หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการจัดการด้านการวางแผน เพื่อที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการกระทำในสิ่งที่มีคุณค่าแก่สังคม เพื่อให้สาธารณะชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การ บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุน และ ความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องในระยะยาว (เสรี วงษ์มณฑา 2525 : 4) มนุษย์มักคิดถึงผู้คนที่แวดล้อมตนเอง และ ยกย่องส่งเสริมชื่อเสียงเกียรติคุณให้แก่ตนเองอยู่ตลอดเวลา มนุษย์จึงสร้างความสัมพันธ์ เพื่อความสุข ราบรื่น ก้าวหน้า และ อยู่รอดในสังคม (วิจิตร อาวะกุล 2526 : 4) สังคมทุกวันนี้ทวีความสลับซับซ้อนกันมากยิ่งขึ้นคนจำนวนมากที่มารวมกันอยู่เป็นสังคม มีทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการและภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการศึกษา แตกต่างกันมาก ย่อมเป็นเหตุให้เกิดความไม่เข้าใจกันมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขยายใหญ่ของหน่วยงาน องค์การหรือบริษัท มีหน่วยงานย่อยมาก มีความสลับซับซ้อนในการจัดการเพิ่มขึ้น ความเข้าใจในความสัมพันธ์ของงานเกิดปัญหา รวมทั้งสภาพปัจจุบันมีการแข่งขันสูง เกิดการแก่งแย่งในความเชื่อถือความนิยมในผลผลิต การบริการเพื่อหวังผลกำไรและความไว้ใจในการให้บริการมีมากขึ้น (นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ 2540 :1) จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่จำเป็นงานหนึ่งต่อการบริหารของนักบริหาร ที่จะต้องนำการประชาสัมพันธ์เข้ามาเป็นงานงานหนึ่งที่จะต้องมีการวางแผนมีเป้าหมายและกระทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้การบริหารราบรื่นประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ตลอดจนยอมรับฟังเสียงของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่จะเป็นตัวกำหนดนโยบาย ทิศทางการบริหารองค์การ

สภาวการณ์ปัจจุบันเป็นยุคแห่งสังคมเทคโนโลยี(Technological Society)ที่เป็นยุคแห่งความหลากหลาย (The Age of Diversity) และยุคสังคมสารสนเทศ หรือยุคดิจิตอล (Digital) ในปัจจุบันองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ตลอดจนความเจริญทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

ประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ก่อให้เกิดการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารความบันเทิงและวัฒนธรรมต่างชาติในสภาพไร้พรหมแดน (Borderless ness) เด่นชัดมากขึ้น (วิรัช อภิรัตนกุล 2544 : คำนำ)

โรงเรียนเป็นสถาบันที่ทำหน้าที่สำคัญทางด้านการพัฒนาเยาวชน และใช้เป็นสถานที่ให้บริการด้านการศึกษาและกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเพื่อความเจริญของสังคม ดังจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 หมวด 4 มาตรา 29 (2542 : 15)ได้กล่าวไว้ว่า "ให้สถานศึกษาร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน โดยจัดกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาอบรม มีการแสวงหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และรู้จักเลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งหาวิธีสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การพัฒนาระหว่างชุมชน " มาตรา 57 กำหนดว่า "ให้หน่วยงานทางการศึกษาระดมทรัพยากรส่วนบุคคลในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา" ส่วนคณะกรรมการศึกษาแห่งชาติได้กำหนดมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน เกี่ยวกับความสัมพันธ์กับชุมชนในมาตรฐานที่ 14 ด้านกระบวนการว่า " สถานศึกษาส่งเสริมความสัมพันธ์และร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาการศึกษา " (คณะกรรมการศึกษาแห่งชาติ 2544 :12) มีตัวบ่งชี้ดังนี้

1. ผู้บริหารและครูสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนในการร่วมกันจัดการศึกษา
2. มีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้บุคลากรในสถานศึกษา และชุมชนเห็นความสำคัญในการจัดการศึกษาร่วมกัน
3. มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถานศึกษาต่อชุมชนอย่างสม่ำเสมอ
4. ผู้ปกครองและชุมชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการศึกษา

จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และมาตรฐานการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2544 แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนและชุมชนจะต้องสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ หรือร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนา และแก้ไขปัญหาการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน (School Based Management) ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาใหม่ มีความแตกต่างจากในอดีต ซึ่งการศึกษาในปัจจุบันเน้นที่ตัวนักเรียน ครู คือ ผู้ที่คอยให้คำแนะนำ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจึงเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาและให้ความสำคัญ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคลากรภายในโรงเรียน และกลุ่มบุคลากรภายนอกที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างไมตรีสัมพันธ์สองทางที่โรงเรียนต้องเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง ชุมชน จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีความจำเป็นต่อหน่วยงาน องค์การสถาบัน

ต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนจึงเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งซึ่งจะส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความเข้าใจอันดี

ผู้คนส่วนใหญ่ยึดติดในภาพลักษณ์เก่า ๆ ของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครว่า เป็นโรงเรียนไม่มีคุณภาพ เป็นโรงเรียนด้อยโอกาส เป็นโรงเรียนที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นโรงเรียนของเด็กที่ผู้ปกครองไม่ดูแล ด้วยเหตุทั้งหลายทั้งปวงนี้ กรุงเทพมหานคร โดยสำนักการศึกษาได้ปฏิรูปการศึกษาของกรุงเทพมหานครให้มีคุณภาพในทุก ๆ ด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้ปกครองค่อนข้างขัดสน ไม่สามารถนำบุตรไปเรียนที่โรงเรียนเอกชนได้ และผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสนใจโรงเรียนของรัฐมากขึ้น ดังนั้นจะทำให้ภาพลักษณ์เก่า ๆ หมดไปได้ก็จะต้องพึ่งการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ

ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครนั้น ยังขาดประสิทธิภาพ มีปัญหาด้านการวางแผน การคัดเลือกบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การจูงใจให้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ การประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ วิธีการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ (ปัญจา ศรีธรรมโรจน์, 2541 : บทคัดย่อ) โดยเฉพาะปัญหาด้านบุคลากร ที่ขาดความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ (พัชรา พจน์ธนมาศ, 2541 : บทคัดย่อ) ทำให้การประชาสัมพันธ์โรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานครไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากครูมีภาระการสอนมากขึ้น มีงานอื่นที่สำคัญของกรุงเทพมหานครที่จะต้องทำอย่างเร่งด่วน ทำให้ครูไม่มีเวลาพอที่จะเตรียมตัวต่อการปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ภายนอก ซึ่งเกือบจะไม่ได้ดำเนินการเลย (มณฑา ลำเจียกหนู, 2530 : บทคัดย่อ)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นต่อหน่วยงาน องค์การ สถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง และพบว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มักพบว่าปัญหาปัจจัยทางการบริหารเช่น บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ ทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประสบปัญหา

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษาความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่องานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบถึงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และ ขนาดของโรงเรียนที่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่องานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่องานประชาสัมพันธ์โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และขนาดของโรงเรียน

สมมติฐานการวิจัย

ครูที่ปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และขนาดของโรงเรียน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการบริหารแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือครูผู้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 431คน จากโรงเรียนจำนวนทั้งหมด 431โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random)โดยเปิดตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และMorgan ที่ระดับความคลาดเคลื่อน.05 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ ,2540:303)ได้กลุ่มตัวอย่างครูผู้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครทั้งหมด 312 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ

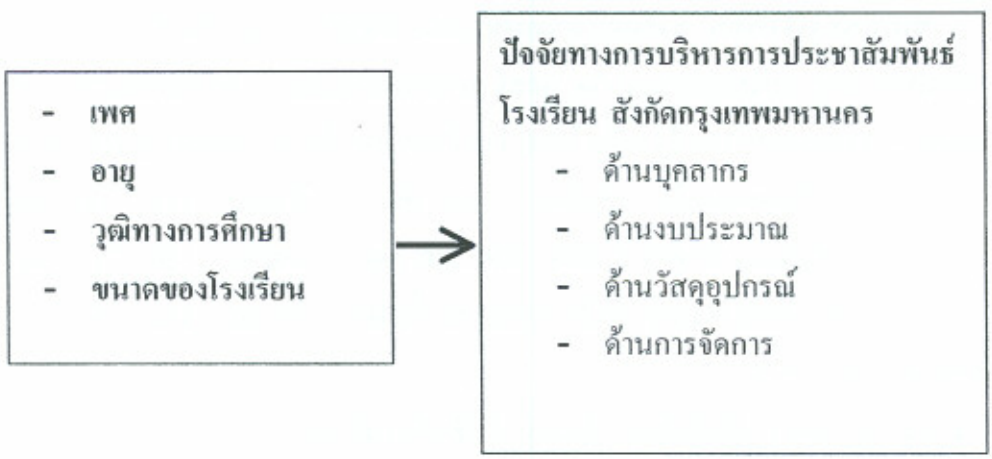
2.1 ตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ วุฒิทางการศึกษาและขนาดของโรงเรียนทั้ง 3 ขนาด

2.2 ตัวแปรตามคือ ปัจจัยทางการบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์และด้านการจัดการ

3. ขอบเขตด้านเวลา เวลาที่ทำการวิจัย อยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2549

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การสื่อสาร ส่งข่าว ที่มีการวางแผนอย่างมีจุดมุ่งหมาย และต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดเจตคติที่ดี มีความเข้าใจ ให้ความร่วมมือ อย่างต่อเนื่องระหว่างโรงเรียน กับประชาชนและชุมชน ทั้ง 2 ทาง

2. ปัจจัยทางการบริหาร หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นที่สุดของการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยทางการบริหารทั่วไป 4 ปัจจัยคือ

2.1 บุคลากร หมายถึง ครู อาจารย์ที่มีความรู้ความสามรถ บุคลิกภาพ หน้าที่ ทักษะ คุณสมบัติและลักษณะส่วนตัวในรายละเอียดต่าง ๆ กัน ในการปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.2 งบประมาณ หมายถึง เงินที่นำมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร จัดหา จัดเก็บ ซ่อมบำรุง และดูแลรักษาเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.3 วัสดุ อุปกรณ์ หมายถึง เครื่องมือ วัสดุ ครุภัณฑ์ และ อุปกรณ์เทคโนโลยี

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้สามารถใช้งานได้ดีมีประสิทธิภาพ ในการใช้วัสดุ อุปกรณ์ หรือสื่อ จะต้องพิจารณาถึงช่องทาง และคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญ

2.4 การจัดการ หมายถึง เป็นการผสมผสานทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดอันมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ บุคลากร งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์และการจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลมากที่สุด

3. ขนาดของโรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร หมายถึง การบริหารงานโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร แบ่งกลุ่มตามขนาด และจำนวนนักเรียนของโรงเรียนออกเป็น 3 ขนาด เพื่อให้การประสานงานและบริหารที่ง่ายขึ้น ได้แก่ โรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

3.1 โรงเรียนขนาดเล็ก นักเรียน 1 - 400 คน จำนวน 111 โรงเรียน

3.2 โรงเรียนขนาดกลาง นักเรียน 401 - 800 คน จำนวน 150 โรงเรียน

3.3 โรงเรียนขนาดใหญ่ นักเรียน 801 คน ขึ้นไป จำนวน 170 โรงเรียน

(สถิติกรุงเทพมหานคร, 2545 : 79)

4. ครู หมายถึง ครูผู้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน

5. โรงเรียน หมายถึง โรงเรียนในสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถใช้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจในพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนขนาดต่าง ๆใน สังกัดกรุงเทพมหานคร

2. ผลการวิจัยที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยตัวที่มีผลดีต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อให้ตอบสนองกับนโยบายทางการศึกษาของโรงเรียน และสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาคุณภาพทางการศึกษาของสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร