

การบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน  
ระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร  
Public Relations Administration in Private Elementary  
Schools at Dusit District, Bangkok

เอกสิทธิ์ ยางดอน<sup>1</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อสภาพที่เป็นจริงและความคาดหวังการบริหารการประชาสัมพันธ์ โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อสภาพที่เป็นจริงและความคาดหวัง และในภาพรวมของสภาพที่เป็นจริงและความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยผู้บริหาร 33 คน ครู 175 คน และผู้ปกครองนักเรียน 378 คน รวมเป็น 586 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำแนกเป็น 4 ด้าน จำนวน 40 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงและความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงและความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ** : การบริหารประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน สภาพความเป็นจริง และความคาดหวังในการประชาสัมพันธ์

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์  
e-mail : aloven123ktd@gmail.com

# Public Relations Administration in Private Elementary Schools at Dusit District, Bangkok

Akegasit Yangdon

## Abstract

The purpose of this research were to; (1) study and (2) compare the opinion of administrators, teachers and parents on the actual conditions and expectation on public relations administration, and (3) compare the overall opinions between the actual conditions and expectations of the public relations administration in private elementary schools at Dusit District, Bangkok. The samples were 33 school administrators, 175 teachers and 378 parents of students who are studying at private elementary schools in Dusit District. The sample size was determined by Kerjcie & Morgan table sample size. The instrument employed was a rating scale questionnaire with 40 questions. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation, and one-way ANOVA. The results showed that (1) the opinion on the actual conditions and expectations of public relations administration was at high level, and (2) the overall opinions of each group on actual conditions and expectations were significantly different at level of 0.05

**Keywords :** public relations administration, public relation in public schools, actual conditions and expectations on public relations.

## บทนำ

โลกยุคปัจจุบันเป็นสังคมโลกาภิวัตน์เป็นสังคมยุคของการสื่อสาร หลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มาก ไม่ว่าจะเป็นงานทางด้านธุรกิจ งานทางด้านการศึกษา งานราชการ งานด้านการศึกษา และงานสังคมสงเคราะห์ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน อันจะส่งผลให้ งานขององค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้แล้วการประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานพัฒนา ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน สร้างสรรค์การดำเนินการร่วมกันระหว่างสถาบันกับ กลุ่มประชาชนอย่างมีสัมพันธภาพราบรื่นบนรากฐานความรู้ความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กร สถาบัน หน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง สถานศึกษาก็จัดว่าเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ต้องใช้ งานประชาสัมพันธ์มาเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารสถานศึกษาเพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์กับประชาชนหรือ เพื่อเป็นการเผยแพร่ข่าวสารออกไปให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าใจ การดำเนินงานของ สถานศึกษาเพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมได้รับรู้มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนในการดำเนินงาน (วิจิตร อวาระกุล, 2541 : 9-10) นอกจากนี้บทบาทของงานประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนช่วยลดความขัดแย้งด้าน ความคิดหรือวิธีการทำงาน ทำให้ขาดความเข้าใจที่ดีต่อกันดังคำกล่าวของนพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540 : 51 อ้างถึงในธิดา รัตนภูมิ, 2550 : 1)

