

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอາชีพกรุงเทพมหานคร โดยมีสาระสำคัญตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับรูปแบบ
 - 1.1 ความหมายของรูปแบบ
 - 1.2 องค์ประกอบของรูปแบบ
 - 1.3 การพัฒนารูปแบบ
 - 1.4 แนวคิดในการตรวจสอบรูปแบบ
2. แนวคิดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์
 - 2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
 - 2.2 จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์
 - 2.3 ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์
 - 2.4 หลักของการประชาสัมพันธ์
 - 2.5 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์
 - 2.6 กระบวนการในงานประชาสัมพันธ์
 - 2.7 รูปแบบงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
3. หลักสูตรระยะสั้น
4. โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร
5. โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ)
6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ
7. สรุปแนวคิด หลักการที่จะนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

1. แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับรูปแบบ

1.1 ความหมายของรูปแบบ

โทซี และ คาร์นอล (Tosi & Canoll. (1982 : 163) กล่าวว่ารูปแบบเป็นนามธรรมของจริงหรือภาพจำลองของสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่รูปธรรมอย่างง่าย ๆ จนถึงรูปแบบที่มีความสลับซับซ้อนมาก ๆ

สโตนเนอร์ และ วานเคิล (Stoner & Wankel. 1986 : 12) กล่าวว่า รูปแบบเป็นการจำลองความจริงของปรากฏการณ์เพื่อทำให้เราได้เข้าใจความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของปรากฏการณ์นั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น เป็นการสร้างมโนทัศน์ (Conceptualization) เกี่ยวกับชุดของปรากฏการณ์ โดยอาศัยหลักการ (Rationale) ของระบบรูปนัย (Formal system) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการทำให้เกิดความกระจ่างชัดของนิยามความสัมพันธ์และประพจน์ที่เกี่ยวข้อง

พจนานุกรม ลอจแมน (Longman. 1987 : 668) ให้ความหมายคำ “Model” ไว้หลายความหมาย แต่โดยสรุปแล้วจะมี 3 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ 1) หมายถึงสิ่งซึ่งเป็นแบบย่อส่วนของจริง ความหมายนี้ตรงกับภาษาไทยว่า แบบจำลอง เช่น แบบจำลองของเรือดำน้ำเป็นต้น 2) หมายถึงสิ่งของหรือคนก็นำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินการ บางอย่างเช่น ครูแบบอย่าง นักเดินแบบ หรือแม่แบบในการวาดภาพศิลป์ เป็นต้น 3) หมายถึงแบบหรือรุ่นของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์รุ่น 864 X เป็นต้น

บาร์โดและฮาร์ทแมน (สมาน อัสวภูมิ. 2537 : 15 ; อ้างอิงจาก Bardo & Hartman. 1982. Urban Society : A systemic Introduction. p.70) ได้กล่าวถึงรูปแบบในทางสังคมศาสตร์ไว้ว่า เป็นชุดของข้อความเชิงนามธรรมเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เราสนใจ เพื่อใช้ในการนิยามคุณลักษณะและ/หรือบรรยายคุณสมบัติ นั้น ๆ ซึ่งบาร์โดและฮาร์ทแมนอธิบายต่อไปว่ารูปแบบเป็นอะไรบางอย่างที่เราพัฒนาขึ้นมาเพื่อบรรยายคุณลักษณะที่สำคัญของปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ รูปแบบจึงมิใช่การบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดทุกแง่มุม เพราะการทำเช่นนั้นจะทำให้รูปแบบมีความซับซ้อนและยุ่งยากเกินไปในการที่จะทำความเข้าใจ ซึ่งจะทำให้คุณค่าของรูปแบบนั้นค่อยลงไป ส่วนการที่จะระบุว่ารูปแบบหนึ่ง ๆ จะต้องมีรายละเอียดมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสมและรูปแบบนั้น ๆ ควรมีองค์ประกอบอะไรบ้างไม่ได้กำหนดเป็นการตายตัว ทั้งนี้แล้วแต่ปรากฏการณ์แต่ละอย่างและวัตถุประสงค์ของผู้สร้างรูปแบบที่ต้องการจะอธิบายปรากฏการณ์นั้น ๆ อย่างไร

กูด (กรรณิการ์ เจิมเทียนชัย. 2538 : 80 ; อ้างอิงจาก Good. 1973. Dictionary of Education) กล่าวว่ารูปแบบหมายถึง แบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำเป็นตัวอย่างเพื่อเลียนแบบ เป็นแผนภูมิซึ่งเป็นตัวแบบของสิ่งหนึ่ง เป็นหลักการหรือแนวคิด และเป็นชุดของปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

กรรณิกา เจริญเทียนชัย (2538 : 82) กล่าวว่า รูปแบบหมายถึงแบบจำลองอย่างง่ายหรือย่อส่วนของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้เสนอได้ศึกษาและพัฒนาขึ้น เพื่อแสดงหรืออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจง่ายขึ้นหรืออาจใช้ประโยชน์ในการทำนายปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นตลอดจนอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

ศุภลักษณ์ เศษระพานิช (2544 :15) กล่าวว่ารูปแบบหมายถึง แบบจำลองอย่างง่าย ๆ ในเรื่องปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้เสนอได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งและควรแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันด้วย

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงสรุปได้ว่ารูปแบบหมายถึง สิ่งที่แสดงโครงสร้างทางความคิดขององค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับแนวทาง วิธีการและกิจกรรมที่นำมาปฏิบัติเพื่อเป็นการสร้าง ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงปรากฏการณ์ที่สามารถอธิบายคุณลักษณะที่สำคัญที่ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจในโครงสร้างความคิด องค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ของปรากฏการณ์นั้น

1.2 องค์ประกอบของรูปแบบ

นักวิชาการต่าง ๆ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบต่าง ๆ กันไว้ดังนี้

1. องค์ประกอบของรูปแบบเชิงระบบซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนคือ 1) ปัจจัยนำเข้า 2) ผลผลิต 3) กระบวนการ 4) ข้อมูลป้อนกลับจากสภาพแวดล้อม การพิจารณารูปแบบในลักษณะนี้ถือว่าผลผลิตของระบบเกิดจากการที่มีปัจจัยนำเข้าส่งเข้าไปผ่านกระบวนการซึ่งจะจัดกระทำให้เกิดผลผลิตขึ้นและให้ความสนใจกับข้อมูลป้อนกลับจากสภาพแวดล้อมภายนอก (Ivancevich et. al. 1989 : 8)

2. องค์ประกอบของรูปแบบที่ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์หรือสิ่งที่ศึกษานั้น บาร์โดและฮาร์ทแมน (Bardo & Hartman .1982 : 7) ; สมาน อัสวภูมิ (2537 : 20) ; บราวน์ และ โมเบิร์ก (Brown & Moberg. 1980 : 201) ได้สังเคราะห์องค์ประกอบของแบบจำลองพบว่าแบบจำลองส่วนใหญ่ประกอบด้วย

1) สภาพแวดล้อม 2) เทคโนโลยี 3) โครงสร้าง 4) กระบวนการจัดการ 5) การตัดสินใจ สั่งการ

สนานจิตร์ สุคนธ์ทรัพย์ (ม.ป.ป. : 17) กล่าวว่า รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินงาน และการควบคุม

สมาน อัสวภูมิ (2537 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแบบจำลองการบริหารการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่จะประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ 1) การจัดองค์การการบริหารหรือโครงสร้างระบบบริหาร 2) แนวทางดำเนินการ 3) ภาระหน้าที่ที่สำคัญในการบริหารงานขององค์การนั้น เช่น การบริหารงานบุคลากร การบริหารงานการเงิน การบริหารงานวิชาการ เป็นต้น

จินตนา ศักดิ์ภู่อารัม (2545 : บทคัดย่อ) กล่าวไว้ว่า รูปแบบการบริหารโรงเรียนในกำกับของรัฐสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ส่วนนำ เน้นบริบทและความ

เป็นมาของแนวคิด ส่วนที่ 2 รูปแบบการบริหารโรงเรียนในกำกับของรัฐสำหรับประเทศไทย ส่วนที่ 3 แนวทางการนำรูปแบบไปใช้ และส่วนที่ 4 เงื่อนไขและข้อจำกัดของรูปแบบ

วิสุทธิ วิจิตรพัชรภรณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการศึกษาแบบกระจายอำนาจในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานประกอบด้วย 3 ส่วน คือส่วนที่ 1 ความนำประกอบด้วยแนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ และอำนาจหน้าที่ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบของรูปแบบและสาระสำคัญของการกระจายอำนาจหน้าที่ ส่วนที่ 3 ยุทธศาสตร์การดำเนินงานและเงื่อนไขความสำเร็จ

ศิริชัย กาญจนวดี และคณะ (2548 : 8) ได้กล่าวว่ารูปแบบของระบบการบริหารจัดการศึกษาแบบบูรณาการสำหรับเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) ภาพวาดความสำเร็จ 2) การกำหนดโครงสร้าง 3) การบริหารจัดการ 4) การติดตามกำกับ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของรูปแบบขึ้นอยู่กับตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับที่ผู้เสนอกำลังศึกษา อาจขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์ หรือออกแบบแนวคิด ทฤษฎีและหลักการพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบแต่ละรูปแบบนั้น ๆ เป็นหลัก

รูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นที่พัฒนาให้เหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้้นจากการที่ได้ศึกษาแนวคิดของนักวิชาการทางการศึกษาหลายท่านนำมาสังเคราะห์ได้ คือ สิ่งที่สร้างและพัฒนาขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของงานประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจง่ายและเพื่อใช้เป็นแบบหรือแนวทางในการดำเนินงาน นำมาสร้างแบบจำลองและพัฒนาเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์

1.3 การพัฒนารูปแบบ

ในการพัฒนารูปแบบอาจจำแนกการพัฒนารูปแบบได้ดังนี้

1. ความหมายในการพัฒนารูปแบบ

การพัฒนาแบบจำลอง (Model Development) หมายถึง กระบวนการสร้างหรือพัฒนาแบบจำลอง (ดิเรก วรรณเศียร, 2545 : 21 ; รุ่งนภา จิตรโรจน์รักษ์, 2548 : 12)

2. ขั้นตอนของการพัฒนารูปแบบ

บุญชม ศรีสะอาด (2533 : บทคัดย่อ) ; สมาน อัสวภูมิ (2537 : บทคัดย่อ) ; อำนาจ บัวศิริ (2539 : บทคัดย่อ) ; รุ่งนภา จิตรโรจน์รักษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ; สมนึก ทองเอี่ยม (2550 : บทคัดย่อ) สรุปขั้นตอนในการพัฒนารูปแบบประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้ 1) การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง 2) การสร้างหรือพัฒนารูปแบบ 3) การตรวจสอบหรือการทดสอบรูปแบบ 4) การแก้ไขและการพัฒนาให้สมบูรณ์

สมศักดิ์ คลประสิทธิ์ (2539 : 9) ได้สรุปขั้นตอนในการพัฒนารูปแบบ 6 ขั้นตอนคือ

- 1) การกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย
- 2) การวิเคราะห์องค์การและระบบงานและประยุกต์การบริหารคุณภาพแบบมุ่งคุณภาพทั่วทั้งองค์การ
- 3) การออกแบบรูปแบบระบบ
- 4) การตรวจสอบแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ
- 5) การปรับปรุงแก้ไขและพัฒนารูปแบบระบบ
- 6) สรุปและนำเสนอรูปแบบและจัดทำรายงานผลการวิจัย

พูนสุข หิงคานนท์ (2540 : บทคัดย่อ) ได้สรุปขั้นตอนการวิจัยการพัฒนารูปแบบ 5 ขั้นตอนคือ ขั้นที่ 1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ขั้นที่ 2 การศึกษาสภาพและปัญหา ขั้นที่ 3 การสร้างรูปแบบ ขั้นที่ 4 การทดสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของการนำรูปแบบไปใช้ ขั้นที่ 5 การปรับปรุงแก้ไขและพัฒนารูปแบบ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการพัฒนารูปแบบหมายถึง การแก้ไขปรับปรุงองค์ประกอบของรูปแบบที่มีอยู่เดิมให้มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ โดยขั้นตอนในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยของการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครออกเป็น 4 ขั้นตอนประกอบประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบ ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบขั้นตอนที่ 4 การแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาเป็นรูปแบบฉบับสมบูรณ์

3. คุณลักษณะที่ดีของรูปแบบ

จากการสังเคราะห์คุณลักษณะที่ดีของรูปแบบตามแนวคิดของ พูนสุข หิงคานนท์ (2540 : 12) ; รุ่งนภา จิตรโรจนรักษ์ (2548 : 17) สรุปได้ดังนี้

3.1 รูปแบบต้องมีความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้างของตัวแปรที่ศึกษา

3.2 รูปแบบสามารถใช้ในการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้นได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ และหาข้อสนับสนุนด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ได้

3.3 รูปแบบควรอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องที่จะศึกษาได้อย่างชัดเจนแล้วยังใช้เป็นเครื่องมือในการอธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย

3.4 แบบจำลองควรเป็นเครื่องมือในการสร้างความคิดรวบยอด (Concept) ใหม่และการสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรใหม่ ซึ่งเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ในเรื่องที่กำลังศึกษาด้วย

3.5 สอดคล้องกับทฤษฎีของเรื่องที่ทำการศึกษา

1.4 แนวคิดในการตรวจสอบรูปแบบ

แนวคิดของการทดสอบรูปแบบหรือการตรวจสอบรูปแบบที่สังเคราะห์ได้จาก พูนสุข หิงคานนท์ (2540 : 20) ; อุทุมพร จามรมาน (2541 : 32) สามารถสรุปได้ว่าการทดสอบรูปแบบหรือการตรวจสอบรูปแบบมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความเป็น ไปได้ของรูปแบบในการปฏิบัติจริงหรือข้อมูลเชิงประจักษ์โดยวิธีการตรวจสอบมีหลายวิธี เช่น วิธีการตรวจสอบเชิงปริมาณ และการตรวจสอบเชิงคุณลักษณะที่ซึ่งผลของการตรวจสอบนำไปสู่การปฏิบัติหรือการยอมรับรูปแบบและการนำไปสู่การสร้างรูปแบบใหม่หรือการปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบเดิมและสร้างทฤษฎีต่อไป

จากการสังเคราะห์แนวคิดการตรวจสอบรูปแบบเชิงคุณลักษณะของอิสเนอร์ (Eisner, 1976 : 200) ; พูนสุข หิงคานนท์ (2540 : 20) ; อุทุมพร จามรมาน (2541 : 32) ; รุ่งนภา จิตรโรจนรักษ์ (2548 : 37) สรุปได้ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการประเมินที่ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ประเมิน และใช้เครื่องมือในการประเมินรูปแบบโดยให้ความเชื่อถือว่าผู้ทรงคุณวุฒินั้นเที่ยงธรรมและมีคุณพินิจที่ดี ทั้งนี้มาตรฐานและเกณฑ์การพิจารณาต่าง ๆ นั้น จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความชำนาญของผู้ทรงคุณวุฒินั้นเองโดยไม่ได้เน้นผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามรูปแบบการประเมินแบบอิงเป้าหมาย

2. เป็นรูปแบบการประเมินที่เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในเรื่องที่จะประเมินที่ไม่อาจใช้เครื่องมือใด ๆ วัดได้ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้เฉพาะสาขานั้นมาเป็นผู้วินิจฉัยจึงจะทราบและเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

3. เป็นรูปแบบที่ยอมให้มีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานของผู้ทรงคุณวุฒิตามอรรถาธิบายและความถนัดของแต่ละคนนับตั้งแต่การกำหนดประเด็นสำคัญที่พิจารณาการบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการ การเก็บรวบรวม การประมวลผล การวินิจฉัยข้อมูล ตลอดจนวิธีการนำเสนอ

การตรวจสอบโมเดลจากหลักฐานเชิงปริมาณใช้เทคนิคทางสถิติ ซึ่งการตรวจสอบรูปแบบควรตรวจสอบคุณลักษณะ 2 อย่าง คือ อุทุมพร จามรมาน (2541 : 12)

1. การตรวจสอบความมากน้อยของความสัมพันธ์/ความเกี่ยวข้อง/เหตุผลระหว่างตัวแปร
2. การประมาณค่าพารามิเตอร์ของความสัมพันธ์ดังกล่าว ซึ่งการประมาณค่านี้สามารถประมาณข้ามกาลเวลา กลุ่มตัวอย่าง หรือสถานที่ใด (Across, time, samples, sites) หรืออ้างอิงจากกลุ่มตัวอย่างไปหาประชากรก็ได้

การตรวจสอบรูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้นในครั้งนี้นั้นจากการที่ได้ศึกษาแนวคิดของนักวิชาการทางการศึกษาหลายท่านนำมาสังเคราะห์ได้ คือ

1. เป็นรูปแบบการประเมินที่ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเครื่องมือในการประเมิน
2. เป็นรูปแบบการประเมินที่เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

2. แนวคิดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

การศึกษาวัตถุประสงค์ หลักการ และลักษณะงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยนำเสนอเกี่ยวกับ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ หลักของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

“ การประชาสัมพันธ์ ” มาจากภาษาอังกฤษว่า Public Relations โดย Public นั้นหมายถึง สาธารณชนหรือประชาชน ส่วน Relations นั้น หมายถึงการสัมพันธ์ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2540 : 7)

เรื่องของการให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์นั้น จากการประมวลความหมายที่ นักวิชาการนักการศึกษาและนักประชาสัมพันธ์ของไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายไว้หลาย กันตัวอย่างเช่น

คัทลิป และ เซ็นเตอร์ (Cutlip & Center. 1978 : 4) ผู้มีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของ ประชาชนโดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทาง

มาร์ตัน (Marston. 1979 : 3) นักวิชาการชาวอเมริกันให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อ กลุ่มประชาชนที่สำคัญ

เวปสเตอร์ นิว คอเลจเกียรติ (Webster's New Collegiate. 1977 : 124) ได้ให้คำอธิบาย ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ในพจนานุกรมว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบต่อบุคคลหรือ สถาบันนั้น

เสรี วงษ์มณฑา (2540 :1) ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง การกระทำ ทั้งหลายทั้งปวงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและ สาธารณะที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือเป็นอย่างดี

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 5) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า วิธีการของ สถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับ กลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้การสนับสนุน

ร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมตามความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญด้วย

เรื่องกิตติ์ เหลืองสกุลทอง (2542 : 8) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่าเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good relationship) ระหว่างองค์การ สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้ความนิยมนิยมเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือ ตลอดจนสนับสนุนหน่วยงาน

วิมลพรรณม์ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี (2543 : 4) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชน เป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ บรรลุเป้าหมาย

กรรณิการ์ อิศวครเดชา (2544 : 2) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง งานด้านการจัดการที่มีลักษณะเป็นการวางแผนล่วงหน้าและต่อเนื่องที่สถาบันของรัฐหรือเอกชนที่สร้างขึ้นเพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องหรืออาจเกี่ยวข้องมีความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจและสนับสนุนสถาบันเหล่านั้น โดยการประเมินค่าประชาคมติเกี่ยวกับสถาบันนั้น เพื่อที่จะปรับปรุงนโยบายและวิธีการของสถาบันนั้น ๆ ให้เกิดความร่วมมือที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันโดยการให้ข่าวสารที่กว้างขวางและมีการวางแผนล่วงหน้า

ปิณิดา พุ่มแย้ม (2544 : 11) ได้สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง การติดต่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การสถาบันนั้น ๆ ด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดทัศนคติ ภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ สถาบันเกิดการยอมรับและให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นผลให้การดำเนินงานขององค์การ สถาบัน บรรลุวัตถุประสงค์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546 : 5) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

จากความหมายของนักประชาสัมพันธ์ที่ได้ประมวลมาข้างต้นสรุปได้ว่า ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การ สถาบัน หรือบุคคลขององค์การด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดความเข้าใจรวมทั้งสร้างทัศนคติภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ สถาบันให้เกิดการยอมรับได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือซึ่งจะเป็นผลให้องค์การ หน่วยงาน หรือสถาบันมีการดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ย่อมมีวัตถุประสงค์ มีนักวิชาการได้เสนอวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

วิจิตร อวาทกุล (2541 : 47) ได้สรุปถึงจุดมุ่งหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ
3. เพื่อป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน
4. เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลาย
5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน

หุ้นส่วน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

6. เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ เชื่อถือได้จากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่พนักงานและประชาชน

จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 18 – 20) ได้สรุปจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของหน่วยงาน ไปสู่ประชาชน
2. เพื่อเผยแพร่คุณงามความดีของหน่วยงาน
3. เพื่อชี้แจงข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง
4. เพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดกับหน่วยงาน
5. เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด หรือการขัดแย้งตามมา
6. เพื่อแก้ไข ลบล้างการเข้าใจผิด
7. เพื่อให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน
8. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง
9. เพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียง เกียรติคุณ ให้คงอยู่ต่อไป
10. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และป้องกันชื่อเสียงของหน่วยงาน
11. เพื่อสร้างความรักใคร่ สามัคคีกัน
12. เพื่อกระตุ้นและเรียกร้องความสนใจของกลุ่มบุคคล
13. เพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับการดำเนินงานของหน่วยงานเพื่อตรวจสอบประชมติ ค้นหาข้อบกพร่องและความต้องการของประชาชน
14. เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดี ความเป็นมิตรระหว่างหน่วยงานกับบุคลากร ประชาชนทั้งภายนอกและภายใน

15. เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น เรียบร้อยและบรรลุเป้าหมาย

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 8) ได้เสนอวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่ชี้แจง สร้างความนิยม และให้สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสาธารณชนนั้นจะต้องประกอบด้วยประชาชนที่เป็นสมาชิกองค์กรและประชาชนนอกองค์กร

2. เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์กรเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม เป็นการกระทำดี และสร้างความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม

3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน เช่น การเสนอร่างกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่าง ๆ ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ความเข้าใจก็ย่อมได้รับความร่วมมือและสนับสนุน ฉะนั้นการตรวจสอบและประเมินผลความคิดเห็นหรือประชามติของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งจะนำมาสู่ภาพพจน์ขององค์กรในที่สุด

แซม (Sam, 1975 : 18 – 20) มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นหมู่ประชาชน
2. เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน
3. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีของบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงาน

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายคือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงาน ระหว่างสถาบันที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานให้เกิดความรู้ ความเข้าใจจนเกิดเป็นความนิยม เชื่อถือ ศรัทธา และเกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้น ๆ

2.3 ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันแพร่หลายไปสู่ในทุกวงการของทุกสาขาอาชีพ มีการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัย มีความเหมาะสมแก่ผู้รับมากขึ้น โดยมุ่งหวังผลดีต่อองค์กรหรือหน่วยงานในทุกระดับ ช่วยให้เป้าหมายของงานบรรลุผลสำเร็จภายใต้การยอมรับของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทุกกลุ่มมีนักวิชาการได้เสนอลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ดังนี้

ลักษณะ สตะวาทิน (2542 : 14) ได้สรุปลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง (Two – way communication) คือเป็นการเผยแพร่ข่าวสารและความคิดเห็นจากองค์กรไปสู่ประชาชนและรับฟังความคิดเห็นและ

ประชมติจากประชาชนที่สะท้อนกลับมา เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานให้เกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย คือ ทั้งองค์กรและประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

2. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ โดยตั้งอยู่บนหลักของความเป็นจริงเพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตามโดยสมัครใจ

3. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องกัน หวังผลระยะยาว เพื่อให้ประชาชนเกิดความศรัทธาและให้ความไว้วางใจแก่องค์กรตลอดไป ซึ่งจะทำให้องค์กรดำเนินการอยู่ได้

4. การประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบมีการวางแผนก่อนการดำเนินงาน และมีการประเมินผลหลังจากการดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านั้นบรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

โสรักดา วงศ์รัก (2547 : 35 – 36) มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ได้มีการแข่งขันกันสูงขึ้น งานประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่หลากหลายแต่มีแนวทางการจัดและปฏิบัติที่อาจจำแนกได้ 5 ลักษณะดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการเผยแพร่หรือเปิดเผยความจริง เพื่อแสดงความจริงใจหรือความสุจริตใจ สร้างความเชื่อและความศรัทธาให้เกิดขึ้นกับประชาชน

2. การดำเนินการประชาสัมพันธ์มีลักษณะเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีของหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจร่วมกัน และเป็นความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประชาชนกับประชาชนกับประชาชนกับประชาชน

3. การประชาสัมพันธ์มีลักษณะช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดี ช่วยให้เกิดการกระทำหรือการแสดงออกของความร่วมมือที่ดี รวมทั้งกิจกรรมรยาท ไมตรีจิต ความเอื้อเฟื้อ ความเคารพนับถือ ความมีเกียรติและให้เกียรติซึ่งกันและกันในสังคม

4. การประชาสัมพันธ์มีลักษณะต้องคอยประสานและรักษาประโยชน์ของทุกฝ่ายบนหลักการและความถูกต้องบริสุทธิ์ยุติธรรม

5. การประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่ต้องให้ประชาชนได้รับทราบข้อเท็จจริงซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องควบคุมดำเนินการรายงานให้ประชาชนได้ทราบตลอดเวลา และจะต้องรับฟังความคิดเห็นและท่าทีของประชาชนด้วย

จากการศึกษาลักษณะของงานประชาสัมพันธ์สรุปได้ว่า ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่สื่อสารเพื่อโน้มน้าว และความเป็นไปสุประชาชนสามารถดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและมีระบบให้เกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย สามารถเปิดเผยข่าวสารที่เป็นจริงให้ประชาชนได้ทราบข้อเท็จจริงและสามารถฟังความคิดเห็นของประชาชน การประชาสัมพันธ์ยังสามารถป้องกัน

ความเข้าใจผิดต่อสถาบัน นอกจากนี้การสำรวจมติประชาชน ความนึกคิดของประชาชนจะต้องทราบที่ประชาชนต้องการอะไร ตลอดจนท่าทีต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบัน เพื่อองค์กรจะสามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึคนึกคิดและความต้องการของประชาชน

2.4 หลักของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนและสถาบัน โดยมีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน องค์กร จากการศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ ประมวลได้ดังนี้

นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์พันธ์ (2539 : 43 - 45) เสนอแนะหลักการที่สำคัญของการทำงานประชาสัมพันธ์มี 3 ประการคือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร
2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดของประชาชน
3. การสำรวจมติจากประชาชน

วิจิตร อวาทกุล (2541 : 192 - 193) เสนอแนะถึงหลักการทั่วไปในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ควรยึดหลักการดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของความถูกต้องทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบและจริงจังด้วยกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน อย่าโกหก หลอกลวง หลอกล่อ ปลอมปน ฉ้อฉล ฯลฯ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อความสมัคสมานสามัคคี ราบรื่น รักใคร่ ร่วมมือ ร่วมใจประสานสัมพันธ์กันของบุคลากรและมีประชาชนส่วนใหญ่เป็นเป้าหมาย
3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ รสนิยมดี ไม่หยาบคาย ไม่ยกตนข่มท่านหรือทับถมผู้อื่น หรือให้ร้ายป้ายสี หรือด้วยกลโกง
4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติหรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้ภาพและแผนภูมิช่วยประกอบการอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย น่าสนใจ
5. อย่าประชาสัมพันธ์ครั้งละหลายเรื่อง หลายแนวความคิด จะเกิดความสับสน ควรเสนอเรื่องเดียว ความคิดเดียวในแต่ละช่วง แต่ละตอน แต่ละครั้ง
6. เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เฉพาะระดับที่ต้องการ

ลักษณะ สตะวาทีน (2542 : 89 - 93) ได้เสนอแนวคิดหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. สถาบันจะต้องคำนึงถึงความรู้สึกรักของประชาชนการกระทำใด ๆ ก็ตาม องค์การจะต้องคำนึง ถึงความพอใจหรือไม่พอใจของประชาชนเสมอ
2. ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นต้องยึดหลักการสื่อสารสองทาง
3. ไม่มุ่งแต่ผลประโยชน์ขององค์การแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งองค์การจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม
4. การให้ข่าวกับประชาชนนั้น ข่าวสารจะต้องมีเหตุมีผลเพื่อให้ประชาชนได้ใช้ความรู้และความคิดในการช่วยตัดสินใจว่าจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย
5. การรายงานข่าวสารต่าง ๆ จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง และมีความจริงใจในการประพฤติปฏิบัติต่อประชาชน ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจ มีความรู้และเข้าใจองค์การอย่างถูกต้อง

ปีเมย์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2542 : 14 ; อ้างอิงจาก Bemays, 1985, Public Relation.) กล่าวถึงหลักการเชิงทฤษฎีของการประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ประการได้แก่

1. การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบและเข้าใจ
2. การชักชวน โน้มน้าวใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมและเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการซึ่งดำเนินงานของสถาบัน
3. การประสานความคิดของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจจุดหมายหรือวัตถุประสงค์หรือวิธีดำเนินการ

โสรัฎฐดา วงศ์รัก (2547 : 38 - 40) เสนอแนะให้ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงานหรือองค์กร โดยได้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์และนโยบายของการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานหรือองค์กรนั้นเป็นสำคัญ มีการดำเนินการให้มีความประสานสัมพันธ์และต้องยึดถือหลักการของการประชาสัมพันธ์ทั่วไปดังนี้

1. มีการวางแผนการด้านการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงานด้านอื่นๆ เพื่อให้ได้รูปแบบหรือวิธีการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลของกิจกรรมหรืองานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วถึงแก่ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งผลของการติดต่อสื่อสารหรือสร้างสายสัมพันธ์กันในการทำธุรกิจและการติดต่อในงานต่อไป
2. จัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานรับผิดชอบเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนที่วางไว้เรียบร้อย และเป็นลำดับขั้นตอนจนบรรลุผล

สำเร็จตามที่ได้กำหนดตลอดจนการประชาสัมพันธ์จะได้ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สามารถติดตามผลหรือประสานงานกับบุคคลหรือฝ่ายงานอื่น ๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย

3. ต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายในองค์กร
4. ศึกษาและสำรวจประชามติอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอในทุกโครงการงาน
5. มีความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
6. มีความตื่นตัวและความพร้อมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
7. ดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงทั้งภายในรวมทั้งภายนอกองค์กร

และหน่วยงาน

8. ความทันสมัยทันเหตุการณ์ของงานประชาสัมพันธ์
9. ใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ทั้งในแง่ที่เป็นศาสตร์และศิลป์
10. ผลของการประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าส่วนบุคคล

จากการศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญ คือ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารของหน่วยงานให้ประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกหน่วยงานทราบ เข้าใจ รวมถึงเป็นการชักชวนโน้มน้าวจิตใจของประชาชนในชุมชนและบุคคลที่เกี่ยวข้องให้เข้ามามีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของสถาบันและประสานความคิดของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจจุดหมายหรือวัตถุประสงค์หรือวิธีดำเนินการของหน่วยงานเพื่อสนับสนุนงานอื่น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.5 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาลำดับขั้นดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ประมวลขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้ จุฑามาศ กิจเจริญ (2539 : 75 - 76) ; จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 63 - 78) ; กรรณิการ์ อัสวครเดชา (2544 : 5 - 6) ; เฟรดเดอริค (Friederich, 1975 : 7 - 14) ; พรทิพย์ วรกิจโกคาทร และคณะ (2544 : 92) สรุปได้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาหาข้อมูลหรือการวิจัย (Fact - finding / research) เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ กับกลุ่มประชากรเป้าหมายที่หน่วยงานจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย เป็นการหยั่งความคิด ทัศนคติและปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ และนโยบายของสถาบันและประเมินค่าเพื่อหาความจริงว่า อะไรคือปัญหาของเราที่แท้จริง

2. การวางแผน (Planning) เป็นกระบวนการใช้ความรู้ทางวิชาการอย่างมีวิจารณญาณ วิจัยเหตุการณ์ในอนาคต แล้วกำหนดวิธีการอย่างเหตุผลและความถูกต้อง เป็นการนำทัศนคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ มาวางนโยบายของสถาบันจะได้แผนงานที่ได้ประโยชน์ทุกฝ่าย

3. การปฏิบัติหรือการติดต่อสื่อสาร (Action / communication) เป็นการนำแผนที่วางไว้มาสู่การปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ และเกี่ยวข้องกับการอธิบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบหรือผู้ที่เราต้องการสนับสนุนว่าเราทำสิ่งต่าง ๆ ไปทำไม

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อวินิจฉัยตัดสินคุณค่าของแผนหรือ โครงการงานประชาสัมพันธ์ เพื่อดูว่างานที่ทำได้ผลเพียงใด และเป็นไปอย่างไรบ้าง

กระทรวงศึกษาธิการ (2546 : 71 - 72) ได้เสนอแนวทางในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ไว้ในหนังสือคู่มือการบริหารการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นนิติบุคคล โดยจัดไว้ในงานบริหารทั่วไปดังนี้

1. ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงานของสถานศึกษารวมทั้งความต้องการในการได้รับข่าวสารข้อมูลทางการศึกษาของชุมชน

2. วางแผนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาโดยการมีส่วนร่วมของบุคคล ชุมชน องค์กร สถาบันและสื่อมวลชนในท้องถิ่น

3. จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์

4. พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบในด้านงานประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้และความสามารถในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผลงานของสถานศึกษา

5. สร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์

6. ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงานที่ได้รับ หลังจากการประเมินผลและนำไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขพัฒนาให้เหมาะสมต่อไป

โสรัฎฐดา วงศ์รัก (2547 : 47 - 54) ได้สรุปลำดับขั้นตอนเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย

2. การวางแผนการประชาสัมพันธ์

3. การเลือกสื่อการประชาสัมพันธ์

4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

5. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ไซมอน (Simon, 1984 : 109 - 110) ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ

1. ประชามติ
2. การวิจัย
3. การวางแผนและกำหนดโครงการ
4. การสื่อสาร
5. การวัด การประเมินผล และการรายงานผล

จากการวิเคราะห์การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ที่ได้ประมวลมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกัน สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์มีกระบวนการดำเนินงาน 5 ขั้นตอนใหญ่ ได้แก่ ขั้นที่ 1 การประชามติเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ กับกลุ่มประชากร เป้าหมายที่หน่วยงานจะทำการประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 2 การวิจัยวางแผนประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 3 การวางกำหนดสื่อและโครงการงานประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 5 การประเมินผลและรายงานผลงานประชาสัมพันธ์

2.6 กระบวนการในงานประชาสัมพันธ์

ทุกหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ เอกชนย่อมจะต้องมีหน้าที่ในการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐและนโยบายของตนเองเพื่อให้หน่วยงานหรือองค์กรดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่กำหนดไว้ โรงเรียนก็เป็นหน่วยงานที่ต้องดำเนินการเช่นเดียวกัน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่มีกระบวนการคล้ายกับการบริหารงานทั่วไปเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานได้กำหนดไว้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามกระบวนการจึงมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการแสวงหาข้อมูลและสำรวจกลุ่มเป้าหมาย

การแสวงหาข้อมูล เป็นการสำรวจค้นคว้าเพื่อค้นหาปัญหาต่างๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้เรารู้และเข้าใจปัญหาต่าง ๆ ทั้งยังทำให้ทราบความคิดเห็น ท่าทีและความรู้สึกตลอดจนข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับประชาชนอีกด้วย ควรมีการเก็บข้อมูลให้กว้างขวางและมากพอ โดยมีการสำรวจอย่างสม่ำเสมอตั้งนั้น เพื่อให้ทราบความคิดเห็น ท่าที ความรู้สึก ตลอดจนปัญหาและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประชาชนและผู้เกี่ยวข้องกับโรงเรียนซึ่งนักการศึกษาได้สรุปความหมายของการค้นหาข้อมูลไว้ว่า การแสวงหาข้อมูลเป็นขั้นการสำรวจและกำหนดปัญหา (Defining The Problem / Fact Finding) เป็นการประมวลข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันหรือ หน่วยงาน ทั้งในแง่ความรู้ ความคิดเห็น ทักษะ และพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันซึ่งอาจพบได้โดยการศึกษาและแสวงหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่จากการติดตามข่าวทางสื่อมวลชน และการวิจัยเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อองค์กร (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. 2543 : 13 ;

พรสวรรค์ ตั้งแต่ตจว. 2548 : 21) นอกจากนี้ด้านการแสวงหาข้อมูลยังได้แบ่งเป็นประเภทของข้อมูล ในการรวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ทักษะในการประชาสัมพันธ์ และกลุ่มประชาชน สำหรับการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1.1 ประเภทของข้อมูลที่เป็นต่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับวิชาชีพและวงการประชาสัมพันธ์ อาจเป็นข้อมูลเอกสาร หรือข้อมูลด้านบุคคลที่ได้จากการประชุมสัมมนาและพูดคุยทั่วไป ข้อมูลเหล่านี้ได้แก่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการหรือแนวทฤษฎีของการประชาสัมพันธ์ซึ่งมักจะพบได้จากบทความทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และรายงานการวิจัยทางวิชาการเป็นต้น 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการนำหลักทฤษฎีมาประยุกต์กับการปฏิบัติงานจริงในสังคมไทย ซึ่งค้นหาได้จากการรายงานการวิจัยประเภทกรณีศึกษา การประชุมทางวิชาการ การสัมมนา เป็นต้น 3) ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ทางด้านกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวงการวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการกับนักประชาสัมพันธ์ นักโฆษณา นักหนังสือพิมพ์ สื่อมวลชน นักธุรกิจและผู้บริหาร

1.1.2 ข้อมูลทั่วไป คือ ข้อมูลและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประชาชนและท้องถิ่นในแ่งมต่าง ๆ จึงน่าจะนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการสื่อสาร ทักษะทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนวัฒนธรรม ปัญหาอุบัติภัยทางธรรมชาติทั้งหลาย ความต้องการทางด้านสาธารณสุขของชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น

1.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การซึ่งเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการติดตาม รวบรวมข้อมูลมาจัดเก็บไว้ให้เป็นระบบ ซึ่งแหล่งข้อมูลประเภทนี้ได้มาจากเอกสารภายในองค์การ เช่น รายงานการประชุม เอกสารประกอบการประชุม ระเบียบหรือข้อบังคับ วารสารภายในหนังสือเวียน หรือจากบุคคลเป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้ได้แก่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดองค์การ โดยสร้างการบริหารงานบุคคลดีเด่นระดับต่าง ๆ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร เพราะเหตุใด 3) ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในองค์การ รวมทั้งเป้าหมายต่าง ๆ ที่ตั้งเอาไว้เป็นอย่างไร และบริการใหม่ ๆ คืออะไร จึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องจัดระบบติดตามให้ทั่วถึงและทันสมัยตลอดเวลาด้วย 4) ข้อมูลเกี่ยวกับภาพพจน์ขององค์การ ซึ่งอาจจำแนกเป็นภาพพจน์ในสายตาประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไป 5) ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การทุกแห่งทุกมุม ซึ่งเผยแพร่โดยสื่อมวลชนต่าง ๆ

1.2 การรวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการรวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นงานที่เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมโยงระหว่างองค์การกับประชาชนนั้น เทคนิคในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลสามารถกระทำได้ 2 วิธีดังนี้คือ

1.2.1 การสำรวจข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารหรือบุคคลที่พอจะหาได้ด้วยเวลาเหมาะสมรวดเร็ว และประหยัดงบประมาณแต่ข้อมูลที่ได้อาจขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ของผู้ทำการสำรวจ เป็นเรื่องสำคัญถ้าผู้สำรวจมีความรู้ และความเข้าใจดี ข้อมูลก็มักจะถูกต้องมีคุณภาพ แต่ถ้าผู้สำรวจมีความรู้ ความเข้าใจน้อยมีความลำเอียง มีการตัดสินใจผิด ข้อมูลนั้นอาจไม่ดีเท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ตามวิธีนี้ก็เป็นที่นิยมใช้กันมากในกลุ่มนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจแบ่งเป็นหลายวิธีการดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูลจากภายในองค์กรและภายนอก 2) การรับฟังคำติชมอาจได้ข้อมูลจาก จดหมาย โทรศัพท์ หรือจากบุคคลที่ปฏิบัติงานหรือมารับบริการโดยตรง 3) การรวบรวมความคิดเห็นของสื่อมวลชนทุกประเภท เช่น การตัดข่าว การรายงานข่าวในสื่อต่าง ๆ เป็นต้น 4) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยการจัดการสัมมนาเพื่ออภิปรายหรืออาจสนทนากับผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องที่เป็นปัญหา หรือพูดคุยเป็นส่วนตัวกับกลุ่มเป้าหมาย

1.2.2 การสำรวจข้อมูลอย่างเป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและบุคคลต่าง ๆ ที่มีการดำเนินงานอย่างรอบคอบ มีการวางแผนและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและที่สำคัญคือ การใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์ หรือการวิจัยมาช่วยในการเก็บข้อมูล

1.3 ทักษะในการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ การประเมินและสร้างประชามติที่เป็นผลดีต่อองค์การ แต่สิ่งสำคัญที่เป็นพื้นฐานของการก่อรูปประชามติ คือทัศนคติ (Attitude) ของบุคคลในแต่ละคน ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะอยู่ในสภาพใดก็ตาม หรือกล่าวได้ว่าประชามตินั้นพัฒนามาจากทัศนคติของบุคคลที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มประชาชน และแสดงออกต่อประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่ง ทัศนคติของบุคคลนั้นจะมีความจำเป็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับความสำคัญของประชามติ

อัลลพอร์ต (Allport, 1935 : 810) ศาสตราจารย์ทางด้านจิตวิทยาสังคมชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงเด่นมากผู้หนึ่งกล่าวว่า ทัศนคติหมายถึง สภาพความพร้อมทางจิตซึ่งเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์ ซึ่งสภาพความพร้อมทางจิตจะเป็นตัวกำหนดการตอบสนองของบุคคลแต่ละคนที่มีต่อวัตถุ สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

เดวิด และ ครัทซ์ฟิลด์ (David & Crutchfield) 1948 : 152) อธิบายในเรื่องทัศนคติ คือผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดการจูงใจ เกิดอารมณ์ เกิดการยอมรับและเกิดการหยั่งรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการส่วนหนึ่งของประสบการณ์บุคคล

แลมเบิร์ต และ แลมเบิร์ต (Lambert & Lambert. 1967 : 2) ได้อธิบายไว้ว่า ทัศนคติ คือ ระบบประสาทและจิตใจ ที่มีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเกิดจากการจัดระบบทางความคิด ความรู้สึก และปฏิกิริยาต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีปัญหาต่อสังคม หรือเหตุการณ์ในสภาพแวดล้อมหนึ่ง

โดยสรุป ทัศนคติคือ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ แนวโน้มหรือจิตใจที่มีความโน้มเอียงในการที่จะมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสภาพแวดล้อมในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

1.4 กลุ่มประชาชนสำหรับการประชาสัมพันธ์

มนุษย์มีการติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอด้วยวิธีการหรือรูปแบบต่าง ๆ ได้มีนักวิชาการจัดกลุ่มประชาชนสำหรับการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 87) ; วิรัช ลภีรัตนกุล (2546 : 117) ได้สรุปเรื่องกลุ่มประชาชนสำหรับการประชาสัมพันธ์ไว้สองกลุ่มคือ

1.4.1 กลุ่มประชาชนภายใน (Internal public) คือบุคลากรขององค์กรหรือหน่วยงาน ตั้งแต่ระดับผู้บริหารระดับสูง ระดับรองลงมา พนักงาน หรือคนงาน ทั้งในหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มประชาชนภายในเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี จะต้องคำนึงถึงจิตวิทยา มนุษย์สัมพันธ์ ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ความต้องการมั่นคงปลอดภัย การยอมรับของสังคม เกียรติยศชื่อเสียง และอุดมการณ์แห่งมนุษยชาติเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ ในส่วนนี้มีอุปสรรคน้อยที่สุดวิธีสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายใน ได้แก่ 1) การประกาศเสียงตามสาย 2) ออกกฏ ระเบียบ และข้อบังคับให้ปฏิบัติตาม 3) แจกเอกสารทำความเข้าใจ 4) แจกคู่มือการปฏิบัติงาน 5) ออกวารสารภายในองค์กร 6) ประชุม 7) จัดกิจกรรมอภิปราย ปาฐกถา หรือบรรยายพิเศษ 8) จัดนิทรรศการ 9) จัดงานสังสรรค์ตามวาระโอกาส 10) การจัดกิจกรรมร่วมกันเป็นประจำหรือตามประเพณี

1.4.2 กลุ่มประชาชนภายนอก (External public) หรือบุคคลที่อยู่นอกองค์กรหรือหน่วยงาน แต่อาจมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายในทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ญาติพี่น้อง สามี ภรรยาของบุคลากรภายในองค์กรนั้น และอาจเป็นประชาชนที่อยู่ใกล้กับองค์กรนั้นหรือประชาชนทั่วไป โดยทั่วไปเมื่อมีข่าวสารเกิดขึ้นภายในองค์กรย่อมต้องแพร่ไปยังบุคคลเหล่านี้ได้และเป็นไปอย่างรวดเร็ว

การสร้างสายสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนภายนอกจึงมีความสำคัญในแง่ที่จะเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ชื่อเสียง และความนิยมชมชอบ ตลอดจนการได้รับการสนับสนุนให้แก่องค์กรได้ วิธีสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายนอกได้แก่ 1) ลงข่าวและภาพเกี่ยวกับองค์กรในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือวารสาร 2) ออกข่าวหรือภาพที่เกี่ยวกับองค์กรทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ 3) ให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อมวลชน 4) จัดกิจกรรมสาธารณประโยชน์ 5) สำรวจความคิดเห็นของประชาชนหรือประชามติ 6) สนับสนุนรายการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน เช่น ดนตรี การศึกษา แนะนำในอาชีพ ยกย่องคนดี ให้ทุนการศึกษา เป็นต้น

สรุปได้ว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลและสำรวจกลุ่มเป้าหมาย นั้นเริ่มจากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพ สำรวจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรเพื่อทราบ ทาที่ ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ แนวโน้มหรือจิตใจที่มีความโน้มเอียงในการที่จะมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสภาพแวดล้อมในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ กลุ่มเป้าหมายที่ทำการสำรวจคือ กลุ่มประชาชนภายใน (Internal public) และกลุ่มประชาชนภายนอก (External public)

2. ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโษยิต (2537 : 245 - 349) กล่าวถึงการวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยมีการระบุกิจกรรมพร้อมทั้งกำหนดเวลาและรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม การวางแผนเป็นขั้นตอนที่ 2 และเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย

การวางแผน (Plan) คือ การกำหนดแนวทางและกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการนำเอาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ แล้วตัดสินใจว่าอะไรที่ควรแก้ไข อะไรเป็นสิ่งที่ควรกระทำต่อไป ซึ่งมีกิจกรรมพร้อมทั้งกำหนดเวลาและรายละเอียดอื่นที่เหมาะสมในขั้นตอนการวางแผนงานการประชาสัมพันธ์ แบ่งได้ 7 ขั้นตอนดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรที่กำลังประสบอยู่ จะทำให้เข้าใจสภาพความเป็นจริงชัดเจนขึ้น

2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เมื่อได้วิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ขององค์กรแล้วก็จะได้ประเด็นของปัญหาที่ควรจะนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์ที่จะวางแผนดำเนินงานต่อไป

2.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มบุคคลที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้ได้รับข่าวสารเพื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ไว้ ในบางกรณีอาจมีกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองของโครงการ

2.4 การกำหนดกิจกรรมและสื่อ คือ การกำหนดกระบวนการสื่อสารที่จะใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด การเลือกใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมในการที่จะทำ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตามที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ

2.5 การกำหนดงบประมาณ คือ การประมาณการรายจ่ายของโครงการประชาสัมพันธ์ ซึ่งกำหนด 2 ลักษณะคือ

2.5.1 การจัดทำงบประมาณตามรายจ่ายของกิจกรรมต่าง ๆ

2.5.2 การจัดทำงบประมาณตามประเภทของรายจ่ายโดยระบุงบประมาณของกิจกรรม

2.6 จัดทำแผนปฏิบัติงาน เป็นการประมวลความคิดทั้งหมดจากขั้นตอน 1 – 5 มาประมวลเป็นรายละเอียดที่มองเห็นได้ชัด เป็นรายละเอียดของการทำงานทำได้ 2 ลักษณะคือ แผนปฏิบัติงานที่เป็นข้อความและแผนปฏิบัติงานที่เป็นตารางเวลา

2.7 การนำแผนไปใช้และประเมินผล หลังจากแผนประชาสัมพันธ์ได้ผ่านการพิจารณาแล้ว ก็ถึงขั้นตอนการนำไปใช้ตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานและตามงบประมาณที่ได้รับให้ดำเนินการแล้วจะต้องมีการติดตามตรวจสอบหรือประเมินผลหลาย ๆ ด้านเช่น สื่อหรือเทคนิค กิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้เหมาะสมหรือไม่อย่างไร สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ สามารถถึงกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงไร กลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติอย่างไร ปริมาณงบประมาณและกำลังคนทีวางไว้เหมาะสมมากน้อยเพียงไร กำหนดเวลาที่จัดให้มีกิจกรรมนั้นเหมาะสมหรือไม่ คำตอบทั้งหมดนี้จะแสดงว่าแผนการประชาสัมพันธ์นี้ดีหรือไม่อย่างไร

กล่าวโดยสรุปคือ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ เป็นการกำหนดแนวทางวิธีการปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมีการกำหนดกิจกรรม วิธีการระยะเวลาและขั้นตอนต่าง ๆ ที่เหมาะสมเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอนคือการวิเคราะห์สถานการณ์ของหน่วยงาน การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกิจกรรมและสื่อ การกำหนดงบประมาณ การจัดทำแผนปฏิบัติงาน และการนำแผนไปใช้และประเมินผล

3. ด้านการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในกระบวนการประชาสัมพันธ์ สื่อจึงเป็นช่องทางให้ผู้ส่งข้อมูลข่าวสารไปถึงผู้รับสื่อ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ จึงต้องใช้สื่ออย่างหลากหลาย มีนักวิชาการหลายท่านให้แนวคิดดังนี้

เกษม จันทรน้อย (2537 : 48) กล่าวว่า iva ตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการเลือกสื่อั้นมีเพียง 5 อย่างเท่านั้นคือ งบประมาณ ประเภทข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย ความพร้อมของบุคลากร รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์

สุรพล เวียงนนท์ (2539 : 13) ได้แบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ในประเภทต่าง ๆ ดังนี้คือ 1) สื่อประเภทบุคคล (Personal media) หมายถึง สื่อคำพูดและบุคคลิกด้วย 2) สื่อประเภทของกิจกรรม (Activity media) หมายถึง กิจกรรมพิเศษเนื่องในโอกาสต่าง ๆ 3) สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (Printed media) หมายถึง เอกสาร แผ่นพับ โบปปลิว โปสเตอร์ 4) สื่อประเภทสื่อสารมวลชน (Mass media) หมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร 5) สื่อประเภทโสตทัศน (Audio-visual media) หมายถึง กล้อง สไลด์ หรือเครื่องฉายข้ามศีรษะ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540 : 48) ได้ให้ความหมายว่า สื่อประชาสัมพันธ์ คือตัวกลางหรือพาหนะที่นำข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปให้ประชาชนรับทราบ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เกิดความนิยมและมีภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงาน

ลักษณะ สตะเวทิน (2542 : 105) ได้แบ่งสื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้คือ 1) สื่อควบคุม คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเอง เช่น สิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพและเสียง รวมทั้งการจัดเหตุการณ์พิเศษ 2) สื่อมวลชน คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่แก่ประชาชนมาก

ภัทริยา สุมะโน (2542 : 106) ได้กล่าวถึง สื่อที่ใช้เผยแพร่แก่ประชาชนจำนวนมาก คือ 1) สื่อบุคคล (Personal media) ได้แก่ การพูดคุย การติดต่อทางโทรศัพท์ การหาเสียง เลือกลง รวมทั้งเรื่องการประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ หอกระจายข่าว เป็นต้น 2) สื่อมวลชน (Mass media) คือ สื่อจำพวก สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ และสื่อจำพวกสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โทรสาร 3) สื่ออนาคต (Information technology media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต อีเมลล์ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และมัลติมีเดีย 4) สื่อระดม (Miscellaneous media) ได้แก่ นิทรรศการ สื่อพื้นบ้าน จัดกิจกรรมต่าง ๆ

ประไพพรรณ เวชรักษ์ (2542 : 16) ได้กล่าวถึงเครื่องมือที่ใช้ประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร ควรเลือกใช้ สื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับข่าวสาร และงบประมาณสำหรับการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม เป็นต้น

กรรณิการ์ อัสวครเดชา (2544 : 283) ได้แบ่งสื่อการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 5 ประเภท คือ สื่อซื้อ สื่อผลิต สื่อที่ได้เปล่า สื่อกิจกรรม เป็นต้น

การเลือกสื่อที่ดีที่สุดคือ การใช้สื่อแบบผสมเป็นการใช้สื่อหลายสื่อร่วมกันจึงจะเกิดผลสำเร็จในการประชาสัมพันธ์

3.1 การประชาสัมพันธ์ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอก

ทองคุณ หงส์พันธ์ (2542 : 37) ได้กล่าวถึง การเลือกใช้สื่อและวิธีการตามประเภทของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

3.1.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรภายในหน่วยงาน อาจทำหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มบุคคลตัวอย่างเช่น 1) การประชุมได้แก่ การประชุมย่อย การประชุมประจำ การประชุมพิเศษ 2) จดหมายข่าว ได้แก่ ข่าวความเคลื่อนไหวอาจจะออกรายเดือน รายวัน รายสัปดาห์ 3) ป้ายนิเทศ ได้แก่ การจัดกิจกรรม ดิฉประกาศตามศูนย์กลางที่คนผ่านไปมา 4) เสียงตามสาย ได้แก่ การจัดรายการบันเทิงและกระจายข่าวภายในหน่วยงาน 5) การสนทนาพูดคุยได้แก่ การพบปะสนทนาทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

3.1.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกหน่วยงานเพื่อให้เกิดการยอมรับและศรัทธา นำไปสู่ความร่วมมือและการสนับสนุนอย่างเต็มที่อาจทำได้หลายรูปแบบเช่น 1) วารสารได้แก่ การออกวารสารของหน่วยงาน ชมรม สโมสร 2) หนังสือพิมพ์ ได้แก่ การส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์เผยแพร่ 3) วิทยุกระจายเสียง ได้แก่ การจัดรายการวิทยุของหน่วยงาน 4) โทรทัศน์ ได้แก่ การจัดทำวีดิทัศน์บรรยายสรุปการดำเนินงานของหน่วยงานเผยแพร่ 5) แผ่นพับ ได้แก่ การจัดทำเอกสารแผ่นพับแนะนำหน่วยงาน

สรุปได้ว่า สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาประกอบด้วย สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ได้แก่ การประชุม จดหมายข่าว ป้ายนิเทศ เสียงตามสาย สื่อบุคคล สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกได้แก่ วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ แผ่นพับ ฯลฯ ส่วนประเภทสื่อแบ่งได้ตามประเภทคือ 1) สื่อประเภทบุคคล 2) สื่อประเภทกิจกรรม 3) สื่อประเภสิ่งพิมพ์ 4) สื่อประเภทโสตทัศน์ 5) สื่อประเภทสื่อสารมวลชน

4. ด้านการติดต่อสื่อสารหรือการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่ดำเนินการนำแผนปฏิบัติการไปปฏิบัติการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย จึงถือว่าเป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะทำอย่างไร จึงจะสามารถส่งข่าวสารที่กำหนดไว้ในกิจกรรมตามแผนประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อมีการวางแผนที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนนี้เป็น การลงมือปฏิบัติการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินงานจำเป็นต้องใช้วิธีการติดต่อสื่อสารอย่างเพียงพอมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับเหตุการณ์ เวลา สถานที่ และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดซึ่งการติดต่อสื่อสารเป็นแบบ 2 ทาง

โดยจะต้องเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง แนวคิดทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

4.1 กระบวนการสื่อสาร

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารไว้ดังนี้

ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2531 : 136) กล่าวว่า เป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง แนวคิดทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

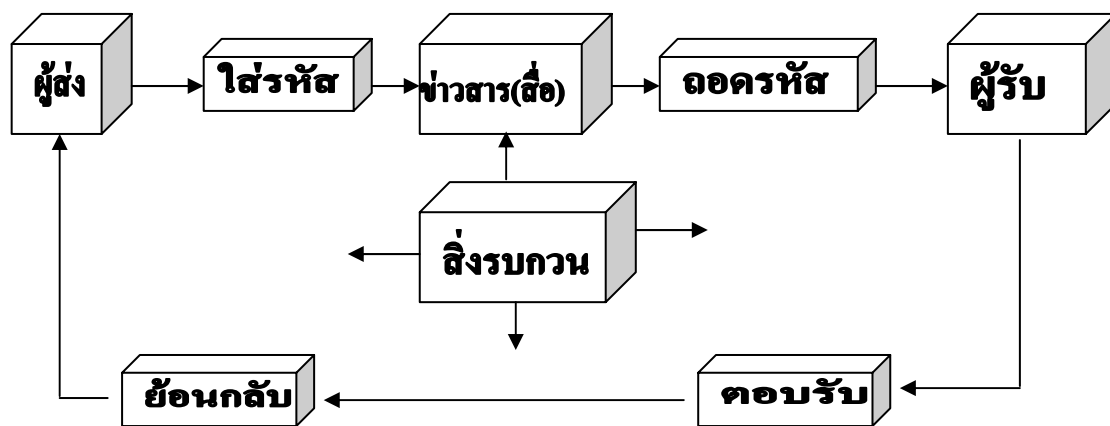
- 1) ขั้นผู้ส่งสาร ซึ่งหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งรับผิดชอบต่อข่าวสารที่จะส่งไป ผู้ส่งสารในฐานะบุคคลเดียวอาจจะเป็นนาย ก. ซึ่งกำลังสนทนากับนาย ข. หรือนาย ก. ซึ่งกำลังปราศรัยต่อที่ประชุมหรือชี้แจงออกอากาศทางสื่อมวลชนก็ได้ ผู้ส่งสารในฐานะกลุ่มคน ได้แก่ โรงเรียน สมาคม ชมรม องค์กร รัฐบาลข่าวสารที่ส่งออกไปในนามของหน่วยงานนั้น ๆ ในขอบเขตงานประชาสัมพันธ์ ผู้ส่งสารเฉพาะเรื่องก็คือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์นั่นเอง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนของหน่วยงานจะเป็นผู้วางแผนโครงการประชาสัมพันธ์เฉพาะเรื่อง ซึ่งจะเกี่ยวข้องไปถึงการใช้สื่อข่าวสารชนิดต่าง ๆ และจะปรับปรุงแผนงานโดยอาศัยข้อเท็จจริงที่ได้รวบรวมประมวลไว้
- 2) ขั้นข่าวสาร หมายถึง เรื่องที่ผู้สื่อสารต้องการจะส่งผ่านไปยังผู้รับสาร อาจเป็นคำพูด ข้อความ สัญลักษณ์ รูปภาพ ท่าทาง จุดสำคัญของขั้นนี้คือ การมีประสบการณ์ร่วมกันจะสามารถเข้ากันได้ง่ายตรงข้ามกับการมีวัฒนธรรม ภาษา สภาพแวดล้อม การศึกษาที่ต่างกันย่อมสื่อสารเข้าใจกันยาก
- 3) ขั้นสื่อสาร หมายถึง ตัวกลางทุกชนิดที่จะใช้ส่งผ่านข่าวสาร ตัวกลางดังกล่าวนี้ หมายถึง สื่อทุกชนิด เช่น สิ่งตีพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพและอื่น ๆ ที่จะช่วยนำข่าวสารของผู้ส่งไปยังผู้รับได้
- 4) ขั้นผู้รับสาร หมายถึง เป้าหมายของระบบสื่อสาร อาจเป็นบุคคลเดียวหรืออาจเป็นกลุ่มคนจำนวนมากก็ได้ ปัญหาสำคัญของการสื่อสารในขั้นนี้ก็คือ ทำอย่างไรจะให้ผู้รับสารตอบสนอง และได้รับผลจากข่าวสารนั้น คือ มีการเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้รับสารในทางพอใจต่อข่าวสาร ในกรณีที่ผู้รับสารไม่แสดงปฏิกิริยาตอบสนองใด ๆ ก็ได้หมายความว่า การสื่อสารนั้นล้มเหลวโดยสิ้นเชิง อาจต้องใช้การวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารเข้าช่วย

จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 3 - 5) ได้กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการติดต่อ สื่อสารสองทาง คือมีการติดต่อสื่อสารจากหน่วยงานไปสู่ประชาชนในขณะเดียวกันหน่วยงานก็ต้องรับฟังประชามติหรือข่าวสารต่าง ๆ จากประชาชนซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

- 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ต้องเป็นผู้มีทักษะในการสื่อสาร มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ข่าวสารและผู้รับสาร ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจในสาระของสื่อ นั้น ๆ
- 2) ผู้รับสาร (Receiver) จะต้องมีความรู้ในการสื่อสาร การถอดรหัส มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ข่าวสาร และผู้รับสาร ตลอดจนสามารถรับสาร

และความเข้าใจในสารเป็นอย่างดี 3) สาร (Message) ต้องมีลักษณะได้รับความสนใจจากผู้รับสาร โดยต้องใช้สัญลักษณ์ที่เข้าใจความหมายร่วมกัน ระวังความต้องการให้เกิดการตอบสนอง ใช้รหัสได้ ถูกต้องเหมาะสม เข้าใจแบบง่าย 4) สื่อ (Channel) ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และมีประสิทธิภาพ

คอตเลอร์ (รศสุคนธ์ จุยก้าววงศ์. 2545 : 19 ; อ้างอิงจาก Kotler. 1991. Marketing Management : An /Asian / Perspective.) ให้ความหมายว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่เริ่มจากผู้ส่งสาร (Sender) โดยมีการใส่รหัส (Encoding) เพื่อให้ผู้รับสาร (Receiver) รับได้ โดยการสื่อสารต่าง ๆ (Message) ตามความเหมาะสม หมายถึงผู้รับสารก็จะทำการถอดรหัส (Decoding) หากรหัสตรงกัน จะส่งผลถึงการตอบสนองและสามารถย้อนกลับมาได้ แสดงได้ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 แสดงกระบวนการสื่อสาร

ที่มา : รศสุคนธ์ จุยก้าววงศ์ .2545 : 19

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์จะดีและมีประสิทธิภาพได้ต้องอาศัย กระบวนการสื่อสารที่ดี ทั้งตัวผู้ส่งสาร สารหรือสื่อที่บอกกล่าว ตลอดจนผู้รับสาร ต้องมีทัศนคติที่ดีต่อกัน สื่อนั้นก็จะต้องย้อนกลับและตอบสนองในทางที่ดี ทั้ง 4 ขั้นตอนดังกล่าวมาล้วนมีความเกี่ยวเนื่องกันความสำเร็จหรือความล้มเหลวของขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งจะมีผลกระทบต่อขั้นตอนอื่น ๆ ทั้งหมด จึงมีความจำเป็นที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้รับผิดชอบต่อกระบวนการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน จะต้องวิเคราะห์ประสิทธิภาพของทุกขั้นตอนให้มั่นใจได้ว่าปราศจาก จุดอ่อนใด ๆ หรือถ้าบังเกิดมีบ้างก็ให้น้อยที่สุด และพยายามแก้ไขปรับปรุงพัฒนาอยู่เสมอ

5. การประเมินผลประชาสัมพันธ์

มีนักวิชาการประชาสัมพันธ์ได้กล่าวถึง การประเมินผลประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

5.1 ความหมายการประเมินผลประชาสัมพันธ

วีระ อรัญมงคล (2538 : 66) ได้กล่าวถึง การประเมินการประชาสัมพันธ หมายถึง การวัดผลการประชาสัมพันธที่ได้ทำไปแล้ว ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลวมากน้อยเพียงใด มีปัญหาใดบ้างที่เราต้องปรับปรุงแก้ไข

5.2 ประเภทของการประเมินผลงานประชาสัมพันธ

ประเภทของการประเมินผลงานประชาสัมพันธนั้น เท่าที่มีการกล่าวถึงและปฏิบัติกันมีอยู่หลายรูปแบบต่างกันไปตามความคิด ความรู้และประสบการณ์ของนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธดังต่อไปนี้

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2524 : 3 - 4) วิธีการประเมินที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ เป็นวิธีการประเมินผลที่เป็นที่ยอมรับกันมาก ในทุกวงการปัจจุบันว่า การประเมินนี้สามารถให้ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรงโดยปราศจากความลำเอียงของผู้ประเมินผล เป็นวิธีการประเมินที่มีการควบคุม มีหลักฐานที่เป็นระบบมากที่สุด วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์นี้ มีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานโดยย่อ ดังนี้คือ 1) การสังเกตข้อเท็จจริงทั่วไปเพื่อให้รู้ว่าอะไรคือปัญหา และกำหนดขอบเขตของปัญหาได้เหมาะสม 2) กำหนดสมมุติฐานโดยการแถลงให้กระจ่างว่าอะไรเป็นปัญหา ทำไมจึงเป็นปัญหา มีความสำคัญอย่างไร ตั้งคำถามที่เรากำลังแสวงหาคำตอบมีอะไรบ้าง เขียนบอกมาให้ชัดเจนและครบถ้วน และทำนายข้อค้นพบที่ควรเป็นไปได้ หรือกำหนดสมมุติฐานในการศึกษาโดยเขียนในรูปของความสัมพันธของตัวแปรที่เราสนใจที่ทำการศึกษา 3) ทดสอบสมมุติฐานซึ่งประกอบขึ้นตอนย่อยดังนี้คือ การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอข้อมูล การตีความหมายข้อมูล และการลงข้อสรุป 4) การทำซ้ำ เพื่อตรวจสอบวิธีการใช้และตรวจสอบผลลัพธ์ว่าเหมือนเดิมหรือไม่

รูปแบบของการประเมินผลโดยใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์ ที่ต้องทราบถึงผลลัพธ์หรือผลกระทบของงานประชาสัมพันธ ที่นิยมใช้กันมากและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดก็คือ การสำรวจคณะบุคคล (Panel Surveys) ซึ่งเป็นการประเมินที่ได้คัดเลือกบุคคลมากกลุ่มหนึ่ง (เช่น 1,000 หรือ 2,000 คน) เพื่อจะทำการตรวจสอบถึงการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่มีต่อสถาบันของบุคคลกลุ่มเดียวกันนี้เป็นระยะ ๆ เช่น ทุก 6 เดือน หรือทุก ๆ ปี เป็นต้น ด้วยวิธีดังกล่าวสามารถจะบอกได้ว่ากลุ่มบุคคลนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากการประชาสัมพันธไปมากน้อยเพียงไรในระยะเวลา นั้น

กัทลิป และ เซ็นเตอร์ (Cutlip & Center. 1978 : 144 - 147) ได้แบ่งการประเมินผลของการประชาสัมพันธออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) การทดสอบก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ

(Pre testing) ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น จุดมุ่งที่เด่นของการทดสอบนี้คือ การหาคำตอบว่าสภาพปัจจุบันของสถาบันเป็นอย่างไร สถาบันมีภาพพจน์ที่ดีหรือเลวมีปัญหาใดบ้างที่ควรแก้ไขกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเป็นใคร มีทัศนคติเช่นไรต่อสถาบัน ฯลฯ 2) การทดสอบหลังการประชาสัมพันธ์ (Post testing) กล่าวคือจะเป็นการตรวจดูว่าหลังจากที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปทั้งหมดนั้น ผลลัพธ์เป็นอย่างไร ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับสถาบันดีขึ้นหรือไม่ มากน้อยเพียงมีความรู้สึกเช่นไร เขามีแนวโน้มในการสนับสนุนหรือคัดค้านเช่นไรต่อกิจกรรมของสถาบัน

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2526 : 45 - 46) ได้กล่าวถึงการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า 1) การประเมินระหว่างการดำเนินการ (Formative evaluation) เป็นการตรวจสอบหลังจากที่ได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาระยะหนึ่ง โดยดูว่าเท่าที่แล้วมานั้นได้ทำงานมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากน้อยเพียงไร ผลการประเมินประเภทนี้ยังใช้ให้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแผนงานที่จะทำให้ดียิ่งขึ้น 2) การประเมินเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการ (Summative evaluation) มีลักษณะคล้ายการทดสอบหลังการดำเนินการของ คัทลิป และ เซ็นเตอร์ ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

มาร์ตัน (Marston. 1979 : 356) ก็เป็นผู้หนึ่งที่ได้กล่าวถึงประเภทของการประเมินการประชาสัมพันธ์ โดยระบุว่าควรมีการตรวจสอบเป็นประจำทุกปีด้วย คือ เป็นการประเมินที่มุ่งดูว่าผลงานตลอดปีเป็นเช่นไรได้ผลลัพธ์อะไรบ้าง มีปัญหาอุปสรรคอะไร และปีต่อไปควรจะวางแผนดำเนินการอย่างไร

กล่าวโดยสรุป ประเภทของการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่พิจารณา โดยยึดเอาเวลาเป็นหลักนี้มีทั้งสิ้น 4 ประเภท ดังนี้คือ 1) การประเมินผลก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ 2) การประเมินผลระหว่างดำเนินการประชาสัมพันธ์ 3) การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดดำเนินการประชาสัมพันธ์ 4) การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ประจำปี

5.3 การประเมินผลที่ยึดกระบวนการสื่อสาร

นอกจากนี้แล้ว การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ยังมีลักษณะเฉพาะอีกแบบหนึ่งคือการประเมินผลยึดเอากระบวนการสื่อสาร (มีผู้ส่งสาร ข่าวสาร สื่อ และผู้รับสาร) เป็นหลักในการจัดทำ การประเมิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2542 : 209 - 211)

5.3.1 การประเมินที่มุ่งศึกษาองค์ประกอบใดเพียงองค์ประกอบเดียว

5.3.1.1 การประเมินผู้ส่งสาร การประเมินผู้ส่งสารนี้จะเป็นการศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ส่งสาร ซึ่งอาจกระทำโดยการเก็บข้อมูลต่าง ๆ จากตัวผู้ส่งสารและ/หรือจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเรียนรู้ถึงจำนวนของผู้ส่งสาร ศักยภาพของผู้ส่งสารทัศนคติของผู้ส่งสารหรืออุปสรรคต่าง ๆ ของผู้ส่งสาร

5.3.1.2 การประเมินข่าวสารเมื่อกล่าวถึงข่าวสารในงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพ คำอธิบายภาพ บทความ บทความ หนังสือคู่มือ จุลสาร เอกสารเผยแพร่ภายใน คำพูดของคน ฯลฯ วิธีการประเมินข่าวสารนี้ อาจใช้ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มีจุดหมายวิพากษ์วิจารณ์ หรือโทรศัพท์ติดต่อมาเนื่องจากความเข้าใจผิดของสาร หรือบทความ สะท้อนให้เห็นถึงการขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องของข่าวสาร เป็นต้น หรือเป็นการเก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มเป้าหมายทดลองอ่านข่าวสารและวัดความรู้ ความรู้สึกที่มีต่อข่าวสารนั้น หรืออาจนำข่าวสารไปให้ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ดูเป็นต้น

5.3.2 การประเมินช่องสารหรือสื่อ ถ้าจะพิจารณาถึงช่องสาร หรือสื่อ โดยทั่วไปแล้วจะพบว่า มีอยู่ 2 กลุ่ม คือ

5.3.2.1 ช่องสารที่ผู้ส่งสารสามารถควบคุมได้ซึ่งได้แก่ จดหมายเวียน ข่าวสาร จุลสาร ที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ส่งสารเป็นผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงหรือ โทรทัศน์ที่ผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้ซื้อเวลา

5.3.2.1 ช่องสารที่ไม่สามารถคุมได้ ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชนทุกประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ เช่น สมาคม ชุมชน กลุ่มการเมือง เป็นต้น

5.3.3 การประเมินผู้รับสาร งานประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้นข้อมูลทุกอย่างที่จะทำให้รู้จักผู้รับสารได้มากเท่าไรตั้งแต่ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ความรู้ที่มีต่อหน่วยงาน ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติที่มีต่อหน่วยงาน สินค้า หรือบริการ เหล่านี้รวมอยู่ในการประเมินประเภทนี้ทั้งสิ้น

5.3.4 การประเมินที่มุ่งศึกษาทั้งกระบวนการของการสื่อสาร การประเมินแบบนี้เป็นที่รู้จักกันทั่วไปว่า “ การตรวจสอบการสื่อสาร ” (Communication audit) หรือที่เรียกว่า “ การตรวจสอบประชาสัมพันธ์ ” (Public relation audit) ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์ทั้งกระบวนการสื่อสาร โดยเริ่มตั้งแต่ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องสารหรือสื่อและผู้รับสาร เพื่อเรียนรู้ถึงสภาพการสื่อสารปัจจุบันว่ามีลักษณะอย่างไร มีปัญหาอุปสรรคหรือไม่อย่างไร

สรุปการประเมินประชาสัมพันธ์ได้ว่าเป็นการประเมินทั้งกระบวนการคือ 1) ผู้ส่งสาร 2) ข่าวสาร 3) ช่องทางสื่อ 4) ผู้รับสาร

2.7 รูปแบบงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

การศึกษาแนวคิด และหลักการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอเกี่ยวกับความหมายการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หลักการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาดังนี้

1. ความหมายการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

นักวิชาการได้สรุปความหมายการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาหมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายในสถานศึกษา และกลุ่มบุคคลภายนอก โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นกันระหว่างโรงเรียนและบุคคลอื่น ๆ ในชุมชนเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของสถานศึกษา ให้บรรลุผลสำเร็จตามความต้องการในภารกิจที่รับผิดชอบ (อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คุปรัตน์. 2536: 18 ; ชิดเชื้อ ชมปริดา. 2538 ; ปินิดา พุ่มแย้ม . 2544 ; สุมุกดา ม่วงศิริ. 2541 ; อภัยศรี พลอดเปลี่ยว. 2533)

2. หลักการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

จากการศึกษาหลักการที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาสรุปได้ดังนี้

การประชาสัมพันธ์สถานศึกษามีหลักการคือ บุคลากรในโรงเรียนและบุคคลที่เกี่ยวข้องทราบนโยบาย ข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งกฎระเบียบต่าง ๆ ภายในโรงเรียน โดยการติดต่อสื่อสารกับบุคคล กลุ่มคนและ หน่วยงานต่าง ๆ ในทางบวก สร้างกระแสข่าวที่ดีในโรงเรียนรวมทั้งแก้ไขความเข้าใจผิดให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกความต้องการ (ปินิดา พุ่มแย้ม . 2544 : 13 ; สุมุกดา ม่วงศิริ . 2541: 23)

3. จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์สถานศึกษา

การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาได้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายไว้ดังนี้

อภัยศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 17) กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาไว้ว่าเป็นการสร้าง ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียนกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่หรือกับผู้ปกครองนักเรียนที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาในโรงเรียนรวมทั้งองค์การหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการดำเนินงานอย่างมีระบบแบบแผน ต่อเนื่อง และเป็นกระบวนการสร้างไมตรีสัมพันธ์สองทาง

นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2540 : 4) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ว่า 1) เพื่อนำเสนอรายงานให้ประชาชนทราบความเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกี่ยวกับกิจกรรมของโรงเรียนและการจัดการศึกษา 2) ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาให้รู้สึกเป็นเจ้าของและเป็นหน้าที่ของประชาชนที่ควรให้ความร่วมมือในการจัดการศึกษา 3) ส่งเสริมให้ครู นักเรียนและผู้ปกครอง ชุมชน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน ร่วมมือ

กันในการแก้ปัญหาของเด็กทั้งทางโรงเรียนและที่บ้าน 4) สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความเชื่อมั่น ความนิยมของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน 5) ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการศึกษา เพื่อที่โรงเรียนจะได้หาทางสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริง 6) ช่วยแก้ไขและขจัดปัดเป่าความขัดแย้งบรรดาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่มุมต่าง ๆ ที่นักเรียน ผู้ปกครอง ครู และประชาชนที่มีต่อโรงเรียนให้หมดสิ้นไปให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียนด้วยความชื่นชม 7) เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้แนวคิด มิใช่เพียงแต่เป็นความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น 8) เพื่อให้ให้นักเรียน ครู รวมทั้งผู้ปกครองเข้าใจในระเบียบ กฎเกณฑ์และเหตุผลความจำเป็นที่จะต้องมีกฎ ระเบียบให้เข้าใจตรงกัน เพื่อร่วมในการปฏิบัติ 9) เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนสนับสนุนช่วยเหลือเกื้อกูลโรงเรียน ด้านกำลังกาย จิตใจ ปัญญา ความคิด วัสดุ แรงงาน ตลอดจนด้านการเงินที่ขาดแคลน 10) สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันระหว่างบ้าน โรงเรียนและชุมชนที่อยู่ใกล้ชิด โดยมีโรงเรียนเป็นศูนย์กลาง ประชาคม ศูนย์การศึกษา และศูนย์วัฒนธรรมของชุมชน

สุภกดา ม่วงศิริ (2541 : 18) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาดังนี้ 1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลภายในโรงเรียน 2) เพื่อแสวงหาความร่วมมือ ร่วมใจ และสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชน สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาการศึกษา 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับบุคคลภายนอก รวมทั้งสถาบันในที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้อง กับโรงเรียน 4) เพื่อสร้างความนิยมและความเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของโรงเรียน 5) เพื่อขจัดข้อขัดแย้ง และปัญหาความเข้าใจผิดในโรงเรียน

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง บุคคล สถาบัน องค์กรภายในและภายนอกสถาบัน เพื่อให้เกิดความร่วมมืออันดีระหว่างกันในด้านต่าง ๆ จากบุคคล หรือ ชุมชนภายนอกสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีเป้าหมายหลักคือพัฒนาการศึกษาและสร้างความนิยมและความเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกัน แก้ไข ขจัดข้อขัดแย้งและความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของโรงเรียน

4. เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด หลักการที่เกี่ยวกับการใช้สื่อ และเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ประมวลได้ดังนี้

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2537 : 18 - 19) กล่าวถึงการใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และการทำกิจกรรมที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้ 1) การจัดเครื่องขยายเสียงในโรงเรียน 2) การใช้ระบบ

การติดต่อภายในติดต่อกับบุคคลที่อยู่ในสถานศึกษา 3) การผลิตสไลด์ ฟลิ้มสตรีปหรือภาพยนตร์ เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์สถานศึกษา 4) การจัดทำบอร์ดสำหรับปิดป้ายประกาศ 5) การจัดทำบอร์ดสำหรับติดรูปกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน 6) การส่งจดหมายถึงผู้ปกครองนักเรียน 7) การส่งเสริมให้นักเรียนทำหนังสือประจำรุ่น 8) การจัดทำวารสารการศึกษาของโรงเรียน 9) การจัดนิทรรศการ 10) การร่วมกิจกรรมภายนอกโรงเรียน 11) การใช้หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความคิด (2543 : 89 - 99) ได้เสนอแนะเรื่องการใช้เครื่องมือของประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาดังนี้ 1) สื่อบุคคลและสื่อคำพูด เป็นสื่อที่ใช้สะดวก รวดเร็วและประหยัด มีรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การพูดในที่ชุมชน การพูดสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การประชุมรูปแบบต่าง ๆ การอภิปราย การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวปราศรัย การให้โอวาท และการอบรมสัมมนา 2) สื่อมวลชน เป็นการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าว โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร 3) สื่อที่หน่วยงานผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่หน่วยงาน สถาบัน องค์กร ผลิตขึ้นได้แก่ วารสาร จุลสาร จดหมายข่าว จดหมาย แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายประกาศ เป็นต้น

สรุปได้ว่าประเภทของสื่อสามารถแบ่งได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่นักประชาสัมพันธ์นำมาใช้เป็นเกณฑ์ที่นักประชาสัมพันธ์นำมาใช้เป็นเกณฑ์ดังนี้คือ 1) สื่อประเภทเอกสารหรือภาพ ประเภทเสียง 2) ประเภททั้งเสียงและภาพ 3) สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สร้างเอง 4) สื่อที่บุคคลอื่นสร้างขึ้น

5. การแนะแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

กระทรวงศึกษาธิการ (2546 : 71 - 72) ได้เสนอแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไว้ในคู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นนิติบุคคล โดยจัดไว้ในงานบริหารทั่วไปดังนี้

5.1 ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงานของสถานศึกษารวมทั้งความต้องการในการได้รับข่าวสารข้อมูลทางการศึกษาของชุมชน

5.2 วางแผนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของบุคคลชุมชน องค์กร สถาบันและสื่อมวลชนในท้องถิ่น

5.3 จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์

5.4 พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ผลงานของสถานศึกษา

5.5 สร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์

สรุปได้ว่า รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาคือความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสาร ผลงานของนักศึกษาภายในโรงเรียนและนอกโรงเรียนโดยได้รับความร่วมมือจากชุมชน องค์กร สถาบันและสื่อมวลชนในท้องถิ่น มีการจัดบุคลากรให้ปฏิบัติหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์โดยการสร้างกิจกรรมและสื่อในการประชาสัมพันธ์ในหลาย ๆ รูปแบบโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์

3. หลักสูตรระยะสั้น

การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครในปัจจุบันเปิดสอนเป็นจำนวน 4 หมวดวิชา 13 หมู่วิชา 93 วิชาช่าง แบ่งเป็นหลักสูตร 150 ชั่วโมง 90 ชั่วโมง 75 ชั่วโมง และ 60 ชั่วโมง การจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครในปัจจุบันจึงเป็นงานที่สำคัญที่สุดของงานการบริหารโรงเรียนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์สนองนโยบายแผนงานของสำนักพัฒนาสังคมและแผนพัฒนากรุงเทพมหานครโดยผู้บริหารโรงเรียนผู้สอน และเจ้าหน้าที่ต้องให้ความสำคัญในงานวิชาการเป็นพิเศษหรือมากที่สุด จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและปรับปรุงคุณภาพการศึกษา วิชาชีพระยะสั้นของโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครทุกแห่งให้เข้าสู่ระบบบริหารการศึกษาที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อลดต้นทุนการผลิต และผลิตช่างกึ่งฝีมือเข้าสู่มาตรฐานแรงงานต่อไป

ในหลักสูตรระยะสั้น(ฉบับปรับปรุง) พุทธศักราช 2548 ตามบันทึกอนุมัติที่ กท.1504 / 984 ลงวันที่ 7 เมษายน 2548 และ บันทึกอนุมัติที่ กท. 1905 / 07922 ลงวันที่ 4 พฤษภาคม 2548 จำนวน 4 หมวดวิชา 13 หมู่วิชา 93 วิชาช่างดังนี้ (หลักสูตรระยะสั้นของโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร ฉบับปรับปรุง. 2548 : บทนำ)

1. หมวดวิชาอุตสาหกรรม จำนวน 4 หมู่วิชา 27 ช่าง

1.1 หมู่วิชาอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 5 วิชาช่าง

- | | |
|---|------------------------|
| 1.1.1 วิชาช่างวิทยุ | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |
| 1.1.2 วิชาช่างเครื่องเสียง | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |
| 1.1.3 วิชาช่างโทรทัศน์ | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |
| 1.1.4 วิชาช่างวิดีโอเทปและวิดีโอคอมแพคดิสก์ | (หลักสูตร 150 ชั่วโมง) |
| 1.1.5 วิชาช่างซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ | (หลักสูตร 75 ชั่วโมง) |

1.2 หมู่วิชาไฟฟ้ากำลัง จำนวน 4 วิชาช่าง

1.2.1 วิชาช่างเดินสายไฟฟ้าและติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้า

(หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

- 1.2.2 วิชาช่างซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.2.3 วิชาช่างเครื่องกลไฟฟ้า (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.2.4 วิชาช่างเครื่องทำความเย็นและปรับอากาศ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3 หมู่วิชาช่างยนต์ จำนวน 14 วิชาช่าง
- 1.3.1 วิชาช่างเครื่องยนต์เบนซิน (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.2 วิชาช่างไฟฟ้ายนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.3 วิชาช่างเครื่องยนต์ดีเซล (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.4 วิชาช่างเครื่องล่างรถยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.5 วิชาช่างเครื่องยนต์เล็ก (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.6 วิชาช่างจักรยานยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.7 วิชาช่างเครื่องยนต์เบนซินหัวฉีด (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.8 วิชาช่างส่งกำลังยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.9 วิชาช่างซ่อมสิบล้อยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.10 วิชาช่างซ่อมตัวถังรถยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.11 วิชาช่างประดัดยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.11 วิชาช่างเครื่องปรับอากาศรถยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.13 วิชาการส่งเสริมศักยภาพพนักงานขับรถยนต์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.3.14 วิชาการบำรุงรักษารถจักรยานยนต์ (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 1.4 หมู่วิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- 1.4.1 วิชาการวิเคราะห์อัญมณีและการสร้างรูปร่างพลอย (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.4.2 วิชาการเจียรไนพลอย (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.4.3 วิชาช่างทำตัวเรือนและเครื่องประดับ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 1.4.4 วิชาฝังตัวเรือนเครื่องประดับ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
2. หมวดวิชาคหกรรม จำนวน 6 หมู่วิชา 44 วิชาช่าง
- 2.1 หมู่วิชาผ้าและเครื่องแต่งกาย 17 วิชาช่าง
- 2.1.1 วิชากระโปรงสตรี (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.2 วิชาเสื้อผ้าสตรี (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.3 วิชากางเกงสตรี (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

- 2.1.4 วิชาช่างเสื้อสตรีชุดติดกันและการตกแต่งเสื้อผ้า (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.5 วิชาช่างตัดเย็บชุดสูทสตรี (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.6 วิชาช่างตัดเย็บชุดไทย (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.7 วิชาช่างเสื้อและกางเกงชาย (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.8 วิชาช่างเสื้อสูทชาย (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.9 วิชาตัดเย็บชุดชั้นในสตรี (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.10 วิชาช่างเสื้อผ้าอุตสาหกรรม (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.11 วิชาออกแบบเสื้อผ้า (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.12 วิชาสร้างแบบเสื้อผ้า (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.13 วิชาช่างตัดเย็บเสื้อผ้ายืด (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.14 วิชาเสื้อผ้าเด็ก (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.15 วิชาการตัดเย็บเสื้อผ้าฟารีและสูทพระราชทาน (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.16 วิชาช่างตัดเย็บชุดนักเรียน (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.1.17 วิชาช่างตัดเย็บชุดวิวาร์ – ราตรี (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.2 หมู่วิชาอาหารและโภชนาการ จำนวน 7 วิชาช่าง
- 2.2.1 วิชาอาหารไทย (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.2.2 วิชาขนมไทย (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.2.3 วิชาคูกี้และเค้ก (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.2.4 วิชาขนมปังและพาย (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.2.5 วิชาอาหารจีน (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 2.2.6 วิชาอาหารญี่ปุ่น (หลักสูตร 30 ชั่วโมง)
- 2.2.7 วิชาอาหารเวียดนาม (หลักสูตร 30 ชั่วโมง)
- 2.3 หมู่วิชาศิลปะประดิษฐ์ จำนวน 7 วิชาช่าง
- 2.3.1 วิชาการประดิษฐ์ดอกไม้ (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.3.2 วิชาการจัดดอกไม้สด (สด – ดอกไม้ประดิษฐ์) (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.3.3 วิชาการประดิษฐ์ของที่ระลึก (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.3.4 วิชาการทำเครื่องหอม (หลักสูตร 30 ชั่วโมง)

- 2.3.5 วิชาการแกะสลักผักและผลไม้ (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 2.3.6 วิชาศิลปะงานใบตองและวัสดุอื่น ๆ (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 2.3.7 วิชาศิลปะการวาดภาพ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.4 หมู่วิชาศิลปะประยุกต์ จำนวน 5 วิชาช่าง
- 2.4.1 วิชาพื้นแก้ว (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 2.4.2 วิชาการสลักลายกระจกด้วยน้ำกรด (หลักสูตร 90 ชั่วโมง)
- 2.4.3 วิชาการทำผ้าบาติกและการมัดย้อม (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.4.4 วิชาการเคลือบกรอบรูปวิทยาศาสตร์ (หลักสูตร 30 ชั่วโมง)
- 2.4.5 วิชาการพิมพ์ซิลค์สกรีน (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 2.5 หมู่วิชาธุรกิจและการบริการ จำนวน 6 วิชาช่าง
- 2.5.1 วิชาช่างซ่อมผม (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.5.2 วิชาช่างม้วนผม (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.5.3 วิชาตัดผมชาย (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.5.4 วิชาช่างแต่งเล็บ (หลักสูตร 30 ชั่วโมง)
- 2.5.5 วิชาช่างเกล้าผม (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 2.5.6 วิชาช่างแต่งหน้า (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
- 2.6 หมู่วิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์ จำนวน 3 วิชาช่าง
- 2.6.1 วิชานวดตัว (หลักสูตร 90 ชั่วโมง)
- 2.6.2 วิชาไทยสปา (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 2.6.3 วิชานวดฝ่าเท้า (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)
3. หมวดวิชาพาณิชยกรรม จำนวน 2 หมู่วิชา 14 วิชาช่าง
- 3.1 หมู่วิชาคอมพิวเตอร์ จำนวน 12 วิชาช่าง
- 3.1.1 วิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 3.1.2 วิชาซ่อมคอมพิวเตอร์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 3.1.3 วิชาพิมพ์ดีดคอมพิวเตอร์ (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)
- 3.1.4 วิชาอินเทอร์เน็ต (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 3.1.5 วิชาการออกแบบเว็บไซต์ (Web Design) (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 3.1.6 วิชาการนำเสนองานด้วยคอมพิวเตอร์ (PowerPoint Usage) (หลักสูตร 75 ชั่วโมง)
- 3.1.7 วิชาการติดตั้งระบบเครือข่าย (Network) (หลักสูตร 90 ชั่วโมง)

3.1.8 วิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น (Introduction to Programming)
(หลักสูตร 90 ชั่วโมง)

3.1.9 วิชาการเขียนโปรแกรมฐานข้อมูลเบื้องต้น (DataBase)
(หลักสูตร 90 ชั่วโมง)

3.1.10 วิชาโปรแกรมภาพเคลื่อนไหว (Animation)
(หลักสูตร 90 ชั่วโมง)

3.1.11 วิชาการใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ (PhotoShop Usage)
(หลักสูตร 90 ชั่วโมง)

3.1.12 วิชาช่างเขียนแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
(หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

3.2 หมู่วิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 2 วิชาช่าง

3.2.1 ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานโรงเรียน (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)

3.2.2 ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานขับรถบริการ (หลักสูตร 60 ชั่วโมง)

4. หมวดวิชาศิลปกรรม จำนวน 1 หมู่วิชา 7 วิชาช่าง

4.1 หมู่วิชาดุริยางคศิลป์ จำนวน 7 วิชาช่าง

4.1.1 วิชากีตาร์ Solo (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

4.1.2 วิชากีตาร์ Rhythm (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

4.1.3 วิชากีตาร์ Bass (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

4.1.4 วิชาคีย์บอร์ด (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

4.1.5 วิชาคลอซชุด (หลักสูตร 80 ชั่วโมง)

4.1.6 วิชาขับร้อง (หลักสูตร 120 ชั่วโมง)

4.1.7 วิชาเต้นประกอบเพลง (แจ๊สแดนซ์) (หลักสูตร 150 ชั่วโมง)

5. กำหนดการเปิดรับสมัครเรียนหลักสูตรระยะสั้น

โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานครได้ทำการเปิดสอนหลักสูตร 150 ชั่วโมง 90 ชั่วโมง 75 ชั่วโมง 60 ชั่วโมง ซึ่งมีกำหนดการเปิดรับสมัครเรียนและเปิดเรียนของหลักสูตรในแต่ละรุ่นที่เปิดสอนดังนี้

ตาราง 1 กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 150 ชั่วโมง

กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 150 ชั่วโมง		
รุ่นที่	เปิดรับสมัคร	เปิดเรียน
1.	1 – 30 เม.ย.	1 พ.ค. – 14 ก.ค.
2.	1 – 31 ก.ค.	1 ส.ค. - 10 ต.ค.
3.	1 – 31 ต.ค.	3 พ.ย. - 15 ม.ค.
4.	1 – 31 ธ.ค.	16 ม.ค.– 26 มี.ค.

ตาราง 2 กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 90 ชั่วโมง

กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 90 ชั่วโมง			
รุ่นที่	เปิดรับสมัคร	เปิดเรียน	รอบ
1.	1 – 30 เม.ย.	1 พ.ค.-16 มิ.ย.	เช้า ค่ำ
2.	1 – 31 พ.ค.	3 มิ.ย.-14 ก.ค.	บ่าย ค่ำ
3.	1 – 31 ก.ค.	1 ส.ค.-12 ก.ย.	เช้า ค่ำ
4.	1 – 31 ส.ค.	1 ก.ย. – 10 ต.ค.	บ่าย ค่ำ
5.	1 – 31 ต.ค.	3 พ.ย. – 16 ธ.ค.	เช้า ค่ำ
6.	1 – 30 พ.ย.	1 ธ.ค. – 15 ม.ค.	บ่าย ค่ำ
7.	1 – 31 ธ.ค.	16 ม.ค.–26ก.พ.	เช้า ค่ำ
8.	1 – 31 ม.ค.	13 ก.พ. –26 มี.ค.	บ่าย ค่ำ

ตาราง 3 กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 75 ชั่วโมง

กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 75 ชั่วโมง		
รุ่นที่	เปิดรับสมัคร	เปิดเรียน
1.	2 – 30 เม.ย.	1 พ.ค. – 9 มิ.ย.
2.	1 – 31 พ.ค.	10 มิ.ย. – 14 ก.ค.
3.	1 – 31 ก.ค.	1 ส.ค. – 5 ก.ย.
4.	1 – 31 ส.ค.	8 ก.ย. – 10 ต.ค.
5.	1 – 31 ต.ค.	3 พ.ย. – 8 ธ.ค.
6.	1 – 30 พ.ย.	9 ธ.ค. – 15 ม.ค.
7.	1 – 31 ธ.ค.	16 ม.ค. – 19 ก.พ.
8.	1 – 31 ม.ค.	20 ก.พ. – 26 มี.ค.

ตาราง 4 กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 60 ชั่วโมง

กำหนดการเปิดรับสมัครหลักสูตร 60 ชั่วโมง			
รุ่นที่	เปิดรับสมัคร	เปิดเรียน	รอบ
1.	16 พ.ค.-13 มิ.ย.	16 พ.ค.-13 มิ.ย.	บ่าย ค่า
2.	14 มิ.ย.-11 ก.ค.	14 มิ.ย.-11 ก.ค.	เช้า ค่า
3.	12 ก.ค.-10 ส.ค.	12 ก.ค.-10 ส.ค.	บ่าย ค่า
4.	14 ส.ค.-11 ก.ย.	14 ส.ค.-11 ก.ย.	เช้า ค่า
5.	12 ก.ย. – 9 ต.ค.	12 ก.ย. – 9 ต.ค.	บ่าย ค่า
6.	1 พ.ย. – 28 ธ.ค.	1 พ.ย. – 28 ธ.ค.	เช้า ค่า
7.	29 พ.ย. – 28 ธ.ค.	29 พ.ย. – 28 ธ.ค.	บ่าย ค่า
8.	3 ม.ค. – 31 ม.ค.	3 ม.ค. – 31 ม.ค.	เช้า ค่า

6. หลักฐานการสมัคร ใช้หลักฐานดังนี้

- 6.1 รูปถ่ายหน้าตรง ขนาด 1-2 นิ้ว จำนวน 1 รูป
- 6.2 สำเนาทะเบียนบ้านหรือสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน
- 6.3 สำเนาวุฒิการศึกษา

7. เวลาเรียน วันจันทร์ - ศุกร์

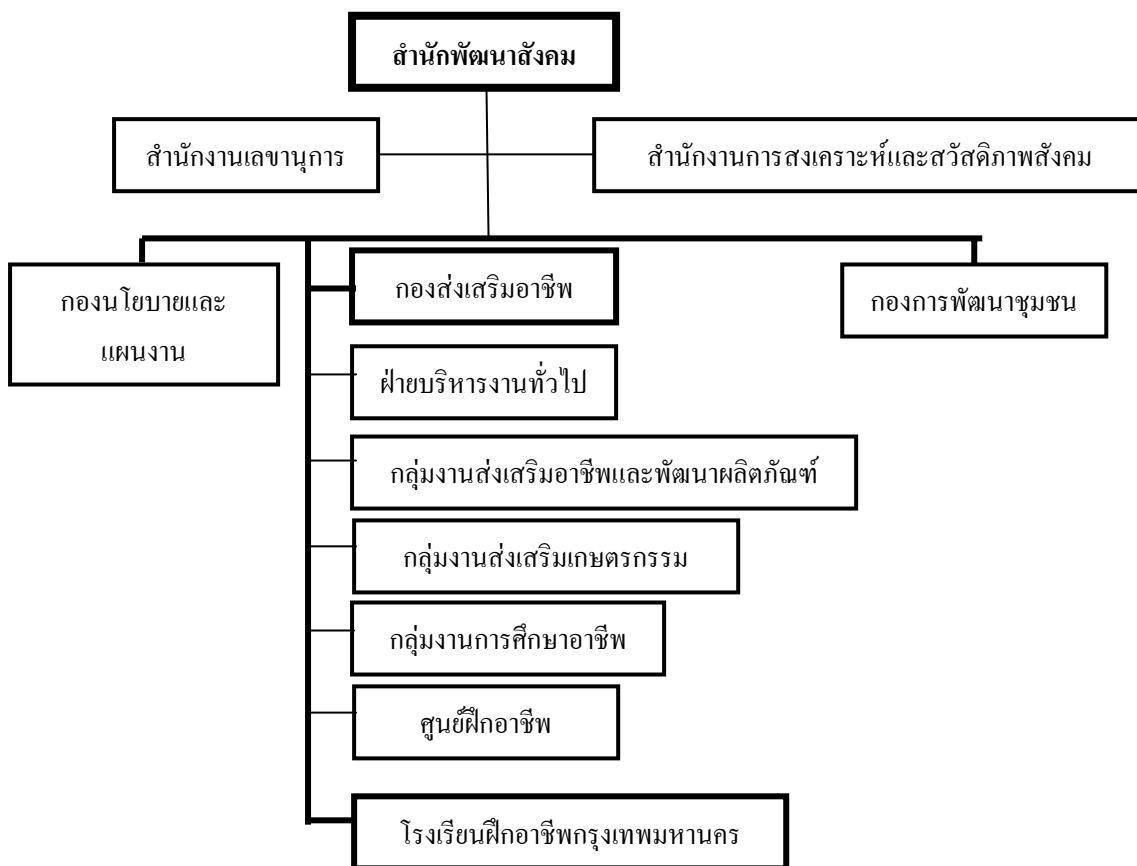
โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 10 แห่ง ได้เปิดสอนหลักสูตรระยะสั้น 3 รอบ คือ รอบเช้าเวลา 9.00 - 12.00 น. รอบบ่ายเวลา 13.00 - 16.00 น. รอบค่ำเวลา 17.00 - 20.00 น.

ชำระค่าสมัคร และค่าบำรุงการศึกษา 105 ทุกวิชาช่าง ยกเว้นวิชาคอมพิวเตอร์ วิชาช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ วิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม 305 บาท

4. โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร

4.1 โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการของสำนักพัฒนาสังคม

โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการของสำนักพัฒนาสังคมและกำหนดหน้าที่รับผิดชอบ ตามบันทึกข้อความ ที่ กท 0301 / 2620 ลงวันที่ 23 มิถุนายน 2548 เรื่องแจ้งมติ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการกรุงเทพมหานคร อนุมัติการปรับปรุงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการของสำนักพัฒนาสังคมและกำหนดหน้าที่รับผิดชอบ ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการของสำนักพัฒนาสังคมและกำหนดหน้าที่รับผิดชอบ

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการกรุงเทพมหานคร. 2548 : 8 – 12

หน้าที่และความรับผิดชอบของสำนักพัฒนาสังคม กองนโยบายและแผนงาน ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของสำนักพัฒนาสังคมไว้ว่า สำนักพัฒนาสังคมเป็นองค์กรหลักด้านสนับสนุนและประสานงาน กระบวนการทำงานด้านพัฒนาสังคม การสงเคราะห์และสวัสดิภาพสังคมโดยประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้ประชาชนมีความอยู่ดีกินดีอย่างพอเพียง ครอบคลุมอบอุ่น สังคมเอื้ออาทรและสมานฉันท์อย่างยั่งยืน(กองนโยบายและแผนงาน. 2549 : 4) ได้กำหนดเป้าประสงค์การพัฒนาของสำนักพัฒนาสังคมดังนี้

1. ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมพัฒนาสังคมเมืองมากขึ้น
2. ประชาชนกรุงเทพมหานครมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัย มีความอยู่ดีกินดีอย่างพอเพียง ครอบคลุมอบอุ่น สังคมเอื้ออาทรและสมานฉันท์อย่างยั่งยืน

3. กรุงเทพมหานครมีแหล่งเรียนรู้ด้านอาชีพที่ทันสมัยช่วยเพิ่มโอกาสทางการศึกษามีวิชาชีพติดตัว

4. ประชาชนมีความรู้ด้านอาชีพ ช่วยพัฒนารายได้และการมีงานทำ

5. เด็ก สตรี ผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาสในเขตกรุงเทพมหานครมีสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์อย่างทั่วถึงและพอเพียง

6. บุคลากรด้านการพัฒนาสังคมได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการประชาชน

สำนักพัฒนาสังคม มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพและความมั่นคงในชีวิตของประชาชน สร้างความเป็นธรรมและความเสมอภาคในการดำรงชีวิต การส่งเสริมคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของบุคคล พัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาคม การส่งเสริมและพัฒนาสถาบันครอบครัว ตลอดจนศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ปัญหาและแนวทางการดำเนินงานด้านการพัฒนาสังคม และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

กองส่งเสริมอาชีพ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพ การจัดหาตลาดแรงงานเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างครบวงจร การช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาด้านการเกษตร ส่งเสริมและพัฒนาการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ประสานการจัดการแหล่งเงินทุนดำเนินการและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด ส่งเสริมสนับสนุนด้านวิชาการ เทคโนโลยี ตลอดจนการให้คำปรึกษาแนะนำและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

โรงเรียนฝึกอาชีพอาชีวกรุงเทพมหานคร มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการฝึกอาชีพให้ประชาชนผู้ไร้โอกาสศึกษาต่อระดับสูงสายอาชีพในโรงเรียนภาคปกติแลภาคค่ำ โดยดำเนินการตามระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการดำเนินงานโรงเรียนฝึกอาชีพและสารพัดช่าง พ.ศ. 2530 และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง (ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการดำเนินงานสถานศึกษาฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร. 2542 : 23) ดังนี้

1. ผลิตแรงงาน
2. พัฒนาฝีมือแรงงานและยกระดับการศึกษาวิชาชีพ
3. ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ
4. ส่งเสริมการมีงานทำ
5. เป็นศูนย์สารสนเทศตลาดแรงงาน
6. เป็นศูนย์วิจัยและพัฒนาการประกอบอาชีพอิสระและตลาดแรงงาน
7. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

8. ส่งเสริมการบริหาร การจัดการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระแก่ชุมชน

9. ให้บริการชุมชนตามนโยบายกรุงเทพมหานคร

การจัดการเรียนการสอนในปัจจุบัน ผู้บริหาร โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครมีส่วนสำคัญมากในการที่จะให้เปิดสอนวิชาต่างๆ ตามความต้องการของประชาชนซึ่งจะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้ขาดโอกาสทางการศึกษา และผู้มีรายได้น้อยหรือรายได้ไม่เพียงพอเข้ามาเรียนรู้ ฝึกออาชีพเพื่อเลี้ยงตนเองและครอบครัว ตามเศรษฐกิจพอเพียง ไม่เป็นปัญหาต่อสังคมและประเทศชาติ โดยมีวิชาชีพที่เปิดสอนมากกว่า 20 วิชา ได้แก่ พิมพ์ดีดคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซ่อมคอมพิวเตอร์ เครื่องเสียง โทรทัศน์ วีดีโอเทปและคอมพิวเตอร์ เคินสายและติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องทำความเย็นและปรับอากาศ ซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องกลไฟฟ้า เครื่องยนต์เบนซิน เครื่องยนต์เบนซินหัวฉีด เครื่องยนต์ดีเซล เครื่องจักรยานยนต์ เครื่องยนต์เล็ก เครื่องล่างรถยนต์ และไฟฟ้ารถยนต์ ตัดเย็บกระโปรงสตรี ตัดเย็บเสื้อสตรี ตัดเย็บกางเกงสตรี ตัดเย็บชุดติดกัน ตัดเย็บชุดเด็ก สร้างแบบเสื้อผ้า ตัดเย็บเสื้อผ้าอุตสาหกรรม ตัดเย็บกางเกงชาย ตัดเย็บสูทสตรี ตัดเย็บชุดไทย ตัดผมชาย ซอยผม ม้วนผมเกล้าผม แต่งหน้า แต่งเล็บ นวดตัว นวดฝ่าเท้า ไทยสปา อาหารไทย ขนมไทย กุ๊กกึ่งและเค้ก และขนมปังและพาย การประดิษฐ์ดอกไม้ การจัดดอกไม้ การทำผ้าบาติกและมัดย้อม (โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร. 2548 : 11)

4.2 การจัดตั้งโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครได้จัดตั้งโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ พ.ศ. 2504 อาศัยคำสั่งที่ 262 / 2503 ลงวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2503 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมอาชีพราษฎร และได้จัดการสถานฝึกออาชีพช่างเครื่องยนต์ขึ้นในสมัยนั้นกรุงเทพมหานครยังเป็นเทศบาลอยู่ โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครตั้งขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่มีรายได้น้อย ด้อยโอกาสทางการศึกษา ให้มีความรู้ความสามารถและทักษะทางด้านอาชีพ แต่เดิมโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร และได้โอนมาสังกัดกับฝ่ายพัฒนาอาชีพ สำนักพัฒนาชุมชน กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2535 สำนักพัฒนาชุมชนในขณะนั้นมีนโยบายที่จะขยายการศึกษาวิชาชีพให้ทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเพิ่มวิชาชีพในโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครให้มากขึ้น โดยได้ดำเนินการส่งเสริมอาชีพประชาชน เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่มีรายได้น้อย ด้อยโอกาสทางการศึกษาให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะทางด้านอาชีพ และนำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวจัดปัญหาการว่างงานและเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์แก่ตนเองและสังคม (สุนทร เกิดสุข, 2543 : 19 - 20)

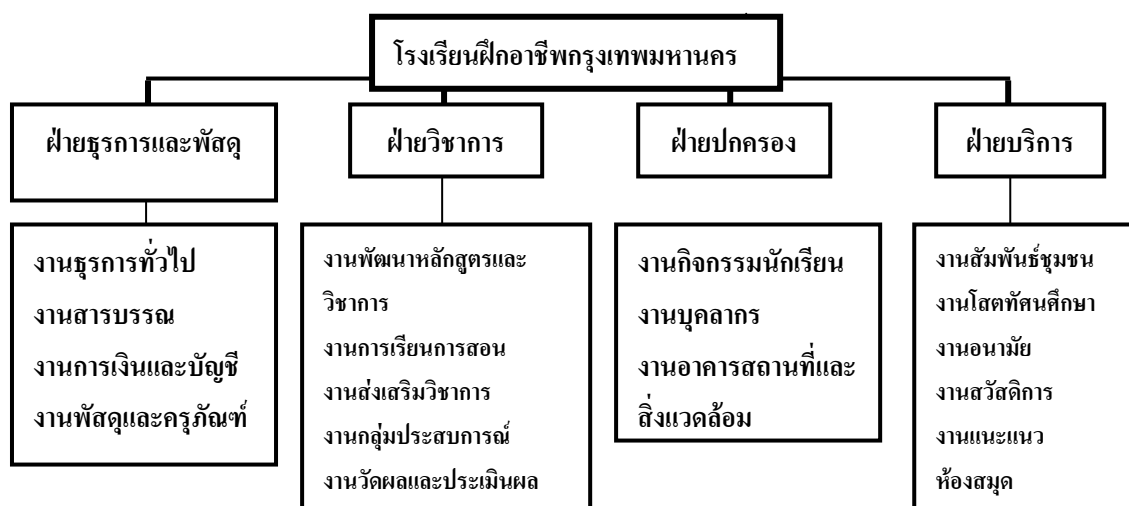
ปัจจุบันนี้โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 10 โรงเรียน ตั้งอยู่กระจายทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ดังกล่าว ได้แก่

1. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (ดินแดง 1) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตดินแดง
2. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (ดินแดง 2) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตดินแดง
3. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (คลองเตย) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตคลองเตย
4. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (บ่อนไก่) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตปทุมวัน
5. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (บางรัก) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตบางรัก
6. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (ม้วน บำรุงศิลป์) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตลาดพร้าว
7. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (หนองจอก) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตหนองจอก
8. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (อาทร สังข์วัฒนะ) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตบางมด
9. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (กาญจนสิงหาสน์) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขตคลองชัน
10. โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร (หลวงพ่อทวีศักดิ์) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เขต

หนองแขม

4.3 ขอบข่ายการบริหารงานโรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร

โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานครได้กำหนดขอบข่ายการบริหารงานในโรงเรียนดังแสดงในภาพประกอบ 4



แผนผังการบริหารงานโรงเรียน

ภาพประกอบ 4 ขอบข่ายการบริหารงานโรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร

ที่มา : โรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานคร. 2548 : 10 – 11

งานบริหารโรงเรียนเป็นกิจกรรมต่างๆ ภายใต้การดำเนินการของผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งการดำเนินงานนั้นๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการให้บริการทางการศึกษา ผู้บริหารโรงเรียนต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในเรื่องกระบวนการบริหารโรงเรียนและเรื่องรูปแบบการบริหารโรงเรียน เพื่อจัดกิจกรรมให้เกิดประสิทธิภาพโดยแยกขอบข่ายงานการบริหารโรงเรียนออกเป็น 4 ฝ่าย 18 งาน (โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร. 2548 : 20) ดังนี้

1. ฝ่ายธุรการและพัสดุ มีหน้าที่ในงานธุรการทั่วไป รับส่งหนังสือทั้งภายในและภายนอก จัดระบบงานสารบรรณให้เป็นระเบียบเรียบร้อย จัดทำฎีกาการเบิกจ่ายเงินเดือนข้าราชการครู ลูกจ้าง จัดทำบัญชีเงินบำรุงการศึกษา บัญชีรายรับ-รายจ่าย ตลอดจนการจัดซื้อจัดจ้างวัสดุและครุภัณฑ์ และงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมาย

2. ฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่จัดการเรียนการสอน พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ส่งเสริมบุคลากรเข้ารับการศึกษาอบรมวิชาการ จัดแข่งขันทักษะเพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถแก้ไขปัญหาทางวิชาชีพที่เรียนมา จัดให้มีการศึกษาดูงานนอกสถานที่เพื่อให้เกิดประสบการณ์ และจัดให้มีการวัดผลประเมินผลการเรียนการสอนของผู้เรียน

3. ฝ่ายปกครอง มีหน้าที่กำหนดกฎระเบียบภายในโรงเรียนของนักเรียน ดูแลความเรียบร้อยภายในโรงเรียน ควบคุมการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเรียนการสอนของบุคลากร จัดกิจกรรมนักเรียนเพื่อส่งเสริมความรักสามัคคี และดูแลงานเกี่ยวกับอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมให้เกิดบรรยากาศที่ดีต่อการเรียนการสอนของโรงเรียน

4. ฝ่ายบริการ มีหน้าที่ให้บริการประชาชนทั้งเชิงรุกและเชิงรับเพื่อให้เกิดความสัมพันธอันดีต่อชุมชน และบริการด้านการเรียนการสอน เช่น งานด้านโสตทัศนศึกษา งานแนะแนว งานสวัสดิการ งานอนามัย งานห้องสมุด และงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมายตามนโยบายของผู้บริหาร

จากขอบข่ายการบริหารงานโรงเรียนทั้ง 4 ฝ่าย 18 งาน ดังกล่าว ผู้บริหารจะต้องใช้กระบวนการบริหารทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการ ขั้นการวางแผน ขั้นปฏิบัติตามแผน และขั้นการประเมินผล โดยใช้หลักการบริหารงานโรงเรียนของผู้บริหารโรงเรียน ร่วมกับบุคลากรในโรงเรียนที่ผู้บริหารมอบหมายดำเนินงานตามขอบข่ายหรือภารกิจของโรงเรียนโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามจุดมุ่งหมายของโรงเรียน ตามที่รัฐบาลกำหนดและความต้องการของสังคม ซึ่งหน้าที่และภารกิจของโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครจะต้องทำหรือดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ดังนี้

1. การเรียนการสอนที่สอดคล้องกับหลักสูตรพื้นฐานตามความต้องการของผู้เรียนและชุมชนโดยเน้นนักเรียนเป็นสำคัญ คือ โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร ได้จัดกระบวนการเรียน

การสอนหลักสูตรระยะสั้น 60 – 150 ชั่วโมง ในสาขาวิชาช่างเครื่องยนต์ดีเซล ช่างเครื่องยนต์เบนซิน ช่างเครื่องยนต์เล็กและจักรยานยนต์ ช่างไฟฟ้าและเครื่องทำความเย็น ช่างวิทยุและโทรทัศน์ ช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ช่างเย็บจักรอุตสาหกรรม ช่างเสื้อผ้าชาย ช่างเสื้อผ้าสตรี ช่างเสริมสวย ช่างตัดผม นวดแผนไทย ไทยสปา วิชาอาหารและโภชนาการ วิชาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิชาพิมพ์ดีดไทยด้วยคอมพิวเตอร์ วิชาอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ และวิชาการประดิษฐ์และจัดดอกไม้ พร้อมทั้งได้จัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยชุมชนกรุงเทพมหานคร หลักสูตรระยะสั้น 48 ชั่วโมง และจัดสภาวะสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกอาคารสถานที่ให้สะอาดสวยงามร่มรื่นและสะดวกสบาย เพื่อช่วยเสริมสร้างคุณภาพ การเรียนรู้ ความคิด จิตใจและคุณธรรมอันพึงประสงค์ให้เกิดขึ้นในตัวนักเรียนและบุคลากร

2. จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์เยาวชนให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของสังคม สามารถเป็นแบบอย่างและดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข ได้แก่

2.1 จัดกิจกรรมเสริมสร้างสติปัญญา มุ่งให้นักเรียนได้ค้นคว้าด้วยตนเอง กล้าคิด กล้าพูด และกล้าแสดงออกพร้อมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาได้ เช่น

2.1.1 กิจกรรมแข่งขันทักษะวิชาชีพ

2.1.2 กิจกรรมฝึกปฏิบัติงานภายนอกโรงเรียน

2.1.3 กิจกรรมศึกษาดูงานและทัศนศึกษา

2.2 จัดกิจกรรมเสริมสร้างสุขภาพอนามัย เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยของนักเรียน ให้สมบูรณ์ ฝึกทักษะด้านกีฬา มีสุนทรีย์ที่ดี รักความสะอาด โรงเรียนจึงจัดให้มีโครงการกีฬาที่เป็นประจำทุกรุ่น มีน้ำดื่มสะอาด รับประทานอาหารอย่างมีคุณค่าถูกหลักโภชนาการ โดยโรงเรียนได้จัดจัดให้มีโรงอาหารพร้อมทั้งมีการตรวจสุขภาพประจำปีและแนะนำวิธีป้องกันโรคติดต่อต่างๆ จากหน่วยงานของรัฐบาล

2.3 จัดกิจกรรมเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมและศิลปวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้นักศึกษาและบุคลากรมีคุณธรรม 8 ประการคือ มีวินัย มีสติ กตัญญู เมตตา กรุณา อดทน ซื่อสัตย์ ประหยัด และขยัน เพื่อปลูกฝังค่านิยมอันดีงาม คือผู้มีกิริยามารยาท ร่าเริงแจ่มใส มีความรับผิดชอบ รักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมไทย และเพื่อที่จะธำรงไว้ซึ่งค่านิยมครอบครัวแบบไทย โดยจัดให้มีกิจกรรมสำคัญทางชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และโครงการอบรมจริยธรรมและคุณธรรมปี การศึกษาละ 2 ครั้ง

2.4 จัดกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม เพื่อปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้นักเรียน นักศึกษา รู้จักการ เสียสละและบำเพ็ญประโยชน์เพื่อส่วนรวม พัฒนาความเป็นผู้นำ รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่น เข้าใจ การปกครองระบอบประชาธิปไตย และรู้จักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจัดให้

มีโครงการร่วมด้วยช่วยกันในวันสำคัญ โครงการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน โครงการป้องกันยาเสพติด และโครงการบริการชุมชน

3. ส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชน
4. พัฒนาบุคลากรที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
5. โรงเรียนจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ สุขภาพอนามัยและความปลอดภัย
6. โรงเรียนเร่งรัดพัฒนาระบบนิเทศภายในโรงเรียน กำกับ ติดตาม ประเมินผล และ

การรายงานผล

โรงเรียนฝึกอາชีพรุงเทพมหานครได้กำหนดบุคลากรของโรงเรียนประกอบด้วย ครู-อาจารย์ เจ้าหน้าที่ทางการศึกษา ภารโรง และวิทยากร แบ่งงานรับผิดชอบตามภาระหน้าที่ของโรงเรียนทั้ง 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายธุรการและพัสดุ ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปกครอง และฝ่ายบริการ เพื่อให้การปฏิบัติงานของโรงเรียนฝึกอาชีพรุงเทพมหานครเป็นไปตามนโยบายของผู้บริหารและกรุงเทพมหานคร โดยเน้นนักเรียน ประชาชน และผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา มีอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวไม่เป็นปัญหาของสังคม และให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

ปัจจุบันองค์การที่ถูกจัดตั้งขึ้นมีหลายชนิด หลายประเภท ภารกิจการบริหารย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทและชนิดขององค์กรนั้นๆ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องศึกษาให้ทราบถึงภารกิจการบริหารของหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่เป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม (ประเสริฐ เศรษฐพันธ์. 2542 : 83)

ฟิสต์ (ประเสริฐ เศรษฐพันธ์. 2542 : 85) ได้แบ่งงานบริหารการศึกษาอย่างกว้าง ๆ ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่
2. การบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการขยาย หรือการปรับปรุงโอกาสทางการศึกษาหรืองานด้านวิชาการ
3. การบริหารบุคลากรทุกชนิดนับตั้งแต่การแสวงหา บรรจุแต่งตั้ง โยกย้าย พัฒนา และปรับปรุง ตลอดจนการให้พ้นจากงาน
4. การบริหารงานธุรการ การเงิน อาคารสถานที่ และบริการต่างๆ

โรงเรียนเป็นผู้นำชุมชน จึงควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนขณะเดียวกันโรงเรียนก็ยอมรับว่าประชาชนมีส่วนเป็นเจ้าของโรงเรียน และเป็นผู้อุปถัมภ์โรงเรียนจึงต้องยอมรับความช่วยเหลือต่างๆ จากชุมชนเช่นเดียวกัน ส่วนงานวิชาการนั้น ผู้บริหารการศึกษาต้องถือว่าสำคัญกว่างานธุรการ ดังนั้นการแบ่งเวลาวันหนึ่งๆ ของผู้บริหารการศึกษาเพื่อให้แก่งานต่างๆ ควรแบ่งให้งานวิชาการมากที่สุด งานธุรการนั้นจำเป็นก็จริงแต่โดยหลักการบริหารการศึกษาแล้วสำคัญ

น้อยกว่างานวิชาการ นอกจากนี้โรงเรียนควรหาทางให้บริการชุมชน นักเรียน ครู และเจ้าหน้าที่ต่างๆ ของโรงเรียนตามสมควรอีกด้วย

เฟเบอร์และเชียร์สัน (วิเชียร ควรประกอบกิจ. 2536 : 20 ; อ้างอิงจาก Faber & Shearson, 1970. Elementary School Administration. p. 121) กล่าวว่า งานบริหารโรงเรียนอาจแยกออกเป็น 8 ประการ ดังนี้คือ

1. การจัดและพัฒนาหลักสูตร
2. งานกิจกรรมนักเรียน
3. งานประชาสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน
4. งานบุคลากร
5. งานอาคารสถานที่
6. งานจัดองค์กรและโครงสร้าง
7. งานธุรการและการเงิน
8. การจัดอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักเรียน

จะเห็นได้ว่านักวิชาการหรือนักการศึกษา ได้กำหนดงานขอบข่ายงานของโรงเรียนไว้หลายแบบด้วยกัน ส่วนใหญ่จะมีความสอดคล้องคล้ายคลึงกับสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดการศึกษา แม้แต่โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครก็ยังใช้ในการกำหนดขอบข่ายงานสำหรับการบริหารงานโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่เช่นกัน งานบริหารโรงเรียน (Administrative tasks) เป็นกิจกรรมต่างๆ ภายใต้การดำเนินงานของผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งการดำเนินงานทุกอย่างจะต้องใช้บุคลากรโรงเรียนให้ปฏิบัติงานแต่ละด้านๆ เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการให้บริการทางการศึกษา งานบริหารโรงเรียนในความหมายอย่างแคบคือ งานประจำของอาจารย์ใหญ่ ผู้อำนวยการโรงเรียน หรือหัวหน้าสถานศึกษาตามที่ได้กำหนดไว้ในระเบียบการกำหนดหน้าที่ประจำตำแหน่ง งานบริหารโรงเรียนที่มีขอบเขตกว้างขวางมาก

5. โรงเรียนฝึกอชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ)

ในการพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอชีพกรุงเทพมหานคร สังกัดกองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นสถานศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้การสังเกตสภาพปัญหาของสถานศึกษา ศึกษาจากเอกสารรายงานตนเอง และได้สัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องของสถานศึกษาและนำเสนอดังต่อไปนี้ (โรงเรียนฝึกอชีพกรุงเทพมหานคร [อาทร สังฆะวัฒนะ]. 2551 : 4)

5.1 การบริหารงานโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ)

กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานหลักแห่งหนึ่งของรัฐบาลที่ได้จัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 ทั้งในระบบโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน การจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นอยู่ในรูปแบบของหลักสูตรวิชาชีพพระยะสั้น โดยมี โรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานครเป็นสถานศึกษาให้บริการแก่ประชาชน

ปรัชญาการจัดการศึกษากำหนดไว้ดังนี้

ฝึกออาชีพเป็นเลิศ ประเสริฐคู่คุณธรรม

นำความรู้ คู่ระเบียบ วินัย

วิสัยทัศน์กำหนดไว้ดังนี้

แหล่งพัฒนาวิชาชีพสู่ความเป็นมาตรฐาน ร่วมประสานการพัฒนาอาชีพ

สร้างเสริมปัญญาคู่คุณธรรม จริยธรรม นำคุณค่าสู่ชุมชนและท้องถิ่น

พันธกิจของโรงเรียนกำหนดไว้ดังนี้

1. เปิดกว้างและเข้าถึงง่าย การรับที่เปิดกว้าง ให้โอกาสและปฏิบัติต่อผู้เรียนผู้รับเข้าบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นการประกันความเสมอภาคแก่กลุ่มคนทุกกลุ่ม ให้มีโอกาสได้ศึกษาวิชาชีพอย่างหลากหลายรวมทั้งให้บริการคำปรึกษา/แนะแนวบริการ จัดตารางการเรียนที่ยืดหยุ่นหลากหลายในลักษณะที่ยืดหยุ่นเป็นฐาน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เรียนรู้และฝึกทักษะอย่างกว้างขวาง
2. มีหลักสูตรหลากหลายประเภท จัดหลักสูตรวิชาชีพหลากหลายเพื่อฝึกทักษะการทำงานที่สามารถเข้าสู่งานได้รวดเร็วหลักสูตรต่าง ๆ จัดให้ทุกสาขา ทุกอาชีพเพื่อเป็นทางเลือกของคนในชุมชนตามศักยภาพบุคคล
3. ตอบสนองต่อชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เป็นแหล่งผลิตและพัฒนากำลังคนในภาคเศรษฐกิจหลัก ทั้งด้านอุตสาหกรรมที่เน้นการสร้างวิชาชีพเพื่อการประกอบกิจการ ช่วยให้เกิดการสร้างกิจการงานของตนเองรวมทั้งพัฒนาคนป้อนตลาดแรงงาน ตลอดจนช่วยอบรมเพิ่มพูนการทำงานแก่แรงงานในภาคการผลิตของสังคม
4. เน้นคุณภาพและการใช้ประโยชน์จัดการสอนและฝึกอบรมที่มีคุณภาพ มุ่งให้ผู้เรียนและกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับบริการมีความสามารถตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นและรูปแบบวิธีการที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลและชุมชนเช่น การจัดการร่วมกับโรงงาน/สถานประกอบการโดยจัดหลักสูตรสนองความต้องการของสถานประกอบการ การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เป็นต้น

5. เสียค่าใช้จ่ายน้อย จัดเก็บค่าบริการจากกลุ่มเป้าหมายในราคาถูกลง เพื่อให้บริการแก่กลุ่มบุคคลในท้องถิ่นที่อยู่และมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ ได้มีโอกาสเรียนโดยไม่ออกไปจากระบบการศึกษาและได้เรียนใกล้บ้านตลอดจนได้เรียนไปพร้อมกับการทำงาน เพื่อพัฒนาต่อเนื่องให้เป็นการศึกษาตลอดชีวิต

6. การสร้างพันธมิตรกับธุรกิจเอกชน องค์กรรัฐและองค์กรเอกชน สร้างความแข็งแกร่งในการบริหารจัดการโดยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดในรูปแบบเครือข่ายระหว่างโรงเรียน สถานประกอบการ องค์กรเอกชน หน่วยงานของรัฐและเอกชนอื่น ๆ เพื่อสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและชุมชนอย่างกว้างขวาง

7. ปรับตัวเองอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนบทบาทการศึกษาที่เน้นการให้บริการแก่คนในสังคมได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งวิธีการและการจัดสาขาวิชาที่ทันสมัย ยืดหยุ่นและรวดเร็วทันกับความเปลี่ยนแปลง

8. ค้นหาโอกาสใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่เสมอ สำรวจ/จัดทำระบบข้อมูลการเปลี่ยนแปลงความต้องการของชุมชน เทคโนโลยีและตลาดแรงงานตลอดเวลา เพื่อนำมาใช้พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่เสมอ

9. เชื่อมโยงกับพันธมิตรทั้งในและนอกชุมชน จัดบทบาทที่เข้มแข็งในการแสวงหาพันธมิตร ความร่วมมือกับบุคคล ชุมชน หน่วยงาน องค์กรสมาคมวิชาชีพ ผู้เกี่ยวข้องทุกส่วน กำหนดกรอบความร่วมมือทั้งรูปแบบและระดับความสัมพันธ์หลากหลาย ให้ชุมชนได้เลือกในการร่วมกิจกรรมตามความพร้อมของตนเพื่อร่วมกันดำเนินงานให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ตามภารกิจของโรงเรียน

10. ชุมชนเป็นผู้นำ / ร่วมดำเนินการ สร้างองค์กรที่เข้มแข็งในการชักนำชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งการกำหนดนโยบายการตัดสินใจการดำเนินงานและการสนับสนุนทุกรูปแบบ เพื่อจัดให้บริการตามความต้องการของชุมชน

5.2 ความเป็นมาและการจัดการสอนของโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ)

โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) ชื่อเดิมคือโรงเรียนสารพัดช่าง กรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) สังกัดงานการศึกษานอกระบบโรงเรียน กองโรงเรียน สำนักการศึกษา การตั้งโรงเรียนครั้งแรกได้รับการสมทบทุนจาก นายอาทร สังฆะวัฒนะ ขณะนั้นเป็นสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร เปิดสอนครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2519 ซึ่งมี นายวรพจน์ พุ่มพวง เป็นครูใหญ่คนแรก เปิดสอน 2 แผนกช่างคือ ช่างยนต์ ช่างเสื่อสตรี หลักสูตรระยะสั้น 5 เดือน โดยเรียนวันละ 3 ชั่วโมง เปิดสอน 2 รอบ รอบเช้า 9.00 - 12.00 น. รอบบ่าย 13.00 - 16.00 น.

ปัจจุบันโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) สังกัดกลุ่มงาน การศึกษาอาชีพ กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม ตั้งอยู่เลขที่ 462 ถนน พุทธบูชา แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กทม. 10140

5.3 พื้นที่โรงเรียนและอาคาร

มีพื้นที่ใช้สอยจำนวน 12.5 ไร่ประกอบด้วยอาคารเรียน 4 หลังได้แก่

1. อาคารเรียน 1 เป็นอาคารคอนกรีต 3 ชั้น ประกอบด้วยห้องต่าง ๆ ดังนี้

ชั้นที่ 1 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการแผนกเสริมสวยจำนวน 2 ห้องเรียน และห้องฝึก

ปฏิบัติ 1 ห้องเรียน

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วยห้องเรียน 1 ห้องเรียนคือห้องตัดผมชาย

ชั้นที่ 3 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการแผนกอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 2 ห้องเรียน และ

ห้องเก็บวัสดุแผนกอิเล็กทรอนิกส์ 1 ห้อง

2. อาคารเรียน 2 เป็นอาคารคอนกรีต 3 ชั้น ประกอบด้วยห้องต่าง ๆ ดังนี้

ชั้นที่ 1 ประกอบด้วยโรงอาหารและห้องปฏิบัติการสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วยห้องผู้อำนวยการโรงเรียนจำนวน 1 ห้อง ห้องผู้ช่วยผู้อำนวยการ

โรงเรียนจำนวน 2 ห้อง ห้องธุรการจำนวน 1 ห้อง ห้องสมุด 1 ห้องเรียน ห้องเรียน 1 ห้องเรียน ห้องประชุม 1 ห้อง

ชั้นที่ 3 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างซ่อมคอมพิวเตอร์จำนวน 1 ห้องเรียน

ห้องปฏิบัติการสาขาวิชาพิมพ์ดีดคอมพิวเตอร์จำนวน 1 ห้องเรียน ห้องคอมพิวเตอร์ 2 ห้องเรียน

3. อาคารเรียน 3 เป็นอาคารคอนกรีต 4 ชั้น ประกอบด้วยห้องต่าง ๆ ดังนี้

ชั้นที่ 1 ประกอบด้วยห้องประชุมขนาด 200 คน

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาลีลาศ 1 ห้องเรียน ห้องนวดแผนไทย 1

ห้องเรียน ห้องภาษา 1 ห้องเรียน

ชั้นที่ 3 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างตัดเสื้อสตรีจำนวน 2 ห้องเรียน ห้องนวด

ฝ่าเท้า 1 ห้องเรียน

ชั้นที่ 4 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างตัดเสื้อชายจำนวน 1 ห้องเรียน

ห้องปฏิบัติการวิชาช่างเย็บจักรอุตสาหกรรมจำนวน 1 ห้องเรียน และห้องเก็บวัสดุจำนวน 1 ห้องเรียน

4. อาคารโรงฝึกงานจำนวน 5 หลัง ประกอบด้วยห้องต่าง ๆ ดังนี้

โรงฝึกงาน 1 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างเครื่องยนต์เบนซินและไฟฟ้ารถยนต์ และห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างเครื่องยนต์ดีเซลและเครื่องล่างรถยนต์

โรงฝึกงาน 2 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างเดินสายไฟฟ้า ห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างเครื่องกลไฟฟ้า

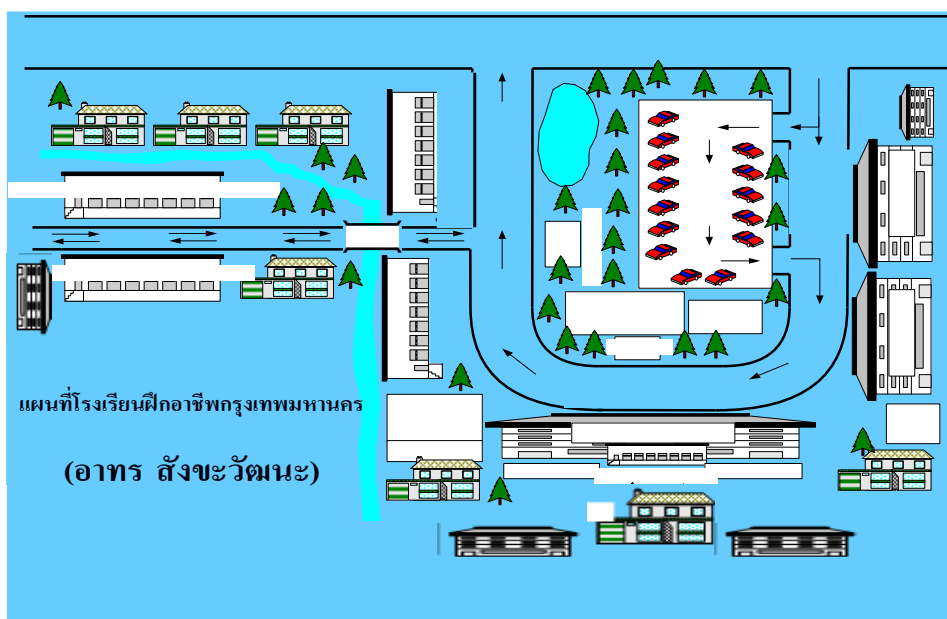
โรงฝึกงาน 3 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างเครื่องยนต์เล็กและจักรยานยนต์

โรงฝึกงาน 4 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาช่างเครื่องทำความเย็นและเครื่องปรับอากาศ

โรงฝึกงาน 5 ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ

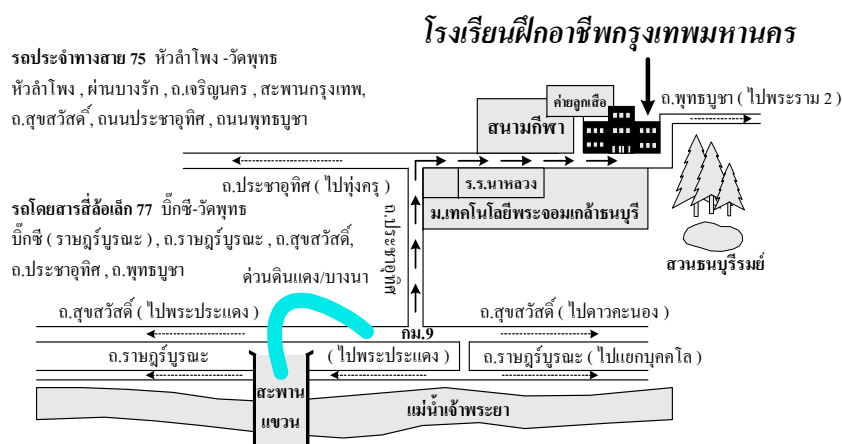
โรงฝึกงาน 6 ฝึกปฏิบัติวิชาสถาปัตยกรรม

พื้นที่โรงเรียน แผนผังอาคารเรียนรวมทั้งแผนที่โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) ดังแสดงในภาพประกอบ 5 และภาพประกอบ 6 ดังนี้



ภาพประกอบ 5 แผนผังอาคารโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ)

ที่มา : โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ). 2550 : แผ่นพับ



ภาพประกอบ 6 แผนที่โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัตนะ)

ที่มา : โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัตนะ). 2548 : แผ่นพับ

5.4 วัตถุประสงค์ในการจัดการเรียนการสอนโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัตนะ)

กลุ่มเป้าหมาย โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัตนะ) เป็นโรงเรียนที่เปิดสอนวิชาชีพหลักสูตรระยะสั้นให้กับเยาวชน ประชาชนและผู้สนใจทั่วไป โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยขาดโอกาสทางการศึกษา หมายถึง เยาวชนที่จบการศึกษาภาคบังคับแล้วไม่มีโอกาสที่จะเรียนต่อ ให้มีโอกาสดำเนินการฝึกอาชีพ
2. กลุ่มผู้ประกอบอาชีพแล้ว ที่ต้องการเพิ่มทักษะและความชำนาญในสาขาวิชาชีพเพิ่มเติมให้มีความชำนาญและประสบการณ์มากขึ้น
3. กลุ่มผู้ที่ตกงานและว่างงาน หรือต้องการเปลี่ยนอาชีพใหม่ ได้มีโอกาสศึกษาวิชาชีพเพื่อนำไปประกอบอาชีพอิสระ
4. กลุ่มผู้ประสงค์สะสมหน่วยกิตเพื่อเทียบโอน

โครงสร้างหลักสูตรระยะสั้นที่เปิดสอน หลักสูตรระยะสั้นที่ใช้จัดการศึกษานั้นความต้องการของชุมชนและตลาดแรงงานเป็นหลัก มีการปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสมัยนิยมเพื่อมุ่งหวังให้ผู้เรียนจบหลักสูตรสามารถประกอบอาชีพได้ตามวิชาที่เลือก

ปัจจุบันโรงเรียนฝึกออาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรระยะสั้นมี 4 หลักสูตรคือ 60 ชั่วโมง 75 ชั่วโมง 90 ชั่วโมง และ 150 ชั่วโมง แบ่งเป็น 4 ประเภทวิชา คือ

1. ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม ได้แก่
 - 1.1 ช่างเครื่องยนต์เบนซิน
 - 1.2 ช่างเครื่องล่างยนต์
 - 1.3 ช่างเครื่องยนต์ดีเซล
 - 1.4 ช่างไฟฟ้ารถยนต์
 - 1.5 ช่างเครื่องยนต์เล็กและจักรยานยนต์
 - 1.6 ช่างเครื่องทำความเย็นและปรับอากาศ
 - 1.7 ช่างเดินสายไฟฟ้า
 - 1.8 ช่างซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า
 - 1.9 ช่างเครื่องกลไฟฟ้า
 - 1.10 ช่างซ่อมคอมพิวเตอร์
 - 1.11 ช่างวิทยุ
 - 1.12 ช่างเครื่องเสียง
 - 1.13 ช่างโทรทัศน์
 - 1.14 ช่างซ่อม VCD, DVD
2. ประเภทวิชาคหกรรม ได้แก่
 - 2.1 ช่างตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี
 - 2.2 วิชาตัดเย็บชุดสูทสตรีและชุดไทย
 - 2.3 ช่างเสื้อและกางเกงชาย
 - 2.4 วิชาช่างเสื้อผ้าอุตสาหกรรม
 - 2.5 วิชาสร้างแบบเสื้อผ้า
 - 2.6 ช่างม้วนผม (เบื้องต้น)
 - 2.7 ช่างชอยผม
 - 2.8 ช่างตัดผมชาย
 - 2.9 วิชาคูกี้และเค้ก
 - 2.10 วิชาการประดิษฐ์ดอกไม้

3. ประเภทวิชาพานิชยกรรมได้แก่
 - 3.1 พิมพ์ดีดคอมพิวเตอร์
 - 3.2 วิชาคอมพิวเตอร์
 - 3.3 วิชาโปรแกรมภาพเคลื่อนไหว
 - 3.4 วิชาการใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ
 - 3.5 ประเภทวิชาศิลปกรรม
 - 3.6 วิชาไทยสถาปัตยกรรม
 - 3.7 วิชาวาดตัว
 - 3.8 วิชาวาดฝาเท้า
 - 3.9 วิชาเต้นประกอบเพลง

5.5 ระเบียบการรับสมัคร

คุณสมบัติทั่วไปของผู้สมัครเรียน

1. ชาย – หญิง อายุ 14 ปีขึ้นไป
2. มีความรู้อ่านออกเขียนได้
3. สุขภาพแข็งแรงไม่มีอุปสรรคต่อการเรียน
4. มีความประพฤติเรียบร้อย

5.6 เงื่อนไขการเปิดสอนหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น

โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร (อาทร สังฆะวัฒนะ) เปิดสอนงานอาชีพในหลาย วิชา
ช่างแต่ละวิชาจะต้องมีนักศึกษาในสถานศึกษาดังนี้

1. ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม จำนวนนักเรียนนักศึกษาต้องไม่ต่ำกว่า 15 คน ต่อ
ห้องเรียนหากต้องเปิดสอนมากกว่า 1 ห้อง และห้องสุดท้ายไม่ถึง 15 คน ให้อยู่ในดุลยพินิจของ
หัวหน้า สถานศึกษาแต่ต้องไม่ต่ำกว่า 10 คน
2. ประเภทวิชาคหกรรมและศิลปกรรม จำนวนนักศึกษาต้องไม่ต่ำกว่า 20 คนต่อ
ห้องเรียนหากต้องเปิดสอนมากกว่า 1 ห้อง และห้องสุดท้ายไม่ถึง 15 คน ให้อยู่ในดุลยพินิจของ
หัวหน้าสถานศึกษาแต่ต้องไม่ต่ำกว่า 10 คน
3. ประเภทพานิชยกรรม จำนวนนักศึกษาต้องไม่ต่ำกว่า 25 คน ต่อห้องเรียนหากต้อง
เปิดสอนมากกว่า 1 ห้อง และห้องสุดท้ายไม่ถึง 25 คน ให้อยู่ในดุลยพินิจของหัวหน้าสถานศึกษา
แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 10 คน ถ้านักศึกษาในห้องเรียนที่ 1 ไม่ครบจำนวนตามเกณฑ์ (1) (2) (3) หากจะ
เปิดสอนจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม

6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยในประเทศ

ยอด ชนไพโรจน์ (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ คณะทำงาน 208 คน ผลการวิจัย ปรากฏดังนี้ 1) ระบบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยส่วนรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือด้านการวิจัยและมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประเมินผล 2) ปัญหากระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยส่วนรวมมีปัญหาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการวิจัย ด้านการวางแผน ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประเมินผล พบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลางทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านการติดต่อสื่อสารมีปัญหาอยู่ในระดับมาก 1 ข้อคือ ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

นิเทศน์ จันโทมุข (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในวิทยาลัยนาฏศิลป์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วิทยาลัยนาฏศิลป์ปะกาพลินธุ์ตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้จากการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 32 คนประกอบด้วยผู้บริหารวิทยาลัย หัวหน้าฝ่าย คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ ครู อาจารย์และอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนผู้สื่อข่าวจังหวัดกาฬสินธุ์ และประชาสัมพันธ์สำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต เครื่องบันทึกเสียงและกล้องบันทึกภาพ แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ ผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย และนำเสนอผลการวิจัย เป็นแบบพรรณนาวิเคราะห์ ซึ่ง ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ วิทยาลัยนาฏศิลป์ปะกาพลินธุ์ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ครบถ้วนทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการวิจัย-การรับฟัง ด้านการวางแผน-การตัดสินใจ ด้านการสื่อสาร-การปฏิบัติ และด้าน การประเมินผล โดยปฏิบัติการกิจและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีจุดเด่นในการดำเนินการ เผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานของสถานศึกษาตามสถานีวิทยุและสถานีวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจน จัดนิทรรศการผลงานของสถานศึกษาและการแสดง เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ด้านนาฏศิลป์และดนตรี โดยทั่วไปในชุมชนและในเขตรับผิดชอบทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัญหาที่พบคือ งบประมาณ ไม่เพียงพอ บุคลากรไม่เพียงพอและขาดผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก้ไขปัญหามาโดยขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน ตลอดจนประชาชนร่วม บริจาค การจัดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ให้กับข้าราชการประชาชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ สามารถแก้ไขปัญหามาได้ ทำให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินการไปได้ด้วยดี

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในวิทยาลัยนาฏศิลป์ ภาพลักษณ์ ดำเนินการอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพและสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตาม วิทยาลัยก็ ยังประสบปัญหาบางประการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขาดแคลนงบประมาณ และบุคลากรไม่เพียงพอ จึง ควรระดมทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ร่วมกันและควบคู่ไปกับการ พัฒนาบุคลากร ซึ่งส่งผลให้การ ดำเนินงานของวิทยาลัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมุกดา ม่วงศิริ (2541 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครู อาจารย์เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ใน โรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาเอกชนกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารจำนวน 99 คน และครูอาจารย์จำนวน 306 คน ผลของการวิจัยพบว่าการปฏิบัติรวม 7 ด้านโดยปฏิบัติในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ ระหว่างครูกับนักเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่าง โรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน ส่วนเรื่องที่มีการปฏิบัติในระดับน้อย 4 ด้าน ได้แก่ 1) กิจกรรมของ นักเรียนและการบริการชุมชนของโรงเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมครูผู้ปกครอง สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ 4) การใช้ เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน ส่วนด้านปัญหามีปัญหาด้าน 1) ขาดวัสดุอุปกรณ์ 2) ขาดการบริหารจัดการที่ดี 3) ขาดบุคลากรที่รับผิดชอบ

อภิรดี อามาตย์ทัศน (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสถานศึกษาสังกัดกองวิทยาลัยอาชีวศึกษา กรมอาชีวศึกษา จากผลการศึกษาพบว่า 1) การ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการศึกษามีความเห็น โดยรวมว่ามีการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ ปานกลาง พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีการ ปฏิบัติมากในด้าน การเสนอโครงการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น ส่วนด้านอื่น ๆ มีการปฏิบัติในระดับ ปานกลาง และ ความคิดเห็นของหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โดยรวมก็พบว่า มีการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีการปฏิบัติในระดับปาน กลางเช่นกัน เรียงตามค่าเฉลี่ยจากสูงไปต่ำดังนี้ การปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย การเสนอโครงการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น การเผยแพร่ ระเบียบ ข่าวสาร ข้อบังคับ คำแนะนำ คำ ชี้แจง ประกาศ ให้ครู- อาจารย์ในสถานศึกษาทราบ การรวบรวมข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของ สถานศึกษาแจ้งให้นักเรียน นักศึกษาทราบ การรับผิดชอบต่อศูนย์การติดต่อภายในและภายนอก สถานศึกษา การรายงานผลการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น และการประสานงานกับชุมชนท้องถิ่น ส่วนราชการ สถานศึกษาอื่น ๆ และสื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็น ของผู้ช่วยงานประชาสัมพันธ์พบว่าโดยรวมมีความคิดเห็นว่ามี การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อยู่ใน ระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ในด้านการ

ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย 2) ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการศึกษามีความคิดเห็นโดยรวมว่า มีปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย ขณะที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นโดยรวมว่า เป็นปัญหาในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เป็นปัญหามากในเรื่อง การนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษามาใช้ในการประชาสัมพันธ์น้อย วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์มีไม่เพียงพอต่อการใช้งาน และงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ การติดตามผลและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง ส่วนผู้ช่วยงานประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นโดยรวมพบว่า มีปัญหาในระดับปานกลาง พิจารณาเป็น รายด้านพบว่า เป็นปัญหามากในเรื่องการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษามาใช้ในการ ประชาสัมพันธ์น้อย วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์มีไม่เพียงพอต่อการใช้งานและงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ

รัชดาภรณ์ ศิริสรณ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่องปัญหาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานประถมศึกษาอำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ ประชากรที่ใช้เป็นบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละโรงเรียนจำนวน 49 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยในภาพรวมพบว่า ด้านการวางแผนมีปัญหาในระดับปานกลาง 7 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาการนำข้อมูลย้อนกลับเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการใช้สื่อ ปัญหาการสำรวจความต้องการการใช้สื่อ ปัญหาการใช้แผนงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และปัญหาการวางแผนการใช้สื่อด้านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาที่มีระดับมาก 4 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ปัญหาการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ปัญหาด้านการศึกษาข้อมูลก่อนการดำเนินการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และปัญหาการกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากรในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในระดับน้อย ส่วนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนใช้มากได้แก่ การจัดป้ายนิเทศ รองลงมาคือการประชุม แผ่นพับ การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในวันต่าง ๆ ป้ายประกาศของทางราชการ หนังสือ จดหมายข่าว สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ และเสียงตามสาย (หอกระจายข่าว) สื่อที่ใช้กันระดับน้อยคือ จุลสาร

6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

วิลเลียม (Williams. 1985 : Abstract) ได้วิจัยเรื่อง การระบุกลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในโรงเรียนสำหรับ นอร์ท เซ็นทรัล แอสโซซิเอชัน คอมมิสชัน (North Central Association Commission) (NCA) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุถึงกลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรียนได้มีการปรับปรุงแก้ไขที่ดียิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้วัดความเข้าใจต่อความเร่งด่วนของการประชาสัมพันธ์ รวมถึงกลวิธีการที่เหมาะสมที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการที่เหมาะสมที่ระบุไว้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการการบริหารโรงเรียน ผู้ตรวจการศึกษา และอาจารย์ใหญ่ คือ จุลสารรายเดือนหรือราย 4 เดือน (New letter) และเอกสารของข้อมูลต่าง ๆ (Information Brochures) สำหรับครูและนักเรียนควรใช้เอกสารข้อมูล สไลด์ เทป และวิดีโอเทป สำหรับผู้ปกครองควรใช้จุลสาร ส่วนชุมชนในท้องถิ่นควรใช้ข่าวสารต่าง ๆ (News releases)

สมาคมการวิจัยการศึกษาแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Education Association Research Divition. 1968 : 29 - 31) ได้ทำการวิจัยเรื่องผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้สรุปหน้าที่หลักและความรับผิดชอบของผู้บริหารที่ควรจะดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. ทำหน้าที่ติดต่อกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อแถลงข่าวสารของโรงเรียน
2. เขียนข่าวของโรงเรียนเพื่อส่งเสริมให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ของสื่อมวลชน
3. จัดตั้งคณะบุคคลทำงานในด้านเอกสารสิ่งพิมพ์
4. ส่งสิ่งพิมพ์หรือจดหมายข่าวของโรงเรียนไปยังชุมชน
5. รณรงค์ให้มีการเลือกตั้งคณะบุคคลที่จะทำงานให้มีหลักฐานถูกต้อง
6. จัดทำรายงานต่าง ๆ ของโรงเรียนแจ้งให้ผู้ตรวจการศึกษาทราบ
7. ทำงานร่วมกับชุมชนและพนักงานของรัฐในสาขาอื่น ๆ ตลอดจนกลุ่มบุคคลในสาขาวิชาชีพด้านการบริการต่าง ๆ
8. จัดทำโครงการพิเศษสำหรับโรงเรียนขึ้น
9. เผยแพร่โครงการของนักเรียนที่จัดทำขึ้น
10. จัดให้มีบรรณาธิการสิ่งพิมพ์ในหน่วยงานของโรงเรียน
11. จัดร่างสุนทรพจน์ ทำรายงาน และเอกสารของหน่วยงาน
12. จัดให้มีสถานที่อันเหมาะสมเพื่อเชิญนักพูดหรือเปิดโอกาสให้บุคคลได้มีโอกาสพูดเพื่อให้ความรู้แก่บุคลากร
13. จัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องราวการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรของโรงเรียน

โรมาย (Romine. 1986 : Abstract) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนใน ด้านงานประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ได้รวบรวมความคิดเห็นของคณะกรรมการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กรรมการวิทยาลัย อาจารย์ใหญ่ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ กลุ่มละ 15 คน ผลการวิจัย พบว่าคณะกรรมการได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทด้านบริการสารสนเทศแก่ประชาชนเกี่ยวกับการ ให้บริการของวิทยาลัยและผลงานของวิทยาลัยแก่บุคคลชั้นนำในท้องถิ่นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนช่วยเหลือสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมของวิทยาลัยและด้านการรักษาภาพพจน์ ของวิทยาลัยและให้ข้อเสนอแนะว่าการค้นคว้าหาข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผนและ ประเมินผลงานติดต่อสื่อสารเป็นแบบสองทาง

ไคเซอร์ (Keiser. 1994 : Abstract) ได้ทำการวิจัยการประชาสัมพันธ์กับชุมชนในเขตเมือง วิสคอนซิน โดยสำรวจบทบาทของผู้บริหารในด้านการพัฒนาและวิธีการดำเนินงานที่มี ประสิทธิภาพรวมถึงการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนโรงเรียนที่อยู่ในความดูแลและในเขตเมือง และศึกษาวิสัยทัศน์ผู้บริหารโรงเรียนด้านการประชาสัมพันธ์กับชุมชน ความต่อเนื่องของการ ดำเนินงานและประสิทธิผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่า บทบาทผู้บริหารในการ ประชาสัมพันธ์มีการพัฒนาขึ้นและสาระของการประชาสัมพันธ์ยังได้พิสูจน์ถึงลักษณะของการ วางแผนที่มีประสิทธิภาพ

ควอวฟอร์ด (Crowford 1998 : Abstract) ได้วิจัยเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มี จุดวิกฤตของศึกษานิเทศก์โรงเรียนประถมศึกษาที่เกษียณในช่วงระยะเวลา 5 ปี กับช่วงระยะเวลา 10 - 12 ปี ผลการศึกษาพบว่า มีงานที่จำเป็นต้องทำซึ่งจัดกลุ่มได้ 12 ประเภท คือ 1) ชุมชน 2) โรงเรียน 3) การเงิน 4) กรรมการโรงเรียน 5) การปกครอง 6) หลักสูตรการสอน 7) เทคโนโลยี 8) สิ่งอำนวยความสะดวก 9) ความหลากหลายวัฒนธรรม 10) วินัย 11) สื่อ 12) การตลาด นอกจากนี้พบว่า ทักษะในการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับศึกษานิเทศก์ในการมีการประชาสัมพันธ์กับ โรงเรียนและชุมชน โดยการศึกษาพิเศษต้องเป็นตัวแทนของชุมชนและรัฐเสริมสร้างความรู้สึก เป็นเจ้าของและเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับชุมชนต่าง ๆ ตลอดจนต้องทำตัวเองให้เป็นสาธารณะทั้ง ภายนอกและภายในหน่วยงาน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า บทบาทการประชาสัมพันธ์จะส่งผลช่วย สนับสนุนกิจกรรมทางการศึกษาควรมีเอกสารข้อมูลหรือสื่อต่าง ๆ ในการเผยแพร่ งานประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารมีส่วนทางด้านพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์และมีส่วน สนับสนุนด้านความสัมพันธ์ของชุมชนเป็นอย่างมาก ซึ่งชุมชนมีส่วนในการช่วยเหลือสนับสนุน สถานศึกษาในด้านกิจกรรมและด้านการรักษาภาพพจน์ของสถานบันการศึกษาอีกด้วย และควรจะมี การวางแผนประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เปลี่ยนไป

7. สรุปแนวคิดหลักการที่จะนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยการพัฒนารูปแบบงาน ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น

7.1 กรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบ

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนารูปแบบและแนวคิดจากนักวิชาการ
ได้แก่ บุญชม ศรีสะอาด (2533 : บทคัดย่อ) ; สมาน อัสวภูมิ (2537 : บทคัดย่อ) ; อานาจ บัวศิริ
(2539 : บทคัดย่อ) ; สมศักดิ์ คลประสิทธิ์ (2539 : 9) ; รุ่งนภา จิตรโรจน์รักษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ;
สมนึก ทองเอี่ยม (2550 : บทคัดย่อ) ดังตาราง 5

ตาราง 5 การสังเคราะห์ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบ

ขั้นตอนของการพัฒนารูปแบบ	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล						
	บุญชม ศรีสะอาด (2533)	สมาน อัสวภูมิ (2537)	สมศักดิ์ ดลประสิทธิ์ (2539)	อำนาจ บัวศิริ (2539)	พุดสข หิงคานนท์ (2540)	รุ่งนภา จิตรโรจน์รักษ์ (2548)	สมนึก ทองเยี่ยม (2550)
1. การศึกษาองค์ความรู้หรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. การสร้างหรือพัฒนารูปแบบ และ การพัฒนาคุณลักษณะ หรือสังเคราะห์แบบจำลอง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย			✓				
4. การทดสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของ การนำรูปแบบไปใช้			✓		✓		
5. การตรวจสอบและประเมินความเหมาะสมและ ความเป็นไปได้ของรูปแบบ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. การแก้ไขและการพัฒนาให้เป็นรูปแบบฉบับสมบูรณ์	✓	✓		✓	✓	✓	✓
7. นำเสนอรูปแบบและจัดทำรายงาน ผลการวิจัย			✓				
รวม	4	4	6	4	5	4	4

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยของการพัฒนารูปแบบงาน ประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครเป็น 4 ขั้นตอนประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบ

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบ

ขั้นตอนที่ 4 การแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาเป็นรูปแบบฉบับสมบูรณ์

7.2 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าแนวคิดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรวิชาชีพพระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้บูรณาการความรู้ที่ได้จากนักวิชาการได้แก่ จุฑามาศ กิจเจริญ (2539 : 75 - 76) ; จารุวรรณ อรุณฤกษ์ (2542 : 63 - 78) ; กรรณิการ์ อัสวครเดชา (2544 : 5 - 6) ; กระทรวงศึกษา (2546 : 71 - 72) ; โสรัฎฐดา วงศ์รัก (2547 : 47 - 54) ; พรทิพย์ วรกิจโกภาพร และคณะ (2544 : 92) ; เฟรดเดอริค (Friederich, 1975 : 7 - 14) ; ไซมอน (Simon, 1984 : 109 - 110) นำมาร่วมการวิเคราะห์และบูรณาการสรุปเป็นกรอบแนวคิดงานประชาสัมพันธ์วิชาชีพพระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร รายละเอียดการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์จากนักวิชาการเป็นกรอบแนวคิดที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรพระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครตามตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 แสดงการสังเคราะห์ขั้นตอนกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

นักวิชาการ	ขั้นตอนกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์								
	สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย	การวิจัย	การวางแผนการประชาสัมพันธ์	การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์	การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์	การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จัดเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	พัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์	สร้างกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์
โสรัฎฐา วงศ์รัก	✓		✓	✓	✓	✓			
จุฑามาศ กิจเจริญ		✓	✓		✓	✓			
จารุวรรณ อรุณฤกษ์	✓		✓		✓	✓			
กรรณิการ์ อัสวตรเดชา	✓		✓		✓	✓			
พรทิพย์ วรกิจโกคาทร			✓		✓	✓			
เฟรดเดอริค (Friederich)		✓	✓		✓	✓			
ไซมอน (Simon)	✓	✓	✓		✓	✓			
กระทรวงศึกษาธิการ	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
รวม	5	4	8	1	8	8	1	1	1

จากตาราง 6 การวิเคราะห์กระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการประชาสัมพันธ์ที่ได้ประมวลมาข้างต้น สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์มีกระบวนการดำเนินงาน 5 ขั้นตอนที่ใช้พัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น โรงเรียนฝึกอาชีพ กรุงเทพมหานคร คือ ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนที่ 3 การเลือกสื่อการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์