

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันหน่วยงานต่างๆ มีขอบข่ายภารกิจความรับผิดชอบกว้างขวาง สลับซับซ้อน และเกี่ยวข้องกับบุคคลเป็นจำนวนมากขึ้น ภารกิจของหน่วยงานจะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และก้าวหน้าประสพผลสำเร็จดังเป้าหมายของหน่วยงานนั้นๆ ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ ( ประทุม ฤกษ์กลาง 2531 : 5 ) เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อหน่วยงานและแก้ปัญหาของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งยังจะเกิดจากกลุ่มประชาชนที่ไม่สนับสนุน ไม่ชอบหรือไม่ให้ความสนใจ นโยบายในการดำเนินงานของหน่วยงาน และมีปฏิกริยาต่อต้านนโยบายของหน่วยงานนั้นๆ ( สะอาด ต้นศุภผล 2527 : 5 ) และเพื่อขจัดปัญหาดังกล่าวหน่วยงานต่างๆ จึงควรตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยถือว่าเป็นหน่วยงานระดับนโยบายพื้นฐาน ที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับงานด้านอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพของงานในหน่วยงาน เพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ที่ดี ( good relationship ) สร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจร่วมกัน ( mutual understanding ) และส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างศรัทธา ความนิยมชมชอบระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ( วิรัช ลภีรัตนกุล 2544 : 4 )

การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการด้านการวางแผนเพื่อที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการกระทำในสิ่งที่มีคุณค่าแก่สังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่างๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดี จากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ( เสรี วงษ์มณฑา 2525 : 4 ) และการประชาสัมพันธ์ยังเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชน มนุษย์มักคิดถึงผู้คนที่แวดล้อมตนเอง และยกย่องสร้างเสริมชื่อเสียงเกียรติคุณให้แก่ตนเองอยู่ตลอดเวลา มนุษย์จึงสร้างความสัมพันธ์ ( มนุษย์สัมพันธ์ ) เพื่อความสุข ราบรื่น ก้าวหน้า และอยู่รอดในสังคม ( วิจิตร อวระกุล 2526 : 4 ) ยิ่งกว่านั้นงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องอยู่กับข่าวสาร การสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์ จึงมีความจำเป็นสำหรับทุกหน่วยงาน เพราะในการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ นั้น มีวัตถุประสงค์ที่จะให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ ได้รับการสนับสนุนจาก

ประชาชน และให้ประชาชนได้รับการด้วยความสะดวกรวดเร็ว พึงพอใจ การจะบริหารให้ราบรื่น และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้นั้น ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่ดี ช่วยสนับสนุน รวมทั้งยอมรับฟังเสียงของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่จะเป็นตัวกำหนดนโยบาย และทิศทางการบริหารองค์การ ( สุพัตรา มาศดิตถ์ 2533 : 3-5 )

โรงเรียนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมมีฐานะเป็นสถาบันและเป็นองค์กรทางสังคมรับผิดชอบทางการศึกษาหรือการเรียนรู้ของเด็ก โรงเรียนมีบทบาทสำคัญในการเตรียมเยาวชนให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีความสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข เป็นบุคคลที่สมบูรณ์ ( กองวิชาการ สำนักงานการศึกษา 2543-2547 : 10 ) โรงเรียนยังเป็นสถาบันของสังคมในการจัดการหรือการบริหาร ซึ่งต้องพิจารณาถึงความต้องการของสังคมและ ความต้องการของบุคคลประกอบกัน โดยเฉพาะโรงเรียนกรุงเทพมหานครในฐานะเป็นองค์กรทางการศึกษา ซึ่งมีหน้าที่ให้การศึกษาคือ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานแก่ประชาชนผู้แสวงหาการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเอง พัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาอาชีพ ( แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ 2545-2549 ) โรงเรียนจะต้องสร้างความมั่นใจ เชื่อถือ ศรัทธาแก่ผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

จากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าแนวทางในการจัดการศึกษาของประเทศไทย มีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ นโยบาย เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำ ผู้ปกครองที่ค่อนข้างขัดสน มีรายได้น้อย ไม่สามารถนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนได้ และผู้ปกครองส่วนใหญ่ได้หันมาให้ความสนใจ และให้ความสำคัญโรงเรียนของรัฐมากขึ้น ประกอบกับรัฐบาลได้ขยายเกณฑ์ภาคบังคับให้กว้างขึ้น มีการปฏิรูปการศึกษาทั้งระบบ สนับสนุนส่งเสริมให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาเท่าเทียมกัน เพราะเชื่อว่า ถ้าคนมีการศึกษาที่ดีมีความรู้จะทำให้การพัฒนาอย่างอื่นพัฒนาตามได้อย่างรวดเร็ว

ด้วยเหตุนี้โรงเรียนประถมศึกษา ซึ่งเป็นโรงเรียนของรัฐ สังกัดกรุงเทพมหานคร จำเป็นต้องเร่งพัฒนาคุณภาพการศึกษา เพื่อสนองต่อนโยบายของรัฐและสนองตอบผู้รับบริการ คือ ผู้ปกครองและนักเรียนให้ยอมรับ ศรัทธาและเชื่อถือ รวมทั้งมอบความไว้วางใจนำบุตรหลานมารับบริการและให้ความร่วมมือสนับสนุนโรงเรียนในทุกๆด้าน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของโรงเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน ( school based management ) ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาใหม่ มีความแตกต่างจากในอดีต ซึ่งการศึกษาในปัจจุบันเน้นที่ตัวนักเรียน ครูคือผู้ที่ยกย่องให้คำแนะนำ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจึงเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาและให้ความสำคัญ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคลากรภายในโรงเรียนและกลุ่มบุคลากรภายนอกที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็น

กระบวนการสร้างโมตรีสัมพันธ์สองทางที่โรงเรียนต้องเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างโรงเรียนผู้ปกครองชุมชน จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นกลไกที่มีความสำคัญต่อหน่วยงาน องค์การสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งซึ่งจะทำให้การดำเนินงานทุกด้านประสบผลสำเร็จ จากการศึกษาวิเคราะห์การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า งานบางอย่างมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากและมีผลงานดี งานบางอย่างมีการปฏิบัติในระดับน้อย และได้ผลไม่เป็นที่น่าพอใจ ซึ่งแสดงว่าน่าจะมีปัจจัยบางประการที่ทำให้การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตภาษีเจริญ เพื่อให้ทราบถึงระดับสภาพของการดำเนินงานต่างๆ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน อันจะเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย วางแผน เพื่อให้การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์บรรลุประสิทธิภาพตามนโยบายการปฏิรูปการศึกษาของชาติและกรุงเทพมหานคร ตลอดจนจนเป็นการพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตภาษีเจริญ ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตภาษีเจริญ

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร ประชากรของการวิจัยเรื่องนี้ประกอบด้วย
  - 1.1 ผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตภาษีเจริญ ทั้งหมด 13 แห่ง จำนวน 13 คน
  - 1.2 ครูผู้ปฏิบัติหน้าที่ทำการสอนของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตภาษีเจริญ ทั้งหมด 13 แห่ง จำนวน 451 คน
2. ด้านเนื้อหา หรือตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งประกอบด้วย

2. ด้านเนื้อหา หรือตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ประสิทธิภาพของการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งได้แก่

2.1.1 การบริหารบุคลากร

2.1.2 การบริหารงบประมาณ

2.1.3 การบริหารวัสดุอุปกรณ์

2.2 ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้านวิธีการและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในด้านต่อไปนี้ ได้แก่

2.2.1 การประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน หมายถึง วิธีการของโรงเรียนในอันที่จะส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์นโยบาย แผนงาน และกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนให้กลุ่มครู นักเรียน เจ้าหน้าที่ธุรการ และนักการภารโรง ได้รับทราบ เข้าใจ และร่วมมือดำเนินการให้สำเร็จ

2.2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน หมายถึง วิธีการของโรงเรียนในอันที่จะส่งเสริมให้ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ประชาชนและองค์กรต่างๆ ภายนอกโรงเรียนมีความรู้ความเข้าใจ ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนเพื่อสนับสนุนร่วมมือ ให้การดำเนินงานนั้นสำเร็จและร่วมมือสนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียน

3. ด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมระหว่าง เดือน กรกฎาคม 2546 ถึงเดือน มกราคม 2547 เป็นเวลา 7 เดือน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

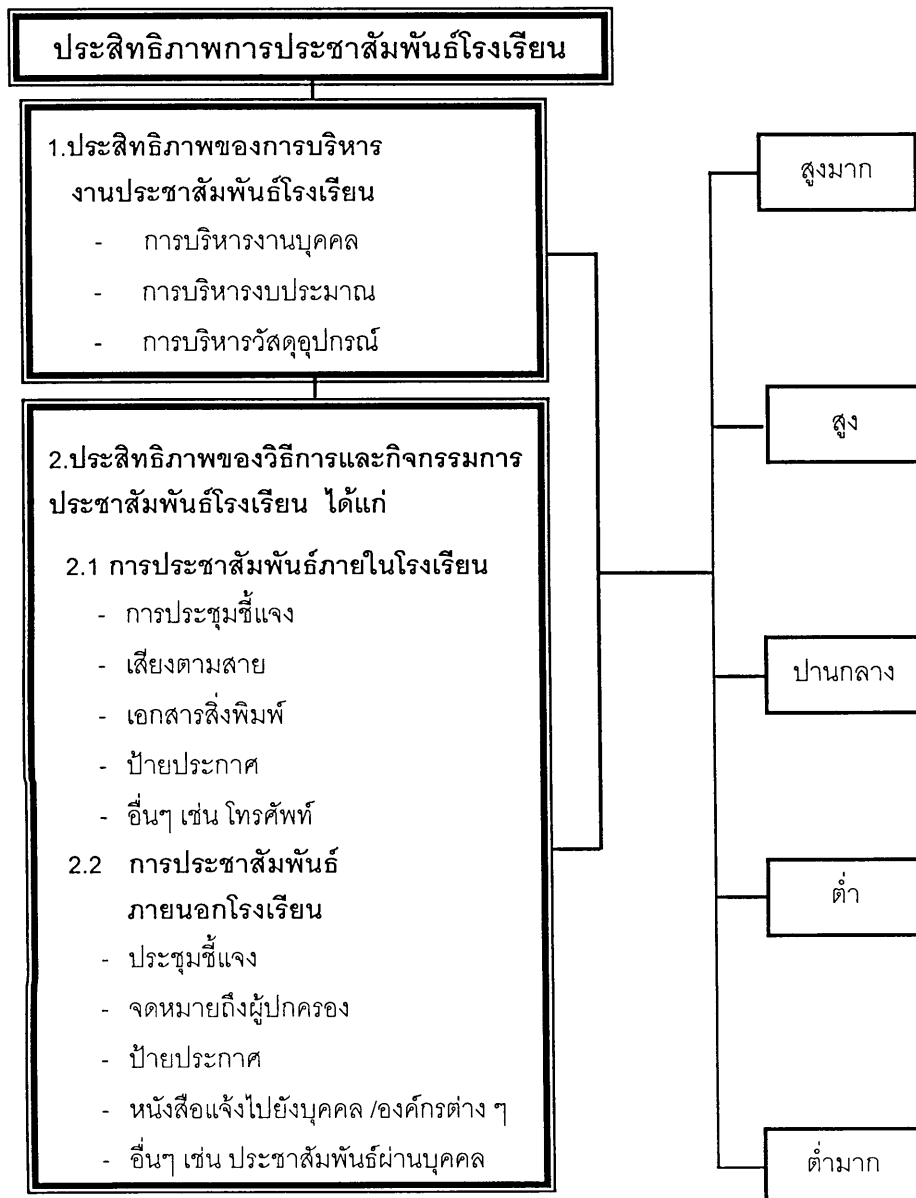
จากการศึกษาประเด็นที่ทำการศึกษามี 2 ประเด็นคือประสิทธิภาพของการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 3 ด้าน ตามแนวคิดของวิทยา อ่อนช้อย (2531 :15-17 ) คือ การบริหารงานบุคคล การบริหารงบประมาณ การบริหารวัสดุอุปกรณ์ และประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้านวิธีการและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ตามแนวคิดของสุพัตรา ไม้เขียว ( 2534 : 40 อ้างจาก Leslie w. Kindred, 1957 : 16 – 17 )ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน
2. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่ากับครูและโรงเรียน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่างๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน

5. กิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่างๆ

6. เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และช่องทางต่างๆในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน แนวคิดทฤษฎีประสิทธิภาพของ ภรณ์ มหามานนท์ (2529 : 12)ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอีกหลายฉบับมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการที่องค์การหรือหน่วยงานหนึ่ง ได้กระทำขึ้นอย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดี อารมณ์ไวซึ่งทัศนคติที่ดี ของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ตลอดจนให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเหล่านั้นมีการยอมรับในกระบวนการและนโยบายขององค์การด้วย โดยใช้การติดต่อสัมพันธ์ 2 ทาง อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์การหรือหน่วยงานนั้น ๆ ให้สามารถดำเนินงานต่าง ๆ ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคลากรภายในโรงเรียนและกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน รวมทั้งชุมชน องค์กรต่าง ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์สองทาง และโรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครองและชุมชน เพื่อให้ได้รับการสนับสนุน ร่วมมือ ร่วมใจ และเชือศรัทธาในการบริหารงานการศึกษา

3. การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารนโยบาย แผนงาน และกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนให้กลุ่มครู นักเรียน เจ้าหน้าที่ธุรการ และนักการภารโรง ได้รับทราบ เข้าใจ และร่วมมือดำเนินกิจกรรมของโรงเรียน

4. การประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน หมายถึง การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารนโยบาย แผนงาน และกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนไปสู่กลุ่มผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ประชาชน และองค์กรต่างๆ ภายนอกโรงเรียนได้รับทราบ เข้าใจ และร่วมมือสนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียน

5. ประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานที่ต้องการให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยพิจารณาจากกระบวนการในการผลิต ที่ประหยัดทรัพยากร แรงงาน เวลา และจากผลงานที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ผลผลิตนั้น

6. ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด โดยพิจารณาจากเกณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ

6.1 ประสิทธิภาพของการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนซึ่งประกอบด้วย การบริหารบุคลากร (man) งบประมาณ (money) และวัสดุอุปกรณ์ (material)

6.2 ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้าน วิธีการและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 2 ด้านได้แก่

6.2.1 การประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน

6.2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน

7. การบริหารงานบุคคล หมายถึง การเตรียมการ การจัดการ และพัฒนาบุคลากร สำหรับรับผิดชอบหรือดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด

8. การบริหารงบประมาณ หมายถึง การเตรียมการและจัดการบริหารงบประมาณ ที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด

9. การบริหารวัสดุอุปกรณ์ หมายถึง การจัดเตรียมและการบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์ การประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตภาษีเจริญ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ครู นักเรียน และผู้ปกครองจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและร่วมมือกันในการ พัฒนาการเรียนการสอนและกิจกรรมอื่น ๆ ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มากยิ่งขึ้น