



การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

วิทยานิพนธ์
ของ
สุวิทย์ หอมสมบัติ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา

กรกฎาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

วิทยานิพนธ์
ของ
สุวิทย์ หอมสมบัติ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา

กรกฎาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE PUBLIC RELATIONS MODEL OF
SCHOOLS UNDER NAKHON PHANOM PRIMARY
EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 2

BY
SUWIT HOMSOMBAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Master of Education Degree in Educational Administration and Development
at Sakon Nakhon Rajabhat University

July 2022



All Rights Reserved by Sakon Nakhon Rajabhat University

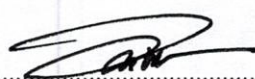




ใบรับรองวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
ชื่อผู้ทำวิทยานิพนธ์ สุวิทย์ หอมสมบัติ


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธานกรรมการสอบ  กรรมการสอบและ
(ดร.เอกฉกษณ์ เพียสา) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลนิกา ฉลากบาง) ประธานที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์


 กรรมการสอบ  กรรมการสอบและ
(ดร.อภิสิทธิ์ สมศรีสุข) แต่งตั้งเพิ่มเติม (ดร.บุญมี ก้อนบุญ) กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

 กรรมการสอบ
(ดร.วสุกฤต สุวรรณแทน) ผู้ทรงคุณวุฒิ

คณะกรรมการบริหารหลักสูตรรับรองแล้ว


(รองศาสตราจารย์ ดร.วโร เฟิงสวัสดิ์)
ประธานหลักสูตร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


(รองศาสตราจารย์ ดร.วโร เฟิงสวัสดิ์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

เมื่อวันที่ 24 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์เรื่องการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล
ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ ความช่วยเหลือ ความร่วมมือ
และกำลังใจอย่างดีเยี่ยมจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณาจารย์ และ
เพื่อนนักศึกษาหลักสูตร ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา
รุ่น 8 ทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลนิกา ฉลากบาง
ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.บุญมี ก่อบุญ กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์ ที่ได้เมตตา ให้กำลังใจ ให้แนวคิด ให้คำแนะนำ และตรวจสอบความถูกต้อง
ด้วยความเอาใจใส่ด้วยดีตลอดเวลา ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์
ตามหลักวิชาการ

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้เสียสละเวลา
ในการพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ และตรวจสอบความถูกต้อง
ของเครื่องมือการวิจัยอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์
ในการตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพื่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้
ให้กับผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ ซึ่งเป็นบุคคลต้นแบบที่ดี
ไม่ใช่แค่เพียงให้กำเนิดชีวิตอันมีค่า ให้การศึกษากับลูกเท่านั้น แต่ท่านทั้งสองได้ให้สิ่งที่ดี
ที่สุดกับลูกคนนี้เสมอมา และได้ให้ความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

คุณค่าและประโยชน์ที่พึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยอุทิศให้เป็น
กตเวทิตาคุณแด่ผู้ที่มีพระคุณทุกท่าน

สุวิทย์ หอมสมบัติ

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2
ผู้วิจัย	สุวิทย์ หอมสมบัติ
กรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลนิกา ฉลากบาง ดร.บุญมี ก่อบุญ
ปริญญา	ค.ม. (การบริหารและพัฒนาการศึกษา)
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปีที่พิมพ์	2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาโดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน และระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 332 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่า IOC 1.00 ค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.20-0.85 และค่าความเชื่อมั่น 0.99 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน ทั้งโดยภาพรวมและรายด้านมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.11) สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.15) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.13) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15) และช่องทางงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.19) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ, การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา,
การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

TITLE	Development of an Effective Public Relations Model of Schools under Nakhon Phanom Primary Educational Service Area Office 2
AUTHOR	Suwit Homsombat
ADVISORS	Asst. Prof. Dr. Wannika Chalakbang Dr. Boonmee Koboorn
DEGREE	M.Ed. (Educational Administration and Development)
INSTITUTION	Sakon Nakon Rajabhat University
YEAR	2022

ABSTRACT

The objectives of this study were to develop and examine the suitability of an effective public relations model of schools under Nakhon Phanom Primary Educational Service Area Office 2. The study employed the mixed methods research design. The research procedures were divided into two phases. Phase 1 was the development of the schools' effective public relations model. Relevant concepts, theories, documents, research works were intensive reviewed and synthesized, and the opinion of seven specialists were collected. Phase 2 was an examination of the effective public relations model by collecting the opinions of 332 school administrators and teachers under Nakhon Phanom Primary Educational Office Area 2, in academic year 2021. The participants were selected using multi-stage sampling. The tool used in data collection was a 5-level rating scale questionnaire with the IOC at 1.00, discrimination power index between 0.20 – 0.85 and reliability index at 0.99. Statistics implemented in data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The research results were as follows.

1. The effective public relations model in schools under Nakhon Phanom Primary Educational Office Area 2 consisted of four elements, namely effective public relations supporting factors, schools' public relations scope, effective public relations process, and efficient outcome of schools' public relations.

2. The opinions of administrators and teachers towards the effective public relations model in schools under Nakhon Phanom Primary Educational Office Area 2, both as a whole and on each aspect, was at the highest level ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.11). All aspects were prioritized as: efficient outcome of schools' public relations ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.15), effective public relations supporting factors ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.13), effective public relations process ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15), and schools' public relations scope ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.19).

Keywords: Model Development, Schools' Public Relations, Effective Public Relations

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
คำถามของการวิจัย	4
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	18
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	18
ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์	20
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	21
หลักการของการประชาสัมพันธ์	23
แนวคิดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	24
ความหมายของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	24
ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	26
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	27
หลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	29
องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	31
ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	33
ข้อบ่งชี้ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	54
กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	75
ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	94
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ	120

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ความหมายของรูปแบบ	120
ประเภทของรูปแบบ	122
องค์ประกอบของรูปแบบ	123
การพัฒนาารูปแบบ	124
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา	127
บริบทสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2	130
3 วิธีดำเนินการวิจัย	135
ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2	136
ระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาานครพนม เขต 2	139
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	139
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	143
การเก็บรวบรวมข้อมูล	146
การวิเคราะห์ข้อมูล	146
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	151
ตอนที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2	152
ตอนที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาานครพนม เขต 2	169

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปลผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	207
การดำเนินการวิจัย	207
สรุปลผลการวิจัย	208
อภิปรายผล	209
ข้อเสนอแนะ	232
บรรณานุกรม	235
ภาคผนวก	247
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์	249
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเหมาะสมของ ร่างรูปแบบ	255
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย	259
ภาคผนวก ง ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหาของแบบสอบถามรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2	263
ภาคผนวก จ ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2	279
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถามการวิจัย	293
ประวัติย่อของผู้วิจัย	339

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1	การสังเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล 34
2	การสังเคราะห์ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 56
3	การสังเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล 77
4	การสังเคราะห์ผลการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 97
5	แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน จำแนกตามอำเภอและสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 140
6	แสดงระยะการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 149
7	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 157
8	ผลการวิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม 170
9	ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา นครพนม เขต 2 171
10	ความเหมาะสมของปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล 172
11	ความเหมาะสมของขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา 177
12	ความเหมาะสมของการใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา 182
13	ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่าย ของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ด้านการรวบรวมข่าวสาร 183
14	ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงาน ประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ของโรงเรียนต่อสาธารณชน 187

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15	ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของ งานประชาสัมพันธ์สถานศึกษา ด้านงานประชาสัมพันธ์ภายใน และภายนอกโรงเรียน 191
16	ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของ งานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ด้านการสร้างเครือข่าย การประชาสัมพันธ์ 195
17	ความเหมาะสมของผลของการประชาสัมพันธ์ 199

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	. หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย	10
2 ระยะการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2	148
3 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2	206

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและหน่วยงาน ตลอดจนงานด้านการศึกษา งานราชการ งานด้านศาสนา และงานสังคมสงเคราะห์ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างสัมพันธภาพอันดีและการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจ ที่ถูกต้องร่วมกันเพื่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดี โรงเรียนเป็นองค์กรหนึ่งในสังคมทำหน้าที่ ให้การศึกษาอบรมแก่เยาวชนเพื่อให้เป็นผู้มีความรู้ เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมทั้งให้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม งานหลักของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่อไปนี้ คือ การสอน การแนะแนวการศึกษา และอาชีพ กิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียนและบริการของโรงเรียน เพื่อสนองความสนใจและความต้องการอันจำเป็นของนักเรียน ชุมชน หรือสังคมใกล้โรงเรียนและประเทศชาติ (จันทรานี สงวนนาม, 2551, หน้า 5)

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอสารสนเทศต่อประชาชนด้วยวิธีติดต่อสื่อสารเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกที่ดีต่อโรงเรียน งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความนิยมให้แก่กลุ่มประชาชนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนด้วยวิธีการบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์และสิ่งต่าง ๆ ที่โรงเรียนหรือสถาบันทำลงไป การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน (ระพีพรรณ ร้อยพิลา, 2553, หน้า 23) โดยการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในที่นี้หมายถึงกระบวนการที่ก่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

เพราะเป็นการให้ข้อมูลแก่ประชาชนได้ทราบถึงกิจการของโรงเรียนหรือข่าวสารภายในโรงเรียน (จันทร์ธานี สงวนนาม, 2551, หน้า 231)

การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาวเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้นทั้งนี้เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องสม่ำเสมอ การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนาน ๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความรู้ที่คลาดเคลื่อนและจะเป็นบ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดีซึ่งส่งผลต่อปฏิกริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ โรงเรียนเป็นสถาบันที่ต้องดำเนินการติดต่อสัมพันธ์กับมวลชน โรงเรียนมีหน้าที่บริการการศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น โรงเรียนต้องเป็นแบบอย่างของสถาบันที่ดีเพราะเป็นแหล่งปลูกฝังความรู้ความคิดอันเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมใดของโรงเรียนอยู่ก็จะประสบความสำเร็จหรือไม่เป็นที่ประทับใจของคนทั่วไป トラบใดที่โรงเรียนยังเป็นสถาบันที่ต้องติดต่ออยู่ การประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นความสำคัญที่โรงเรียนจะต้องวางแผนดำเนินการเพื่อภาพพจน์ที่ดีงาม น่าศรัทธาเลื่อมใสมาสู่โรงเรียนโดยตรง (มิ่งขวัญ ทาสีฎ, 2553, หน้า 3)

การประชาสัมพันธ์จะบรรลุเป้าหมายได้นั้น ทุกหน่วยงานจำเป็นต้องพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มต่าง ๆ โดยทำความเข้าใจทัศนคติและค่านิยมของชุมชน ดังนั้น การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องยึดถือปฏิบัติในการทำความดีมีคุณธรรม เผยแพร่ข้อเท็จจริงไปสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง สร้างความสนใจให้เกิดขึ้นด้วยการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมและใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ นโยบายของผู้บริหารโรงเรียน เครื่องมือและลักษณะการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนทำให้งานประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับสถานศึกษา ความรู้และเจตคติของบุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องพิจารณาตัดสินใจเป็นอย่างดี จะเป็นผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นภารกิจของผู้บริหารโรงเรียนที่จะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะถ้าประชาสัมพันธ์ดีจะมีผลดีต่อชื่อเสียง

ความนิยมชมชอบ และเกียรติคุณของโรงเรียน และจะต้องให้ความสำคัญมากเท่า ๆ กับการบริหารโรงเรียนด้านอื่นด้วย การบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเริ่มจากผู้บริหาร จนถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงาน เพราะเมื่อทุกคนเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องก็จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ดี เมื่อมีพฤติกรรมที่ดีแล้วก็จะก่อให้เกิดความสามัคคี และความราบรื่นในการปฏิบัติงาน (จามรี มาลีหวล, 2554, หน้า 4)

งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะดำเนินการไปด้วยดีมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้อย่างถูกต้อง แต่โรงเรียนส่วนใหญ่ยังขาดการสำรวจข้อมูลที่เป็นในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จึงทำให้การดำเนินงานขาดประสิทธิภาพ ไม่ต่อเนื่อง ไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ ส่วนใหญ่จะดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารโรงเรียนมากกว่าการดำเนินงานไปตามแผนและไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทำให้ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ด้อยลง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน ผู้บริหารต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรในโรงเรียนให้เข้าใจซึ่งกันและกัน ประารถานที่จะสร้างสรรค์และทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น หากโรงเรียนประสบความล้มเหลวในงานนี้แล้ว ผลเสียก็จะตามมา เช่น ความเข้าใจผิด ความแคลงใจ ซึ่งกันและกัน การขัดแย้งกันเอง การนิททาวร้าย การสร้างข่าวลือในเรื่องอกุศลต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ทำให้การบริหารโรงเรียนเป็นไปด้วยความยากลำบาก (ประทีปแสง พลรักษา, 2553, หน้า 3)

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายภายในโรงเรียนหรือกับบุคคลภายนอกโรงเรียน เป็นสื่อกลางสร้างความเข้าใจที่ดีร่วมกัน (มโนชา จงหมื่นไวย, 2553, หน้า 32) ทำให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานศึกษา ช่วยให้เกิดความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมระหว่างสถานศึกษากับชุมชน และเป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ศรายุทธ ชื่นชมบุญ, 2556, หน้า 27) การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลจึงส่งผลให้สถานศึกษาได้รับการยอมรับและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี เป็นการขับเคลื่อนให้สถานศึกษาได้เผยแพร่ข่าวสารออกไปยังบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายผ่านกระบวนการสื่อสารด้วยวิธีต่าง ๆ อย่างมีระบบ เป็นขั้นตอน และต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานของสถานศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามความมุ่งหมายในที่สุด

จากรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2563 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 เพื่อประมวลผลการดำเนินงานตามภารกิจต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และแผนงานประจำปี พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จัดได้ว่ายังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากยังมีอุปสรรคปัญหาในเรื่องของการบริหารงานอยู่มาก ปัญหาที่พบก็คือการขาดแผนงานที่ชัดเจน ไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้าน ขาดการจัดสรรงบประมาณ การผลิตสื่อด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนยังไม่แพร่หลาย และขาดการรายงานผล การติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้ส่งผลกระทบต่อประสานงานกันในทุกหน่วยงานทั้งในระดับเดียวกัน และระดับที่ต่างกัน จากปัญหาดังกล่าวสรุปได้ว่า สภาพและปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่พบ โดยทั่วไปส่วนใหญ่ คือ การขาดทรัพยากรด้านอุปกรณ์และงบประมาณ บุคลากรขาดความรู้ และประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2, 2563, ออนไลน์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเพราะส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการศึกษาให้มีความเหมาะสมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 เพื่อเป็นแนวทางให้สถานศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ต่อไป

คำถามของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีลักษณะอย่างไร
2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับใด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
2. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีความสำคัญของการวิจัย ดังนี้

1. ได้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่เหมาะสมกับบริบทของสถาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลในสถานศึกษาได้
2. ผู้บริหารสถานศึกษา และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 สามารถนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปวางแผนปรับปรุง หรือประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งเป็น
 - 1.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย
 - 1) บุคลากรประชาสัมพันธ์
 - 2) งบประมาณสนับสนุน
 - 3) ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย
 - 4) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์
 - 5) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย

6) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

1.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ประกอบด้วย

- 1) การรวบรวมข่าวสาร
- 2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน
- 3) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน
- 4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

1.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

ประกอบด้วย

- 1) การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น
- 2) การวางแผนประชาสัมพันธ์
- 3) ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)
- 4) การประเมินผล

1.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย

- 1) ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน
- 2) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน
- 3) การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา
- 4) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้อง

5) การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ

สถานศึกษา

กลุ่มเป้าหมายในการพิจารณาร่างรูปแบบ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 7 คน โดยมีคุณสมบัติดังนี้

1) อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาเอกทางการศึกษาหรือด้านการสื่อสารมวลชนและมีประสบการณ์การสอนไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน

2) ผู้บริหารสถานศึกษา มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาเอกทางการศึกษา วิชยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์การบริหารไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 3 คน

3) ครูผู้สอน มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโททางการศึกษา วิชยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์การสอนไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 3 คน

2.2 ระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบมีรายละเอียด ดังนี้

2.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 2,256 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 206 คน และครูผู้สอน จำนวน 2,050 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2, ออนไลน์)

2.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 332 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงใน วาโร เฟ็งสวัสดิ์, 2551, หน้า 191) การได้มาของกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ทัศนะและผลการวิจัยของนักวิชาการและนักวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยใช้ทฤษฎีระบบเป็นหลักในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล สังเคราะห์จากทัศนะและผลการวิจัยของนักวิชาการและนักวิจัย ดังนี้ (บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สนวนลีดา, 2553; เขาวภา บัวเวช, 2553; ณ์ัฐฐา รัตตกุล, 2555; กนกวรรณ ใจรีน, 2556; อนงค์วดี จีระบุตร, 2556; พญารัไพ ประภัสสร, 2557; ดิภาหลัง สุขกุล และฉวีพร ไตวนิช, 2558; ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2558) ประกอบด้วย

- 1.1 บุคลากรประชาสัมพันธ์
- 1.2 งบประมาณสนับสนุน
- 1.3 ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย
- 1.4 ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์
- 1.5 การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย
- 1.6 ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

2. ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังเคราะห์จากทัศนะและผลการวิจัยของนักวิชาการและนักวิจัย ดังนี้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542; สพลู, 2546; วิฑูร ศรีเดช, 2553; มโนชา จงหมื่นไวย, 2553; ลิปปาปารี มงคลศรี, 2553; ออนวรา จิตต์จำนงค์, 2553; ทองมี สามารถ, 2554; ปรีชา จันท์เทพ, 2554; เขาวลักษณ์ ภูศรีเกษม, 2554; สุภาพร ทันลี, 2555) ประกอบด้วย

- 2.1 การรวบรวมข่าวสาร
- 2.2 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน
- 2.3 งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน
- 2.4 การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

3. กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล สังเคราะห์จากทัศนะและผลการวิจัยของนักวิชาการและนักวิจัย ดังนี้ (ปรีชา จันท์เทพ, 2554; ชยารักษ์ บุญยะพุกกะนะ, 2555; อนันต์ ปัตตังทานัง, 2555; กนกวรรณ ใจรีน, 2556; นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2556; เกรียงไกร สุพรรณ, 2561; นิพนธ์ สุนทรโรทก, 2561; Simon, 1958; Friederich, 1975; Cutlip & Center, 1978) ประกอบด้วย

- 3.1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น
- 3.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์
- 3.3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร)
- 3.4 การประเมินผล

4. ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สืบเคราะห์จาก
ทัศนะและผลการวิจัยของนักวิชาการและนักวิจัย ดังนี้ (กรมสามัญศึกษา, 2540; ธีญพร
คุณาวิชา, 2548; เนตรนภา แพงอก, 2553; อลิสา สิงหสงา, 2553; ปรีชา จันทร์เทพ,
2554; ทงมี สามารถ, 2554; เรวดี ไวยวาสนา, 2554; สุภัทสร โกสุมสม และอัลฮามิธ
มะลิซ็อน, 2555; อนันต์ ปัตตังทานัง, 2555) ประกอบด้วย

4.1 ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน

4.2 การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน

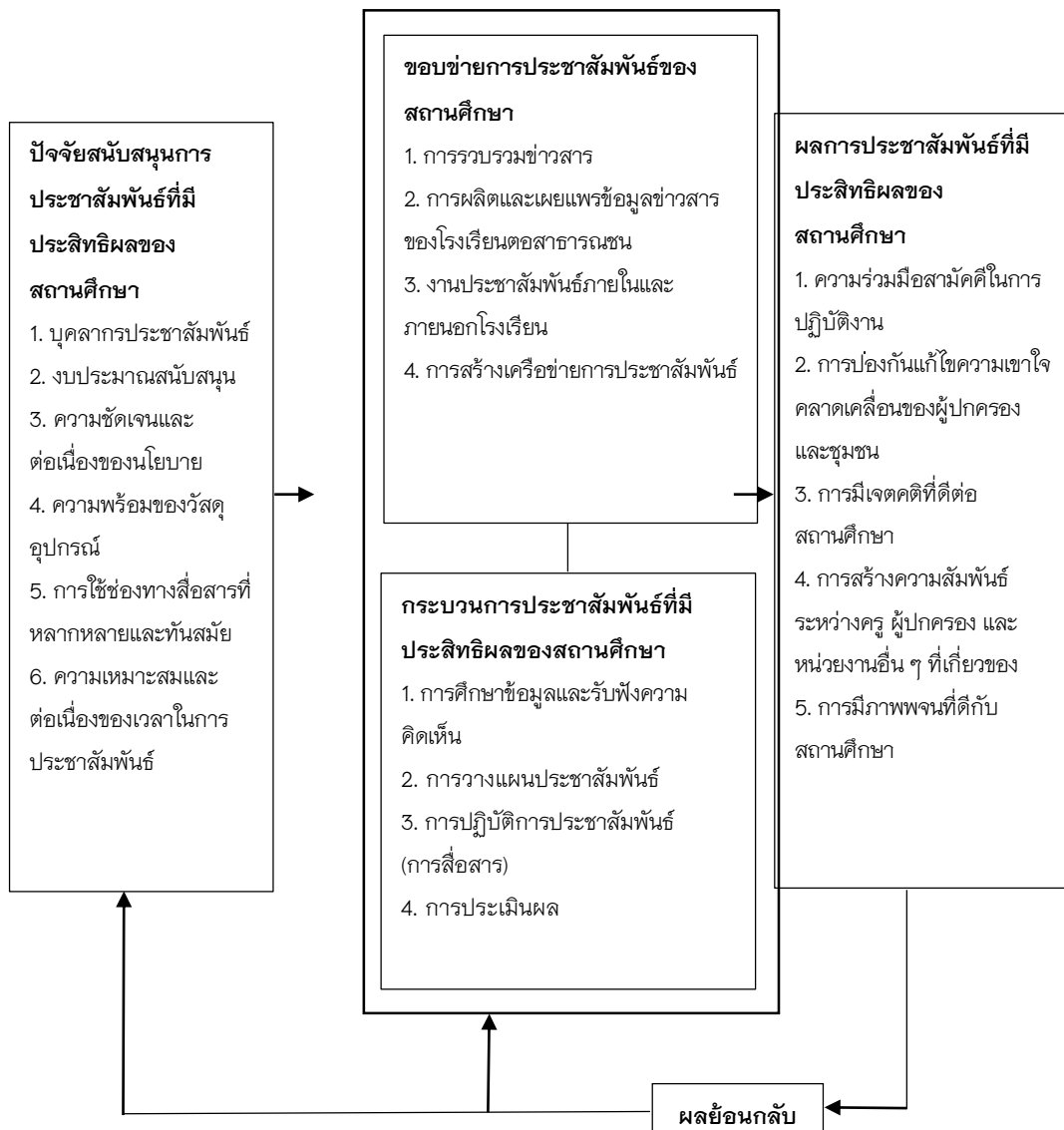
4.3 การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา

4.4 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้อง

4.5 การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เฉพาะ ไว้ดังนี้

1. รูปแบบ หมายถึง แนวคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือองค์ประกอบในปรากฏการณ์ที่กำหนด สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุน ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อกันทั้งบุคลากรภายในและบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการส่งเสริมให้การบริหารจัดการของโรงเรียนสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา หมายถึง แนวคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือองค์ประกอบในการทำงานร่วมกัน เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างโรงเรียนกับบุคลากรในโรงเรียนและคนในชุมชน เพื่อเสริมสร้างให้ประชาชนได้มีความเข้าใจ และเห็นความจำเป็นในการปฏิบัติงานทางการศึกษา ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความสนใจและร่วมมือในการปรับปรุงพัฒนาโรงเรียน ประกอบด้วย

3.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา หมายถึง ปัจจัยที่จะทำให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ประกอบด้วย

3.1.1 บุคลากรประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง สิ่งสำคัญต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนและกับผู้ปกครอง รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

3.1.2 งบประมาณสนับสนุน หมายถึง งบประมาณที่หน่วยงานจัดสรรเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้นเพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่จะต้องใช้ความพยายามในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เป็นงานที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้แก่องค์กรและหน่วยงาน

3.1.3 ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย หมายถึง การมีนโยบายเป้าหมายที่ชัดเจน และวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้เด่นชัดจะทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดทิศทาง การมีนโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะจากนโยบายจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ

3.1.4 ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ หมายถึง สิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทั้งมวลและการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะมีส่วนลดความก้าวหน้าของงาน เกิดความล่าช้าไม่ทันการณ์ สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญให้สามารถใช้งานได้ดีมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3.1.5 การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย หมายถึง การส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือหลายคนเพื่อให้เข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งส่งไปและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันซึ่งจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์โดยศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบและการใช้สื่อที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดี

3.1.6 ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ และความต่อเนื่อง ฉับไวในการประชาสัมพันธ์สื่อบางประเภท เช่น ภาพยนตร์ วารสารประชาสัมพันธ์ ต้องใช้เวลาในการจัดทำมากกว่าสื่อบางประเภท เช่น ป้ายประกาศหรือการพูดชี้แจง โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ แต่ถ้าการเผยแพร่จำเป็นต้องทำอย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย

3.2 ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา หมายถึง ภารกิจที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมายประกอบด้วย

3.2.1 การรวบรวมข่าวสาร หมายถึง การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

3.2.2 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน หมายถึง งานหนึ่งของการบริหารเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและ

ความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็น การร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น

3.2.3 งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน หมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งจะต้องใช้หลักการแจ้ง ข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไข ความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการติดต่อสื่อสาร ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา รวมถึง การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อ สื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก

3.2.4 การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสาร ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากร ทางการศึกษา และการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร เป็นการจัดให้มีเครือข่าย การประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก

3.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล หมายถึง ขั้นตอน การทำงานที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย ประกอบด้วย

3.3.1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น หมายถึง การแสวงหา ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ขอเท็จจริง ด้านต่าง ๆ หรือการรับฟังความคิดเห็น การตรวจสอบประสามติ ทิศนคติตลอดจนปฏิกิริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องของการบริหาร จัดการ การปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือตอนนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป

3.3.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดสิ่งที่ต้องปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานมีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ การวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ

3.3.3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) หมายถึง การดำเนินการหรือลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

3.3.4 การประเมินผล หมายถึง ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อตัดสินประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

3.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา หมายถึง ความสำเร็จที่เกิดจากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา โดยพิจารณาจากการกระทำของครูที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และปฏิกิริยาที่เกิดกับผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย

3.4.1 ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน หมายถึง การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา

3.4.2 การป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน หมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ การป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง รวมถึงการแก้ไขความเข้าใจผิด

ซึ่งจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้

3.4.3 การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา หมายถึง การสร้างวินัย ความคิดความรู้สึกที่ดีความศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน มีผลทำให้ การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3.4.4 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หมายถึง การทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เป็นความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน

3.4.5 การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา หมายถึง สภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการ การกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 หมายถึง หน่วยงานราชการตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ ทำหน้าที่ส่งเสริมการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน พัฒนาคุณภาพการศึกษา และควบคุมดูแลสถานศึกษาในสังกัด จำนวน 6 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอท่าอุเทน อำเภอนาทม อำเภอนาหว้า อำเภอบ้านแพง อำเภอโพนสวรรค์ และอำเภอศรีสงคราม

5. ผู้บริหารสถานศึกษา หมายถึง ผู้อำนวยการสถานศึกษา ที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ในปีการศึกษา 2564

6. ครูผู้สอน หมายถึง ครูหรือบุคลากรทางการศึกษา ที่ทำหน้าที่เป็นผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ในปีการศึกษา 2564

7. การพัฒนารูปแบบ หมายถึง การสร้างหรือจำลองแนวคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือองค์ประกอบที่กำหนด พร้อมสามารถอธิบายความสัมพันธ์อย่างชัดเจน มีการดำเนินการ 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ โดยตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - 1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
 - 1.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
 - 1.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
 - 1.4 หลักการของการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.4 หลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.5 องค์ประกอบการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.6 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.7 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.8 กระบวนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
 - 2.9 การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ
 - 3.1 ความหมายของรูปแบบ
 - 3.2 ประเภทของรูปแบบ
 - 3.3 องค์ประกอบของรูปแบบ
 - 3.4 การพัฒนารูปแบบ
 - 3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

4. บริบทของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

“การประชาสัมพันธ์” (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบันในหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่าง ๆ และหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเป็นเพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและการยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงาน สถาบัน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 503) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

ธันวัดน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 35) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์กรเพื่อให้ข่าวสารขององค์กรเกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของคนในองค์กรและนอกองค์กรได้เข้าใจถึงภารกิจขององค์กร ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน นำมาซึ่งความร่วมมือให้การสนับสนุนจากประชาชน และในที่สุดองค์กรก็จะประสบผลสำเร็จ

พงษ์พัชรินทร์ พุทธิวัฒนะ (2560, หน้า 10) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ เป็นการติดต่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร สถาบันนั้น ๆ ด้วยความพยายามในการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ด้วยการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เกิดทัศนคติมีความเข้าใจอันดีต่อภาพพจน์ที่ดีของค์สถาบัน ยอมรับด้วยความศรัทธาเกิดการสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นผลให้การดำเนินงานขององค์กร สถาบัน บรรลุวัตถุประสงค์

พฐร่ำไพ ประภัสสร (2560, หน้า 21) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ที่องค์กรหรือหน่วยงานใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างชื่อเสียง และป้องกันชื่อเสียงตลอดจนการสร้างความร่วมมือ ความสัมพันธ์อันดีรวมถึงการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนภายในองค์กรและกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร

ธนาภรณ์ อ่วมอ่ำ (2561, หน้า 17) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีของนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานระหว่างสถาบันกับประชาชน เพื่อที่สามารถดำเนินงานไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้

Webster's New Collegiat. (1974, p. 124) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ (Public relation) หมายถึง ธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ (Goodwill) ตอบุคคลหรือสถาบันนั้น

Cutlip และ Center (1978, pp. 8-9) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารและการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์การสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันด้วยความพยายามอย่าง จริงใจโดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้อง กลมกลืน (Harmonious Adjustment) กับสังคมได้ ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ 1) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน 2) วิธีการที่องค์การสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ 3) คุณภาพและสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้น ๆ

Marston. (1979, p. 3) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ ประชาสัมพันธ์ หมายถึงสถานการณ์ การกระทำหรือคำพูด ซึ่งสามารถชักจูงใจหรือชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยมีการวางแผนให้เกิดอิทธิพลต่อประชาชนกลุ่มนั้น ๆ

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กร และกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการจัดทำแผนงาน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อถือ ศรัทธา และการให้

ความร่วมมือ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ ให้บรรลุเป้าหมาย

1.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 32) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับหน่วยงานหรือองค์กร เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นมวลกิจกรรมที่ดำเนินการไปเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่อยู่ในหน่วยงานหรือองค์กรกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรต้องรับใช้หรือให้บริการ การดำเนินงานต้องมีแบบแผนต่อเนื่องและเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง

ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 20) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นหรือปลุกเร้าให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในความต้องการหรือเข้าใจกลไกขององค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ให้ความสนับสนุนต่อการพัฒนา เห็นคุณค่าในผลผลิตขององค์กร ร่วมมือกันสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 24) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญที่มีส่วนช่วยปลุกเร้าหรือกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในตัวสถาบันและกลไกของรัฐเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและให้ความสนับสนุนต่อการพัฒนาประเทศในแนวทางและครรลองของประชาธิปไตย ซึ่งยอมรับนับถือในคุณค่าและศักดิ์ศรีของมนุษยชาติ รวมทั้งเข้าใจอันดีและการร่วมมือกันสร้างสรรค์ความเจริญแก่สังคมส่วนรวมประเทศชาติ โดยคำนึงและเน้นถึงความสำคัญแห่งผลประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย

สุภาพร ทันลี (2555, หน้า 24) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับหน่วยงานหรือองค์กร เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นมวลกิจกรรมที่ดำเนินการไปเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่อยู่ในหน่วยงานหรือองค์กรกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรต้องรับใช้หรือให้บริการ การดำเนินงานต้องมีแบบแผน ต่อเนื่องและเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง

พญารำไพ ประภัสสร (2560, หน้า 25) ได้กล่าวถึงความสำคัญของ การประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ ความสำคัญของประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการสร้างความ เข้าใจที่ถูกต้องร่วมระหว่างบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญเพราะก่อให้เกิด ความเข้าใจที่ ถูกต้องร่วมระหว่างบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรต้องรับใช้หรือให้บริการ การดำเนินงานต้องมีแบบแผนต่อเนื่อง และเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง

1.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

นุชจรี มียอด (2554, หน้า 18) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ มุ่งที่จะสร้างความ เข้าใจ ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด รักษาชื่อเสียง เพื่อให้เกิดความศรัทธาและความร่วมมือ จากประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 25) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ เป็นการกระตุ้นเพื่อสร้างความเข้าใจ ความสนใจของประชาชนให้ เกิดการยอมรับในนโยบาย วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน เพื่อสร้างภาพพจน์ ความนิยม ความเลื่อมใส รักษาไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือแก่สาธารณชนและสื่อมวลชนเพื่อให้การ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 25) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยม และให้สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ ขององค์การ ซึ่งสาธารณชนนั้นต้องประกอบด้วยประชาชนที่เป็นสมาชิกขององค์การและประชาชน ภายนอกองค์การ 2) เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์การ และสร้าง ความสัมพันธ์อันดีให้องค์การเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดง เจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม เป็นการกระทำดีและสร้างสรรค์ความ เจริญก้าวหน้าแก่สังคม 3) เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน เช่น การเสนอร่างกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่าง ๆ ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่ม ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ก็ย่อมได้รับความร่วมมือและสนับสนุน

เมขลา วิรัสวา (2555, หน้า 13) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ ์ไว้ดังนี้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มชนทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเรียกร้องความร่วมมือ รวมไปถึงการสนับสนุนการบริหารด้วยการดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านต่าง ๆ ในการเสริมสร้างให้ความเข้าใจ ช่วยเหลือ แนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องในเชิงบริหารของหน่วยงาน เพื่อหาช่องทางให้เจ้าหน้าที่และประชาชนได้แสดงความคิดเห็น สะท้อนการประพฤติปฏิบัติของหน่วยงานให้ฝ่ายบริหารทราบ เพื่อการปรับปรุงกิจการบริการ ในการขจัดปัญหาและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่องค์กร

พงษ์พัชรินทร์ พุฒิมนะ (2560, หน้า 12) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ ์ไว้ ดังนี้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจภายในองค์กร สถาบันหรือหน่วยงานอันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบันหรือหน่วยงานกับประชาชนโดยการแจ้งนโยบาย วัตถุประสงค์ ภารกิจและการดำเนินการขององค์กร สถาบันหรือหน่วยงานให้ประชาชนหรือผู้ใช้บริการทราบ เพื่อให้สามารถเลือกใช้บริการหรือให้ความร่วมมือได้อย่างถูกต้องเพื่อให้ผู้บริหารขององค์กร สถาบันหรือหน่วยงานได้รับทราบประชมติ หรือความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนหรือผู้ใช้บริการ เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุง พัฒนา และแก้ไข้ปัญหาต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อสร้างความชื่นชม นิยมศรัทธาและภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร สถาบันหรือหน่วยงานนั้นให้คงอยู่ตลอดไป และเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร สถาบันหรือหน่วยงานกับประชาชนและผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอกให้มีประสิทธิภาพ

เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 27) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ ์ไว้ดังนี้ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ ์มุ่งที่จะสร้างความเข้าใจ ป้องกันและแก้ไข้ความเข้าใจผิด รักษาชื่อเสียง เพื่อให้เกิดความศรัทธา และความร่วมมือจากประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ ์มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ป้องกันและแก้ไข้ความเข้าใจผิด รักษาชื่อเสียง เพื่อให้เกิดความศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.4 หลักการของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 39) และสุภาพร ทันลี (2555, หน้า 29) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ หลักการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง เป็นงานหนึ่งในกระบวนการบริหารและการจัดการเป็นการบอกกล่าว เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ขอเท็จจริงของหน่วยงาน องค์กร เพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดจึงมีการวางแผนอย่างดีเพราะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย และต้องดำเนินการสม่ำเสมอต่อเนื่องกันไปเพื่อการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 25) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ นโยบายหรือทิศทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน นอกจากอาศัยหลักของการประชาสัมพันธ์ในลักษณะต่าง ๆ ดังเช่น การประกาศข่าวสาร การบอกกล่าว การชี้แจง ข้อมูล การเผยแพร่ การป้องกัน การแก้ไขความเข้าใจผิด และการสำรวจประชามติแล้วยังต้องมีการสร้างความนิยม (Good Will) ให้แก่โรงเรียน แต่ความนิยมเหล่านี้จะต้องไม่เกิดจากการโฆษณาชวนเชื่อเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องเกิดจากการทำความดียึดถือคุณธรรมที่เป็นความจริงในการสร้างความศรัทธาและความน่าเชื่อถือให้กับสถาบัน

พงษ์พัชรินทร์ พุฒวัฒน์ (2560, หน้า 12) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ หลักการของการประชาสัมพันธ์ควรมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ และเป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์ ต้องยึดหลักความจริง ความซื่อสัตย์สุจริตเป็นหลัก การให้ข่าวสารนั้นข่าวสารนั้นจะต้องมีเหตุมีผล ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนไข ต้องเปิดเผยข้อมูลสิ่งต่าง ๆ อย่างตรงไปตรงมา ต้องปฏิบัติงานติดต่อกันสม่ำเสมอ ดังนั้นการทำงานจึงต้องมีแบบแผนและเป็นกระบวนการที่ได้วางแผนไว้แล้วอย่างดี จึงจะบรรลุเป้าหมาย

พชรุภาไพ ประภัสสร (2560, หน้า 25) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญ คือ 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจ เป็นการบอกกล่าวชี้แจงให้ทราบถึงข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไปได้รับทราบเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง 2) สร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียง เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมของหน่วยงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ศรัทธา และความไว้วางใจ ให้เกิดขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และ

3) สร้างความร่วมมือ เป็นการแสวงหาการสนับสนุนการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานจากกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก

Sam. (1975, pp. 18–20) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญ 3 ประการ คือ 1) เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดในหมู่ประชาชน 2) เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน และ 3) เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีของบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงาน

สรุปได้ว่า หลักการของการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง เป็นงานหนึ่งในกระบวนการบริหารและการจัดการ เป็นการบอกกล่าว เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงของหน่วยงาน องค์กร เพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด จึงต้องมีการวางแผนอย่างดีเพราะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย และต้องดำเนินการสม่ำเสมอต่อเนื่องกันไปเพื่อการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ

2. แนวคิดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

นักวิจัยได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ เมขลา วิรัสวา (2555, หน้า 10) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายในและภายนอกโรงเรียนเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียนให้สามารถทำงานร่วมกันได้และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพโดยกระบวนการไมตรีทั้งสองทาง ซึ่งโรงเรียนจะเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน

ศราวุธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 25) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน หมายถึง วิธีการของโรงเรียนโดยการนำแผนการกระทำที่ต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้างหรือทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลต่าง ๆ เพื่อให้โรงเรียนหรือสถาบันกับกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความเข้าใจ ความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียนให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ได้กำหนดไว้

ศิริยา สุพรรณ (2556, หน้า 10) ได้กล่าวถึงความหมายของการ
 ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การสร้าง
 ความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายในและภายนอกโรงเรียน โดยกระบวนการไมตรี
 สัมพันธ์สองทาง

พชรไพ ประภัสสร (2560, หน้า 23) ได้กล่าวถึงความหมายของการ
 ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา หมายถึง
 การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคลากรภายในสถานศึกษาและกลุ่มบุคลากร
 ภายนอกโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นตลอดจนการสร้าง
 ความร่วมมือและความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 46) ได้กล่าวถึงความหมายของการ
 ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นกระบวนการสร้าง
 ความรู้ ความเข้าใจและความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุน ยอมรับ และมี
 ทัศนคติที่ดีต่อกันทั้งบุคลากรภายในและบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการส่งเสริมให้
 การบริหารจัดการของโรงเรียนสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาได้อย่างมี
 ประสิทธิภาพ

Kindred (1957, p. 25) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ของ
 สถานศึกษา ไว้ดังนี้ เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างโรงเรียนกับชุมชน
 มีความประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีความเข้าใจและเห็นความจำเป็นในการ
 ปฏิบัติงานทางการศึกษาทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความสามารถ มีความสนใจและ
 ร่วมมือในการปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียน

Kindred & Gallagher (1976, p. 79) ได้กล่าวถึงความหมายของการ
 ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ เป็นกระบวนการสื่อสารระหว่างสถานศึกษากับ
 ชุมชนเพื่อสร้างเสริมความเข้าใจ ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้
 ชุมชนสนใจที่จะให้การสนับสนุนและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาโรงเรียนให้ดีขึ้น

Kowalski (1996, p. 345) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ของ
 สถานศึกษาไว้ ดังนี้ การใช้สมมติศรัทธาโดยการให้ความเข้าใจสื่อสารเกี่ยวกับเป้าหมาย
 ที่จะให้ความช่วยเหลือด้านเงินกองทุน การจัดรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมของ
 โรงเรียนเพิ่มศักยภาพผู้เรียน การประชุมแนะนำ ผู้ปกครอง เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา
 ประสพการณ์ต่าง ๆ แก่ผู้ปกครอง การใช้จดหมายถึงผู้ปกครองเพื่อให้มีส่วนร่วมใน

กิจกรรมของโรงเรียนให้ทันเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ปกครอง เพื่อให้ผู้ปกครอง เข้าใจและส่งเสริมเกี่ยวกับระเบียบวินัย จัดประชุมพร้อมทั้งเข้าใจบทบาทของตนต่อ การศึกษา จัดวันเยี่ยมผู้ปกครองเพื่อผู้ปกครองจะได้พัฒนานักเรียน การประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพื่อจะให้โรงเรียนมีความเข้มแข็ง และเพื่อการช่วยเหลือโรงเรียนในด้านการ จัดการเรียนการสอนและส่งเสริมให้โรงเรียนเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยการเขียน บทความความลึกลับที่เกิดขึ้นในโรงเรียนลงในวารสารหรือในหนังสือพิมพ์เพื่อเผยแพร่กิจการของ โรงเรียน

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความรู้ ความเข้าใจและความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุน ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดี ต่อกันทั้งบุคลากรภายในและบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการส่งเสริมให้การบริหารจัดการ ของโรงเรียนสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

นักวิจัยได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ มโนชา จงหมื่นไวย (2553, หน้า 32) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนนั้น เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายภายในโรงเรียนหรือกับ บุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อเป็นสื่อกลางสร้างความเข้าใจที่ดีร่วมกัน

ชยารักษ์ บุญยะพุกกะนะ (2555, หน้า 29) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ เพื่อรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา เพื่อสร้างศรัทธา ภาพลักษณ์ ความเชื่อถือ และส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิด ร่วมมือ ร่วมใจกันในการแก้ปัญหาและพัฒนาการศึกษาของนักเรียนให้มีประสิทธิภาพ สนองต่อ ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 27) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีความสำคัญ 4 ประการ ดังต่อไปนี้ 1) ทำให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงาน 2) สร้างความเป็นระเบียบ เรียบร้อยของโรงเรียน 3) ช่วยให้เกิดความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมระหว่างโรงเรียน กับชุมชน และ 4) เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียว และให้ความร่วมมือกันทั้งบ้าน

โรงเรียน และชุมชน ซึ่งงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ดีย่อมนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโรงเรียนสูงขึ้น

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษามีความสำคัญ 4 ประการ คือ

1) ทำให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงาน 2) สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานศึกษา 3) ช่วยให้เกิดความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมระหว่างสถานศึกษากับชุมชน และ 4) เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียว และให้ความร่วมมือกันทั้งบ้านสถานศึกษา และชุมชน ซึ่งงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาที่ดีย่อมนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสถานศึกษาสูงขึ้น

2.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ดังนี้

อลิสสา สิงหสง่า (2553, หน้า 27) และอนนรรดา จิตต์จำนงค์ (2553, หน้า 29) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล สถาบัน องค์กรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชนสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาการศึกษา และสร้างความนิยมความเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกัน แกไข ขจัดข้อขัดแย้งและความเข้าใจผิด ซึ่งจะทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของโรงเรียน

นุชจรี มียอด (2554, หน้า 35) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อสร้างภาพพจน์ความนิยมเลื่อมใส ศรัทธา เชื่อมั่น สร้างความหวังกำลังใจ ที่จะแก้ไขปรับปรุงสถานการณ์สภาพการณ์ ขจัดข้อขัดแย้ง ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยวิธีการดำเนินการอย่างมีหลักการเหตุผลที่เป็นรูปธรรม ยืนยันความมั่นคงไม่ใช้การชี้แจงอย่างเลื่อนลอยรวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างโรงเรียนกับบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน สนับสนุน ส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียนให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ

สุภาพร ทันลี (2555, หน้า 25) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ก็คือ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียน สร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน หรือเพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน นอกจากนี้แล้ว การประชาสัมพันธ์ยังเป็นการเพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ลดความตึงเครียดทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียนได้ และยังเป็นการสร้างความเชื่อถือ ความศรัทธาให้กับประชาชนที่เป็นผู้ปกครองของนักเรียนอีกด้วย

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 30) งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงเรียน 2) เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน 3) เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย 4) เพื่อป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน 5) เพื่อดำเนินรักษาความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายตลอดเวลา 6) เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ ขวัญกำลังใจให้บุคลากร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา 7) เพื่อให้บริการด้าน สาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคม 8) เพื่อรายงานให้ชุมชนทราบถึงความก้าวหน้าของโรงเรียน และ 9) เพื่อสร้างความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่บุคลากรในโรงเรียน

พชรุไพ ประภัสสร (2560, หน้า 36) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ งานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล สถาบัน องค์การทั้งภายในและภายนอก สถานศึกษาเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุนสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชน สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนา การศึกษาและสร้างความนิยม และความเชื่อถือแก่สถานศึกษาและป้องกัน แก้ไข ขจัดข้อขัดแย้งและความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของสถานศึกษา

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 49) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์เพื่อ เสริมสร้างความเข้าใจให้กลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นบุคคล หน่วยงานและองค์การภายใน โรงเรียนและภายนอกโรงเรียนได้มีส่วนร่วม รับผิดชอบในการให้ความรู้ ความเข้าใจ สร้างสรรค์กิจกรรม แก้ไข และโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกลำบาก ร่วม ศรัทธา

และมีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียน ลดความขัดแย้งระหว่างกัน ทั้งนี้ต้องทำทั้งการประชาสัมพันธ์ ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอกควบคู่กันไป

สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล สถาบัน องค์การทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุนสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชน สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาการศึกษาและเพื่อสร้างความนิยมและความเชื่อถือแก่สถานศึกษาและเพื่อป้องกันแก้ไขข้อขัดแย้งและความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของสถานศึกษา

2.4 หลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้

อลิสสา สิงหสง่า (2553, หน้า 29) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีหลักการ คือ บุคลากรในโรงเรียนและบุคคลที่เกี่ยวข้องของควรจะต้องทราบนโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ โดยมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลกลุ่มคน หน่วยงานต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดี และแก้ไขความเข้าใจผิด ให้เกิดเจตคติที่ดีและเกิดการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึก ความต้องการ

อนนรธา จิตต์จำนงค์ (2553, หน้า 30) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ บุคลากรในโรงเรียนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องควรจะต้องทราบ นโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ โดยมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลกลุ่มคน หน่วยงานต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดี และแก้ไขความเข้าใจผิด ให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกและความต้องการ

ชยารักษ์ บุญยะพุกกะนะ (2555, หน้า 37) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ ต้องยึดหลักการโดยสถานศึกษาจะต้องชี้แจงนโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ ให้บุคคลภายในทราบ สถานศึกษาจะต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดี แก้ไขปัญหาความเข้าใจผิด โดยใช้สื่อและอุปกรณ์ที่เหมาะสมและวิธีถ่ายทอดความเข้าใจ อยู่บนพื้นฐานของความจริงใจ ซื่อสัตย์ เปิดเผย อีกทั้งสถานศึกษาจะต้องรับฟังความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทางเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขในด้านการดำเนินงานด้วย

เมฆลา วิรัชวา (2555, หน้า 17) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องยึดหลักเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันซึ่งควรมีหลักในการปฏิบัติดังนี้ โรงเรียนต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดีและแก้ไขความเข้าใจผิด โรงเรียนต้องตื่นตัวอยู่เสมอ สร้างทัศนคติที่ดีและตอบสนองของสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึก ความต้องการ ซึ่งในขณะเดียวกันผู้ร่วมงานก็ต้องเข้าใจถึงเป้าหมาย กฎระเบียบต่าง ๆ และหน้าที่ของโรงเรียนในการให้การศึกษาอย่างแจ่มแจ้ง มีการใช้สื่อที่เหมาะสมและมีวิธีการที่ง่ายต่อการเข้าใจอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจ ซื่อสัตย์ เปิดเผยและมีมนุษยสัมพันธ์ ต้องรับฟังความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง มีแผนการปฏิบัติงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนและควรมีการรับฟังข้อเสนอจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานต่อไป

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 53) ได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนยึดหลักการเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์ทั่วไป โรงเรียนต้องทำด้วยความซื่อสัตย์ ไม่ลำเอียง มีความร่วมมือกันและกระทำอย่างต่อเนื่อง ตื่นตัวอยู่เสมอ ข่าวสารที่เผยแพร่ต้องถ่ายทอดความเข้าใจและเป็นการสื่อสารสองทาง สร้างทัศนคติที่ดีต่อกัน มีการประเมินผลและต้องนำผลที่ได้นั้นมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไข

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ยึดหลักการเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์ทั่วไป กล่าวคือบุคลากรในสถานศึกษาและบุคลากรที่เกี่ยวข้องควรจะต้องทราบ นโยบาย กฎระเบียบต่าง ๆ โดยมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคล กลุ่มคน หน่วยงานต่าง ๆ ในทางบวก ต้องทำด้วยความซื่อสัตย์ ไม่ลำเอียง สร้างข่าวดี และแก้ไขความเข้าใจผิด มีความร่วมมือกันและกระทำอย่างต่อเนื่อง ข่าวสารที่เผยแพร่ต้องถ่ายทอดความเข้าใจและเป็นการสื่อสารสองทาง สร้างทัศนคติที่ดีต่อกัน มีการประเมินผล และต้องนำผลที่ได้นั้นมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไข

2.5 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ดังนี้

เกียรติศักดิ์ รัตนชัย (2553, หน้า 24) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) การประชาสัมพันธ์ เป็นปรัชญาทางสังคมพื้นฐานของการบริหาร คือ อาศัยหลักการที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงานเป็นเบื้องต้น 2) การประชาสัมพันธ์ เป็นปรัชญาทางสังคมที่แสดงออกทางการตัดสินใจที่จะเลือกนโยบาย เพราะทุกสถาบันได้มีการกำหนดนโยบายซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติโดยผู้บริหารเป็นผู้จัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินการของหน่วยงาน 3) การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำที่ได้จากนโยบายที่เหมาะสม การปฏิบัติตามนโยบายของสมาชิกทุก ๆ คน เป็นความรับผิดชอบของทุกคน และ 4) การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง เป็นวิธีสร้างความเข้าใจร่วมกันด้วยการสื่อสารไปยังประชาชน สอนประชาชนก็ต้องการความรู้การดำเนินงานของสถาบัน

มิ่งขวัญ ทาสีฎ (2553, หน้า 14); ณัฐเมธินทร พุทธิสสะ (2554, หน้า 25); ทองมี สามารถ (2554, หน้า 36) และสุภาพร ทันลี (2555, หน้า 25) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประกอบไปด้วย นโยบายของหน่วยงาน นโยบายของผู้บริหารโรงเรียน ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งก็คือผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน ส่วนผู้ที่รับก็รวมทั้งบุคคลภายในและภายนอกโรงเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา ส่วนประกอบอีกอันหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก็คือ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับองค์กร ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือสื่อสาร บุคลากรการประชาสัมพันธ์งบประมาณ การบริหารองค์กรและประชากรกลุ่มเป้าหมายโดยพิจารณาตัดสินใจอย่างดีจะเป็นผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัฒนภรณ์ ผือโย (2553, หน้า 25) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นงานของทุก ๆ คน รวมทั้งผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานนั้น ๆ ดังนั้น คำแนะนำ นโยบาย จะต้องถูกกลั่นกรองให้แน่ชัดว่าวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้นั้น สามารถนำไปใช้ได้ เขาใจง่าย มีรูปแบบและการประสาน

งานที่ดี การควบคุมแผนการประชาสัมพันธ์ได้แน่นอน และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์อย่างดี

สุทธิดา ชีวะวิโรจน์ (2554, หน้า 29) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับองค์กร ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือสื่อสาร บุคลากร งบประมาณการบริหารองค์กร และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาตัดสินใจอย่างดีจะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

เมขลา วิรัสวา (2555, หน้า 23) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาไว้ ดังนี้ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน โดยอาศัยเครื่องมือ สื่อ วัสดุอุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการสร้างการประชาสัมพันธ์

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 32) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ไว้ดังนี้ 1) ให้โรงเรียนดำเนินการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 2) จัดให้มีการประเมินผลและปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ 3) ประสานงานและส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันดีของฝ่ายต่าง ๆ ในโรงเรียน 4) จัดผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เมื่อโรงเรียนจัดกิจกรรม 5) จัดการฝึกอบรม ประชุมชี้แจงให้บุคลากรภายในโรงเรียนทุกคนได้ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงเรียน และ 6) เสนอแนะแนวความคิดและวิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ตลอดจนมาตรฐานการบางอย่างทางด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียน

พชรุราไพ ประภัสสร (2557, หน้า 54) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ 1) องค์กรและสถาบันซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อที่จะดำเนินการในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายขององค์กรเพื่อให้สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย 2) ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เนื้อหาสาระ เรื่องราวหรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญลักษณ์ต่าง ๆ รูปภาพ เครื่องหมาย ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายหรือนำไปตีความหมายเป็นที่รู้และเข้าใจกันได้ 3) เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อที่องค์กร สถาบันเลือกมาใช้ในการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปสู่ประชาชน 4) ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการ

ประชาสัมพันธ์ได้แก่ บุคคลและหน่วยงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกของ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) นโยบายของผู้บริหารโรงเรียน 2) เครื่องมือและลักษณะการสื่อสารที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ 3) ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และ 4) ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

2.6 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

นักวิชาการได้กล่าวถึงปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สอนลีดา (2553, หน้า 9) ได้กล่าวถึง ปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) มนุษย์ 2) งบประมาณ 3) เวลา 4) วัสดุอุปกรณ์ และ 5) ค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณี

เยาวภา บัวเวช (2553, หน้า 142) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1) ด้านผู้บริหาร 2) ด้านระบบการบริหารองค์การ 3) ด้านบุคลากร 4) ประเภทของสื่อ

ณัฐฐา รัตตกุล (2555, หน้า 27) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) ปัจจัยมนุษย์ 2) การตัดสินใจในนโยบาย 3) งบประมาณ 4) เวลา 5) วัสดุอุปกรณ์

กนกวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 4) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) นโยบาย 2) ผู้บริหาร 3) บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4) วิธีการดำเนินงาน 5) งบประมาณ 6) สื่อประชาสัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์

อนงค์วิจิตร จีระบุตร (2556, หน้า 27) ได้กล่าวถึงปัจจัยของ การประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) การตัดสินใจและวางนโยบาย 2) ปัจจัยมนุษย์ 3) งบประมาณ 4) ทรัพยากรมนุษย์ 5) ค่านิยม วัฒนธรรมประเพณี 6) วัสดุอุปกรณ์

พชรไพ ประภัสสร (2557, หน้า 93) ได้กล่าวถึงปัจจัยของ การประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) ด้านบริหารจัดการ 2) ด้านบุคลากร 3) ด้านงบประมาณ 4) ด้านสื่อในการสื่อสาร 5) ด้านข่าวสาร 6) ด้านวัสดุนำเสนอ

ติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร โทวนิช (2558, หน้า 105) ได้กล่าวถึงปัจจัยของ การประชาสัมพันธ์ คือ ความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ เนื้อหาของกิจกรรม/ นิทรรศการ ระยะเวลาในการเผยแพร่ ความหลากหลายของช่องทางประชาสัมพันธ์ โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับวัสดุอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก และการเตรียม ความพร้อมของบุคลากร แนวทางการสื่อสาร

ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558, หน้า 184) ได้กล่าวถึง ปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจนนำสู่การปฏิบัติ และวิสัยทัศน์ของผู้นำ 2) ความพร้อมขององค์กร และบุคลากรที่มีความรู้ตรงสายงาน 3) การสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร 4) การมีส่วนร่วมของผู้นำและบุคลากร 5) การใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย 6) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ สร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

ตาราง 1 การสังเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

ที่	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผล	บุญเลิศฯ มากบุญ และรัชชภา สอนเสิดา (2553)	เยาวภา บัวเวช (2553)	ณัฐภา รัตตกุล (2555)	กนกวรรณ ใจริน (2556)	อนงค์ศิริ บุตร (2556)	พชรไพ ประภัสสร (2557)	ติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร ไตรมิช (2558)	ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
1.	บุคลากรประชาสัมพันธ์									8	100	√
	- บุคลากร		√				√	√				
	- มนุษย์	√										
	- ปัจจัยมนุษย์			√		√						
	- บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์				√			√				
2.	งบประมาณสนับสนุน	√		√	√	√	√	√		6	75	√
3.	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการ ประชาสัมพันธ์	√		√				√		3	37.50	√
4.	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์									5	62.50	√
	- วัสดุอุปกรณ์	√		√		√		√				
	- ด้านวัสดุนำเสนอ						√					
5.	ค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณี	√				√				2	25	
6.	ด้านผู้บริหาร		√		√					2	25	
7.	ด้านระบบการบริหารองค์กร		√							1	12.50	
8.	การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย									3	37.50	√
	- สื่อในการสื่อสาร						√					
	- ประเภทของสื่อ		√									
	- สื่อประชาสัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์				√							

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผล	บุญญเลิศฯ มากบุญ และรัชชานก สอนเสียดา	เยาวภา บัวเวช (2553)	ณัฐภา รัตกุล (2555)	กนกวรรณ ใจเร็น (2556)	อนงค์กิติ จีระบุตร (2556)	พัชรุภาไพ ประภัสสร (2557)	ติกาหลัง สุขกุล และศวีพร ไตวนิช (2558)	ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนท์ (2558)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
9.	ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย									5	62.50	√
	- นโยบาย			√	√				√			
	- การตัดสินใจและวางนโยบาย					√						
	- ด้านบริหารจัดการ						√					
10.	การใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย							√	√	1	12.50	
11.	วิธีการดำเนินงาน									2	25	
	- วิธีการดำเนินงาน				√							
	- แนวทางการสื่อสาร							√				
12.	ทรัพยากรมนุษย์					√				1	12.50	
13.	ด้านข่าวสาร									2	25	
	- ด้านข่าวสาร						√					
	- เนื้อหาของกิจกรรม/นิทรรศการ							√				
14.	ความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย							√		1	12.50	
15.	การสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร								√	1	12.50	
16.	การมีส่วนร่วมของผู้นำและบุคลากร								√	1	12.50	
17.	การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ สร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชน								√	1	12.50	
	รวม	5	4	5	6	6	6	8	6			

จากตาราง 1 การสังเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ผู้วิจัยได้รวมปัจจัยที่มีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นปัจจัยเดียวกัน ได้จำนวน 17 ปัจจัย จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ร้อยละ 35 ขึ้นไปในการเลือกปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาที่มีประสิทธิผล ได้ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาที่มุ่งศึกษา 6 ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 บุคลากร ได้รวมปัจจัยสนับสนุนที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นปัจจัยเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านมนุษย ด้านบุคลากร ปัจจัยมนุษย์ และบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ชื่อว่า “บุคลากรประชาสัมพันธ์”

ปัจจัยที่ 2 งบประมาณสนับสนุน

ปัจจัยที่ 3 นโยบาย ได้รวมปัจจัยสนับสนุนที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นปัจจัยเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านการตัดสินใจในนโยบาย ปัจจัยด้านนโยบาย และด้านการตัดสินใจและวางนโยบาย โดยใช้ชื่อว่า “ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย”

ปัจจัยที่ 4 วัสดุอุปกรณ์ ได้รวมปัจจัยสนับสนุนที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นปัจจัยเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านวัสดุ อุปกรณ์ และด้านวัสดุนำเสนอ โดยใช้ชื่อว่า “ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์”

ปัจจัยที่ 5 การสื่อสาร ได้รวมปัจจัยสนับสนุนที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นปัจจัยเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านประเภทของสื่อ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านสื่อสาร ปัจจัยด้านเนื้อหาของกิจกรรม/นิทรรศการ และการใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย โดยใช้ชื่อว่า “การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย”

ปัจจัยที่ 6 เวลา ได้รวมปัจจัยสนับสนุนที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นปัจจัยเดียวกัน ใช้ชื่อว่า “ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์”

ผู้วิจัยขออธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนแต่ละปัจจัย ดังนี้

2.6.1 บุคลากรประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงบุคลากรประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

บุญญา เลขา มากบุญ และรัชชนก สอนสีดา (2553, หน้า 10) และณัฐสุธา รัตตกุล (2555, หน้า 26) กล่าวตรงกันเกี่ยวกับความหมายของบุคลากรประชาสัมพันธ์ว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องในการวางแผนประชาสัมพันธ์ เพราะในการทำงานและการวางแผนประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยผู้รู้หรือผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ได้ผลคุ้มค่ากับเวลาและงบประมาณที่ต้องใช้ในไปการดำเนินงาน มนุษย์ถือเป็นทรัพยากร

ที่มีค่าหาเปรียบมิได้ ทั้งนี้ เพราะมนุษย์เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีสมองและสติปัญญา รู้จักคิดและใช้เหตุผล ตลอดจนหาวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ในสภาพการณ์ที่แตกต่างกันไป ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ มนุษย์คือผู้ที่จะใช้ความรู้ความสามารถและเชาวน์ปัญญาในการแสวงหาข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการเข้าใจในวิธีการที่จะเข้าถึงประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายให้ได้เป็นอย่างดี

ณัฐเมธีนทร พุทธิสละ (2554, หน้า 36) ได้ให้ความหมายว่า การจัดบุคลากรประชาสัมพันธ์โรงเรียน ต้องเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบต่องานสูง มีมนุษยสัมพันธ์ มีความอดทน มีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน มีความสุขุมรอบคอบ สามารถมองปัญหาต่าง ๆ ได้ดี มีความอยากรู้อยากเห็น มีความกระตือรือร้นทันต่อเหตุการณ์และทันการเปลี่ยนแปลง มีพื้นฐานความรู้ในด้านต่าง ๆ ในการบริหารและที่สำคัญจะต้องมีความรักและศรัทธาในวิชาชีพของตน

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 43) ได้กล่าวว่านักประชาสัมพันธ์จะต้องมีคุณสมบัติหลายอย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น ความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือกระบวนการปฏิบัติงาน แต่ที่ขาดไม่ได้คือ ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกดีระหว่างองค์กรและกับประชาชน รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วย

อนงค์วดี จิระบุตร (2556, หน้า 45) ได้กล่าวว่าบุคลากรประชาสัมพันธ์จัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการวางแผนประชาสัมพันธ์องค์ประกอบหนึ่ง การทำงานประชาสัมพันธ์และวางแผน จำเป็นที่จะต้องอาศัยผู้รู้ เข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้องเพื่อผลงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นทรัพยากรที่มีค่าเพราะบุคลากรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการใช้เหตุผลและข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

พชรุราไพ ประภัสสร (2557, หน้า 94) ได้กล่าวว่าบุคลากรประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่เข้าใจงานด้านการประชาสัมพันธ์ และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ กระตือรือร้นและหนักแน่น มีความอดทนสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ มีบุคลิกภาพที่ดี มีการแต่งกายที่เหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ รู้จักกาลเทศะและใช้ทักษะทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ตันสุวรรณนนท์ (2558, หน้า 189) ได้ให้ความหมายว่าบุคลากร หมายถึง ความพร้อมขององค์กรและบุคลากรที่มีความรู้ตรงสายงาน มีการจัดรวมบุคลากรเป็นหนึ่งเดียวตามจำนวนและปริมาณของงาน รวมงานที่ทำเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์มาไว้ด้วยกันเพื่อรวมคนและวางแผนกลยุทธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ทำงานพร้อมกัน ต่างงานต่างหน้าที่ พร้อมทั้งสะดวกต่อการพิจารณาในการจัดงบประมาณ ฉะนั้นความพร้อมของบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกไปสู่ความสำเร็จ

สรุป บุคลากรประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง สิ่งสำคัญต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนและกับผู้ปกครอง รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

คุณลักษณะของบุคลากรประชาสัมพันธ์ นักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของบุคลากรประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

เยาวภา บัวเวช (2553, หน้า 60) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ดี ไว้ดังนี้ 1) มีความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ 2) มีความสามารถในการพูดได้อย่างคล่องแคล่ว แต่ก็ต้องรู้ว่าจะต้องฟังในเวลาใดบ้าง 3) เป็นคนช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็วและมีความจำดี 4) มีความซื่อตรง และมีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกที่ควร 5) มีระเบียบวินัย ควบคุมตนเองได้ 6) มีความคิดสุขุมรอบคอบ 7) มีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อยู่เสมอ 8) คิดและแก้ไขสถานการณ์ในยามฉุกเฉินได้ดี ตัดสินใจได้รวดเร็วในยามวิกฤติ 9) มีความสามารถในการเขียนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 10) มีความสามารถในการแยกแยะจัดระเบียบข่าวสารต่าง ๆ 11) มีความรู้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี 12) มีความรู้ทางด้านจิตวิทยา ปรัชญา การเมือง การปกครอง เป็นต้น 13) มีความสามารถในการจัดระเบียบตนเองและผู้อื่น 14) รู้จักขั้นตอนของการทำงาน 15) มีความสามารถ เป็นนักการทูตได้ในบางโอกาส 16) มีความสามารถในการทำหน้าที่เป็นครูหรือผู้แนะนำสั่งสอน และ 17) ไม่เห็นด้วยกับฝ่ายบริหารโดยอัตโนมัติ

นุชจรี มียอด (2554, หน้า 38-39) ได้กล่าวว่าโรงเรียนควรจัดครูหรือคณะครูกลุ่มหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนโดยเฉพาะ ในการคัดเลือกคณะครูนี้อาจจะใช้ผู้ที่เรียนมาทางด้านการศึกษาประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบ

โดยมีคณะผู้ทำงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ของโรงเรียน คณะครูชุดนี้จะทำหน้าที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทุกชนิด ฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจรับหน้าที่ต่อไปนี้การเพิ่มเติม 1) เขียนบทความ หรือ เขียนข่าวเกี่ยวกับโรงเรียนเพื่อส่งไปลงในหนังสือพิมพ์หรือส่งไปอ่านทางสถานีวิทยุ หรือ ไปออกในรายการโทรทัศน์ 2) จัดบรรยายพิเศษต่าง ๆ โดยให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไปได้รับฟัง เพื่อประดับสติปัญญาในโอกาสต่าง ๆ 3) ติดต่อเยี่ยมเยียนคนสำคัญของท้องถิ่น หรือร่วมต้อนรับบุคคลสำคัญที่มาขอเยี่ยมโรงเรียน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของโรงเรียนไม่ใช่ประโยชน์ส่วนตัว 4) เยี่ยมเยียน ครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักเรียน ที่ได้รับทุกข์ยาก หรือ เจ็บป่วย 5) รับผิดชอบเกี่ยวกับการถ่ายรูปและบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ในรอบปี ของโรงเรียน 6) จัดการปฐมนิเทศครูใหม่ นักเรียนใหม่ และผู้ปกครอง ในโอกาสเปิดเรียนตอนต้นปี การศึกษา 7) จัดทำจดหมายข่าว หรือ วารสารข่าวประจำโรงเรียน โดยส่งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือ ติดประกาศตามบอร์ดต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักเรียนทราบ 8) จัดทำรายงานประจำปี ของโรงเรียนเพื่อเป็นการสรุปผลงานของโรงเรียน และนำออกเผยแพร่ให้ประชาชน ทั่วไปได้รับทราบ 9) รับผิดชอบและดำเนินการเลือกตั้งต่าง ๆ นับตั้งแต่การเลือกหัวหน้านักเรียนเลือกตั้งครูประจำตำแหน่งต่าง ๆ ตลอดจนจนเสนอตัวเข้าร่วมในการเลือกตั้งสมาชิกสภาต่าง ๆ ทั้งของจังหวัด อำเภอ และ ประเทศ 10) สำรวจประชามติและความคิดเห็นของประชาชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนอยู่เสมอ 11) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของโรงเรียนในกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชนในท้องถิ่นหรือกิจกรรมนอกโรงเรียนทุกชนิด

ปรีธิตา บุญเกิด (2555, หน้า 44) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) มีสามัญสำนึกและเป็นผู้ที่มีเหตุผลรูวาลิ่งใดควรทำหรือไม่ควรทำ 2) มีการตัดสินใจเป็นอย่างดี คิดและแก้ไขสถานการณ์ในยามฉุกเฉินได้ดี มีความกล้าตัดสินใจ และตัดสินใจได้รวดเร็วฉับพลันในยามวิกฤต 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4) มีความรู้ความสามารถ 5) มีความเข้าใจในความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้อื่นรวมทั้งจะต้องมีความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) ต่อผู้อื่นด้วย 6) มีความอดทนหนักแน่น 7) มีความสามารถในการจัด ระเบียบหน่วยงานมีความรู้ในด้านโครงสร้างของหน่วยงาน 8) มีนิสัยหรือมีใจรักงานด้านการประชาสัมพันธ์ 9) มีอารมณ์ขัน รู้จักกาลเทศะและความเหมาะสมยอมจะช่วยให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 10) มีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพของตนและยึดถือในจริยธรรมโดยเคร่งครัด

พญูร่าไฟ ประภัสสร (2557, หน้า 70) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของนัก
 ประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ไม่หลอกลวง มีศักดิ์ศรีในการทำงาน
 มีจริยธรรมในการทำงาน เน้นการทำงานเป็นทีม มีความตั้งใจในการทำงานอย่างจริงจัง
 และจะต้องมีความรับผิดชอบ

ธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 88) ได้กล่าวว่าคุณสมบัตินัก
 ประชาสัมพันธ์สถานศึกษา สรุปได้ ดังนี้ 1) มีความกล้าในการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
 ถูกต้อง และเป็นผลดีต่อสถานศึกษา 2) มีความสามารถในการพูด การเจรจาได้อย่าง
 คล่องแคล่ว รู้จักจังหวะเวลาใดควรพูด เวลาใดควรฟัง และเวลาใดควรบันทึก
 3) เป็นบุคคลที่ช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี 4) มีความซื่อตรงและมีความกล้า
 กระทำในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมตามควรแก่โอกาส 5) มีไหวพริบเหมือนกับนักการทูตที่ดี
 6) มีความสามารถในการขอความร่วมมือจากบุคคลต่าง ๆ ได้เสมอ 7) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
 8) มีความรอบรู้และมีความไวต่อข่าวสารต่าง ๆ ดี 9) มีความสามารถในการเขียน
 ซึ่งคล้ายกับนักเขียนมืออาชีพ 10) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในด้านศิลปะ
 การประชาสัมพันธ์ 11) เป็นบุคคลที่สามารถไว้วางใจได้รักษาความลับได้สุดขยอด และ
 12) มีความยุติธรรม

สรุป คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา มีดังนี้ 1) มีความกล้าใน
 การตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วถูกต้องและเป็นผลดีต่อสถานศึกษา 2) มีความสามารถในการ
 พูด การเจรจาได้อย่างคล่องแคล่ว รู้จักจังหวะเวลาใดควรพูด เวลาใดควรฟัง และเวลาใด
 ควรบันทึก 3) เป็นบุคคลที่ช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี 4) มีความซื่อตรงและมี
 ความกล้ากระทำในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมตามควรแก่โอกาส 5) มีไหวพริบเหมือนกับ
 นักการทูตที่ดี 6) มีความสามารถในการขอความร่วมมือจากบุคคลต่าง ๆ ได้เสมอ
 7) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 8) มีความรอบรู้และมีความไวต่อข่าวสารต่าง ๆ ดี
 9) มีความสามารถในการเขียน ซึ่งคล้ายกับนักเขียนมืออาชีพ 10) มีความคิดริเริ่ม
 สร้างสรรค์ในด้านศิลปะการประชาสัมพันธ์ 11) เป็นบุคคลที่สามารถไว้วางใจได้รักษา
 ความลับได้สุดขยอด และ 12) มีความยุติธรรม

2.6.2 งบประมาณสนับสนุน

นักวิชาการได้กล่าวถึงงบประมาณสนับสนุน ไว้ดังนี้

บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สวนสีดา (2553, หน้า 10) และณัฐฐา รัตตกุล (2555, หน้า 26) กล่าวตรงกันว่า งบประมาณ เป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้นเพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่จะต้องใช้ความพยายามในการทำงานอย่างต่อเนื่อง จึงจะเห็นผล เป็นงานที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้แก่องค์กรและหน่วยงาน เพราะฉะนั้น ถ้าหากผู้บริหารขององค์กรหรือหน่วยงานใดมีนโยบายให้การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ งานด้านการประชาสัมพันธ์ก็ควรได้รับสนับสนุนด้านงบประมาณตามไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากหน่วยงานบางแห่งที่ผู้บริหารให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ องค์กรนั้น ๆ มักจะใช้งบประมาณสำหรับการดำเนินงานโดยเฉพาะ

เยาวภา บัวเวช (2553, หน้า 114) และพชรุณีไพ ประภัสสร (2557, หน้า 103) ได้กล่าวว่างบประมาณสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องจัดสรรอย่างเพียงพอ ช่วยเสริมให้งานคล่องตัว สามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่องรวดเร็ว ช่วยให้งานมีคุณภาพและประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ณัฐฐา รัตตกุล (2555, หน้า 26) ได้กล่าวว่า งบประมาณสนับสนุนเป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้นเพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องใช้ความพยายามในการทำงานอย่างต่อเนื่องจึงจะเห็นผล เป็นงานที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้แก่องค์กรและหน่วยงาน เพราะฉะนั้น ถ้าหากผู้บริหารขององค์กรหรือหน่วยงานใดมีนโยบายให้การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ งานด้านการประชาสัมพันธ์ก็ควรได้รับสนับสนุนด้านงบประมาณตามไปด้วยซึ่งจะเห็นได้จากหน่วยงานบางแห่งที่ผู้บริหารให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ องค์กรนั้น ๆ มักจะให้ งบประมาณสำหรับการดำเนินงานโดยเฉพาะ จากการศึกษาวิจัยพบว่า มีองค์กรและหน่วยงานของรัฐ และเอกชนหลายแห่งที่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ และเมื่อเปรียบเทียบกับกันระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนแล้ว หน่วยงานของเอกชนได้ให้การ

สนับสนุนและเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์มากกว่าหน่วยงานของรัฐและในหน่วยงานของรัฐด้วยกันเองแล้ว หน่วยงานที่เป็นรัฐวิสาหกิจได้ให้ความสนับสนุนและเห็นความสำคัญมากกว่าหน่วยงานราชการอื่นโดยทั่วไป

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 34) ได้กล่าวว่างบประมาณสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญของโครงการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมักจะมีข้อสังเกตโดยเฉพาะในวงการประชาสัมพันธ์ภาครัฐว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ผลสำเร็จเท่าที่ควรเพราะขาดงบประมาณหรือได้รับงบประมาณไม่เพียงพอหรือน้อยเกินไป สำหรับหน่วยงานราชการนั้น แม้จะใช้งบประมาณแต่การจัดสรรงบประมาณโครงการประชาสัมพันธ์มักจะอยู่ในอันดับสุดท้ายของงบประมาณ แต่หน่วยราชการก็ได้เปรียบภาคเอกชนในด้านการใช้สื่อมวลชน โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

อนงค์วดี จีระบุตร (2556, หน้า 26) ได้กล่าวว่างบประมาณสนับสนุนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้น เพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องจึงจะเห็นผล หากผู้บริหารองค์กรมีนโยบายในการสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ก็ควรได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วย

ธันว์วัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 79) ได้กล่าวว่า งบประมาณสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการดำเนินงานของทุกองค์การ โดยทั่วไปแล้วองค์การต่าง ๆ จะมีการจัดตั้งงบประมาณเตรียมไว้ หรือมีแผนการในการใช้จ่ายในเรื่องต่าง ๆ ไว้เรียบร้อยแล้ว หากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ใดเป็นไปตามแผนการที่เตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว ก็จะไม่เกิดปัญหาใด ๆ แต่ในบางครั้งค่าใช้จ่ายจริงหรือสาเหตุที่จะต้องใช้จ่ายอาจเกินงบประมาณที่เตรียมไว้ หรืออาจไม่มีงบประมาณเตรียมไว้ ดังนั้น หากมีความจำเป็นในการใช้จ่ายจริงก็จะต้องมีการชี้แจงเหตุผลความจำเป็นและความสำคัญของกิจกรรมนั้น ๆ และอธิบายให้ผู้บริหารตระหนักว่า หากไม่ดำเนินการเรื่องนี้ แล้วจะเกิดผลเสียหายอย่างไรบ้างมากน้อยเพียงใดหรืออาจต้องไปตัดงบประมาณของกิจกรรมอย่างอื่นที่มีความสำคัญน้อยกว่าเพื่อมาใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์ดังกล่าว

สรุป งบประมาณสนับสนุน หมายถึง งบประมาณที่หน่วยงานจัดสรรเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้นเพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่จะต้องใช้ความพยายามใน

การทำงานอย่างต่อเนื่อง เป็นงานที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้แก่องค์กรและหน่วยงาน หากผู้บริหารสถานศึกษามีนโยบายในการสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ก็ควรได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วย

2.6.3 ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย

นักวิชาการได้กล่าวถึงความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ไว้ดังนี้

ศศิธร แก้วรักษา (2553, หน้า 47) ได้ให้ความหมายว่า ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย เปรียบเสมือนข้อกำหนดเบื้องต้นแรกในการบริหารงานด้านประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นยังครอบคลุมแนวการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ นโยบายประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญในการที่จะนำการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้ประสบผลสำเร็จ เกิดความร่วมมือร่วมใจตลอดจนความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับหน่วยงาน สถาบัน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง

ณัฐรา รัตตกุล (2555, หน้า 24) ได้ให้ความหมายว่า ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย คือ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบและชัดเจน อันส่งผลให้มีการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างเป็นระบบและตรวจสอบได้ มีงบประมาณเพียงพอและยืดหยุ่นในการดำเนินงาน เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน นำไปสู่การสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ปกป้องและรักษาชื่อเสียงขององค์กรมิให้เสื่อมเสีย

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 33) ได้กล่าวว่าความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบายเป็นหัวใจของการประชาสัมพันธ์องค์กร เมื่อมีนโยบายการประชาสัมพันธ์แล้วจะต้องมีแผนงานรองรับเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนงานประชาสัมพันธ์ แต่ละแผนงานอาจมีโครงการหลายโครงการได้ตามความจำเป็นเพราะแต่ละโครงการอาจเข้าถึงกลุ่มประชากรเป้าหมายได้เพียงบางส่วนเท่านั้น กิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ในโครงการประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการอาจจะต้องประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ หลายกิจกรรมก็ได้

ติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร โทวนิช (2558, หน้า 189); ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนท์ (2558, หน้า 188) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับนโยบายว่า หมายถึง การมีเป้าหมายที่ชัดเจนนำสู่การปฏิบัติและวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน แต่ละหน่วยงานนั้นจำเป็นต้องมีการตั้งเป้าหมายว่าต้องการจะเห็นองค์กรนั้นเป็นอย่างไร หากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้เด่นชัดจะทำให้การ

ประชาสัมพันธืชาติทิศทาง การมีนโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธืที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญยิ่งโดยจากนโยบายจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธืเชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ

นิพนธ์ สุทธิโรทก (2561, หน้า 51) ได้กล่าวว่ากำรกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธืโรงเรียนควรให้สัมพันธืกับนโยบายท้องถิ่นและของประเทศ ระบุคุณค่าประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น คำนึงถึงวิถีชีวิตของชุมชน กำหนดเป็นแผนเชิงประจักษ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้โรงเรียนได้ใกล้ชิดกับชุมชน และสอดคล้องกับนโยบายทั่วไปของการประชาสัมพันธื ในลักษณะของการ “กัน-ก่อก-แก้” โดยการดำเนินนโยบายที่สำคัญ อาจกระทำผ่านทางการแจ้งข่าวสาร การสร้างความน่าเชื่อถือ การกำหนดโครงการที่เหมาะสม ตลอดจนการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สรุป ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย หมายถึง การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจน และวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้เด่นชัดจะทำให้การประชาสัมพันธืชาติทิศทาง การมีนโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธืที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะจากนโยบายจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธืเชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ

ลักษณะและคุณสมบัติของความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย นักวิชาการได้กล่าวถึงความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ไว้ดังนี้

เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 43) ได้กล่าวว่าลักษณะความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ดังนี้ 1) ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในหมู่ครูอาจารย์ โดยอาศัยแผนการประชาสัมพันธืของโรงเรียนประสานงาน 2) จัดให้มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบันและครู 3) ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ครู ผู้ปกครอง นักเรียน 4) จัดตั้งสมาคมผู้ปกครองและครู ให้เป็นศูนย์ประสานงานในมิติสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองและครู 5) สนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน หรือประชาชนทั่วไปในท้องถิ่น 6) ส่งเสริมให้มีคณะกรรมการนักเรียน มีสิ่งพิมพ์เอกสารของโรงเรียน การกระจายข่าวทางสื่อมวลชน จัดอุปกรณ์โสตทัศนศึกษา และการให้บริการพิเศษของโรงเรียน 7) ส่งเสริมให้มีคณะกรรมการโรงเรียน เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียน

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 51) ได้กล่าวถึงลักษณะของนโยบายการประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนี้ 1) โรงเรียนควรแจ้งข่าวสารการดำเนินงานของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอเพื่อบุคคลฝ่ายต่าง ๆ จะได้ทำงานประสานกันได้อย่างถูกต้องในโอกาสเหมาะสม 2) โรงเรียนควรสร้างความเชื่อถือให้กับบุคคลทั่วไป เช่น ให้ผู้ปกครองไว้วางใจว่าบุตรหลานของเขาได้รับการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดี หรือชุมชนมีความเชื่อถือในสถาบันคือโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในชุมชนนั้น ๆ เหล่านี้เป็นต้น 3) ควรกำหนดโครงการปรับปรุงโรงเรียนอย่างเหมาะสม เช่น การสร้างอาคารสถานที่ การปรับปรุงการเรียนการสอน งานสวัสดิการ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ควรนำออกมาประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ได้รับความทราบ 4) ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ปกครองและครูในการแก้ไขปัญหาเด็กโดยให้ผู้ปกครองได้มีโอกาสได้พบปะกับครูเป็นครั้งคราว เช่น งานประจำปี โรงเรียน การประชุมผู้ปกครอง 5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบ้าน โรงเรียน ชุมชน ในส่วนที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เช่นการให้สถานที่โรงเรียนเป็นที่จัดงานการกุศล หรือการพัฒนาชุมชน การประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ 6) หากเกิดปัญหาใด ๆ หรือเกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ไม่ควรทิ้งไว้ ต้องรีบแก้ไขปัญหานั้นโดยเร็ว

สรุป ลักษณะและคุณสมบัติของความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย มีดังนี้ 1) โรงเรียนควรแจ้งข่าวสารการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อบุคคลฝ่ายต่าง ๆ จะได้ทำงานประสานกันได้อย่างถูกต้องในโอกาสเหมาะสม 2) โรงเรียนควรสร้างความเชื่อถือให้กับบุคคลทั่วไป 3) กำหนดโครงการปรับปรุงโรงเรียนอย่างเหมาะสม 4) ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ปกครองและครูในการแก้ไขปัญหาเด็กโดยให้ผู้ปกครองได้มีโอกาสได้พบปะกับครูเป็นครั้งคราว 5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบ้าน โรงเรียน ชุมชน และ 6) หากเกิดปัญหาใด ๆ หรือเกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ไม่ควรทิ้งไว้ ต้องรีบแก้ไขปัญหานั้นโดยเร็ว

2.6.4 ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ ไว้ดังนี้

บุญญาเลขมา มากบุญ และรัชชนก สนวนสีดา (2553, หน้า 12) ญัฐฐา รัตตกุล (2555, หน้า 27) กล่าวตรงกันเกี่ยวกับความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ว่าวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทั้งหมดและการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะมีส่วนลดความก้าวหน้าของงาน เกิดความล่าช้าไม่ทันการณ์ วัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ อุปกรณ์

โสตทัศนต่าง ๆ เช่น กล้องถ่ายภาพ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องเล่นวีดีโอเทป เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องเสียงและสถานที่ที่เหมาะสมในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ เนื่องจากในการวางแผนการประชุมสัมพันธบางครั้งจำเป็นต้องใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้าช่วย นอกเหนือจากการใช้สื่อบุคคล หรือสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้เพื่อที่จะช่วยให้ประชาชนเป้าหมายได้มีโอกาสเห็นหรือมีประสบการณ์เสมือนกับได้ประสบมาเองจริง ๆ จากการถ่ายทอดโดยภาพ (ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว) โดยเสียง เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์เหล่านี้สามารถช่วยในการสร้างบรรยากาศที่มีชีวิตชีวามากขึ้น เป็นการเพิ่มหรือสร้างบรรยากาศที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจหรือเรียนรู้ได้เร็วขึ้นและดีขึ้น นอกจากนี้การใช่วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นและเหมาะสมจะทำให้ประชาชนเป้าหมายไม่เกิดความเบื่อหน่ายอีกด้วย

เขาวงกต บั้วเวช (2553, หน้า 119) ได้กล่าวว่าความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นสื่อในการดำเนินงานประชุมสัมพันธมีหลากหลาย เช่น การพูด การเขียน การโทรศัพท์ จดหมาย หนังสือเวียน สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ การจัดประชุม ร่วมกลุ่มอภิปราย ขึ้นอยู่กับนักประชุมสัมพันธจะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ให้สามารถใช้งานได้ดีมีประสิทธิภาพในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในหมู่ประชาชนแล้ว ยังมุ่งหมายให้เกิดความศรัทธา นิยมเลื่อมใส เรียกร้องความสนับสนุน ร่วมมือร่วมใจเป็นอันดีจากประชาชนอันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 35) ได้กล่าวว่าถ้าโครงการงานประชุมสัมพันธ เน้นที่การเผยแพร่เป็นหลัก อุปกรณ์ที่จะต้องใชผลิตงานประชุมสัมพันธจะเป็นปัญหาหลัก และในที่สุดก็จะเกี่ยวพันไปถึงเรื่องงบประมาณเพราะทั้งอุปกรณ์และอัตรากำลังเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น

พชรุณี ไพ ประภัสสร (2557, หน้า 107) ได้ให้ความหมายความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ว่า หมายถึง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นสื่อในการดำเนินงานประชุมสัมพันธที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชุมสัมพันธจะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญให้สามารถใช้งานได้ดีมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

สรุป ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ หมายถึง สิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทั้งมวลและการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น ก็จะมีส่วนลดความก้าวหน้าของงาน เกิดความล่าช้าไม่ทันการณ์ สื่อที่ใช้ในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสำคัญให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.6.5 การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย

นักวิชาการได้กล่าวถึงการใช้อุปกรณ์ที่หลากหลายและทันสมัย ไว้ดังนี้

ชยารักษ์ บุญยะพุกกะนะ (2555, หน้า 61) ได้กล่าวว่าการใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย หมายถึง การส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือหลายคนเพื่อให้เข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งส่งไปและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ซึ่งการส่งข่าวสารอาจอยู่ในรูปแบบของการสื่อสารด้วยวาจา ลายลักษณ์อักษร การใช้กิริยาท่าทางอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ โดยอาศัยช่องทางในการติดต่อสื่อสาร

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 38) ได้ให้ความหมายการใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัยว่า หมายถึง สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือสื่อประเภทมัลติมีเดีย (Media) ซึ่งประกอบไปด้วยสื่อที่ใช้ในการนำเสนอหลากหลายประเภท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศนูปกรณ์ และสื่อประเภทกิจกรรม สื่อที่ดีจะต้องเป็นตัวกลางสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับได้ดี เกิดความเข้าใจกันอย่างถูกต้อง การผลิตสื่อนิยมเลือกสื่อแบบที่กำลังได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน เช่น การใช้เสียงตามสาย การใช้วิทยุกระจายเสียง แผ่นพับ สื่อโทรทัศน์และสื่ออื่น ๆ ตามที่เหมาะสม

เมขลา วิรัสวา (2555, หน้า 29) ได้ให้ความหมาย การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัยว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิด ซึ่งสื่อแต่ละชนิดและมีข้อดีแตกต่างกัน จึงขึ้นอยู่กับโรงเรียนว่าควรที่จะเลือกใช้สื่อชนิดใดจึงจะมีความเหมาะสมกับท้องถิ่นหรือบริบทที่มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ประหยัด และหลักของความคุ้มค่าที่ทางโรงเรียนจะได้รับเป็นหลัก หรือเรียกว่าลงทุนน้อย แต่ได้รับประโยชน์มากนั่นเอง

ธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 97) ได้ให้ความหมายการใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัยว่าการประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ โรงเรียนควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์โดยศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบและการใช้สื่อที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดี

พชรุณี ไพ ประภัสสร (2557, หน้า 105) ได้กล่าวถึงการใช้อินเทอร์เน็ตที่หลากหลายและทันสมัยว่าสื่อแต่ละชนิดและกิจกรรมประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทต่างมีคุณลักษณะข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่แตกต่างกันออกไป การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกผลิตสื่อโดยการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อเลือกผลิตสื่อที่ให้ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เกณฑ์การคัดเลือกการผลิตสื่อจึงจำเป็นต้องอาศัยการพิจารณาคุณสมบัติของสื่อ เช่น การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ จิตวิทยาของสื่อ และศักยภาพของหน่วยงานผลิตสื่อ

ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558, หน้า 187) ได้กล่าวถึงการใช้อินเทอร์เน็ตที่หลากหลายและทันสมัยว่า ปัจจัยประชาสัมพันธ์เชิงรุกอีกประการหนึ่งคือ การใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อเปลี่ยนความคิดที่ว่า “ประชาสัมพันธ์เป็นการแจ้งเพื่อทราบ หรือแจ้งให้ถือปฏิบัติ” เพิ่มเติมเป็น “สร้างความนิยมและเป็นที่ยอมรับ” การปรับจากการให้ข่าวสารเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีผลตอบแทนกลับมาเป็นการสร้างสัมพันธ์ภายในองค์กร หรือกับหน่วยงานภายนอกให้มากขึ้นทุกวิถีทาง จะต้องมีการจัดการด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร การสร้างภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้สังคม “รู้จัก เข้าใจ จำได้ ยอมรับ ปรับทำที่ ยินดีทำตาม ถามหา ศรัทธา ระลึกถึง” ต้องอาศัยช่องทางของสื่อในระบบทั้งช่องทางของสื่อมวลชนและช่องทางที่ไม่ใช่สื่อมวลชน

ธันว์วัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 61) ได้ให้ความหมายว่า สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท และแต่ละประเภทก็จะมีลักษณะการใช้งานแตกต่างกัน องค์การหรือนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับลักษณะของสื่อแต่ละประเภท เพื่อจะได้ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายขององค์การ

สรุป การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย หมายถึง การส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือหลายคนเพื่อให้เข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งส่งไปและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันซึ่งจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับ

เรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์โดยศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบและการใช้สื่อที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดี

ลักษณะของสื่อที่หลากหลายและทันสมัย นักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะของสื่อที่หลากหลายและทันสมัย ไว้ดังนี้

เนตรนภา แพงอก (2553, หน้า 34) ได้กล่าวว่า เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สามารถจำแนกได้ 2 แนวทาง คือ

1) จำแนกตามลักษณะของสื่อ ซึ่งแบ่งได้เป็น

1.1) สื่อที่ควบคุมได้ (Controlled Media) เป็นสื่อหรือกิจกรรมที่องค์กรเป็นผู้ผลิตขึ้นเอง จึงทำให้สามารถกำหนดแนวทางได้ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Publication) จดหมาย (Letter) บอร์ดประชาสัมพันธ์ (Bulletin Board or Poster) สื่อคำพูด (Spoken Word) สื่อภาพและเสียง (Sight and Sound) เสียงตามสาย โทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuits TV) รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ สปอตโทรทัศน์ สปอตวิทยุ บทความทางหนังสือพิมพ์ และกิจกรรมพิเศษ (Staged Events) เช่น การแสดงนิทรรศการ (Display and Exhibition) งานครบรอบการก่อตั้ง (Anniversaries) การประกวด (Contest) เป็นต้น

1.2) สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นการผลิตข่าวจากองค์กรส่งผ่านให้กับสื่อมวลชนเพื่อถ่ายทอดกับประชาชนหรือผู้รับสาร โดยใช้วิธีการ เช่น การประชุมแถลงข่าว (News Conference of Press Control) ข่าวแจก (Press Release, News Release) การสัมภาษณ์ (Exclusive Interview) การพบปะกับสื่อมวลชน (Press Meeting) งานเลี้ยงขอบคุณ (Thank you Party) ภาพแจก (Photo Release) บทความ (Article) เป็นต้น ข่าวสารที่ส่งไปให้กับสื่อมวลชน สื่อมวลชนจะทำการเลือกข่าวและนำเสนอตามนโยบายของสื่อ เรียกว่า Gate keeping จึงมีข่าวที่ถูกต้องออก ดังนั้นการเขียนข่าวที่จะทำให้สื่อมวลชนเลือก ลงจะต้องเขียนข่าวให้น่าสนใจ โดยเขียนข่าวตามความต้องการของสื่อมวลชน เช่น สื่อมวลชนบางประเภทต้องการรายละเอียดชื่อบุคคล ก็ต้องนำเสนอให้ วิธีการเขียนข่าวมีเทคนิคการเขียน 2 แบบ คือ Upright Pyramid หรือเขียนข่าวโดยให้ความสำคัญอยู่ด้านบน หรือการเขียนข่าว Inverted Pyramid เขียนข่าวโดยให้ความสำคัญอยู่สุดท้าย ยิ่งกว่านั้นจำเป็นต้องเขียนให้สั้นง่าย การให้ข่าวจำเป็นต้องให้ข่าวสื่อมวลชนเท่าเทียมกัน

ทั้งหมดโดยผ่านทางข่าวแจก การแถลงข่าว เป็นต้น แต่หลังจากนั้น สามารถให้ข่าวเพิ่มเติม ได้ถ้าสื่อมวลชนใดขอมาสัมภาษณ์เป็นพิเศษ (Exclusive Interviewing)

2) จำแนกตามเป้าหมายของกิจกรรม สามารถจำแนกเครื่องมือของ การประชาสัมพันธ์ได้ 10 ประการ คือ การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) ชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) กิจกรรมสาธารณะ (Public Affairs) รัฐบาลสัมพันธ์ (Government Relations) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) การพัฒนาบุคลากร (Human Resource Development) การบริหารข่าวเชิงกลยุทธ์ (Issue Management) การบริหารภาวะวิกฤต (Crisis Management) และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ (Other Public Relation (PR) Tool)

บุญญলেখา มากบุญ และรัชชนก สอนสีดา (2553, หน้า 15-16) ได้กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์มีหลากหลาย สื่อและรูปแบบเป็นเครื่องมือในการชักนำใจ กลุ่มเป้าหมายให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติของ ประชาชนอย่างมาก สื่อประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ 1) สื่อบุคคล (Human Media หรือ Personal Media) เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานต้อนรับ พนักงานขาย เจ้าหน้าที่ ฯลฯ เป็นสื่อพื้นฐานที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และ ความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีมาแต่ดั้งเดิมของมนุษย์ก่อนการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ และเป็น ช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน 2) สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากได้ อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาที่ใกล้เคียงหรือในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ 3) สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมาย หลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือ แผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย นิทรรศการแผ่น ป้ายประกาศ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก

มโนชา จงหมื่นไวย (2553, หน้า 46-47) ได้ให้ความเห็นเรื่องสื่อ ประชาสัมพันธ์ว่าคนส่วนใหญ่จะคิดถึงแต่สื่อสารมวลชนที่เราคุ้นเคย อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณาหรือสื่อภายนอกอาคารสถานที่เท่านั้น แต่หาก ประมวลเป็นหมวดหมู่แล้ว สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมีดังต่อไปนี้ 1) สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา นิตยสาร 2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดประชุมสัมมนา การพบปะกับสื่อมวลชน การจัดให้สื่อมวลชนดูงานหรือเยี่ยมชม

3) สื่อสิ่งพิมพ์พิเศษ ได้แก่ รายงานประจำปี การทำสมุดเล่มเล็ก เอกสารเผยแพร่การ
จัดทำหนังสืออธิบายรายละเอียดของหน่วยงาน การใช้เอกสารเพื่อให้ข้อเท็จจริง แผ่นพับ
วารสารวิชาการ ใบปลิว จดหมายข่าว 4) สื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การจัดการจัดแข่งขัน
การจัดกิจกรรมกีฬาภายใน การจัดงานวันฉลองต่าง ๆ การจัดรายการบันเทิง
การบริการสังคมหรือจัดกิจกรรมสาธารณะ การจัดประชุมสัมมนา การเปิดโอกาสให้เยี่ยม
ชมหน่วยงานการจัดนิทรรศการ การแถลงข่าว 5) สื่อบุคคล ได้แก่ การกล่าวสุนทรพจน์
การแสดงความคิดเห็นในที่ชุมนุม การบอกปากต่อปาก การแต่งตั้งคณะประชาสัมพันธ์

6) สื่อสิ่งของ ได้แก่ เครื่องแบบ เสื้อนักกีฬา เครื่องเขียน สมุดนักเรียน
7) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซีดีรอม (CD-Rom) อีเมล (e-mail) เว็บไซต์ (Website)
อินเทอร์เน็ต (Internet) และโฮมเพจ (Home page) 8) สื่อพื้นบ้าน ได้แก่ สื่อประเพณี และ
สื่อชุมชน 9) ศูนย์กิจกรรม ได้แก่ ศูนย์สาธิต ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ห้องเกียรติยศ ห้อง
พิพิธภัณฑ์ 10) สื่อโสตทัศนอุปกรณ์ ได้แก่ การนำเสนอในรูปแบบของเทปบันทึกเสียงแบบดัดแปลง

(Cassetts) แผ่นบันทึกภาพ (VCD) การทำสารคดีวีดิทัศน์ ภาพนิ่ง(Slide) และภาพถ่าย
นุชจรี มียอด (2554, หน้า 28) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการ
ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่ามีอยู่มากมายหลายประเภท ดังนี้ 1) สื่อบุคคล (Personal
Media) ได้แก่ คำพูด (Spoken Words) ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการ
ประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่มีมนุษย์เราทุกคนมีติดตัวอยู่แล้ว การพูดเป็นสื่อที่ยังจำเป็นและ
ทรงอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์ 2) สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่
วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ภาพยนตร์ 3) สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed
Media) ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง ฟิล์มสตริป จดหมายข่าว ไปสเตอร์และป้าย
ประกาศ การโฆษณา สถาบันหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ และ 4) การจัด
เหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดงและนิทรรศการ
การพบปะและการประชุม การจัดวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ

ปรีชา จันท์เทพ (2554, หน้า 66) ได้กล่าวว่า เครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ส่ง
ข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารมี 4 ช่องทาง ดังนี้ 1) สื่อประเภทการพูด 2) สื่อประเภทสิ่งพิมพ์
3) สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ 4) สื่อประเภทกิจกรรม

ธันว์วัฒน์ อัครพัชรอม (2559, หน้า 61) ได้แบ่งประเภทของสื่อ
ประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อ
หรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ได้แก่ ประชาชน

บุคคลากร ครอบครัว ครู นักเรียน ผู้นำความคิดเห็น ผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น

2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) หมายถึง สื่อที่ใช้การตีพิมพ์เข้าเกี่ยวข้อง และองค์การใช้ เป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จัดเป็นสื่อที่ ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น 3) สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Media) หมายถึง สื่อที่มนุษย์ใช้ติดต่อสื่อสารกันด้วยภาพและ เสียง โดยใช้กระบวนการทางเทคนิคผ่านสื่อที่อาศัยคลื่นไฟฟ้าเป็นตัวนำพาให้เกิดภาพหรือ เสียงโดยไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในระยะไกล ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น 4) สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่ถูก ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง และเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ จดหมายข่าว ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จุลสาร คู่มือ การจัดนิทรรศการ สื่อพื้นบ้านเป็น ต้น 5) สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อที่พัฒนามาจากสื่อเดิมที่มีอยู่โดยการบูรณาการสื่อเก่า และสื่อใหม่ และอาศัยความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไป อาจจะทำอยู่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยก็ได้

ศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ต้นสุวรรณนท์ (2558, หน้า 187) ได้กล่าว ว่า สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ถือเป็น ตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจ จำแนกได้หลายประเภทหลายลักษณะแต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ ประโยชน์ใน ปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ต้องครอบคลุมทั้งสื่อ ดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ทั้งการแถลงข่าว การประชาสัมพันธ์ในรูปของการจัดงาน (Event) ข่าวแจก (Press Release) การสัมภาษณ์ (Interview) สื่อสิ่งพิมพ์ (Publication) วิดิทัศน์ และ ภาพยนตร์ (Video & Film) การระดมทุน การประชุม (Meeting) ซึ่งเป็นการพบปะพูดคุย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น เป็นวิธีการสื่อสารแบบง่าย ๆ และสื่อเว็บไซต์ (Website)

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 54-55) ได้แบ่งสื่อออกเป็น 12 ประเภท คือ

- 1) หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสืออ้างอิง
- 2) สื่อโสตทัศน์ เช่น ภาพยนตร์ สไลด์ และ วิดีโอ
- 3) วิทยุกระจายเสียง
- 4) โทรทัศน์
- 5) นิทรรศการ
- 6) แผ่นพับ (Literature) ซึ่งหมายถึง แผ่นพับ เอกสารเย็บเล่มเป็นคู่มือในการให้ความรู้ความเข้าใจต่าง ๆ
- 7) หนังสือเล่มต่าง ๆ
- 8) การส่งจดหมายโดยตรง
- 9) สื่อคำพูดหรือสื่อบุคคล
- 10) การให้ความอุปถัมภ์

11) วารสารหน่วยงาน จุลสาร และ 12) หนังสือประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ

สรุป ลักษณะของสื่อที่หลากหลายและทันสมัย หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน สามารถแบ่งประเภทได้ ดังนี้ 1) สื่อบุคคล (Personal Media) 2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) 3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Media) 4) สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) 5) สื่อใหม่ (New Media)

2.6.6 ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

บุญญาเลขา มากบุญ และรัชชนก สนวนลีดา (2553, หน้า 11) และณัฐรา รัตตกุล (2555, หน้า 26) ได้กล่าวตรงกันว่าเวลาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ความพยายามในการทำงาน กล่าวคือ ในการวางแผนใด ๆ นั้น ผู้วางแผนจำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอที่จะคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการดำเนินงาน การทำงานใด ๆ โดยไม่มีการวางแผนหรือเตรียมการล่วงหน้าเป็นการทำงานที่ฉาบฉวยแบบขายผ้าเอาหน้ารอด ผลลัพธ์ที่ได้ก็ไม่ดีเท่าที่ควร ในทำนองเดียวกันในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ผู้วางแผนหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ก็ต้องการเวลาในการเตรียมการ ศึกษาหาข้อมูลที่จะใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อเป็นการเตรียมการที่จะป้องกันการกระทำใด ๆ ทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายในอันมีผลกระทบกระเทือนและสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรและหน่วยงาน

ธนันวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 72) ได้ให้ความหมายว่า เวลาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อ คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ซึ่งต้องเสียเวลานาน้อยต่างกัน สื่อบางประเภท เช่น ภาพยนตร์ วารสารประชาสัมพันธ์ ต้องใช้เวลาในการจัดทำมากกว่าสื่อบางประเภท เช่น ป้ายประกาศหรือการพูดชี้แจง โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้านานก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ แต่ถ้าการเผยแพร่จำเป็นต้องทำอย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย อาทิ โครงการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น องค์กรจะมีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้ามาก จึงสามารถเลือกใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำมากได้ เช่น การเปิดให้เข้าชมกิจการและนิทรรศการในโอกาสฉลองครบรอบการดำเนินงานหรือการจัดขบวนแห่นางสงกรานต์ เป็นต้น แต่ในกรณี

ที่มีข่าวและประชาชนกำลังตั้งข้อสงสัยว่าองค์การเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ปล่อยของเสียลงแม่น้ำทำให้เกิดน้ำเสีย การชี้แจงเผยแพร่ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องควรทำรวดเร็วในขณะที่ข่าวนั้นกำลังเป็นที่สนใจของประชาชน จึงควรเลือกใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย เช่น เชิญสื่อมวลชนมาเยี่ยมชมองค์การหรือเขียนจดหมายหรือไปชี้แจงด้วยตนเองกับเจ้าของคอลัมน์หรือรายการที่เผยแพร่ข่าวนี้

สรุป ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ และความต่อเนื่อง ฉับไวในการประชาสัมพันธ์ สื่อบางประเภท เช่น ภาพยนตร์ วารสารประชาสัมพันธ์ ต้องใช้เวลาในการจัดทำมากกว่าสื่อบางประเภท เช่น บ้ายประกาศหรือการพูดชี้แจง โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้านานก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ แต่ถ้การเผยแพร่จำเป็นต้องทำอย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย

2.7 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไว้ดังนี้

กระทรวงศึกษาธิการ (2542, หน้า 24) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2546, หน้า 85) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและงานการจัดการศึกษาของสถานศึกษารวมทั้งความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารจากชุมชน 2) วางแผนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาโดยการประสานความร่วมมือกับชุมชน องค์กร และสื่อมวลชนในท้องถิ่น 3) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ 4) พัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ 5) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานการศึกษาตามแนวทางที่กำหนดในทุกโอกาสอย่างต่อเนื่อง 6) สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ 7) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์

วิจิตร ศรีเดช (2553, หน้า 37) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน 2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน

มโนชา จงหมื่นไวย (2553, หน้า 34) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การจัดระบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร 2) การจัดเสียงตามสาย 3) การจัดทำข้อมูล 4) การรวบรวมภาพกิจกรรม 5) การผลิตสื่อต่าง ๆ 6) การส่งภาพข่าวกิจกรรม บทความทางวิชาการ และ 7) การจัดทำแผ่นพับวารสารของโรงเรียนเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

สิปปาปารี มงคลศรี (2553, หน้า 17) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) การเขียนและการบริหารแผนการประชาสัมพันธ์ 2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ 3) การผลิตสิ่งพิมพ์และการเผยแพร่ข่าวสาร 4) การสื่อสารองค์กร 5) การลือบบปี/การสร้างความสัมพันธ์สื่อ กับชุมชน 6) การบริหารภาวะวิกฤติ 7) การวิจัยและวิเคราะห์ 8) กลุ่มชนเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ และ 9) การลงมือปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์

อนนรรดา จิตต์จำนงค์ (2553, หน้า 40) ได้กล่าวว่าขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการคัดเลือกบุคลากร 3) ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน 4) ด้านการประสานงาน 5) ด้านวิธีการประชาสัมพันธ์ และ 6) ด้านการประเมินผลงาน

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 44) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามี 3 ด้าน 1) การศึกษาความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน 2) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน และ 4) การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 66) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การรวบรวมข่าวสาร 2) การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและประสานงานกับชุมชน 3) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษา และ 4) การติดตามและประเมินผล

เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม (2554, หน้า 10) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร 2) การสร้างความรู้สึกรักและทัศนคติที่ดีต่อองค์กร 3) การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างประสามติ และ 4) กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสาธารณะ

สุภาพร ทั่นลี (2555, หน้า 32) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของ
 การประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและ
 ความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน 2) การจัดเครือข่ายประสานงาน
 ประชาสัมพันธ์ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน 4) การติดตาม
 ประเมินผลการประชาสัมพันธ์

จากทัศนะของนักวิชาการ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขอบข่ายของงาน
 ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาดังตาราง 2

ตาราง 2 การสังเคราะห์ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

ที่	ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ ของสถานศึกษา	กระทรวงศึกษาธิการ (2542)	สพฐ. (2546)	วิทยุ ศรีเศข (2553)	มโนชา จงหมื่นไวย (2553)	ลีปาปารี มงคลศรี (2553)	อนนวรา จิตต์จำนงค์ (2553)	ทองมี สามารดี (2554)	ปรีชา จันทร์เทพ (2554)	เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม (2554)	สุภาพร ทั่นลี (2555)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
1.	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			√								5	50	√
	- การจัดระบบการติดต่อสื่อสารภายในและ ภายนอกองค์กร				√									
	- การสื่อสารองค์กร					√								
	- การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์ การติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษา								√					
	- ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานการศึกษา ตาม แนวทางที่กำหนดในทุกโอกาสอย่างต่อเนื่อง	√												
2.	การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน ต่อสาธารณชน											9	90	√
	- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน ต่อสาธารณชน	√		√				√			√			
	- การผลิตสิ่งพิมพ์และการเผยแพร่ข่าวสาร					√								
	- การเผยแพร่ข่าวสาร									√				
	- การผลิตสื่อต่าง ๆ				√									
	- การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ ข่าวสารและประสานงานกับชุมชน								√					
	- การจัดทำแผนพับ วารสารของโรงเรียนเพื่อ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์				√									
3.	การจัดเลี้ยงตามสาย				√							1	10	

ตาราง 2 (ต่อ)

ที่	ขอขบข่างานประชาสัมพันธ์ ของสถานศึกษา	กระทรวงศึกษาธิการ (2542)												
		สพฐ. (2546)	วิฑูรย์ ศิริเดช (2553)	มโนชญา จงพรมโนโย (2553)	ลีปาปารี มงคลศรี (2553)	ออรนตรา วัฒนจำนงค์ (2553)	ทองมี สยามารถ (2554)	ปรีชา จันทร์เทพ (2554)	เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม (2554)	สุภาพร พันสี (2555)	ความดี	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา	
20.	การสร้างความรู้สึกร่วมกันและทัศนคติที่ดีต่อองค์กร									√		1	10	
21.	การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างประชาชาติ									√		2	20	
	- สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์	√												
22.	พัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	√										1	10	
รวม		2	7	2	7	9	6	4	4	4	4			

จากตาราง 2 การสังเคราะห์ขอขบข่างานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ผู้วิจัยได้รวมขอขบข่างานที่มีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นขอขบข่างานเดียวกัน ได้จำนวน 23 ขอขบข่างาน จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ร้อยละ 35 ขึ้นไปในการเลือก ได้ขอขบข่างานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาที่มุ่งศึกษา 5 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 การรวบรวมข่าวสาร ได้รวมขอขบข่างานที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึงซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นขอขบข่างานเดียวกัน ได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเขียนและการบริหารแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านวิธีการประชาสัมพันธ์ และการรวบรวมข่าวสาร โดยใช้ชื่อว่า “การรวบรวมข่าวสาร”

ด้านที่ 2 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน ได้รวมขอขบข่างานที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึงซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นขอขบข่างานเดียวกัน ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสาร และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน โดยใช้ชื่อว่า “การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน”

ด้านที่ 3 งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ได้รวมขอขบข่างานที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึงซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นขอขบข่างานเดียวกัน ได้แก่ ด้านการจัดระบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ด้านการสื่อสาร

องค์การ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษา และดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานการศึกษา ตามแนวทางที่กำหนดในทุกโอกาสอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ชื่อว่า “งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน”

ด้านที่ 4 การติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์ ได้รวมขอบข่ายที่นักวิชาการ และนักวิจัยได้กล่าวถึงซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นขอบข่ายเดียวกัน ได้แก่ ด้านการประเมินผลงาน การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ และการติดตามและประเมินผล โดยใช้ชื่อว่า “การติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์”

ด้านที่ 5 จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ ได้รวมขอบข่ายที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึงซึ่งมีความหมายสอดคล้องกันเข้าเป็นขอบข่ายเดียวกัน ได้แก่ การจัดเครือข่ายประสานงานประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ชื่อว่า “การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์”

เนื่องจากการติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์มีความหมายเกี่ยวข้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ในขั้นการประเมินผล ดังนั้นผู้วิจัยจึง สรุปว่า ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา หมายถึง ภารกิจที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมายประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การรวบรวมข่าวสาร 2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน 3) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน และ 4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยขออธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาแต่ละขอบข่าย ดังนี้

2.7.1 การรวบรวมข่าวสาร

นักวิชาการได้กล่าวถึงการวางแผน ไว้ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2552, หน้า 10) ได้ให้ความหมายว่า การรวบรวมข่าวสาร หมายถึง การรวบรวมข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียน นักศึกษาทราบ เป็นการแจ้งให้นักเรียนนักศึกษาทราบและเข้าใจในระเบียบ เหตุผล เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติและเป็นการรายงานให้ทุกคนได้รับทราบถึงข่าวสาร การดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา ตลอดจนการสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวปฏิบัติ ระเบียบกฎเกณฑ์ของสถานศึกษาให้ทุกคนทราบ

มโนชา จงหมื่นไวย (2553, หน้า 33) ได้ให้ความหมายว่า การรวบรวมข่าวสาร หมายถึง การจัดหาข้อมูล รวบรวม และนำเสนอในรูปแบบข่าว ภาพข่าว บทความ สารคดีทางการประชาสัมพันธ์

ณัฐเมธินทร์ พุทธิสละ (2554, หน้า 27) ได้ให้ความหมายว่า การรวบรวมข่าวสาร หมายถึง ข้อคิดระเบียบของสถานศึกษาแจ้งให้นักเรียนทราบ งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเทศบาลสามัคคีวิทยา ในส่วนนี้มีการ สร้างความเข้าใจ ให้แจ้งข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบให้นักเรียนทราบและเข้าใจตลอดจนให้ความร่วมมือและ ปฏิบัติตามระเบียบของโรงเรียน

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 66) ได้ให้ความหมายว่า การรวบรวม ข่าวสาร หมายถึง ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษาแจ้งให้นักเรียนนักศึกษาทราบ เป็นการ ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนว ปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

สรุป การรวบรวมข่าวสาร หมายถึง การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของ สถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปใน แนวทางเดียวกัน

แนวปฏิบัติในการรวบรวมข่าวสาร นักวิชาการได้กล่าวถึงแนวปฏิบัติในการ รวบรวมข่าวสาร ไว้ดังนี้

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 72) ได้ให้ความหมายว่า แนวปฏิบัติในการ รวบรวมข่าวสาร มีดังนี้

1. เทคนิคการรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) สอบถามจาก ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น ครูที่เกษียณอายุ ผู้ปกครอง ประชาชนในชุมชน เจ้าอาวาส ฯลฯ 2) รวบรวมข้อมูลเอกสาร เช่น ข่าวตัด (Clipping) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน และการศึกษา 3) การคาดเหตุการณ์ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของนัก ประชาสัมพันธ์โรงเรียน และนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ จากตำราการประชาสัมพันธ์ 4) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธีการใช้แบบสอบถาม สัมภาษณ์บุคคล ปฏิบัติการของประชาชนและกลุ่มเป้าหมาย สัมภาษณ์ความนิยม และสำรวจประชามติ

2. หลักในการศึกษาข้อมูลทั้งจากภายในและภายนอกโรงเรียนควรทำ ดังนี้ 1) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรเฝ้าดูความเป็นไปในโรงเรียนในหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ในลักษณะ "Radar Scanning" คือ คอยเฝ้าดูตลอดเวลา เพื่อประโยชน์ในการเตรียมการแก้ปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้ทันที่ 2) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องสามารถตัดสินใจให้ได้ว่าจะหาข้อมูลด้วยวิธีไหนจึงเหมาะสม 3) รวบรวมข้อมูลเก็บเข้าคอมพิวเตอร์ และเรียกข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต 4) วิเคราะห์ข้อมูลในแง่ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้กับโรงเรียนได้โดยตรง 5) นำข้อมูลนั้นไปไว้ในหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียน 6) ข้อมูลควรเก็บอย่างมีระบบ เพื่อความรวดเร็วเมื่อต้องการใช้ 7) นำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริง

3. แฟ้มข้อมูลชั้นพื้นฐานที่จำเป็น ประกอบด้วย 1) ตัวเลขที่เกี่ยวกับสถิติทุกชนิดของโรงเรียน เช่น จำนวนนักเรียนชาย - หญิง ของแต่ละห้องเรียน แต่ละระดับ ฯลฯ 2) กฎระเบียบต่าง ๆ ของโรงเรียนซึ่งมีอยู่ในคู่มือนักเรียน 3) สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ที่โรงเรียนได้ทำขึ้น 4) ภาพถ่าย เช่น อาคารเรียน ห้องสมุด กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนนักกีฬาของโรงเรียน วงดุริยางค์ ฯลฯ บุคลากรที่อ่านหนังสือไม่ได้ก็สามารถมองภาพแล้วเข้าใจได้ 5) ประวัติและภาพของผู้บริหารโรงเรียนหรืออาจารย์ที่เกษียณอายุไปแล้ว 6) ข่าวตัด รายงานการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงเรียนจากสื่อมวลชน 7) หนังสืออ้างอิงที่จะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ 8) เกณฑ์มาตรฐานของโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ 9) แฟ้มโทรศัพท์ที่เป็นปัจจุบันของนักเรียน ระบุ โทรศัพท์ที่บ้าน โทรศัพท์ที่ทำงานของบิดามารดา 10) แฟ้มโทรศัพท์ที่เป็นปัจจุบันของบุคลากรภายในโรงเรียน TERSITY ระบุโทรศัพท์ที่บ้าน โทรศัพท์ที่ทำงานของสามีและภรรยา 11) รายชื่อผู้อุปการะโรงเรียน พร้อมหมายเลขโรงเรียน 12) รายชื่อหน่วยราชการและข้าราชการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับโรงเรียน พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ 13) รายชื่อบุคคลในวงการศึกษา สื่อนามวลชน และโทรศัพท์ เช่น วิทยุโทรทัศน์ บรรณาธิการ และนักข่าวของหนังสือพิมพ์ และวารสาร บุคคลที่มีชื่อเสียงทางการศึกษาการเมือง การกีฬา การบันเทิง ทั้งดาราภาพยนตร์ ดาราทีวี นักร้อง โดยเฉพาะบุคคลที่มีชื่อเสียง ที่เป็นศิษย์เก่าของโรงเรียน

พญารัตน์ ประภัสสร (2557, หน้า 59) ได้ให้ความหมายว่า แนวปฏิบัติในการรวบรวมข่าวสาร เป็นงานที่เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับประชาชน นั่นเทคนิคในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลสามารถกระทำได้ 2 วิธีดังนี้ คือ

1. การสำรวจข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการเป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารหรือบุคคลที่พอจะหาได้ด้วยเวลาเหมาะสมรวดเร็วและประหยัดงบประมาณแต่ข้อมูลที่ได้ขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ของผู้ทำการสำรวจเป็นเรื่องสำคัญถ้าผู้สำรวจมีความรู้และความเข้าใจข้อมูลก็มักจะถูกต้องมีคุณภาพ แต่ถ้าผู้สำรวจมีความรู้ความเข้าใจน้อยมีความลำเอียง มีการตัดสินใจผิดข้อมูลนั้นอาจไม่ดีเท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ตามวิธีนี้ก็เป็นที่นิยมใช้กันมากในกลุ่มนักประชาสัมพันธ์ซึ่งอาจแบ่งเป็นหลายวิธีการดังนี้

1) การศึกษาข้อมูลจากภายในองค์การและภายนอก 2) การรับฟังคำติชมอาจได้จะข้อมูลจากจดหมายโทรศัพท์หรือจากบุคคลที่ปฏิบัติงานหรือมารับบริการโดยตรง 3) การรวบรวมความคิดเห็น ของสื่อมวลชนทุกประเภท เช่น การตัดข่าวการรายงานข่าวในสื่อต่าง ๆ เป็นต้น 4) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยการจัดการสัมมนาเพื่ออภิปรายหรืออาจสนทนากับผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องที่เป็นปัญหาหรือพูดคุยเป็นส่วนตัวกับกลุ่มเป้าหมาย

2. การสำรวจข้อมูลอย่างเป็นทางการเป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและบุคคลต่าง ๆ ที่มีการดำเนินงานอย่างรอบคอบมีการวางแผนและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและที่สำคัญคือการใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์หรือการวิจัยมาช่วยในการเก็บข้อมูล

สรุปได้ว่า แนวปฏิบัติในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษานั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าหากโรงเรียนขาดการรวบรวมข้อมูลข่าวสารจะทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่เกิดประสิทธิภาพและไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การรวบรวมข้อมูลข่าวสารเป็นการ สอบถามข้อมูล การสำรวจทัศนคติและการสำรวจความนิยม จากบุคลากรภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน พร้อมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เป็นระบบเพื่อส่งต่อไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาต่อไป

2.7.2 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน
นักวิชาการได้กล่าวถึงการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ไว้ดังนี้

กระทรวงศึกษาธิการ (2545, หน้า 25-26) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชนมีขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ ดังนี้

1) ประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและผลงานของโรงเรียนให้

ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักเรียน ครู บุคลากรทางการศึกษาและประชาชน วิเคราะห์สรุปประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผลงานและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับ 2) ผลิตข้อมูล ข่าวสาร บทความ และรายการวิทยุโทรทัศน์ตามความเหมาะสม 3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม 4) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 67) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชนเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร ระเบียบ ข้อบังคับ คำแนะนำ คำชี้แจง ประกาศให้ครูในสถานศึกษาทราบ คือ การดำเนินงานแจ้งสิ่งที่ต้องการให้บุคลากรทราบเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจอันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานและช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคคลและหน่วยงาน

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 49) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชนเป็นการประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตข้อมูลข่าวสารโดยใช้จดหมายข่าว แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ รายการเสียงตามสาย บ้ายนิเทศ ปฏิทินดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์

ณัฐเมธินทร พุทธิสละ (2554, หน้า 25) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงานสถานศึกษาเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหารเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 32) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง คำแนะนำ คำชี้แจง ประกาศให้ครูในสถานศึกษาทราบเป็นการดำเนินประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนที่จะชี้แจงให้ครู อาจารย์ทราบเรื่องราวดังกล่าว โดยการจัดให้มีการประชุมชี้แจง ติดตามประกาศให้ทราบ เช่น ประกาศเสียงตามสาย ทำแผ่นปลิว เพื่อให้ครูอาจารย์ทราบข่าวสารในสถานศึกษาโดยทั่วถึงกัน

สุภาพร ทันลี (2555, หน้า 37) ได้กล่าวว่าการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชนเป็นการประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตข้อมูลข่าวสารโดยใช้จดหมายข่าว แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ รายการเสียงตามสาย บ้ายนิเทศ ปฏิทินดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์

สรุป การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน หมายถึง งานหนึ่งของการบริหารเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น

ลักษณะการดำเนินงานการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน นักวิชาการได้กล่าวถึงการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ไว้ดังนี้

กระทรวงศึกษาธิการ (2545, หน้า 25-26) ได้กำหนดขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ ดังนี้ 1) ประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและผลงานของโรงเรียนให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักเรียน ครู บุคลากรทางการศึกษาและประชาชน วิเคราะห์สรุปประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผลงานและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับ 2) ผลิตข้อมูล ข่าวสาร บทความ และรายการวิทยุ โทรทัศน์ ตามความเหมาะสม 3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และ 4) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับ นำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป

วัฒนาภรณ์ ผือโย (2553, หน้า 30) และอนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 26) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชนมีว่าขั้นตอน ดังนี้ 1) ประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและ

ผลงานของโรงเรียน ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักเรียน ครู บุคลากรทางการศึกษา และประชาชน วิเคราะห์สรุปประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผลงานและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับ 2) ผลิตข้อมูล ข่าวสาร บทความ และรายการวิทยุโทรทัศน์ ตามความเหมาะสม 3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และ 4) ติดตาม ประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับ นำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป

วิฑูร ศรีเดช (2553, หน้า 37-38) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน มีขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ ดังนี้ 1) ประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและผลงานของโรงเรียน ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักเรียน ครู บุคลากรทางการศึกษาและประชาชน วิเคราะห์สรุปประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผลงานและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับ 2) ผลิตข้อมูล ข่าวสาร บทความ และรายการวิทยุโทรทัศน์ ตามความเหมาะสม 3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่างๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และ 4) ติดตาม ประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับ นำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 32) ได้กล่าววาทวิธีประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ดังนี้ 1) จัดให้มีเจ้าหน้าที่เดินหนังสือแจ้งให้ครูทุกคนรับทราบเรื่องต่าง ๆ จากฝ่ายบริหาร 2) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ติดต่อสอบถามรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในส่วนที่เป็นสายวิชาหรือหมวดวิชาจัดให้เป็นศูนย์กลางติดต่อสื่อสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสายวิชาหรือหมวดวิชาที่รับผิดชอบประชาสัมพันธ์ให้กับครู-อาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 3) จัดให้มีเครื่องขยายเสียงและตอลำโพงไปยังห้องต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวต่าง ๆ ให้ครูอาจารย์ได้ทราบทั่วถึงกัน โดยให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์รับผิดชอบ 4) ติดตั้งโทรศัพท์ภายในไปตามสำนักงานของสายวิชาหรือหมวดวิชาหรือหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างานต่าง ๆ 5) จัดทำแผนประกาศไวกว้างๆ กับโต๊ะลงชื่อของครู-อาจารย์เพื่อให้ได้รับทราบเวลามาลงชื่อทำงาน 6) จัดทำเป็นคำสั่งแจกสำหรับทุกคนที่มีรายชื่อในคำสั่งหรือจะส่งไปตามหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างาน เพื่อแจ้งให้ครู-อาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 7) จัดหาหนังสือพิมพ์เป็นรายเดือนหรือรายภาคเรียน

8) จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ออกเผยแพร่ และ 9) จัดทำป้ายประกาศไว้ตามอาคารเรียนต่าง ๆ หรือตามสถานที่ที่นักเรียนสวนมากต้องผ่านเป็นประจำ

สรุป ลักษณะการดำเนินงานการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน มีขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ ดังนี้ 1) ประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและผลงานของโรงเรียนให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักเรียน ครู บุคลากรทางการศึกษาและประชาชน วิเคราะห์สรุปประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผลงานและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับ 2) ผลิตข้อมูลข่าวสาร บทความ และรายการวิทยุโทรทัศน์ ตามความเหมาะสม 3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และ 4) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับและนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป

2.7.3 งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน

นักวิชาการได้กล่าวถึงงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนไว้ดังนี้

เนตรนภา แพงอก (2553, หน้า 36) และอนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 15) กล่าวตรงกันเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนว่า ก่อนที่โรงเรียนจะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียนควรดำเนินการด้วยความรอบคอบ สิ่งที่จะนำไปประชาสัมพันธ์นั้นบุคคลภายในโรงเรียนซึ่งประกอบด้วย ครู อาจารย์นักการภารโรง นักเรียน และผู้ปกครองมีความเข้าใจโรงเรียนดีพอหรือยัง ความมั่นคงภายในโรงเรียนเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ ค่านิยม ให้เกิดขึ้นในหมู่นักเรียน หากบุคคลภายในโรงเรียนมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของโรงเรียนด้วยความสัมพันธ์อันดีเพียงพอ บุคคลดังกล่าวก็จะคอยให้ความช่วยเหลือร่วมมือกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ในทุกโอกาสและทุกคนก็จะถือว่าเขาคือนักประชาสัมพันธ์ด้วยเหมือนกัน การจัดการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนจึงเป็นสิ่งที่ควรกระทำก่อน

วิฑูร ศรีเดช (2553, หน้า 37) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ไว้ดังนี้ 1) งานประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ คณะครู นักเรียน และพนักงานขับรถ

2) งานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน หมายถึง การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคล ภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 69) ได้กล่าวว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายใน - ภายนอกสถานศึกษา จะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้อาจจะดำเนินการโดยเป็นหนังสือ คำสั่ง ประกาศ หนังสือเวียนประชุม การชี้แจงเป็นรายบุคคลเพื่อสร้างความเข้าใจที่เป็นแนวเดียวกัน เป็นการแก้ไขปัญหาและความไม่เข้าใจกัน และยังเป็นการประสานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชนได้เป็นอย่างดี

ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 37) ได้กล่าวว่างานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนหมายถึง การที่ทางโรงเรียนมีการพบปะสื่อสารต่อกันทั้งกับบุคคลในโรงเรียนและกับประชาชนภายนอกโรงเรียนเพื่อการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน สื่อสารข้อมูลข่าวสารซึ่งกัน เพื่อเกิดการรับทราบข้อมูลของโรงเรียน

สรุป งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน หมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา รวมถึงการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก

ลักษณะการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน นักวิชาการ ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ดังนี้

เนตรนภา แพงอก (2553, หน้า 36-37); ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 68); อนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 15-16) และปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 37) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับการกำหนดขั้นตอนงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก ไว้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน คือ 1) จัดให้มีเจ้าหน้าที่เดินหนังสือเพื่อแจ้งให้ครูทราบเรื่องต่าง ๆ จากฝ่ายบริหาร 2) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ติดต่อสอบถามรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในส่วนที่เป็นสายวิชาหรือหมวดวิชา จัดให้เป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารในส่วนที่เกี่ยวกับสายวิชาหรือหมวดวิชา ที่รับผิดชอบประชาสัมพันธ์ให้กับครูอาจารย์ที่เกี่ยวข้องของทราบ 3) จัดให้มีเครื่องขยายเสียงและต่อลำโพงไปยังห้องต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้ได้ทราบทั่วถึงกัน ติดตั้งโทรศัพท์ภายในไปตามสำนักงานของสายวิชา หรือหมวดวิชาหรือหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างานต่าง ๆ 4) จัดทำแผนประกาศไวกอไกล ๆ กับโต๊ะลงชื่อของครูอาจารย์ เพื่อให้ได้ทราบเวลามาลงชื่อทำงาน 5) จัดทำเป็นคำสั่งแจกสำหรับทุกคนที่มีรายชื่อในคำสั่งหรือจะส่งไปตามหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างาน เพื่อแจ้งให้ครูอาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 6) จัดทำหนังสือพิมพ์เป็นรายเดือนหรือรายภาค 7) จัดทำเอกสารพิมพ์ออกเผยแพร่ 8) จัดทำกิจกรรมพบปะสังสรรค์ประจำเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน 9) จัดเชิญวิทยากรมาบรรยายเรื่องที่น่าสนใจ 10) จัดให้มีการประชุมเป็นประจำทั้งในระดับสายวิชา และในระดับโรงเรียนเมื่อสิ้นภาคเรียนควรมีการจัดสัมมนาในระหว่างครูอาจารย์เป็นประจำ 11) จัดให้มีการประชุมนักเรียนอยู่เสมอ เพื่อชี้แจงเสนอแนะ ผกอบรมให้ประพฤติในสิ่งที่ตั้งถามและแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้นักเรียนทราบ 12) จัดทำป้ายประกาศไวกอตามอาคารเรียนต่าง ๆ หรือตามสถานที่ที่นักเรียนส่วนมากต้องผ่านเป็นประจำ 13) จัดกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน โดยให้ครูได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับนักเรียนในฐานะที่ปรึกษา และควบคุมดูแลกิจกรรมนั้น 14) จัดให้มีตู้สำหรับแจ้งเรื่องราวต่าง ๆ และรับความคิดเห็นจากนักเรียน และ 15) จัดให้มีชั่วโมงโฮมรูม

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน คือ 1) ส่งเสริมให้ครูและผู้ปกครองได้ติดต่อสัมพันธ์กัน เพื่อทราบพฤติกรรมของเด็กและร่วมมือกับครูในการอบรมเด็ก 2) จัดตั้งคณะกรรมการประชาชน เพื่อให้เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียน 3) จัดตั้งสมาคมผู้ปกครองและครู 4) สํารวจประชามติและความคิดเห็นของบุคคลภายนอกโรงเรียน 5) แก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่โรงเรียน เพื่อให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ดี 6) นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นตัวแทนของโรงเรียน ในกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชนในท้องถิ่นและกิจกรรมนอกโรงเรียน 7) สิ่งที่โรงเรียนควรเผยแพร่ประชาชนความเจริญก้าวหน้าของนักเรียนทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม 8) สวัสดิการที่โรงเรียนจัดให้แก่ นักเรียน เช่น ทุนการศึกษา

9) การรักษาระเบียบวินัยของโรงเรียน เช่น ระเบียบการแต่งกาย 10) รายงานความก้าวหน้าของโรงเรียน เช่น การเพิ่ม-ลดของจำนวนนักเรียน 11) การบริหารงานภายในโรงเรียน สายการบังคับบัญชา และ 12) กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้น เพื่อความสัมพันธ์ทั้งภายในภายนอกและกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคม การประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก อาศัยหลักการบอกข่าวชี้แจงเผยแพร่ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด และการสำรวจประชามติ การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์อันดี

วิฑูร ศรีเดช (2553, หน้า 37-38) ได้กำหนดขั้นตอนงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก ไว้ดังนี้

ขั้นตอนและแนวการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน มีดังนี้

1) จัดให้มีการประสานงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน 2) จัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนเพื่อประสานงานในการเก็บข้อมูล และผลงานการประชาสัมพันธ์ 3) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของกลุ่มงานในโรงเรียนให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน 4) สร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของครู นักเรียน ผู้ปกครอง และบุคคลที่เกี่ยวข้อง 5) จัดตั้งศูนย์ Hotline สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างโรงเรียนและบุคคลทั่วไป และ 6) ตรวจสอบ ประเมินผล การประสานงานประชาสัมพันธ์ และปรับปรุงรูปแบบการประสานงานเป็นระยะ ๆ

ขั้นตอนและแนวการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน มีดังนี้

1) สำรวจข้อมูลเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ทั้งสื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน กลุ่มบุคคล วิทยุชุมชน วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เคเบิลทีวี หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารและผู้ผลิตสื่ออื่น ๆ 2) จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักประชาสัมพันธ์และสถานศึกษาใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารและส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ 3) กำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ 4) กำหนดบุคลากรรับผิดชอบ การประสานงาน เครือข่ายประชาสัมพันธ์ 5) สร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และ 6) ตรวจสอบประเมินผลการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์และปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ

สรุป ขั้นตอนงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน 1) จัดให้มีเจ้าหน้าที่เดินหนังสือเพื่อแจ้งให้ครูทราบเรื่องต่าง ๆ จากฝ่ายบริหาร 2) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ติดต่อ-สอบถาม รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในส่วนที่เป็นสายวิชาหรือหมวดวิชา จัดให้เป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารในส่วนที่เกี่ยวกับสายวิชาหรือหมวดวิชา ที่รับผิดชอบประชาสัมพันธ์ให้กับครูอาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 3) จัดให้มีเครื่องขยายเสียงและต่อลำโพงไปยังห้องต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้ได้ทราบทั่วถึงกัน ติดตั้งโทรศัพท์ภายในไปตามสำนักงานของสายวิชา หรือหมวดวิชาหรือหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างานต่าง ๆ 4) จัดทำแผนประกาศไวกอล ๆ กับโต๊ะลงชื่อของครูอาจารย์ เพื่อให้ได้ทราบเวลามาลงชื่อทำงาน 5) จัดทำเป็นคำสั่งแจกสำหรับทุกคนที่มีรายชื่อในคำสั่งหรือจะส่งไปตามหัวหน้าฝ่าย หัวหน้างาน เพื่อแจ้งให้ครูอาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 6) จัดทำหนังสือพิมพ์เป็นรายเดือนหรือรายภาค 7) จัดทำเอกสารพิมพ์ออกเผยแพร่ 8) จัดทำกิจกรรมพบปะสังสรรค์ประจำ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน 9) จัดเชิญวิทยากรมาบรรยายเรื่องที่น่าสนใจ 10) จัดให้มีการประชุมเป็นประจำทั้งในระดับสายวิชา และในระดับโรงเรียนเมื่อสิ้นภาคเรียนควรมีการจัดสัมมนาในระหว่างครูอาจารย์เป็นประจำ 11) จัดให้มีการประชุมนักเรียนอยู่เสมอ เพื่อชี้แจงเสนอแนะ ผกอบรมให้ประพฤติในสิ่งที่ดีงามและแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้นักเรียนทราบ 12) จัดทำป้ายประกาศไวกอลตามอาคารเรียนต่าง ๆ หรือตามสถานที่ที่นักเรียนส่วนมากต้องผ่านเป็นประจำ 13) จัดกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน โดยให้ครูได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับนักเรียนในฐานะที่ปรึกษา และควบคุมดูแลกิจกรรมนั้น 14) จัดให้มีตู้สำหรับแจ้งเรื่องราวต่าง ๆ และรับความคิดเห็นจากนักเรียน 15) จัดให้มีชั่วโมงโฮมรูม

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน 1) ส่งเสริมให้ครูและผู้บริหาร ได้ติดต่อสัมพันธ์กัน เพื่อทราบพฤติกรรมของเด็กและร่วมมือกับครูในการอบรมเด็ก 2) จัดตั้งคณะกรรมการประชาชน เพื่อให้เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียน 3) จัดตั้งสมาคมผู้ปกครองและครู 4) สำนวณประชามติและความคิดเห็นของบุคคลภายนอกโรงเรียน 5) แก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่โรงเรียน เพื่อให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ดี 6) นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นตัวแทนของโรงเรียน ในกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชน ในท้องถิ่นและกิจกรรมนอกโรงเรียน 7) สิ่งที่โรงเรียนควรเผยแพร่ประชาชนความเจริญก้าวหน้าของนักเรียนทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม 8) สวัสดิการที่โรงเรียน

จัดให้แก่นักเรียน เช่น ทุนการศึกษา 9) การรักษาระเบียบวินัยของโรงเรียน เช่น ระเบียบ การแต่งกาย 10) รายงานความก้าวหน้าของโรงเรียน เช่น การเพิ่ม-ลดของจำนวนนักเรียน 11) การบริหารงานภายในโรงเรียน สายการบังคับบัญชา 12) กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัด ขึ้น เพื่อความสัมพันธ์ทั้งภายในภายนอกและกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคม การประชาสัมพันธ์ ภายในและภายนอก อาศัยหลักการบอกข่าวชี้แจงเผยแพร่ การป้องกันและแก้ไข ความเข้าใจผิด และการสำรวจประชามติ การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์อันดี

2.6.4 การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

ณัฐเมธีนทร พุทธิสละ (2554, หน้า 32) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่าย การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นการสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกสถานศึกษาและ การบริการติดต่อต่าง ๆ ของสถานศึกษาเพื่อเป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ร่วมกันและ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงานของสถานศึกษา

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 48-49) ได้กล่าวว่าการสร้างเครือข่าย การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม บุคคลภายในโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียนได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษาโดยการจัดให้มีเครือข่ายประสานงาน ประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ภายใน โรงเรียน การพัฒนาบุคลากรให้สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน การสร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลการประสานงานเครือข่าย การจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรเป็นการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารใน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กร ปกครองสวนทองถิ่น และหน่วยงานภายนอกโดยการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ภายนอกโรงเรียน จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ การกำหนดรูปแบบ การติดต่อประสานงาน การส่งข้อมูลข่าวสาร การกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานกับ เครือข่าย การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์และการประเมินผลการประสานงาน เครือข่าย

สุภาพร ทันลี (2555, หน้า 36-37) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายภายในองค์กร เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษาโดยการจัดให้มีเครือข่ายประสานงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน การพัฒนาบุคลากรให้สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน การสร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลการประสานงานเครือข่าย 2) การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร เป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครอง นักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอกโดยการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสาร การกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานกับเครือข่าย การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลการประสานงานเครือข่าย

อนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 21) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้ 1) เป็นการรวมตัวของบุคคล องค์กร หน่วยงาน เพื่อร่วมคิดร่วมกระทำกิจกรรมอย่างเป็นระบบ โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อให้บังเกิดผลในทางที่ดี 2) การเป็นแนวร่วมเพื่อดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน 3) การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันตกลงที่จะร่วมมือประสานและเชื่อมโยงกัน โดยมีข้อตกลงและมีวัตถุประสงค์เดียวกัน และ 4) การทำงานเป็นระบบของหน่วยงาน หรือบุคคลต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์แบบสองทาง (Two-ways Relationship) โดยมีเป้าหมายเดียวกันและมีการประสานงานกัน

สรุป การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา และการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร เป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม

บุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก

ลักษณะการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ นักวิจัยได้กล่าวถึงการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

กระทรวงศึกษาธิการ (2545, หน้า 24-25); วัฒนาภรณ์ ผือโย (2553, หน้า 29-30); สุภาพร ทันสี (2555, หน้า 36) และอนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 25) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและนอกองค์กร ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายภายในองค์กร ขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ ดังนี้

1) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน 2) จัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนเพื่อประสานงานในการเก็บข้อมูลและผลงานการประชาสัมพันธ์ 3) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในโรงเรียนให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน 4) สร้างกิจกรรมเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ 5) จัดตั้งศูนย์ Hotline สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และ 6) ตรวจสอบ ประเมินผล การประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และปรับปรุงรูปแบบการประสานงานเป็นระยะ

2. การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร ขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ ดังนี้

1) สำรวจข้อมูลเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ทั้งสื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน กลุ่มบุคคล วิทยุชุมชน วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เคเบิลทีวี หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารและผู้ผลิตสื่ออื่น ๆ 2) จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในนักประชาสัมพันธ์และสถานศึกษาใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารและส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ 3) กำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ 4) กำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสาน เครือข่ายประชาสัมพันธ์ 5) สร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และ 6) ตรวจสอบประเมินผลการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์และปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ

ณัฐเมธินทร พุทธิสละ (2554, หน้า 32) ได้เสนอวิธีการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ไว่ดังนี้ 1) จัดให้มีเจ้าหน้าที่เดินหนังสือ เพื่อแจ้งให้ครูทุกคน รับทราบเรื่องต่าง ๆ จากฝ่ายบริหาร 2) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ติดต่อ สอบถามรับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในสวนที่เป็นสายวิชา หรือหมวดวิชา จัดให้เป็นศูนย์กลาง การติดต่อสื่อสาร ในสวนที่เกี่ยวข้องกับสายวิชาหรือหมวดวิชาที่รับผิดชอบประชาสัมพันธ์ ให้กับครูอาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 3) จัดให้มีเครื่องขยายเสียงและต่อลำโพงไปยังห้อง ต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้ได้ทราบทั่วถึงกัน ติดตั้งโทรศัพท์ภายในไปตามสำนักงาน ของสายวิชา หมวดวิชา หรือหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างานต่าง ๆ 4) จัดทำป้ายประกาศไว่ไกล ๆ กับโต๊ะลงชื่อของครูอาจารย์ เพื่อให้ได้ทราบเวลามาลงชื่อทำงาน 5) จัดทำเป็นคำสั่งแจก สำหรับทุกคนที่มีรายชื่อในคำสั่งหรือจะส่งไปตามหัวหน้าฝ่ายหัวหน้างาน เพื่อแจ้งให้ครู อาจารย์ที่เกี่ยวข้องทราบ 6) จัดทำหนังสือพิมพ์เป็นรายเดือน หรือ รายภาค 7) จัดทำ เอกสารพิมพ์ออกเผยแพร่ 8) จัดทำกิจกรรมพบปะสังสรรค์ประจำเพื่อแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นซึ่งกันและกัน 9) จัดเชิญวิทยากรมาบรรยายเรื่องที่น่าสนใจ 10) จัดให้มีการประชุม เป็นประจำทั้งในระดับสายวิชา และในระดับโรงเรียน เมื่อสิ้นภาคเรียนควรมีการจัดสัมมนา ในระหว่างครู อาจารย์เป็นประจำ 11) จัดให้มีการประชุมนักเรียนอยู่เสมอเพื่อชี้แจง เสนอ แนะนำกิจกรรมให้ประพุดติในสิ่งที่ดีงาม และแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้นักเรียนทราบ 12) จัดทำ ป้ายประกาศไว่ตามอาคารเรียนต่าง ๆ หรือตามสถานที่ที่นักเรียนสวนมากต้องผ่านเป็นประจำ และ 13) จัดกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน

สรุป ลักษณะการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและนอก องค์กร ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายภายในองค์กร ขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ

1) จัดให้มีเครือข่าย การประสานงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน 2) จัดทำทะเบียน บุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนเพื่อประสานงานในการเก็บ ข้อมูล และผลงานการประชาสัมพันธ์ 3) พัฒนาคณะกรผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ของกลุ่มงานในโรงเรียนให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน 4) สร้างกิจกรรมเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ 5) จัดตั้งศูนย์ Hotline สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ 6) ตรวจสอบ ประเมินผล การ ประสาน งานเครือข่ายประชาสัมพันธ์และปรับปรุงรูปแบบการประสานงานเป็นระยะ

2. การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร ขั้นตอนและแนวการปฏิบัติ

1) สํารวจข้อมูลเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ทั้งสื่อมวลชนสื่อพื้นบ้าน กลุ่มบุคคล วิทยุชุมชน วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เคเบิลทีวี หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารและผู้ผลิตสื่ออื่น ๆ 2) จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักประชาสัมพันธ์และสถานศึกษาใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารและส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ 3) กำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ 4) กำหนดบุคลากรรับผิดชอบ การประสาน เครือข่ายประชาสัมพันธ์ 5) สร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ 6) ตรวจสอบประเมินผลการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์และปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ

2.8 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

นักวิชาการได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ไว้ดังนี้

ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 27) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพแก่องค์กรมี 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล 2) การวางแผนและการดำเนินโครงการ 3) การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล

ชยารักษ์ บุญยะพุกกะนะ (2555, หน้า 40) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ประชามติ 2) การวิจัย 3) การวางแผน 4) การสื่อสาร และ 5) การวัดโดยการประเมินผลและการรายงานผล

อนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 27) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์โดยทั่ว ๆ ไปว่ามีวิธีดำเนินงาน 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล 2) การวางแผนและโครงการ 3) การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล

กนกวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 43) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูล 2) การวางแผน 3) การดำเนินงาน และ 4) การประเมินผลและรายงานผล

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2556, หน้า 55-56) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาวิจัยหรือการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและรับฟัง 2) การวางแผนและตัดสินใจ 3) การติดต่อสื่อสารถึงประชาชน และ 4) การประเมินผล

เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 30) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูล 2) การวางแผน 3) การปฏิบัติงาน-การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 54) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาหาข้อมูล 2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ 3) การดำเนินงาน และ 4) การประเมินผล

Simon (1958, pp. 109-110) ได้กล่าวว่กระบวนการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ประชาคม หมายถึง ทักษะหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในสังคมที่มีต่อปัญหาหรือประเด็นโต้แย้งในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่มีความสำคัญต่อสังคมโดยส่วนรวมและตัวประชาชนเองก็มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีผลได้ผลเสียอยู่ด้วย 2) การวิจัย หมายถึง กระบวนการค้นคว้าหาความจริงภายในขอบเขตที่กำหนดไว้อย่างมีระบบตามระเบียบวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อประโยชน์ในการอธิบายหรือคาดการณ์ล่วงหน้า 3) การวางแผน หมายถึง การนำเอาเจตคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ค้นคว้ารวบรวมมาได้ มาพิจารณาประกอบการวางแผน กำหนดนโยบายและโครงการขององค์กร 4) การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล 5) การวัดและการประเมินผล หมายถึง การวัดผลว่าการดำเนินงานที่ทำมาตั้งแต่ต้นได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือไม่สำเร็จ ได้ผลมากน้อยเพียงใด

Friederich (1975, pp. 7-14) ได้กล่าวว่กระบวนการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย 2) การกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ 3) การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล

Cutlip & Center (1978, pp. 91-94) ได้กล่าวว่กระบวนการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวิจัยและการรับฟัง (Research-listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ “ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่” เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการบริหารงานประชาสัมพันธ์ 2) การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning-decision-making) เป็นขั้นตอนการวางแผนและการตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือการแก้ปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ 3) การติดต่อสื่อสาร (Communications) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้เครื่องมือเทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร 4) การประเมินผล

(Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่า “งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้น ให้ผลดีมากน้อยเพียงไร”

จากทัศนะของนักวิชาการข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ดังตาราง 3

ตาราง 3 การสังเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

ที่	กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	ปรีชา จันทร์เทพ (2554)	ชยารักษ์ บุญยะพุกกะนะ (2555)	อนันต์ บัณฑิตทาง (2555)	กนกวรรณ ใจชื่น (2556)	นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์ (2556)	เกรียงไกร สุพรรณ (2561)	นิพนธ์ ศูนย์โรตท (2561)	Simon (1958)	Friederich (1975)	Cutlip & Center (1978)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
1.	การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น											10	100	✓
	- การศึกษาข้อมูล			✓	✓		✓	✓						
	- การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น	✓												
	- การวิจัย		✓						✓					
	- การศึกษาวิจัยหรือการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและรับฟัง					✓								
	- การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย									✓				
	- การวิจัยและการรับฟัง										✓			
2.	การวางแผนประชาสัมพันธ์											10	100	✓
	- การวางแผนและการดำเนินโครงการ	✓		✓										
	- การวางแผน		✓		✓		✓		✓					
	- การวางแผนและตัดสินใจ					✓					✓			
	- การวางแผนประชาสัมพันธ์							✓						
	- การกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ									✓				
3.	ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)											10	100	✓
	- การสื่อสาร	✓	✓	✓					✓	✓				
	- การติดต่อสื่อสารถึงประชาชน					✓								
	- การปฏิบัติงานการสื่อสาร						✓							
	- การติดต่อสื่อสาร									✓				
	- การดำเนินงาน				✓			✓						

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผล	ปรีชา จันทร์เทพ (2554)	ชยวรัถย์ บุญยะพุกกะนะ (2555)	อนันต์ ปัตตังทาங (2555)	กนกวรรณ ใจรีน (2556)	นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์ (2556)	เกรียงไกร สุพรรณ (2561)	นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561)	Simon (1958)	Friederich (1975)	Cutlip & Center (1978)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
4.	การประเมินผล											10	100	√
	- การประเมินผล	√		√		√	√	√		√	√			
	- การวัดโดยการประเมินผลและการรายงานผล		√											
	- การประเมินผลและรายงานผล				√									
	- การวัดและการประเมินผล								√					
5.	ประชามติ		√						√			2	20	
	รวม	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4			

จากตาราง 3 การสังเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ผู้วิจัยได้รวมกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นกระบวนการเดียวกันได้จำนวน 5 กระบวนการ จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ร้อยละ 35 ขึ้นไปในการเลือกได้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล 4 ชั้น ดังนี้

ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูล ได้รวมกระบวนการที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นชั้นเดียวกัน ได้แก่ การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น การวิจัย การศึกษาค้นคว้าข้อมูล การศึกษาข้อมูล การศึกษาวิจัยหรือการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและรับฟัง การศึกษาหาข้อมูล การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย และการวิจัยและการรับฟัง โดยใช้ชื่อว่า “การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น”

ชั้นที่ 2 การวางแผน ได้รวมกระบวนการที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นชั้นเดียวกัน ได้แก่ การวางแผนและการดำเนินโครงการ การวางแผน การวางแผนและตัดสินใจ การวางแผนประชาสัมพันธ์ และการกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ โดยใช้ชื่อว่า “การวางแผนประชาสัมพันธ์”

ขั้นที่ 3 การสื่อสาร ได้รวมกระบวนการที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นขั้นเดียวกัน ได้แก่ การติดต่อสื่อสารถึงประชาชน การปฏิบัติงานการสื่อสาร และการติดต่อสื่อสาร โดยใช้ชื่อว่า “การปฏิบัติการ ประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)”

ขั้นที่ 4 การประเมินผล ได้รวมกระบวนการที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นขั้นเดียวกัน ได้แก่ การวัดโดยการประเมินผล และการรายงานผล การประเมินผล การประเมินผลและรายงานผล และการวัดและการประเมินผล โดยใช้ชื่อว่า “การประเมินผล”

สรุปได้ว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล หมายถึง ขั้นตอนการทำงานที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดหมาย ประกอบด้วย 4 ขั้น 1) การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น 2) การวางแผน ประชาสัมพันธ์ 3) ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) และ 4) การประเมินผล

ผู้วิจัยขออธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการแต่ละขั้น ดังนี้

2.8.1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น

นักวิชาการได้กล่าวถึงการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ไว้ดังนี้

จามรี มาลีหวล (2554, หน้า 21) ได้ให้ความหมายว่าการการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นเป็นขั้นตอนการดำเนินงานขั้นแรก เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการวิจัยและรับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประจักษ์ ความคิดเห็น ทศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่อการดำเนินงานหรือนโยบายขององค์กร สรุปแลงานในขั้นนี้ก็คือถามตัวเองว่า “องค์การของเรามีปัญหาอะไรบ้าง”

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 26) ได้กล่าวว่า การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นเป็นการค้นคว้าหาข้อมูลข้อเท็จจริง เพื่อค้นหาทัศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชาชนที่เกี่ยวข้องที่มีต่อองค์กร ในขั้นตอนนี้เหมือนกับเป็นการถามตัวเราว่า “อะไรเป็นปัญหาของเรา”

ศราวุธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 42) ได้กล่าวว่า การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น หมายถึง การค้นหาคำตอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบ ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาโดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยในการหาคำตอบ ซึ่งเป็นวิธีการที่น่าเชื่อถือได้ เพื่อประโยชน์ในการอธิบายหรือคาดการณ์ล่วงหน้า

ธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 102) ได้กล่าวว่า การศึกษาข้อมูล และรับฟังความคิดเห็นเป็นการระบุปัญหาด้วยการแสวงหาและวิเคราะห์ข้อมูล งานขั้นต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นเพื่อระบุปัญหาที่องค์การเผชิญและการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับปัญหาที่องค์การเผชิญอยู่ นอกจากนี้ ข้อมูลส่วนนี้ยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เป็นการประเมินสถานการณ์ขององค์การได้อย่างแม่นยำถูกต้องต่อไป ข้อมูลสำคัญ ๆ ที่นักวิชาการจำเป็นต้องรวบรวม ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสขององค์การในตลาดการแข่งขัน ข้อมูลของปัญหาที่องค์การกำลังเผชิญอยู่

ธันว์วัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่า การศึกษาข้อมูล และรับฟังความคิดเห็นเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการศึกษาหาข้อเท็จจริงข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการวิจัยหรือการรับฟังความคิดเห็น เป็นการตรวจสอบประสามติ ทักษะคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของกลุ่มประชาชนที่องค์การจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัญหาและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของการสำรวจประสามติ การวิจัยนี้ก็เพื่อต้องการทราบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์การ โดยจะต้องคำนึงถึงสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองทั้งในและต่างประเทศซึ่งจะมีผลกระทบต่อประสามติด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น

ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 34) ได้กล่าวว่าการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการค้นหาข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานการณ์ หรือปัญหาที่องค์กรประสบอยู่ โดยอาศัยวิธีการวิจัย การรับฟังความคิดเห็น (Research – listening) การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างสถาบันองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และครอบคลุมถึงการวิจัยในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น นโยบาย การดำเนินงาน สิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยนำผลการวิจัยมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป

สรุป การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น หมายถึง การแสวงหาข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ขอเท็จจริง ด้านต่าง ๆ หรือการรับฟังความคิดเห็น การตรวจสอบ ประชามติ ทศนคติตลอดจนปฏิกริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องของการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผน ดำเนินงานต่อไป

ลักษณะการดำเนินงานการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น นักวิชาการได้ กล่าวถึงการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ไว้ดังนี้

บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สอนสีดา (2553, หน้า 12) ได้กล่าวว่า ลักษณะการดำเนินงานการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นมี 5 ขั้นตอนดังนี้

- 1) การสำรวจความต้องการการประชาสัมพันธ์ 2) การระบุนโยบายและประเด็นปัญหา
- 3) การกำหนดความต้องการข้อมูลและแหล่งข้อมูล 4) การรวบรวมข้อมูลสำหรับ สาธารณชนที่เป็นเป้าหมาย และ 5) การรวบรวมข้อเท็จจริง กลุ่มตัวอย่างสาธารณชน และการติดตามประเด็นปัญหา

ประทีปแสง พลรักษา (2553, หน้า 27-28) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนการค้นหา ข้อมูลว่าเป็นขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การแสวงหาข้อมูลเป็นการ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์การและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่จะ เป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์ การแสวงหาข้อมูลยังรวมถึงการทำงานวิจัยเพื่อให้ได้ ข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ ที่ยังขาดอยู่มาประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ และการ ดำเนินงานต่อ ๆ ไป ข้อมูลที่จำเป็นต่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับวิชาชีพและวงการ ประชาสัมพันธ์ อาจจะเป็นข้อมูลเอกสาร หรือข้อมูลตามบุคคลที่ได้จากการประชุมสัมมนา และพูดคุยทั่วไปข้อมูลเหล่านี้ ได้แก่ 1.1) ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการหรือแนวทฤษฎีของการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะพบได้จากบทความวิชาการ หนังสือตำรา และรายงานทางวิชาการ เป็นต้น 1.2) ข้อมูลเกี่ยวกับการนำหลักทฤษฎี ไปมาประยุกต์ กับการปฏิบัติงานจริงใน สังคมไทย ซึ่งอาจค้นหาได้จากรายงานการวิจัยประเภทกรณีศึกษา การประชุมทาง วิชาการสัมมนา เป็นต้น

2) ข้อมูลทั่วไป คือ ข้อมูลและขอเท็จจริงเกี่ยวกับประชาชนและท้องถิ่นใน
แ่งมุมต่าง ๆ จึงน่าจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการสื่อสาร
ทัศนคติทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนวัฒนธรรม ปัญหาอุปนิสัยทาง
ธรรมชาติทั้งหลายความต้องการทางด้านสาธารณสุขของชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น

3) ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ เป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ จะต้องทำ
การติดตามรวบรวมข้อมูลมาจัดเก็บไว้ให้เป็นระบบ แหล่งข้อมูลประเภทนี้ได้มาจาก
เอกสารในองค์การ เช่น รายงานการประชุม เอกสารประกอบการประชุม ระเบียบหรือ
ข้อบังคับ วารสารภายในหนังสือเวียน แผนภูมิ หรือจากตัวบุคคล เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้ได้
แก่ 3.1) ข้อมูลที่เกี่ยวกับการจัดองค์การ โครงสร้างการบริหารบุคคลดีเด่นระดับต่าง ๆ
3.2) ข้อมูลที่เกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดกิจการต่าง ๆ ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร
เพราะเหตุใด 3.3) ข้อมูลที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในองค์การ เป้าหมายตั้งไว้เป็น
อย่างไร และบริการใหม่ ๆ คืออะไร จึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องจัดระบบ
ติดตามให้ทั่วถึงและทันสมัยต่อเวลา 3.4) ข้อมูลเกี่ยวกับภาพพจน์ขององค์การ อาจจำแนก
เป็นภาพพจน์ในสายตาประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไป 3.5) ข้อมูลเกี่ยวกับ
องค์การทุกแห่งทุกมุม ซึ่งเผยแพร่โดยสื่อมวลชนต่าง ๆ 3.6) ข้อมูลทุกอย่างที่ เกี่ยวข้องกับ
งานประชาสัมพันธ์ที่กำลังทำอยู่ตั้งแต่ระบบบริหาร ศักยภาพบุคลากร กิจกรรมที่ทำไปแล้ว
พร้อมทั้งผลการประเมินกิจกรรมที่ทำเป็นประจำ กิจกรรมที่มีแผนที่จะทำรายงานการวิจัย
ประชาสัมพันธ์ที่เคยทำ

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 44) ได้กล่าวว่าลักษณะการดำเนินงาน
การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น มีดังนี้ 1) จัดให้มีการวิเคราะห์และติดตามข่าวทาง
สังคมและสภาพแวดล้อมทางการศึกษา 2) มีการรวบรวมภาพข่าวและกิจกรรมของ
โรงเรียนเป็นประจำ 3) จัดให้มีกล่องหรือตู้รับฟังความคิดเห็นจากครูอาจารย์ นักเรียน และ
ประชาชนไว้ในที่ที่เหมาะสม 4) จัดให้มีการพบปะสังสรรค์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
ระหว่างครู อาจารย์ และผู้ปกครอง 5) จัดให้มีโครงการออกเยี่ยมบ้านผู้ปกครองนักเรียน
6) จัดให้มีการรวบรวมข่าวจากสื่อมวลชนที่เกี่ยวกับโรงเรียน และ 7) จัดทำแบบสำรวจ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการศึกษาไปยังผู้ปกครองนักเรียน

สรุป ลักษณะการดำเนินงานการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น หมายถึง
การแสวงหาหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์การและสาธารณชนที่เกี่ยวข้องของ
รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำงานวิจัยเพื่อให้

ได้ข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ ที่ยังขาดอยู่มาประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานต่อ ๆ ไป ประเภทข้อมูลที่จำเป็นต่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพ 2) ข้อมูลทั่วไป และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ

2.8.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์

นักวิชาการได้กล่าวถึงการวางแผนประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

จามรี มาลีหวล (2554, หน้า 21) ได้กล่าวว่า การวางแผนเป็นการดำเนินงานต่อจากขั้นแรก เป็นการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่คนควรวรรวมมาได้ นั้นมาพิจารณาประกอบการวางแผนกำหนดนโยบายและโครงการขององค์การซึ่งจะช่วยให้องค์การสามารถกำหนดนโยบายและโครงการที่มีประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สรุปแลงงานในขั้นนี้ก็คือ การถามตัวเราเองว่า “เราจะทำอะไรลงไปได้อย่างไรบ้าง”

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 45) ได้กล่าวว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์หมายถึง การจัดรูปความคิดเพื่อแก้ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่งให้เป็นระบบ หรือการกำหนดวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องและมีเหตุผล เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย

ธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 103) ได้กล่าวว่า การวางแผนจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายขององค์การว่าองค์การควรมีนโยบายในอนาคตอย่างไร เรื่องใดเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขหรือสร้างเสริม เรื่องใดควรชะลอไว้ก่อนได้ นโยบายใดจะช่วยให้องค์การมีลักษณะเป็นที่ชื่นชอบได้รับความสนใจ นโยบายใดจะทำให้องค์การได้รับแต้มต่อเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้นอื่น ๆ จากนั้นจึงนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนงานและกำหนดโครงการหรือกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ งานขั้นนี้นับเป็นงานที่มีความสับสนเนื่องจากกระบวนการในขั้นตอนแรกและเป็นกิจกรรมที่มีขั้นตอนการดำเนินการทั้งสิ้น 6 กิจกรรมหลัก ๆ ด้วยกัน

ธันว์วัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานทุกฝ่ายมีความสอดคล้องต่อเนื่อง บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ ในการวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ

ทาลินี แตรรูปรีไล (2560, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า ขั้นตอนการวางแผน และการตัดสินใจ (Planning – decision making) เป็นการนำข้อมูล ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้จากการทำวิจัย การรับฟังความคิดเห็น มากำหนดเป็นแผนการจัดกิจกรรม ตลอดจน กำหนดนโยบายต่าง ๆ ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้

สรุป การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดสิ่งที่จะต้องปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานมีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ การวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ

ลักษณะการวางแผนประชาสัมพันธ์ นักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะการวางแผนประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

บุญเฉลษา มากบุญ และรัชชนก สนวนลีดา (2553, หน้า 13-14) ได้กล่าวว่า ลักษณะการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ในการวางแผนของงานทุกชนิดจำเป็นต้องกำหนดเป้าหมาย (เน้นความต้องการเชิงคุณภาพ) และวัตถุประสงค์ (เน้นความต้องการเชิงปริมาณ) 2) การวิเคราะห์สาธารณชนที่เป็นเป้าหมาย ต้องพิจารณาเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดทางเลือกในการปฏิบัติ 3) ทางเลือกในการปฏิบัติ ในกรณีนี้ อาจมีทางเลือกหลายทาง ซึ่งจะต้องพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด 4) แผนเชิงกลยุทธ์ ในขั้นนี้ จะต้องอาศัยการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ และทางเลือกในการปฏิบัติ

ประทีปแสง พลรักษา (2553, หน้า 29-30) ได้กล่าวว่า ลักษณะการวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมีการระบุกิจกรรมพร้อมทั้งกำหนดเวลาและรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม การวางแผนเป็นขั้นตอนที่ 2 และเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ แบ่งได้ 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์องค์การ 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ 3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย 4) การกำหนดกิจกรรมและสื่อ 5) การกำหนดงบประมาณ 6) จัดทำแผนปฏิบัติงาน 7) การนำแผนไปใช้และประเมินผล

ศราวุธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 54) ได้กล่าวว่าลักษณะการวางแผนงานประชาสัมพันธ์สามารถวัดได้ ดังนี้ 1) มีการกำหนดนโยบายและแผนงานในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 2) การกำหนดแผนงาน/โครงการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

นโยบาย และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 3) มีการจัดทำระบบข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ 4) ผู้บริหารสถานศึกษาและครูมีส่วนร่วมในการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน 5) มีการจัดระบบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม 6) มีการจัดทำแบบฟอร์มการให้บริการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ 7) มีการกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างชัดเจน 8) มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างเหมาะสม 9) มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างชัดเจน ด้านปัญหาการวางแผนสามารถวัดได้จาก (1) กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์ยังไม่ระบุถึงเป้าหมายและทิศทางที่ต้องการได้อย่างชัดเจน (2) ไม่มีการกำหนดแผนงานที่ต่อเนื่อง ทำให้เกิดปัญหาขึ้นเมื่อแผนงานหลักไม่สมบูรณ์ (3) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนยังไม่ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานได้ครบทุกขั้นตอน และ (4) แผนงานประชาสัมพันธ์ที่กำหนดขึ้นไม่รองรับกับเป้าหมายของโรงเรียน

ธนาภรณ์ แก้วสำราญ (2557, หน้า 103) ได้กล่าวถึงลักษณะการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ขององค์การและสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมไว้แล้ว งานขั้นนี้ยังรวมตลอดไปถึงการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญที่ยังไม่มี เพื่อนำมาประกอบการวางแผนงานด้วย 2) การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ 3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์ 4) การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้ 5) การกำหนดงบประมาณดำเนินการ และ 6) การกำหนดวิธีการติดตามและประเมินผล

สรุป ลักษณะการวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้ 1) มีการกำหนดนโยบายและแผนงานในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 2) การกำหนดแผนงาน/โครงการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นโยบาย และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 3) มีการจัดทำระบบข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ 4) ผู้บริหารสถานศึกษาและครูมีส่วนร่วมในการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน 5) มีการจัดระบบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม 6) มีการจัดทำแบบฟอร์มการให้บริการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ 7) มีการกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างชัดเจน 8) มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างเหมาะสม และ 9) มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างชัดเจน

2.8.3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)

นักวิชาการได้กล่าวถึงการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ไว้ดังนี้
 บุญญา เลขา มากบุญ และรัชชนก สนวนสีดา (2553, หน้า 14) ได้กล่าวว่า
 ชั้นปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) เป็นการปฏิบัติงานซึ่งต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องมือ
 สนับสนุนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และต้องวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมกับ
 สถานการณ์ เวลา สถานที่ และผู้รับ โดยนักประชาสัมพันธ์จะต้องระบุกลุ่มเป้าหมายให้
 ชัดเจนและต้องใช้กลยุทธ์และเทคนิคต่าง ๆ กันเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมาย
 ทั้งนี้จะต้องพิจารณาถึง 1) ใช้สื่อที่เข้าได้กับสถานะของผู้รับ 2) ใช้แหล่งข่าวที่มีความ
 น่าเชื่อถือ 3) ลดความแตกต่างระหว่างการสื่อสารและทัศนคติของผู้รับ 4) ใช้คำศัพท์และ
 เรื่องราวที่เข้าได้กับผู้รับ 5) วางตำแหน่งของผู้ทำการสื่อสารว่าเป็นความคิดเห็นของคน
 ส่วนมาก 6) การนำเอกลักษณ์ของกลุ่มมาใช้ เมื่อเอกลักษณ์นั้นช่วยให้เกิดการตอบสนอง
 ในแง่บวก และ 7) ปรับปรุงสารให้เข้ากับความต้องการขององค์กร เพราะเราไม่สามารถ
 ปรับเปลี่ยนวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ โดยขั้นตอนการปฏิบัติและการสื่อสาร
 ประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนการนำแผนเชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

ประทีปแสง พลรักษา (2553, หน้า 33) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร
 ว่า หมายถึง กระบวนการสื่อสารหรือการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ โดยใช้เครื่องมือ
 เทคนิค วิธีการ สถานที่และเวลายกหนดที่เหมาะสม ซึ่งการสื่อสารกระทำได้ทั้ง 2 แบบ คือ
 แบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ โดยในกระบวนการสื่อสารจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ
 เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร ข่าวสารข้อมูล การสื่อสาร
 หรือสื่อความหมาย และผู้รับข่าวสาร

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 58) ได้กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง
 การถ่ายทอดข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลเรียบร้อยแล้วในรูปแบบของการรับสาร การส่ง
 สาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

ธนาภรณ์ แก้วสำราญ (2557, หน้า 103) ได้กล่าวว่า การปฏิบัติงาน
 สื่อสารและดำเนินกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การพยายามสื่อความหมาย
 ให้เกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจร่วมกันให้เกิดขึ้นในระหว่างกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ กับ
 องค์กรตามแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้ ได้แก่ แผนงานการใช้สื่อและกิจกรรมรูปแบบ
 ต่าง ๆ ทั้งนี้การใช้สื่อและการออกแบบสารควรมีการสร้างสรรค้ออกแบบให้สอดคล้อง
 ความสนใจและเป็นไปตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มต่าง ๆ ที่องค์กรเข้าไปเกี่ยวข้อง

ในชั้นการสื่อสารนี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพิจารณาปฏิกริยาตอบกลับ (feedback) จากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนกิจกรรมแผนงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ธนวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่าการติดต่อ สื่อสาร ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นนอกจากการศึกษาหาข้อมูลและนำเอาข้อมูลที่ได้มาทำการวางแผนงานประชาสัมพันธ์แล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการลงมือปฏิบัติการสื่อสารนั่นเองซึ่งเป็นการสื่อสารที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในการติดต่อสื่อสารนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นจะอยู่ในขั้นตอนนี้ เพราะองค์การจะต้องเลือกวิธีการสื่อสารและเลือกใช้สื่อเพื่อให้เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการติดต่อสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ดังนั้น เมื่อองค์การมีการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายแล้ว ในขณะเดียวกันองค์การก็ต้องรับฟังความคิดเห็น ทศนคติ ท่าทีของประชาชนที่มีต่อองค์การด้วย

ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า ชั้นการดำเนินการตามแผนงาน หรือขั้นตอนการสื่อสารเป็นขั้นตอนลงมือปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิด หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

สรุป การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) หมายถึง การดำเนินการหรือลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

ลักษณะการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) นักวิชาการได้กล่าวถึง การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ไว้ดังนี้

บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สอนลีดา (2553, หน้า 14) ได้กล่าวว่ ลักษณะการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การตอบสนองต่อระบบเปิด (Open System Response) ในการพิจารณาการปฏิบัติการ ประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องศึกษานโยบาย (Policy) และโครงสร้าง (Structure) 2) การตอบสนองต่อระบบปิด (Closed System Response) คือการรณรงค์ (Campaigns) โครงการ (Project) 3) การสื่อสารต่อสาธารณชนที่เป็นเป้าหมาย (Communication to Target)

ประทีปแสง พลรักษา (2553, หน้า 33) ได้กล่าวถึงลักษณะการปฏิบัติการ ประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ว่าเป็นการสื่อสารที่ดำเนินการนำแผนปฏิบัติการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย จึงถือว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จะทำอย่างไร จึงจะสามารถส่งข่าวสารที่กำหนดไว้ในกิจกรรมตามแผนประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ไปสู่ชุมชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อมีการวางแผนงานที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนนี้เป็น การลงมือปฏิบัติการ เผยแพร่การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินงานจำเป็นต้องใช้วิธีการติดต่อสื่อสารอย่างเพียงพอ มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับเหตุการณ์ เวลาสถานที่และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งการติดต่อสื่อสารเป็นแบบ 2 ทาง โดยจะต้องเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารแลกเปลี่ยนขอเท็จจริง แนวคิดทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งรับผิดชอบต่อข่าวสารที่จะส่งไปผู้ส่งสารในฐานะบุคคลเดียวอาจจะเป็นนาย ก. ซึ่งสนทนากับนาย ข. หรือ นาย ก. ซึ่งปราศรัยต่อที่ประชุม หรือ ชี้แจงออกอากาศทางสื่อมวลชน ก็ได้ผู้ส่งสารในฐานะกลุ่มคน ได้แก่ โรงเรียน สมาคม ชมรม องค์การ รัฐบาล ข่าวสารที่ส่ง ออกไปในนามของหน่วยงานนั้น ๆ ขอบเขตงานประชาสัมพันธ์ ผู้ส่งสารเฉพาะเรื่องก็คือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์นั่นเอง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนของหน่วยงาน จะเป็นผู้วางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ เฉพาะเรื่อง ซึ่งจะเกี่ยวข้องไปถึงการใช้สื่อสารชนิดต่าง ๆ และจะปรับปรุงแผนงานโดยอาศัยขอเท็จจริงที่ได้ประมวณไว้

2) ขั้นข่าวสาร ข่าวสารหมายถึง เรื่องที่ผู้สื่อสารต้องการจะส่งผ่านไปให้ผู้รับสารอาจเป็นคำพูด ข้อความ สัญลักษณ์ รูปภาพ ทาทาง จุดสำคัญของขั้นนี้ คือ การมีประสบการณ์ร่วมกัน จะสามารถเข้าใจกันได้ง่าย ตรงข้ามการมีวัฒนธรรม ภาษา สภาพแวดล้อมการศึกษาต่างกันย่อยสื่อสารเขาใจกันยาก

3) ขั้นสื่อสาร สื่อข่าวสารหมายถึง ตัวกลางทุกชนิดที่จะใช้ส่งผ่านข่าวสาร ตัวกลางดังกล่าวนี้หมายถึง สื่อทุกชนิด เช่น สิ่งตีพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ และอื่น ๆ ที่จะช่วยนำข่าวสารของผู้ส่งไปยังผู้รับได้

4) ชั้นผู้รับสาร ผู้รับสารหมายถึง เป้าหมายของระบบสื่อสาร อาจเป็นบุคคลเดียวหรือเป็นกลุ่มคนเป็นจำนวนมากก็ได้ ปัญหาสำคัญของการสื่อสารในชั้นตอนนี้ก็คือ ทำอย่างไรจะให้ผู้รับสารตอบสนอง และได้รับผลจากข่าวสารนั้น คือ มีการเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้รับสารในทางพอใจต่อข่าวสาร ในกรณีที่ผู้รับสารไม่แสดงปฏิกิริยาตอบสนองใด ๆ มิได้หมายความว่าข่าวสารนั้นล้มเหลวโดยสิ้นเชิง อาจต้องใช้วิธีเกี่ยวข้องกับผู้รับสารเข้าช่วยทั้ง 4 ชั้นตอนที่กล่าวมาล้วนมีความเกี่ยวเนื่องกัน ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของชั้นตอนใดชั้นตอนหนึ่งจะมีผลกระทบต่อชั้นตอนอื่น ๆ ทั้งหมด จึงมีความจำเป็นที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้รับผิดชอบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนจะต้องวิเคราะห์ประสิทธิภาพของทุกชั้นตอนใหม่มั่นใจได้ว่าปราศจากจุดอ่อนใด ๆ หรือถ้าบังเอิญมีบ้างก็ให้น้อยที่สุด และพยายามแก้ไขปรับปรุงพัฒนาอยู่เสมอ

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 60-61) ได้กล่าวถึงลักษณะการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ดังนี้ 1) มีการจัดทะเบียนคุมสื่อเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ประเภทต่าง ๆ อย่างเป็นปัจจุบัน 2) มีการจัดทำวารสาร เอกสาร หรือสื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่ข่าวสารความรู้ และผลงานของโรงเรียนเป็นประจำ 3) มีการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุและโทรทัศน์ตามควรแก่กรณี 4) มีการจัดให้มีงานนิทรรศการแสดงผลงานของนักเรียนทั้งภายในและภายนอก 5) จัดให้มีการประกาศเผยแพร่ และเชิญชวนร่วมกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เป็นครั้งคราว 6) มีการจัดทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ตามลักษณะงาน ณ จุดศูนย์รวมชุมชน 7) มีการจัดให้มีโครงการเสียงตามสายเพื่อแจ้งข่าวสารความรู้ต่าง ๆ 8) จัดให้มีการประชุมชี้แจงผู้ปกครองและนักเรียนเป็นครั้งคราวตามควรแก่กรณี

สรุป ลักษณะการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้ 1) มีการจัดทะเบียนคุมสื่อเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ อย่างเป็นปัจจุบัน 2) มีการจัดทำวารสาร เอกสาร หรือสื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่ข่าวสารความรู้ และผลงานของโรงเรียนเป็นประจำ 3) มีการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุและโทรทัศน์ตามควรแก่กรณี 4) มีการจัดให้มีงานนิทรรศการแสดงผลงานของนักเรียนทั้งภายในและภายนอก 5) จัดให้มีการประกาศเผยแพร่ และเชิญชวนร่วมกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เป็นครั้งคราว 6) มีการจัดทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ตามลักษณะงาน ณ จุดศูนย์รวมชุมชน 7) มีการจัดให้มีโครงการเสียงตามสายเพื่อแจ้งข่าวสารความรู้

ต่าง ๆ และ 8) จัดให้มีการประชุมชี้แจงผู้ปกครองและนักเรียนเป็นครั้งคราวตามควรแก่กรณี

2.8.4 การประเมินผล

นักวิชาการได้กล่าวถึงการประเมินผล ไว้ดังนี้

เนตรนภา แพงอก (2553, หน้า 28) ได้กล่าวว่า การประเมินผลงานเป็นงานในขั้นตอนสุดท้าย เป็นการวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเราที่ทำไปแล้วทั้งหมดนั้นได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่

นุชจรี มียอด (2554, หน้า 24) ได้กล่าวว่า การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ทำไปว่าประสบความสำเร็จเพียงใด มีปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้าง ควรจะปรับปรุงในด้านใด เป็นต้น

ศรายุทธ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 62) ได้กล่าวว่า การติดตามและการประเมินผล หมายถึง การวัดผลว่าการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ทำไปแล้วนั้นบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ เป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต

ธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 104) ได้กล่าวว่าการประเมินผลและการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะเป็นการประเมินผลลัพธ์ของการที่ได้ดำเนินกิจกรรมการสื่อสารไปยังกลุ่มต่าง ๆ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เกิดมีการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ความคิด ความเชื่อหรือพฤติกรรมในดักกลุ่มเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้มากน้อยเพียงไรแล้ว การประเมินในขั้นนี้ยังหมายรวมไปถึงการประเมินกระบวนการทั้งกระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งหมดอีกด้วย กล่าวคือ มีการประเมินก่อนดำเนินงาน การประเมินระหว่างดำเนินการ และการประเมินหลังจากเสร็จสิ้นแต่ละโครงการอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อนำเอาผลการประเมินมาใช้ในการพิจารณาปรับแก้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สามารถสนองตอบในการสนับสนุนองค์การและแก้ปัญหาให้แก่องค์การ เมื่อพิจารณาจากกิจกรรมต่าง ๆ ของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว ความสัมพันธ์ของกระบวนการประชาสัมพันธ์กับกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะที่แยกจากกันไม่ได้ มีความสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน การวางแผนที่ดีย่อมต้องมาจากการสนับสนุนและร่วมมือจากฝ่ายบริหาร ประกอบกับต้องจัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นส่วนสนับสนุนภารกิจหลักขององค์การให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น

ธนันวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่า การประเมินผล การประชาสัมพันธ์ นับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การประเมินผลเป็นการประเมินประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น นับเป็นงานที่มีความสำคัญมากเพื่อจะได้ทราบว่า การดำเนินงานของ องค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด สื่อที่ องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า ขั้นตอนการ ประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนที่วัดผลการดำเนินงานว่าได้ผลตามที่กำหนดไว้ในแผน หรือโครงการ หรือไม่อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงาน ในครั้งต่อไป

สรุป การประเมินผล หมายถึง ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อตัดสินประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่า ส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตาม วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยัง กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

ลักษณะการดำเนินงานการประเมินผล นักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะ การดำเนินงานการประเมินผล ไว้ดังนี้

บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สอนลีดา (2553, หน้า 14-15) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนการประเมินผลประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) เลือกการใช้เหตุผล อะไรคือ ปรัชญาหรือรูปแบบที่ใช้ การประเมินผลจะทำโดยคนภายในหรือคนภายนอกองค์กร ใครคือลูกค้าคนสำคัญ 2) ระบุวัตถุประสงค์ของการประเมินผลวัตถุประสงค์โดยรวมของ งานองค์กร วัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ 3) หามาตรการในการวัด 4) ดำเนินการ วัดและรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลทำได้หลายวิธี คือการสังเกต การรายงาน การสัมภาษณ์ และเทคนิคอื่น ๆ 5) วิเคราะห์ข้อมูล ให้เวลามากพอในการสรุป 6) รายงานผลและข้อเสนอแนะ และ 7) นำผลมาใช้ในการตัดสินใจ

ประทีปแสง พลรักษา (2553, หน้า 34) ได้กล่าวถึง ลักษณะการดำเนินงาน การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นการวัดผลประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำลงไปแล้วว่าได้ผล ตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลวมากน้อยเพียงใด มีปัญหาใดบ้างที่ เราต้องปรับปรุงแก้ไข กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ การประเมิน

ผลการประชาสัมพันธ์ที่จัดทำอย่างเป็นทางการทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชน มีขั้นตอนที่สำคัญอยู่ 5 ประการ คือ 1) การประเมินอาการกระทำโดยบุคคลภายในหรือภายนอกก็ได้ โดยเลือกเหตุผลในการประเมินผล ซึ่งทั้งสองวิธีก็มีข้อดีข้อเสียอยู่ในตัวของมันเอง 2) กำหนดวัตถุประสงค์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทุกครั้งจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน 3) การกำหนดที่แบบที่จะใช้การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 4) การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ พร้อมทั้งแปลความหมายและสรุปผลเพื่อการเผยแพร่ให้ทราบโดยทั่วกัน และ 5) การนำผลที่ได้ประยุกต์ใช้ได้ตามต้องการ เพราะผลการวิเคราะห์จะบอกให้ทราบถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ว่าสำเร็จหรือล้มเหลวอย่างไร และมีอะไรบ้างที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขต่อไป

นุชจรี มียอด (2554, หน้า 24) ได้กล่าวถึง วิธีการประเมินผลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) วิธีการประเมินผลโดยอาศัยการสังเกต เป็นวิธีการประเมินที่อาศัยความรู้ประสบการณ์ ความชำนาญ และการสังเกตต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์เป็นหลักของการตัดสินใจคุณค่างานประชาสัมพันธ์ การประเมินประเภทนี้ ยังสามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น จดหมายที่ส่งเข้ามาเสนอข้อคิดเห็นเป็นไปในทางบวกต่อกิจกรรมหรือบริษัทเราก็คอาจให้ข้อสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถสร้างความสนใจและทัศนคติในทางบวกให้แก่บริษัท หรือเป็นการสังเกตจากสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือการพบปะกับบุคคลต่าง ๆ ก็อาจสะท้อนและบอกได้ว่าการประชาสัมพันธ์ที่ทำไปนั้นได้ผลดีเลวเช่นไร

2) วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ เป็นวิธีการประเมินผลที่ยอมรับกันมากในทุกวงการปัจจุบันว่า การประเมินผลนี้ สามารถให้ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรงโดยปราศจากความลำเอียงของผู้ประเมินผล เป็นวิธีการประเมินที่มีการควบคุม มีหลักฐานและเป็นระบบมากที่สุด วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์นี้มีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานโดยย่อ คือ การสังเกตข้อเท็จจริงทั่วไปเพื่อให้อันตรายหรือปัญหาเพื่อกำหนดขอบเขตของปัญหาได้เหมาะสม กำหนดสมมติฐาน ทดสอบสมมติฐาน และการทำซ้ำ ตามลำดับ ความสำคัญของการประเมินผลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ คือ

2.1) การประเมินผล สามารถบอกอดีตของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานองค์การ หรือสถาบันได้ 2.2) การประเมินผล สามารถบอกสถานการณ์ในปัจจุบันของหน่วยงาน องค์การ สถาบัน 2.3) การประเมินผล สามารถให้ประโยชน์ในการคาดการณ์ในอนาคต

2.4) การประเมินผลสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และพิสูจน์ความเป็นมืออาชีพ ลักษณะของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง (On – going Process) ซึ่งจะไม่มีการสิ้นสุด คือ เมื่อปฏิบัติงานถึงขั้นตอนการประเมินผลแล้ว ก็จะนำข้อมูลที่ได้นั้นไปใช้ในขั้นตอนที่ 1 เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป

ศราวุฑฐ ชื่นชมบุญ (2556, หน้า 62) ได้กล่าวว่า สภาพการติดตามและการประเมินผล สามารถวัดได้จาก 1) มีแผนการดำเนินการติดตามและการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 2) โรงเรียนได้นำผลการติดตามและการประเมินผลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ 3) มีการประเมินความพร้อมในด้านปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนก่อนการดำเนินการ 4) มีเครื่องมือวัดที่เป็นมาตรฐานในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน 5) มีการจัดให้มีการรายงานหรือเผยแพร่ผลการประเมินการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบอย่างทั่วถึง 6) มีการกำหนดผู้รับผิดชอบการติดตามและการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 7) มีการกำกับ ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นระยะ ๆ ปัญหาการติดตามและการประเมินผล สามารถวัดได้จาก (1) ไม่มีการกำหนดเกณฑ์ไว้ให้ชัดเจนเมื่อต้องการวัดระดับพฤติกรรมที่เกิดขึ้น (2) การประเมินผลไม่มีการวางแผนการดำเนินงานให้ครบทุกกระบวนการของการประเมิน (3) มีรูปแบบการติดตามและการประเมินผลไม่หลากหลายทำให้การประเมินผลบางครั้งไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมที่ต้องการประเมิน และ (4) ไม่มีการรายงานและเสนอแนะการดำเนินงานครั้งต่อไป

ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 34) ได้กล่าวว่าขั้นการประเมินผล (Evaluation) สามารถแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ คือ 1) การประเมินการเปิดรับข่าวสาร โดยทำการศึกษาจำนวนชั้นข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่ ผ่านสื่อต่าง ๆ แล้วคำนวณผู้มีโอกาสเปิดรับข่าวชั้นนั้นที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ โดยดูจากยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ 2) การประเมินความรู้ ความเข้าใจข้อมูลข่าวสาร ประเมินโดยแบบวัดความรู้ ความเข้าใจ ในเนื้อหาสาระที่เผยแพร่ออกไป เช่น คู่มือความรู้ นอกจากนี้ยังสามารถประเมินความรู้ ความเข้าใจจากการสำรวจความรู้ ความเข้าใจ โดยใช้แบบสอบถาม หรือแบบสัมภาษณ์ อันเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ 3) การประเมินผลทัศนคติ

การประเมินทัศนคติ วัดได้จากการวิจัยเชิงสำรวจ โดยอาจวัดว่ามีการสร้างทัศนคติใหม่หรือไม่เพียงใด ทัศนคติที่มีอยู่แล้วถูกเสริมแรงให้เข้มแข็งขึ้น หรือยังคงหนักแน่นไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หรือไม่เพียงใด มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามที่พึงประสงค์หรือไม่ 4) การประเมินผลพฤติกรรม เป็นการประเมินพฤติกรรมภายหลังที่ได้เปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารแล้ว โดยสอบถามกลุ่มเป้าหมายว่า ภายหลังที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือเข้าร่วมกิจกรรมแล้ว พฤติกรรมได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ และอะไรที่เปลี่ยนแปลงไป หรือพฤติกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นมีหรือไม่ คืออะไร 5) การประเมินผลผลิต (Output) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ และเป็นการประเมินประสิทธิผลของการกระจายสื่อ การจำหน่ายจ่ายแจกสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ วิธีการประเมิน เช่น การรับจำนวนชิ้นข่าวที่เผยแพร่ไปยังสื่อมวลชน

สรุป ลักษณะการดำเนินงานการประเมินผล มีขั้นตอน ดังนี้ 1) การดำเนินการติดตามและการประเมินผลการทำงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 2) การนำผลการติดตามและการประเมินผลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ 3) มีการประเมินความพร้อมในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนก่อนการดำเนินการ 4) มีเครื่องมือวัดที่เป็นมาตรฐานในการประเมินผลการทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน 5) มีการรายงานหรือเผยแพร่ผลการประเมินการทำงานประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบอย่างทั่วถึง 6) มีการกำหนดผู้รับผิดชอบการติดตามและการประเมินผลการทำงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน และ 7) มีการกำกับ ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นระยะ ๆ

2.9 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาไว้ดังนี้

กรมสามัญศึกษา (2540, หน้า 78-80) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) โรงเรียนสามารถทราบผลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้ผลหรือไม่โรงเรียนกับชุมชนต่าง ๆ ใจตรงกันหรือไม่ 2) โรงเรียนสามารถปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์ 3) สถานการณ์เปิดโอกาสให้โรงเรียนทำการแก้ข่าวหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับโรงเรียนได้ทันต่อเวลา และแก้ปัญหาได้ตรงประเด็นยิ่งขึ้น และ 4) โรงเรียนทราบข้อมูลต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนและการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

ธัญพร คุณาวิชา (2550, หน้า 23) ได้กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์มีประโยชน์ คือ เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคคลกลุ่มบุคคลทั้งในและนอกองค์กรหรือหน่วยงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกิดเจตคติที่ดีต่อองค์กรจนกระทั่งเกิดความร่วมมือร่วมใจพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น

เนตรนภา แพงอก (2553, หน้า 50) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) เผยแพร่ชื่อเสียงของโรงเรียนให้เป็นที่รู้จักทั่วไป 2) เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ 3) ก่อให้เกิดความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน 4) กระตุ้นให้บุคลากรในโรงเรียนได้กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน 5) ทำให้บุคคลภายนอกมเจตคติที่ดีต่อโรงเรียน และ 6) เป็นการส่งเสริมประชาธิปไตยโดยให้อีกาสแก่บุคคลภายนอกในการเขามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน

อลิสสา สิงหสงา (2553, หน้า 24) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันให้เกิดขึ้น ความรู้ความเข้าใจอันดีของบุคคลต่าง ๆ มีการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งกลุ่มบุคคลทั้งในและนอกองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้ความรู้สึกที่ดี เกิดภาพพจน์ที่ดี ความเข้าใจอันดี ความสามัคคีกัน เกิดเจตคติที่ดีต่อองค์กรจนกระทั่งเกิดความร่วมมือร่วมใจ พัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 79) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) โรงเรียนสามารถทราบผลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้ผลหรือไม่โรงเรียนกับชุมชนต่าง ๆ ใจตรงกันหรือไม่ 2) โรงเรียนสามารถปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์ 3) สถานการณ์เปิดโอกาสให้โรงเรียนทำการแก้ข่าวหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับโรงเรียนได้ทันต่อเวลา และแก้ปัญหาได้ตรงประเด็นยิ่งขึ้น และ 4) โรงเรียนทราบข้อมูลต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนและการพัฒนาต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 33) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) สร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียน สร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน 2) ปองกันแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน 3) เพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้องของลดความตึงเครียดทั้งภายในโรงเรียน

และภายนอกโรงเรียนได้ และ 4) ส่งเสริมเกลี้ยกล่อมชักจูงกลุ่มคนให้เกิดศรัทธา มีทัศนคติที่ดีต่อผลผลิตของโรงเรียน

เรวดี ไวยวาสนา (2554, ออนไลน์) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ทำให้มองเห็นโอกาสในการสร้างความนิยม ชื่อเสียง เกียรติคุณ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ 2) มองเห็นภัยที่จะคุกคามงานและเสถียรภาพของหน่วยงาน 3) สามารถมองเห็นทางเลือกแนวความคิดใหม่ ๆ แปลก ๆ 4) สามารถแก้ไข ใช้ประโยชน์และประสานแนวคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล

สุภัทสร โกสุมสม และอัลฮามิธ มะลิซ็อน (2555, ออนไลน์) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี 2) ทำให้ข้าราชการเจ้าหน้าที่และประชาชนได้ทราบและเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ 3) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี 4) ช่วยแก้ไขความขัดแย้ง ข้อข้องใจในด้านต่าง ๆ 5) ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลความรู้ที่ทันสมัย 6) ทำให้ได้รับความสนับสนุนร่วมมือ

อนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 30) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) เผยแพร่ชื่อเสียงของโรงเรียนให้เป็นที่รู้จักทั่วไป 2) เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) ก่อให้เกิดความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน 4) กระตุ้นให้บุคลากรในโรงเรียนได้กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน 5) ทำให้บุคคลภายนอกมีเจตคติที่ดีต่อโรงเรียน

จากทัศนะของนักวิชาการข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์ผลของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ดังตาราง 4

ตาราง 4 (ต่อ)

ที่	ผลของการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	กรมสามัญศึกษา (2540)	วิทยพร คุณาวิชา (2548)	เนตรนภา แพงอก (2553)	อลิสลา สิงหสง (2553)	ปรีชา จันทร์เทพ (2554)	ทองมี สามารถ (2554)	เรวดี ไชยวาสนา (2554)	สุภัตสร โกลุสม และอัศยามิธ มะลิซ้อน (2555)	อนันต์ ปัตตังทานัง (2555)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
	- ทำให้บุคคลภายนอกมีเจตคติที่ดีต่อโรงเรียน								√				
	- เกิดเจตคติที่ดีของครู			√									
	- ส่งเสริมเกลี้ยกล่อมชักจูงกลุ่มคนให้เกิดศรัทธา มีทัศนคติที่ดีต่อผลผลิตของโรงเรียน					√							
8.	ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน									7	77.77	√	
	- ก่อให้เกิดความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน		√						√				
	- กระตุ้นให้บุคลากรในโรงเรียนได้กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน		√						√				
	- เกิดความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจ พัฒนางานให้ดีขึ้น			√									
	- ทำให้ได้รับความสนับสนุนร่วมมือ							√					
9.	การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง									5	55.55	√	
	- เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		√						√				
	- เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันให้เกิดขึ้น			√									
	- เพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้องลดความตึงเครียดทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียนได้					√							
	- ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี							√					
10.	เป็นการส่งเสริมประชาธิปไตยโดยให้โอกาสแก่บุคคลภายนอกในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน		√							1	11.11		
11.	การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา									4	44.44	√	
	- เพื่อให้มีความรู้สึกที่ดีเกิดภาพพจน์ที่ดี			√									
	- สร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียน สร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน					√							

ตาราง 4 (ต่อ)

ที่	ผลของการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	กรมสามัญศึกษา (2540)	ธัญพร คุณาภิชา (2548)	เนตรนา พงอก (2553)	อลิสลา ลิงทสง (2553)	ปรีชา จันทร์เทพ (2554)	ทองมี สามารถ (2554)	เรวดี ไชยวาทนา (2554)	สุภัทสร โกลุสม และอัสยามิต มะลิซ้อน (2555)	อนันต์ บัดตั้งทาง (2555)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่มุ่งศึกษา
	-ทำให้มองเห็นโอกาสในการสร้างความนิยม ชื่อเสียง เกียรติคุณ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ							√					
	-ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี								√				
12.	สามารถมองเห็นทางเลือกแนวความคิดใหม่ ๆ แปลก ๆ							√			1	11.11	
13.	ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลความรู้ที่ทันสมัย								√		1	11.11	
	รวม	4	3	6	5	4	6	5	6	5	4		

จากตาราง 4 การสังเคราะห์ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ผู้วิจัยได้รวมผลของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาที่มีลักษณะที่สอดคล้องกันเข้าเป็นองค์ประกอบเดียวกัน ได้จำนวน 13 องค์ประกอบ จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ร้อยละ 35 ขึ้นไปในการเลือกผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่มุ่งศึกษา 5 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 การสร้างความสามัคคี ได้รวมสิ่งที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นเรื่องเดียวกัน ได้แก่ ด้านก่อให้เกิดความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน ด้านเกิดความร่วมมือร่วมใจสามัคคีกัน และด้านกระตุ้นให้บุคลากรในโรงเรียนได้กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน โดยใช้ชื่อว่า “ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน”

ด้านที่ 2 การป้องกันความเข้าใจผิด ได้รวมสิ่งที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นเรื่องเดียวกัน ได้แก่ ด้านสถานการณ์เปิดโอกาสให้โรงเรียนทำการแก้ข่าวหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับโรงเรียนได้ทันต่อเวลา และแก้ปัญหาได้ตรงประเด็นยิ่งขึ้น ด้านป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน

ด้านป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อน และด้านการแก้ไขและให้ความรู้ ความเข้าใจ
แก้ไข โดยใช้ชื่อว่า “การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน”

ด้านที่ 3 มีเจตคติที่ดี ได้รวมสิ่งที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่งมี
ลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นเรื่องเดียวกัน ได้แก่ ด้านทำให้บุคคลภายนอกมีเจตคติที่ดีต่อ
โรงเรียน ด้านเกิดเจตคติที่ดีต่อองค์กร ด้านส่งเสริมเกลี้ยกล่อมชักจูงกลุ่มคนให้เกิดศรัทธา
มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตผลของโรงเรียน และด้านเกิดความรู้สึกสำนึกร่วมศรัทธา และมี
ทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียน โดยใช้ชื่อว่า “การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา”

ด้านที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ ได้รวมสิ่งที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าว
ถึง ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นเรื่องเดียวกัน ได้แก่ ด้านเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์
ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านเพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจ
ผิดคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน ด้านเป็นการสร้างความสัมพันธ์ และการรักษา
ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและตลอดเวลา โดยใช้ชื่อว่า “การ
สร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง”

ด้านที่ 5 เกิดภาพพจน์ที่ดี ได้รวมสิ่งที่นักวิชาการและนักวิจัยได้กล่าวถึง ซึ่ง
มีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นเรื่องเดียวกัน ได้แก่ ด้านเพื่อเพิ่มความรู้สึกที่ดี เกิด
ภาพพจน์ที่ดี ด้านสร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียน สร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธา
จากประชาชน สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร และด้านสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจเชื่อถือ
ได้จากประชาชน โดยใช้ชื่อว่า “การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา”

ผู้วิจัยขออธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล
ของสถานศึกษา ดังนี้

2.9.1 ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน

นักวิชาการได้กล่าวถึงความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน ไว้ดังนี้

วันเพ็ญ บุรณศร (2550, หน้า 13) ได้กล่าวว่าความร่วมมือสามัคคีใน
การปฏิบัติงาน หมายถึง การจัดให้มีการทำงานที่สอดคล้องในจังหวะเวลาเดียวกันให้
เกิดผลตามวัตถุประสงค์ มีกระบวนการและแบบแผนการทำงาน เป็นการเชื่อมสัมพันธ์
บุคคล การผนึกกำลัง วัสดุ ทรัพยากรอย่างอื่น ๆ เพื่อให้งานสำเร็จตามผลตามเป้าหมาย
และบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 24) ได้กล่าวว่าความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและทำให้ประชาชนร่วมมือกับสถาบัน การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถาบัน

กนกวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 17) ได้กล่าวว่าความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงานเป็นการดำเนินงานเพื่อการโน้มน้าว เป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างความร่วมมือการสนับสนุนความคล้อยตามทั้งนี้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมบางประการตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งอาจต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ หรือเป็นการกระตุ้นให้เกิดประจักษ์ตามที่ต้องการหรือการชักจูงใจเพื่อการรณรงค์ในการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งของหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจหน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น การรณรงค์เลือกตั้งการรณรงค์เลิกการสูบบุหรี่ การรณรงค์ประหยัดพลังงานหารสอง โครงการเมาไม่ขับ การจัดระเบียบสังคมการรณรงค์ปัญหา ยาเสพติด ฯลฯ

ชูชาติ พ่วงสมจิตร (2560, หน้า 4) ได้กล่าวว่าปัจจุบันโรงเรียนต้องการการมีส่วนร่วมจากชุมชนอย่างมาก และไม่ใช่เพียงการมีส่วนร่วมส่งเสริมสนับสนุนด้านทรัพยากรเหมือนในอดีตเท่านั้น แต่โรงเรียนต้องการให้ตัวแทนชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทั้งด้านการวางแผน การพัฒนาหลักสูตร การร่วมมือกันพัฒนาผู้เรียน การบอกความต้องการของชุมชน ฯลฯ ขณะเดียวกันชุมชนก็ต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนด้านวิชาการโดยโรงเรียนคือแหล่งวิชาการของชุมชน เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานอื่น ๆ รวมถึงการให้บริการสถานที่และวัสดุอุปกรณ์แก่ชุมชน ดังนั้นการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันย่อมช่วยให้ทั้งสององค์กรมีส่วนร่วมสนับสนุนซึ่งกันและกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 44) ได้กล่าวว่าการสร้างความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน หมายถึง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับงาน กับบุคคลในองค์กร เป็นการสร้างบรรยากาศภายใน ให้มีความสามัคคีตื่นตัวที่จะทำงานเพื่อองค์กร ให้ทุกคนได้มีความรู้ความเข้าใจในองค์กร มีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นและมีส่วนในการรับรู้ความก้าวหน้าขององค์กร และพร้อมให้ความร่วมมือสนับสนุนการปฏิบัติงาน

สรุป ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน หมายถึง การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา

2.9.2 ปองกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน

นักวิชาการได้กล่าวถึง การป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน ไว้ดังนี้

อลิสลา ลิงห์สง่า (2553, หน้า 28) ได้กล่าวว่า การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน จำเป็นต้องดำเนินงานเมื่อมีสิ่งบอกเหตุว่า อาจจะทำให้ประชาชนมีความเข้าใจผิดในองค์กรไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินการ หรือการประพฤติปฏิบัติของบุคลากรในสถานศึกษาหรือองค์กร ฯลฯ

นุชจรี มียอด (2554, หน้า 20) ได้กล่าวถึงการป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน ดังนี้ 1) การป้องกันความเข้าใจผิด ทางด้านวิชาการ ประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Public Relations) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ อย่างไรก็ตามความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอและเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานของสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบัน เพื่อจะได้หาช่องทางป้องกันไว้เสียก่อน ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดนั้น ๆ เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์และผู้ทำงานทางด้านนี้ ทุกคนจึงควรยึดหลักป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อนดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขในภายหลัง 2) การแก้ไขความเข้าใจผิด ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้อยู่เสมอ ฉะนั้นเมื่อองค์การสถาบันประสบกับปัญหาดังกล่าว ก็จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ ความเข้าใจผิดที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอในหมู่ประชาชนก็คือ ความเข้าใจผิดที่ได้ยินได้ฟังมาจากกลุ่มบุคคลเพื่อนฝูงที่สนทนาหรือ

คุยกัน หรือข่าวลือต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องราวประเภท “ข่าวลือ” นอกจากนี้ ยังอาจเกิดขึ้นจาก คำวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน เช่น การนำเสนอทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ลงข่าวตำหนิติเตียนโจมตีหรือพาดพิงมาถึงองค์การสถาบัน เป็นต้น

ทองมี สามารถ (2554, หน้า 39) ว สุทธิดา ชีวะวิโรจน์ (2554, หน้า 25); และอนันต์ บัตตังทานัง (2555, หน้า 30) กล่าวตรงกันว่าการป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดทางด้านวิชาการการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะมาทำการแก้ไขในภายหลัง สำหรับการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนเป็นไปอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การ สถาบัน ขึ้นในกลุ่มประชาชน

กนกวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 16) ได้กล่าวว่า การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจากการวางแผนในการดำเนินงานและการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไขหรืออาจมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ เช่น การรับข้อมูลข่าวสารคลาดเคลื่อนการเกิดความเข้าใจผิดกับหน่วยงาน กิจกรรมของหน่วยงาน การดำเนินงานของหน่วยงาน การต่อต้านการดำเนินงาน

ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 30-31) ได้ให้ความหมายว่า การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เป็นการป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิด จึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือ การดำเนินงานของสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบัน เพื่อจะได้หาหนทางป้องกันไว้เสียก่อน ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดนั้น ๆ เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์ และผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ ทุกคนจึงควรยึดหลัก “ป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อน ดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขในภายหลัง” การแก้ไขความเข้าใจผิด บ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์พยายามระมัดระวังป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นแต่

ความเข้าใจผิดก็อาจเกิดขึ้นได้อยู่เสมอในคนหมู่มาก ฉะนั้นเมื่อองค์การสถาบันประสบกับปัญหาดังกล่าว คือ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การสถาบันเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนแล้ว ก็จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วน อย่างเหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ ความเข้าใจผิดที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอในหมู่ประชาชนก็คือ ความเข้าใจผิดที่ได้ยินได้ฟังมาจากกลุ่มบุคคล เพื่อนฝูง ที่สนทนา หรือคุยกัน หรือข่าวลือต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องราวประเภท “เขาเล่าว่า” “เขาพูดกันว่า” “เขาสื่อกันว่า” ฯลฯ นอกจากนี้ ยังอาจเกิดขึ้นจากคำวิพากษ์ วิจารณ์ของสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่ลงข่าวตำหนิติเตียน โจมตี หรือพาดพิงมาถึงองค์การสถาบัน เป็นต้น

จากทัศนะต่าง ๆ ข้างต้น การป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน หมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ การป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง รวมถึงการแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้

ลักษณะการดำเนินงานการป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน นักวิชาการได้กล่าวถึง ไว้ดังนี้

อลิสสา สิงห์สง่า (2553, หน้า 28) ได้กล่าวว่าลักษณะการดำเนินงานป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีในการดำเนินงานของสถานศึกษา การแก้ไขความเข้าใจผิดสามารถทำได้ 2 วิธี คือ 1) การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือ การออกคำแถลง ถ้อยแถลง ประกาศชี้แจงแก้ไขความเข้าใจผิด เพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง 2) การแก้ไขความผิดทางอ้อม เป็นการให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเองโดยการเชิญผู้ปกครองหรือชุมชนต่าง ๆ มาเยี่ยมชมวิธีการดำเนินงานของสถานศึกษา

ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 30-31) ได้กล่าวว่าลักษณะการดำเนินงานป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน มีดังนี้

1) การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์ หรือประกาศ ชี้แจงแก้ความเข้าใจผิดนั้นไปยังกลุ่มประชาชน เพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง วิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้ จึงเป็น

วิธีแก้โดยตรงไปตรงมา กล่าวคือ ความจริงมีอยู่อย่างไร ก็แถลงไปตามนั้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง ควรยึดหลัก ดังนี้ 1.1) ต้องเป็นความเข้าใจผิดที่ปรากฏอย่างชัดเจน เช่นปรากฏอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือทางสื่อมวลชนอื่น ๆ 1.2) โดยที่การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรงนี้ เป็นการใช้ความจริงเข้าสู่ในการแถลง เพื่อแก้ความเข้าใจผิด จึงไม่ควรย่ำ หรือทำคามถึงข่าวอวกุศลนั้นมากนัก จะดูคล้ายเป็นการแก้ตัวไป ควรใช้เหตุผล และความจริงแถลงด้วยวิธีการตรงไปตรงมา อย่างบริสุทธิ์ใจ 1.3) คำชี้แจง หรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด ไม่ควรเยิ่นเย้อมากต้องมีความกะทัดรัด ชัดเจน และมีน้ำหนัก 1.4) คำชี้แจง หรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด ต้องมีหลักฐาน และแหล่งที่มาของคำแถลง เพื่อความเชื่อถือของประชาชน 1.5) คำชี้แจง หรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องแก้ไขโดยรวดเร็ว ฉับพลัน ทันต่อเหตุการณ์ 1.6) คำชี้แจง หรือแถลงแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องแก้ไขตรงจุดตรงประเด็น เพื่อหักล้างความเข้าใจผิด หรือข่าวลือที่ไม่เป็นมงคลนั้นเสีย

2) การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ ส่วนมากเป็นความเข้าใจผิดบางประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียหายมากกว่าผลดี การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำ (Deeds) ให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเองเพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออวกุศลดังกล่าวเสีย ตัวอย่างเช่น มีข่าวลือ หรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความสกปรกในการผลิตการบรรจุหีบห่อของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท ก็อาจจะแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยการกระทำและแสดงให้เห็นข้อเท็จจริง โดยการเชิญสื่อมวลชนหรือตัวแทนกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิดเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือบริษัท หรือชมกรรมวิธีในการผลิต การบรรจุหีบห่อของสินค้า เป็นการลบล้างความเข้าใจผิดไปในตัว

สรุป ลักษณะการดำเนินงานป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครอง และชุมชนชุมชน มีดังนี้

1) การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์ หรือประกาศ ชี้แจงแก้ความเข้าใจผิดนั้นไปยังผู้ปกครอง เพื่อให้ผู้ปกครองทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง วิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้ จึงเป็นวิธีแก้โดยตรงไปตรงมา กล่าวคือ ความจริงมีอยู่อย่างไร ก็แถลงไปตามนั้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง ควรยึดหลักดังนี้ 1.1) ต้องเป็นความเข้าใจผิดที่ปรากฏอย่างชัดเจน 1.2) ใช้ความจริงเข้าสู่ในการแถลง 1.3) คำชี้แจง หรือแถลง ไม่ควรเยิ่นเย้อ

1.4) มีหลักฐาน และแหล่งที่มาของคำแถลง เพื่อความเชื่อถือของผู้ปกครอง 1.5) ต้องแก้ไข โดยรวดเร็ว ฉับพลัน ทันท่วงทีเหตุการณ์ 1.6) แก้ให้ตรงจุดตรงประเด็น เพื่อห้กำลังใจความ เข้าใจผิด หรือข่าวลือที่ไม่เป็นมงคล

2) การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม เป็นการออกประกาศชี้แจง หรือ แถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำให้ผู้ปกครองได้เห็นประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อ ลดล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออกุศลต่าง ๆ

2.9.3 การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงการมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา ไว้ดังนี้

บุญรักษา ประเสริฐ (2553, หน้า 13) ได้กล่าวว่าเจตคติ คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น และท่าทีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากการเรียนรู้ การได้รับ ประสบการณ์ ที่แสดงออกให้เห็นโดยพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 24) ได้กล่าวว่า การมีเจตคติที่ดีต่อองค์กร เป็นการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน สถาบันทุกสถาบัน ไม่ว่าจะดำเนินกิจการ ด้านใดก็ตาม เช่น ด้านการศึกษา ด้านการบริการ ด้านการผลิต ฯ ล้วนแต่ต้องสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับประชาชน อาจจะได้โดยตรงหรือทางอ้อม หากสถาบันนั้น ๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา จะมีผลทำให้ การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ดอกอ้อ สุขศรี (2554, ออนไลน์) ได้กล่าวว่า การมีเจตคติที่ดีต่อองค์กร เป็นสภาวะของความพร้อมทางจิตใจซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรง ที่กำหนดทิศทางของปฏิกริยาระหว่างบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของและ สถานการณ์ที่ เกี่ยวข้อง เจตคติจึงก่อรูป ได้ดังนี้ 1) เกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมใน สังคม 2) การสร้างความรู้สึกจากประสบการณ์ของตนเอง 3) ประสบการณ์ที่ได้รับจาก เดิม มีทั้งทางบวกและลบ จะส่งผลถึงเจตคติต่อสิ่งใหม่ที่คล้ายคลึงกัน 4) การเลียนแบบ บุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาเจตคตินั้นมาเป็นของตน

ฐาปนี สิริรุ่งเรือง (2559, หน้า 30) ได้กล่าวว่าเจตคติที่ดีต่อองค์กรมี ความหมาย ดังนี้

1) ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากทีบุคคลได้มี ประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้จึงแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1.1) ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบและสนับสนุน

1.2) ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบและไม่สนับสนุน 1.3) ความรู้สึกที่เป็นกลางคือไม่มีความรู้สึกใด ๆ

2) บุคคลแสดงความรู้สึกทางด้านพฤติกรรม ซึ่งแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะ คือ 2.1) พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ มีการกล่าวถึง สนับสนุนท่าทางหน้าตาบ่งบอก ความพึงพอใจ 2.2) พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็นไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก

สรุป การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความนิยมความคิด ความรู้สึกที่ดีความศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน มีผลทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.9.4 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

นักวิชาการได้กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังนี้

วัฒนา ศุรุสวัสดี (2553, หน้า 168) ได้กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรต่าง ๆ ในโรงเรียน (Staff Relations) ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับครู คณาจารย์ ครูต่อครู ครูต่อคณาจารย์ และระหว่างคณาจารย์ด้วยกันเอง ความสัมพันธ์อันดีของบุคคลเหล่านี้ มีส่วนในการสร้างทัศนคติของชุมชนที่มีต่อโรงเรียน ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีหรือเลวต่อโรงเรียน ขึ้นอยู่กับการกระทำของโรงเรียนที่จะต้องทำให้บุคคลเหล่านี้เป็นตัวกลางที่จะอธิบาย นโยบายการทำงานทางด้านการศึกษาของโรงเรียนในทางที่ดี เพราะบุคคลเหล่านี้ต่างก็เป็นสมาชิกของชุมชน ย่อมมีโอกาสจะถ่ายทอดเรื่องราวของโรงเรียนไปสู่ชุมชนภายนอกโรงเรียน "ถ้าบุคคลเหล่านั้นมีขวัญดีมีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียนของตน ก็จะได้ถ่ายทอดเรื่องราวในทางที่ดีและในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลเกิดความแตกแยกหรือขัดแย้งกัน แยกความสามัคคี ไม่รวมมือ

ภัทรรัฐ วิชะยะวงษ์ (2553, หน้า 13) ได้กล่าวว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดภัยจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน

สุทธิดา ชีวะวิโรจน์ (2554, หน้า 26-27) ได้กล่าวว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ พนักงานลูกจ้างรวมตลอดจนถึงนักการ ภารโรง คนขับรถภายในองค์การ สถาบัน ให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียวสามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดีต่อหน่วยงานการประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ สถาบันยังไร้ประสิทธิภาพเพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงาน จะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วยและการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์การ สถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบายและการของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วยสำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจาแบบซึ่งหน้า (Face to Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าวภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์กร สถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น รวมทั้งชุมชนและวงใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบันและให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี และโดยที่การประชาสัมพันธ์ภายนอกจำต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาเผยแพร่กระจายข่าวสารสารสนเทศด้วยอันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

พชรุณี ไพ ประภัสสร (2557, หน้า 31) ได้กล่าวว่าการสร้างความสัมพันธ์หมายถึง ความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงานหรือบุคลากรของสถาบัน ซึ่งโดยทั่วไป การประชาสัมพันธ์อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1) การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มภายในสถาบัน (Internal Public) ให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่ผู้ร่วมงาน รวมทั้งการเสริมสร้างขวัญ กำลังใจ และความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดีย่อมส่งผลสะท้อนไปยังการประชาสัมพันธ์ภายนอกซึ่งจะช่วยเอื้ออำนวยให้บริการและดำเนินงานขององค์การเป็นไปด้วยราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ

2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก (External Public) กลุ่มต่าง ๆ ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน โดยตรง เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค สื่อมวลชนกลุ่มประชาชนในท้องถิ่น ที่อยู่ละแวกเดียวกับสถานที่ตั้งของสถาบัน และกลุ่มประชาชนทั่วไปเพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจและให้ความร่วมมือกับสถาบัน

สรุป การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หมายถึง การทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดภัยจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน

ลักษณะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ นักวิชาการได้กล่าวถึง ไว้ดังนี้

วัฒนา ศุรุสวัสดิ์ (2553, หน้า 168) ได้กล่าวว่า ลักษณะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการ ดังนี้

- 1) สร้างความรู้สึกรู้สึกให้เป็นเหมือนเพื่อนร่วมงาน
- 2) สร้างให้เกิดความจงรักภักดี ความสามัคคีกลมเกลียว ภูมิใจที่ได้ใช้ความรู้ความถนัดในการทำงาน
- 3) จัดชั่วโมงสอนมอบหมายหน้าที่การปฏิบัติงานพิเศษอื่น ๆ ให้ยุติธรรม
- 4) จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่มีคุณภาพ เพื่อให้บุคลากรได้ทราบความเคลื่อนไหว เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน
- 5) จัดกิจกรรมยกย่องคนทำความดี มีการประกาศเกียรติคุณ และเผยแพร่ผลงานดีเด่น และกิจกรรมทางสังคม ตลอดจนงานวิชาการต่าง ๆ โดยฝ่ายบริหารและบุคลากรในโรงเรียน ทุกฝ่ายเข้าร่วมโดยพร้อมเพรียง
- 6) ให้เกียรติและยอมรับความสำเร็จของงานซึ่งกันและกัน ตลอดจนไม่ดูถูกเหยียดหยามซึ่งกันและกัน
- 7) การพิจารณาความดีความชอบ มี

หลักเกณฑ์ข้อมูลที่ยุติธรรม อ้างอิงได้ 8) ช่วยขจัดปัดเป่าปัญหาด้าน เศรษฐกิจโดยจัดเป็นสวัสดิการผลประโยชน์แก่ผู้ร่วมงาน ให้ได้รับความสะดวกรวดเร็ว 9) จัดสภาพการทำงานให้สะอาดสะอ้าน เช่น ห้องพักครู ครัวจัดหาวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนเอกสารตำรา เพื่อสนองความต้องการของครูที่จะใช้ให้เพียงพอ โดยที่ครูไม่ต้องซื้อเอง 10) จัดให้มีการพบประสังสรรค์กันเป็นครั้งคราวตามโอกาสที่เหมาะสม เช่น ในวันปิดภาคเรียน ปีใหม่ การปฐมนิเทศครูใหม่ การแข่งขันกีฬาระหว่างเพื่อนร่วมงาน การไปทัศนศึกษาดูงานร่วมกัน 11) ระวังการปฏิบัติที่ผิดจรรยาบรรณ เช่น นินทาว่าร้ายกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน 12) คณงานการโรง และเจ้าหน้าที่ให้ความเคารพเชื่อฟังครูอาจารย์ และ 13) จัดเอกสารสิ่งพิมพ์ (Internal Publication) ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของโรงเรียน ตลอดจนความรู้ในด้านข่าวสารภายนอกโรงเรียน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของบุคลากร

เมขลา วิรัสวา (2555, หน้า 23-24) ได้กล่าวว่าลักษณะการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรต่างๆ ภายในโรงเรียนความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร ประเภท และระดับต่าง ๆ ภายในโรงเรียน เป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะบุคคลเหล่านี้จะมีส่วนในการสร้างประชาคมของชุมชนที่มีต่อโรงเรียน ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีหรือเลวต่อโรงเรียน ขึ้นอยู่กับการกระทำของบุคลากรภายในโรงเรียน และเราจะทำอย่างไรที่จะทำให้บุคคลเหล่านั้นเป็นตัวกลางที่จะอธิบายนโยบายการทำงานทางด้านการศึกษาของโรงเรียนในทางที่ดี พูดถึงเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ของโรงเรียนในทางที่ดีให้ประชาชนทราบผู้บริหารโรงเรียน หัวหน้าหมวด หรือหัวหน้าสายวิชา ครู พนักงาน เจ้าหน้าที่ เสมียน คณงานการโรง ในฐานะที่เป็นสมาชิกคนหนึ่งของชุมชน จะต้องพบและเกี่ยวข้องกับบุคคลต่าง ๆ ตลอดจนองค์กร และสถาบันต่าง ๆ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด นายกเทศมนตรี สภาตำบล เทศบาล นายอำเภอ ศึกษาธิการอำเภอ และจังหวัด วัด ฯลฯ ถ้าบุคลากรของโรงเรียนมีขวัญดี มีทัศนคติต่อโรงเรียนที่ดียอมถ่ายทอดเรื่องราวของโรงเรียนในทางที่ดีให้ชุมชนฟัง และถ้าในทางตรงกันข้าม ถ้าเกิดความขัดแย้งแตกความสามัคคี ไม่รวมมือกันขวัญของบุคลากรเสีย ก็จะกล่าวถึงโรงเรียนในทางร้าย ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องสร้างและกระทำในสิ่งต่อไปนี้ 1.1) สร้างความรู้สึกให้เป็นเหมือนเพื่อนร่วมงาน 1.2) สร้างให้เกิดความรักภักดี ความสามัคคีกลมเกลียว 1.3) การแบ่งงานการสอน และการปฏิบัติพิเศษอื่น ๆ ให้ยุติธรรม และเสมอภาค 1.4) ป้องกันการแบ่งแยก และแตกแยกเป็นกลุ่มย่อยขึ้นในโรงเรียน 1.5) วางขอบเขตงาน และหน้าที่การงานให้ชัดเจนว่าใครมีหน้าที่อะไร

1.6) ให้เกียรติ และยอมรับนับถือ เห็นความสำคัญของงานซึ่งกันและกัน 1.7) ช่วยขจัดปัดเป่าปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ และความเดือดร้อนอื่น ๆ 1.8) ระวังการปฏิบัติที่ผิดจรรยาบรรณ เช่น นินทาว่าร้ายกันในหมู่บุคลากร 1.9) จัดระบบการสื่อสารที่ดี ให้ได้ทราบเรื่องราวที่เกิดขึ้นในโรงเรียนอย่างทั่วถึง 1.10) จัดงานให้มีการพบปะสังสรรค์เป็นครั้งคราว ตามโอกาสที่เหมาะสม

2) ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน และศิษย์เก่า นักเรียน ศิษย์เก่า และสมาคมศิษย์เก่า เป็นส่วนหนึ่งที่จะประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้กับผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชน ให้ทราบเหตุการณ์ทั้งด้านดี และด้านเสียของโรงเรียน โรงเรียนจะได้รับการสนับสนุนจากศิษย์เก่า ผู้ปกครอง และชุมชนมากขึ้นเรื่อย ๆ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนปฏิบัติต่อนักเรียนและศิษย์เก่าที่จบไปแล้ว ชุมชนจะพิจารณาโรงเรียนว่าดีหรือไม่ก็โดยฟังคำวิพากษ์วิจารณ์ของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ และที่จบไปแล้ว เรื่องที่เด็กมักพูดถึงมีเรื่องเกี่ยวกับตัวครู การให้การบ่นของครู การปฏิบัติตนของครูในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน ครู และระเบียบต่าง ๆ ของโรงเรียน ประสบการณ์ของนักเรียนที่ได้รู้จักครูใหญ่ กับพนักงานในสำนักงานพยาบาลโรงเรียน ห้องอาหาร คณงาน ภารโรง และคนขับรถ ฯลฯ และสิ่งเหล่านี้ก็จะประทับใจและฝังอยู่ในความรู้สึกของเด็กเมื่อได้จบไปจากโรงเรียนแล้ว ดังนั้น ทางโรงเรียนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสำรวจ และแก้ไขสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ให้ดี เพื่อที่จะทำให้เด็กเหล่านี้เกิดความรักใคร่โรงเรียนและช่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียนไปในทางที่ดี นอกจากนี้บุคลิกภาพของครูมีอิทธิพลต่อแนวความคิดและความรู้สึกของนักเรียนต่อโรงเรียน เด็กนักเรียนมักจะชอบครูที่มีรูปร่างหน้าตาดีเสียงไพเราะรื่นหู เข้าอกเข้าใจมีความรู้สึกเป็นมิตร ยุติธรรม ไม่ดูหมิ่นดูแคลน เข้าใจในปัญหาความต้องการของเด็ก มีอารมณ์ขันแต่ไม่ใช้การหน่วงเหนี่ยวเวลา และละเอียดหน้าที่การสอน สามารถควบคุมตัวเองได้เมื่อเด็กอยากลงดี เด็กจะให้ความเคารพนับถือ และร่วมมือกับครูที่ให้ความช่วยเหลือเขาในด้านการเรียนที่เขาประสบความยุ่งยาก การปฏิบัติตนที่สม่ำเสมอของครูดังที่กล่าวมานี้จะทำให้เด็กรักโรงเรียน และพูดในสิ่งที่ดีของครูและโรงเรียนให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบ นอกจากบุคลิกภาพของครูมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ของเด็กกับครูแล้ว การปฏิบัติและการใช้อำนาจของครูต่อนักเรียนยังเป็นเครื่องสร้างความสัมพันธ์หรือทำลายความสัมพันธ์ของครูกับเด็กได้โดยพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้ 2.1) การให้การยอมรับนับถือต่อบุคลิกภาพของเด็กทุกคนเหมือนกัน 2.2) ระมัดระวังในปัญหาส่วนตัว และปัญหาทางวิชาชีพของครู อย่าให้ขัดกัน 2.3) ระวังอย่าให้เกิดความลำเอียง 2.4) การลงโทษทางความ

ประพฤติ และวินัยนักเรียน ทำให้เหมาะสม 2.5) เตรียมการสอนอย่างดี 2.6) ใช้วิธีการสอนให้เหมาะสม 2.7) ระมัดระวังในเรื่องประเด็นความขัดแย้งเป็นกรณี 2.8) ให้การบ้านอย่างเหมาะสม 2.9) การให้คะแนนอย่างถูกต้อง และเหมาะสม 2.10) จัดการสอบให้ถูกต้องตามเวลา และเนื้อหาที่เหมาะสม 2.11) ระวังเรื่องการให้เด็กตกหรือเด็กได้ต้องพิจารณาด้วยความถูกต้องและยุติธรรม

3) ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่ากับครู และโรงเรียน 3.1) ติดตามความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหวของศิษย์เก่า 3.2) เมื่อศิษย์เก่ามาขอความช่วยเหลือทางโรงเรียนควรอำนวยความสะดวก เช่น ขอใบสุทธิ ใบรับรอง 3.3) ให้โอกาสศิษย์เก่ามาจัดงานชุมชนที่โรงเรียน 3.4) เชิญศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จมาสนทนากับครู และนักเรียน 3.5) เมื่อมีงานหรือกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน ก็เชิญศิษย์เก่ามาติดรูปศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ ก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้นักเรียนปัจจุบันได้ทราบ และยึดถือเป็นแบบอย่าง 3.6) ครูใหญ่หรือครู หาโอกาสเยี่ยมศิษย์เก่าเมื่อมีโอกาส 3.7) ให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาเมื่อได้รับการขอร้องกับศิษย์เก่า 3.8) สนับสนุนให้จัดตั้งสมาคมศิษย์เก่า 3.9) ชักจูงให้มาหาความรู้เพิ่มเติม ถ้าโรงเรียนเปิดสอนวิชาชีพ 3.10) ส่งข่าวสารความเคลื่อนไหวของโรงเรียนให้ทราบเป็นประจำ ถ้ามีงบประมาณทำ

4) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครู และโรงเรียน ขจัดอุปสรรคในการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครอง โดย 4.1) สร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดกับผู้ปกครอง 4.2) ครูมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ปกครองในอาชีพต่าง ๆ ไม่ดูถูกเหยียดหยามผู้ปกครองยากจนให้ทราบนโยบายและระเบียบปฏิบัติของโรงเรียนอย่างชัดเจน 4.3) จัดบริการด้านสวัสดิการนักเรียนได้ดี กิจกรรมที่ควรดำเนินงานในด้านความสัมพันธ์กับผู้ปกครองมีดังนี้ (1) ครูออกเยี่ยมเยียนผู้ปกครองเมื่อมีโอกาส (2) รายงานความก้าวหน้าทางการศึกษาของนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบ แจ้งเรื่องทางที่ดีให้ทราบบ้าง ไม่ใช่แจ้งแต่ปัญหา และความเลวร้ายของนักเรียน (3) เชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมเขียนโรงเรียนในโอกาสที่มีกิจกรรมต่าง ๆ (4) จัดประชุมผู้ปกครองในโอกาสอันควรเป็นครั้งคราว (5) ส่งข่าวสาร จดหมายข่าว แจ้งความเคลื่อนไหวก้าวหน้า หรือความเปลี่ยนแปลงของโรงเรียนให้ทราบ 4.4) จัดนิทรรศการผลงานของนักเรียน และเชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมชม 4.5) เชิญผู้ปกครองที่มีความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ มาให้ความรู้กับเด็ก 4.6) เชิญผู้ปกครองเยี่ยมกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน เช่น กีฬา ละคร หรือดนตรี 4.7) จัดให้มีวัน "คุยกับคุณครู" โดยเชิญ

ผู้ปกครองมาสนทนากับครูประจำชั้นอย่างน้อยเดือนละครั้ง 4.8) ผลักดันให้เกิดสมาคมผู้ปกครอง และครู

5) ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับครูและโรงเรียน ดังนี้ 5.1) เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มาใช้บริการของโรงเรียน เช่น บริเวณสถานที่จัดงานมงคลต่าง ๆ ตามความเหมาะสม 5.2) สำรวจความต้องการทางด้านการศึกษาของประชาชนเป็นครั้งคราว 5.3) เมื่อมีกิจกรรมของโรงเรียนควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมาร่วมด้วย โดยจัดที่นั่งให้กับประชาชนอยู่คนละข้างกับครู โดยเสมอหน้ากัน 5.4) เชิญประชาชนที่มีความสามารถในชุมชนมาให้ความรู้กับนักเรียน หรือพานักเรียนไปเยี่ยมเขียนโรงงาน สวนไร่ หรือสถานที่ทำงาน ที่จะเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ศึกษาโดยตรง 5.5) ชักจูงให้มาร่วมงานเป็นกรรมการต่าง ๆ ในกิจกรรมของโรงเรียน 5.6) เปิดโอกาสให้ใช้บริเวณโรงเรียนมาแสดงผลผลิตภัณฑ์ หรือผลผลิตเพื่อเผยแพร่และจำหน่ายกันเองในราคาถูก 5.7) ครูและนักเรียนร่วมกิจกรรมและพิธีการต่าง ๆ ของชุมชน ในโอกาสสำคัญ ๆ

6) ความสัมพันธ์กับสมาคมผู้ปกครอง และครูกับโรงเรียน ดังนี้ 6.1) อำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ตั้งของสมาคม 6.2) สนับสนุนให้ครูร่วมงานกับสมาคมให้มาก 6.3) จัดให้มีการอภิปรายทางวิชาการ โดยสมาคมเป็นผู้จัด 6.4) ให้สมาคมได้มีโอกาสช่วยเหลือในด้านสุขภาพของเด็ก 6.5) ให้สมาคมได้จัดหาเงินทุนให้กับเด็กที่ยากจนขัดสน แต่ความประพฤติดี 6.6) มีการแข่งขันกีฬาระหว่างสมาชิกสมาคมผู้ปกครองกับครู 6.7) จัดให้มีการอภิปรายปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับเด็ก และการดำเนินงานบริหารโรงเรียน 6.8) จัดให้มีการช่วยเหลือกันในหมู่สมาชิก เช่น การจำหน่ายสินค้าราคาถูก 6.9) เชิญสมาชิกสมาคมเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน และของโรงเรียน 6.10) ให้สมาคมมีบทบาทในด้านการจัดสอนวิชาชีพ หรืองานศิลปวัฒนธรรมในโรงเรียน

7) ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการการศึกษา กับโรงเรียน ดังนี้ 7.1) ให้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และเป้าหมายทางการศึกษาของโรงเรียน 7.2) ให้มีส่วนร่วมในการพิจารณาแผนงานของโรงเรียน 7.3) สนับสนุนให้หาทางช่วยเหลือโรงเรียนในด้านการเงิน 7.4) เคารพในความคิดเห็นที่มีเหตุผล และ จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมของคณะกรรมการ 7.5) เปิดโอกาสให้คณะกรรมการแสดงออกในงานสำคัญ ๆ ของโรงเรียน

8) ความสัมพันธ์กับสมาคมต่าง ๆ ในชุมชนหรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียนผู้บริหารและครูจำเป็นต้องทราบ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมาคมต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนที่ โรงเรียนตั้งอยู่ เพื่อหาทางดึงมาให้มีส่วนร่วมในการสนับสนุน การจัดการศึกษาของโรงเรียน เช่น สมาคมโรตารี ไลออนส์ ลูกเสือชาวบ้าน สภาตำบล ฯลฯ การสร้างความเข้าใจกันควรเป็นกระบวนการสองทางคือ โรงเรียนได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนทางหนึ่งและในทางกลับกัน โรงเรียนก็ให้บริการทางด้านอาคารสถานที่ และความช่วยเหลือบริการในกิจการของสมาคม

9) ความสัมพันธ์กับสถาบันทางวิชาชีพครู สมาคมทางวิชาชีพครู เช่น ครูสภา สมาคมการศึกษาแห่งประเทศไทย สมาคมผู้บริหารแห่งประเทศไทย สมาคมคณิตศาสตร์ สมาคมครุวิทยาศาสตร์ สมาคมพลศึกษาสุศึกษา และนันทนาการ ฯลฯ ความสัมพันธ์สร้างได้โดย 9.1) สนับสนุนให้ครูเป็นสมาชิกของสมาคม 9.2) ร่วมเป็นคณะกรรมการของสมาคม 9.3) รับวารสารของสมาคม 9.4) ร่วมการประชุมทางวิชาการของสมาคม 9.5) เขียนบทความให้กับสมาคม 9.6) ขอความร่วมมือในการจัดอบรมจากสมาคม หรือเชิญวิทยากรจากสมาคมมาให้ความรู้กับครู 9.7) บริการสถานที่ในโอกาสที่สมาคมจะมาขอให้จัดกิจกรรม 9.8) ปรึกษาปัญหาการบริหาร หรือการปฏิบัติงานกับสมาคม

ชูชาติ พ่วงสมจิตร (2560, หน้า 4) ได้กล่าวถึงวิธีการดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายให้เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน ในที่นี้ขอเสนอแนวทางการดำเนินงานในส่วนที่โรงเรียนควรดำเนินการ ดังนี้ 1) สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ซึ่งวิธีการสามารถทำได้หลายวิธี เช่น โครงการโรงเรียนเยี่ยมชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ การให้บริการแก่ชุมชน การให้ชุมชนเข้าเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมกับโรงเรียน การติดต่อกับชุมชนด้วยจดหมายและสิ่งพิมพ์ การตั้งสมาคมผู้ปกครอง เป็นต้น 2) ให้เกียรติและรับฟังความคิดเห็นของชุมชนตามเหตุผลและปฏิบัติต่อประชาชนอย่างผู้ที่มีฐานะเท่าเทียมกัน รวมทั้งเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ใช่ชุมชนเป็นเพียงแหล่งทรัพยากรแต่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ตามศักยภาพ 3) ไม่รบกวนชุมชนบ่อยเกินไป เช่น ไม่ขอบริจาคบ่อย ๆ จนชุมชนเดือดร้อน 4) แสดงบทบาทของการเป็นฝ่ายให้แก่ชุมชนให้มากขึ้น เช่น จัดโครงการอบรมอาชีพแก่ประชาชน การประสานงานกับหน่วยงานอื่นเพื่อประโยชน์ของชุมชน เป็นต้น 5) สร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นต่อชุมชน เช่น การบริหารงาน

ที่โปร่งใสตรวจสอบได้ การมีผลงานเป็นที่ยอมรับของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ การตั้งใจสั่งสอนอบรมบุตรหลานของชุมชนให้เป็นคนดี คนเก่ง มีความสุขและปลอดภัย

สรุป ลักษณะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ 1) สร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้ปกครอง 2) ครูออกเยี่ยมเยียนผู้ปกครองเมื่อมีโอกาส 3) รายงานความก้าวหน้าทางการศึกษาของนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบ 4) เชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมเยียนโรงเรียนในโอกาสที่มีกิจกรรมต่าง ๆ 5) จัดประชุมผู้ปกครองส่งข่าวสาร จดหมายข่าว แจ้งความเคลื่อนไหวก้าวหน้าหรือความเปลี่ยนแปลงของโรงเรียนให้ทราบ 6) จัดนิทรรศการผลงานของนักเรียน และเชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมชม 7) เชิญผู้ปกครองที่มีความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ มาให้ความรู้กับเด็ก 8) เชิญผู้ปกครองเยี่ยมกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน เช่น กีฬา ละคร หรือดนตรี 9) ผลักดันให้เกิดสมาคมผู้ปกครองและครู และ 10) สร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ในชุมชนหรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียนผู้บริหารและครูจำเป็นต้องทราบ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนที่ โรงเรียนตั้งอยู่ เพื่อหาทางดึงมาให้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนการ จัดการศึกษาของโรงเรียน

2.9.5 การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

นักวิชาการได้กล่าวถึงการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ไว้ดังนี้

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2553, ออนไลน์) และศุภวัฒน์ คุณานัฐวัฒน์ (2553, ออนไลน์) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษาไว้ว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อโรงเรียน ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสามารถสร้างขึ้นได้โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่โรงเรียนทำได้ยากพอ ๆ กับการรักษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน แต่ก็คงไม่เกิน

ความสามารถของผู้บริหาร คณะกรรมการโรงเรียนและผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำให้เกิดขึ้นมาได้

ปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 24) ได้กล่าวว่าการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ การประชาสัมพันธ์จะยึดหลักการดำเนินงานที่ว่าต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ซื่อสัตย์ และประพฤติปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอก็เพื่อที่จะทำให้ประชาชนทั่ว ๆ ไปเกิดความเชื่อถือในสถาบัน อันจะทำให้เกิดความไว้วางใจยอมรับ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานของสถาบัน

กนกรวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 16) ได้กล่าวว่าการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ภาพลักษณ์ที่ดี ความจงรักภักดี เกิดการรับข้อมูลข่าวสาร ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกหน่วยงาน ก่อให้เกิดความรู้จักระหว่างหน่วยงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในงานประชาสัมพันธ์ถือเป็นลักษณะงานที่มีความสำคัญและเป็นงานที่ต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่องด้วยเหตุที่ว่า การสร้างความรู้ความเข้าใจภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงานเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เนื่องจากจะเป็นส่วนที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลและรู้จักตัวหน่วยงานในระดับหนึ่งซึ่งทำให้สามารถขยายความสัมพันธ์ไปในวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ และสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไปยังวัตถุประสงค์ในข้ออื่น ๆ ที่ต้องการ

เกษศิรินทร์ มั่งมี (2556, หน้า 7) ได้กล่าวภาพลักษณ์โรงเรียน หมายถึง สภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

1) ด้านความเชื่อถือ หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ โดยแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ใช้สื่อและนวัตกรรมที่ทันสมัย สามารถดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายที่วางไว้

2) ด้านการยอมรับ หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงเรียนในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านของผลผลิตหรือผลงานการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การบริการ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ

3) ด้านความศรัทธา หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีความประทับใจ ความไว้วางใจ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จของบุตรหลานที่ศึกษาในโรงเรียน รวมทั้งการได้รับความนิยมนส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาหาความรู้ในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น โดยมีการบอกต่อและขยายการใช้บริการ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

ศุภภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559, หน้า 28) ได้กล่าวว่าโรงเรียน เป็นองค์การประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะเป็นองค์การสาธารณะและมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริการแก่คนในสังคมให้ได้รับการศึกษาอย่างยุติธรรม มีคุณภาพและโดยทั่วถึงกัน ฉะนั้นภาพลักษณ์ของโรงเรียนจึงมีลักษณะเช่นเดียวกับภาพลักษณ์ขององค์การ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนจำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ โรงเรียนต้องมีความน่าเชื่อถือ โรงเรียนต้องได้รับความศรัทธา และโรงเรียนต้องได้รับความยอมรับ คุณลักษณะอันเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนดังกล่าวข้างต้นอธิบายได้ ดังนี้

1) ความเชื่อถือหรือความน่าเชื่อถือ เป็นมิติหนึ่งของภาพลักษณ์องค์การเป็นที่น่าเชื่อถือของบุคคลภายนอกและภายในองค์การต้องมีคุณลักษณะหลายอย่างผสมผสานกัน เช่น องค์การต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นองค์การที่มั่นคงพึ่งพาได้ เป็นองค์การที่มีความชอบธรรมมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของสังคมโดยมีอุดมการณ์ดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่

2) การยอมรับเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของภาพลักษณ์ เพราะการยอมรับถือว่าการตกลงหรือการเห็นด้วย กระบวนการที่ทำให้เกิดการยอมรับได้ต้องประกอบด้วยความรู้จักสิ่งนั้น มีความรู้สึกที่นาสนใจและเมื่อนำไปปฏิบัติหรือทดลองแล้วประเมินได้ว่ามีค่าและการยอมรับในลักษณะที่เป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนควรจะประกอบด้วย ความรู้สึกของผู้ปกครองต่อโรงเรียน เช่น ผู้ปกครองมีความนิยมในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียน ผู้บริหารและครูมีความเป็นผู้นำและมีความเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน โรงเรียนมีโครงการที่ได้รับความร่วมมือจากชุมชนและผู้ปกครอง เป็นต้น

3) ความศรัทธา เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคลที่มีความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หมายถึง ความเชื่อความเลื่อมใสต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตลอดจนยึดถือเป็นแนวคิด เป็นวิถีชีวิตและเป็นรูปแบบของพฤติกรรมในการแสดงออก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความจงรักภักดี ความเพียรพยายามในการกระทำที่ทำให้เกิดความสำเร็จ ลักษณะที่แสดงออกถึงความศรัทธาของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนในลักษณะอันนี้ เช่น มีความภูมิใจกับความสำเร็จของบุตรหลานที่ได้ศึกษาในโรงเรียน มีความประทับใจกับการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียน

เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 26) ได้กล่าวว่าการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษาเป็นการสร้างความรักความชื่นชมในองค์กร รวมถึงความเข้าใจที่ดีต่อกัน เมื่อประชาสัมพันธ์ไปแล้วทำให้เกิดความเข้าใจ (Understanding) เพราะมีหลักความเชื่อหนึ่งว่าเมื่อชอบแล้วก็พร้อมที่จะให้การสนับสนุน

สรุป การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา หมายถึง สภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

ลักษณะการดำเนินงานการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา นักวิชาการได้กล่าวถึงการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ไว้ดังนี้

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2553, ออนไลน์); ศุภวัฒน์ คุณานูวัฒน์ (2553, หน้า ออนไลน์)ว เกษศิริรินทร์ มั่งมี (2556, หน้า 45) และศุภาพิชญ์ ปังกระโทก (2559, หน้า 30) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา คือ หากพิจารณาโครงสร้างและภารกิจของโรงเรียน ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรหลายฝ่าย มีหน้าที่บริหารและจัดการศึกษาให้เป็นไปตามความต้องการของผู้เรียนและหลักสูตร ดังนั้นภาพลักษณ์ของโรงเรียนจึงจัดเป็นประเภทภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) มากกว่า ภาพลักษณ์ในประเภทอื่น ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียน คือ ผลที่เกิดจากความเชื่อถือ การยอมรับ และศรัทธาที่บุคคลมีต่อโรงเรียน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1) ความเชื่อถือ ได้แก่ 1.1) บุคลากร ผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ 1.2) ชื่อเสียงของโรงเรียน ในด้านใดด้านหนึ่งหรือรวมกัน เช่น ด้านวิชาการ กีฬา ดนตรี 1.3) ความเหมาะสมของอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน 1.4) การพัฒนาโรงเรียนจนได้รับรางวัลและการยกย่อง เช่น โรงเรียนรางวัลพระราชทาน โรงเรียนจัดสิ่งแวดล้อมดีเด่น

2) การยอมรับ ได้แก่ 2.1) ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อมากขึ้น 2.2) บุคลากรในโรงเรียนเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน 2.3) โรงเรียนมีโครงการที่ดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองและชุมชน

3) ความเชื่อมโยงในศรัทธา ได้แก่ 3.1) ความภาคภูมิใจของนักเรียนที่จบจากโรงเรียนแล้วประสบความสำเร็จในการทำงานและเรียนต่อ 3.2) ความประทับใจของนักเรียนและผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน

สำหรับกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ควรดำเนินการ ดังนี้

- 1) สร้างความรู้สึกรับรู้ให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันจะเป็นผลให้โรงเรียนเป็นที่เชื่อถือ
- 2) ปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด ทั้งด้านการบริหาร การจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ 3) กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางและหลักชัยในการทำงาน 4) นำโรงเรียนให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น 5) สร้างโรงเรียนให้มีชื่อเสียง เช่น การส่งโรงเรียนเข้าประกวด การส่งครูและนักเรียนไปแข่งขันความรู้
- 6) เน้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ควรดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน ตามการรับรู้ของบุคลากรในโรงเรียน นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและสังคมทั่วไป โดยการวิเคราะห์ วิจัย หรือสำรวจความคิดเห็น 2) สร้างความตระหนักแก่บุคลากรให้เห็นความสำคัญของภาพลักษณ์โรงเรียน 3) ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน หาความต้องการในการพัฒนาโรงเรียนให้มี ประสิทธิภาพและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี 4) กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาโรงเรียนให้คุณภาพ ได้รับการยอมรับ เชื่อถือและศรัทธาจากประชาชน 5) ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของโรงเรียนควบคู่ไปกับการบริหารและจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศ 6) มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานสม่ำเสมอ และนำผลการประเมินไปปรับปรุง 7) ทำการพัฒนาโรงเรียนให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

สรุป ลักษณะการดำเนินงานการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา มีดังนี้

- 1) สร้างความรู้สึกรับรู้ให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันจะเป็นผลให้โรงเรียนเป็นที่เชื่อถือ
- 2) ปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด ทั้งด้านการบริหาร การจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ 3) กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางและหลักชัยในการทำงาน 4) นำโรงเรียนให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น 5) สร้างโรงเรียนให้มีชื่อเสียง เช่น การส่งโรงเรียนเข้าประกวด การส่งครูและนักเรียนไปแข่งขันความรู้ และ
- 6) เน้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ

3.1 ความหมายของรูปแบบ

คำว่า “Model” เป็นคำภาษาอังกฤษที่นำมาใช้ในภาษาไทย โดยเข้ามา มีบทบาทในการทำการวิจัยและวิทยานิพนธ์ของนิสิตนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น โดยใช้คำว่า รูปแบบ ต้นแบบ แบบแผน แบบจำลอง ตัวแบบ เป็นต้น สำหรับในเอกสารนี้จะใช้คำว่า “รูปแบบ” เนื่องจากเป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในวงการวิจัยและการศึกษา (วารโร เฟ็งสวัสดี, 2553, หน้า 1)

รูปแบบเป็นสิ่งที่สร้างและพัฒนาขึ้นไว้เป็นแนวทางในการทำอย่างใด อย่างหนึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมาย ไว้ดังนี้

คัมภีร์ สุดแท้ (2553, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่สร้างหรือพัฒนาขึ้น แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรื่อง ให้เข้าใจง่ายขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไปในที่นี้หมายถึงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย และตัวบ่งชี้ของการบริหารงานวิชาการสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการบริหารงานวิชาการสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก

วารโร เฟ็งสวัสดี (2553, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ หมายถึง กรอบความคิดทางด้านหลักการ วิธีการดำเนินงาน และเกณฑ์ต่าง ๆ ของระบบ ที่สามารถยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้

สิทธิพล พรหมมินทร์ (2553, หน้า 39) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่สร้างและพัฒนาขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้เข้าใจง่ายขึ้นเพื่อใช้เป็นแบบหรือแนวทางในการดำเนินงานอย่างใด อย่างหนึ่งต่อไป

ทองใบ ทองมาก (2555, หน้า 79) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบสามารถอธิบายความหมายได้ตามปรากฏการณ์หรือความจริง ซึ่งเป็นการสร้างขึ้น อย่างมีระบบแบบแผน แสดงถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการ ที่แสดงหรืออธิบายอย่างชัดเจนเป็นขั้นตอนในการวิจัยครั้งนี้ได้นำมากำหนดเป็นรูปแบบ ที่แสดงโครงสร้างและความสัมพันธ์ของรูปแบบการนิเทศการศึกษาที่มีประสิทธิภาพใน โรงเรียนขนาดเล็ก เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องข้องในการจัดการศึกษานำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพ การศึกษาให้สูงขึ้น

สมนึก บุญใหญ่ (2556, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ คือ เป็นแบบจำลองของจริง เป็นตัวแบบที่ใช้เป็นแบบอย่างเป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเชิงสัญลักษณ์และหลักการของระบบ หรือเป็นแบบแผน ตัวอย่างของการดำเนินงานแสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ในระบบ

บุญศรี แสงศรี (2557, หน้า 70) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่สำคัญ ๆ ในเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะ เพื่ออธิบายพฤติกรรมหรือลักษณะบางประการของสิ่งที่เป็นจริงอย่างหนึ่ง เมื่อได้รับการพัฒนาขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นเป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

เมธา สีหานาท (2558, หน้า 89) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่แสดงถึงมโนทัศน์หรืออุดมคติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบต่าง ๆ นั้น ผ่านกระบวนการทดสอบอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ เพื่อช่วยให้ตนเองและคนอื่นเข้าใจได้ชัดเจน

Keeves (1988, p. 559) ได้ให้ความหมายของคำว่ารูปแบบ สรุปได้ว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่แสดงโครงสร้างของความสัมพันธ์ของระหว่างชุดของปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ หรือองค์ประกอบที่สำคัญในเชิงความสัมพันธ์หรือเหตุผลซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยให้เข้าใจข้อเท็จจริง หรือปรากฏการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนั้นยังได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบที่ใช้ประโยชน์ได้ควรจะมีข้อกำหนด (Requirement) 4 ประการ คือ

- 1) รูปแบบควรประกอบด้วย ความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้าง (Structural Relationship) มากกว่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันแบบรวม ๆ (Associative Relationship) 2) รูปแบบควรใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสามารถถูกตรวจสอบได้ โดยการสังเกต ซึ่งเป็นไปได้ที่จะทดสอบรูปแบบบนพื้นฐานของข้อมูลได้ 3) รูปแบบควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้น นอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ ควรใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย 4) รูปแบบควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่และสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า รูปแบบ หมายถึง แนวคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือองค์ประกอบที่กำหนด สามารถอธิบายความสัมพันธ์อย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3.2 ประเภทของรูปแบบ

นักวิชาการได้จำแนกประเภทของรูปแบบ ไว้ดังนี้

คัมภีร์ สุดแท้ (2553, หน้า 14) ได้กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ว่าการแบ่งประเภทของรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการสร้างแบ่งเป็น 2 ชนิด คือแบบจำลองสิ่งของที่เป็นรูปธรรม และแบบจำลองสิ่งของที่เป็นนามธรรม

วารุ เฟ็งสวัสดี (2553, หน้า 5) ได้กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ว่าการแบ่งประเภทของรูปแบบจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการอธิบายรูปแบบนั้น ๆ

ทองใบ ทองมาก (2555, หน้า 80) ได้กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ว่าการแบ่งประเภทรูปแบบหรือแบบจำลองนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการสร้างและสร้างขึ้นจากแนวคิดของทฤษฎี

ปาริชาติ ชมชื่น (2555, หน้า 10) ได้กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ว่าการแบ่งประเภทของรูปแบบพบว่าแบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้ของผู้ที่ต้องการนำรูปแบบไปใช้และสร้างจากแนวคิดทฤษฎีที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

บุญเชิด ชานิศาสตร์ (2556, หน้า 16) ได้กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ว่ารูปแบบมีหลายประเภทด้วยกันเป็นสิ่งที่สร้างและพัฒนาขึ้น ของแต่ละสาขาก็มีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น รูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์ ได้แบ่งออกเป็น รูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปไมยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม รูปแบบที่ใช้ภาษาสื่อในการขยายหรืออภิปรายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ รูปภาพ รูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และรูปแบบที่นำเอา ตัวแปรต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น

เพิ่มพูล รมศรี (2558, หน้า 67-68) ได้กล่าวถึงประเภทของรูปแบบไว้ว่าการแบ่งประเภทของรูปแบบหรือแบบจำลองนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการสร้างและสร้างขึ้นจากแนวความคิดของทฤษฎี ในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่า รูปแบบ ควรแบ่งเป็น

2 ประเภท คือ 1) รูปแบบที่เป็นรูปธรรม เป็นสิ่งของที่สามารถจับต้องได้ มีรูปร่าง มีขนาด เช่น รูปแบบของเครื่องบิน รูปแบบของต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้า เป็นต้น 2) รูปแบบที่เป็นนามธรรมเป็นโครงสร้างทางความคิดหรือองค์ประกอบของเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

สรุปได้ว่าประเภทของรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการสร้างและแนวคิดของทฤษฎีที่ใช้ในการสร้าง

3.3 องค์ประกอบของรูปแบบ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบ ไว้ดังนี้

วาโร เพ็งสวัสดิ์ (2553, หน้า 6) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบไว้ว่าการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบว่าจะประกอบด้วยอะไรบ้าง จำนวนเท่าใดมีโครงสร้างและความสัมพันธ์กันอย่างไร ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์ ปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่กำลังศึกษา ซึ่งจะออกแบบตามแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และหลักการพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบนั้น ๆ เป็นหลัก

วิชัย มานะพิมพ์ (2556, หน้า 21) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบไว้ว่าการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบขึ้นอยู่กับการศึกษา ต้องการทำนายปรากฏการณ์ด้านใด เรื่องอะไร แล้วเลือกใช้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ต้องการ

สมนึก บุญใหญ่ (2556, หน้า 21) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบไว้ว่าองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารงานบุคคลหรืองานอื่น ๆ ควรมียุทธศาสตร์หลัก คือ วัตถุประสงค์ของรูปแบบ วิธีการดำเนินงานของรูปแบบ มีหลักการและทฤษฎีการอธิบายศัพท์เฉพาะชัดเจน ระบุการนำรูปแบบไปใช้โดยมีสาระขององค์ประกอบที่สมบูรณ์ เอื้อประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาและนำรูปแบบไปใช้เป็นอย่างดี

สมศรี สุ่มมาตย์ (2557, หน้า 96) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบไว้ว่าการพัฒนารูปแบบที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต้องมีขั้นตอนในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกระบวนการวิจัยและพัฒนา ประกอบด้วย 1) หลักการ 2) จุดมุ่งหมาย 3) การจัดกลไกในการดำเนินการ 4) วิธีการดำเนินการ 5) การประเมินผล และ 6) เงื่อนไขความสำเร็จรวมทั้งการได้รับการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญตามกรอบแนวคิดซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบนั้น ๆ และการทดลองใช้รูปแบบเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการนำรูปแบบไปใช้

กมลพรรณ เกาโพธิ์ (2558, หน้า 16) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรูปแบบไว้ว่าองค์ประกอบของรูปแบบที่สำคัญที่คล้ายคลึงกัน คือ 1) หลักการ แนวคิด แบบแผนปัจจัยนำเข้า การวางแผน 2) วัตถุประสงค์ จุดหมายเป้าประสงค์ 3) ระบบกลไก เงื่อนไขของรูปแบบ 4) กระบวนการ วิธีการหรือยุทธศาสตร์ของรูปแบบ 5) ผลที่เกิดแนวทางการประเมินรูปแบบ ซึ่งการที่รูปแบบใดจะมีองค์ประกอบอย่างไรมากน้อยเท่าไร ไม่เป็นที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับรูปแบบนั้น ๆ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของรูปแบบ หมายถึง การพัฒนารูปแบบที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต้องมีขั้นตอนในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกระบวนการวิจัยและพัฒนา ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์ ปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่กำลังศึกษา ซึ่งจะออกแบบตามแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และหลักการพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบนั้น ๆ เป็นหลัก

3.4 การพัฒนารูปแบบ

นักวิชาการได้กล่าวถึงการพัฒนารูปแบบ ไว้ดังนี้

คัมภีร์ สุดแท้ (2553, หน้า 14) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก ซึ่งมีกระบวนการเริ่มจากการศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบหรือกรอบงานที่จะสร้างและพัฒนารูปแบบ จัดทำร่างรูปแบบ ตรวจสอบรูปแบบ ปรับปรุงรูปแบบ จัดทำคู่มือการดำเนินการตามรูปแบบ ประเมินความเหมาะสมของคู่มือ ทดลองใช้รูปแบบและประเมินผลการใช้รูปแบบ

วาโร เฟ็งสวัสดิ์ (2553, หน้า 9) ได้กล่าวถึงการพัฒนารูปแบบไว้ว่าการพัฒนารูปแบบ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนารูปแบบ และขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบ

สามารถ ทิมนาค (2553, หน้า 144) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบการนิเทศการสอนตามแนวคิดของกลี๊กแมน เพื่อพัฒนาสมรรถภาพการจัดการเรียนรู้ด้านทักษะการอ่านของครูภาษาไทย มีขั้นตอนการดำเนิน 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลพื้นฐาน ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบและพัฒนารูปแบบการนิเทศการสอน ขั้นตอนที่ 3 การนำรูปแบบการนิเทศการสอนไปใช้ และขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลรูปแบบการนิเทศการสอน

เรขา ศรีวิชัย (2554, หน้า 16) ได้กล่าวถึงการพัฒนารูปแบบ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานโดยใช้สื่อสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลตาม ลักษณะหรือปรากฏการณ์เฉพาะ ซึ่งอาจแสดงออกในรูปแบบจำลอง (Model) รูปแบบเชิง ระบบ รูปแบบความคิดเพื่อการถ่ายทอดแนวความคิดหรือจินตภาพ การพัฒนารูปแบบ อาจเป็นทั้งการสร้างรูปแบบใหม่ ๆ ของลักษณะของสิ่งต่าง ๆ หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ และการเสริมสร้างรูปแบบเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างทันเวลา และใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มสมรรถนะในการพัฒนารูปแบบควรมี ทฤษฎีรองรับและมีการวิจัยเพื่อทดสอบรูปแบบก่อนที่จะนำรูปแบบไปใช้ตามจุดมุ่งหมาย ของการพัฒนารูปแบบนั้น ๆ

วิชัย มานะพิมพ์ (2556, หน้า 140) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบ การนิเทศภายในเกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียนระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาส ทางการศึกษา แบ่งขั้นตอนการดำเนินการออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบ และขั้นตอนที่ 3 ประเมินความเหมาะสมรูปแบบ

สมนึก บุญใหญ่ (2556, หน้า 23) ได้กล่าวถึงการพัฒนารูปแบบว่าเริ่ม จากการศึกษารูปแบบประกอบของรูปแบบ สร้างรูปแบบและตรวจสอบความเหมาะสมของ รูปแบบจัดทำคู่มือเพื่อนำรูปแบบไปทดลองใช้ และประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ของรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ การพยากรณ์ผลที่ตรวจสอบ โดยการสังเกตและหาข้อมูล เชิงประจักษ์

เกษม เป้าศรีวงษ์ (2557, หน้า 43) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบ การนิเทศแบบเสริมพลังครูนักวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน ได้แบ่งการวิจัยไว้ 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างรูปแบบการนิเทศ และขั้นตอนที่ 2 การศึกษาผลการใช้ รูปแบบการนิเทศ

วันชัย อยู่ตรง (2557, หน้า 120) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบ การบริหารงานนิเทศภายในสถานศึกษาระดับประถมศึกษา ได้แบ่งขั้นตอนไว้ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารงานนิเทศภายในสถานศึกษา ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและตรวจสอบรูปแบบการบริหารงานนิเทศภายในสถานศึกษา และขั้นตอนที่ 3 การประเมินรูปแบบการบริหารงานนิเทศภายในสถานศึกษา

กมลพรรณ เกาโพธิ์ (2558, หน้า 19) ได้ทำการวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 2 การนำข้อมูลจากการศึกษามาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นองค์ประกอบของรูปแบบ และขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ

ชญากาญจน์ ศรีเนตร (2558, หน้า 61) ได้ทำการวิจัยรูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25 มี 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวคิดของการนิเทศภายในสถานศึกษา ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการนิเทศภายในสถานศึกษา ขั้นตอนที่ 3 การร่างรูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา และขั้นตอนที่ 4 การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา

ฉะภา สัทธรรม (2558, หน้า 17) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบการบริหารงานกิจการนักเรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนารูปแบบ คือ การสร้างรูปแบบจำลองขึ้นมา โดยอาศัยข้อมูลจากการศึกษาหรือจากบุคคล และขั้นตอนที่ 2 ทดสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบ คือ นำรูปแบบจำลองที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเหมาะสมความเป็นไปได้ของรูปแบบหรือทดลองใช้ต่อไป

พงษ์ศักดิ์ ทองไชย (2558, หน้า 35-36) ได้ให้ความหมายการพัฒนาแบบ หมายถึง การสร้างหรือพัฒนาแบบจำลอง นอกจากนี้การวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนารูปแบบพบว่าไม่สามารถกำหนดแน่นอนตายตัวได้ แต่ขึ้นกับรายละเอียดของปรากฏการณ์หรือสิ่งที่จะพัฒนารูปแบบนั้น ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ความสอดคล้อง ของขั้นตอนในการพัฒนารูปแบบโดยใช้ตารางประกอบการวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดขั้นตอนการพัฒนารูปแบบสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

เพิ่มพูล ร่มศรี (2558, หน้า 74-75) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบการนิเทศภายในที่มีประสิทธิผล สำหรับโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 ไว้ 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหา

ความต้องการและแนวทางการนิเทศภายในโรงเรียน ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการนิเทศภายในโรงเรียน และระยะที่ 3 การทดลองใช้รูปแบบการนิเทศภายในโรงเรียน วลัยลักษณ์ โจมไตร (2558, หน้า 158) ได้ทำการวิจัยพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของผู้ปกครองในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 1 ไว้ 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบและ ระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ

สรุปได้ว่า การพัฒนารูปแบบ หมายถึง การสร้างหรือจำลองแนวคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือองค์ประกอบที่กำหนด พร้อมสามารถอธิบายความสัมพันธ์อย่างชัดเจน มีการดำเนินการ 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบโดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ โดยตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

ปรีชา จันทร์เทพ (2554, บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นโดยรวมต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนครูผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และครูผู้สอนมีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผู้บริหาร ครูผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และครูผู้สอน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะในประเด็นหลัก ๆ ว่าควรมีจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ครูผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ จัดวางระบบงานประชาสัมพันธ์ ให้ชัดเจน รวมทั้งสนับสนุนงบประมาณวัสดุ เครื่องมือแนะแนวให้แก่โรงเรียน และผู้บริหารควรนิเทศติดตามผลงานประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

ศิริยา สุพรรณ (2555, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความรู้ความเข้าใจ ขอบข่าย หน้าที่ของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ทำให้มีช่องทางการสื่อสารได้กว้างขวาง ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เกิดความสะดวกรวดเร็วในการประสานงานติดต่อภาระงานต่าง ๆ 2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อ

สาธารณชน มีการจัดระบบงานการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานของโรงเรียน มีการวางแผนการปฏิบัติงาน จัดทำปฏิทินงาน วิเคราะห์สรุปประเด็นข่าว ผลงานและ แต่งตั้งบุคลากรดูแลรับผิดชอบ 3) การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร มีการให้บริการที่เป็น ระบบ มีแบบฟอร์มการขอใช้บริการได้โดยสะดวก รวดเร็ว ง่าย และถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการติดตามตรวจสอบและประเมินผลการให้บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

สุภาพร ทันลี (2555, บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีความมุ่งหมายเพื่อพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ให้มีประสิทธิภาพใน 5 ด้าน ประกอบด้วย การศึกษาความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน จัดให้มีเครือข่ายการประสานงาน การประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย การสร้างเครือข่ายภายในองค์กร การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร และการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการ ประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติ การสังเกตและการสะท้อนผล พบว่า การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยใช้กลยุทธ์การประชุมระดมความคิด การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการนิเทศ กำกับ ติดตามผล ผลการพัฒนาทำให้กลุ่มผู้ร่วมศึกษาค้นคว้ามีความรู้ความเข้าใจหลักการและแนวทางในการให้บริการข้อมูลข่าวสารและการเขียนข้อมูลข่าวสารออกเผยแพร่ มีความสนใจ ความมั่นใจที่จะเขียนข้อมูลข่าวสารและการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารของกลุ่มงานที่รับผิดชอบมากขึ้น ส่งผลให้มีข้อมูลข่าวสารที่ครอบคลุม สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารของแต่ละกลุ่มงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และยังอำนวยความสะดวกในการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์โดยการส่งพิมพ์ข้อมูลที่ต้องการออกทางเครื่องพิมพ์ได้

อนันต์ ปัตตังทานัง (2555, บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ผลการศึกษาพบว่า ก่อนดำเนินการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไม่มีความชัดเจนในเรื่องการปฏิบัติและดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแต่ละด้านของงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ด้าน ปัญหา คือ ไม่ได้กำหนดบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรงบุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีน้อยส่งผลทำให้งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนขาดความถูกต้อง ล่าช้า ไม่ต่อเนื่อง หลังจากการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

โดยใช้กระบวนการพัฒนาระบบ เมื่อได้ดำเนินการพัฒนาในวงรอบที่ 1 โดยใช้กลยุทธ์ในการพัฒนา คือ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การนิเทศภายใน พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีความรู้ความเข้าใจสามารถพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบทั้ง 3 ด้าน แต่ยังมีปัญหาที่พบคือ ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และบุคคลทั่วไปมีปัญหาคือขาดงบประมาณสนับสนุนและบุคลากรในการดำเนินงานด้านงานบริการข้อมูลข่าวสาร ระบบงานขาดการตรวจสอบติดตามผลการปฏิบัติงานของคณะบุคลากรที่ดำเนินงาน ด้านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น บุคลากรต้องการพัฒนาความรู้ด้านการเขียนข่าวเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาค้นคว้าและกลุ่มผู้ร่วมศึกษาค้นคว้าจึงได้มีการพัฒนาในวงรอบที่ 2 โดยใช้กลยุทธ์การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการนิเทศภายใน ผลการพัฒนา พบว่า บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจและสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบทั้ง 3 ด้าน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธนาภรณ์ แก้วสำราญ (2557, บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่องการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอนและผู้ปกครอง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีการดำเนินการในระดับปานกลางทุกด้าน 2) เปรียบเทียบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอนและผู้ปกครอง จำแนกตามเพศ ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุได้แก่ ไม่เกิน 35 ปี ตั้งแต่ 35-45 ปี 46 ปีขึ้นไป วุฒิการศึกษาได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และสถานภาพ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน ผู้ปกครองว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศอายุ และวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เชื้อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ปัญหาที่พบ ได้แก่ นโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีการดำเนินงานเป็นแบบราชการ ยังไม่มีสภาพของ

ความทันสมัย ทำตามกรอบหน้าที่และขาดความเป็นเอกภาพ และข้อเสนอแนะคือโรงเรียนควรมีการสร้างพันธมิตรและเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

นิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา เปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ซึ่งจะเห็นได้ว่ารูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าและมีภาพพจน์ที่ดีต่อสถานศึกษา มีความนิยม ศรัทธา เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสถานศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ สร้างสัมพันธภาพที่ดี และความเข้าใจอันดีระหว่างครูในโรงเรียน นักเรียน ผู้ปกครอง ตลอดจนชุมชนในการร่วมมือกันพัฒนาการจัดการศึกษา อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนตามที่สังคมต้องการ

4) บริบทสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

4.1 ภารกิจของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจาก นางวิภาพร ธนาบุรณ ผู้อำนวยการกลุ่มบริหารงานบุคคล สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนมเขต 2 ข้อมูลมี ดังนี้ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 จัดตั้งขึ้นเมื่อ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 โดยการยุบรวมหน่วยงานทางการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ภายใน จังหวัดนครพนม ดังนี้

- 1) สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า อำเภอบ้านแพง อำเภอท่าอุเทน อำเภอโพนสวรรค์ และอำเภอนาทม
- 2) สำนักงานการประถมศึกษาอำเภอ 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า อำเภอบ้านแพง อำเภอท่าอุเทน อำเภอโพนสวรรค์ และอำเภอนาทม

สภาพการจัด การศึกษาใน 6 อำเภอในพื้นที่บริการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 จัดระบบการศึกษาตามแนวทางของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่ง ดำเนินการ 2 รูปแบบ การศึกษาในระบบ 1 ระดับ คือ การจัดการศึกษา ขั้นพื้นฐาน การศึกษาขั้นพื้นฐาน แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับก่อนประถมศึกษา ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งดำเนินการโดยภาครัฐและภาคเอกชน การศึกษานอกระบบ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่สามารถแบ่งเป็นระดับตามการศึกษาในระบบ กับ

ประเภทที่ไม่แบ่งเป็นระดับ คือ รายวิชา หรือกลุ่มวิชาที่ผู้เรียน ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรม ตามความต้องการ แต่อาจเป็นการเก็บรวบรวมผลการเรียนรู้ สะสมไว้เพื่อเทียบเป็นระดับโดยใช้การศึกษาในระบบเป็นหลักในการเทียบการศึกษา ตามอัธยาศัย เป็นรูปแบบการศึกษาแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความ สนใจ ตามศักยภาพ ความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่น ๆ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปเปรียบเทียบกับการศึกษาในระบบได้เป็นรายวิชา หรือเทียบเป็นระดับการศึกษาตามความรู้หรือ ประสบการณ์ที่ได้สะสมไว้ได้ตลอดชีวิตผู้เรียนตามหลักสูตรที่กระทรวงกำหนด ภารกิจหลักของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 เป็นหน่วยงาน ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแล ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีหน้าที่ ดำเนินการให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการเขตพื้นที่การ 38 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และ มาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 โดยมีอำนาจ ดังนี้

1. จัดทำนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรฐานการศึกษาของเขตพื้นที่ รักษาให้สอดคล้องกับนโยบายมาตรฐานการศึกษา แผนการศึกษา แผนพัฒนา การศึกษาขั้นพื้นฐาน และความต้องการของท้องถิ่น
2. วิเคราะห์การจัดตั้งงบประมาณเงินอุดหนุนทั่วไปของสถานศึกษา และหน่วยงานในเขตพื้นที่ การศึกษา และแจ้งจัดสรรงบประมาณที่ได้รับให้หน่วยงาน รับทราบ และกำกับ ตรวจสอบ ติดตามการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานดังกล่าว
3. ประสาน ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาหลักสูตรร่วมกับสถานศึกษา ในเขตพื้นที่การศึกษา
4. กำกับ ดูแล ติดตาม และประเมินผลสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและในเขตพื้นที่การศึกษา
5. ศึกษา วิเคราะห์วิจัยและรวบรวมข้อมูล สารสนเทศด้านการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา
6. ประสานการระดมทรัพยากรด้านต่าง ๆ รวมทั้งทรัพยากรบุคคล เพื่อ ส่งเสริม สนับสนุน การจัดและพัฒนาการศึกษา
7. จัดระบบการประกันคุณภาพการศึกษาและประเมินผลสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา

8. ประสาน ส่งเสริม สนับสนุน การจัดการศึกษาของสถานศึกษาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการและสถาบันอื่น

9. ดำเนินการและประสาน ส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การศึกษา

10. ประสาน ส่งเสริมการดำเนินงานของคณะกรรมการ และคณะที่ ทำงานด้านการศึกษา

11. ประสานการปฏิบัติราชการทั่วไปกับองค์กร หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในฐานะสำนักงานผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการในเขตพื้นที่ การศึกษา

12. ปฏิบัติหน้าที่อื่นเกี่ยวกับกิจกรรมภายในเขตพื้นที่การศึกษาที่ได้รับมอบ ให้ หน้าที่ของผู้ใดโดยเฉพาะ หรือปฏิบัติงานอื่นตามที่มอบหมาย (สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2, 2563, ออนไลน์)

4.2 วิสัยทัศน์

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครพนม เขต 2 เป็นหน่วยงานที่เข้มแข็ง บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล สามารถขับเคลื่อนการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ ทัวถึง มีคุณภาพได้มาตรฐาน พร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

4.3 พันธกิจ

พัฒนาระบบการบริหารจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพเน้นหลัก ธรรมาภิบาล พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ คู่คุณธรรม มีความสามารถตามมาตรฐาน การศึกษาขั้นพื้นฐาน พัฒนาส่งเสริมการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนได้รับ การศึกษาอย่างมีคุณภาพ พัฒนาการจัดการศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคม อาเซียน

4.4 เป้าหมาย

4.4.1. ผู้เรียนระดับก่อนประถมศึกษา และระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานทุกคน มีคุณธรรม จริยธรรม พัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย มีคุณภาพและทักษะการเรียนรู้ใน ศตวรรษที่ 21

4.4.2. ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับโอกาสในการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่าง ทัวถึง มีคุณภาพ และเสมอภาค

4.4.3. ครูและบุคลากรทางการศึกษามีสมรรถนะตรงตามสายงาน และมีวัฒนธรรมการทำงาน ที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์

4.4.4. สถานศึกษามีประสิทธิภาพ และเป็นกลไกขับเคลื่อนการศึกษาขั้นพื้นฐานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและใช้ศาสตร์พระราชาคณะคุณภาพสู่ระดับ มาตรฐานสากล

4.4.5. มีเครือข่ายในการบริหารจัดการ เน้นการทำงานแบบบูรณาการ บริหารแบบมีส่วนร่วม จากทุกภาคส่วนในการจัดการศึกษา

4.4.6. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษามีการพัฒนาสื่อเทคโนโลยี และระบบ ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ

4.5 ข้อมูลพื้นฐาน

4.5.1 ข้อมูลสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีโรงเรียนในสังกัดทั้งสิ้น 181 โรงเรียน ดังนี้ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2564)

โรงเรียนประถมศึกษา	จำนวน	140	โรงเรียน
โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา	จำนวน	41	โรงเรียน
	รวมทั้งสิ้น	181	โรงเรียน

จำนวนโรงเรียนระดับประถมศึกษา จำแนกตามขนาด

โรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 89 โรงเรียน

(จำนวนนักเรียน 1 – 120 คน)

โรงเรียนขนาดกลาง จำนวน 70 โรงเรียน

(จำนวนนักเรียน 121 – 600 คน)

โรงเรียนขนาดใหญ่ จำนวน 22 โรงเรียน

(จำนวนนักเรียน 601 – 1,500 คน)

รวมทั้งสิ้น 181 โรงเรียน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีความมุ่งหมายเพื่อพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา และตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ซึ่งแบ่งการดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ประกอบด้วย

- 1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.2 นำขอบเขตด้านเนื้อหาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
- 1.3 นำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา

ระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ประกอบด้วย

- 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2

ในระยะนี้ ผู้วิจัยดำเนินการโดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา แล้วนำผลการศึกษามากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและร่างรูปแบบ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ กระบวนการ ประชาสัมพันธ์และผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย

1.2 นำขอบเขตด้านเนื้อหาที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้อ 1.1 มาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ซึ่งองค์ประกอบของร่างรูปแบบ ประกอบด้วย

1.2.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษามี 6 ด้าน ได้แก่

- 1) บุคลากรประชาสัมพันธ์
- 2) งบประมาณสนับสนุน
- 3) ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย
- 4) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์
- 5) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย
- 6) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

1.2.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา มี 4 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) การรวบรวมข่าวสาร
- 2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน
- 3) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน
- 4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

1.2.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา มี 4
 ชั้นคือ

- 1) การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น
- 2) การวางแผน
- 3) ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)
- 4) การประเมินผล

1.2.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา มี 5 ด้าน
 ประกอบด้วย

- 1) ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน
- 2) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน
- 3) การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา
- 4) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ
 ที่เกี่ยวข้อง

- 5) การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

1.3 นำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ไปให้
 ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา มีรายละเอียด ดังนี้

1.3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี
 ประสิทธิผลของสถานศึกษา จำนวน 7 คน (ภาคผนวก ข)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- 1) อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับ
 ปริญญาเอกทางการศึกษา และมีประสบการณ์การสอนไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน
- 2) ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับ
 ปริญญาเอกทางการศึกษา วิชยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์
 การบริหารไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 3 คน
- 3) ครูผู้สอน มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโททางการ
 การศึกษา วิชยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์การสอนไม่ต่ำกว่า 10 ปี
 จำนวน 3 คน

1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามชนิดเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเกี่ยวกับร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาพร้อมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็น(เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย) ต่อร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 ทั้ง 4 องค์กรประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

2) การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา ทั้ง 4 องค์กรประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย) และข้อเสนอแนะ

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

3.1) ติดต่อผู้ทรงคุณวุฒิโดยตรง เพื่อสอบถามความสมัครใจและความเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือในการวิจัย

3.2) ผู้วิจัยติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อขอหนังสือราชการขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาร่างรูปแบบ

3.3) ส่งแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้วยตนเองและขอรับคืนด้วยตนเอง และรวบรวมผลการตอบแบบสอบถาม ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณ โดยกำหนดการให้คะแนน ดังนี้ ถ้าประเด็นคำถามนั้นเห็นด้วยให้ 1 แต่ถ้าประเด็นคำถามนั้นไม่เห็นด้วยให้ 0 และประเด็นคำถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วย ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ถือว่าเป็นประเด็นคำถามมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ใช้ค่าร้อยละเป็นสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2 (ข้อมูลจากกลุ่มนโยบายและแผน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2 ประจำปีการศึกษา 2564) จำนวน 2,256 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 206 คน และครูผู้สอน จำนวน 2,050 คน

2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงใน วาโร เฟ็งสวัสดิ์, 2551, หน้า 191) จำนวน 322 คน แต่ผู้วิจัยจะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 332 คน เพื่อจะได้เก็บข้อมูลให้ครบตามที่กำหนดไว้ โดยจำแนกจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสถานภาพ ดังนี้

2.1.2.1 กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2 จำนวน 63 คน

2.1.2.2 กลุ่มตัวอย่างครูผู้สอน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษานครพนม เขต 2 จำนวน 269 คน

การได้มาของกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนการสุ่ม ดังนี้

- 1) ใช้อำเภอเป็นหน่วยการสุ่ม ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยการจับสลากใช้เกณฑ์ร้อยละ 70 จาก 6 อำเภอ จะได้ 4 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอนาหว้า อำเภอบ้านแพง อำเภอโพนสวรรค์ และอำเภอศรีสงคราม
- 2) ใช้สถานศึกษาในแต่ละอำเภอเป็นหน่วยสุ่ม ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยการจับสลากใช้เกณฑ์ร้อยละ 50 จากทั้งหมด 126 โรงเรียน จะได้สถานศึกษา จำนวน 63 โรงเรียน ประกอบด้วย
- 2.1) อำเภอนาหว้า มีจำนวน 24 โรงเรียน ได้ 12 โรงเรียน
 - 2.2) อำเภอบ้านแพง มีจำนวน 28 โรงเรียน ได้ 14 โรงเรียน
 - 2.3) อำเภอโพนสวรรค์ มีจำนวน 30 โรงเรียน ได้ 15 โรงเรียน
 - 2.4) อำเภอศรีสงคราม มีจำนวน 44 โรงเรียน ได้ 22 โรงเรียน
- 3) กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษา ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จากสถานศึกษาในข้อ 2 สถานศึกษาละ 1 คน รวม 63 คน
- 4) กลุ่มตัวอย่างครูผู้สอน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลาก จากสถานศึกษาในข้อ 2 โดยใช้อัตราส่วนร้อยละ 27 ของจำนวนครูผู้สอนในแต่ละสถานศึกษา ได้จำนวนครูผู้สอนทั้งหมด 269 คน ดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน

จำแนกตามอำเภอและสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครพนม เขต 2

ลำดับ ที่	สถานศึกษา	จำนวนประชากร			จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม	ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม
อำเภอท่าอุเทน		46	353	399			
อำเภอนาทม		16	121	137			
อำเภอนาหว้า							
1	บ้านนาหว้า	2	35	37	1	9	10
2	ชุมชนประสานมิตร	1	22	23	1	6	7
3	ราษฎร์สามัคคี	3	48	51	1	13	14
4	บ้านอุนยางคำ	1	11	12	1	3	4

ตาราง 5 (ต่อ)

ลำดับ ที่	สถานศึกษา	จำนวนประชากร			จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม	ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม
อำเภอหนองบัว (ต่อ)							
5	บ้านตาสราษฏร์อุทิศ	1	11	12	1	3	4
6	ชุมชนนางัว	2	20	22	1	5	6
7	บ้านนาคอย	1	14	15	1	4	5
8	บ้านอุณา	1	16	17	1	4	5
9	บ้านดอนแดง	1	13	14	1	4	5
10	บ้านโคกสะอาด	1	13	14	1	4	5
11	บ้านนาน้อย	2	23	25	1	6	7
12	บ้านดอนปอหนองโอง	1	18	19	1	5	6
อำเภอบ้านแพ่ง							
13	อนุบาลบ้านแพ่ง	3	54	57	1	15	16
14	ชุมชนไผ่ล้อม	1	19	20	1	5	6
15	บ้านนาเรียงทุ่งเจริญ	1	10	11	1	3	4
16	ชุมชนนาพระชัย	1	12	13	1	3	4
17	บ้านหนองแขง	1	8	9	1	2	3
18	บ้านโพหนอง	1	7	8	1	1	2
19	บ้านนาขาคำพอก	1	7	8	1	1	2
20	บ้านค้ำกอก	1	14	15	1	4	5
21	บ้านดอนกลาง	1	17	18	1	5	6
22	บ้านนาเข	1	13	14	1	4	5
23	บ้านป่าห้วย	1	16	17	1	4	5
24	บ้านนางัว	1	7	8	1	1	2
25	บ้านท่าลาดราษฎร์สามัคคี	1	7	8	1	1	2
26	บ้านโคกยาว	1	5	6	1	1	2

ตาราง 5 (ต่อ)

ลำดับ ที่	สถานศึกษา	จำนวนประชากร			จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม	ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม
อำเภอโพธารน							
27	บ้านโพนบก	1	15	16	1	4	5
28	บ้านนาขมิ้น	1	16	17	1	4	5
29	บ้านขามเตี้ยใหญ่	2	15	17	1	4	5
30	บ้านโพนแพ็ก	2	15	17	1	4	5
31	บ้านโพนสวรรค์	1	11	12	1	3	4
32	บ้านเสาเล้า	1	21	22	1	6	7
33	บ้านนาหัวบ่อ	2	17	19	1	5	6
34	บ้านต้าย	1	10	11	1	3	4
35	บ้านโพนจาน	2	30	32	1	8	9
36	บ้านบงคำ	1	10	11	1	3	4
37	บ้านค้อ	2	14	16	1	4	5
38	บ้านข่วงคสิชูชาติ	1	19	20	1	5	6
39	บ้านจิวสร้างแก้ว	1	12	13	1	3	4
40	บ้านห้วยไทรสมบูรณ	2	16	18	1	4	5
41	บ้านนาเต่า	1	13	14	1	4	5
อำเภอศรีสงคราม							
42	บ้านปากอูน (ปากอูนผดุงวิทย์)	3	59	62	1	16	17
43	บ้านปฏิรูป	1	10	11	1	3	4
44	บ้านหาดแพง (หาดแพงวิทยา)	1	14	15	1	4	5
45	บ้านเสียวสงคราม	1	10	11	1	3	4
46	บ้านอีอูด	1	13	14	1	4	5
47	บ้านนาอินทร์นาโอนาคอยพัฒนา	1	11	12	1	3	4
48	ดอนถ่อนโคกกลางวิทยา	1	10	11	1	3	4
49	ชุมชนเอื้องก่อนาคี	2	19	21	1	5	6
50	บ้านหนองฝือ	1	13	14	1	4	5
51	บ้านเชียงเซา	1	10	11	1	3	4

ตาราง 5 (ต่อ)

ลำดับ ที่	สถานศึกษา	จำนวนประชากร			จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม	ผู้บริหาร	ครูผู้สอน	รวม
อำเภอศรีสงคราม (ต่อ)							
52	บ้านนาจาน	1	10	11	1	3	4
53	บ้านนาโพธิ์	1	17	18	1	5	6
54	บ้านโพนสว่าง	1	10	11	1	3	4
55	บ้านภูกระแต	1	20	21	1	5	6
56	บ้านเหล่า	1	9	10	1	2	3
57	บ้านดอนสมอ	1	9	10	1	2	3
58	บ้านท่าบ่อ (บ่อศรีรัตนอำนาจ)	1	14	15	1	4	5
59	ชุมชนบ้านสามผง	1	12	13	1	3	4
60	บ้านดงน้อย	1	10	11	1	3	4
61	บ้านข่า	1	20	21	1	5	6
62	บ้านศรีเวินชัย	1	9	10	1	2	3
63	บ้านขามเปี้ย	1	15	16	1	4	5
รวม		141	1,472	1,613	63	269	332

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.2.1 ลักษณะของเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ คือ แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นข้อคำถาม แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย สถานภาพตำแหน่ง ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีลักษณะเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยสร้างข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนความเหมาะสมออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ความเหมาะสมมากที่สุด	ให้ค่าคะแนน 5 คะแนน
ความเหมาะสมมาก	ให้ค่าคะแนน 4 คะแนน
ความเหมาะสมปานกลาง	ให้ค่าคะแนน 3 คะแนน
ความเหมาะสมน้อย	ให้ค่าคะแนน 2 คะแนน
ความเหมาะสมน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนน 1 คะแนน

2.2.2 การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้นในระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ 4) ผลของการประชาสัมพันธ์

2.2.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

2.2.3.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น นำเสนอต่อประธานกรรมการและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการใช้ภาษาและความถูกต้องครอบคลุมประเด็นเนื้อหา

2.2.3.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้วจากประธานกรรมการและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 5 คน (ภาคผนวก ค)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- 1) อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาเอกทางการศึกษา จำนวน 1 คน
- 2) ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาเอกทางการศึกษา วิทยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไปและมีประสบการณ์การบริหารหรือการนิเทศการศึกษาไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 2 คน

3) ครูผู้สอน มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโททางด้าน การศึกษา วิทยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์การสอนไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 2 คน

การพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความมุ่งหมายที่ต้องการวัด (Index of Item Objective Congruence : IOC) เลือกข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้อง 0.50 ขึ้นไป นำไปใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นข้อคำถามที่สอดคล้อง
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นข้อคำถามที่สอดคล้อง
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นข้อคำถามที่ไม่สอดคล้อง

แล้ววิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา กับ ความมุ่งหมายโดยใช้สูตร IOC พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า 1.00

2.2.3.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมา ปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 10 คน และครูผู้สอน จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวน 40 คน ประกอบด้วย โรงเรียนชุมชนบ้านคำพอกท่าดอกแก้ว จำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านโพนก้อ จำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านรามราช จำนวน 5 คน โรงเรียนอุเทนวิทยาคาร จำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านเวินพระบาท จำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านนาทม จำนวน 5 คน โรงเรียน บ้านคำแม่นาง จำนวน 5 คน และโรงเรียนบ้านหมู่มั่น จำนวน 5 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ คุณภาพ (ภาคผนวก จ) ดังนี้

1) ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อย่างง่ายระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 21) โดยเลือกข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20-0.85

2) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 21) ค่าความเชื่อมั่นของ แบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.99

2.2.3.4 นำผลการวิเคราะห์มาประกอบการพิจารณา เพื่อจัดทำ แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในระยาะนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

2.3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือราชการจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

2.3.2 ผู้วิจัยส่งและเก็บข้อมูลในบางส่วนด้วยตนเอง และบางส่วนผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ลงทะเบียนพร้อมแนบซองเปล่าติดดวงตราไปรษณียากรเพื่อส่งคืนผู้วิจัยโดยกำหนดส่งคืนภายใน 2 สัปดาห์ ได้รับแบบสอบถามกลับคืนและมีความครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 327 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98.50

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 การกำหนดค่าคะแนนและเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

1) การกำหนดค่าคะแนน

ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อศึกษาระดับความเหมาะสมของรูปแบบ ผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนที่ได้จากการตอบแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความเหมาะสมมากที่สุด	ให้ค่าคะแนน 5
ระดับความเหมาะสมมาก	ให้ค่าคะแนน 4
ระดับความเหมาะสมปานกลาง	ให้ค่าคะแนน 3
ระดับความเหมาะสมน้อย	ให้ค่าคะแนน 2
ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนน 1

2) การแปลผลคะแนน

นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 21)

- 4.51 – 5.00 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมมากที่สุด
 3.51 – 4.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมมาก
 2.51 – 3.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมปานกลาง
 1.51 – 2.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมน้อย
 1.00 – 1.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผู้วิจัยกำหนดค่าเฉลี่ยที่เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการตรวจสอบ

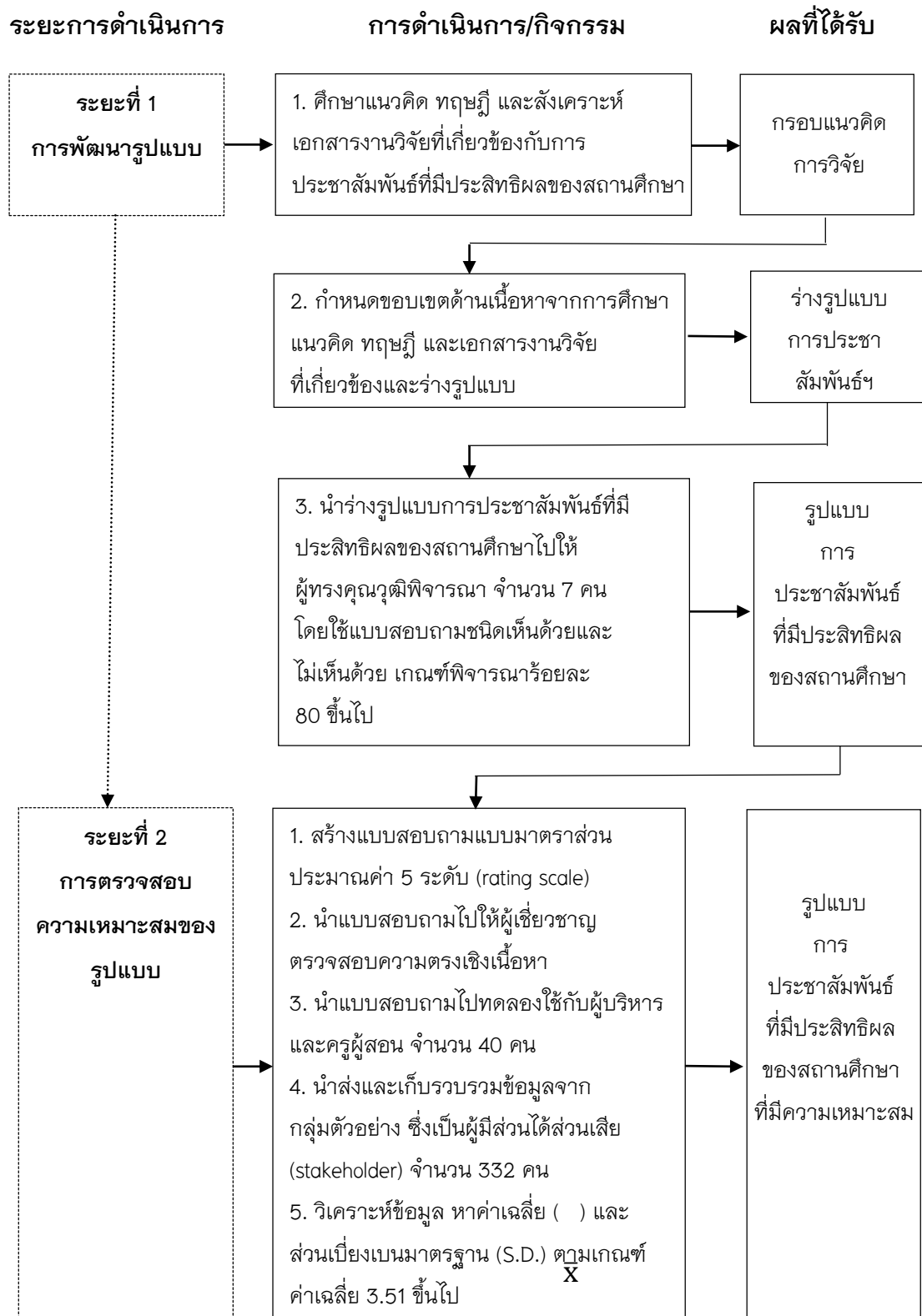
ความเหมาะสมของรูปแบบที่ 3.51 ขึ้นไป

2.4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในชั้นตอนนี้ ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการ โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์พิจารณา ถ้าข้อความใดมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความเหมาะสม แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง



ภาพประกอบ 2 ระยะการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ตาราง 6 แสดงระยะการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครพนม เขต 2

ระยะของการวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ผู้ให้ข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
ระยะที่ 1 การพัฒนา รูปแบบ	1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา 2. กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3. นำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผลของสถานศึกษา ไปให้ ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา	1. แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง 2. แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง 3. ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน	1. วิเคราะห์เชิงเนื้อหา 2. วิเคราะห์เชิงเนื้อหา 3. วิเคราะห์ข้อมูล หาค่าร้อยละ	มิถุนายน 2564 กรกฎาคม 2564 กรกฎาคม 2564	กรอบแนวคิด การวิจัย ร่างรูปแบบ การประชาสัมพันธ์ รูปแบบ การประชาสัมพันธ์ที่ มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา

ตาราง 6 (ต่อ)

ระยะของการวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ผู้ให้ข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
ระยะที่ 2 การตรวจสอบ ความเหมาะสม ของรูปแบบ	<p>1. สร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale)</p> <p>2. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา</p> <p>3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง</p> <p>4. นำส่งและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder)</p> <p>5. วิเคราะห์ข้อมูล</p> <p>6. เขียนรายงานการวิจัย</p>	<p>1. ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน</p> <p>2. ผู้บริหารและ ครูผู้สอน จำนวน 40 คน</p> <p>3. ผู้บริหาร จำนวน 63 คน และครูผู้สอน จำนวน 264 คน รวม 332 คน</p>	<p>1. วิเคราะห์ค่าดัชนี ความสอดคล้อง IOC</p> <p>2. ค่าอำนาจจำแนกและ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)</p> <p>3. วิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ตามเกณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป</p>	<p>ตุลาคม 2564</p> <p>ตุลาคม 2564</p> <p>ธันวาคม 2564</p> <p>ธันวาคม 2564 – มกราคม 2565</p> <p>กุมภาพันธ์ 2565</p> <p>มีนาคม 2565</p>	<p>รูปแบบ การประชาสัมพันธ์ที่ มีประสิทธิภาพของ สถานศึกษา ที่มีความเหมาะสม</p>

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยขอเสนอเป็น 2 ตอน ตามความความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

1.1 ผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 ผลการสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ตอนที่ 2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

2.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

2.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2

1.1 ผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัย

ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา พบว่าองค์ประกอบของ
การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีรายละเอียด ดังนี้

1.1.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

เป็นปัจจัยที่จะทำให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ประกอบด้วย

1) บุคลากรประชาสัมพันธ์ ได้แก่ บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์

จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองและชุมชน มีความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณในการ
ประชาสัมพันธ์ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย

2) งบประมาณสนับสนุน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษามีการจัดสรร

งบประมาณเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจะ
ช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้น และควรมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณด้าน
การประชาสัมพันธ์

3) ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ได้แก่ ผู้บริหารควรกำหนด

นโยบายให้ชัดเจน กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน กำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะ
ทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่
กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ

4) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ สถานศึกษาต้องมีความพร้อม

ของวัสดุอุปกรณ์ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการ
ประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งาน
ประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า มีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ
และหลากหลาย นักประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมใน
แต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์ พิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็น

สำคัญ และต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

5) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ

6) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่อง ครอบคลุมในการประชาสัมพันธ์ ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผู้บริหารสถานศึกษาหรือนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ

1.2.1 ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา เป็นภารกิจที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย ประกอบด้วย

1) การรวบรวมข่าวสาร ได้แก่ การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานหนึ่งของการบริหารเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น

3) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ได้แก่ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร

การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา รวมถึงการสร้างความ เข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก

4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา และ การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร เป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงาน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม บุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงาน ภายนอก

1.3.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ ในสถานศึกษา ได้แก่

1.3.1.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล เป็นขั้นตอน การทำงานที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย ประกอบด้วย

1) การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ได้แก่ การศึกษา และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา การแสวงหาข้อมูลและรับฟังความ คิดเห็น และมีการตรวจสอบประจักษ์ ทิศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชากรที่เกี่ยวข้อง ต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็น ข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป

2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกำหนดสิ่งที่ต้อง ปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานมีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุวัตถุประสงค์และ เป้าหมายที่วางไว้ การวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร

3) การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ได้แก่

การดำเนินการหรือลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

4) การประเมินผล ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลเพื่อตัดสิน

ประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

1.4.1 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา เป็น

ความสำเร็จที่เกิดจากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา โดยพิจารณาจากการกระทำของครูที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และปฏิกิริยาที่เกิดกับผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

1) ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การสร้างความ

เข้าใจที่ถูกต้องเพื่อให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา

2) การป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน

ได้แก่ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ การป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง รวมถึงการแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้

3) การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา หมายถึง การสร้างความนิยม

ความคิดความรู้สึกที่ดีความศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน จะมีผลทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หมายถึง การทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน

5) การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา หมายถึง สภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

1.2 ผลการสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2

จากการนำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน พิจารณาโดยใช้เกณฑ์เห็นด้วยร้อยละ 80 สรุปได้ ดังนี้

1.2.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนเห็นด้วย (ร้อยละ 99.20)

1.2.2 ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนเห็นด้วย (ร้อยละ 97.50)

1.2.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนเห็นด้วย (ร้อยละ 100)

1.2.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนเห็นด้วย (ร้อยละ 100)

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 สรุปได้ดังตาราง 7

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ
การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล			
บุคลากรประชาสัมพันธ์			
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจใน วิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง	100	-
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	100	-
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนกับ ผู้ปกครอง และชุมชน	100	-
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และมี จรรยาบรรณในการประชาสัมพันธ์	100	-
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าได้เป็นอย่างดีด้วย	100	-
งบประมาณสนับสนุน			
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมียุทธศาสตร์ในการสนับสนุนงบประมาณ ด้านการประชาสัมพันธ์	100	-
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้าน การประชาสัมพันธ์	100	-
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย			
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน	100	-
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจน จะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง	100	-
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน	100	-
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรม เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์			
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์	80	20
13	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า	100	-
14	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย	100	-
15	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์	100	-
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ	100	-
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	100	-
การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย			
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์	100	-
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์	100	-
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ	100	-
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์			
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่องฉับไวในการประชาสัมพันธ์	100	-
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์	100	-
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้	100	-
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ	100	-
เฉลี่ย		99.20	0.80
องค์ประกอบที่ 2 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา			
การรวบรวมข่าวสาร			
26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา	100	-
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ	100	-
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน	100	-
การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน			
29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ	100	-
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน	100	-
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน	100	-
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการ แจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความ เข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน	100	-
34	การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายใน โรงเรียน	100	-
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	100	-
36	การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่ม บุคคลภายนอกโรงเรียน	100	-
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	100	-
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์			
38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้าง เครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยเป็นการสร้างความเข้าใจและ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	100	-
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อ สื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	80	20
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้าง เครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงาน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	80	20
เฉลี่ย		97.50	2.50
องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล			
การรวบรวมข่าวสาร			
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น			
42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา	100	-
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น	100	-
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประสามติ ทัศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป	100	-
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์			
45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์	100	-
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน	100	-
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	100	-
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อให้บริการต่อสาธารณชน	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์	100	-
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)			
50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา	100	-
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างออก แบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและเหมาะสม กับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	100	-
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความ เหมาะสมและทันสมัย	100	-
ชั้นที่ 4 การประเมินผล			
53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ตรวจสอบระบบ ข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	100	-
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการ ประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเหมาะสม	100	-
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการ ตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและ สม่ำเสมอ	100	-
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน			
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น			
56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูล ในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์	100	-
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	100	-
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับฟังความ คิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์			
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	100	-
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	100	-
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน	100	-
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีวางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	100	-
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)			
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	100	-
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม	100	-
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันต่อเวลา	100	-
ชั้นที่ 4 การประเมินผล			
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	100	-
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	100	-
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น			
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษาข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	100	-
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	100	-
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์			
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	100	-
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	100	-
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน	100	-
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)			
74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	100	-
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	100	-
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว วารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ	100	-
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครองและชุมชนทราบ	100	-
ชั้นที่ 4 การประเมินผล			
79	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผล การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	100	-
80	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผล การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน	100	-
81	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมิน มาใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	100	-
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์			
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น			
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูล การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	100	-
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็น การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	100	-
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	100	-
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์			
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มี เครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	100	-
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำ ทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	100	-
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด บุคลากรรับผิดชอบการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน	100	-
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย	100	-
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)			
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	100	-
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	100	-
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์	100	-
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่	100	-
ชั้นที่ 4 การประเมินผล			
94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการทำงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	100	-
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน	100	-
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อไป	100	-
เฉลี่ย		100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
องค์ประกอบที่ 4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา			
ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน			
97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน	100	-
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา	100	-
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ	100	-
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา	100	-
การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน			
101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข	100	-
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ	100	-
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิด เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง	100	-
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้	100	-
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา			
106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างควม นิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน	100	-
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนิน กิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์เกี่ยวกับประชาชน ทั้งทางตรง หรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา	100	-
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างควม นิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านการ ผลิตของนักเรียน	100	-
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างควม สัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ ผลการดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	100	-
การสร้างควมสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง			
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้เกิด ควมมั่นคงในการดำเนินงาน	100	-
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก หน่วยงานทำให้เกิดควมเข้าใจร่วมกันเป็นควมสัมพันธ์ที่ดี	100	-
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้ หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด	100	-
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้ หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน	100	-
การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา			
114	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพของโรงเรียนใน ด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์	100	-

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 5)	
		เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
115	การประชาสัมพันธ์เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกละและความ คิดเห็นของผู้ปกครองที่เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อโรงเรียน	100	-
116	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้ปกครองและ ชุมชน	100	-
117	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครอง และ ชุมชน	100	-
เฉลี่ย		100	-

จากตาราง 7 พบว่าผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับองค์ประกอบในร่างรูปแบบ
การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครพนม เขต 2

ตอนที่ 2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2

2.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังตาราง 8

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ค่าสถิติ (n = 327)	
	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพตำแหน่ง		
ผู้บริหารสถานศึกษา	63	19.30
ครูผู้สอน	264	80.70
รวม	327	100.00
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	36	11.00
ปริญญาโท	286	87.50
ปริญญาเอก	5	1.50
รวม	327	100.00
ประสบการณ์ทำงาน		
ต่ำกว่า 5 ปี	45	13.80
6-10 ปี	83	25.40
มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	199	60.90
รวม	327	100.00

จากตาราง 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 327 คน เมื่อพิจารณา สถานภาพตำแหน่งเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และ ครูผู้สอน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 80.70 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ปริญญาโท จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 60.90

2.2 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

2.2.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สรุปได้ดัง ตาราง 9

ตาราง 9 ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
1. ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	4.76	0.13	มากที่สุด
2. ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	4.64	0.19	มากที่สุด
3. กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	4.69	0.15	มากที่สุด
4. ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	4.79	0.16	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.77	0.12	มากที่สุด

จากตาราง 9 พบว่าความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.16) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.13) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15) และขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.19) ตามลำดับ

2.2.2 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลจำแนกเป็นรายข้อ สรุปได้ดังตาราง 10

ตาราง 10 ความเหมาะสมของปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล
จำแนกเป็นรายชื่อ

ข้อ	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
บุคลากรประชาสัมพันธ์				
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง	4.99	0.08	มากที่สุด
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.69	0.50	มากที่สุด
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน	4.67	0.54	มากที่สุด
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ และมีจรรยาบรรณในการประชาสัมพันธ์	4.63	0.51	มากที่สุด
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย	4.95	0.22	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.79	0.20	มากที่สุด
งบประมาณสนับสนุน				
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์	4.99	0.10	มากที่สุด
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์	4.61	0.60	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.80	0.30	มากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	ค่าสถิติ		ระดับ ความ เหมาะสม
		(n = 327)		
		\bar{X}	S.D.	
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย				
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน	4.16	0.60	มาก
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง	4.96	0.19	มากที่สุด
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน	4.64	0.53	มากที่สุด
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ	4.72	0.53	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.73	0.26	มากที่สุด
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์				
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์	4.62	0.54	มากที่สุด
13	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า	4.48	0.66	มาก
14	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย	4.96	0.19	มากที่สุด
15	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์	4.48	0.65	มาก
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ	4.93	0.26	มากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	4.93	0.26	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.73	0.21	มากที่สุด
การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย				
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์	4.63	0.51	มากที่สุด
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์	4.96	0.20	มากที่สุด
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ	4.63	0.51	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.74	0.27	มากที่สุด
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์				
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่อง จับใจในการประชาสัมพันธ์	4.94	0.23	มากที่สุด
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	4.91	0.28	มากที่สุด
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์	4.54	0.58	มากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัว ล่วงหน้านานก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานาน ในการจัดทำได้	4.92	0.27	มากที่สุด
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ ควรใช้สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ	4.65	0.54	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.79	0.20	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.76	0.13	มากที่สุด

จากตาราง 10 พบว่าความเหมาะสมของปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ งบประมาณสนับสนุน ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.30) บุคลากรประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.20) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.20) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.27) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.21) และความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.26) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

1) บุคลากรประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.99$, S.D. = 0.08) บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย ($\bar{X} = 4.95$, S.D. = 0.22) และบุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

2) งบประมาณสนับสนุน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 2 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.99$, S.D. = 0.10) และผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

3) ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง ($\bar{X} = 4.96$, S.D. = 0.19) การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.53) และผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

4) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย ($\bar{X} = 4.96$, S.D. = 0.19) บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ ($\bar{X} = 4.93$, S.D. = 0.26) และบุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ($\bar{X} = 4.93$, S.D. = 0.26) ตามลำดับ

5) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.96$, S.D. = 0.20) การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.51) และบุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

6) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่อง ฉับไวในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.94$, S.D. = 0.23) โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.27) และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.28) ตามลำดับ

2.2.3 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา จำแนกเป็นรายด้านและรายข้อ สรุปได้ดังตาราง 11

ตาราง 11 ความเหมาะสมของขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

ข้อ	ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
การรวบรวมข่าวสาร				
26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา	4.56	0.54	มากที่สุด
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ	4.67	0.53	มากที่สุด
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน	4.63	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.62	0.33	มากที่สุด

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อ	ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน				
29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ	4.70	0.49	มากที่สุด
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน	4.69	0.49	มากที่สุด
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน	4.58	0.57	มากที่สุด
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น	4.57	0.53	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.64	0.27	มากที่สุด
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				
33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน	4.69	0.52	มากที่สุด
34	การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในโรงเรียน	4.56	0.53	มากที่สุด

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อ	ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	4.69	0.48	มากที่สุด
36	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	4.63	0.48	มากที่สุด
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	4.61	0.57	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.64	0.24	มากที่สุด
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	4.61	0.52	มากที่สุด
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	4.62	0.54	มากที่สุด
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	4.68	0.50	มากที่สุด

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อ	ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงาน ภายนอก	4.68	0.53	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.65	0.28	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.64	0.19	มากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่าความเหมาะสมของขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.28) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.24) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.27) และการรวบรวมข่าวสาร ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.33) ตามลำดับซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

1) การรวบรวมข่าวสาร มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิดระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.53) มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.48) และมีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิดระเบียบของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.49) ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.49) และผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.57) ตามลำดับ

3) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.48) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.52) และการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็น การจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.50) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.53) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

2.2.4 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของการใช้กระบวนการ
 ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา จำแนกเป็นรายด้านและรายข้อสรุป
 ได้ดังตาราง 12-16

ตาราง 12 ความเหมาะสมของการใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ
 สถานศึกษา

กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
1. การรวบรวมข่าวสาร	4.64	0.22	มากที่สุด
2. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อ สาธารณชน	4.66	0.20	มากที่สุด
3. งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	4.74	0.19	มากที่สุด
4. การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	4.77	0.15	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.69	0.15	มากที่สุด

จากตาราง 12 พบว่าความเหมาะสมของการใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มี
 ประสิทธิผลของสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน
 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน
 เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์
 ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.15) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.74$,
 S.D. = 0.19) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.66$,
 S.D. = 0.20) และการรวบรวมข่าวสาร ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.20) ตามลำดับ

ตาราง 13 ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล
ของสถานศึกษา ด้านการรวบรวมข่าวสาร

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ของสถานศึกษา ด้านการรวบรวมข่าวสาร	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
การรวบรวมข่าวสาร				
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา	4.54	0.54	มากที่สุด
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น	4.60	0.58	มากที่สุด
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประชาติ ทัศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป	4.72	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.62	0.34	มากที่สุด
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์	4.69	0.52	มากที่สุด
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน	4.65	0.53	มากที่สุด

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่าย ของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ด้านการรวบรวมข่าวสาร	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	4.70	0.53	มากที่สุด
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อให้บริการต่อสาธารณชน	4.61	0.52	มากที่สุด
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์	4.63	0.56	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.66	0.29	มากที่สุด
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)				
50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา	4.63	0.48	มากที่สุด
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	4.62	0.57	มากที่สุด
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย	4.70	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.65	0.28	มากที่สุด

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่าย ของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ด้านการรวบรวมข่าวสาร	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
ชั้นที่ 4 การประเมินผล				
53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบระบบข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	4.60	0.58	มากที่สุด
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูล ข่าวสารให้ถูกต้องเหมาะสม	4.58	0.53	มากที่สุด
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ นำผลการตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการ ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	4.71	0.52	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.63	0.33	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.64	0.22	มากที่สุด

จากตาราง 13 พบว่าความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มี
ประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการรวบรวมข่าวสาร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร
สถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.22) เมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้
ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.29) ขั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์
(การสื่อสาร) ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.28) ขั้นการประเมินผล ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.33) และ
ขั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.34) ตามลำดับ ซึ่งมี
รายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1) การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประสามติ ทศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.48) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.58) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา ด้านการพัฒนาหลักสูตร ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.53) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์ ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.52) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

3) การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.48) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.48) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.57) ตามลำดับ

4) การประเมินผล มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.33) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ตรวจสอบระบบข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.58) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ตาราง 14 ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับความเหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน				
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์	4.58	0.52	มากที่สุด
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	4.66	0.56	มากที่สุด
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	4.60	0.52	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.61	0.31	มากที่สุด

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของ สถานศึกษา ด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ ในการประชาสัมพันธ์	4.68	0.55	มากที่สุด
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อ สาธารณชน	4.68	0.52	มากที่สุด
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อน นำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน	4.69	0.52	มากที่สุด
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีวางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	4.69	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.68	0.30	มากที่สุด
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)				
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมี ความเหมาะสม	4.59	0.58	มากที่สุด
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการ สื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม	4.60	0.52	มากที่สุด

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันต่อเวลา	4.72	0.51	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.64	0.34	มากที่สุด
ขั้นที่ 4 การประเมินผล				
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	4.63	0.50	มากที่สุด
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ สอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	4.72	0.48	มากที่สุด
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุงพัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป	4.70	0.47	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.69	0.29	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.66	0.20	มากที่สุด

จากตาราง 14 พบว่าความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตาม

ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ชั้นการประเมินผล ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.29) ชั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.30) ชั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.34) และชั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.31) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1) ชั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.56) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.52) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

2) ชั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีวางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.48) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.52) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

3) ชั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันต่อเวลา ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.51) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.52) และผู้บริหาร

สถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

4) ขั้นตอนประเมินผล มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธสอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.48) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธติดตามผลการประชาสัมพันธเพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธต่อไป ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.47) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ตาราง 15 ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาด้านงานประชาสัมพันธภายในและภายนอกโรงเรียน

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาด้านงานประชาสัมพันธภายในและภายนอกโรงเรียน	ค่าสถิติ		ระดับความเหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
งานประชาสัมพันธภายในและภายนอกโรงเรียน				
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธศึกษาข้อมูลงานประชาสัมพันธภายในและภายนอกโรงเรียน	4.69	0.54	มากที่สุด
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธรับฟังความคิดเห็นงานประชาสัมพันธภายในและภายนอกโรงเรียน	4.90	0.31	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.80	0.32	มากที่สุด

ตาราง 15 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านงาน ประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	4.69	0.51	มากที่สุด
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	4.70	0.49	มากที่สุด
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน	4.65	0.59	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.68	0.33	มากที่สุด
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)				
74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	4.66	0.52	มากที่สุด
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	4.80	0.43	มากที่สุด
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว วารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครองและชุมชนทราบ	4.95	0.22	มากที่สุด

ตาราง 15 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านงาน ประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานี วิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน	4.49	0.65	มากที่สุด
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ	4.91	0.31	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.76	0.20	มากที่สุด
ขั้นที่ 4 การประเมินผล				
79	ผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้นิเทศประเมินผล การผลิตและการใช้สื่อการเรียนการสอนของครู	4.58	0.61	มากที่สุด
80	ผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้นิเทศสอบถามความพึง พอใจในการผลิตและการใช้สื่อการเรียนการสอน	4.97	0.16	มากที่สุด
81	ผู้รับการนิเทศปรับปรุงและพัฒนาการผลิตและ การใช้สื่อการเรียนการสอนให้มีความเหมาะสม	4.66	0.55	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.74	0.31	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.74	0.19	มากที่สุด

จากตาราง 15 พบว่าความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มี
ประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ตาม
ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =
4.74, S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไป
หาน้อย ดังนี้ ขั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น (\bar{X} = 4.80, S.D. = 0.32)

ชั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.20) ชั้นการประเมินผล ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.31) และชั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1) ชั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.31) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษาข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

2) ชั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.49) ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.51) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

3) ชั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว วารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ ($\bar{X} = 4.95$, S.D. = 0.22) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.31) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

4) ชั้นการประเมินผล มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้นิเทศสอบถามความพึงพอใจในการผลิตและการใช้สื่อการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.97$, S.D. = 0.16) ผู้รับการนิเทศปรับปรุงและพัฒนาการผลิตและการใช้สื่อการเรียนการสอน ให้มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.55) และผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้นิเทศ ประเมินผลการผลิตและการใช้สื่อการเรียนการสอนของครู ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.61) ตามลำดับ

ตาราง 16 ความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการ ประชาสัมพันธ์	4.91	0.29	มากที่สุด
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการ ประชาสัมพันธ์	4.84	0.39	มากที่สุด
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและ ภายนอกโรงเรียน	4.78	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.84	0.22	มากที่สุด

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	4.87	0.37	มากที่สุด
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์	4.91	0.29	มากที่สุด
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การกำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสานงาน เครือข่ายประชาสัมพันธ์	4.56	0.62	มากที่สุด
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่ง ข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนิน การประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน	4.64	0.56	มากที่สุด
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่าง เครือข่าย	4.68	0.55	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.73	0.24	มากที่สุด
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)				
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับ กลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	4.83	0.41	มากที่สุด

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับ กลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	4.80	0.45	มากที่สุด
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวัน สำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของ เครือข่ายประชาสัมพันธ์	4.97	0.16	มากที่สุด
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การจัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่	4.83	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.86	0.21	มากที่สุด
ชั้นที่ 4 การประเมินผล				
94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การประเมินผลการประสานงานเครือข่ายการ ประชาสัมพันธ์	4.75	0.49	มากที่สุด
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็น ระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน	4.60	0.58	มากที่สุด
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อ ๆ ไป	4.64	0.49	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.66	0.32	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.77	0.15	มากที่สุด

จากตาราง 16 พบว่าความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ขั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.21) ขั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.22) ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.24) และขั้นการประเมินผล ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.32) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1) ขั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้

ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.39) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

2) ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้

ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ($\bar{X} = 4.87$, S.D. = 0.37) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

3) ขั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้

ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์

($\bar{X} = 4.97$, S.D. = 0.16) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

4) ขั้นตอนการประเมินผล มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.49) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อ ๆ ไป ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.49) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

2.2.4 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา จำแนกเป็นรายด้านและรายข้อ สรุปได้ดังตาราง 17

ตาราง 17 ความเหมาะสมของผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา จำแนกเป็นรายด้านและรายข้อ

ข้อ	ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับความเหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน				
97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน	4.70	0.55	มากที่สุด
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา	4.69	0.49	มากที่สุด

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	ผลการประชาสัมพันธ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำ โดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความ เข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ	4.73	0.52	มากที่สุด
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความ ร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา	4.69	0.50	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.70	0.28	มากที่สุด
การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน				
101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ มีการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามี ข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข	4.69	0.52	มากที่สุด
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธมี การคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็น การป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงาน ในทางลบ	4.87	0.38	มากที่สุด
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธมี การป้องกันความเข้าใจผิด เพราะการป้องกันไว้ ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขใน ภายหลัง	4.65	0.58	มากที่สุด
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธมี การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้	4.94	0.23	มากที่สุด

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	ผลการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไข โดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อ สถาบันได้	4.70	0.51	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.77	0.24	มากที่สุด
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา				
106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การสร้างควมนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน	4.94	0.23	มากที่สุด
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์ เกี่ยวกับประชาชน ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้ เกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา	4.64	0.56	มากที่สุด
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การสร้างควมนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านการผลิตของนักเรียน	4.84	0.37	มากที่สุด
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การสร้างควมสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงาน ของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้	4.69	0.53	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.78	0.28	มากที่สุด

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	ผลการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ				
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน	4.72	0.48	มากที่สุด
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้ง ภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความ เข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี	4.97	0.17	มากที่สุด
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด	4.86	0.35	มากที่สุด
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายใน หน่วยงาน	4.89	0.34	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.86	0.18	มากที่สุด
การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา				
114	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพ ของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จาก ประสบการณ์	4.91	0.29	มากที่สุด
115	การประชาสัมพันธ์เป็นการสะท้อนออกถึง ความรู้สึกรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่เกิด ภาพพจน์ที่ดีต่อโรงเรียน	4.79	0.43	มากที่สุด
116	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจาก ผู้ปกครองและชุมชน	4.88	0.35	มากที่สุด

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	ผลการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
117	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับการยอมรับ จากผู้ปกครอง และชุมชน	4.79	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.84	0.18	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		4.79	0.16	มากที่สุด

จากตาราง 17 พบว่าความเหมาะสมของผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.18) การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.18) การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.28) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.24) และความร่วมมือนอกภาคีในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.28) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1) ความร่วมมือนอกภาคีในการปฏิบัติงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้น ต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.52) การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.55) และการประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.49) ตามลำดับ

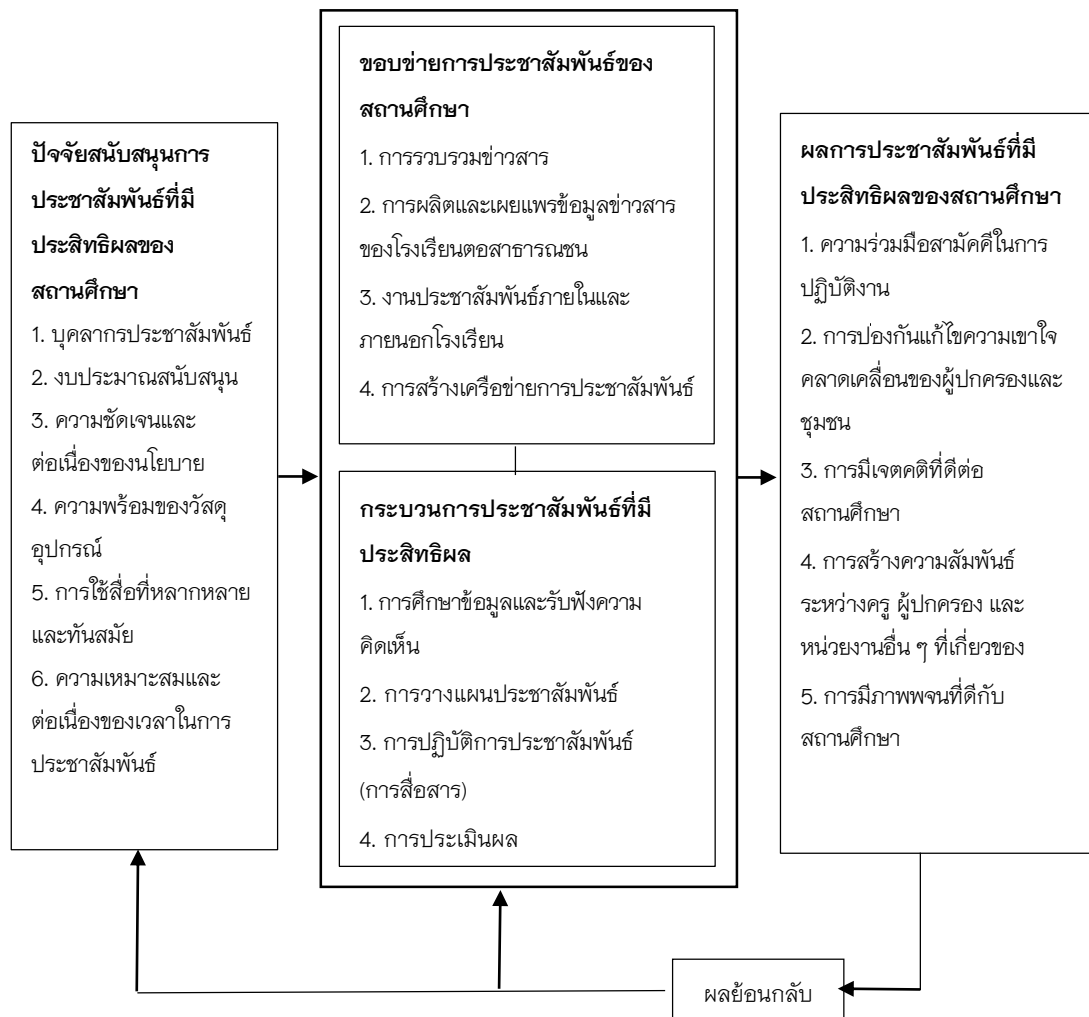
2) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ ($\bar{X} = 4.94$, S.D. = 0.23) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ ($\bar{X} = 4.87$, S.D. = 0.38) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

3) การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน ($\bar{X} = 4.94$, S.D. = 0.23) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านการผลิตของนักเรียน ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.37) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

4) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.18) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X} = 4.97$, S.D. = 0.17) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.34) และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.35) ตามลำดับ

5) การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.29) การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้ปกครองและชุมชน ($\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.35) และการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความศรัทธาจากผู้ปกครอง และชุมชน ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.35) ตามลำดับ

จากการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยได้รูปแบบที่ผ่านการพัฒนาและตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบการพัฒนา รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 สามารถสรุปผลตามลำดับ ดังนี้

1. การดำเนินการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนา รูปแบบ และ ระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ

การวิจัยระยะที่ 1 การพัฒนา รูปแบบ ประกอบด้วย 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) นำขอบเขตด้านเนื้อหาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา และ 3) นำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา

การวิจัยระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 2,256 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 206 คน และครูผู้สอน จำนวน 2,050 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 กำหนดขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงใน วาโร เฟ็งส์วัตต์, 2551, หน้า 191) จำนวน 322 คน แต่ผู้วิจัยจะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 332 คน ประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 63 คน และครูผู้สอน จำนวน 269 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืน 327 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98.50 การได้มาของกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ซึ่งมีความตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20–0.85 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.99 โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

1.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ประกอบด้วย การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน และการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ขอข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาในแต่ละด้านใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา 4 ชั้น คือ ชั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ชั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ชั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) และชั้นการประเมินผล

1.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) และการประเมินผล

1.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครูผู้ปกครองและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีความเหมาะสมทั้งโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และขอข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นเพื่ออภิปรายผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ 2) ขอข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ได้แก่ การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน

งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) การประเมินผล 4) ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ได้แก่ ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครูผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ดังนี้

1.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวจะทำให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้น การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจน และวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงานจะนำไปสู่กลยุทธ์และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทั้งหมดและการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะมีส่วนลดความก้าวหน้าของงานสื่อที่ใช้ในการดำเนิน งานประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ให้ทันสมัยและมีหลากหลายการประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ นอกจากนี้การใช้สื่อที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับกนกวรรณ ใจริน (2556, หน้า 4) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1) นโยบาย 2) ผู้บริหาร 3) บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4) วิธีการดำเนินงาน

5) งบประมาณ 6) สื่อประชา สัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้พญูร่าไพ ประภัสสร (2557, หน้า 93) ได้กล่าว ถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

- 1) ด้านบริหารจัดการ 2) ด้านบุคลากร 3) ด้านงบประมาณ 4) ด้านสื่อในการสื่อสาร
- 5) ด้านข่าวสาร 6) ด้านวัสดุนำเสนอ สอดคล้องกับศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ต้น สุวรรณนท์ (2558, หน้า 184) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้
- 1) การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจนนำสู่การปฏิบัติและวิสัยทัศน์ของผู้นำ 2) ความพร้อมขององค์กร และบุคลากรที่มีความรู้ตรงสายงาน 3) การสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร
- 4) การมีส่วนร่วมของผู้นำและบุคลากร 5) การใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย และ6) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ สร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

1.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ประกอบด้วย

การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน และการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเป็นภารกิจที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้อง ดำเนินการเพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย เช่น การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความ เข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายใน หน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดี ภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และการประชาสัมพันธ์ภายนอก สถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบถึง ผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ทั้งที่เป็นความร่วมมือกับชุมชนและ หน่วยงานอื่น ๆ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เป็นการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน รวมทั้งการสร้างเครือข่ายภายนอก องค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสาน งานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสาร ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก สอดคล้องกับทองมี สามารถ (2554, หน้า 44) ได้กล่าวว่าขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ในสถาน ศึกษา มี 3 ด้าน 1) การศึกษา

ความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน 2) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน และ 4) การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 66) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การรวบรวมข่าวสาร 2) การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและประสานงานกับชุมชน 3) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายในและภายนอกสถานศึกษา 4) การติดตามและประเมินผล เช่นเดียวกับสุภาพร ทันสี (2555, หน้า 32) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน 2) การจัดเครือข่ายประสานงานประชาสัมพันธ์ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน 4) การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์

1.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) และการประเมินผล ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลเป็นขั้นตอนการทำงานที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย ประกอบด้วย การศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา การแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น และมีการตรวจสอบประสามติ ทิศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินการ กำหนดสิ่งที่ต้องปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานมีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ การวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ การดำเนินการหรือลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ การรวบรวมข้อมูลเพื่อตัดสินใจประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ของการประชาสัมพันธ์มากนักน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่ สอดคล้องกับบงลักษณะ สุทธิวิวัฒนพันธ์ (2556, หน้า 55-56) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาวิจัยหรือการค้นคว้าหา ข้อเท็จจริงและรับฟัง 2) การวางแผนและตัดสินใจ 3) การติดต่อสื่อสารถึงประชาชน 4) การประเมินผล และเกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 30) ได้กล่าวถึงกระบวนการ ประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูล 2) การวางแผน 3) การปฏิบัติงานการสื่อสาร 4) การประเมินผล เช่นเดียวกับนิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 54) ได้กล่าวถึงกระบวนการ ประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาหาข้อมูล 2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ 3) การดำเนินงาน 4) การประเมินผล

1.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครอง และชุมชน การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาเป็นการแสดงถึงความสำเร็จที่เกิดจากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา โดยพิจารณาจากการกระทำของครูที่ รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และปฏิกิริยาที่เกิดกับผู้เกี่ยวข้อง โดยการสร้างความเข้าใจที่ ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา การสร้างความ เข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมี เหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่อสถานศึกษา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนและ การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ การป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง รวมถึง การแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อ เหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ การสร้างความนิยม ความคิดความรู้สึกที่ดีความศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน จะมีผลทำให้ การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การทำให้เกิด ความมั่นคงในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายใน

และภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน สภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา สอดคล้องกับทงมี สามารถ (2554, หน้า 33) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) สร้างภาพพจน์ที่ดีของโรงเรียน สร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน 2) ปกป้องแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน 3) เพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้องของสถานศึกษาทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียนได้ และ 4) ส่งเสริมเกลี้ยกล่อมชักจูงกลุ่มคนให้เกิดศรัทธา มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตผลของโรงเรียน นอกจากนี้ สุภัสสร โกสุมสม และอัลฮามิธ มะลิซัน (2555, ออนไลน์) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี 2) ทำให้ข้าราชการ เจ้าหน้าที่และประชาชนได้ทราบและเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ 3) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี 4) ช่วยแก้ไขความขัดแย้ง ข้อข้องใจในด้านต่าง ๆ 5) ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลความรู้ที่ทันสมัย 6) ทำให้ได้รับความสนับสนุนร่วมมือ เช่นเดียวกับ อนันต์ ปัตตังทานัง (2555, หน้า 30) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) เผยแพร่ชื่อเสียงของโรงเรียนให้เป็นที่รู้จักทั่วไป 2) เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครูผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) ก่อให้เกิดความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน 4) กระตุ้นให้บุคลากรในโรงเรียนได้กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน 5) ทำให้บุคคลภายนอกมีเจตคติที่ดีต่อโรงเรียน

2. ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ได้แก่ การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน การสร้าง

เครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) การประเมินผล 4) ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ได้แก่ ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา พบว่า มีความเหมาะสมทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล โดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้

2.1.1 บุคลากรประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง สิ่งสำคัญต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนและกับผู้ปกครอง รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 43) ได้กล่าวว่านักประชาสัมพันธ์จะต้องมีคุณสมบัติหลายอย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น ความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือกระบวนการปฏิบัติงาน แต่ที่ขาดไม่ได้คือ ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกดีระหว่างองค์การและกับประชาชน รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วย นอกจากอนงค์วดี จิระบุตร (2556, หน้า 45) ได้กล่าวว่าความรู้และเจตคติของบุคลากรประชาสัมพันธ์ จัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการวางแผนประชาสัมพันธ์องค์ประกอบหนึ่ง การทำงานประชาสัมพันธ์และวางแผน จำเป็นที่จะต้องอาศัยผู้รู้ เข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้องเพื่อผลงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นทรัพยากรที่มีค่าเพราะบุคลากรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการใช้เหตุผลและข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับ ศิริวรรณ จุลทัต และ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558, หน้า 189) ได้กล่าวถึง ความพร้อมขององค์กร

และบุคลากรที่มีความรู้ตรงสายงาน มีการจัดรวมบุคลากรเป็นหนึ่งเดียวตามจำนวนและปริมาณของงาน รวมงานที่เกี่ยวข้องของการประชาสัมพันธ์มาไว้ด้วยกันเพื่อรวมคนและวางแผนกลยุทธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ทำงานพร้อมกัน ต่างงานต่างหน้าที่ พร้อมทั้งสะดวกต่อการพิจารณาในการจัดงบประมาณ ฉะนั้นความพร้อมของบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกไปสู่ความสำเร็จ

2.1.2 งบประมาณสนับสนุน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยการประชาสัมพันธ์ควรมีเม็ดเงินที่หน่วยงานจัดสรรเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้นเพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ต้องใช้ความพยายามในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เป็นงานที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงให้แก่องค์กรและหน่วยงาน หากผู้บริหารสถานศึกษามีนโยบายในการสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ก็ควรได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณ สอดคล้องกับปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 34) ได้กล่าวว่างบประมาณสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญของโครงการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมักจะมีข้อสังเกตโดยเฉพาะในวงการประชาสัมพันธ์ภาครัฐว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ผลสำเร็จเท่าที่ควร เพราะขาดงบประมาณหรือได้รับงบประมาณไม่เพียงพอหรือน้อยเกินไป สำหรับหน่วยงานราชการนั้นแม้จะใช้งบประมาณแต่การจัดสรรงบประมาณโครงการประชาสัมพันธ์มักจะอยู่ในอันดับสุดท้ายของงบประมาณ แต่หน่วยราชการก็ได้เปรียบภาคเอกชนในด้านการใช้สื่อมวลชน โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้องศ์วุฒิ จีระบุตร (2556, หน้า 26) ได้กล่าวว่างบประมาณสนับสนุนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้น เพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ต้องใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องจึงจะเห็นผล หากผู้บริหารองค์กรมีนโยบายในการสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ก็ควรได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วย เช่นเดียวกับ ธนันต์วัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 79) ได้กล่าวว่า งบประมาณสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการดำเนินงานของทุกองค์การ โดยทั่วไปแล้วองค์การต่าง ๆ จะมีการจัดตั้งงบประมาณเตรียมไว้ หรือมีแผนการในการใช้จ่ายในเรื่องต่าง ๆ ไว้เรียบร้อยแล้ว หากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ใดเป็นไปตามแผนการที่เตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว ก็จะไม่เกิดปัญหาใด ๆ แต่ในบางครั้งค่าใช้จ่ายจริงหรือสาเหตุที่จะต้องใช้จ่ายอาจเกินงบประมาณ

ที่เตรียมไว้ หรืออาจไม่มีงบประมาณเตรียมไว้ ดังนั้น หากมีความจำเป็นในการใช้จ่ายจริงก็จะต้องมีการชี้แจงเหตุผลความจำเป็นและความสำคัญของกิจกรรมนั้น ๆ และอธิบายให้ผู้บริหารตระหนักว่า หากไม่ดำเนินการเรื่องนี้ แล้วจะเกิดผลเสียหายอย่างไรบ้างมาน้อยเพียงใดหรืออาจต้องไปตัดงบประมาณของกิจกรรมอย่างอื่นที่มีความสำคัญน้อยกว่าเพื่อมาใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์ดังกล่าว

2.1.3 ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยการประชาสัมพันธ์ควรมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจน และวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน หากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้เด่นชัดจะทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดทิศทาง การมีนโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะจากนโยบายจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 33) ได้กล่าวว่าความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบายเป็นหัวใจของการประชาสัมพันธ์องค์การ เมื่อมีนโยบายการประชาสัมพันธ์แล้ว จะต้องมีการวางแผนงานรองรับเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนงานประชาสัมพันธ์ แต่ละแผนงานอาจมีโครงการหลายโครงการได้ตามความจำเป็นเพราะแต่ละโครงการอาจเข้าถึงกลุ่มประชากรเป้าหมายได้เพียงบางส่วนเท่านั้น กิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ในโครงการประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการอาจจะต้องประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ หลายกิจกรรมก็ได้ นอกจากนี้ดีทิงหลิง สุขกุล และฉวีพร ไตรวิช (2558, หน้า 189) และศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558, หน้า 188) ได้กล่าวตรงกันเกี่ยวกับนโยบาย การมีเป้าหมายที่ชัดเจนนำไปสู่การปฏิบัติและวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน แต่ละหน่วยงานนั้นจำเป็นต้องมีการตั้งเป้าหมายว่าต้องการจะเห็นองค์การนั้นเป็นอย่างไร หากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้เด่นชัดจะทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดทิศทาง การมีนโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญยิ่งโดยจากนโยบายจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ เช่นเดียวกับนิพนธ์ สุนทรโรทก (2561, หน้า 51) ได้กล่าวว่าการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนควรให้สัมพันธ์กับนโยบายท้องถิ่นและของประเทศ ระบุคุณค่าประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น คำนึงถึงวิถีชีวิตของชุมชน กำหนดเป็นแผนเชิงประจักษ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้โรงเรียนได้ใกล้ชิดกับชุมชน และสอดคล้องกับนโยบายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะของการ “กัน-ก่อก-แก้” โดยการดำเนินนโยบายที่สำคัญ อาจ

กระทำผ่านทางการแจ้งข่าวสาร การสร้างความน่าเชื่อถือ การกำหนดโครงการที่เหมาะสม ตลอดจนการสร้างความสำเร็จอันดีระหว่างโรงเรียนกับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1.4 ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ทั้งมวลและการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะมีผลลดความก้าวหน้าของงาน เกิดความล่าช้าไม่ทันการณ์ สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสิ่งสำคัญให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเยาวภา บัวเวช (2553, หน้า 119) ได้กล่าวว่าความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นสื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีหลากหลาย เช่น การพูด การเขียน การโทรศัพท์ จดหมาย หนังสือเวียน สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ การจัดประชุม ร่วมกลุ่มอภิปราย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในหมู่ประชาชนแล้ว ยังมุ่งหมายให้เกิดความศรัทธา นิยมเลื่อมใส เรียกร้องความสนับสนุน ร่วมมือร่วมใจเป็นอันดีจากประชาชนอันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 35) ได้กล่าวว่าถ้าโครงการงานประชาสัมพันธ์ เน้นที่การเผยแพร่เป็นหลัก อุปกรณ์ที่จะต้องใช้ผลิตงานประชาสัมพันธ์จะเป็นปัญหาหลัก และในที่สุดก็จะเกี่ยวพันไปถึงเรื่องงบประมาณเพราะทั้งอุปกรณ์และอัตรากำลังเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น เช่นเดียวกับ พชรุราไพ ประภัสสร (2557, หน้า 107) ได้กล่าวถึงความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ว่าเป็นสื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ และต้องพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการใช้สื่อจะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อเป็นสิ่งสำคัญให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.1.5 การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยการประชาสัมพันธ์มีการส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือหลายคนเพื่อให้เข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งส่งไปและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อ

ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์โดยศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบและการใช้สื่อที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดีสอดคล้องกับ

พญำไพ ประภัสสร (2557, หน้า 105) ได้กล่าวถึงการใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัยว่าสื่อแต่ละชนิดและกิจกรรมประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทต่างมีคุณลักษณะข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่แตกต่างกันออกไป การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จึงจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกผลิตสื่อโดยการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อเลือกผลิตสื่อที่ให้ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เกณฑ์การคัดเลือกการผลิตสื่อจึงจำเป็นต้องอาศัยการพิจารณาคุณสมบัติของสื่อ เช่น การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ จิตวิทยาของสื่อ และศักยภาพของหน่วยงานผลิตสื่อ

นอกจากนี้ ธนันต์ฉวี อัครพัชรอมต (2559, หน้า 61) ได้กล่าวถึง สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท และแต่ละประเภทก็จะมีลักษณะการใช้งานแตกต่างกัน องค์การหรือนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับลักษณะของสื่อแต่ละประเภท เพื่อจะได้ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายขององค์การ

2.1.6 ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยการประชาสัมพันธ์จะต้องมีระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ และความต่อเนื่อง ฉับไวในการประชาสัมพันธ์สื่อบางประเภท เช่น ภาพยนตร์ วารสารประชาสัมพันธ์ ต้องใช้เวลาในการจัดทำมากกว่าสื่อบางประเภท เช่น บ้ายประกาศหรือการพูดชี้แจง โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ แต่ถ้การเผยแพร่ั้นต้องทำอย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย สอดคล้องกับ บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สอนสีดา (2553, หน้า 11) และณัฐฐา รัตตกุล (2555, หน้า 26) ได้กล่าวตรงกันว่าเวลาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ความพยายามในการทำงาน กล่าวคือ ในการวางแผนใด ๆ นั้น ผู้วางแผนจำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอที่จะคิดหาสู่ทางในการเตรียมการและการดำเนินงาน การทำงานใด ๆ โดยไม่มีการวางแผนหรือเตรียมการล่วงหน้าเป็นการทำงานที่ฉาบฉวยแบบขายผ้าเอาหน้ารอด ผลลัพธ์ที่ได้ก็ไม่ดีเท่าที่ควร ในทำนองเดียวกันในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ผู้วางแผนหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ก็ต้องการเวลาในการเตรียมการ ศึกษาหาข้อมูลที่จะใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้

เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อเป็นการเตรียมการที่จะป้องกันการกระทำใด ๆ ทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายในอันมีผลกระทบต่อคนและสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรและหน่วยงาน เช่นเดียวกับบทันวัตน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 72) ได้ให้ความหมายว่า เวลาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อ คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ซึ่งต้องเสียเวลามากน้อยต่างกัน สื่อบางประเภท เช่น ภาพยนตร์ วารสาร ประชาสัมพันธ์ ต้องใช้เวลาในการจัดทำมากกว่าสื่อบางประเภท เช่น ป้ายประกาศหรือการพูดชี้แจง โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ แต่ถ้าการเผยแพร่จำเป็นต้องทำอย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย อาทิ โครงการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น องค์กรจะมีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้ามาก จึงสามารถเลือกใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำมากได้ เช่น การเปิดให้เข้าชมกิจการและนิทรรศการในโอกาสฉลองครบรอบการดำเนินงานหรือการจัดขบวนแห่ทางสงกรานต์ เป็นต้น แต่ในกรณีที่มีข่าวและประชาชนกำลังตั้งข้อสงสัยว่า องค์กรเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ปล่อยของเสียลงแม่น้ำทำให้เกิดน้ำเสีย การชี้แจงเผยแพร่ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องควรทำรวดเร็วในขณะที่ข่าวนั้นกำลังเป็นที่สนใจของประชาชน จึงควรเลือกใช้สื่อที่เสียเวลาในการจัดทำน้อย เช่น เชิญสื่อมวลชนมาเยี่ยมชมองค์กรหรือเขียนจดหมายหรือไปชี้แจงด้วยตนเองกับเจ้าของคอลัมน์หรือรายการที่เผยแพร่ข่าวนั้น

2.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด และเมื่อพิจารณาขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้

2.2.1 การรวบรวมข่าวสาร ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน สอดคล้องกับมโนชา จงหมื่นไวย (2553, หน้า 33) ได้กล่าวว่า การรวบรวมข่าวสารเป็นการจัดหาข้อมูล รวบรวม และนำเสนอในรูปแบบข่าว ภาพข่าว บทความ สารคดีทางการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ญัฐเมธินทร์ พุทธิสสะ (2554, หน้า 27) ได้กล่าวว่า การรวบรวมข่าวสารเป็นการรวบรวมข้อคิดและระเบียบของสถานศึกษาเพื่อแจ้งให้นักเรียนทราบ งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเทศบาลสามัคคีวิทยามีการสร้างความรู้ความเข้าใจโดยแจ้ง ข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบให้นักเรียนทราบและเข้าใจตลอดจน

ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามระเบียบของโรงเรียน เช่นเดียวกับปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 66) ได้กล่าวถึงการรวบรวมข่าวสารว่า เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

2.2.2 การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การประชาสัมพันธ์เป็นงานหนึ่งของการบริหารเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น สอดคล้องกับณัฐเมธินทร พุทธิสสะ (2554, หน้า 25) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงานสถานศึกษาเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหารเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น นอกจากนี้ปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 32) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง คำแนะนำ คำชี้แจง ประกาศให้ครูในสถานศึกษาทราบเป็นการดำเนินประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนที่จะชี้แจงให้ครู อาจารย์ทราบเรื่องราวดังกล่าว โดยการจัดให้มีการประชุมชี้แจงติดประกาศให้ทราบ เช่น ประกาศเสียงตามสาย ทำแผ่นปลิว เพื่อให้ครูอาจารย์ทราบข่าวสารในสถานศึกษาโดยทั่วถึงกัน เช่นเดียวกับสุภาพร ทันสี (2555, หน้า 37) ได้กล่าวว่า การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชนเป็นการประสานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตข้อมูลข่าวสารโดยใช้จดหมายข่าว แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ รายการเสียงตามสาย บ่ายนิเทศ ปฏิทินดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายประชาสัมพันธ์

2.2.3 งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ภาพรวม

มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก สอดคล้องกับวิจิตร ศรีเดช (2553, หน้า 37) ได้ให้ความหมายของงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ไว้ดังนี้

1) งานประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ คณะครู นักเรียน และพนักงานขับรถ 2) งานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน หมายถึง การสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก นอกจากนี้ปรีชา จันทร์เทพ (2554, หน้า 69) ได้กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายใน - ภายนอกสถานศึกษา จะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้อาจจะดำเนินการโดยเป็นหนังสือ คำสั่ง ประกาศหนังสือเวียนประชุม การชี้แจงเป็นรายบุคคลเพื่อสร้างความเข้าใจที่เป็นแนวเดียวกัน เป็นการแก้ไขปัญหาและความไม่เข้าใจกัน และยังเป็นการประสานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชนได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับปวีณา บุญเกิด (2555, หน้า 37) ได้กล่าวว่างานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน หมายถึง การที่ทางโรงเรียนมีการพบปะสื่อสารต่อกันทั้งกับบุคคลในโรงเรียนและกับประชาชนภายนอกโรงเรียนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน สื่อสารข้อมูลข่าวสารซึ่งกัน เพื่อเกิดการรับทราบข้อมูลของโรงเรียน

2.2.4 การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา และการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก สอดคล้องกับทงมี สามารถ (2554, หน้า 48-49) ได้กล่าวว่าการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษาโดยการจัดให้มีเครือข่ายประสานงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน การพัฒนาบุคลากรให้สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน การสร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลการประสานงานเครือข่าย ส่วนการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียนเพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอกโดยการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ การกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงาน การส่งข้อมูลข่าวสาร การกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานกับเครือข่าย การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์และการประเมินผลการประสานงานเครือข่าย นอกจากนี้สุภาพร ทันลี (2555, หน้า 36-37) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- 1) การสร้างเครือข่ายภายในองค์กร เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน และ 2) การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กร เป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่

ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก เช่นเดียวกับ อนันต์ บัตตั้งทานัง (2555, หน้า 21) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ มีลักษณะ ดังนี้ 1) เป็นการรวมตัวของบุคคล องค์กร หน่วยงาน เพื่อร่วมคิดร่วมกระทำกิจกรรมอย่างเป็นระบบ โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อให้บังเกิดผลในทางที่ดี 2) เป็นแนวร่วมเพื่อดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน 3) ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันตกลงที่จะร่วมมือประสานและเชื่อมโยงกัน โดยมีข้อตกลงและมีวัตถุประสงค์เดียวกัน และ 4) เป็นการทำงานอย่างเป็นระบบของหน่วยงาน หรือบุคคลต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์แบบสองทาง (Two-ways Relationship) โดยมีเป้าหมายเดียวกันและมีการประสานงานกัน

2.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มี 4 ชั้น ประกอบด้วย ชั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ชั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ชั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) และชั้นการประเมินผล ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.3.1 ชั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอเท็จจริง ด้านต่าง ๆ หรือการรับฟังความคิดเห็น การตรวจสอบประชามติ ทศนคตตลอดจนปฏิภริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องของการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือตอนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป สอดคล้องกับธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 102) ได้กล่าวว่า การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นเป็นการระบุนปัญหาด้วยการแสวงหาและวิเคราะห์ข้อมูล งานขั้นต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นเพื่อระบุนปัญหาที่องค์การเผชิญและการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับปัญหาที่องค์การเผชิญอยู่ นอกจากนั้น ข้อมูลส่วนนี้ยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เป็นการประเมินสถานการณ์ขององค์การได้อย่างแม่นยำถูกต้องต่อไป ข้อมูลสำคัญ ๆ ที่นักวิชาการจำเป็นต้องรวบรวม ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสขององค์การในตลาดการแข่งขัน ข้อมูลของปัญหาที่องค์การกำลังเผชิญอยู่ นอกจากนี้ ธนวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่า การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการศึกษาหาข้อเท็จจริงข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการวิจัยหรือการรับฟัง

ความคิดเห็น เป็นการตรวจสอบประชามติ ทศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของกลุ่มประชาชนที่ องค์การจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การวิจัยทาง การประชาสัมพันธ์ เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัญหาและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ในการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของการสำรวจประชามติ การวิจัยนี้ก็เพื่อต้องการทราบ ว่าประชาชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์การ โดยจะต้องคำนึงถึงสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองทั้งในและต่างประเทศซึ่งจะมีผลกระทบต่อประชามติด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็น แนวทางในการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกับ ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 34) ได้กล่าวว่าการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นเป็น ขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการค้นหาข้อเท็จจริง และข้อมูล ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานการณ์ หรือปัญหาที่องค์กรประสบอยู่ โดยอาศัยวิธีการวิจัย การรับฟังความคิดเห็น (Research – listening) การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์เป็นการ สื่อสารแบบสองทางระหว่างสถาบันองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และครอบคลุมถึง การวิจัยในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น นโยบาย การดำเนินงาน สิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยนำ ผลการวิจัยมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป

2.3.2 ขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์ เป็นการกำหนดสิ่งที่ต้อง ปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานมีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุวัตถุประสงค์และ เป้าหมายที่วางไว้ การวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ สอดคล้องกับสถานการณ์ เก็บ สำราญ (2557, หน้า 103) ได้กล่าวว่าการวางแผนจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายของ องค์การว่าองค์การควรมีนโยบายในอนาคตอย่างไร เรื่องใดเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องแก้ไข หรือสร้างเสริม เรื่องใดควรชะลอไว้ก่อนได้ นโยบายใดจะช่วยให้องค์การมีลักษณะเป็นที่ชื่น ชอบได้รับความสนใจ นโยบายใดจะทำให้องค์การได้รับแต้มต่อเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ จากนั้นจึงนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนงานและกำหนด โครงการหรือกิจกรรมทางการ ประชาสัมพันธ์ งานขั้นนี้นับเป็นงานที่มีความสลับเนื่องจากกระบวนการในขั้นตอนแรกและ เป็นกิจกรรมที่มีขั้นตอนการดำเนินการทั้งสิ้น 6 กิจกรรมหลัก ๆ ด้วยกัน นอกจากนี้ นีธนันต์วัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่าการวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานทุกฝ่ายมีความสอดคล้องต่อเนื่อง บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

ในการวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ เช่นเดียวกับ ทาลินี แตรรูปีโล (2560, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า ขั้นตอนการวางแผน และการตัดสินใจ (Planning – decision making) เป็นการนำข้อมูล ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้จากการทำวิจัย การรับฟังความคิดเห็น มากำหนดเป็นแผนการจัดกิจกรรม ตลอดจนกำหนดนโยบายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.3.3 ขั้นตอนการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) เป็นการดำเนินการหรือลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ สอดคล้องกับธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 103) ได้กล่าวว่า การปฏิบัติงานสื่อสาร และดำเนินกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการพยายามสื่อความหมายให้เกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจร่วมกันให้เกิดขึ้นในระหว่างกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ กับองค์การตามแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้ ได้แก่ แผนงานการใช้สื่อและกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ การใช้สื่อและการออกแบบสารควรมีการสร้างสรรค์ออกแบบให้สอดคล้องความสนใจและเป็นไปตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มต่าง ๆ ที่องค์การเข้าไปเกี่ยวข้อง ในขั้นการสื่อสารนี้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพิจารณาปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนกิจกรรมแผนงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป นอกจากนี้ ธนนวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่าการติดต่อสื่อสารในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นนอกจากการศึกษาหาข้อมูลและนำเอาข้อมูลที่ได้มาทำการวางแผนงานประชาสัมพันธ์แล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการลงมือปฏิบัติการสื่อสารนั่นเองซึ่งเป็นการสื่อสารที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การติดต่อสื่อสารนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นจะอยู่ในขั้นตอนนี้ เพราะองค์การจะต้องเลือกวิธีการสื่อสารและเลือกใช้สื่อเพื่อให้เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการติดต่อสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ดังนั้น เมื่อองค์การมีการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายแล้ว ในขณะเดียวกันองค์การก็ต้องรับฟังความคิดเห็น ทศนคติ ท่าทีของประชาชนที่มีต่อองค์การด้วย เช่นเดียวกับ

ทาลินี แตรรูบิไล (2560, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า ขั้นตอนดำเนินการตามแผนงาน หรือขั้นตอนการสื่อสารเป็นขั้นตอนลงมือปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิด หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

2.3.4 ขั้นตอนประเมินผล การประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อตัดสินประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่ สอดคล้องกับ ฌนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557, หน้า 104) ได้กล่าวว่าการประเมินผลและการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะเป็นการประเมินผลลัพธ์ของการที่ได้ดำเนินกิจกรรมการสื่อสารไปยังกลุ่มต่าง ๆ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เกิดมีการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ความคิด ความเชื่อหรือพฤติกรรมในตัวกลุ่มเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้มากน้อยเพียงไรแล้ว การประเมินในขั้นนี้ยังหมายรวมถึงการประเมินกระบวนการทั้งกระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งหมดอีกด้วย กล่าวคือมีการประเมินก่อนดำเนินงาน การประเมินระหว่างดำเนินการ และการประเมินหลังจากเสร็จสิ้นแต่ละโครงการอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อนำเอาผลการประเมินมาใช้ในการพิจารณาปรับแก้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สามารถสนองตอบในการสนับสนุนองค์การและแก้ปัญหาให้แก่องค์การ เมื่อพิจารณาจากกิจกรรมต่าง ๆ ของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว ความสัมพันธ์ของกระบวนการประชาสัมพันธ์กับกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะที่แยกจากกันไม่ได้ มีความสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน การวางแผนที่ดีย่อมต้องมาจากการสนับสนุนและร่วมมือจากฝ่ายบริหาร ประกอบกับต้องจัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นส่วนสนับสนุนภารกิจหลักขององค์การให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น นอกจากนี้ ฌนนวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559, หน้า 38) ได้กล่าวว่าการประเมินผลการประชาสัมพันธ์นับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การประเมินผลเป็นการประเมินประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น นับเป็นงานที่มีความสำคัญมากเพื่อจะได้ทราบว่า การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตาม

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มากน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่ เช่นเดียวกับ ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 34) ได้ให้ความหมายว่า ขั้นตอนประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนที่วัดผลการดำเนินงานว่า ได้ผลตามที่กำหนดไว้ในแผน หรือโครงการ หรือไม่อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการประเมินผล จะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานในครั้งต่อไป

2.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ซึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้

2.4.1 ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจ ที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา สอดคล้องกับกนกวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 17) ได้กล่าวว่าความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงานเป็นการดำเนินงานเพื่อการโน้มน้าว เป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างความร่วมมือการสนับสนุนความคล้อยตามทั้งนี้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมบางประการตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งอาจต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ หรือเป็นการกระตุ้นให้เกิดประชามติตามที่ต้องการหรือการชักจูงใจเพื่อการรณรงค์ในการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งของหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น การรณรงค์เลือกตั้งการรณรงค์ เลิกการสูบบุหรี่ การรณรงค์ประหยัดพลังงานหารสอง โครงการเมาไม่ขับ การจัดระเบียบสังคมการรณรงค์ปัญหาเสพติด ฯลฯ นอกจากนี้ชูชาติ พวงสมจิตร (2560, หน้า 4) ได้กล่าวว่าปัจจุบันโรงเรียนต้องการการมีส่วนร่วมจากชุมชนอย่างมาก และไม่ใช่เพียงการมีส่วนร่วมส่งเสริมสนับสนุนด้านทรัพยากรเหมือนในอดีตเท่านั้น แต่โรงเรียนต้องการให้ตัวแทนชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทั้งด้านการวางแผน การพัฒนา หลักสูตร การร่วมมือกันพัฒนาผู้เรียน การบอกความต้องการของชุมชน ฯลฯ ขณะเดียวกัน ชุมชนก็ต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนด้านวิชาการโดยโรงเรียนคือแหล่ง วิชาการของชุมชน เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานอื่น ๆ รวมถึงการ ให้บริการสถานที่และวัสดุอุปกรณ์แก่ชุมชน ดังนั้นการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันย่อมช่วยให้ ทั้งสององค์กรมีส่วนร่วมสนับสนุนซึ่งกันและกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เช่นเดียวกับ เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 44) ได้กล่าวว่าการสร้างความร่วมมือ สามัคคีในการปฏิบัติงาน หมายถึง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับงาน กับบุคคลในองค์กร เป็นการสร้างบรรยากาศภายในให้มีความสามัคคี ตื่นตัวที่จะทำงานเพื่อองค์กร ให้ทุกคนได้มีความรู้ความเข้าใจในองค์กร มีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นและมีส่วนในการรับรู้ความก้าวหน้าขององค์กร และพร้อมให้ความร่วมมือ สนับสนุนการปฏิบัติงาน

2.4.2 ปองกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากร ประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อ ป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ การป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งย่อมมีผล ดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง รวมถึงการแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะต้องรีบ ดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหาย กระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ สอดคล้องกับ ทองมี สามารถ (2554, หน้า 39); สุทธิดา ชีวะวิโรจน์ (2554, หน้า 25) และอนันต์ บัดตั้งทานัง (2555, หน้า 30) กล่าว ตรงกันว่าการป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เป็นการ ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดทางด้านวิชาการ การประชาสัมพันธ์ถือเป็นการป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะมาทำการแก้ไขใน ภายหลัง สำหรับการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนเป็นไปอย่าง เหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การ สถาบัน ขึ้นในกลุ่ม ประชาชน นอกจากนี้กนกวรรณ ใจรีน (2556, หน้า 16) ได้กล่าวว่าการป้องกันแก้ไข ความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อ เป็นการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจากการวางแผนในการดำเนินงานและการพิจารณาในการ ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไขหรืออาจมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นการคาดการณ์หรือมองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์ กับหน่วยงานในทางลบ เช่น การรับข้อมูลข่าวสารคลาดเคลื่อนการเกิดความเข้าใจผิดกับ เช่นเดียวกับ ทาลินี แตรรูปวิไล (2560, หน้า 30-31) ได้กล่าวว่าการป้องกันแก้ไขความเข ใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน เป็นการป้องกันความเข้าใจผิด ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขใน

ภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิด จึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานของสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบัน เพื่อจะได้หาช่องทางป้องกันไว้เสียก่อน ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดนั้น ๆ เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์ และผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ ทุกคนจึงควรยึดหลัก “ป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อน ดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขในภายหลัง” บ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์พยายามระมัดระวังป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้น แต่ความเข้าใจผิดก็อาจเกิดขึ้นได้อยู่เสมอในคนหมู่มาก ฉะนั้นเมื่อองค์การหรือสถาบันประสบกับปัญหาดังกล่าว คือ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การ สถาบันเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนแล้ว ก็จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ ความเข้าใจผิดที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอในหมู่ประชาชนก็คือ ความเข้าใจผิดที่ได้ยินได้ฟังมาจากกลุ่มบุคคล เพื่อนฝูง ที่สนทนา หรือคุยกัน หรือข่าวลือต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องราวประเภท “เขาเล่าว่า” “เขาพูดกันว่า” “เขาลือกันว่า” ฯลฯ นอกจากนี้ ยังอาจเกิดขึ้นจากคำวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน เช่น วิทยู โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่ลงข่าวตำหนิติเตียน โจมตี หรือพาดพิงมาถึงองค์การ สถาบัน เป็นต้น

2.4.3 การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยม ความคิดความรู้อิสระที่ดีความศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน จะมีผลทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับปรีชา จันทรเทพ (2554, หน้า 24) ได้กล่าวว่า การมีเจตคติที่ดีขององค์กร เป็นการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน สถาบันทุกสถาบัน ไม่ว่าจะดำเนินกิจการด้านใดก็ตาม เช่น ด้านการศึกษา ด้านการบริการ ด้านการผลิต ฯ ล้วนแต่ต้องสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน อาจจะได้โดยตรงหรือทางอ้อม หากสถาบันนั้น ๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา จะมีผลทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ดอกอ้อ สุขศรี (2554, ออนไลน์) ได้กล่าวว่า การมีเจตคติที่ดีขององค์กร เป็นสภาวะของความพร้อมทางจิตใจ

ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกริยา ระหว่างบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับ ฐาปนี สิริรุ่งเรือง (2559, หน้า 30) ได้กล่าวว่าการมีเจตคติที่ดีต่อองค์กรมีความหมาย ดังนี้ 1) ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้จึงแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1.1) ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกใน ลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบและสนับสนุน 1.2) ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบและไม่สนับสนุน 1.3) ความรู้สึกที่เป็นกลางคือไม่มีความรู้สึกใด ๆ 2) บุคคลแสดงความรู้สึกทางด้าน พฤติกรรม ซึ่งแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะ คือ 2.1) พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่ สังเกตได้ มีการกล่าวถึง สนับสนุน ท่าทางหน้าตาบ่งบอก ความพึงพอใจ 2.2) พฤติกรรม ภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก

2.4.4 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงาน อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยผู้บริหารสถานศึกษา และบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน การ ประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิด ความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน สอดคล้องกับสุทธิดา ชีวะวิโรจน์ (2554, หน้า 26-27) ได้กล่าวว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงาน อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาจจะแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคล ภายในสถานเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ พนักงานลูกจ้างรวมถึงนักรการ ภารโรง คนขับรถภายในองค์การ สถาบัน ให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียวสามัคคีกันในหมู่ เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดีต่อ หน่วยงาน และ 2) การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์กร สถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบันและให้ความร่วมมือแก่ สถาบันด้วยดี

2.4.5 การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด สภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนจากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา สอดคล้องกับ เกษศิริรินทร์ มั่งมี (2556, หน้า 7) ได้กล่าวว่าภาพลักษณ์โรงเรียน เป็นสภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนจากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา นอกจากนี้ ศุภาพิชญ์ บังกระโทก (2559, หน้า 28) ได้กล่าวว่าโรงเรียนเป็นองค์การประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นองค์การสาธารณะและมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริการแก่คนในสังคมให้ได้รับการศึกษาอย่างยุติธรรม มีคุณภาพและโดยทั่วถึงกัน ฉะนั้นภาพลักษณ์ของโรงเรียนจึงมีลักษณะเช่นเดียวกับภาพลักษณ์ขององค์การ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนจำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ โรงเรียนต้องมีความน่าเชื่อถือ โรงเรียนต้องได้รับความศรัทธา และโรงเรียนต้องได้รับความยอมรับ เช่นเดียวกับ เกรียงไกร สุพรรณ (2561, หน้า 26) ได้กล่าวว่าการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษาเป็นการสร้างความรักความชื่นชมในองค์กร รวมถึงความเข้าใจที่ดีต่อกัน เมื่อประชาสัมพันธ์ไปแล้วทำให้เกิดความเข้าใจ (Understanding) เพราะมีหลักความเชื่อหนึ่งว่า เมื่อชอบแล้วก็พร้อมที่จะให้การสนับสนุน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำหรับสถานศึกษา

การนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาไปใช้นั้น สถานศึกษาควรปฏิบัติ ดังนี้

1) จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ดังนั้น โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 จึงควรนำรูปแบบดังกล่าวไปปรับใช้ตามความเหมาะสมในบริบทสถานศึกษาของตน

2) จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านงบประมาณสนับสนุน ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรสนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีนโยบายวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

3) จากผลการวิจัย พบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การรวบรวมข่าวสาร ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

4) จากการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 พบว่าการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าหากผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานย่อมจะส่งผลทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เกิดความสัมพันธ์ที่ดี เป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน อันจะไปสู่ความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรทุกคนในการปฏิบัติงาน

1.2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ควรนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดทำคู่มือการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา เพื่อให้สถานศึกษาได้นำไปใช้อย่างเหมาะสม และจัดอบรมผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ให้สามารถใช้คู่มือการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้จากผลการวิจัยพบว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีความเหมาะสมน้อยที่สุดในบรรดาองค์ประกอบทั้งหมดของรูปแบบ ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ควรจัดอบรมให้ความรู้กับผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ให้ตระหนักถึงขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเพื่อจะได้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการวิจัยเชิงทดลองโดยนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับสถานศึกษาและศึกษาผลที่เกิดขึ้น

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น เพื่อจะนำข้อค้นพบที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงรูปแบบต่อไป

2.3 ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา/มัธยมศึกษา เพื่อให้เกิดผลการพัฒนาที่มีความยั่งยืนในระยะยาว

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ใจรีน. (2556). การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่
ข่าวสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. การค้นคว้าอิสระ
ศษ.ม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กมลพรรณ เกาโพธิ์. (2558). รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยี
สารสนเทศในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
นครพนม เขต 2. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- กรมสามัญศึกษา. (2540). การศึกษาและวิเคราะห์สภาพจัดการศึกษาพิเศษในประเทศไทย
กองการศึกษาพิเศษ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรมการศาสนา.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- เกรียงไกร สุพรรณ. (2561). รูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา
เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
นอร์ทกรุงเทพ.
- เกษม เป้าศรีวงษ์. (2557). การพัฒนารูปแบบการนิเทศแบบเสริมพลังครูนักวิจัยปฏิบัติการ
ในชั้นเรียน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- เกษศิริรินทร์ มั่งมี. (2556). การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น
วาเซดะ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกียรติศักดิ์ รัตนชัย. (2553). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนอนุบาล
อัครรา อำเภอสองเมิน จังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระ ศษ.ม.
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ขวัญใจ วงสระศีล. (2553). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเหรียญทอง
วิทยา อำเภอบรบือ จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท.
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คัมภีร์ สุดแท้. (2553). การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการสำหรับโรงเรียน
ขนาดเล็ก. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- คู่มือการปฏิบัติงาน. (2545). สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา
ลาดพร้าว.
- จันทร์ธานี สงวนนาม. (2551). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา.
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บัณฑิต พอยท์.

- จามรี มาลีหวล. (2554). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านจรรย์ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์. การศึกษาคนคว่ำอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- ชาญกาญจจรี ศรีเนตร. (2558). *รูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25. วุฒยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- ชาญชัย กุลโคกกรวด. (2553). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเมืองนครราชสีมา อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาคนคว่ำอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- ชำนาญ บัวทวน. (2555). *หลักการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์. คณะกรรมการจัดการองค์ความรู้ กองกิจการนักศึกษา สำนักงานอธิการบดี. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ชูชาติ พ่วงสมจิตร. (2560). *การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน. วารสารวิชาการ Veridian E – Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(2), 6–8.*
- ฐานันท์ สิริรุ่งเรือง. (2559). *ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมสุขภาพตามหลัก 3อ2ส ของพนักงานบริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน). การคนคว่ำอิสระ บค.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.*
- ธนะภา ลีพรหม. (2558). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานกิจการนักเรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 : กรณีกิจกรรมชุมนุม, กิจกรรมลูกเสือเนตรนารี-ยุวกาชาดและกิจกรรม สภานักเรียน. วุฒยานิพนธ์ ค.ม. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.*
- ณัฐฐา รัตตกุล. (2555). *การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนต่อการพัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าอะเชิงเทราโคเจนเนอเรชั่น. วุฒยานิพนธ์ นศ.ม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- ณัฐเมธินทร์ พุทธิสสะ. (2554). *การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทศบาลสามัคคีวิทยา สังกัดกองการศึกษาเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*

- ดอกอ้อ สุขศรี. (2554). *จิตวิทยาการศึกษา*. เข้าถึงได้จาก
<https://sites.google.com/site/psychologymcu5/kar-chi-citwithya-ni-chan-reiyn/3-6-cetkhti>. 19 พฤษภาคม 2564.
- ติกาหลัง สุขกลุ และ ฌวีพร ไตวนิช. (2558). *การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี.วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 6(2), 98-120.
- ทองใบ ทองมาก. (2555). *รูปแบบการนิเทศการศึกษาที่มีประสิทธิภาพในโรงเรียนขนาดเล็ก*. วิทยานิพนธ์ ค.ต. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ทองมี สามารถ. (2554). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนบ้านนาใหม่ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทาลินี แตรรูปวิไล. (2560). *รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจอาหารไทยและนานาชาติ*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ธันน์วัฒน์ อัศวพัชรอมต. (2559). *การศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ภายในองค์การของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ศษ.ม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาภรณ์ แก้วสำราญ. (2557). *การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตราชวัตรบูรณะ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ธนาภรณ์ อ่วมอ่ำ. (2561). *สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพิษณุโลก เขต 3*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธัญพร คุณาวิชา. (2550). *การพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2556). *ประชาสัมพันธ์อย่างไรให้โดนใจผู้รับ*. กรุงเทพฯ: บุ๊คส์ทูยู.

- นิพนธ์ สุนทรโรทก. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โรงเรียน กรณีศึกษา โรงเรียนสตรีราชินูทิศ จังหวัดอุดรธานี*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นุชจรี มียอด. (2554). *กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เนตรนภา แพงอก. (2553). *การพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนบ้านลุ่มพุกคลองแก้ว อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเชิด ชำนิศาสตร์. (2556). *การพัฒนารูปแบบการบริหารวิชาการในการจัดการศึกษาปฐมวัยของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- บุญญเลขา มากบุญ และรัชชนก สอนลีตา. (2553). *รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ป่าซับลังกา*. ลพบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- บุญรักษา ประเสริฐ. (2553). *เจตคติและการปฏิบัติเกี่ยวกับบัณฑิตนาการของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา*. ปริญญาโท. นครนายก: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญศรี แสงศรี. (2557). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานบุคคลโดยใช้หลักกรรมภิบาลของสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. ดุษฎีนิพนธ์ ปริญญาตรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประทีปแสง พลรักษา. (2553). *การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนหนองตาอำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประภัสสร นุ้ยเย็น และโกสิทธิ์ พวงรัตน์. (2556). *การตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารก่อนการบันทึกบัญชี*. เข้าถึงได้จาก https://www.research-system.siam.edu/images/AiySoshy/5702/06/05_ch2.pdf. 19 พฤษภาคม 2564.

- ประวีร์ณัฐ กาญจนขจรศักดิ์. (2553). *การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทองมี สามารถ. (2554). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนบ้านนาใหม่
อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปรีชา จันทร์เทพ. (2554). *การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา
จังหวัดร้อยเอ็ด*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปวีณา บุญเกิด. (2555). *การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนสกลนครธุรกิจ
บัณฑิตอำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม.
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปาริชาติ ชมชื่น. (2555). *รูปแบบการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนที่มี
ประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
วิทยานิพนธ์ ค.ด. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.*
- พงษ์พัชรินทร์ พุฒวัฒน์. (2560). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*. งานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ธนบุรี.
- พงษ์ศักดิ์ ทองไช. (2558). *พัฒนารูปแบบการนิเทศภายในของสถานศึกษาขนาดเล็ก
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 28*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม.
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พชรุภาไพ ประภัสสร. (2557). *กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏใน
เขตภาคเหนือ*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
กำแพงเพชร.
- ไพลิน ปิยวนิชพงษ์. (2554). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เพิ่มพูน รมศรี. (2558). การพัฒนารูปแบบการนิเทศภายในที่มีประสิทธิผลสำหรับโรงเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 1. วิทยานิพนธ์
ค.ด. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ภัทรภร พิทักษ์ธรรม. (2553). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. เข้าถึงได้จาก
https://www.ditp.go.th/contents_attach/78127/78127.pdf. 11 มิถุนายน 2564.
- ภัทรรัฐ วิชะยะวงษ์. (2553). การใช้ภาษาไทยในวารสาร “ศิริราชประชาสัมพันธ์”.
วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มโนชา จงหมื่นไวย. (2553). การศึกษาสภาพ ปัญหา และแนวทางแก้ปัญหาการ
ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
นครราชสีมา เขต 5. วิทยานิพนธ์ ค.ม. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา.
- มิ่งขวัญ ทาสีฎ. (2553). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมารีย์พิทักษ์
อุดรธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม.
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เมขลา วิรัสวา. (2555). สภาพและปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัด
หนองคาย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- เมธา สีหานาท. (2558). การพัฒนารูปแบบการบริหารคุณภาพสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน
สู่มาตรฐานสากล. วิทยานิพนธ์ ค.ด. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม.
- เยาวภา บัวเวช. (2553). รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ.
ดุสิตนิพนธ์ ปร.ด. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม. (2554). กระบวนการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์
นศ.ม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระพีพรรณ ร้อยพิลา. (2553). การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภาวะผู้นำในการ
ประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ ค.ด.
สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

- เรชา ศรีวิชัย. (2554). *รูปแบบการบริหารงานสถานศึกษาเอกชนระดับปฐมวัยที่มีประสิทธิผลในจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เรวดี ไวยวาสนา. (2554). (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก [http://www.elfms.ssrุ.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/AMD1202_IMC/chapter6_public_relations.pdf](http://www.elfms.ssrु.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/AMD1202_IMC/chapter6_public_relations.pdf). 9 มิถุนายน 2564.
- วัลย์ลักษณ์ โจมไตร. (2558). *พัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของผู้ปกครองในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. สกลนคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- วัฒนา ศุรุสวัสดิ์. (2553). *การบริหารงานธุรการในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัฒนาภรณ์ ผือโย. (2553). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจตุรพักตรพิมาน รัชดาภิเษก อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วันชัย อยู่ตรง. (2557). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานนิเทศภายในสถานศึกษาระดับประถมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- วันเพ็ญ บุรณศรี. (2550). *การพัฒนาแนวทางการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 และเขต 2*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- _____. (2553). การวิจัยพัฒนารูปแบบ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 2(4), 1-15.
- วิชัย มานะพิมพ์. (2556). *การพัฒนารูปแบบการนิเทศภายในเกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียนระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- วิจิตร ศรีเดช. (2553). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านสองหนองไผ่ล้อม อำเภอหนองสองห้อง จังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ศรายุทธ ชื่นชมบุญ. (2556). *สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 5. วิทยานิพนธ์ ค.ม. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.*
- ศศิธร แก้วรักษา. (2553). *การศึกษากาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากกรุงเทพมหานคร เขต 1. ปรินญาณิพนธ์ คศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ศิริยา สุพรรณ. (2555). *การพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนหนองชนพิทยาคม อำเภอนาทม จังหวัดนครพนม. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ศษ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- ศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2558). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษา เขตภูมิภาคศาสตร์ภาคใต้. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 2(2), 184.*
- ศุภวัฒน์ คุณานวัณณ์. (2553). (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <https://www.kroobannok.com/blog/14550>. 10 มิถุนายน 2564.
- ศุภาพิชญ์ ปังกระโทก. (2559). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพลุดาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- สถาบัน OPINION. (2545). *คู่มือ-ข้อสอบ นิเทศศาสตร์ ปรินญาโท. กรุงเทพมหานคร: สกายบุ๊กส์.*
- สมนึก บุญใหญ่. (2556). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.*
- สมศรี สุ่มมาตย์. (2557). *รูปแบบการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพนักเรียนในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากประถมศึกษาภาคพัลลินธุ์ เขต 3. วิทยานิพนธ์ ค.ด. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.*
- สามารถ ทิมนาต. (2553). *การพัฒนารูปแบบการนิตการสอนตามแนวคิดของกลีกแมนเพื่อพัฒนาสมรรถภาพการจัดการเรียนรู้อ่านทักษะการอ่านของครูภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.*

- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2552) *ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาว่าด้วยการบริหารสถานศึกษา* สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาระดับพื้นฐาน. (2546) *แนวปฏิบัติทางการจัดการศึกษาของสถานศึกษานิติบุคคลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา* สังกัด สพฐ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาระดับพื้นฐาน.
- สำนักงานพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. (2563). เข้าถึงได้จาก <https://www.nkp2.go.th/>. 2 มิถุนายน 2564.
- ลธิพิพล พรหมินทร์. (2553). *รูปแบบการนิเทศภายในโรงเรียน* สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาน่าน เขต 2. วิทยานิพนธ์ ค.ม. อุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- ลีปาปารี มงคลศรี. (2553). *ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิดา ชีวะวิโรจน์. (2554). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โรงเรียนพระธาตุหนองสามหมื่น อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภัทสร โกสมสม และอัลฮามิธ มะลิซ็อน. (2555). เข้าถึงได้จาก <https://mitmayzii07.wordpress.com/tag/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B9%8C/>. 24 พฤษภาคม 2564.
- สุภาพร ทันลี. (2555). *การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านนาจิว อำเภอสังขาม จังหวัดหนองคาย*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อนงค์วดี จีระบุตร. (2556). *การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- อนันต์ ปัตตังทานัง. (2555). *การพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนวังไม้แดงพิทยาคม อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- อริสา เหล่าวิชา และศุภนิช จันทร์สอง. (2556). การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์. *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 33(1), 2-3.
- อลิสลา สิงห์สง่า. (2553). *การศึกษาผลการนำแนวคิดการประชาสัมพันธ์ของ บัสกิน, อโรนอฟฟ์และแล็ทติมอร์ มาใช้ในโรงเรียนเทศบาลท่าเรือประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ ค.ม. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.*
- ออนนورا จิตต์จำนงค์. (2553). *การนำเสนอแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาขนาดเล็ก ในอำเภอตาคลี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์ เขต 3. วิทยานิพนธ์ ค.ม. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.*
- Black, S. (1993). *The Essential of Public Relations*. London: Kogan Limited.
- Cutlip, S. M. and Center, A.T. (1978). *Effective Public Relation*. (4 th ed). New Jersey: Prentice-Hall.
- _____. (1982). *Effective Public Relations*. (5 th ed) Englewood Cliff, N.J. : Prentice-Hall.
- Fayol, H. (1970). *General and Industrial Management*. London : Sir Isaac Pitman & Sons.
- Friedrich, C. J. (1975). *Man and His Government*. New York: McGraw-Hill.
- Friederich, R. H. (1975). *The Publicity Process*. (2 nd ed). Iowa: State University.
- Kindred, B.D. and Gallagher. (1976). *The School and Community Relations*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Keeves, P. J. (1988). *Educational Research Methodology and Measurement : An International Handbook*. Oxford: Pergamon.
- Marston, J. E. (1979). *Modern Public Relations*. New York : McGraw-Hill.
- Sam, B.. (1975). *Practical Public Relations*. London: Pitman.
- Sears, J. B. (1950). *The Nature of Administrative Process*. New York : McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Simon, H. A. (1958). *Organization*. New York: John Willey & Sons.
- Webster's New Collegiate Dictionary. (1974). *Springfield, MASS. : G&C. Merriam.*

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๑๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๑๑ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาร่างรูปแบบ
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันเพ็ญ นันทะศรี

ะจำตัวนักศึกษา ๖๓๔๒๑๒๔๗๑๒๔ ซึ่งเป็นนักศึกษา
ปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตร
มหาบัณฑิต (ค.ม.) โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลิกา ฉลากบาง เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
และ ดร.บุญมี ก่อบุญ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้
ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
พิจารณาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครพนม เขต ๒ เพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นายสุวิทย์ ทอมสมบัติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๙ ๔๗๕๔ ๗๗๑๔๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”



ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๕๙

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๒๑ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.พรเทพ เสถียรนพแก้ว

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กรอบแนวคิดการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะ
๒. เครื่องมือการวิจัย
๓. แบบประเมินเครื่องมือการวิจัย

ด้วย นายสุวิทย์ หอมสมบัติ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๓๔๒๑๒๔๗๑๒๔ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครพนม เขต ๒” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต (ค.ม.) โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลิกา ฉลากบาง เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.บุญมี ก่อบุญ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ที่นักศึกษาได้จัดทำขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรชัยญกรณ์)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๙๗ ๐๒๒๙

โทรสาร ๐ ๔๒๙๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นายสุวิทย์ หอมสมบัติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๙ ๔๗๕๙ ๗๗๑๙๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”

ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๑๒๓

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านพนอม

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย นายสุวิทย์ หอมสมบัติ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๓๔๒๑๒๔๗๑๒๔ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต ๒” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต (ค.ม.) โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลิกา ฉลากบาง เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.บุญมี ก่อบุญ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ทั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย เพื่อหาความเชื่อมั่นในการศึกษาวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้รับการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร โดยยึดหลักพื้นฐานของหลักจริยธรรมการวิจัยสากล เลขที่ใบรับรอง ๒๑๕/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๒๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ดังนั้น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์ท่านอนุญาตให้นักศึกษาทำการทดลองใช้เครื่องมือวิจัยดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรชัยคุณ)

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นายสุวิทย์ หอมสมบัติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๙ ๔๗๕๙ ๗๗๙๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”



ที่ อว ๐๖๒๓.๑๒/ว ๒๘๔

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๒๘๐ ถ.นิคมโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๒๒ มีนาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย นายสุวิทย์ หอมสมบัติ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๓๔๒๑๒๔๗๑๒๔ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต (ค.ม.) โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา ฉลากบาง เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.บุญมี ก่อบุญ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้นักศึกษารายดังกล่าวได้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้รับการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร โดยยึดหลักพื้นฐานของหลักจริยธรรมการวิจัยสากล เลขที่ใบรับรอง ๒๑๕/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๒๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ประกอบการศึกษาวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรฉัญญกรณ์)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นายสุวิทย์ หอมสมบัติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๙ ๔๗๕๔ ๗๗๑๔๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเหมาะสมของร่างรูปแบบ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเหมาะสมของร่างรูปแบบ

1. ผศ.ดร. วันเพ็ญ นันทะศรี ตำแหน่ง อาจารย์คณะครุศาสตร์
สังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
2. ดร.เรืองฤทธิ์ ดำรงดี ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานศึกษา
วิทยฐานะผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านดงหนองบัว สังกัดสำนักงานเขต
พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2
3. ดร.สุทธิชัย ผ่านสุวรรณ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานศึกษา
วิทยฐานะผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านดอนแดง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2
4. ดร.เจริญพร คำจารย์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานศึกษา
วิทยฐานะผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านนาอินทร์นาโหนดอภัยพัฒนา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2
5. นางไพวัลย์ เครือหว่า ตำแหน่ง ครู
วิทยฐานะครูชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านปากอูน(ปากอูนผดุงวิทย์) สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2
6. นางจินดา วะชุม ตำแหน่ง ครู
วิทยฐานะ ชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านนาหว่า สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2
7. นางนวลจันทร์ ตระกูลวาง ตำแหน่ง ครู
วิทยฐานะ ชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านตาลราษฎร์อุทิศ สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครพนม เขต 2

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

1. ดร.พรเทพ เสถียรนพเก้า ตำแหน่ง อาจารย์คณะครุศาสตร์
สังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
2. ดร.วิชนีย์ ทศตะ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานศึกษา
วิทยฐานะผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านโพนงาม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
3. ดร.อรรรณี ชัยปัญหา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานศึกษา
วิทยฐานะผู้อำนวยการชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านนาหว้า สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
4. นางศิริรักษ์ แซงบุญเรือง ตำแหน่ง ครู
วิทยฐานะ ชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านปากฉุน (ปากฉุนผดุงวิทย์) สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
5. นางนิภาภรณ์ แก้วอินธิ ตำแหน่ง ครู
วิทยฐานะ ชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนบ้านนาหว้า สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ภาคผนวก ง

**ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
ของแบบสอบถามรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล
ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
นครพนม เขต 2**

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล							
บุคลากรประชาสัมพันธ์							
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ลึกซึ้งระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย							
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์							
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
13	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
14	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
15	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย							
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์							
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่องฉบับใดในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็นจะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

องค์ประกอบที่ 2 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

การรวบรวมข่าวสาร

26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน

29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน

33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไข ความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
----	--	----	----	----	----	----	------

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
34	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
36	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์							
38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล							
การรวบรวมข่าวสาร							
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น							
42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประชาคมติ ทศนคติ ตลอดจนปฏิกริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์							
45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อให้บริการต่อสาธารณชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)							
50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 4 การประเมินผล							
53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ตรวจสอบระบบข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน							
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น							
56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์							
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออก เผยแพร่ต่อสาธารณชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี วางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)							
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ผลิต สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความ เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารใน รูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อ ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันต่อเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 4 การประเมินผล							
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ โรงเรียนต่อสาธารณชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ สอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับ นำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและ วางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน							
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น							
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษา ข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟัง ความคิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก โรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์							
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก โรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ วางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายใน โรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ วางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอก โรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)							
74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ จัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตาม สายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว วารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ สถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานี วิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ สถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
ชั้นที่ 4 การประเมินผล							
79	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
80	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
81	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์							
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น							
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์							
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)							
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ การจัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
ชั้นที่ 4 การประเมินผล							
94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ประเมินผลการประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อไป	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
องค์ประกอบที่ 4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล							
ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน							
97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการ ปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อ ทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับ สถานศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการ นำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมี เหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์เมื่อมี ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่อสถานศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน							
101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ พิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่อง หรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ คาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกัน การเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ป้องกันความเข้าใจผิด เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อม มีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิด ในตัวสถาบันได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)					IOC
		1	2	3	4	5	
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ แก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วน อย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็น ผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา							
106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์เกี่ยวกับ ประชาชน ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดเจตคติที่ ดีต่อสถานศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางด้านการศึกษา ด้าน การบริการ และด้านการผลิตของนักเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชน เลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงานของสถาบัน เป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง							
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำ ให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายใน และภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เป็นความสัมพันธ์ที่ดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายใน หน่วยงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00

ภาคผนวก จ

ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
เพื่อการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล
ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
นครพนม เขต 2

อำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการ
 ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
 ประถมศึกษานครพนม เขต 2

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล		
บุคลากรประชาสัมพันธ์		
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการ ดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง	0.75
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0.76
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน	0.67
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณในการ ประชาสัมพันธ์	0.78
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย	0.85
งบประมาณสนับสนุน		
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมียุทธศาสตร์ในการสนับสนุนงบประมาณด้านการ ประชาสัมพันธ์	0.75
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้านการ ประชาสัมพันธ์	0.30
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย		
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน	0.69
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การ ประชาสัมพันธ์มีทิศทาง	0.65
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน	0.60
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ	0.61
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์		
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการ ดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์	0.45

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
13	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า	0.78
14	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย	0.75
15	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์	0.38
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ	0.74
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	0.70
การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย		
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์	0.73
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์	0.73
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ	0.54
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์		
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่อง จับใจในการประชาสัมพันธ์	0.76
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	0.85
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์	0.85
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้	0.80
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ	0.71
ค่าความเชื่อมั่น		0.96
องค์ประกอบที่ 2 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา		
การรวบรวมข่าวสาร		
26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา	0.71

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ	0.72
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน	0.41
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน		
29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ	0.72
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงาน ให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน	0.77
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน	0.72
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น	0.46
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน		
33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน	0.67
34	การสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในโรงเรียน	0.66
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	0.82
36	การสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	0.36
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	0.65
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์		
38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	0.61
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา	0.69

ชื่อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	0.70
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก	0.73
ค่าความเชื่อมั่น		0.93
องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล		
การรวบรวมข่าวสาร		
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น		
42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา	0.53
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น	0.75
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประสามติทัศนคติ ตลอดจนปฏิบัติการของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป	0.52
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์		
45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหาวิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์	0.74
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน	0.70
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	0.58
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อให้บริการต่อสาธารณชน	0.82
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์	0.75

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร)		
50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา	0.79
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย	0.25
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย	0.75
ชั้นที่ 4 การประเมินผล		
53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ตรวจสอบระบบข้อมูลข่าวสารและการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	0.72
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเหมาะสม	0.82
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	0.78
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน		
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น		
56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์	0.78
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	0.75
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน	0.71
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์		
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	0.71

ชื่อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	0.52
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน	0.73
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีวางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	0.78
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)		
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	0.54
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม	0.65
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันต่อเวลา	0.20
ขั้นที่ 4 การประเมินผล		
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	0.76
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	0.79
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป	0.65
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน		
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น		
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษาข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	0.76
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	0.80
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์		
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	0.81

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	0.59
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน	0.69
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)		
74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	0.47
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ	0.71
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าว วารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ	0.74
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน	0.52
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ	0.78
ชั้นที่ 4 การประเมินผล		
79	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	0.75
80	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน	0.85
81	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	0.53
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์		
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น		
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	0.77
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	0.80

ชื่อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	0.79
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์		
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน	0.32
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	0.78
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์	0.74
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน	0.57
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย	0.59
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)		
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน	0.75
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน	0.71
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์	0.70
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่	0.73
ชั้นที่ 4 การประเมินผล		
94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	0.56
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน	0.63

ชื่อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อ ๆ ไป	0.74
ค่าความเชื่อมั่น		0.98
องค์ประกอบที่ 4 ผลของการประชาสัมพันธ์		
ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน		
97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน	0.76
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา	0.55
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ	0.59
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา	0.75
การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน		
101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข	0.80
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ	0.76
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิดเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง	0.34
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้	0.77
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้	0.59
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา		
106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน	0.71

ชื่อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าอำนาจ จำแนก (n = 40)
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์เกี่ยวกับประชาชน ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา	0.67
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านการผลิตของนักเรียน	0.60
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	0.70
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง		
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน	0.78
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี	0.60
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด	0.63
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน	0.72
การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา		
114	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์	0.74
115	การประชาสัมพันธ์เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกละและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่เกิดภาพ พจน์ที่ดีต่อโรงเรียน	0.62
116	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้ปกครองและชุมชน	0.65
117	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครอง และชุมชน	0.65
ค่าความเชื่อมั่น		0.95

สรุปค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง
การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ด้าน	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผลของสถานศึกษา	n = 40	
		ค่าอำนาจ จำแนก	ความเชื่อมั่น
1	ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผล	0.30-0.85	0.96
2	ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของ สถานศึกษา	0.36-0.82	0.93
3	กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิผล	0.20-0.85	0.98
4	ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ของสถานศึกษา	0.34-0.80	0.95
สรุปค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ		0.20-0.85	0.99

ภาคผนวก จ

แบบสอบถามการวิจัย

- แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
- แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
- แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ประกอบการวิจัย

เรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ผู้วิจัย นายสุวิทย์ หอมสมบัติ
นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลนิกา ฉลากบาง	ประธานกรรมการ
ดร.บุญมี ก่อบุญ	กรรมการ

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม.....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2565

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2
2. จากการศึกษานวนคิด ทฤษฎี วิเคราะห์ และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสังเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 ได้ 4 องค์ประกอบ คือ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา และ 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา จึงขอให้ท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณารายละเอียดกับข้อคำถามที่ผู้วิจัยได้เสนอไว้ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” หากท่านเห็นว่าข้อใดควรปรับปรุงแก้ไข ขอความกรุณาได้โปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อความชัดเจนและความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และจะนำผลไปใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น โดยจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด
4. เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้ตอบแบบสอบถามทุกข้อ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในโอกาสต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นายสุวิทย์ หอมสมบัติ

นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล				
บุคลากรประชาสัมพันธ์				
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง			
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี			
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน			
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณในการประชาสัมพันธ์			
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย			
งบประมาณสนับสนุน				
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์			
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์			
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย				
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน			
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง			
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน			
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ			
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์				
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
13	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์			
14	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า			
15	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย			
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุ อุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการ ประชาสัมพันธ์			
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของ สื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ			
การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย				
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมี ประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย และทันสมัยในการประชาสัมพันธ์			
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับ เรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์			
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัด ของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ			
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์				
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความ ต่อเนื่อง ราบรื่นในการประชาสัมพันธ์			
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลามีผลต่อ ความสำเร็จในการดำเนินงาน			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางใน การเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์			
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็น่า จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้			
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้ สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ			

องค์ประกอบที่ 2 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

การรวบรวมข่าวสาร

26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของ สถานศึกษา			
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อ แจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ			
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทาง เดียวกัน			

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน

29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากร ภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ			
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้าง ความเข้าใจและ ความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปใน ทิศทางเดียวกัน			
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอก สถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ ชุมชน			
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครอง และชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				
33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไข ความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียน กับชุมชน			
34	การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในโรงเรียน			
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา			
36	การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน			
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก			
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน			
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา			
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก			

องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

การรวบรวมข่าวสาร

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น

42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา			
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น			
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประสามติ ทิศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป			

ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์

45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์			
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน			
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์			
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อให้บริการต่อสาธารณชน			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์			

ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร)

50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การ จัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา			
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความ ถูกต้องและเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย			
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ กำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย			

ขั้นที่ 4 การประเมินผล

53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบระบบข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการข้อมูล ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ			
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผล การประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ ถูกต้องเหมาะสม			
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผล การตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ			

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น

56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์			
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ศึกษาข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน			
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ รับฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ โรงเรียน			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์			
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน			
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน			
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีวางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน			
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร)				
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม			
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม			
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์			
ชั้นที่ 4 การประเมินผล				
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน			
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป			
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษาข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน			
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน			
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)				
74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ			
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ			
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าววารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน			
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ			
ชั้นที่ 4 การประเมินผล				
79	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน			
80	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน			
81	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์			
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์			
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน			
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์				
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน			
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์			
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน			
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย			
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)				
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน			
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน			
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์			
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่			
ขั้นที่ 4 การประเมินผล				
94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์			
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน			
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อไป			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
องค์ประกอบที่ 4 ผลของการประชาสัมพันธ์				
ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน				
97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการ ปฏิบัติงาน			
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อให้บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับ สถานศึกษา			
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำ โดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจ อย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ			
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์เมื่อมี ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่อสถานศึกษา			
การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน				
101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามี ข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข			
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อ เป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงาน ในทางลบ			
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ป้องกันความเข้าใจผิด เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อม มีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง			
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิด ในตัวสถาบันได้			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ แก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วน อย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็น ผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้			
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา				
106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน			
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์เกี่ยวกับ ประชาชน ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดเจตคติที่ ดีต่อสถานศึกษา			
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางการศึกษา ด้านการบริการ และด้านการผลิตของนักเรียน			
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชน เลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงานของสถาบัน เป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้			
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง				
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน			
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายใน และภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เป็นความสัมพันธ์ที่ดี			
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด			
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน			

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น		ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา				
114	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์			
115	การประชาสัมพันธ์เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อโรงเรียน			
116	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้ปกครองและชุมชน			
117	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครองและชุมชน			
118	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความศรัทธาจากผู้ปกครองและชุมชน			

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ประกอบการวิจัย

เรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ผู้วิจัย นายสุวิทย์ หอมสมบัติ
นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลนิกา ฉลากบาง	ประธานกรรมการ
ดร.บุญมี ก่อบุญ	กรรมการ

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม.....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2565

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับโครงสร้างเนื้อหาหรือไม่

2. จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิเคราะห์ และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาว่ารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ได้ 4 องค์ประกอบ คือ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา และ 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา จึงขอให้ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณารายละเอียดกับข้อคำถามที่ผู้วิจัยได้เสนอไว้ว่ามีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับโครงสร้างเนื้อหาหรือไม่ โดยเขียนเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่อง +1, 0 หรือ -1 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ให้คะแนน +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นข้อคำถามที่สอดคล้อง

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นข้อคำถามที่สอดคล้อง

ให้คะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความนั้นเป็นข้อคำถามที่ไม่สอดคล้อง

หากท่านเห็นว่าข้อใดควรปรับปรุงแก้ไข ขอความกรุณาได้โปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อความชัดเจนและความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และจะนำผลไปใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น โดยจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

4. เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้ตอบแบบสอบถามทุกข้อ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในโอกาสต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นายสุวิทย์ หอมสมบัติ

นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับโครงสร้างเนื้อหาของรูปแบบการ
 ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
 นครพนม เขต 2

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล					
บุคลากรประชาสัมพันธ์					
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความ เข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง				
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี				
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ลึกซึ้งระหว่าง โรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน				
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และมี จรรยาบรรณในการประชาสัมพันธ์				
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย				
งบประมาณสนับสนุน					
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีนโยบายในการสนับสนุน งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์				
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรร งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์				
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย					
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน				
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของ หน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง				
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน				
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่ กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบ ความสำเร็จ				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์					
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์				
13	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า				
14	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย				
15	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์				
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ				
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้				
การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย					
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล จำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์				
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์				
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ				
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์					
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่อง ชับไวในการประชาสัมพันธ์				
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องมีเวลาเพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางใน การเตรียมการและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์				
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้านานก็ จะสามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้				
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้ สื่อที่เสียเวลาน้อยในการจัดทำ				

องค์ประกอบที่ 2 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

การรวบรวมข่าวสาร

26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา				
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อ แจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ				
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน				

การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน

29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายใน หน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ				
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างความเข้าใจและ ความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปใน ทิศทางเดียวกัน				
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอก สถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน				
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองและ ชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ทั้งที่เป็นความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น				

งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน

33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้ หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การ สร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจ ผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน				
----	---	--	--	--	--

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
34	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในโรงเรียน				
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา				
36	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน				
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก				

การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน				
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา				
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายประสานงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน				
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก				

องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

การรวบรวมข่าวสาร

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น					
42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ แสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น				
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ตรวจสอบประชาชาติ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงาน ของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูล สำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป				
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์					
45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ วิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทาง แก้ไขสถานการณ์				
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ กำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน				
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ กำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์				
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ จัดระบบข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อ ให้บริการต่อสาธารณชน				
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์				
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)					
50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ จัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา				
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความ ถูกต้องและเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย				
ชั้นที่ 4 การประเมินผล					
53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบระบบข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการข้อมูล ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ				
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผล การประเมินมาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้อง เหมาะสม				
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผล การตรวจสอบและประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ				
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน					
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น					
56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การศึกษาข้อมูลในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์				
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มี การศึกษาข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน				
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับ ฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน				
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์					
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุม ชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์				
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุม ชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน				
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ทำการ วิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออกเผยแพร่ ต่อสาธารณชน				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ วางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ของโรงเรียนต่อสาธารณชน				
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)					
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม				
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารใน รูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม				
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันต่อเวลา				
ขั้นที่ 4 การประเมินผล					
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ โรงเรียนต่อสาธารณชน				
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สอบถาม ความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ โรงเรียนต่อสาธารณชน				
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ติดตามผล การประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูล ดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป				
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน					
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น					
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษา ข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความ คิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์					
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน				
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน				

ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)

74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ				
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ				
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าววารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ				
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน				
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ				

ชั้นที่ 4 การประเมินผล

79	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน				
80	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน				
81	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์					
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น					
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน				
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์					
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน				
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์				
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์				
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน				
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย				
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)					
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน				
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การ สร้างกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์				
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การ จัดทำทะเบียนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่				

ชั้นที่ 4 การประเมินผล

94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ประเมินผลการประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์				
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ปรับปรุงรูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน				
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการ ประชาสัมพันธ์ต่อไป				

องค์ประกอบที่ 4 ผลของการประชาสัมพันธ์

ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน

97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำ ให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน				
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำให้ บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา				
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอ ข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่ การโฆษณาชวนเชื่อ				
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์เมื่อมี ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่อสถานศึกษา				

การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน

101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ พิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่อง หรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข				
-----	--	--	--	--	--

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ คาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการ เกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ				
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ป้องกันความเข้าใจผิด เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผล ดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง				
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิด ในตัวสถาบันได้				
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ แก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วน อย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผล เสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้				
การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา					
106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน				
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์เกี่ยวกับ ประชาชน ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดเจตคติที่ดี ต่อสถานศึกษา				
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางด้านการศึกษา ด้านการ บริการ และด้านการผลิตของนักเรียน				
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชน เลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงานของสถาบัน เป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้				
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง					
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการ ทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน				

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี				
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด				
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน				
การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา					
114	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์				
115	การประชาสัมพันธ์เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่เกิดภาพ พจน์ที่ดีต่อโรงเรียน				
116	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้ปกครองและชุมชน				
117	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครองและชุมชน				
118	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความศรัทธาจากผู้ปกครองและชุมชน				

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

2. แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

3. ขอให้ท่านในฐานะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาได้พิจารณารายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบว่ามีความเหมาะสมในระดับใด โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง 5, 4, 3, 2 และ 1 โดยมีเกณฑ์คะแนนความคิดเห็น ดังนี้

ระดับความเหมาะสมมากที่สุด	ให้ค่าคะแนน 5 คะแนน
ระดับความเหมาะสมมาก	ให้ค่าคะแนน 4 คะแนน
ระดับความเหมาะสมปานกลาง	ให้ค่าคะแนน 3 คะแนน
ระดับความเหมาะสมน้อย	ให้ค่าคะแนน 2 คะแนน
ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนน 1 คะแนน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

นายสุวิทย์ หอมสมบัติ

นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 สถานภาพตำแหน่ง

- ผู้บริหารสถานศึกษา
 ครูผู้สอน

1.2 ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี
 ปริญญาโท
 ปริญญาเอก

1.3 ประสบการณ์ทำงาน

- ต่ำกว่า 5 ปี
 6-10 ปี
 มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล						
บุคลากรประชาสัมพันธ์						
1	บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง					
2	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
3	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้สึกดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และชุมชน					
4	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณในการประชาสัมพันธ์					
5	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีด้วย					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
งบประมาณสนับสนุน						
6	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์					
7	ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์					
ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย						
8	ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจน					
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานที่ชัดเจนจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีทิศทาง					
10	ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน					
11	การมีนโยบายที่ชัดเจนจะนำไปสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ					
ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์						
12	ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์					
13	ผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความก้าวหน้า					
14	สถานศึกษามีการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอและหลากหลาย					
15	บุคลากรประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกวัสดุอุปกรณ์และวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ในการประชาสัมพันธ์					
16	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อวัสดุอุปกรณ์เป็นสำคัญ					
17	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อวัสดุอุปกรณ์ อันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย						
18	การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล จำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและทันสมัยในการ ประชาสัมพันธ์					
19	บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือ กิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์					
20	บุคลากรประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่ จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ					
ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์						
21	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ต้องมีความต่อเนื่อง จับไว้ใน การประชาสัมพันธ์					
22	ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลา มีผลต่อความสำเร็จในการ ดำเนินงาน					
23	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเวลา เพียงพอในการวางแผนคิดหาช่องทางในการเตรียมการและการ ดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์					
24	โครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวล่วงหน้าก็น่าจะ สามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้					
25	งานประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่อย่างเร่งด่วนก็ควรใช้สื่อที่ เสียเวลาน้อยในการจัดทำ					
องค์ประกอบที่ 2 ขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา						
การรวบรวมข่าวสาร						
26	มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา					
27	มีการจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้ นักเรียนและผู้ปกครองทราบ					
28	มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มี แนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน						
29	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ					
30	ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน					
31	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเพื่อเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน					
32	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองและชุมชนได้ทราบถึงการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่น					
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน						
33	งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียนจะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน					
34	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในโรงเรียน					
35	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา					
36	การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน					
37	ผู้บริหารสถานศึกษามีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก					
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์						
38	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียนด้วยเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
39	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ให้แก่ คณะครู นักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา					
40	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสานงาน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน					
41	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก					

องค์ประกอบที่ 3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

การรวบรวมข่าวสาร

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น

42	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา					
43	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น					
44	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการตรวจสอบประชามติ ทศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงานต่อไป					

ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์

45	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวิเคราะห์สภาพปัญหา วิเคราะห์คำแนะนำ และแนวทางแก้ไขสถานการณ์					
46	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย นโยบายของโรงเรียน					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
47	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด วิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
48	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดระบบ ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนให้เชื่อมโยงเพื่อให้บริการต่อสาธารณชน					
49	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์					
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)						
50	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์จัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบต่าง ๆ ของสถานศึกษา					
51	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้าง ออกแบบข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและ เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย					
52	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด เวลา สื่อและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสม และทันสมัย					
ขั้นที่ 4 การประเมินผล						
53	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ตรวจสอบระบบ ข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ					
54	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมิน มาใช้ในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเหมาะสม					
55	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการตรวจสอบ และประเมินไปใช้ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ					
การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน						
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น						
56	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูล ในการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์					
57	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
58	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการรับฟังความคิดเห็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน					
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์						
59	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์					
60	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประชุมชี้แจงเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน					
61	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนก่อนนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน					
62	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีวางแผนวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน					
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)						
63	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม					
64	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม					
65	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์และทันต่อเวลา					
ขั้นที่ 4 การประเมินผล						
66	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ประเมินผลการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน					
67	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์สอบถามความพึงพอใจในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน					
68	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงผลที่ได้รับนำไปใช้เป็นข้อมูลดำเนินการปรับปรุง พัฒนาและวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน						
ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น						
69	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ศึกษาข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน					
70	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน					
ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์						
71	ผู้บริหารสถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน					
72	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน					
73	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน					
ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)						
74	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ					
75	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านการประกาศเสียงตามสายให้ ครู บุคลากร และนักเรียนทราบ					
76	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายข่าววารสารข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ					
77	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับชุมชน					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
78	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Line Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครอง และชุมชนทราบ					
ชั้นที่ 4 การประเมินผล						
79	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน					
80	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกโรงเรียน					
81	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน					
การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์						
ชั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น						
82	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการศึกษาข้อมูลการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์					
83	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์					
84	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสำรวจเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน					
ชั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์						
85	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดให้มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน					
86	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการจัดทำทะเบียนบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์					
87	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดบุคลากรรับผิดชอบการประสานงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์					
88	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานการส่งข้อมูลข่าวสารให้มีความรู้ความสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลงานของโรงเรียน					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
89	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการกำหนด ผู้รับผิดชอบประสานงานระหว่างเครือข่าย					
ชั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)						
90	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน					
91	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้าง ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน					
92	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การสร้างกิจกรรม เสริมการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญต่าง ๆ โดยยึดหลักการ มีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์					
93	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์การจัดทำทะเบียน เครือข่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่					
ชั้นที่ 4 การประเมินผล						
94	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประเมินผล การประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์					
95	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุง รูปแบบการติดต่อประสานงานเป็นระยะ ๆ ทั้งภายในโรงเรียนและ ภายนอกโรงเรียน					
96	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการนำผลการ ประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ต่อ ๆ ไป					
องค์ประกอบที่ 4 ผลของการประชาสัมพันธ์						
ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน						
97	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อทำ ให้บุคลากรในโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน					
98	การประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อให้ บุคลากรในโรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
99	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริงให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ					
100	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา					

การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน

101	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข					
102	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ					
103	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิด เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง					
104	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้					
105	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการแก้ไขความเข้าใจผิดจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้					

การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา

106	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน					
107	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ต้องให้สัมพันธ์เกี่ยวกับประชาชน ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้เกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา					

ข้อ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
108	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความนิยมที่ดีให้เกิดขึ้นทางการศึกษา ด้านการบริการ และด้านการผลิตของนักเรียน					
109	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนเลื่อมใส ศรัทธา ทำให้ผลการดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้					
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง						
110	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน					
111	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นความสัมพันธ์ที่ดี					
112	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด					
113	ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์มีการทำให้หน่วยงานปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน					
การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา						
114	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสภาพของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์					
115	การประชาสัมพันธ์เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อโรงเรียน					
116	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้ปกครองและชุมชน					
117	การประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครอง และชุมชน					
118	การประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความศรัทธาจากผู้ปกครอง และชุมชน					

ข้อเสนอนี้เพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายสุวิทย์ หอมสมบัติ
วัน เดือน ปีเกิด	16 มีนาคม 2531
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 6 หมู่ 3 ตำบลตาลชุม อำเภอตาลชุม จังหวัดอุบลราชธานี 34330
ตำแหน่งปัจจุบัน	ครู
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนบ้านปากฉุน (ปากฉุนผดุงวิทย์) อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2554	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนตาลชุมพัฒนา อำเภอตาลชุม จังหวัดอุบลราชธานี
พ.ศ. 2554	ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชานาฏศิลป์และการละคร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
พ.ศ. 2557	ประกาศนียบัตรบัณฑิต (ป.บัณฑิต) สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
พ.ศ. 2565	ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต (ค.ม.) สาขาวิชาการบริหารและ พัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2558	พนักงานราชการ ตำแหน่ง ครูผู้สอน โรงเรียนศรีเมืองวิทยาคาร อำเภอศรีเมืองใหม่ จังหวัดอุบลราชธานี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 29
พ.ศ. 2561	ครูผู้ช่วย โรงเรียนบ้านปากฉุน (ปากฉุนผดุงวิทย์) อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2