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน ไม่เพียงแต่ผู้บริหารที่จะต้องสร้างความพึงพอใจ ให้แก่บุคลากรในโรงเรียนให้เข้าใจซึ่งกันและกัน ประารถนาที่จะสร้างสรรค์ และทำงานร่วมกัน เพื่อ พัฒนาการศึกษารองเรียนให้ดียิ่งขึ้นแล้วเท่านั้น หากแต่ผู้บริหารยังต้องมีหลักของการบริหาร งานประชาสัมพันธ์นอกพื้นที่ กำหนดเป็นนโยบาย เป็นแผนปฏิบัติการในเชิงรุก เพื่อให้สามารถเข้า แข่งขันในตลาดธุรกิจทางการศึกษา การที่โรงเรียนประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการรับ นักเรียนเข้าศึกษาในแต่ละปีการศึกษาและทุกระดับชั้นนั้น ล้วนแล้วมาจากการสร้างความเข้าใจและ การเชิญชวนที่มีได้ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ความแคลงใจซึ่งกันและกัน ในหมู่ผู้บริหาร บุคลากร ภายในโรงเรียน (ครู) และประชาชนภายนอกองค์กร (ผู้ปกครอง) ซึ่งความขัดแย้งกัน การนิทา ว่าร้าย การสร้างข่าวลือในเรื่องอวกูศลต่างๆ ซึ่งจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้การบริหารโรงเรียนเป็นไปด้วย ความยากลำบาก จึงอาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจึงมีความสำคัญในทุกๆ ด้าน เพื่อให้ผู้บริหาร ครู ผู้ปกครองนักเรียน และชุมชนได้ทราบข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างความมั่นใจ น่าเชื่อถือและศรัทธาต่อโรงเรียน ส่งผลให้ง่ายต่อการที่จะได้รับความไว้วางใจและให้ความร่วมมือสนับสนุนจากชุมชนและกลุ่มองค์กรต่างๆ เพราะการสร้างความรู้ความเข้าใจ อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีเกิดความเชื่อถือศรัทธา ให้การสนับสนุน ความร่วมมือในการจัดการศึกษาให้เกิดความคล่องตัว อันจะช่วยให้โรงเรียนปฏิบัติงานได้สะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลถึงประสิทธิผลของการบริหารด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นบุคลากรทางการศึกษา สังกัดโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษาแห่งหนึ่งในเขตดุสิต มีความสนใจและต้องการทราบถึงความคิดเห็นของบุคลากรอันประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และผู้ปกครอง ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในเขตดุสิต เกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงและความคาดหวังของการเตรียมการ การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินงาน และการปรับปรุงแก้ไข งานด้านการประชาสัมพันธ์ของแต่ละโรงเรียนว่ามีความเห็นต่าง หรือเห็นพ้องกันอย่างไร เพื่อนำมากำหนดเป็นทิศทางและนำมาสู่การควบคุมกระบวนการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและมีลักษณะเฉพาะ (อัตลักษณ์) ที่ต่าง และเป็นจุดเด่นที่อาจทำให้หน่วยงานในสังกัดมีความโดดเด่น และเป็นที่ต้องการ และความปรารถนาของผู้ปกครองที่จะนำบุตรหลานเข้ามาศึกษาในหน่วยงานต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อสภาพที่เป็นจริงและความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อสภาพที่เป็นจริงของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของสภาพที่เป็นจริง และความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนมีความคิดเห็นต่อสภาพที่เป็นจริงของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนทั้งโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน
2. ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนทั้งโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน
3. ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียน มีความคิดเห็นต่อสภาพที่เป็นจริงและความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ทั้งโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียน ในโรงเรียนเอกชน ที่เปิดสอนในระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 11 โรงเรียน จำแนกเป็นผู้บริหาร 33 คน ครู 320 คน และผู้ปกครอง 6,289 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยตามตารางของเครจซีและมอร์แกน (Kerjcie & Morgan, 1970 อ้างถึงในกานดานาคะเวช, 2542 : 79) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 586 คน ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน หรือผู้รับใบอนุญาต โรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษาเขตดุสิต จำนวน 33 คน ครูโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เขตดุสิต ผู้รับผิดชอบงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษา จำนวน 175 คน และผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 378 คน

### 2. เครื่องมือและการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ตอนที่ 2 การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เกี่ยวกับสภาพที่เป็นจริงและความคาดหวัง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert type) จำนวน 40 ข้อ จำแนกตามขั้นตอน การบริหาร การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การเตรียมการ การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินงานและการปรับปรุงงาน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะเพิ่มข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ แนวทางการบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### 2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 การทดสอบแบบที (t-test)

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (f-test)

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และผู้ปกครองนักเรียน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 36-40 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 41-45 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมา มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา มีธุรกิจส่วนตัว สถานภาพของผู้บริหารสถานศึกษา ครู และผู้ปกครองนักเรียน

2. ความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงของการบริหารการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม ทุกขั้นตอนการบริหารการประชาสัมพันธ์ พบว่า สภาพความเป็นจริงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก

3. ความคิดเห็นต่อความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์กับในภาพรวม ทุกขั้นตอน การบริหารการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคาดหวังต่อการบริหาร การประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และขั้นตอนการบริหารการประชาสัมพันธ์ ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวัง มากที่สุด คือ ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ ด้านการเตรียมการประชาสัมพันธ์ และค่าเฉลี่ยความคาดหวังที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

4. การทดสอบสมมติฐานในภาพรวมทุกด้านของการบริหารการประชาสัมพันธ์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่ในภาพรวมทุกด้านของการบริหารการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามสถานภาพ โดยพบความแตกต่าง คือผู้บริหารสถานศึกษา มีความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่ของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ทุกด้านแตกต่างกับครู และครูมีความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่ของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทุกด้านแตกต่างกับผู้ปกครองนักเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การทดสอบสมมติฐานในภาพรวม ความคิดเห็นต่อความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ทุกด้าน พบความแตกต่าง คือ ผู้บริหารสถานศึกษา มีความคาดหวัง การบริหารการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกับผู้ปกครองนักเรียน และครูมีความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมทุกด้าน แตกต่างกับผู้ปกครองนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. การเปรียบเทียบความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสภาพความเป็นจริง และ ความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า สภาพความเป็นจริงแตกต่างกับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการอภิปรายผล ดังนี้

1. ความคิดเห็นของ ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียน ที่มีต่อสภาพความเป็นจริงของการบริหารประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่มีค่าความคิดเห็นมากที่สุด ดังนี้

1.1 ด้านการเตรียมการประชาสัมพันธ์ พบว่า โรงเรียนมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากเอกสารที่จัดเตรียมไว้ให้ ทั้งนี้ เพราะโรงเรียนเอกชนส่วนใหญ่ จะจัดกิจกรรมในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อให้ผู้ปกครองได้มีโอกาสรับรู้กิจกรรมของโรงเรียนพร้อมๆ กับนักเรียน การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลตลอดจนเอกสารนั้น จะถูกจัดเตรียมไว้รวมไปถึงบุคลากรของโรงเรียนที่มีหน้าที่ในการต้อนรับผู้ปกครอง เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนเวลาในวันหยุด การให้ข้อมูลเบื้องต้นนอกเหนือจากเอกสารที่จัดเตรียมไว้ถือเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ทางโรงเรียนมีความพร้อมเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในกิจกรรมของโรงเรียนและความรักที่มีในองค์กร สะท้อนให้ผู้ปกครองได้สัมผัสถึงการเตรียมตัวและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของบุคลากรในโรงเรียน

1.2 ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ พบว่า การชี้แจงรายละเอียด เป็นไปตามกำหนดการ ทั้งนี้เพื่อควบคุมปัจจัยด้านเวลาและการดำเนินการของกิจกรรมในแต่ละกิจกรรม อาทิ การขึ้นอภิปรายของผู้บริหาร การชี้แจงรายละเอียดของฝ่ายวิชาการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับของทางโรงเรียน การชี้แจงรายละเอียดให้เป็นไปตามกำหนดการ จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการวางแผนของโรงเรียน อีกทั้งยังเป็นการลดขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมส่งผลทำให้ผู้ปกครองเกิดความสนใจและไม่รู้สึกเบื่อหน่ายเมื่อโรงเรียนขอเชิญร่วมกิจกรรม ทำให้เกิดการยอมรับและเห็นด้วยในประชาติของโรงเรียน อันจะนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาในขั้นตอนต่อไป และสถานภาพผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน เวลาในช่วงวันหยุดพักผ่อน จึงมีค่ามากทางโรงเรียนได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากที่สุด ประกอบกับระบบการบริหารงานของหน่วยงานเป็นไปในลักษณะการวางแผนล่วงหน้าและต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวความคิดของกรรณิการ์ อัสวทรเดชา (2544 : 4) ที่ว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์เป็นการจัดการที่มีลักษณะเป็นการวางแผนล่วงหน้าและต่อเนื่องเพื่อให้บุคคลได้ยอมรับในประชาติเกี่ยวกับสถาบันนั้นๆ เพื่อที่จะปรับปรุง นโยบายและวิธีการของสถาบัน ให้เกิดความร่วมมือที่ดี และก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันโดยการให้ข่าวสารที่กว้างขวาง มีการวางแผนล่วงหน้าและปฏิบัติการได้เป็นไปตามแผนกำหนดการที่ได้แจ้งไว้

1.3 ด้านการดำเนินการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนให้บริการด้านข้อมูลกิจกรรมโครงการและจัดเก็บบันทึกข้อมูลในรูปแบบของภาพนิ่ง วิดิทัศน์ และการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมการตอบสนองของผู้ร่วมงาน จะเห็นได้ว่า การจัดเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสมกับกิจกรรมและการเตรียมความพร้อมก่อนการจัดกิจกรรมของโรงเรียนในทุกครั้งจะมีการประชุมเพื่อสร้าง

ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ การรับรู้ และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในรูปแบบของคำสั่งให้มาปฏิบัติงานในวันที่มีกิจกรรมเพื่อให้เกิดการยอมรับและรับรู้ในกิจกรรมของโรงเรียน เจ้าหน้าที่ด้านการบริการข้อมูลกิจกรรมก็จะไปทำความเข้าใจในเนื้อหาของรายละเอียดของกิจกรรม ส่วนเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการบันทึกข้อมูลก็มีส่วนในการทำให้บรรยากาศการจัดกิจกรรมสะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่ของโรงเรียน การให้ความสำคัญกับประเด็นการอภิปราย ตลอดจนข้อซักถามที่อาจเป็นประโยชน์จากผู้ปกครอง ซึ่งจัดเป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์แบบ 2 ทิศทาง คือให้แกผู้ปกครองและในขณะเดียวกัน ก็รับฟังความคิดเห็นของผู้ปกครองด้วย ซึ่งสอดคล้องไปตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ว่า หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์จึงมีหน้าที่เป็นทั้งผู้ฟังผู้เสาะหาข้อมูล ผู้ติดต่อสื่อสาร และเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงาน อันจะนำสิ่งเหล่านี้ มาพิจารณาและปรับปรุงข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (วินัย เปี่ยมลาภโชติกุล, 2542 : 18-19)

1.4 ด้านการประเมินงานและการปรับปรุงแก้ไข พบว่า การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งได้แสดงให้เห็นถึงการนำผลการประเมินกลับมาใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการจัดกิจกรรม ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรมของโรงเรียนในแต่ละครั้งได้จัดให้มีการประเมินผล การดำเนินงานของกิจกรรมโดยจัดทีมเจ้าหน้าที่เก็บข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม จากแบบสอบถามการเข้าร่วมกิจกรรมนำมาประเมินผลและสรุปเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมโครงการของโรงเรียน เป็นการค้นหาข้อเท็จจริง จากการเปิดใจรับฟังความคิดเห็น การตรวจสอบกระแสประชามติ ทศนคติ และปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้เป็นการวัดว่าสิ่งที่ได้กระทำไปนั้นได้ผลมากน้อยเพียงใดหรือว่าล้มเหลว คุ่มค่ากับค่าใช้จ่ายและเวลาที่เสียไปหรือไม่ จะต้องปรับปรุงอะไร ปรับเปลี่ยนใหม่ และมีวิธีอื่นๆ ที่ดีกว่านี้ที่จะทำให้โรงเรียนสามารถนำมาใช้ได้และยังเป็นการหาข้อบกพร่องเพื่อนำไปสู่การวางแผนเพื่อการดำเนินงาน ในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องเป็นไปตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2547 : 7) ที่กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ไว้ว่าประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวิจัย-รับฟัง การวางแผน-การตัดสินใจ การติดต่อสื่อสารการปฏิบัติการ และการประเมินผล

2. ความคิดเห็นของ ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียน ที่มีต่อความคาดหวังของการบริหารประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่มีค่าความคิดเห็นมากที่สุด ดังนี้

2.1 ด้านการเตรียมการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคาดหวังด้านการเตรียมพื้นที่การเตรียมการบริการประชาสัมพันธ์มีความสะดวกและครอบคลุมพื้นที่ของการจัดกิจกรรม ทั้งนี้การจัดสรรพื้นที่การเตรียมการบริหารประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเป็นการแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของงานอาคารและสถานที่ของโรงเรียน รวมไปถึงการประสานงานของโรงเรียนมายังหน่วยงานภายในโรงเรียน จะเห็นได้ว่า ก่อนการจัดกิจกรรมทุกครั้ง ฝ่ายงานอาคารและสถานที่จะได้รับ



ความร่วมมือจากบุคลากรของโรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นคณาจารย์ ฝ่ายงานวิชาการ ฝ่ายงานแนะแนว รวมไปถึงฝ่ายงานปกครอง เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการแสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ ของการจัดสรรพื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การจัดพื้นที่จอดรถ การรองรับจำนวนผู้ปกครองที่มาร่วมกิจกรรมของโรงเรียนซึ่งอาจมากกว่า 1 ท่านก็ได้ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก น้ำดื่มหรือของว่างไว้บริการ อุปกรณ์สาธารณูปโภคต่างๆ การสร้างบรรยากาศเป็นกันเอง การเตรียมโต๊ะและเก้าอี้ไว้บริการ การระบายอากาศ การเตรียมการป้องกันในกรณีลมฟ้าอากาศไม่เป็นใจต่อการจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ความคาดหวังต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่โรงเรียนได้คำนึงถึงเป็นอันดับแรกๆ โดยได้รับข้อเสนอแนะจากบุคลากรในโรงเรียนจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมที่ผ่านมา เมื่อผู้ปกครองได้เข้ามาชมกิจกรรมของโรงเรียนอีกครั้งจะได้พบว่าโรงเรียนได้มีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข และวางแผนการรับมือปัญหาและอุปสรรคของพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างไร ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินจากข้อคิดเห็นต่างๆ เหล่านี้ได้ย้อนมาสู่ขั้นตอนการเตรียมการประชาสัมพันธ์

2.2 ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคาดหวังในการเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูล เพราะเป็นการสร้างความเข้าใจและเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและเอาใจใส่ในสื่อข้อมูลประชาสัมพันธ์ให้เป็นเสมือนตัวแทนของโรงเรียนบอกจุดมุ่งหมายของข่าวสารที่จัดทำขึ้นเฉพาะกิจในแต่ละกิจกรรม เพื่อให้ผู้อ่านนั้นอยากรู้อยากติดตามและสังเกตเห็นประโยชน์ของเนื้อความในสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่ทำให้เกิดความสับสน หรือข้อสงสัยต่างๆ ที่นำไปสู่ความเข้าใจที่ผิด ด้วยเหตุนี้ก่อนจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง โรงเรียนจึงมีการวางแผนการนำข้อมูลข่าวสาร สาระสำคัญของกิจกรรมมาพิจารณา ก่อนการจัดพิมพ์แจกจ่ายในทุกๆ ครั้ง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารนั้นตอบใจต่อความต้องการของผู้ปกครองได้

2.3 ด้านการดำเนินการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคาดหวังในการมีสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ ทีวีวงจรปิด ภาพนิ่ง บอร์ด เผยแพร่ อยู่ในพื้นที่จัดกิจกรรม เนื่องจากพื้นที่ในการจัดกิจกรรมอาจมีขนาดที่แตกต่างกันออกไป ประกอบกับการเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ปกครองอาจพบปัญหาความล่าช้า และจำนวนผู้ติดตาม มีมากกว่า 1 ท่าน อาทิ นำบุตรหลานหรือญาติมาด้วย เพื่อมาช่วยกันรับรู้และทำความเข้าใจในจุดมุ่งหมายกิจกรรมของโรงเรียน และไม่สะดวกที่จะเข้าไปรับฟังด้านในการจัดสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ทีวีวงจรปิด ภาพนิ่ง บอร์ด เผยแพร่ เป็นวิธีการดำเนินการอย่างหนึ่งของโรงเรียนที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ปกครองนักเรียนสามารถนั่งชมและรับรู้ได้ตั้งแต่บริเวณที่โรงเรียนจัดพื้นที่ไว้ให้หรือในบริเวณอื่นๆ ในรั้วของโรงเรียน เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทำให้บรรลุตามเป้าประสงค์ของโรงเรียนที่ได้วางไว้

2.4 ด้านการประเมินงานและการปรับปรุงแก้ไข พบว่า มีความคาดหวังว่าในการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งได้แสดงให้เห็นถึงการนำผลการประเมินกลับมาใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรค

ในการจัดกิจกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ปกครองแต่ละครั้งนอกจากจะเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองให้แสดงความคิดเห็นผ่านแบบสอบถามประเมินการจัดกิจกรรมแล้ว ทางโรงเรียนยังเปิดโอกาสให้ครู/ อาจารย์ที่มีส่วนในกิจกรรม ได้ทำการประเมินการจัดกิจกรรมของโรงเรียนอีกด้วย เป็นการรับฟังความคิดเห็นและมุมมองของทั้งสองฝ่าย โดยผู้บริหารจะเป็นผู้รับผลสรุปการประเมินแต่ละครั้ง มาพิจารณาเปรียบเทียบ และนำมาปรึกษาหารือหาข้อสรุปซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทราบปัญหา อุปสรรค ร่วมกัน และในวันที่มีการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป ได้มีการนำเสนอผลการประเมินรวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทราบ อีกทั้งยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงการยอมรับในประสามติ ใส่ใจในข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ น้อมรับและนำมาปรับปรุงพัฒนาได้จริง ซึ่งผลจากการตอบรับในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานแต่ละครั้ง จะเห็นได้จากผลการประเมินในครั้งต่อไป ของการจัดกิจกรรม

3. ความคิดเห็นของ ผู้บริหาร ครู และผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อสภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่และความคาดหวังของการบริหารประชาสัมพันธ์ทุกด้านแตกต่างกัน จะเห็นได้จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่และความคาดหวังของการบริหารประชาสัมพันธ์ในแต่ละด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ ในมุมมองทัศนคติของผู้บริหารเป็นเพียงผู้สั่งการมายังผู้ปฏิบัติก็คือครู/ อาจารย์ และส่งมายังผู้รับสารคือผู้ปกครองนักเรียน ในแง่มุมมองของผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้และเป็นไปตามความต้องการเป็นส่วนใหญ่ มีความคาดหวังให้กิจกรรมแต่ละกิจกรรมนั้นตอบสนองนโยบายของโรงเรียน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไข แต่ในมุมมองของผู้ปฏิบัติคือ คณาจารย์ และบุคลากร ได้คำนึงความจริงที่ปฏิบัติอยู่และความเข้าใจในกระบวนการ โดยมีความคาดหวังว่าในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป ปัญหาและอุปสรรคที่เคยเกิดขึ้นจะมีโอกาสเกิดขึ้นอีกหรือไม่ ซึ่งมีบ่อยครั้งที่ในการประชุมแต่ละครั้ง จะมีการร่วมร่างกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อนเพื่อประกอบการพิจารณาพร้อมๆ กับผู้บริหารให้ตัดสินใจเลือกแผนการดำเนินงาน ซึ่งกลวิธีในการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุดก็คือ การสื่อสารกันเองภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิลเลียม (Williams, 1997 : Abstract) ที่ได้ระบุกลวิธีงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในโรงเรียน เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้โรงเรียนได้มีโอกาสปรับปรุงแก้ไข และเลือกหา กลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับประเภทของกิจกรรมที่จะจัดขึ้น โดยให้โอกาสบุคลากรในองค์กรได้ร่วมประชุมและได้แสดงออกทางความคิดด้วยวาจา เป็นการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ส่วนในมุมมองของผู้ปกครองนักเรียนเป็นผู้รับสาร ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการรับรู้ที่มีความเข้าใจว่าทุกสิ่งอย่างสามารถอ่านได้จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนนั้น แจกให้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนคาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและตรงกับประเด็นที่ได้มาเข้าร่วมกิจกรรมในวันนี้ ตลอดจนความคาดหวังในการตอบข้อคำถามข้อสงสัย

ในบางประเด็นเกี่ยวกับโรงเรียน โดยคาดหวังให้มีการชี้แจง หรือได้รับคำตอบจากบุคลากรในโรงเรียน ท่านใดก็ได้ที่ผู้ปกครองเข้าพบและซักถาม ซึ่งจะเห็นได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรก่อนการจัดกิจกรรมต่างๆ ครั้งนั้น จำเป็นต้องอาศัยสื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ที่ทุกคนในโรงเรียนควรทราบ และการที่สามารถตอบข้อซักถามต่างๆ ของผู้รับสารหรือผู้ปกครองได้นั้น ย่อมสะท้อนถึงการบริหารงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับความคิดเห็นของวิจิตร อวาระกุล (2540 : 92) ที่กล่าวไว้ว่า ในการประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยการเผยแพร่โดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น เอกสาร สิ่งพิมพ์ การพูด ภาพหรือเสียง สื่อสัมพันธ์ไปยังประชาชน ดังนั้นโรงเรียนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ต้องใช้สื่อต่างๆ เหล่านี้ อธิศา รัตนภูมิ (2550 : 1) ยังได้กล่าวว่า เอกสารและสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งที่โรงเรียน เป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย สื่อประเภทนี้ถึงแม้ว่าจะเผยแพร่ไปสู่ประชาชนในวงแคบกว่าสื่อมวลชนแต่ก็นับได้ว่าเป็นมีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อย ผู้วิจัยพบว่า สื่อมีประโยชน์ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจดีต่อกันและสื่อที่โรงเรียนใช้อยู่มากคือ จดหมายส่งตรง ป้ายประกาศ และเสียงตามสาย เป็นสื่อที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์และประหยัดค่าใช้จ่าย

4. สภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่และความคาดหวังของการบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริหารการประชาสัมพันธ์ในทั้ง 4 ด้านนั้นสูงกว่าสภาพความเป็นจริงที่ปฏิบัติอยู่ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังในผลที่เกิดขึ้น โดยให้ความสำคัญกับทุกๆ ด้านของการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นความคาดหวังในประเด็นของการเตรียมพื้นที่ การลำดับความสำคัญของข้อมูล การมีสื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งแสดงให้เห็นถึงการนำผลการประเมินกลับมาใช้แก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการจัดกิจกรรม จะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันและสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความสามัคคีและความเอาใจใส่ของบุคลากรในโรงเรียนที่มีต่อสังคมและชุมชน และผลที่ตามนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกสถานศึกษาและการประชาสัมพันธ์ต่อกันไปให้รับรู้ เป็นการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในทางอ้อมไปยังกลุ่มหรือชุมชนต่างๆ ดังนั้นโรงเรียนควรมีการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการบริหารการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะงานบริการต่างๆ เหล่านี้มีประโยชน์และมีส่วนเกี่ยวข้องกับนักเรียนทุกคน ครูและผู้ปกครองนักเรียน ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังให้มีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นอีกในกิจกรรมครั้งต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของ

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย มีดังนี้

1.1 การเตรียมจัดพิมพ์เอกสารประชาสัมพันธ์แจกมีความน่าสนใจและดึงดูดให้ชวนอ่าน

1.2 การวางแผนที่แสดงให้เห็นถึงการจัดการโดยทั่วไปและเป็นไปตามจุดประสงค์ของการจัดกิจกรรมของโรงเรียนได้อย่างชัดเจน

1.3 การดำเนินการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่จัดกิจกรรม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

2.1 ศึกษาเปรียบเทียบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามขนาดโรงเรียนว่ามีผลต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนหรือไม่ และเป็นไปในลักษณะใด

2.2 ศึกษาปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในเชิงเจาะลึก

2.3 ศึกษาเจตคติและการรับรู้การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีผลต่อผู้เรียน

## บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ อัสวตรเดชา. (2544). **สื่อและเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กานดา นาคะเวช. (2542). **ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏพระนคร.
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2540). **การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน**. กรุงเทพมหานคร : พีเคพรินติ้งเฮ้าส์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2547). **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิจิตร อวากุล. (2540). **การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. (2541). **เทคนิคการประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง)**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วินัย เปี่ยมลภากาโชติกุล. (2542). **การศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครพนม**. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อติศา รัตนภูมิ. (2550). **แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษาของโรงเรียนราชินี**. ปรินญาณิพนธ์บริหารการศึกษา สาขาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว. (2533). **การประชาสัมพันธ์โรงเรียน**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Krejcie, Robert V. & Morgan, Daryle W. (1970). Determining sample size for research activities. *Journal of Education and Psychological Measurement*. 30 (3) : 607-610.
- Williams, H. Douglas. (1997). Identification of appropriate public relations strategies for the North Central Association Commission on Schools. *Dissertation Abstract International* : 326.