



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกปัจจุบัน เป็นโลกแห่งการสื่อสาร การให้และการแลกเปลี่ยนข้อมูลโดยอาศัย เทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นสื่อในการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ของสมาชิกทั้งในสังคมเดียวกัน และระหว่างสังคม

โรงเรียน เป็นสถาบันของสังคมที่รับผิดชอบทางการศึกษา หรือการเรียนรู้ของเด็กโดยเฉพาะ (ไพฑูริย์ ลินลารัตน์, 2525) ในขณะที่เดียวกันก็ถือเป็นองค์การหนึ่งในสังคมด้วย จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมของโรงเรียน อันประกอบด้วย ผู้บริหาร ครูอาจารย์ นักเรียน และบุคลากรอื่น ๆ ที่ทำงานอยู่ในโรงเรียนและสัมพันธ์กับสมาชิกนอกสังคมของโรงเรียน อันได้แก่ ชุมชนใกล้เคียง ผู้ปกครองของนักเรียน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงประชาชนทั่วไป ทั้งนี้โดยผ่านกระบวนการสื่อสารในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของคนทั่วไป อาจเข้าใจว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประกาศ โฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งนับว่าเป็นการเข้าใจความหมายและหน้าที่แท้จริงของการประชาสัมพันธ์ผิดพลาดไปมากทีเดียว ทั้งนี้ เพราะการประชาสัมพันธ์ที่แท้จริงนั้นคือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการ และการกระทำต่อเนื่องกันขึ้นในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประจักษ์เป็นบรรทัดฐาน (Kadir, 1970 อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2527)

การประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นในสถาบันหรือหน่วยงาน ประสานจิตต์ ลัมโภคา (2526) ได้กล่าวไว้ว่า "สถาบันมีปัญหในการทำความเข้าใจกับประชาชนที่เกี่ยวข้องในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น ไม่มีการเผยแพร่ข่าวสาร หรือกิจกรรมของสถาบันเผยแพร่ไม่ถูก ไม่

มีประสิทธิภาพ และเผยแพร่ไม่ทั่วถึง อีกทั้งมักเกิดช่องว่างในด้านความรู้ ความเข้าใจระหว่างผู้บริหารกับบุคคลผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้น"

การที่การประชาสัมพันธ์ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานของโรงเรียน อาจเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ ซึ่งจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานด้วยกันเอง ทางหนึ่ง กับการประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ ระหว่างโรงเรียนกับประชาชนอีกทางหนึ่ง ซึ่งพอจะสรุปสาเหตุได้ดังนี้คือ

เหตุที่จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนเนื่องมาจาก

1. ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งอาจจะเป็นผู้บริหาร หรือผู้บริหารระดับรองลงมา ขาดความสามารถในการปรับความสัมพันธ์อันดี ไม่สามารถให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินงานแก่ผู้ร่วมงาน และคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ครู นักเรียน หรือนักการภารโรง เป็นต้น ขาดการสื่อสารสัมพันธ์แบบสองทาง (Two-way-process) นั่นคือ ขาดการประชาสัมพันธ์นั่นเอง
2. ไม่มีการเผยแพร่ บอกกล่าวนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ หรือไม่รู้จักบอกกล่าวเผยแพร่กันอย่างไร
3. ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในขณะที่ปฏิบัติงาน หากขาดการชี้แจง ปรับความเข้าใจกันจะกลายเป็นปัญหาเรื้อรัง ซึ่งอาจลุกลามเป็นเรื่องใหญ่โต จึงจำเป็นต้องรีบแก้ปัญหาและนำการประชาสัมพันธ์ เข้ามาร่วมช่วย
4. เกิดความไม่เข้าใจกันในการทำงาน หรือถ่ายทอดข้อความอันเนื่องมาจากความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล กลุ่ม หรือหน่วยงาน ทำให้เกิดความล้มเหลวในการดำเนินงานได้
5. โรงเรียนเป็นสังคมที่มีสมาชิกจำนวนมาก มีความแตกต่างกันทั้ง เพศ วัย ความรู้ ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม จึงต้องมีเครื่องมือที่จะประสาน ยึดเหนี่ยว ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจให้ได้ผลในระยะเวลาและพื้นที่ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือการใช้รูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ จึงจัดว่าเป็นสื่อที่สร้างความสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจระหว่างสมาชิกในโรงเรียน สามารถขจัดปัญหา อุปสรรค ความขัดแย้งต่าง ๆ เพื่อให้โรงเรียนได้ดำเนินงานได้อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์

สำหรับการประชาสัมพันธ์ภายนอกนั้น อาจมีสาเหตุจากปัญหาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

1. โรงเรียนที่จัดตั้งขึ้นมา หรือดำเนินการอยู่นั้นขาดการยอมรับ ประชาชนไม่ให้ความสนใจ ไม่สนับสนุนกิจการ หรือกิจการที่จัดกระทำยังไม่เข้าถึงประชาชน ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับประชาชน
2. ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด หรือได้รับข่าวสารที่ไม่ตรงกับความจริง เผยแพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดความไม่เข้าใจและเข้าใจผิดได้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปฏิกิริยาต่อต้านขัดแย้งตามมา เป็นเหตุให้ไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน
3. ประชาชนไม่รู้จักเกียรติคุณ ไม่เห็นคุณค่าของโรงเรียน ไม่มีความรู้ ความเข้าใจ ในกิจกรรมของโรงเรียน
4. โรงเรียนมีปัญหามิชอบการทำความเข้าใจกับประชาชนที่เกี่ยวข้องในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสารหรือกิจกรรมของโรงเรียน หรือเผยแพร่ไม่ถูกวิธี ไม่ทั่วถึง ไม่ชัดเจน เป็นเหตุให้ไม่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน
5. ประชาชนที่ส่งลูกหลานมาเรียนที่โรงเรียน ส่วนมากเห็นว่าเมื่อส่งเข้าโรงเรียนได้แล้ว ภาระหน้าที่ด้านการเรียนและความประพฤติต้องอยู่ในความรับผิดชอบของครูในโรงเรียน ไม่จำเป็นต้องมาปรึกษาหารือกัน เว้นแต่เมื่อมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้น ทำให้ขาดการติดต่อ และขาดความสัมพันธ์ที่ดี อันอาจก่อผลเสียมาถึงการดูแลนักเรียนได้ จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ เชื่อมความเข้าใจและความสัมพันธ์ในจุดนี้
6. โรงเรียนจำนวนมากไม่มีโครงการด้านความสัมพันธ์กับชุมชนมากนัก นอกจากงานเทศกาล งานประเพณีท้องถิ่น ซึ่งมีไม่บ่อยนัก จึงควรมีการติดต่อสื่อสารโดยใช้การประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อยึดเหนี่ยวความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับประชาชนในชุมชนนั้น ๆ ให้ต่อเนื่องด้วยสาเหตุต่าง ๆ ดังกล่าว ทำให้การประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นยิ่ง จนมีผู้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า "สถาบัน หน่วยงาน บุคคล จะอยู่ในสังคมไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนในสังคม" (ไพฑูริย์ สีนลารัตน์, 2526)

กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ได้เห็นประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ในการที่จะช่วยเสริมสร้างการพัฒนาทั้งงานบริหาร และความสัมพันธ์กับประชาชน จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติให้หน่วยงานของกรมสามัญศึกษา รวมทั้งโรงเรียนที่สังกัด มีระบบการดำเนินงาน

งานประชาสัมพันธ์ โดยให้จัดตั้งอนุกรรมการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับกรม ระดับจังหวัด หรือกลุ่มโรงเรียน และระดับโรงเรียน ในระดับโรงเรียนนั้นได้ระบุนโยบายตามหนังสือคำสั่งของกรมสามัญศึกษา เลขที่ ศธ 0801/6317 ลงวันที่ 30 มีนาคม 2531 ดังนี้

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ให้ผู้บริหารโรงเรียนแต่งตั้ง ครู-อาจารย์ ภายในโรงเรียนอย่างน้อย 2 คน ร่วมเป็นคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน และแต่งตั้งหัวหน้าคณะกรรมการ 1 คน มีหน้าที่ดังนี้

- ก. ประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน
- ข. ประชาสัมพันธ์งานของโรงเรียนกับชุมชนในเขตบริการ
- ค. หัวหน้าคณะกรรมการ เป็นกรรมการในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์สามัญศึกษาจังหวัด (กลุ่มโรงเรียน) โดยตำแหน่ง
- ง. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ ตามที่เห็นสมควร

เมื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของโรงเรียน การจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนจึงเป็นงานที่นำศึกษา โดยเฉพาะในโรงเรียนมัธยม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ มีสภาพทางสังคมแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ และยังมีผู้เฝ้าดูการศึกษา วิจัย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนมัธยม เขตกรุงเทพมหานครมาก่อน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษา การจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ จะเป็นแนวทางให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนบรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตามที่กรมสามัญศึกษาได้กำหนดไว้

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่นำศึกษา เนื่องจากขั้นตอนในการดำเนินงาน การจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวคิดในการแก้ปัญหา ของแต่ละโรงเรียนย่อมมีความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกันได้ ตามสภาพของโรงเรียน ซึ่งผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้การดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน บรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยมุ่งศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เฉพาะโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้บริหารโรงเรียน ผู้ช่วยผู้บริหาร และอาจารย์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ เป็นตัวอย่างประชากรเท่านั้น
2. จะศึกษาการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยใช้กรอบแนวคิดพื้นฐานในการประชาสัมพันธ์ของ Leslie W. Kindred ซึ่งมีสาระสำคัญ 6 ประการ ดังนี้
 1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน
 2. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าต่อครูและโรงเรียน
 3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียน
 4. ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน
 5. กิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่าง ๆ
 6. เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับ

นักเรียน และศิษย์เก่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครู และโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน การจัดกิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน (Kindred :1957)

ผู้บริหารโรงเรียน หมายถึง ผู้บริหาร และผู้ช่วยผู้บริหารทุกฝ่ายในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร

อาจารย์หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ หมายถึง อาจารย์ที่ทำหน้าที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร

โรงเรียนมัธยมศึกษา หมายถึง สถาบันการศึกษาที่สังกัดกรมสามัญศึกษา เปิดทำการสอนเฉพาะระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3) หรือทำการสอนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.1-ม.6) สังกัดกรมสามัญศึกษา ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการจัดประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยจะชี้ให้เห็นถึงปัญหา และ อุปสรรคในการจัดประชาสัมพันธ์ และจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้ดีขึ้น
3. ผลการวิจัยจะนำมาใช้ เป็นข้อมูลประกอบการฝึกอบรม และพัฒนาอาจารย์ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ลำดับขั้นในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร หนังสือ และรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การจัดการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของรัฐและเอกชนต่าง ๆ และ

การประชาสัมพันธ์ทั่วไป

2. สร้าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามซึ่ง เป็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่ง เป็น 3 ตอน คือ

1. แบบสอบถามสถานภาพส่วนตัวมีลักษณะ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Form)
2. แบบสอบถามการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา มีลักษณะ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)
3. ปัญหา อุปสรรค เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

แบบสอบถามผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยการศึกษา เอกสาร ตำรา ผลงานการวิจัย และ อาศัยข้อมูลบางส่วนจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน แล้วเสนอให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบแก้ไข แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) เสร็จแล้วนำมาปรับปรุงกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำมาใช้ เป็น เครื่องมือ ในการสอบถามต่อไป

3. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มผู้บริหาร ผู้ช่วยผู้บริหาร และอาจารย์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ จากโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 106 โรงเรียนจากการใช้ตารางสุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง เพียง 86 โรงเรียน

กลุ่มตัวอย่างประชากร

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเน้นวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling Technique) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้ตัวอย่าง ประชากรดังนี้

1. ผู้บริหารโรงเรียน และผู้ช่วยผู้บริหารโรงเรียนทุกฝ่าย จำนวน 86 โรงเรียนละ 5 คน รวมเป็น 430 คน
2. อาจารย์หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนละ 1 คน จำนวน 86 โรงเรียนรวม เป็น 86 คน

รวมตัวอย่างประชากร 516 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม และ เก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง บางส่วนนำส่งทางไปรษณีย์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ดังนี้

ข้อมูลส่วนตัว วิเคราะห์โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยายเป็นคำร้อยละ

ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งหมด วิเคราะห์โดยใช้ค่ามัชฌิม เลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค วิเคราะห์โดยหาค่ามัชฌิม เลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS-X (Statistical Package for Social Sciences Version X) ณ สถาบันบริการคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลำดับขั้นตอนการเสนอข้อมูล

บทที่ 1 ประกอบด้วยความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อจำกัดการวิจัย ค่าจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และลำดับขั้นตอนการเสนอข้อมูล

บทที่ 2 กล่าวถึง เอกสารและวรรณคดีที่เกี่ยวข้องในเรื่องของความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน หลักการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมที่ใช้ในการจัดประชาสัมพันธ์โรงเรียน

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย กล่าวถึงวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูล

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

รายการอ้างอิง แสดงถึงรายการหนังสือ และเอกสารประกอบอื่น ๆ ที่ใช้ในการวิจัย
ภาคผนวก ประกอบด้วยระเบียบแต่งตั้งอนุกรรมการประชาสัมพันธ์กลุ่มโรงเรียน และ
แต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ หนังสือนำเสนอแบบสอบถาม
และแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย