บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบันซึ่งเป็นโลกแห่งการสื่อสาร โลกของข้อมูลข่าวสาร เรื่องการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องที่หลายคน หลายหน่วยงานให้ความสำคัญมากขึ้นโดยลำดับ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในภาครัฐหรือเอกชนก็ตามและนับวันการประชาสัมพันธ์ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้า ส่งผลให้งานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนั้นแล้วการประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานพัฒนา ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน สร้างสรรค์การดำเนินการร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนอย่างมีสัมพันธภาพราบรื่น บนรากฐานความรู้ความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์การ สถาบัน หน่วยงาน กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง (วิจิตร อาวะกุล, 2534 : 20) ซึ่ง วิจิตร ศรีสอ้าน (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นเรื่องของการสร้างภาพพจน์ของหน่วยงาน สถาบันหรือองค์การ ให้เป็นที่ยอมรับนับถือ นิยมยกย่อง แต่การที่จะมีภาพพจน์ที่ดีได้นั้น ไม่ใช่เพียงแต่สายตาของคนภายนอกที่มองเข้ามาในหน่วยงานเท่านั้น แต่ต้องหมายถึงการที่จะสร้างให้บุคคลในหน่วยงานเข้าใจในหน่วยงานของตนเป็นอย่างดี มีความภาคภูมิใจและผูกพันกับหน่วยงานด้วย ถ้าประชาสัมพันธ์กับบุคคลภายในให้เกิดความภาคภูมิใจผูกพัน ยอมรับในวัตถุประสงค์ และกิจกรรมของหน่วยงานแล้วเท่ากับว่าได้ใช้งานประชาสัมพันธ์สร้างพลังภายใน เพื่อเสริมพลังของหน่วยงานที่จะทำให้บริการซึ่งหน่วยงานจะพึงให้แก่กลุ่มเป้าหมายบุคคลภายนอก มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตามไปในตัวด้วย

หน่วยงานทางการศึกษาก็มีความจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นบุคคลภายในและบุคคลภายนอก ซึ่งในภาวการณ์ปัจจุบัน ภารกิจหลักของโรงเรียนมัธยมศึกษา คือ การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถ และมี

ทักษะทั้งทางด้านวิชาการ และวิชาชีพที่เหมาะสม ตามความต้องการ ความสนใจ และความถนัดของแต่ละบุคคล ตลอดจนเพื่อสนองความต้องการของสังคม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่โรงเรียนจะต้องสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์กับบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้เห็นคุณค่าของการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติตามภารกิจของโรงเรียนประสบผลสำเร็จตามความต้องการ

กิจกรรมที่ช่วยสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องนั้น ก็คือการประชาสัมพันธ์โรงเรียนนั่นเอง ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจ และความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชนอย่างดียิ่ง เพราะเป็นการเสนอให้ประชาชนทราบกิจการของโรงเรียน หรือทราบข่าวสารของโรงเรียน หรือเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน (หวน พินธุพันธ์, 2529 : 91) ดังนั้น โรงเรียนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารโรงเรียน เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน หรือเพื่อเป็นการเผยแพร่ข่าวสารออกไป ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนในการรับรู้ มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนในการดำเนินงานนั้นๆ ดังที่ ภิญโญ สาธร (2526 : 315) ได้ให้ทัศนะว่า ในฐานะที่โรงเรียนเป็นหน่วยหนึ่งของสังคม ซึ่งตั้งอยู่ได้ด้วยความเชื่อถือ และความร่วมมือของประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงเรียน ผู้บริหารโรงเรียนหรือครูใหญ่ทุกคน ควรจัดให้มีกิจกรรมของโรงเรียน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในฐานะที่โรงเรียนตั้งอยู่ในสังคมประชาธิปไตย โรงเรียนจึงควรเป็นของประชาชน จัดโดยการรู้เห็น และความร่วมมือของประชาชน และเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน กิจกรรมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่โรงเรียนควรจัดให้มี

จึงเห็นได้ว่า โรงเรียนจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนบทบาทให้ออกไปใกล้ชิดชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการมัธยมศึกษา ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการให้การศึกษาแก่นักเรียนเฉพาะในสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่ได้ขยายขอบเขตออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อให้ทรัพยากรทางการศึกษาที่มีอยู่ในสถานศึกษา ได้ถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่า ดังสาระที่ปรากฏอยู่ในแผนการศึกษาชาติ พุทธศักราช 2535 หมวดที่ 4 ว่าด้วยแนวทางการจัดการศึกษา ในส่วนของการจัดเครือข่ายการเรียนรู้

และบริการการศึกษาเพื่อปวงชน ข้อ 5 ระบุว่า "พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานของแหล่งความรู้ต่างๆ ที่ส่งเสริมการถ่ายทอด และกระจายความรู้ ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนและชุมชนอย่างกว้างขวาง "ข้อ 6" ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานทางการศึกษา หน่วยงานอื่นๆ ของรัฐ และองค์กรเอกชนประสานความร่วมมือและทรัพยากรระหว่างกันอย่างเป็นระบบ ในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและพัฒนาแหล่งความรู้ชุมชนด้วยรูปแบบและวิธีการต่างๆ "และข้อ 7" ใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร สารสนเทศ และสื่อมวลชนทุกประเภท ในการให้บริการความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่ประชาชนและชุมชนอย่างกว้างขวาง และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมมือกันในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่สื่อมวลชน หรือร่วมผลิตสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่" นอกจากนี้ กรมสามัญศึกษายังได้กำหนดนโยบายในการปฏิบัติอันจะมีผลต่อการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ไว้ในแผนพัฒนาการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ระยะที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) ของกรมสามัญศึกษา ข้อ 8 ระบุว่า "เร่งรัดพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศเพื่อการบริหาร การจัดการมัธยมศึกษาและการประชาสัมพันธ์ ให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งในระดับกรม จังหวัดและโรงเรียน"

นอกจากนั้นแล้ว กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนา และการวัฒนธรรม ซึ่งมีผลเกี่ยวข้องกับบุคคลส่วนใหญ่ของประเทศ ทั้งข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป โดยมีหน่วยงานในสังกัดกระจายอยู่ทั่วไป ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าจะช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงานระหว่างหน่วยงานกับภาคเอกชนและบุคคลทั่วไป จึงได้จัดให้มีการประชุมสัมมนาประสานการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการขึ้น ณ โรงแรมเวล อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ระหว่างวันที่ 7-10 มีนาคม 2537 ซึ่ง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (สัมพันธ์ ทองสมัคร) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญเกี่ยวกับนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก ประชาสัมพันธ์ในเชิงคุณภาพและประสิทธิภาพ อีกทั้งจะต้องประชาสัมพันธ์ด้วยข้อมูลที่เที่ยงตรง ฉับไว มีแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน

และให้ผู้บริหารทุกระดับถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร และเป็นภารกิจสำคัญขององค์กร รวมทั้งให้ถือว่าหน่วยงานประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหนึ่งในหลักการบริหาร

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ในขณะนี้กรมสามัญศึกษาและกระทรวงศึกษาธิการ ได้ให้ความสำคัญของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นนโยบายที่ทุกหน่วยงานในสังกัดจะต้องเร่งดำเนินการ และทุ่มเท เอาใจใส่อย่างจริงจัง เพราะฉะนั้นตราบใดที่โรงเรียนยังเป็นสถาบันที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นความสำคัญที่ทางโรงเรียนจะต้องวางแผนดำเนินการบอกกล่าว แถลงข้อเท็จจริง ความก้าวหน้า หรือกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ เพราะนอกจากจะเป็นการให้ประชาชนร่วมมือ ร่วมกิจกรรมด้วยแล้ว ยังเป็นการนำชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีงาม น่าศรัทธาเลื่อมใสมาสู่สถาบันโดยตรงอีกด้วย

จากความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริหาร และครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7 ซึ่งจากการได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยต่างๆ ยังไม่พบว่ามีผู้วิจัยในเรื่องนี้มาก่อน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง และหาแนวทางในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสภาพของโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหาร และครู-อาจารย์ เกี่ยวกับสภาพและปัญหาการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยมุ่งศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตการศึกษา 7 เท่านั้น

2. การวิจัยมุ่งศึกษาการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยยึดกรอบแนวคิดพื้นฐานในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนของ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ ใน 7 ด้าน คือ

2.1 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรในโรงเรียน

2.2 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียน

2.3 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับศิษย์เก่า

2.4 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง

2.5 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพ

2.6 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน

2.7 กิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน (School Public Relations) หมายถึง กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างโรงเรียนกับกลุ่มบุคลากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่างๆ ของโรงเรียน ให้บรรลุผลสำเร็จตามความต้องการในภารกิจที่รับผิดชอบ

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดกิจกรรม ตามแนวคิดพื้นฐานในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ของ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ ใน 7 ด้าน ได้แก่

1. กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรในโรงเรียน

2. กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียน

3. กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับศิษย์เก่า

4. กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง

5. กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพ

6. กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน

7. กิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน

ผู้บริหารโรงเรียน หมายถึง ผู้อำนวยการและผู้ช่วยผู้อำนวยการทุกฝ่ายในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7

ครู-อาจารย์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่สอนประจำอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7

โรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ หมายถึง สถาบันการศึกษาที่สังกัดกรมสามัญศึกษา ซึ่งมีจำนวนนักเรียนตั้งแต่ 1,500 คนขึ้นไป

เขตการศึกษา 7 หมายถึง จังหวัดต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตการศึกษา 7 ที่มีสำนักงานศึกษาธิการเขต ตั้งอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก มี 8 จังหวัด คือ กำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลที่ได้จากการวิจัย จะทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์เกี่ยวกับสภาพ และปัญหาในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7

2. ผลที่ได้จากการวิจัย จะเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ผลที่ได้จากการวิจัย จะเป็นแนวทางในการจัดการฝึกอบรมผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา และพัฒนาบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.1.1 ผู้บริหาร และผู้ช่วยผู้บริหารโรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7 จากโรงเรียน 34 โรง จำนวน 170 คน ใช้ประชากรทั้งหมดในการวิจัย

1.1.2 ครู-อาจารย์ ที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7 จากโรงเรียน 34 โรง จำนวน 3,984 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครู-อาจารย์ที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7 จากโรงเรียน 34 โรง จำนวนครู-อาจารย์ 3,984 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (1973 : 1088) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ $\pm$ 5% ได้จำนวนครู-อาจารย์เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีเทียบสัดส่วนจากจำนวนครูที่มีอยู่จริง แล้วหากลุ่มตัวอย่างแต่ละโรงเรียน โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling)

รวมประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 534 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวความคิดพื้นฐานในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนของ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (CheckList)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจำนวนหนึ่ง และทางไปรษณีย์อีกจำนวนหนึ่ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัว วิเคราะห์โดยใช้วิธีแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์เกี่ยวกับสภาพการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์เกี่ยวกับปัญหาการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิจัย

การเสนอข้อมูลในการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 บท ตามลำดับดังนี้

บทที่ 1 บทนำ ประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และลำดับขั้นในการเสนอผลการวิจัย

บทที่ 2 เอกสารและวรรณคดีที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

รายการอ้างอิง แสดงถึงรายการหนังสือและเอกสารประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ประกอบด้วย หนังสือขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ, จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัด โรงเรียนและแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย