มีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับหลักในการบริหารตามคู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล (กระทรวงศึกษาธิการ. 2546 : 64) ซึ่งมีแนวคิดการบริหารงานทั่วไป เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดระบบบริหารองค์การให้บริการงานอื่น ๆ บรรลุผลตามมาตรฐานคุณภาพและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีบทบาทหลักในการประสาน ส่งเสริมสนับสนุน และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการการศึกษาทุกรูปแบบ มุ่งพัฒนาสถานศึกษาให้ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ส่งเสริมในการบริหารและการจัดการศึกษาของสถานศึกษาตามหลักการบริหารงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลัก โดยเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของบุคคล ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิด การศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีขอบข่ายและภารกิจ แนวทางการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ตามคู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล พ.ศ. 2546 และให้ สถานศึกษาทุกแห่งได้นำไปใช้ปฏิบัติการบริหารจาก 6 งาน ได้แก่ งานวิชาการ งานบุคลากร งานธุรการการเงิน งานกิจการนักเรียน งานอาคารสถานที่ งานความสัมพันธ์ มาเป็น 4 งาน คือ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงบประมาณ การบริหารงานบุคคล การบริหารทั่วไป และ ให้สถานศึกษาหาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

ขั้นที่ 1 การรวบรวมข้อมูล - การรับฟังข้อเท็จจริง ประกอบด้วย

1. ศึกษาความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน
2. ศึกษาความจำเป็นในการพัฒนาตนเองของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และสถานศึกษา
3. ศึกษาความพร้อมในการพัฒนาตนเองของผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และสถานศึกษา
4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

5. ศึกษาจุดเด่นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

6. ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

ขั้นที่ 2 การวางแผน - การตัดสินใจ ประกอบด้วย

1. นำข้อมูลจากการศึกษาความต้องการ ความจำเป็น และความพร้อมของผู้รับผิดชอบ และสถานศึกษามากำหนดเป็นแผนงานและโครงการพัฒนา

2. มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

3. มีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

4. มีแผนพัฒนาและปฏิทินในการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

5. มีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

6. มีการหาแหล่งความรู้ในการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

7. มีการจัดสรรแหล่งทรัพยากรในการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

8. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบงานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

9. มีการมอบหมายให้คณะกรรมการรับผิดชอบงานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

อย่างชัดเจน

ขั้นที่ 3 การดำเนินการ - การสื่อสาร ประกอบด้วย

1. จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์

2. พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานการประชาสัมพันธ์

2.1 การปฐมนิเทศ

2.2 การอบรม

2.3 การประชุม

2.4 การศึกษาดูงาน

3. จัดกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ

3.1 ประเภทเอกสารหรือภาพ ได้แก่ โบปลิ้ว แผ่นพับ จุลสาร วารสาร ฯลฯ

3.2 ประเภทเสียง ได้แก่ หอกระจายข่าว วิทยุ ฯลฯ

3.3 ประเภททั้งเสียงและภาพ ได้แก่ วิทยุทัศน์ ทีวีดี ดีวีดี ฯลฯ

ขั้นที่ 4 การติดตามตรวจสอบ-การประเมินผล ประกอบด้วย

1. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์

2. กำหนดขั้นตอนการประเมินงานการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

3. กำหนดคณะกรรมการเพื่อรับผิดชอบการประเมินผลการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์
ในสถานศึกษา

4. ประเมินผลการพัฒนาโดยใช้เครื่องมือที่มีคุณภาพ

5. ควบคุมหรือกำกับการปฏิบัติกิจกรรมการพัฒนางานประชาสัมพันธ์

6. ปรับปรุง แก้ไขงานการประชาสัมพันธ์ตามข้อมูลที่ได้จากการประเมิน

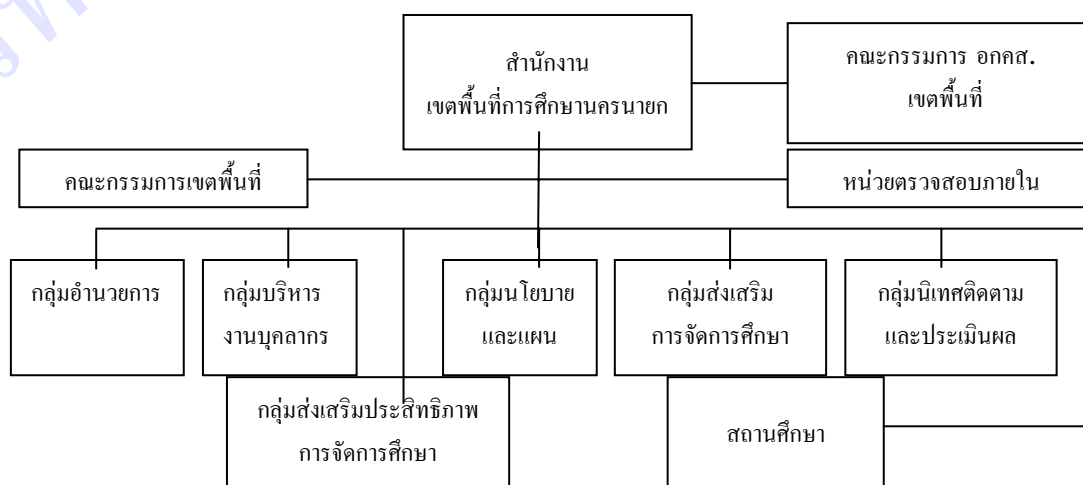
7. รายงานผลการประเมินงานการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ (สำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษานครนายก. 2547 : 2 - 3)

ภารกิจของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก

ในเขตพื้นที่การศึกษานครนายก มีคณะกรรมการและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแล จัดตั้ง ยุบรวม หรือเลิกสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่การศึกษา
ประสาน ส่งเสริม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถจัดการศึกษา สอดคล้องกับนโยบาย
และมาตรฐานการศึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาของบุคคล ครอบครัว องค์กร
เอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่นที่จัดการศึกษา
ในรูปแบบที่หลากหลายในเขตพื้นที่ การศึกษา และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ที่
ระบุไว้ข้างต้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก ได้จัดโครงสร้างการบริหารและจัดการศึกษา
ตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ.
2546

ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างการบริหารจัดการศึกษา
ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก

จังหวัดนครนายกถูกประกาศให้มีเขตพื้นที่การศึกษาเพียง 1 เขต ประกอบด้วย 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอองครักษ์ และอำเภอปากพลี มีสถานศึกษา
ขั้นพื้นฐาน จำนวน 156 โรง ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 ข้อมูลทางการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก

อำเภอ	สถานศึกษา ขั้นพื้นฐาน	ข้าราชการ ครู	ผู้บริหาร สถานศึกษา	กรรมการ สถานศึกษา	นักเรียน	ผู้ปกครอง นักเรียน
เมืองนครนายก	57	843	57	570	15,813	11,860
บ้านนา	40	472	40	396	9,684	7,188
องครักษ์	41	428	41	405	9,085	6,814
ปากพลี	18	159	18	153	2,317	1,738
รวม	156	1,059	156	1,461	36,799	27,600

ที่มา : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก. 2547 : 16

อำเภอเมืองนครนายก มีสถานศึกษาจำนวน 57 โรง

อำเภอบ้านนา มีสถานศึกษาจำนวน 40 โรง

อำเภอองครักษ์ มีสถานศึกษาจำนวน 41 โรง

อำเภอปากพลี มีสถานศึกษาจำนวน 18 โรง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อเป็นการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องจากการประมวลผลการวิจัยที่นักวิจัยทั้งในและต่างประเทศได้ศึกษาเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาผู้วิจัยประมวลตามลำดับ ดังนี้

5.1 งานวิจัยในประเทศ

จิตเชื้อ ชมปรีดา (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของ ผู้บริหารและครูอาจารย์เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษาที่ 7 ผลการวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์มีการ ปฏิบัติอยู่ในระดับมากทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับคือ 1) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ชุมชน 2) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียน 3) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดี กับบุคลากรในโรงเรียน 4) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง 5) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพ 6) กิจกรรมที่สร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับศิษย์เก่า และ 7) กิจกรรมการใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน ส่วน ด้านปัญหา ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นว่า มีปัญหาระดับน้อย

แม่นไทย เชื่อมชิด (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของ โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) มีการ กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนและหัวหน้าประชาสัมพันธ์ 2) การประชาสัมพันธ์ ที่ปฏิบัติส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบุคคล 6 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน ครู กับศิษย์เก่า ครูกับโรงเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและโรงเรียน สมาคมผู้ปกครองและครู สมาคม ศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน การจัดกิจกรรมของนักเรียน และในโอกาสพิเศษต่าง ๆ การใช้สื่อเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์และช่องทางต่าง ๆ ในการ ประชาสัมพันธ์ 3) ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ คือ ขาดแคลนงบประมาณเพื่อนำมาส่งเสริมการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ธนพร ศรีมาทา (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของ ผู้ปกครองที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน : กรณีศึกษาโรงเรียนบริบูรณ์ศิลป์ศึกษา ผลการวิจัย พบว่า 1) ได้มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนในระดับมากทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน การจัดกิจกรรมของ นักเรียน และกิจกรรมของโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ การใช้เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์และ ช่องทางต่าง ๆ ในการ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และ ใ ร ง เ ร ย น ขั อ มู ล ใ ม่ ชั ด เ จ น 2) ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ คือ ความร่วมมือกับแหล่งบริการทางด้านการ ประชาสัมพันธ์ เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ ยังมีระดับน้อย

สุมุกดา ม่วงศิริ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของ ผู้บริหารและครู-อาจารย์เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัด สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาเอกชน กับกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร จำนวน 99 คน และครู อาจารย์ จำนวน 306 คน ผลของการวิจัยพบว่า มีการปฏิบัติรวม 7 ด้านโดยปฏิบัติในระดับ

มาก 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน ส่วนเรื่องที่มีการปฏิบัติในระดับน้อย ปฏิบัติในระดับน้อย 4 ด้าน ได้แก่ 1) กิจกรรมของนักเรียนและบริการชุมชนของโรงเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และ 4) การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน ส่วนด้านปัญหามีปัญหาด้าน 1) ขาดวัสดุอุปกรณ์ 2) ขาดการบริหารจัดการที่ดี และ 3) ขาดบุคลากรที่รับผิดชอบ

รัชดาภรณ์ ศิริสรณ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาอำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ ประชากรที่ใช้เป็นบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละโรงเรียน จำนวน 49 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยในภาพรวมพบว่า ด้านการวางแผน มีปัญหาในระดับปานกลาง 7 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับงานด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหาการนำข้อมูลย้อนกลับเสนอเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการใช้สื่อ ปัญหาการสำรวจความต้องการในการใช้สื่อ ปัญหาการใช้แผนงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และปัญหาการวางแผนการใช้สื่อด้านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาที่มีระดับมาก 4 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน ปัญหาการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ปัญหาการศึกษาข้อมูลก่อนการดำเนินการ ใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และปัญหาการกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากรในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในระดับน้อย ส่วนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนใช้มาก ได้แก่ การจัดป้ายนิเทศ รองลงมาคือ การประชุม แผ่นพับ การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในวันต่าง ๆ ป้ายประกาศของทางราชการ หนังสือเวียน จดหมายข่าว สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ และเสียงตามสาย (หอกระจายข่าว) สื่อที่ใช้กันระดับน้อยคือ จุลสาร

ปิ่นดา พุ่มเข็ม (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพและปัญหา

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนสาธิต สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารจำนวน 43 คน และอาจารย์ จำนวน 234 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า สภาพและปัญหาการดำเนินงานส่วนใหญ่ ร้อยละ 93 มีการดำเนินงาน 7 ด้าน คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร

ในโรงเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน 4) ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครองและชุมชน 5) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ 6) กิจกรรมของนักเรียนและการบริการชุมชนของโรงเรียน 7) การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน ส่วนปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนบางส่วน ร้อยละ 58 มีปัญหาการดำเนินงาน 3 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน 3) กิจกรรมของนักเรียนและการบริการชุมชนของโรงเรียน และปัญหาส่วนน้อย ร้อยละ 34 มีปัญหาการดำเนินงาน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครองและชุมชน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และ 4) การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน

ชัยพร คุณาวิชา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติ งานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา พระนครศรีอยุธยา เขต 1 และ เขต 2 พบว่า แนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ 4 ขั้นตอน 31 รายการ คือ ขั้นตอน 1 การศึกษาข้อมูล ขั้นตอน 2 การวางแผน ขั้นตอน 3 การดำเนินการ ขั้นตอน 4 การประเมินและรายงานผล

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ชาร์ล (Charles. 1972 : 4909-A) ได้ศึกษางานในหน้าที่ของครูใหญ่ โรงเรียนผู้ใหญ่ อินดีแอนาด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า ครูใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้ครูและนักเรียนให้เป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน การติดต่อระหว่างผู้ปกครองของนักเรียนกับโรงเรียน โดยการเยี่ยมเยียนโรงเรียนมีน้อย

วิลเลียมส์ (Williams. 1985 : Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การระบุงลวิธีงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในโรงเรียนสำหรับ นอร์ท เซ็นทรัล แอสโซซิเอชัน คอมมิสชัน (North Central Association Commission) (N C A) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุงลวิธีในการประชาสัมพันธ์ที่มีผลทำให้การสื่อสาร มีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรียนได้มีการปรับปรุงแก้ไขที่ดียิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้วัด ความเข้าใจต่อความเร่งด่วนของการประชาสัมพันธ์ รวมถึงกลวิธีที่เหมาะสมที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีที่เหมาะสมที่ระบุไว้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการบริหารโรงเรียน ผู้ตรวจการศึกษา และอาจารย์ใหญ่ คือ จุดสารรายเดือน หรือราย 4 เดือน และเอกสาร

ข้อมูลต่าง ๆ สำหรับครู และนักเรียน ควรใช้ออกสารข้อมูล ภาพนิ่ง แถบบันทึกเสียงและวีดิทัศน์ สำหรับผู้ปกครอง ควรใช้อุสสาร ส่วนชุมชนในท้องถิ่นควรใช้ข่าวสารต่าง ๆ

โรมาเย (Romine. 1986 : Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนในด้านงานประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ทำการรวบรวมความคิดเห็นของคณะกรรมการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กรรมการวิทยาลัย อาจารย์ใหญ่ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ กลุ่มละ 15 คน ผลการวิจัยพบว่า คณะกรรมการได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทด้านการบริการสนเทศแก่ประชาชนเกี่ยวกับการให้บริการของวิทยาลัย และผลงานของวิทยาลัยแก่บุคคลชั้นนำในท้องถิ่นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนช่วยเหลือสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมของวิทยาลัย ด้านการรับทราบ ข้อมูลความต้องการ และความรู้สึกของชุมชนต่อวิทยาลัยและด้านการรักษาภาพพจน์ของวิทยาลัยและให้ข้อเสนอแนะว่าการค้นคว้าหาข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผน และประเมินผลงานติดต่อสื่อสารต้องเป็นแบบสองทาง

เมย์ส (Mays. 1987 : 65) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ประสิทธิภาพของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเทศบาลของผู้บริหาร เพื่อสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการจัดการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชนอยู่ในเกณฑ์ดี นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารสามารถรับรู้กระบวนการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ได้ผ่านการฝึกอบรมทางด้านประชาสัมพันธ์ โรงเรียนระดับสูงมาแล้ว

ออนสัน (Olson. 1990 : Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนตามทัศนะของผู้บริหารโรงเรียนประถมและผู้บริหารโรงเรียนมัธยมใน 4 รัฐ ด้านตะวันตกกลาง โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดใหญ่ ระดับอำเภอ จำนวน 25 โรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารโรงเรียนมัธยมใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มโรงเรียน มีเปอร์เซ็นต์สูงกว่าผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาที่มีอัตราเฉลี่ย ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานในลักษณะกลุ่มสูงกว่าผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา และพบว่าสิ่งที่ก่อให้เกิดผลในการปฏิบัติมากที่สุดคือ การประชุมผู้ปกครอง ครูและการแจกคู่มือ ในขณะที่โรงเรียนใช้วิธีพิมพ์เอกสารของโรงเรียนน้อยที่สุด และพบว่า การประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิภาพมากที่สุดคือ วิธีการเปิดโรงเรียนให้ชมโดยจัดโครงการเยี่ยมโรงเรียน โดยเชิญให้ ผู้ปกครองเข้ามาชมกิจการของโรงเรียนในรอบปี ในขณะที่วิธีที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด ได้แก่ การตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์และการจัดรถประชาสัมพันธ์

6. สรุป แนวคิดและหลักการที่นำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แนวคิด การปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา จากการสังเคราะห์ได้แนวคิด ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอน 1 การเตรียมการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอน 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์

ขั้นตอน 3 การดำเนินการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอน 4 การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอน 5 การปรับปรุงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพ